

ет вывод: чтобы получить то-то, стать таким-то, достичь того-то, достаточно приобрести то, что привязано на другом конце ассоциативной цепочки. С психологической точки зрения, создатели и ретрансляторы рекламы осуществляют несанкционированный доступ в информационную систему человека.

Какими бы гуманистическими и прагматичными лозунгами ни прикрывались заказчики рекламы, какими бы убедительными ни были их доводы в пользу многообразия функций подобной пропаганды, они, так или иначе, работают на ее основную функцию – товарную. По одной лишь этой причине интересы потребителей и рекламодателей входят в жесткое противоречие, поэтому потребителям не стоит воспринимать демонстрируемые чудеса буквально, а рекламодателям необходимо не просто учитывать, но и изучать психологию современного человека, чтобы иметь возможность манипулировать им еще успешнее.

## **ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ**

*Т.Ю. Петрова*

*Финанс УО «Белорусский государственный  
экономический университет» в г. Пинске*

С позиции управления организацией конфликт определяется как отсутствие согласия между двумя или более сторонами. Каждая сторона делает все, чтобы была принята ее точка зрения или цель и мешает другой стороне делать то же самое.

Конфликт в организации не только возможен, но часто и желателен, поскольку во многих ситуациях помогает выявить различные точки зрения, большее число альтернатив, дает дополнительную информацию и т.д. При эффективном вмешательстве конфликт делает процесс принятия решений более продуктивным, а также дает людям возможность удовлетворять свои потребности в уважении и власти.

Таким образом, конфликт может быть функциональным и вести к повышению эффективности организации, или он может быть деструктивным и приводить к снижению личной удовлетворенности, группового сотрудничества и эффективности.

Основными причинами конфликтов являются ограниченность ресурсов, которые нужно делить, взаимозависимость заданий, различия

в целях, представлениях и ценностях, в манере поведения, уровне образования, а также плохие коммуникации.

Целью исследования было изучение конфликтов в организации. Объектом исследования выступили работники предприятия «Транспортное РУП Брестское отделение Бел ЖДСТ Пинск». Изучение данной проблемы проводилось путем анкетирования, в котором приняли участие 40 человек. В ходе исследования были получены следующие результаты. Главными причинами конфликтов опрашиваемые называют следующие: взаимная неприязнь сторон (30 %); незаконное обогащение отдельных работников (28); несоответствие проблем и интересов молодых членов коллектива и работников зрелого возраста (25); различия в представлениях и ценностях (22); нарушение трудовой дисциплины (20 %).

Таким образом, преобладают конфликты ценностных ориентаций. Также причинами конфликтов выступают недостаточно высокий уровень культуры управления, психологическая несовместимость сотрудников, нарушение дисциплины труда.

## **О ВЛИЯНИИ МОТИВАЦИОННЫХ УСТАНОВОК НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА**

*И.В. Полховская*

*Филиал УО «Белорусский государственный  
экономический университет» в г. Пинске*

Составляющая часть экономической истории многих современных государств – это история предпринимателей, чья деятельность на протяжении многих поколений создала основы могущества этих стран и определила их место в мире. Именно предпринимательский слой, эффективно организовывая труд людей, умело и экономично используя ресурсы, обеспечивает высокий уровень благосостояния в этих странах.

Д. Макклелланд утверждал, что любое общество может создать благоприятные и неблагоприятные условия для бизнеса. Если правительство увеличит вероятность предпринимательского успеха от низшей степени благоприятствования хотя бы до средней, то бизнес привлечет людей с высоким и низким уровнем потребности к достижению.