

ные проблемы и принимать соответствующие меры для их решения. Это может включать проведение культурного обмена, языковых курсов и тренингов по адаптации, а также сотрудничество с местными партнерами и консультантами, позволяющими лучше понять местные условия и регуляции. Кроме того, важно устанавливать четкие коммуникационные процедуры, где все стороны могут ясно выражать свои ожидания и требования. Также рекомендуется активно «вкладываться» в обучение и развитие местных кадров, чтобы снизить зависимость от импорта трудовых ресурсов и способствовать развитию местной экономики и строительной отрасли.

Источники

1. *Енин, Ю. И.* Стратегия сотрудничества Беларуси и Китая на международном рынке строительных работ и услуг / Ю. И. Енин, Ц. Хуайюань // Изв. Гомельск. гос. ун-та им. Ф. Скорины. Сер.: Соц.-экон. и обществ. науки. — 2022. — № 2 (131). — С. 124–129.

2. *Злотников А. Г.* Белорусские уроки китайской миграции / А. Г. Злотников // Правовое регулирование миграционных процессов в Республике Беларусь в контексте устойчивого развития : сб. науч. ст. / ГГУ ; редкол.: И. И. Эсмантович (гл. ред.) [и др.]. — Гомель, 2017. — С. 59–67.

3. *Маханько, Л. С.* Социально-экономические аспекты деятельности иностранных строительных организаций на территории Республики Беларусь / Л. С. Маханько, Ли Чэнь // Право. Экономика. Социальное партнерство : сб. докл. междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 90-летию Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет “МИТСО”», Минск, 26 марта 2020 г. : в 2 ч. / МИТСО ; редкол.: В. В. Лосев (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2020. — Ч. 2. — С. 117–120.

4. *Калашников, А. И.* Этнические особенности корпоративной культуры в контексте организационной лояльности сотрудников / А. И. Калашников // Пед. образование в России. — 2014. — № 5. — С. 202–208.

А. В. Вашкова, К. П. Храмцова

*Научный руководитель — доцент кафедры международного бизнеса Е. Н. Дудко
БГЭУ (Минск)*

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Корпоративная социальная ответственность (КСО) по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компании участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды. В широком смысле КСО — это влияние бизнеса на общество [1].

Руководитель и сотрудники социально ориентированной компании озабочены не только тем, сколько и как заработать, но и тем, какое воздействие компания окажет на мир [2].

Различают внутреннюю и внешнюю КСО. Внутренняя социальная ответственность относится к обязательствам компании перед своими сотрудниками. К примеру, справедливая оплата труда и безопасные условия работы.

Внешняя социальная ответственность, в отличие от внутренней, относится к обязательствам компании перед обществом, включая защиту окружающей среды, соблюдение этнических стандартов и прав потребителей.

Социальная ответственность бизнеса имеет множество преимуществ как для компании, так и для общества в целом. Например, компании, которые активно внедряют принципы социальной ответственности, часто завоевывают благоприятное мнение общественности, что ведет к улучшению репутации. Также это приводит и к повышению лояльности клиентов, так как они больше ценят компании, которые заботятся о своих сотрудниках, окружающей среде и обществе в целом.

Социальная ответственность поможет привлечь талантливых сотрудников, которые ценят эти принципы. Улучшаются и отношения с партнерами и поставщиками, т.е. компании, которые активно внедряют принципы социальной ответственности, часто получают поддержку от своих партнеров и поставщиков, которые также ценят эти принципы. Все это помогает компании снизить риски, связанные с нарушением законодательства, судебными исками и негативным общественным мнением.

Не секрет, что на предприятиях с низким качеством условий труда, дискриминацией, отсутствием способов самоактуализации отмечаются не только высокая текучесть кадров, сниженная мотивация к труду, возникновение забастовок, но и не слишком высокая квалификация самого персонала, что ведет к снижению конкурентоспособности и применению санкций со стороны государства и профсоюзов [3].

Например, как показали многолетние исследования Гарвардской бизнес-школы, у социально ответственных компаний выше показатели эффективности персонала (54 % против 16 % у компаний, не использующих социальные программы), ежегодного прироста объема продаж (16 % против 8 % у компаний, не использующих социальные программы) и возврата на вложенный капитал (в среднем в 1,5–2 раза выше) [4].

В целом социальная ответственность бизнеса может предоставить множество преимуществ как для компании, так и для общества в целом. Однако это требует значительных инвестиций и усилий со стороны компании.

Источники

1. Литовченко, С. Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. — М. : Ассоц. менеджеров, 2003. — 208 с.

2. Что такое корпоративная социальная ответственность, зачем она нужна и с чего начать [Электронный ресурс] // Skillbox Media. — Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/management/chto-takoe-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-zachem-ona-nuzhna-i-s-chego-nachat/>. — Дата доступа: 25.03.2024.

3. Чудинов, О. О. Корпоративная социальная ответственность / О. О. Чудинов. — М. : КноРус, 2018. — 195 с.

4. Басова, О. Роль корпоративной социальной ответственности и этики в формировании имиджа и деловой репутации как факторов обеспечения устойчивого развития компании в условиях глобализации [Электронный ресурс] / О. Басова // Могилевский институт МВД Республики Беларусь. — Режим доступа: https://elib.institutemvd.by/jspui/bitstream/MVD_NAM/962/1/37.pdf. — Дата доступа: 25.03.2024.

М. С. Коршак

Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

РЕЛИГИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАН

Религия является одним из важных факторов воздействия на экономическую активность и возможность дальнейшего экономического развития стран. Ценности и нормы, определяющие поведение людей, формируются в значительной степени под влиянием господствующей в обществе религиозной традиции. В свое время немецкий социолог М. Вебер исследовал влияние религии на социально-экономическую среду общества и пришел к выводу, что в Германии наилучших результатов в экономическом плане достигли протестанты.

Протестантизм является экономически продуктивным, так как утверждает ценность труда, индивидуализма, рациональности. Индивидуализм формирует личную ответственность человека перед Богом, которая способствует развитию самостоятельности, созданию собственного бизнеса и в конечном итоге ведет к развитию предпринимательства. Трудолюбие и самодисциплина — залог усердной работы и стремления к успеху, что способствует развитию промышленности и торговли. Рациональность предполагает эффективное использование ресурсов, что способствует развитию научного менеджмента и более эффективных производственных процессов. Сочетание индивидуализма, трудолюбия, самодисциплины, рациональности ведет к развитию капитализма и современной экономики [1, с. 294]. Исследования показывают, что страны с доминированием протестантизма богаче других в восемь раз.

Ценности католицизма — образование, труд, воля, семейные связи — открывают для верующих возможность разбогатеть на основе собственного труда. Образование приводит к развитию человеческого капитала и социальному прогрессу. Труд формирует трудолюбивое общество и повышает производительность. Разумная воля стимулирует инновации и технологический прогресс. Семейные связи укрепляют социальную стабильность и способствуют доверию в бизнес-среде. Католические страны богаче других стран в 1,5 раза.