

негативные факторы, которые препятствуют развитию предпринимательства в Республике Беларусь:

1. Ослабление защиты миноритарных инвесторов, увеличив время, в течение которого акционерное общество может раскрыть информацию о сделке с заинтересованностью общественности, регулирующему органу или фондовой бирже

2. Внесение изменений в хозяйственно-процессуальный кодекс, которые увеличили сроки разрешения коммерческих конфликтов

3. Нестабильная внутренняя и внешняя политическая ситуация в стране.

Заключение. Проанализировав все вышеперечисленные факторы, можно отметить, что в Республике Беларусь создается благоприятная инфраструктура для открытия бизнеса. Однако, есть направления, препятствующие развитию малого бизнеса, которые способствуют их ликвидации: относительно высокие процентные ставки по кредитам, неплатежеспособность предприятия, большие выплаты по налоговым сборам. В связи с этим, можно сделать вывод, что с течением времени государством предпринимаются меры для развития предпринимательской деятельности, однако, для поддержки дальнейшего развития необходимо оптимизировать налоговую систему, а также для возможности ликвидации неплатежеспособности требуется снижение процентных ставок.

ЛИТЕРАТУРА

1. The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/> – Дата доступа: 11.03.2021
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 11.03.2021.
3. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/>. – Дата доступа: 11.03.2021.

УДК 330.88

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИКИ И ПСИХОЛОГИИ

*А.В. Сёмина, студент группы 10503420 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А.А. Подунейко*

Резюме – в данной статье рассматривается взаимосвязь экономики и психологии, а также влияние психологии на поведение человека в различных экономических процессах. Кроме того, сформулировано определение и раскрыта суть экономической психологии.

Resume – This article examines the relationship between economics and psychology, as well as the influence of psychology on human behavior in various economic processes. In addition, the definition is formulated and the essence of economic psychology is revealed.

Ведение. В настоящее время искусство общения, знание в области психологии и применение ее методов в процессе личного и делового общения крайне необходимы специалистам, работа которых предполагает постоянные контакты типа «человек-человек», а именно бизнесменам, менеджерам, политикам, а также экономистам. Общение с людьми – это не просто процесс, это с одной стороны наука, с другой – искусство. Здесь важны не только врожденные способности индивидуума, но и образование, воспитание, культура, а также приобретенные личные и деловые качества человека. Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, умение расположить к себе своего собеседника – это те способности, которые нужно развивать каждому человеку, вне зависимости от занимаемой должности и профессии, так как такие умения составляют основу жизненного и профессионального успеха [1].

Основная часть. Всем нам известно, что основным принципом экономики является «Закон спроса и предложения», который гласит, что именно спрос (потребности человека) рождает предложение (готовность и способность продать товар). Основой этого закона является наличие какой-либо потребности, которая порождает желание удовлетворить эту нужду как можно быстрее, что в свою очередь мотивирует человека к принятию ряда действий. То есть потребность, с одной стороны, является мотивом к действию, с другой стороны – продуктом психологического состояния человека. Таким образом, можно говорить о том, что основным законом экономики отражает суть устройства психики человека. И все те люди, кто не учитывают данное явление в своем бизнесе, рискуют прогореть. Если фирма начинает выпускать товар, который не может удовлетворять потребности потребителей, то такой проект скорее всего ждет провал и сам бизнес рискует обанкротиться. Однако, и здесь опытные бизнесмены находят выход: «ненужным» товарам маркетологи пытаются придумать хитрый скрытый смысл – удовлетворение не прямой физической потребности, а какой-то психологической. К примеру, взять ту же жевательную резинку, данный товар не может удовлетворить потребность человека в утолении голода и даже используется не для вкуса, его цель является косвенное удовлетворение потребности человека в улучшении процесса общения. Через экономику маркетологи начинают влиять на ценности людей и их способы удовлетворения своих потребностей, которые вызваны какими-либо нерешенными психологическими проблемами. К примеру, вместо того, чтобы строить счастливую семью, прикладывая к этому труд и усилия, люди покупают майонез «Камако» или приправу «Maggi», поддаваясь иллюзии, что именно этот продукт принесет в их семейную жизнь счастье и любовь, как в «счастливой» семье в рекламном ролике.

Новой и развивающейся экономической наукой, которая опирается на научные достижения современной психологии, является экономическая психология. Экономическая психология – это наука, отрасль психологии,

которая изучает психические явления людей в сфере экономики при производстве, распределении, обмене, продаже и потреблении товаров и услуг [3]. Также существует параллельная наука – поведенческая экономика. Существует два направления в экономической психологии: экономика и психология. Основываясь на результатах современных исследований можно говорить о том, что психология и экономика неразрывно связаны между собой и важно знать, какие психологические рычаги воздействия на поведение потребителя можно использовать в процессе производства, распределения и потребления продукции. В последние годы экономисты серьезно занялись вопросом человеческих отношений. Когда они чуть поближе ознакомились с психологией, то они поняли, что там есть масса идей, масса наработок, которые можно использовать для более эффективных экономических воздействий на человека. Возникает стойкое убеждение, что без понимания психики человека экономика не может быть эффективной, не может быть выгодной. На вопрос: «Почему экономисты стали учитывать психологию при принятии управленческих решений?» можно ответить так: считается, что разум человека очень рациональный, мы высчитываем выгоду и в процессе покупки и продажи товаров у нас работает логика, но самом деле не все так просто. В работу включается наше подсознание, которое мгновенно принимает решение, основываясь на принципе получения удовольствия, а также на наших эмоциях. Соответственно если у нас возникает желание что-то приобрести, и нет достаточно времени, чтобы обдумать данное действие, то разум отключается, уходит в сторону, и мы совершаем покупку, основываясь на решениях, принятых подсознательно [2].

Заключение. Таким образом, экономика и психология неразрывно связаны. Экономическая психология – это наука, изучающая рациональное поведение человека в условиях ограниченности ресурсов и неограниченности потребностей. Следовательно, экономика это «поведенческая» или бихевиористская дисциплина в центре внимания которой человеческое поведение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бороздина Г.В., Кормнова Н.А. Психология и этика делового общения: учебник и практикум для академического бакалавриата/ Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. — М.: Издательство Юрайт, 2017.
2. Мандель Б.Р. Экономическая психология: учеб.пособие / Б.Р. Мандель. — М., 2015.
3. Спасенников В.В. Экономическая психология: учеб.пособие / В.В. Спасенников.— М., 2003.