

передаваться при необходимости. Процедура принятия решений женщинами в основном сопровождается процессом активного обсуждения предлагаемых решений с подчиненными.

Одновременно женщины отличаются повышенным бюрократизмом по сравнению с руководителями-мужчинами при принятии решений. Мужчины в случае формирования решений более ориентированы на партнерство, нежели женщины.

Моральная поддержка подчиненных и их поощрение — основные характеристики женского менеджмента, которые помогают им достигать намеченных целей.

Сравнительный анализ мужского и женского менеджмента показал, что женщины-директора не только не проигрывают мужчинам как менеджеры, но иногда действуют успешнее, обеспечивая более устойчивые условия существования для своего предприятия.

Мужчины, по сравнению с женщинами, более высоко ценят качества, обеспечивающие эффективность профессиональной деятельности и организации взаимодействия в коллективе; руководители-женщины выше оценивают морально-нравственные качества и качества, определяющие интерактивную функцию общения.

УДК 366

## **Проблема консюмеризма в современном мире**

Мороз Я.В.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.  
Белорусский национальный технический университет

В современном мире жизнь человека невозможно представить без похода в магазин за покупками. XXI век – время потребительского бума, время когда в случае возникновения желания, нам достаточно зайти в интернет или пройтись до ближайшего гипермаркета, где мы найдем огромный ассортимент товаров только и ждущих нас на прилавке, чтобы удовлетворить наши потребности в обмен на денежные единицы. Удовлетворив одну, по дороге домой под воздействием тысяч ярких рекламных билбордов, мы непременно приобретем десятки новых. Своего рода замкнутый круг, выйти из которого практически невозможно.

Культура потребления настолько глубоко засела в голове каждого из нас, что многие просто не представляют свою жизнь без выходного шоппинга.

Консюмеризм — это организованное общественное движение, ставящее своей целью расширение и защиту прав потребителей (покупателей). Согласно этому экономическая деятельность должна быть организована в соответствии с интересами потребителей, а не производителей.

Потребности населения в различных товарах и услугах обеспечивает торговля, производители, исполнители работ и услуг. Но в условиях нестабильной рыночной экономики они часто пытаются навязать потребителям выгодные для себя условия приобретения товаров и услуг. Особую тревогу вызывает то, что значительная часть товаров оказывается низкого качества, а иногда даже опасна для здоровья людей.

Потребитель должен быть уверен, что он получает достоверную информацию о товаре, что это качественный товар, безопасный для его жизни и здоровья, что он вправе отстаивать свои интересы, в том числе и в судебных органах.

По мнению сторонников консюмеризма, в тех случаях, когда происходит столкновение интересов потребителей и производителей, закон должен гарантировать защиту потребителям даже в ущерб прибылям фирм и сохранению рабочих мест.

УДК 159.962.

### **Методы нейролингвистического программирования**

Мытник Я.В.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.

Белорусский национальный технический университет

В последние годы во всем мире в различных сферах общественной деятельности все большее применение находит такой способ воздействия на психику человека, как нейролингвистическое программирование (НЛП).

Широко применяемые в бизнесе, политике, образовании, медицине, рекламе и других сферах общественной жизни, методы НЛП используют различные приемы, призванные изменить цепь психических процессов,