



ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ  
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ  
THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF  
ARMENIA

ԳԻՏԱԿՐԹԱԿԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԿԵՆՏՐՈՆ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-EDUCATIONAL CENTER



---

**ԻՆՆՈՎԱՑԻՈՆ ՆԱԳՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ  
ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ  
ԱՇԽԱՐՀՈՒՄ**

**ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԳԻՏԱԺՈՂՈՎԻ ՆՅՈՒԹԵՐ**

•

**ИННОВАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И  
ВЫЗОВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

•

**PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL  
CONFERENCE**

**INNOVATIVE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN  
THE MODERN WORLD**

ԵՐԵՎԱՆ 2018  
YEREVAN 2018  
ЕРЕВАН 2018

Երաշխավորվել է տպագրության ՀՀ գիտությունների ազգային ակադեմիայի  
գիտակրթական միջազգային կենտրոնի գիտական խորհրդի կողմից

Рекомендовано к печати Ученым советом Международного научно-  
образовательного центра Национальной Академии наук РА

Recommended by the Scientific Council of the International  
Scientific-Educational Center of NAS RA

ՀՏԴ  
ԳՄԴ  
Գ

Գ Իննովացիոն հնարավորությունները և մարտահրավերները  
ժամանակակից աշխարհում. Գիտական հոդվածների ժողովածու.- Եր.:  
Նաիրի, 2018.- 544 էջ:

ՀՏԴ  
ԳՄԴ

ISBN 978-5-550-

© ՀՀ գիտությունների ազգային ակադեմիա  
Գիտակրթական միջազգային կենտրոն, 2018  
© «Նաիրի» հրատարակչություն ՓԲԸ, 2018

**ԿԱՌԼԵՆ ՈՄԿԱՆՅԱՆ**

ՀՀ ԳԱԱ գիտակրթական միջազգային կենտրոնի մագիստրոսանոս

**ՏՆՏԵՍՎԱՐՈՂ ՍՈՒԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ  
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԵՎ  
ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԳՈՐԾՆԹԱՑՆԵՐԻ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐ**

Յուրաքանչյուր անձ, հասարակական խումբ, հանրույթ, էթնոս, ազգ՝ որպես տնտեսավարող միավոր, բնորոշվում է իրեն հատուկ տնտեսական վարքով: Այն կարող է լինել ինչպես կոգնիտիվ, այնպես էլ իմպուլսիվ, ինչպես կառավարելի, այնպես էլ անկառավարելի և պայմանավորված լինել հոգեբանական տարբեր գործոններով: Հոդվածում կարևորվում է այն տեսակետը, որ տնտեսության զարգացման և կառավարման գործընթացներում չի կարելի հաշվի չառնել տնտեսական սուբյեկտների հոգեբանական և էթնոհոգեբանական առանձնահատկությունները, քանի որ դրանք, որպես գործոններ, կարող են ինչպես նպաստող, այնպես էլ խոչընդոտող ազդեցություն ունենալ հասարակության ներսում ցանկալի տնտեսական հարաբերությունների ձևավորման, երկրի տնտեսության արդյունավետ կազմակերպման և կառավարման գործընթացների վրա:

***Բանալի բառեր՝ տնտեսական գործունեություն, տնտեսավարող սուբյեկտ, տնտեսական վարք, տնտեսագիտական հոգեբանություն, հոգեբանական գործոններ, անհատական և էթնոհոգեբանական առանձնահատկություններ, էթնոկարծրատիպեր, միջհանրութային տնտեսական համագործակցություն, տնտեսության արդյունավետ կառավարում***

Հասարակագիտական և տնտեսագիտական ժամանակակից տեսություններում տնտեսական գործունեություն ծավալող ցանկացած միավոր (անձ, ընտանիք, մարդկանց խումբ, հանրույթ, էթնոս, ազգ) համարվում է ոչ միայն գործող տնտեսական հարաբերությունների ազդեցությունը կրող օբյեկտ, այլև տնտեսական հարաբերություններ ձևավորող սուբյեկտ<sup>416</sup> [1]-[7]: Սա նշանակում է, որ տնտեսական գործընթացներին առնչվող հետազոտություններում անհատի կամ հասարակական-քաղաքական որևէ միավորի ցուցաբերած տնտեսական վարքը<sup>417</sup> չի կարելի դիտարկել միայն զուտ տնտեսական երևույթների հետևանք հանդիսացող եզրույթ (կատեգորիա): Հասարակական միավորների տնտեսական վարքը, որն, ինչ խոսք, պայմանավորված է նրանց հոգեբանական առանձնահատկություններով, պետք է համարել գործոն այս կամ այն տեսակի տնտեսական հարաբերությունների ձևավորման, պետության ներսում դրանցով պայմանավորված տնտեսական քաղաքականության իրակացման և տնտեսության կառավարման գործընթացներում: Պատահական չէ, որ կիրառական նշանակությամբ պայմանավորված, սոցիալ-տնտեսական գիտությունների ներկայիս համակարգում բուռն զարգացում է ապրում տնտեսագիտական հոգեբանությունը<sup>418</sup>: Որպես տնտեսագիտությանը և հոգեբանությանը հարակից ճյուղ՝ տնտեսագիտական հոգեբանությունն իր մեջ միավորում է ինչպես

<sup>416</sup> Տնտեսագիտական հոգեբանության մեջ այս սկզբունքը հայտնի է **սուբյեկտայնության սկզբունք** անվամբ («принцип субъектности»):

<sup>417</sup> Տնտեսավարող սուբյեկտի վարք, որը պայմանավորված է տնտեսական գործունեության մեջ հանդիպող իրավիճակներում նրա կողմից ընտրություն կատարելու դրդապատճառներով: Տնտեսագիտության տեսանկյունից տնտեսական վարքի արդյունավետ դրսևորման չափանիշ է նվազագույն ծախսերով առավելագույն շահույթ ձեռք բերելու կարողությունը:

<sup>418</sup> ԱՄՆ-ում այն համարվում է առանձին գիտություն, եվրոպական երկրներում՝ միջանկյալ գիտություն տնտեսագիտության և հոգեբանության միջև, հետխորհրդային երկրներում (այդ թվում

տնտեսագիտական, այնպես էլ հոգեբանական գիտություններում առկա տեսական դրույթները, մեթոդաբանական սկզբունքներն ու մոտեցումները, փորձարարական հետազոտությունների արդյունքները: Տնտեսագիտական հոգեբանության առանձնահատկությունն այն է, որ նրանում՝ որպես հետազոտության օբյեկտ, առանձնակի ուշադրության են արժանանում տնտեսավարող սուբյեկտների<sup>419</sup> (նույնն է թե «տնտեսական սուբյեկտների») գիտակցված կամ չգիտակցված դրդապատճառներով պայմանավորված հոգեբանական այն առանձնահատկությունները, որոնք պատճառ կարող են դառնալ մարդու կամ մարդկանց խմբերի (հանրությունների) վարքի այնպիսի դրսևորումների, որոնք պայմանավորված են սոցիալ-տնտեսական երևույթների նրա ընկալումներով: Հետազոտվում են տնտեսավարող սուբյեկտների ընկալման և գնահատման գործընթացների, մոտիվացվածության, վարքի և աշխատանքային գործունեության վրա անհատական-հոգեբանական և էթնոհոգեբանական այն գործոնների ազդեցությունները, որոնք պայմանավորում են հասարակության յուրաքանչյուր անդամի ոչ միայն հասարակական-տնտեսական կյանքին ադապտացվելու, այլև տնտեսությունը զարգացնելու և այն արդյունավետ կառավարելու խնդիրները:

Յուրաքանչյուր հասարակություն բնորոշվում է իրեն հատուկ տնտեսական վարքի կանոններով (որոնք պատմամշակութային որոշակի զարգացումների արդյունք են), հետևաբար տնտեսության կառավարման գործընթացում չեն կարող գոյություն ունենալ բոլոր հասարակությունների համար համապիտանի կանոններ անգամ այն դեպքում, երբ սոցիալ-տնտեսական հարաբերությունների մոդելը նրանցում նույնն է (օրինակ՝ շուկայական հարաբերությունների): Սա նշանակում է, որ տնտեսության զարգացման և կառավարման գործընթացներում պետք է հաշվի առնել այն, որ որևէ տնտեսավարող սուբյեկտի (լինի դա անհատ, անհատների ռեֆերենտային (վերաբերական) խումբ, հանրույթ, էթնոս, թե ազգ) վարքը պայմանավորված է ոչ միայն տվյալ պահին հասարակության ներսում գործող տնտեսական հարաբերություններով, այլև անհատական հոգեբանական և էթնոհոգեբանական առանձնահատկություններով: Չի կարելի անտեսել, որ անհատական ու խմբային ինքնագիտակցության կառուցվածքային բաղադրամաս լինելով՝ նշված առանձնահատկությունները նախադրյալ կարող են հանդիսանալ անհատական կամ էթնիկական կարծրատիպերի ձևավորման գործում, և հետևաբար՝ ազդեցություն ունենալ ողջ հասարակության կամ նրա մի մասի տնտեսական վարքի վրա:

Փաստացի տնտեսական վարքն այն է, որ տնտեսավարող սուբյեկտները դրսևորում են տնտեսական որոշումներ կայացնելիս, և որում հաշվի են առնված այն գործոններն ու հետևանքները, որ կարող են ի հայտ գալ այդ որոշումներն

---

Հայաստանի Հանրապետությունում, որտեղ այն գտնվում է դեռ սաղմնային վիճակում՝ սոցիալական հոգեբանության ճյուղ:

<sup>419</sup> Տնտեսական սուբյեկտ (economic agent) համարվում է տնտեսական ոլորտում ներգրավված ֆիզիկական կամ իրավաբանական այն անձը (լինի դա անհատ, ընտանիք, ձեռնարկատեր, ձեռնարկություն, տնտեսական որևէ միություն թե պետություն), ով կայացնում է որոշումներ, ինքնուրույն մշակում տնտեսական պլաններ և համաձայն դրանց ծավալում տնտեսական գործունեություն, ստանում արտադրական պատվերներ կամ կատարում բաշխման և սպառման ոլորտներին առնչվող հանձնարարություններ կամ հանդես է գալիս գնորդի դերում:

ընդունելու հետևանքով: Այն կարող է լինել ինչպես կոգնիտիվ (իմացական) դր-  
դապատճառներով պայմանավորված, այնպես էլ՝ իմպուլսիվ (հանկարծազ-  
դակային), ինչպես կառավարելի, այնպես էլ՝ անկառավարելի<sup>420</sup>: Տնտեսական  
վարքը, անկախ իր գիտակցական, անգիտակցական կամ ենթագիտակցական  
դրսևորումներից, ենթադրում է ոչ միայն նպատակադրում, այլև կառավարում՝  
ի դեմս համապատասխան տնտեսական պայմանների և իրացման հնարավո-  
րությունների: Մասնակիորեն կարելի է պնդել, որ կառավարման շնորհիվ տն-  
տեսական վարքը կարող է վերածվել տնտեսական գործունեության և իրենով  
պայմանավորել ոչ միայն հասարակության առանձին շերտերի կողմից սվայլ  
պահին դրսևորվող առանձնահատկությունները, այլև պետության ներսում  
միջհանրության տնտեսական հարաբերություններ ձևավորելու սկզբունքնե-  
րը, պետության տնտեսության զարգացման միտումներն ու ուղղվածությու-  
նը<sup>421</sup>: Ուստի տնտեսության կառավարումը, որպես սուբյեկտների և օբյեկտնե-  
րի համագործակցություն, կարող է արդյունավետ համարվել միայն այն դեպ-  
քում, եթե նրանում հաշվի են առնված հոգեբանական այն հնարավոր ազդեցու-  
թյունները, որ կարող են ունենալ կառավարման սկզբունքները, մոտեցումները,  
ոճերն ու ձևերը տնտեսական սուբյեկտների վարքի վրա:

Սոցիալ-տնտեսական համակարգի ցանկացած փոփոխություն առաջ է բե-  
րում նախկինում ձևավորված արժեքների, հասարակական նորմերի ու կարծ-  
րատիպերի փոփոխության անհրաժեշտություն: Որքան էլ փոփոխությունները  
թելադրված լինեն նոր սոցիալ-տնտեսական հարաբերությունների պահանջ-  
ներով, միննույն է դրանք պայմանավորվելու են հասարակությունը կազմավո-  
րող հանրային էթնոհոգեբանական առանձնահատկություններով: Հետևա-  
բար՝ տնտեսական սուբյեկտների անհատական (անձի դեպքում) և էթնոհոգե-  
բանական (խմբի, հանրային, ազգի դեպքում) առանձնահատկություններն ան-  
պայման ազդեցություն են ունենալու տնտեսության զարգացման և կառավար-  
ման գործընթացների վրա:

Յուրաքանչյուր էթնոս (հանրային), որպես բնականոն ձևով կազմավորված  
պատմական-հասարակական միավոր, իր մեջ ներառում է մարդկանց, ովքեր  
օժտված են գիտակցության և վարքի միանման կարծրատիպերով: Բնական և  
հասարակական տարբեր միջավայրերում, գոյապահպանական հիմնախնդիր-  
ներ լուծելու դրդապատճառներից ելնելով, էթնոսի յուրաքանչյուր ներկայա-  
ցուցիչ փոխանցում է այդ կարծրատիպերը սերնդեսերունդ՝ որպես էթնիկ սո-  
վորությունների, մշակույթի, աշխարհայացքի, ընդհանրական համակեցության  
անբաժանելի մաս: Նույն կերպ էլ ամեն մի ազգ<sup>422</sup> առանձնանում է իրեն բնորոշ

<sup>420</sup> Օրինակ՝ սպառողների վարքը նախատոնական օրերին, գնորդների վարքը «բրենդային» կոչված  
ապրանքատեսակներ ձեռք բերելիս, արտադրողների, ապրանք ներմուծողների կամ  
սպասարկողների վարքը մենաշնորհային կարգավիճակներում և այլն:

<sup>421</sup> Նկատի ունենք տնտեսության կառավարման այն սկզբունքները, որոնցից ելնելով՝ պետությունը  
կարող է բնութագրվել որպես «սպառող» կամ «արտադրող» պետություն:

<sup>422</sup> Հստ ժամանակակից էթնոբանական կոնցեպցիաների՝ ազգը մարդկանց համախումբ է, որն ունի  
անվանում, պատմական տարածք, ընդհանուր լեզու, որոշակի տարածքի վրա ձևավորված  
ազգային պետականություն, հասարակական ընդհանուր մշակույթ, բարոյական ու իրավական

դումինանտ առանձնահատկություններով, որոնք անբացահայտ ձևով դրսևորվում են նրա յուրաքանչյուր ներկայացուցչի տնտեսական մտածողության և վարքի մեջ: Հատկապես այն երկրներում, որտեղ նոր են անցել շուկայական տնտեսական հարաբերությունների (օրինակ՝ Հայաստանի Հանրապետությունում) էթնոհոգեբանական դումինանտ առանձնահատկությունների հետ հաշվի չնստելը կարող է հանգեցնել հասարակության որոշ շերտերի մեջ տնտեսական գործունեություն ծավալելու կարողությունների անկման, ինչն իր հերթին կարող է հոգեբանական առումով խոչընդոտել երկրում տնտեսության զարգացմանը և արդյունավետ կառավարմանը:

Անհատական վարքի մեկնաբանման հարցում դասական տնտեսագիտական տեսությունները հիմք էին ընդունում «տնտեսական մարդու» («Homo Economicus»-ի) մոդելը, համաձայն որի՝ տնտեսական սուբյեկտների վարքը ենթադրվում է բացարձակապես արդյունավետ այն առումով, որ հենվում է մաքսիմալացման սկզբունքի վրա (սպառողը ձգտում է գերազնահատել իր պահանջմունքների բավարարման խնդիրը, իսկ արտադրողը՝ առավելագույն եկամուտ ստանալու ձգտումը): Իրենց նպատակին հասնելու համար երկուսն էլ փորձում են ընտրել արդյունավետ միջոցներ: Ընտրության այդ գործընթացը, ինչ խոսք, պայմանավորված է նրանց նախասիրություններով և հասարակության (պետության) ընձեռած հնարավորություններով: Նախասիրությունները բնութագրում են նրանց սուբյեկտիվ (անհատական) պահանջմունքները, իսկ սահմանափակումները՝ օբյեկտիվ (հասարակական) հնարավորությունները: Ստացվում է, որ սահմանափակ միջոցների պարագայում տնտեսական սուբյեկտների վարքագիծը կառուցվում է արդյունավետության որոնման սուբյեկտիվ հնարավորություններից ելնելով: Քանի որ հասարակության զարգացմանը զուգընթաց մարդկանց նախասիրությունները հաստատուն չեն մնում, ուրեմն բացարձակ ռացիոնալ վարքի դրսևորում հնարավոր չէ: Այդ է պատճառը, որ տնտեսական մարդու վարքի նեոինստիտուցիոնալ մոդելի հիմքում [15]- [17] դրվում է սահմանափակ արդյունավետության սկզբունքը, որում հաշվի են առնվում նաև հասարակական նորմերը, օրենքները, մտածողության կարծրատիպերը, սովորությունները, ինչպես նաև այն հանգամանքը, որ տեղեկատվության սղության պայմաններում մարդը չի կարող բացարձակ արդյունավետ ընտրություն կատարել: Փաստորեն, այստեղ ևս տնտեսական վարքը պայմանավորված է հոգեբանական գործոններով:

Տնտեսագիտական հոգեբանության ոլորտի ռուսական դպրոցի ժամանակակից ներկայացուցիչները ևս գտնում են (Վ. Պ. Պոզնյակով, Վ. Վ. Սպասեննիկով, Օ. Ս. Պասիպանովա) [7]-[9], որ, որքան էլ տնտեսական սուբյեկտների հոգեբանական հարաբերությունները համարվեն գործընկերային հարաբերություններով կապված սուբյեկտների կողմից իրականացվող տնտեսական համագործունեության արտաքին դրսևորման զգայական պատկերացումների և

---

ընդհանրական նորմեր, դրսևորում է իր առանձնահատկություններով պայմանավորված վարք և ինքնագիտակցություն:

գնահատականների հետևանք, սեփականության ու արտադրության միջոցների տնօրինման ոլորտում տնտեսական սուբյեկտների ունեցած դիրքի սցիալ-հոգեբանական բնութագրիչներ, միևնույն է, դրանք իրենց մեջ կրելու են այդ սուբյեկտների անհատական հոգեբանական գործոններով պայմանավորված ազդեցությունները:

Ակնհայտ է, որ հասարակության ներսում տնտեսական համագործակցության արդյունավետությունը կախված է նրա կազմի մեջ մտնող հանրությունների էթնոհոգեբանական կարծրատիպերից (ավտոկարծրատիպերից<sup>423</sup> և հետերոկարծրատիպերից<sup>424</sup>): Սրանք, որպես հոգեբանական գոյացություններ, փոխկապակցված են, խմբային ինքնագիտակցություն են բնութագրում, զգալի ազդեցություն ունեն խմբի յուրաքանչյուր անդամի՝ որպես անձի ձևավորման գործընթացի վրա: Էթնոկարծրատիպերը ոչ միայն գործոն կարող են հանդիսանալ խմբային տնտեսական վարքի դրսևորումներում և միջհանրությային տնտեսական փոխհարաբերություններում, այլև կարող են ազդել ողջ հասարակության տնտեսական գործունեության վրա:

Այսպիսով՝ ընդհանրացնելով ասվածը եզրակացնենք, որ ցանկացած հասարակության ներսում իրականացվող տնտեսական քաղաքականություն պետք է հենվի հասարակությունը կազմավորող հանրությունների պատմամշակութային և էթնոհոգեբանական առանձնահատկությունների վրա: Ազգային դիրքորոշումները, որոնց հիմքում ընկած են ազգային կարծրատիպերը, ունենալով էթնոհոգեբանական նախադրյալներ, հասարակության սցիալ-տնտեսական և քաղաքական գործընթացներն ուղղորդող գործոններ են և որևէ պետության տնտեսության զարգացման հեռանկարները պլանավորելիս անհրաժեշտ է հաշվի առնել պետության ներսում բնակվող էթնոսներին ներհատուկ էթնոհոգեբանական գործոնները:

Այս համատեքստում մասնավորապես, որպես հանրությային տնտեսական սուբյեկտներ՝ դիտարկելով Հայաստանի Հանրապետության առանձին շրջանների բնակիչներին (էթնիկ միավորներին), կարելի է հետազոտել նրանց էթնոհոգեբանական առանձնահատկություններով պայմանավորված տնտեսական վարքը և փորձել բացահայտել սուբյեկտիվ և օբյեկտիվ նախադրյալներով պայմանավորված հոգեբանական այն գործոնները, որոնք ազդեցություն կարող են ունենալ մեր երկրի տնտեսության զարգացման և այն արդյունավետ կառավարելու գործընթացների վրա: Կարծում ենք, որ Հայաստանում տնտեսական նոր հարաբերությունների ձևավորման խնդիրը հնարավոր չէ լուծել՝ չհենվելով մեր էթնոհոգեբանական առանձնահատկությունների վրա, քանի որ

<sup>423</sup> Ավտոկարծրատիպերը որևէ էթնիկ հանրության ներկայացուցիչների կողմից իրենց իսկ հանրության վերաբերյալ ունեցած կարծիքները, դատողություններն ու գնահատականներն են: Բովանդակությամբ ավտոկարծրատիպերը բազմաձև ու բարդությային են այնքանով, որ գոյանում են էթնիկ յուրաքանչյուր միավորի անհատական-սուբյեկտիվ կարծիքների, դատողությունների և ինքնագնահատականների հիման վրա: Վերաբերմունքի առումով ավտոկարծրատիպերն ունեն առավել դրական ուղղվածություն:

<sup>424</sup> Հետերոկարծրատիպերը մի էթնիկ միավորի (հանրությի, ազգի, ժողովրդի) մեկ այլ միավորի նկատմամբ ունեցած գնահատողական դատողություններն են: Հետերոկարծրատիպերն առավել միասեռ են, կաղապարված, կարող են ունենալ բացասական ուղղվածություն (օրինակ՝ թուրքերի վերաբերյալ հայերիս կարծրատիպերը):



որանք՝ որպես հասարակական ընդհանրական հարաբերությունների մաս, միշտ էլ իրենց ազդեցությունն են ունենալու մեր երկրի տնտեսության զարգացման և կառավարման գործընթացների վրա:

#### ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. **Китов А. И.** Экономическая психология., М.: Экономика, 1987. – 303 с.
2. **Соколинский В. М.**, Психологические основы экономики. – М.: ЮНИТЧ, 1999. – 215 с.
3. **Дейнека О. С.** Экономическая психология: социально-политические проблемы. – Спб.: Изд-во С. - Петербург. ун-та, 1999. – 240 с.
4. **Дейнека О. С.** Экономическая психология: Учебное пособие. – СПбГУ., 2000. – 160 с.
5. Социальная психология. Учебное пособие. / Отв. Ред. А. Л Журавлев. М.: ПЕР СЭ, 2002. 351с. (Серия «Высшее психологическое образование»)
6. **Позняков В.П.** Психологические отношения субъектов экономической деятельности. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2000. -220 с.
7. **Позняков В.П.**, Экономическая психология в России 21 века. Теоретические проблемы и эмпирические исследования / Экономическая психология: Актуальные исследования и инновационные тенденции / Под общ. ред. А.Д. Карнышева. Иркутск, БГУЭП, 2009. с. 41-68.
8. **Пасьпанова О. С.** Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. // Монография.-Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циалковского, 2012.- 296 с.
9. **Спасенников В. В.**, Экономическая психология., Учебное пособие. М., Изд. ПЭПЭС, 2003, 448 с.
10. **Кураков Л. П., Кураков В. Л., Кураков А. Л.**, Экономика и право: словарь-справочник., М., Вуз и школа, 2004.
11. **Райзберг Б. А.**, Современный экономический словарь /Б. А. Ройзберг, Л.Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева.- 6-е изд., перераб. И доп.- М., ИНФРА-М, 2017, 512 с.
12. **Веригин А. Н.**, Теория психического отражения и экономическая психология, Экономическая психология в современном мире: сборник научных статей, М. 2012. с. 57-68.
13. **Крысько В. Г.**, Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений., Издательский центр «Академия», М., 2008, 320 с.
14. История экономических учений (современный этап): Учебник. Под общ. ред. А. Г. Худокормова.-М., ИНФРА-М, 2002, 733 с.
15. **Саймон Г. А.**, Методологические основания экономики // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1989-1990. - М., Наука, 1991. с. 91-109.
16. **Herbert A. Simon**, Theories of Decision-Making in Economics and Behavior Sciences. The American Economic Review, Vol. 49, № 3 (Jun. , 1959), p. 253-283.
17. **George J. Stigler**, Essays in the Histori of Economics, Universiti of Chicago Press, 1965, 391 p.

#### КАРЛЕН ВОСКАНЯՆ

Национальная академия наук РА, Международный научно-образовательный центр,  
магистр

#### ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ КАК ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОЦЕССЫ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ

Характерной чертой каждого человека, социальной группы, социума, этноса, нации как хозяйствующего субъекта является ее экономическое поведение. Оно может быть когнитивным или импульсивным, управляемым или неуправляемым. Любая форма проявления экономического поведения обусловлена психологическими факторами. В статье акцентируется тот факт, что в любом государстве развитие экономики и ее эффективное управление зависят также от индивидуальных и этнопсихологических особенностей ее хозяйствующих субъектов, так как предопределяя экономическое поведение хозяйствующих субъектов общества, они могут стать либо сопутствующими, либо препятствующими факторами для процесса управления экономикой.

**KARLEN VOSKANYAN**

International Scientific Educational Center of the National Academy of Sciences of the RA  
Department of Psychology, Master's Student

**PSYCHOLOGICAL FEATURES OF ECONOMIC SUBJECTS AS FACTORS AFFECTING THE  
PROCESSES OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND MANAGEMENT**

The characteristic feature of each person, social group, society, ethnicity, nation - as an economic subject - is its economic behavior. It can be cognitive or impulsive, guided or unguided. Any form of economic behavior manifestation is conditioned by psychological factors. The article emphasizes the fact that in any state, the development of the economy and its effective management depend on individual and ethno-psychological characteristics of its economic subjects as well, and since they predetermine the economic behavior of economic subjects of society, they can become either concomitant or hindering factors for the process of economic management.