

**Роль сознания и бессознательного в экономическом поведении индивида и организации в условиях нестабильных ситуаций**

**Научный руководитель – Тутов Леонид Арнольдович**

**Фролова Дарья Дмитриевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра философии и методологии экономики, Москва, Россия

*E-mail: 0001609000@mail.ru*

- Экономическое поведение индивида как в повседневной жизни, так и в период кризиса, повышенного стресса и высокого уровня неопределённости, является многогранным и противоречивым. С одной стороны, человек стремится совершать поступки, основываясь на разумных и логически выведенных суждениях, взвешивать все «за» и «против» насчёт того или иного товара или услуги, полагаясь на широкий спектр располагаемой информации и учитывая собственные интересы. А с другой стороны, действия потребителя могут быть абсолютно иррациональными, необдуманно и спонтанными вследствие ограниченности когнитивных способностей, склонности полагаться на эвристические принципы [2] и поддаваться подсознательным маркетинговым стимулам, а также влиянию эмоций и чувственных переживаний.
- Кризисы, стрессовые и другие нестабильные ситуации оказывают серьёзное влияние на поведение экономических субъектов и воздействуют на психологию людей. Экономическое поведение индивида в таких условиях, несмотря на стремление принимать взвешенные решения и руководствоваться логикой, характеризуется присутствием иррациональных мотивов, ослаблением способности к критической оценке существующего положения дел, спонтанностью, а также психологической неустойчивостью вследствие влияния психологии толпы [3], а также включения инстинкта самосохранения и желания "выжить" [1].
- Многие компании в период кризиса, нестабильности и неопределённости стараются не поддаваться панике и действуют более рационально, чем потребители [6], пытаются по максимуму использовать новые интересные предпринимательские возможности, которые открываются в сложное для всех время.
- Анализ различных источников приводит к следующим выводам: индивиду стоит проявлять бдительность, повышать свою финансовую грамотность, а также вырабатывать критическое мышление для более рационального поведения. Что касается коммерческих организаций, их лидерам следует развивать нестандартный подход к решению проблем [5], осознавать видение своей компании [4], быть готовым пойти на риск, анализируя человеческую психологию и потребности общества.

**Источники и литература**

- 1) Зинькович Н.В. Иррациональные модели экономического поведения в период структурного кризиса // XVIII Международная конференция памяти проф. Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования». 2015. С. 2342-2346.
- 2) Канеман Д. Принятие решений в неопределённости: Правила и предубеждения. Харьков: Гуманитарный центр, 2005.

- 3) Лебон Г. Психология народов и масс. М.: АСТ, 2017.
- 4) Коновалов О. 10 лидерских метанавыков, необходимость которых выявил COVID-кризис. РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5ebaa5b79a794775b12fb220> (19.05.2020)
- 5) Berns G. Iconoclast: A Neuroscientist Reveals How to Think Differently. Брайтон.: Harvard Business Press, 2008.
- 6) Инструкция по выводу бизнеса из кризиса. [Электронный ресурс]. URL: <https://the-accel.ru/instruktsiya-po-vyivodu-biznesa-iz-krizisa/> (31.07.2018)