

4. *Флорида, Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Классика XXI», 2007. – 421 с.

<http://edoc.bseu.by>

*Леошко М. А.,*

студентка 4 курса специальности «Социология»  
специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский  
государственный экономический университет»,  
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

### **ВОВЛЕЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В УЧАСТИЕ В БИЗНЕСЕ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС**

Развитие Республики Беларусь на данном этапе связано с информатизацией и внедрением инноваций во все сферы жизни. В результате чего Беларусь должна прийти к инновационной экономике. Это предполагает повышение уровня образования работника, воспитание в нем новаторского и экономического мышления, способность к перемене профессии.

Рынок труда сегодня отличается высоким уровнем конкуренции, а потому уже не достаточно теоретических знаний, важно уметь применять эти знания на практике. Умение работать с новыми технологиями, самостоятельно принимать решения, объективно оценивать ситуацию – все это, главные требования к специалисту.

Одним из вариантов решения данной проблемы является вовлечение студентов в участие в бизнесе. Молодежь является наиболее активным слоем общества, который способен генерировать идеи и является источником инновации.

В нашей стране, на сегодняшний день, обучение студентов на базе бизнес-компаний, не является приоритетным направлением, однако, примеры такой деятельности есть. Распространенной практикой как в Республике Беларусь, так и в ряде других стран стало открытие бизнес-инкубаторов, есть и такие, которые открываются при ВУЗах. Бизнес-инкубаторы призваны поддержать бизнес на первых его этапах. Здесь предоставляется помощь в аренде площади, оказании юридических и бухгалтерских услуг, предоставлении консультации и обучении.

Для того, чтобы повысить эффективность деятельности бизнес-компаний, необходимо построить систему социального управления бизнесом с использованием социальных технологий.

Бизнес представляет собой систему, состоящую из подсистем, связанных между собой. Соответственно, бизнес как социальная организация – это группа людей, среди которых воспроизводятся социальные отношения, направленные на достижение целей.

Социальные технологии связаны прежде всего с термином «Технология». Это алгоритмизация деятельности и возможность применения этого алгоритма в последующем для решения схожих задач. Социальная технология – процедура, которая основана на научных знаниях, направленная на определенные часто повторяющиеся социальные процессы и явления для достижения определенных результатов.

Социальные технологии в бизнесе должны помочь достигнуть цели при соблюдении условий: использование принципа междисциплинарности при разработке управленческих решений; использование ситуационного сравнительного анализа; применение методов, помогающих выявить существующие и перспективные проблемы; ориентация на социальные цели; обоснование ресурсного обеспечения; оценка социальных последствий нововведений.

### Список литературы

1. Социальные технологии в системе управления малым бизнесом // Журнал «У» Управление. Экономика. Финансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: port-u.ru/monobokareva2. – Дата доступа: 26.11.2018.

2. Резник, Г. А. Студенческое предпринимательство в ВУЗе: проблемы и перспективы развития / Г. А. Резник // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 3. – С. 411–413.

3. Не разорить, а помочь: как работает бизнес-инкубатор в Минске // IPROF.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Iprof.by/news/economy/me\_razorit\_a\_pomoch\_kak\_rabotaet\_biznes-inkubator\_v\_minske.html. – Дата доступа: 26.11.2018.

<http://edoc.bseu.by>

*Лозовой Е. П.,*

студент 4 курса специальности «Социология»  
специализации «Экономическая социология», Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН**

На сегодняшний день в мире нет общепринятого определения КСО. Однако большинство исследователей дают следующее понятие: «Корпоративная социальная ответственность по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды» [1]. Феномен КСО имеет достаточно давнюю традицию, однако данное явление по-разному понимается разными заинтересованными лицами – компаниями, потребителями, акционерами, государством и др. Некоторые полагают, что если и существует какая-то ответственность, то прежде всего перед владельцами бизнеса. Другие считают вложение средств компании в социальные проекты прямым