

Секция «31.10 Социология религии и культуры: ценности, смыслы, идентичности»

**Особенности влияния религиозных верований на управленческие решения
представителей российского бизнеса**

Научный руководитель – Фомин Егор Васильевич

Андреева Таисья Вячеславовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: tasya9246@gmail.com

В современной российской действительности при повышенной конкуренции, равном доступе к технологиям, ключевым фактором успеха компании в достижении целей и удержании конкурентоспособности становится качество управленческих решений. Процесс их принятия формируется не только из рациональных паттернов действий, которые основываются на специфике компании, внешних факторах, например, законодательстве, рыночных условиях и конкурентной среде, внутренних факторах, вроде финансовых, трудовых и технологических ресурсах, организационной структуре, корпоративной культуре, но и из качеств, присущих личности самого предпринимателя.

Личностные и ситуационные факторы могут считаться определяющими при принятии решений [1]. В свою очередь, личность предпринимателя представляет из себя ценностно-нормативную систему, одним из элементов которой могут быть религиозные верования. Более того, в современной реальности конкурентоспособность компании все в большей степени определяется не только технологиями и ресурсами, но и «мягкими» факторами: эмоциональным интеллектом, системой ценностей. Прослеживается ориентация управления на личность индивида в организации, на социальную и гуманистическую составляющую.

Кроме того, в частности по итогам 2024 года объем торгов акциями, входящими в индекс исламских инвестиций на МосБирже, превысил 5 трлн рублей, что демонстрирует особенность этической и религиозной регламентации деловых практик [2]. Исследователи также фиксируют корреляцию между конфессиональной принадлежностью и инвестиционным поведением. Однако вопрос о том, как именно религиозные убеждения влияют на повседневные и стратегические решения российских предпринимателей, остается недостаточно изученным.

Теоретическим фундаментом исследования послужили классические социологические концепции, установившие связь между религиозной этикой и хозяйственной деятельностью (М. Вебер и В. Зомбарт), их критика (Д. Аджемоглу) и более современные мнения (П. Бергер). В процессе изучения были рассмотрены особенности ведения предпринимательской деятельности в разных, в том числе мировых религиях. Религиозные верования рассматриваются как элемент ценностно-нормативной системы личности (исходя из концепции Э. Дюркгейма), выполняющий функции внутреннего регулятора, установления границ допустимого и придания смысла деятельности.

Эмпирическим объектом исследования были выбраны российские предприниматели в цифровой сфере бизнеса, ведущие публичную деятельность. Был проведен анализ публичных выступлений, интервью, в том числе биографических на наличие нарративов, связанных с ролью веры в их деятельности.

Рассмотрение собранных материалов позволило сформулировать ряд выводов о механизмах влияния религиозных верований на управленческие решения. Дальнейшая работа будет направлена на уточнение и типологизацию стратегий принятия решений в зависимости от конфессиональной принадлежности. Полученные выводы могут быть значимы как

для развития социологии управления и экономической социологии, так и для практики бизнес-образования и консультирования.

Источники и литература

- 1) Иванов С. Н., Кузьменко С. А., Харьковский А. В. Подходы к принятию управленческих решений и их классификация // ГИАБ. 2007. №3. С. 185-198.
- 2) Почему халяльные инвестиции — это не только про религию [Электронный ресурс]: РБК // Электрон. дан. — 2025. — 25 окт. - Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/Xjpj8uYDSh/pochemu-halyalnyie-investitsii--eto-ne-tolko-pro-religiyu/> (дата обращения: 25.02.2026).