

## ВЛИЯНИЕ РЕЛИГИИ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

**Введение.** Мы живем во времена инноваций, развития свободных рынков и мирового экономического роста. Новые государственные структуры, руководители мировых бизнесов и передовые технологии, активно участвующие в глобализации, строят деловые связи и определяют стандарты деловых коммуникаций в мире. Все больше культур и цивилизаций начинают взаимодействовать друг с другом, объединяясь в единую систему общения. Однако, при построении универсальной модели делового общения каждая культура придерживается своей особенной философии восприятия жизни, которое обычно формируется религией. В данной статье мы рассмотрим религию как фактор макросреды бизнеса, её воздействия и особенности проявления.

**Основная часть.** Религия представляет собой систематический набор верований, влияющих на поведение человека и общества. Люди принимают убеждения этой системы как образ жизни. Религия оказывает значительное влияние на покупательское поведение людей [1]. Для предпринимателей религия может играть существенную роль в формировании их отношения к бизнесу, принятия решений и общей жизненной философии.

Одним из наиболее очевидных способов воздействия религии на предпринимателей являются ценности и убеждения. Они подчеркивают важность честности, неподкупности и социальной ответственности. Эти ценности могут определять то, как предприниматели ведут свой бизнес и принимают решения.

Религия также может дать предпринимателям ощущение цели и смысла, выходящих за рамки их деловых начинаний. Многие религиозные верования подчеркивают важность служения другим и оказания позитивного влияния на мир. Для предпринимателей, придерживающихся этих убеждений, их бизнес может стать средством выполнения их религиозных обязательств путем создания рабочих мест, внесения вклада в экономику и изменения жизни в своих сообществах [2].

Предпринимателям важно понимать влияние религии на культуру потребления на рынках, где они работают, чтобы их деятельность могла быть надлежащим образом чувствительной. Неуважение к религиозным убеждениям или культуре может серьезно подорвать репутацию компании или бренда. В то же время, понимание влияния религии на местную культуру, может дать большое конкурентное преимущество бизнесу.

Религиозные люди больше доверяют другим, правительству и правовой системе, менее склонны нарушать закон и с большей вероятностью верят в то, что результаты работы рынков справедливы. Разные религии по-разному влияют на отношение людей. Одним из примеров является отношение к частной собственности. Правоверные католики поддерживают частную собственность в два раза больше, чем протестанты, в то время как мусульмане и индуисты, как правило, решительно выступают против конкуренции. Христианские религии более позитивно ассоциируются с установками, способствующими экономическому росту, в то время как религиозные мусульмане оказались наиболее антирыночно настроенными [1]. В странах с мусульманским большинством, есть высокие религиозные ограничения, которые отпугивают молодых предпринимателей и позволяют конкурентам сослаться на религиозные законы для нападок на своих соперников.

Религия играет важную роль во многих странах. В отдельных странах, например таких, как Иран и Ливан, она является доминирующим фактором при принятии решений в сфере политики, бизнеса и образования. Если в отдельных странах преобладает одна и та же религия, то это может быть основой для сходства национальных культур. Поэтому, анализируя культурную среду отдельных стран, следует учитывать, какие религии получили в них распространение и какой из них отдается предпочтение. Основными религиями считаются:

- христианство, наиболее распространенное в Европе и Америке. Последнее время его популярность возрастает в Африке;
- ислам, исповедуемый в Африке, Индонезии, Иране, Пакистане, Алжире и других арабских странах и странах Средиземноморья;
- индуизм, наиболее распространенный в Индии;
- буддизм, исповедуемый в Центральной и Юго-Восточной Азии, Китае и Японии;
- конфуцианство, распространенное в основном в Китае, Корее и Японии.

Религия оказывает наиболее значительное влияние на производство, начиная с закупки сырья, заканчивая производственным процессом, контролем качества, упаковкой, хранением, транспортировкой

в распределительные центры и конечным потребителям. С другой стороны, компания должна удовлетворять потребности потребителей с помощью маркетинговых исследований. Однако отношение потребителей — это именно те группы потребителей, чья религия определяет образ жизни, наиболее подверженные маркетинговым ошибкам. Из-за таких ошибок не исключено, что продукт может быть бойкотирован или даже потерян на рынке.

Наличие различных религий определяет существование религиозных субкультур. Последние оказывают самое непосредственное влияние на реализацию международной деятельности, и это находит свое выражение в необходимости учитывать:

- наличие различных религиозных праздников, определяющих особые условия поведения отдельных людей, возможное потребление ими отдельных товаров;
- структуру потребления отдельных товаров, соответствующую религиозным требованиям, например, в индуизме коровы считаются священными, и люди воздерживаются от употребления говядины, а соблюдающие иудаизм и мусульмане считают свинину нечистой и употребляют только кошерное или халяльное мясо соответственно, многие религии отказываются от алкоголя;
- наличие религиозных ритуалов;
- различную роль женщины в обществе в соответствии с религиозными верованиями. В частности, женщины Ближнего Востока ограничены в своих возможностях как работники и как потребители отдельных товаров.

Важно отметить, что религия может создавать проблемы для предпринимателей. Например, некоторые религиозные убеждения могут препятствовать или запрещать определенные методы ведения бизнеса, такие как работа в определенные дни недели или работа с определенными типами продуктов или услуг. Религиозные убеждения могут вызывать повышенную чувствительность к откровенным изображениям или материалам сексуального характера. Убеждения, связанные с символикой различных цветов, могут вызывать либо предпочтение, либо неприятие определенных продуктов. Предпринимателям потребуется разобраться в конфликтах между их убеждениями и бизнес-целями для эффективной деятельности.

**Заключение.** Религия может играть значительную роль в жизни предпринимателей, формируя их ценности, убеждения и общий подход к бизнесу и жизни. В то время как религия может предложить множество преимуществ, таких как ощущение целеустремленности, общности и поддержки, предприниматели также должны осознавать потенциальные конфликты между их убеждениями и бизнес-целями. Справляясь с этими вызовами и используя преимущества своих религиозных убеждений, предприниматели могут создавать успешные предприятия, которые соответствуют их ценностям и оказывают положительное влияние на мир.

Компании должны прилагать огромные усилия, чтобы лучше узнать каждый рынок, на котором они работают, чтобы иметь возможность предлагать соответствующие продукты, а также использовать соответствующие методы маркетинга, в основе которых лежит рыночная культура. В каждой из пяти основных мировых религий существуют различные практики, которые требуют от международных компаний копаться глубже, чтобы понять, как это влияет на их бизнес-среду. В общем[1] говоря, чем более консервативным или наблюдательным является сообщество, тем больше на их покупательские привычки будет влиять их религия.

#### Список цитируемых источников

1. Impact of Religion on Business & Economics [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://study.com/academy/lesson/impact-of-religion-on-business-economics.html>. — Дата доступа: 02.09.2023.
2. Three Ways Religion Can Influence Entrepreneurial Success [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://humancapitalinternational.org/articles/three-ways-religion-can-influence-entrepreneurial-success/>. — Дата доступа: 02.09.2023.

УДК 657

**Е. В. Трофимчик**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

*Научный руководитель  
И. А. Хитрова*

## **БУХГАЛТЕР-АНАЛИТИК: АКТУАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИИ**

**Введение.** В современном мире профессия бухгалтера-аналитика занимает важное место в деятельности хозяйствующего субъекта. Роль бухгалтера-аналитика состоит в принятии оперативных и тактических решений по управлению хозяйствующим субъектом, так как в условиях постоянно меняющейся рыночной конъюнктуры и развивающейся конкуренции товаропроизводителей необходима своевременная, достоверная и аналитическая информация.