

Таким образом, взаимодействие предприятий приводит к возникновению различных транзакционных издержек, количественно оценить которые достаточно сложно. Однако их измерение и оценка будут способствовать более точному анализу эффективности хозяйственной деятельности предприятия, выработке обоснованной стратегии развития.

*А.И. Короткевич, канд. экон. наук, доцент  
ГФ УО ФПБ МИТСО (Гомель)  
М.А. Трубенко, магистрантка  
ГГТУ имени П. О. Сухого (Гомель)*

## ПРОБЛЕМЫ ОСОЗНАНИЯ ИСТИННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА

В условиях формирования экономики знаний особую актуальность приобретают проблемы осознания истинных потребностей человека, так как развитие экономики привело к тому, что большинство потребностей человека уже не являются его истинными желаниями.

Экономика воспитывает потребности человека. Развитие производства, усиление влияния средств массовой информации привели к тому, что большинство потребностей навязываются обществом и производителями. В результате человеку становится все труднее выявить свои истинные желания, так как люди думают, что делают покупки в соответствии со своими истинными потребностями.

Общество уже долгое время является обществом потребителей. Производители с помощью рекламы создают потребности у людей. Ведь для того чтобы удержаться на рынке, различные фирмы каждый год создают много новых товаров. Чтобы эти товары были приобретены, людям стараются внушить их необходимость. В результате производители через рекламу и СМИ формируют определенные желания у людей.

Реклама способна создавать как новые потребности у человека, так и формировать его мировоззрение, этические вкусы, социальные ценности, жизненный стиль, нравственные принципы, культуру поведения и т.п. Особую роль в формировании потребностей играет общественное мнение, которое в большинстве своем навязывается все теми же производителями через рекламные средства. Человеку всегда важно знать, что о нем думают окружающие. В результате он приобретает определенные товары и услуги, которые по обещанию производителей сделают его лучше, привлекательнее, помогут добиться успеха.

Большинство людей считает себя независимыми в своих поступках, но стоит предложить любому из них поступить так, как не принято в их окружении, и они скорее всего откажутся, потому что будут испытывать стыд, вину, дискомфорт и многие другие неприятные переживания. Все это влияет на выбор человека, заставляя его отказаться от предложения.

Если, наоборот, предложить человеку сделать то, что делают все или многие из его окружения, он очень легко согласится. Он даже будет же-

дать этого, но не потому, что действительно испытывает потребность: человек вынужден поступать так, как ему навязывают, поскольку в противном случае он будет испытывать неприятные чувства и внутренний дискомфорт.

Производитель давно уже не только воспитывает вкус, но также формирует у людей всевозможные страхи и комплекс неполноценности. Производители показывают, как с помощью их товара легко достичь совершенства. Проблема заключается в том, что производители, придумывая людям все новые и новые потребности, преследуют в основном только собственные цели.

Тенденция влияния на желания потребителей приводит также к тому, что человек, не реализовав свои первичные, базовые уровни потребностей, стремится к реализации уровней роскоши. На этом этапе человек стремится продемонстрировать обществу свое более высокое положение, но это происходит в ущерб более важным потребностям.

Проблема заключается в том, что люди все больше подвергаются внешнему влиянию. Во многом это объясняется низким уровнем интеллектуального и культурного развития, когда человек перестанет думать самостоятельно. Осознание своих истинных потребностей и желаний очень важно для человека, ибо в соответствии с ними он выстраивает свою субъективную систему ценностей. Когда эти ценности, а также представления об успехе в жизни и о комфорте опираются на естественные потребности и стремление к их реализации, тогда гарантирован успех не только в социальной, но и в личной жизни: ощущение счастья, комфорта.

*Л.М. Кравец, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ(Минск)*

#### ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день в Республике Беларусь функционируют хозяйственные объединения различных организационно-правовых форм: концерны, выполняющие функции органов государственного управления («Белнефтехим», «Беллегпром», «Белпищепром» и др.); более сорока производственных объединений (например, ПО «БелавтоМАЗ», ПО ВМЗ); несколько десятков холдингов; немногочисленные хозяйственные группы, среди которых наиболее крупной является хозяйственная группа «Белстанкоинструмент», объединяющая более 20 предприятий. Кроме того, в Республике Беларусь активизированы процессы присоединения компаний с целью создания крупных интегрированных структур. Так, реализован проект по присоединению ОАО «Гомельобой» и ОАО «Добрушская бумажная фабрика» к ОАО «Белорусские обой» (Минск).

Для приведения организационно-правовых форм объединений субъектов хозяйствования в соответствие с подходами, признанными в

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.