

Влияние религиозных ценностей на развитие национальной экономики

*Мануилова Е. А., студ. I к. БГУ,
науч. рук. преп. Петрашевская А. В.*

В последние десятилетия в мировом сообществе возрос интерес к эмпирическим, а также теоретическим исследованиям взаимосвязи между религией и экономическим развитием. По большей части эти исследования игнорируют богословские различия, вместо этого сосредотачиваясь на поведенческих различиях, связанных с разными религиозными идентичностями. Причинно-следственная связь в некоторых исследованиях анализирует влияние религиозной идентичности на различные виды экономической деятельности. Гипотеза секуляризации коррелирует макроэкономические показатели экономического развития с религиозностью. Ярким примером такой теоретической гипотезы стала концепция, предложенная Э. Дюркгеймом в начале XX в. Основная мысль данной теории заключается в том, что на первом этапе религия посредством верующего человека помогает в построении хозяйственной системы государства, а после достижения определенного уровня развития ее влияние ослабевает. Государственные и общественные институты заменяют функции религиозных организаций, тем самым снижая влияние религиозных догм и сокращая число верующего населения. В противовес данной гипотезы М. Вебер выдвигает свою концепцию, где одной из причин экономического развития страны выступает низкая религиозность общества, а следствием является экономический рост [1].

Для подтверждения одной из этих гипотез Международный исследовательский центр Gallup провел опрос в 143 странах мира, коррелируя показатель численности религиозного населения с макроэкономическим показателем – ВВП на душу населения. Данное исследование подтвердило тот факт, что чем богаче страна, тем меньше доля религиозного населения. В странах с низким доходом примерная доля религиозного населения равна 95%. В таких странах, как Великобритания, Япония, Китай, верующих меньше почти в три раза (их численность равна 24–27%). Однако зависимость между количеством верующих и уровнем развития страны видна не всегда. Например, США является страной, в которой количество верующих составляет более 65%, несмотря на это, она обладает одной из крупнейших экономик. И напротив, Россия, в которой ВВП на душу населения – около 11000\$, процент верующего населения равен 35% [2]. Рассматривая тенденции развития религиозной практики в США, необходимо отметить тот факт, что она является действенным катализатором социально-экономического роста. В Соединенных Штатах религиозные организации приносят значительный экономический доход, обеспечивают значительный социальный капитал

через свои гражданские и социальные сети и способствуют росту человеческого капитала своих граждан. Согласно оценке 2019 г., религиозные организации в США имели больший доход, чем Apple и Microsoft вместе взятые [3]. Однако по мере роста враждебности правительства к организованной религии одновременно уменьшилась религиозная принадлежность. Этот упадок религиозной практики будет иметь серьезные негативные последствия для экономической системы США.

Таким образом, рассмотрев две гипотезы, следует отметить, что каждая из них в той или иной мере имеет право на существование и эффект религии нельзя исключать из факторов, влияющих на социально-экономическое развитие стран в мировой экономике.

Литература

1. Гараджа, В. И. Религия и общество: хрестоматия по социологии религии / В. И. Гараджа, Е. Д. Руткевич. – Москва : Аспект Пресс, 1996. – 778 с.
2. Мунчаева, Ш. В. Религия. История и современность / Ш. В. Мунчаева. – Москва : Культура и спорт, 1998. – 264 с.
3. Equal Participation of Faith-Based Organizations in DHS's Programs and Activities [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.regulations.gov/document/DHS-2019-0049-0001>. – Date of access: 10.04.2022

Влияние цифровых технологий на индустрию туризма

*Мясникова А. А., студ. III к.,
науч. рук. Головенчик Г. Г., канд. экон. наук, доц.*

Цифровые технологии массово меняют социально-экономическую и культурную среду, особенно в индустрии путешествий и туризма. Цифровая революция в последние два десятилетия полностью изменила бизнес-модель этой отрасли. Прошли те времена, когда людям приходилось ходить в туристические агентства и часами стоять в длинных очередях, чтобы забронировать билеты в бумажном виде, а потом с ними тратить около 90 минут на регистрацию в авиакомпании. Развитие и массовое распространение интернета и разработка программного обеспечения для путешествий устранило географические барьеры, позволив компаниям обращаться к своим клиентам – где бы те ни находились – напрямую через информационные сети в режиме реального времени. Подробнее рассмотрим картину новой туристической отрасли, улучшенной благодаря цифровым технологиям.

Одним из наиболее значимых результатов процесса цифровой трансформации является предложение более доступных туристических услуг в удобном и доступном формате.