

3. Sviridenko D. Accept the challenge of the digital economy. *Expert.ONLINE*. (In Russ.) URL: <https://expert.ru/siberia/2017/48/prinyat-vyzov-tsifrovoj-ekonomiki/>
4. Khalin V. G., Chernova G. V. Digitalization and its impact on the Russian economy and society: advantages, challenges, threats and risks. *Scientific and Practical Journal "Management Consulting"*, 2018, no. 10, pp. 46—63. (In Russ.)
5. Digital economy of the Russian Federation: expert opinion. *FINAM*. (In Russ.) URL: <https://www.finam.ru/analysis/forecasts/cifrovaya-ekonomika-rf-ekspertnoe-mnenie-20170705-170347/>
6. Decree of the President of the Russian Federation of 05.09.2017 N 203 "On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017—2030,.." URL: <https://base.garant.ru/71670570/>.
7. Laws on IT are revised. *News*. URL: <https://iz.ru/news/670601>.
8. Safonova I. V., Nurmukhamedova H. S., Mirzoev A. A. (eds.) *The expansion of the boundaries of accounting and analytical information and control procedures in a digital economy*. Dushanbe, Graph Print LLC, 2019. 212 p. (In Russ.)
9. Cashiers and cooks: who is missing in Russia. *Newspaper.ru*. (In Russ.) URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/05/29/12381709.shtml>.
10. Nikitina V. F. Automation of accounting in Russia. *Science and Education Today*, 2018, no. 12, pp. 73—74. (In Russ.)
11. Ponkratova A. P., Syrbu A. N. Transformation of the profession of accountant, analyst, auditor in the digital economy. *Humanitarian education in engineering: methodological foundations and practice*. Materials of the int. sci. and methodological conf., 2018. Pp. 133—136. (In Russ.)
12. Zatelepa B. M., Nurmukhamedova H. S. The evolution of accounting technologies and their impact on business development. *Accounting: achievements and scientific prospects of the XXI century*. Materials of the Int. sci.-pract. conf. of the Department of Accounting of the Russian University of Cooperation, 2017. Pp. 110—113. (In Russ.)
13. Kuzubov S. A. Foresight of the financial professions: accountant and auditor (results of the round table). *Journal of Corporate Finance Research*, 2016, no. 4, pp. 6—8. (In Russ.)
14. Nurmukhamedova H. S. Accounting in the digital integration of the economy and the search for the concept of its innovative development. In: Safonova I.V., Nurmukhamedova H.S., Mirzoev A.A. (eds.) *Accounting, analysis and audit in the era of the digital economy in the post-Soviet space: innovative development prospects*. Dushanbe, 2018. Pp. 8—14. (In Russ.)
15. Bulyga R. P. Transformation of the professions of an accountant and an auditor under the influence of the "factor of informatization Accounting. *Analysis. Audit*, 2017, no. 1, pp. 6—23.

Как цитировать статью: Гармаева Я. М., Нурмухамедова Х. Ш. Перспективы развития профессии бухгалтера: расширение горизонтов // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 2 (51). С. 115–120. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.223.

For citation: Garmaeva Ya. M., Nurmukhamedova Kh. Sh. Prospects for development of the accountant profession: expanding horizons. *Business. Education. Law*, 2020, no. 2, pp. 115–120. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.223.

УДК 338
ББК 65.05

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.220

Ustyuzhanin Vladimir Leonidovich,
Candidate of Economics, Researcher,
Central Economics and Mathematics Institute
of the Russian Academy of Sciences,
Russian Federation, Moscow,
e-mail: vladimir-ustyuzhanin@rambler.ru

Устюжанин Владимир Леонидович,
канд. экон. наук, научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт
Российской академии наук,
Российская Федерация, г. Москва,
e-mail: vladimir-ustyuzhanin@rambler.ru

ОСНОВНЫЕ УГРОЗЫ ДЛЯ УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

THE MAIN THREATS TO SUSTAINABLE COMPETITIVENESS OF COMPANIES

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 — Economy and management of a national economy

В статье исследуется феномен устойчивой конкурентоспособности компаний. За последние тридцать лет многие фирмы, занимавшие лидирующее положение на своем рынке, прекратили существование (пример — Nokia). Вместе с тем опыт успешных компаний, переживших столетний рубеж и сохранивших статус ведущих игроков своих отраслей (таких как Ford, Boeing, IBM, Pfizer, Aldi), позволяет утверждать, что данная тенденция неоднозначна.

На основе исследования 30 компаний из пяти отраслей деятельности выявлены наиболее типичные точки бифуркации, определены и классифицированы факторы, порож-

дающие возникновение состояний бифуркаций. Среди внутренних факторов выделены кризисы роста, кризисы смены руководства, кризисы реформирования, кризисы диверсификации, кризисы инвестиций, кризисы инноваций и кризисы репутации; среди внешних выявлены политические, технологические, экономические и природные факторы.

Сделан вывод, что фирма теряет свою позицию в отрасли в результате одновременного действия внешних и внутренних факторов. Идентифицированы наиболее опасные комбинации внешних и внутренних факторов, которые создают угрозу потери конкурентоспособности. Ими являются

диверсификация во время возникновения базисных и подрывных инноваций; инновации и/или инвестиции во время изменения политических условий ведения экономической деятельности.

Проблема поддержания устойчивой конкурентоспособности находится на стыке управленческой и экономической наук, что требует сочетания методологии нескольких теорий: неоклассической экономической (теории конкуренции), фирмы (предпринимательской теории фирмы, теории организаций, стратегического менеджмента и маркетинга), новой институциональной (теории транзакционных издержек и экономической теории контрактов) и экономической социологии (теории социальных полей).

The article deals with the phenomenon of sustainable competitiveness of companies. Within the last 30 years many firms that used to be market leaders stopped existing (E.g. Nokia). However, the fact that there are successful companies which are over 100 years old and which are still leading players in their industries (E.g. Ford, Boeing, IBM, Pfizer, Aldi) leads to conclusion that this tendency is disputable.

Based on the experience of 30 companies in 5 industries, the most typical bifurcation points have been identified; factors generating the bifurcation states have been defined and classified. The following internal factors have been highlighted: the growth crisis, the crisis of leadership change, the crisis of reform, the crisis of diversification, the investment crisis, the innovation crisis, the reputation crisis. Among external factors political, technological, economic and natural factors have been emphasized.

The study concludes that the company's loss of its dominant position in the established market hierarchy is the consequence of joint actions of internal and external factors. The most dangerous combinations of external and internal factors that may lead to the loss of sustainable competitiveness have been identified. These are diversification during the emergence of basic and disruptive innovations; innovations and/or investments during changes in political conditions.

The problem of sustainable competitiveness lies at the intersection of management and economic sciences highlighting the need to combine methodologies of several theories: the neoclassical economic theory (the theory of competition), the firm theory (the entrepreneurial firm theory, the theory of organizations, strategic management and marketing), the new institutional theory (the theory of transaction costs and economic theory of contracts), the theory of economic sociology (the theory of social fields).

Ключевые слова: устойчивая конкурентоспособность, точка бифуркации, поле рынка, кризис роста, кризис реформирования, кризис диверсификации, кризис инвестиций, кризис инноваций, кризис репутации, потеря устойчивой конкурентоспособности.

Keywords: sustainable competitiveness, bifurcation point, market field, growth crisis, crisis of reform, diversification crisis, investment crisis, innovation crisis, reputation crisis, loss of sustainable competitiveness.

Введение

В современном динамичном мире, где даже крупнейшие компании, казавшиеся незыблемыми лидерами своих отраслей, теряют доминирующее положение или вовсе прекращают свое существование, проблема выявления основных причин потери конкурентоспособности приобретает особую **актуальность**.

Вместе с тем опыт успешных компаний, перешагнувших столетний рубеж и сохранивших статус ведущих игроков рынка, — таких как Ford, Boeing, IBM, Pfizer, Aldi, позволяет говорить о неоднозначности данной тенденции и предопределяет необходимость изучения феномена устойчивой конкурентоспособности.

Устойчивую конкурентоспособность фирмы мы трактуем как способность компании удерживать значимое положение в отрасли в течение долгого периода времени при значительных переменах условий деятельности [1].

В настоящее время имеется достаточно большое число теоретических исследований, посвященных проблемам устойчивой конкурентоспособности. Среди них работы Л. Абалкина, С. Авдашевой, О. Виханского, В. Гребенникова, И. Липсица, Р. Фатхутдинова, А. Юданова.

Целесообразность разработки темы заключается в выявлении факторов, ведущих к потере компаниями устойчивой конкурентоспособности.

Многочисленные исследования, посвященные вопросам сохранения лидерства ведущих компаний, стремятся представить универсальные рецепты, подходящие для компаний большинства отраслей [2].

Новизна предложенного в данном исследовании подхода в том, что авторы стремятся уйти от поиска факторов, обещающих фирмам успех на мировых рынках, к выявлению наиболее типичных причин потери лидерских позиций.

Цель исследования состоит в определении причин потери конкурентоспособности крупнейшими мировыми компаниями — лидерами рынка. **Задачи** исследования предполагают: 1) выявление точек бифуркации (пограничных состояний фирмы, попадая в которые, фирма должна что-то менять в своей деятельности); 2) выявление факторов, ведущих к возникновению бифуркаций.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке подходов к исследованию структуры отраслевых рынков и жизненного пути компаний. Эти подходы могут быть использованы для анализа различных отраслевых рынков и выявления основных детерминант и барьеров устойчивого развития компаний.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов для разработки конкурентной стратегии компаний, относящихся к различным отраслям хозяйственной деятельности, а также анализа и предупреждения наиболее существенных рисков их развития. Теоретические и методические положения работы могут быть использованы в учебном процессе, при чтении курсов «Стратегический менеджмент», «Теория развития бизнеса», «Управление предприятием» [3].

Методология исследования

Было проанализировано 33 компании в пяти отраслях: авиастроение, автомобилестроение, сетевая торговля, IT-индустрия и фармацевтика:

— в авиастроении — Airbus, Boeing, Bombardier, Douglas, Lockheed, McDonnell;

— в автомобилестроении — Daewoo, Ford, Rover, Saab, Toyota, Volkswagen;

— в сетевой торговле — Aldi, Asda, Costco, Sears, Walmart, Woolworth;

— в IT-индустрии — ACER, ASUS, Compaq, DEC, HP, IBM, Lenovo;

— в фармацевтике — Allergan, Merck, Novartis, Pfizer, Roche.

Результаты исследования

Было обнаружено, что в ходе своего развития каждая компания проходит через определенное количество точек (состояний) бифуркации. Точкой бифуркации мы называем кризисное состояние компании, которое возникает в результате существенного изменения условий ее деятельности и порождает неопределенность: станет ли состояние системы хаотическим или перейдет на новый уровень упорядоченности [4].

Анализ различных компаний продемонстрировал, что попадание компании в точку бифуркации может быть вызвано большим числом факторов. Одни и те же факторы при этом могут оказывать разное влияние на разные фирмы. Например, начало и конец войны имеют большое значение для фирм, производящих военную продукцию по госзаказам, и не так важны для фирм, производящих товары первой необходимости. Смена руководства компании когда-то может привести к очень сильным колебаниям, нарушающим внутренние связи, а когда-то пройти достаточно безболезненно.

Всю совокупность факторов, которые могут привести к возникновению состояний бифуркации, можно разбить на внутренние и внешние. Внутренние факторы — это события, которые происходят внутри компании и/или зависят от нее. Внешние факторы порождены изменениями среды, в которой фирма существует.

Внутренние факторы

К внутренним факторам относятся кризисы роста, кризисы смены руководства компании, кризисы реформирования, кризисы диверсификации, кризисы инвестиций, кризисы инноваций и кризисы репутации.

Кризисы роста. В начале XX в. стремительно растущая фирма Sears перестала справляться с заказами. Чтобы решить проблему, в компанию пригласили известного менеджера Ю. Розенвальда, который наладил логистику на предприятии [5].

Кризисы смены руководства компании. В 1943 г. сын Генри Форда, Эдсель Форд, руководивший фирмой с 1918 г., внезапно скончался, и Г. Форду пришлось опять встать у руля компании. Будучи уже пожилым человеком, Форд не справлялся с обязанностями менеджера, и отделы работали не скоординировано. В итоге фирма стала каждый месяц терять до 10 млн долл. [6].

Кризисы реформирования. Когда SAAB стала дочерней компанией General Motors, между двумя фирмами начались конфликты. Менеджеры SAAB хотели создавать оригинальные машины, а руководство GM выступало за стандартизацию [7].

Кризисы диверсификации. Фирма Lockheed с середины 1960-х гг. все время пыталась выйти на рынок броневедомобилей. Были даже созданы несколько оригинальных моделей. В 1997 г. их дочерняя фирма Lockheed Martin defense systems была куплена фирмой General Dynamics [8].

Кризисы инвестиций. В 1989 г. британская компания ASDA приобрела 62 супермаркета компании Gateway. Как оказалось, ASDA очень сильно переплатила за эту покупку. К тому же мировой экономический кризис того времени заставил людей уменьшить объемы потребления. В итоге ASDA оказалась на грани банкротства [9].

Кризисы инноваций. В 1989 г. компании McDonnell Douglas и General Dynamics получили тендер на создание всепогодного бомбардировщика A-12 Avenger II с использованием композитных материалов. Перерасход средств составил 2 млрд долларов США. Позднее проект был закрыт [10].

Кризисы репутации. В 2016 г. фармацевтическая компания Laboratories Servier была вынуждена остановить производство лекарства «Биопарокс», после того как обнаружилось, что препарат может привести к гибели пациента [11].

Внешние факторы

Внешние факторы бывают политическими, технологическими, экономическими и природными.

Политические факторы. Фирмы, выполнявшие госзаказы по производству оборудования для оборонной промышленности во время Второй мировой войны, после ее окончания столкнулись с сокращением спроса на свою продукцию.

Технологические факторы. В результате появления мини-компьютеров компании DEC в 1960-х гг. позиция фирмы IBM, производящей мейнфреймы, на рынке информационных технологий значительно ухудшилась. Мини-компьютеры стали подрывными инновациями.

Экономические факторы. В результате мирового финансового кризиса 2007—2009 гг. спрос на автомобили сильно упал. Позиции ведущих автомобильных компаний значительно ухудшились.

Природные факторы. В результате землетрясения в Японии 11 марта 2011 г. и последующей остановки оборудования несколько компаний — лидеров японской автомобильной промышленности понесли значительные убытки.

Потеря устойчивой конкурентоспособности

Проведенный анализ показал, что потеря конкурентоспособности компании, занимающей значимое положение в иерархии своего поля рынка, обычно наступает в результате совместного действия нескольких факторов.

Sears, Roebuck and Co — сеть универмагов. До 1989 г. была самым большим ритейлером в США [12]. До конца XX в. компания постоянно росла благодаря грамотному маркетингу и менеджменту. Она постоянно внедряла инновации. Первый в истории каталог товаров, первые парковки для машин рядом с универмагами, первая система обслуживания, первые кондиционеры в магазинах, первые транспортные ленты для покупок — все это были новшества, предложенные компанией Sears [13].

Причинами потери фирмой своего положения в отрасли стали: игнорирование подрывных инноваций (магазины-дискаунтеры); кризис диверсификации.

В 1970-х гг. компания не обратила должного внимания на потенциальных конкурентов — магазины-дискаунтеры. Первоначально качество услуг в этих магазинах было неприемлемо для постоянных покупателей Sears. В дискаунтерах был низкий уровень обслуживания, их клиентами являлись семьи с низким доходом, для которых самым существенным параметром выбора была цена. Но постепенно качество обслуживания в дискаунтерах стало лучше, и многие клиенты рядовых супермаркетов стали посещать дешевые магазины. Дискаунтеры оказались подрывными инновациями на рынке ритейла [13].

Компания недооценила угрозу со стороны дискаунтеров, так как, будучи уверенной в своем месте на рынке ритейла, решила диверсифицировать деятельность и оказывать также финансовые услуги. Увлечшись развитием финансового бизнеса, компания стала терять контроль над розничным сектором. При этом у Sears не получилось работать, как настоящий банк. Отделы, занимающиеся продажей финансовых услуг в универмагах, не сумели стать прибыльными: акции продавались в том же месте, что и

продукты питания. В результате компания перестала идти в ногу с конкурентами, специализирующимися в узких сферах бизнеса.

В 1990-х, находясь в бедственном положении, фирма стала продавать свои магазины. В 2005 году компания была куплена американским ритейлером Kmart.

McDonnell Douglas — американская авиастроительная компания, один из крупнейших производителей военных самолетов в истории.

В 1970—1980-е гг. McDonnell Douglas поставляла военные самолеты во многие страны мира. В 1988 году доля заказов в общем объеме продаж фирмы составляла 70 % [14].

Причинами потери фирмой своего положения в отрасли стали: конец холодной войны и, как результат, уменьшение объема военных заказов; кризисы инноваций.

Конец холодной войны привел к резкому уменьшению количества оборонных заказов. Минобороны США закрыло два масштабных проекта, над которыми работала McDonnell Douglas, и уменьшило заказы по другим.

В 1991 г. компания начала создавать широкофюзеляжный двухпалубный самолет MD-12. Проект оказался сложным в разработке и очень дорогим. В 1996 г. компания объявила о недостатке средств для завершения проекта. Компании Airbus и Boeing реализовали аналогичный проект только через 15 лет.

В 1997 г. McDonnell Douglas была поглощена компанией Boeing [15].

Заключение

1. Даже самые успешные компании, занимающие ведущее положение в своей отрасли, подвержены влиянию дестабилизирующих факторов.

2. Каждая фирма в ходе развития проходит через точки бифуркации. Под точкой бифуркации понимается кризисное состояние компании, которое возникает в результате существенного изменения условий ее деятельности и порождает неопределенность: станет ли состояние системы хаотическим или она перейдет на новый уровень упорядоченности

3. Попадание фирмы в точку бифуркации может быть вызвано разными факторами, среди которых можно выделить внутренние и внешние. Внутренние факторы — это события, которые происходят внутри компании и/или зависят от нее. Внешние факторы порождены изменениями среды, в которой фирма существует.

4. Потеря фирмой своего положения в отрасли, которая приводит к прекращению ее существования, наступает обычно в результате совместного действия нескольких факторов. Идентифицированы наиболее опасные комбинации внешних и внутренних факторов, которые создают угрозу потери конкурентоспособности: масштабная диверсификация в условиях появления базисных и подрывных инноваций на традиционных рынках компании; внедрение инноваций и/или масштабные инвестиции на фоне резкого изменения политических условий ведения хозяйственной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Устюжанин В. Л. Факторы устойчивой конкурентоспособности организации // Вестник Государственного университета управления. 2015. № 12. С. 146—154.
2. Дементьев В. Е. Динамические способности бизнеса и микроэкономический анализ длинных волн // XXIII Кондратьевские чтения: туники глобальной экономики, поиск новой научной парадигмы. М. : Межрегиональная общественная организация содействия изучению, пропаганде научного наследия Н. Д. Кондратьева, 2015.
3. Проект «Корпоративный менеджмент». URL: <https://www.cfin.ru>.
4. Комарова И. П., Устюжанин В. Л. Точки бифуркации и их влияние на конкурентоспособность компании // Материалы VIII Международной науч.-практич. конф. От рецессии к стабилизации и экономическому росту. М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2016. С. 105—118.
5. Бондаренко Н. Е. Эволюция организационного строения бизнеса: от иерархий к инновационным сетевым структурам // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-2.
6. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М. : Эксмо, 2016.
7. Бодрунов С. Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка. М. : Культурная революция, 2016.
8. Долгова М. В., Дрязгина Е. С. Экономика совместного потребления как новая бизнес-модель // Финансы, деньги, инвестиции. 2015. № 3. С. 13—18.
9. Бондаренко Н. Е. Инновационные кластеры: теоретические основы и формы организации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2015. № 5(83). С. 29—41.
10. Попов Е. В., Симонова В. Л. Экономические институты сетевых организаций // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 23. С. 2—15.
11. Смородинская Н. В. Глобализированная экономика: от иерархий к сетевому укладу. М. : ИЭ РАН, 2015. 344 с.
12. Компания Sears. URL: <https://www.sears.com>.
13. Кристенсен К. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. М. : Альпина-Паблицер, 2015.
14. Company Histories. Официальный сайт. URL: <https://www.company-histories.com>.
15. Компания Boeing. Официальный сайт. URL: <https://www.boeing.com>.

REFERENCES

1. Ustyuzhanin V. L. Factors of sustainable competitiveness of an enterprise. *Bulletin of the State University of Management*, 2015, no. 12, pp. 146—154. (In Russ.)
2. Dementiev V. E. The dynamic capabilities of business and the microeconomic analysis of long waves. *XXIII Kondratieff Readings: Dead Ends of the Global Economy, Search for a New Scientific Paradigm*. Moscow, Interregional public organization to promote the study, promotion of the scientific heritage of N. D. Kondratiev, 2015. (In Russ.)

3. The project “Corporate Management”. (In Russ.) URL: <https://www.cfin.ru>.
4. Komarova I. P., Ustyuzhanin V. L. Bifurcation points and their impact on the competitiveness of the company. *From recession to stabilization and economic growth. Materials of the VIII International scientific-practical conference*. Moscow, REU named after G. V. Plekhanov, 2016. Pp. 105—118. (In Russ.)
5. Bondarenko N. E. The evolution of the organizational structure of a business: from hierarchies to innovative network structures. *Economics and Entrepreneurship*, 2017, no. 8-2. (In Russ.)
6. Schwab K. *The Fourth Industrial Revolution*. Moscow, Eksmo Publ., 2016. (In Russ.)
7. Bodrunov S. D. *The Future. New industrial society: reboot*. Moscow, Cultural Revolution Publ., 2016. (In Russ.)
8. Dolgova M. V., Dryazgina E. S. The economy of joint consumption as a new business model. *Finance, money, investments*, 2015, no. 3, pp. 13—18. (In Russ.)
9. Bondarenko N. E. Innovation clusters: theoretical foundations and forms of organization // Bulletin of the Russian Economic University named after G. V. Plekhanov. 2015.
10. Popov E. V., Simonova V. L. Economic institutes of network organizations. *Digest finance*, 2015, no. 3, pp. 2—15. (In Russ.)
11. Smorodinskaya N. V. *A globalized economy: from hierarchies to networking*. Moscow, IE RAS, 2015. 344 p.
12. The company “Sears”. (In Russ.) URL: <https://www.sears.com>.
13. Christensen K. *The innovator’s dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Moscow, Alpina-Publisher, 2015. (In Russ.)
14. Company Histories. (In Russ.) URL: <https://www.company-histories.com>.
15. The company “Boeing”. (In Russ.) URL: <https://www.boeing.com>.

Как цитировать статью: Устюжанин В. Л. Основные угрозы для устойчивой конкурентоспособности компаний // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 2 (51). С. 120–124. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.220.

For citation: Ustyuzhanin V. L. The main threats to sustainable competitiveness of companies. *Business. Education. Law*, 2020, no. 2, pp. 120–124. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.220.

УДК 330.342
ББК 65.03

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.51.216

Ishtiryakova Leysan Habirovna,

Applicant for a degree of the Candidate of Economics,
Senior researcher,
Center of Advanced Economic Research in the Academy
of Sciences of the Republic of Tatarstan,
Russian Federation, Kazan,
e-mail: Leysan.Ishtiryakova@tatar.ru

Иштирякова Лейсан Хабировна,

соискатель ученой степени канд. экон. наук;
старший научный сотрудник,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»,
Российская Федерация, г. Казань,
e-mail: Leysan.Ishtiryakova@tatar.ru

Zainullina Milyausha Rashitovna,

Candidate of Economics,
Chief Researcher,
Center of Advanced Economic Research
in the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan;
Russian Federation, Kazan,
Associate Professor of the Department of General Management,
Kazan Federal University,
Russian Federation, Kazan,
e-mail: milyausha-zainul@list.ru

Зайнуллина Мильяуша Рашитовна,

канд. экон. наук,
главный научный сотрудник,
ГБУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»,
Российская Федерация, г. Казань;
доцент кафедры общего менеджмента,
Казанский федеральный университет,
Российская Федерация, г. Казань,
e-mail: milyausha-zainul@list.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ЭВОЛЮЦИИ

TRANSFORMATION OF CONSUMPTION IN THE CONTEXT OF HISTORICAL EVOLUTION

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and National Economy

В современном экономическом пространстве серьезной проблемой является перепроизводство товаров и услуг и излишнее потребление человеком ресурсов планеты. Это порождает как экологические и социальные кризисы, так и материальные проблемы для самих производителей.

В связи с этим важным является исследование исторических этапов категории потребления и выявление трансформационных процессов современного этапа потребления.

Актуальность данной статьи объясняется недостаточным вниманием, уделяемым исследователями вопросам потребления, при том что проблемы потребительской деятельности не менее важны для экономического роста и устойчивого развития общества, чем вопросы производства и инвестиций.

В данной статье авторами сформулированы факторы появления и динамического роста «экономики