

Влияние этнического фактора на формирование российской системы предпринимательства: основные аспекты

© 2010 Г.М. Аветов

Московская финансово-промышленная академия

E-mail: OET2004@yandex.ru

Данная статья посвящена изучению предпринимательства в контексте выделения факторов, оказывавших основное воздействие на развитие данного института на территории России. Рассматривается история предпринимательства, и делается обзор научных подходов к его изучению в современной России.

Ключевые слова: система предпринимательства, этнический фактор, культура, национальные отношения, экономика, история предпринимательства, факторы развития предпринимательства.

Формирование системы предпринимательства в мировых культурно-исторических общностях имеет ключевое значение для понимания современных экономических процессов. Обусловлено это рядом основных причин, главные из которых выражаются в следующих положениях.

Во-первых, предпринимательство как феномен - это важный институт общественного устройства, созданный для реализации творческих способностей и потенциала отдельных граждан.

Во-вторых, предпринимательство является ключевым фактором развития конкретного общества и государства, в первую очередь, с точки зрения его экономического потенциала и конкурентоспособности на международной арене.

В-третьих, предпринимательство, как и любой феномен, созданный на основании культурно-исторического сожития носителей определенных ценностно-мировоззренческих установок, вбирает в себя особенности и специфику того общества, в рамках которого оно развивается.

В контексте данной работы последнее положение представляется особенно значимым, так как, по нашему мнению, культура конкретного общества является ключевым фактором при формировании особенностей предпринимательства в государстве. Данное мнение является достаточно распространенным среди ученых и исследователей. Так, уже в середине XX в. роль культурных и этнических факторов в формировании системы предпринимательства была признана высокой. Американский экономист Дуглас Норт в 70-е гг. XX в. о значимости конкретных культурно-исторических особенностей в процессе деятельности человека пишет следующее: "...формальные правила можно изменить за одну ночь путем принятия политических и юридических решений, неформальные ограничения, воплощенные в обычаях, традициях и кодексах поведения, гораздо менее восприимчивы к сознатель-

ным человеческим усилиям. Эти культурные ограничения не только связывают прошлое с настоящим и будущим, но и дают нам ключ к пониманию путей исторического развития"¹. Справедливость этого утверждения видна на примере того, как трудно победить такие укоренившиеся в российском обществе недуги, как взяточничество, безответственность, социальная пассивность.

Следует подчеркнуть, что культура общества и специфика конкретной этнической группы являются крайне важными факторами в любой деятельности человека, начиная от решения повседневных вопросов и заканчивая профессиональной и экономической деятельностью. Безусловно, проявление этого влияния возможно в самых различных хозяйственных вопросах, и в том числе в предпринимательстве. Оно может выражаться в стиле ведения бизнеса, выборе сферы применения предпринимательских способностей, определении ключевых партнеров и контрагентов, налаживании экономических и хозяйственных связей, выборе целевой аудитории потребителей товаров и услуг.

Мониторинг и анализ научных работ, анализирующих вопросы предпринимательства, свидетельствуют, что тема влияния этнокультурного фактора на развитие данной сферы хозяйственной деятельности изучена не полностью. Диссертационные исследования последних десятилетий преимущественно анализируют финансовую составляющую предпринимательства и его специфику в контексте экономических процессов в современной России, хотя, безусловно, существуют попытки исследования предпринимательства в контексте влияния этнокультурного компонента и человеческого фактора на этот институт. В частности, М.А. Бабаева в работе "Влияние социально-экономических и этнокультурных факторов на развитие предприниматель-

ской деятельности” пишет следующее: “...аргументом в пользу изучения этнокультурных факторов является научно проверенный и подтвержденный факт, что активность предпринимателей не укладывается в рамки экономических моделей, ориентирующих лишь на максимизацию прибыли, извлечение выгоды.

Исследования зарубежных авторов показывают, что субъект экономической деятельности не всегда руководствуется критериями экономической целесообразности, а в большинстве случаев оценка производится суждениями морально-этического порядка. Иными словами, рациональная основа деятельности не заменяет собой всю палитру человеческой деятельности”².

Данные слова были приведены в работе 1993 г., когда изучение предпринимательства в России только начиналось, а вопрос о влиянии этнокультурного компонента на экономическую активность человека только ставился в отечественной науке.

В целом, следует признать, что наибольший исследовательский интерес к проблеме предпринимательства наблюдался в начале - середине 90-х гг. XX в., когда эта тема была особенно актуальной для общественного дискурса. Однако за неимением как самого сформировавшегося феномена предпринимательской деятельности, так и научных школ по его изучению в нашей стране большинство таких работ представляли собой “мечты энтузиастов” (всячески превозносилась полезность предпринимательства, его благотворное влияние на развитие экономики и гражданского общества). В чем-то это напоминало стиль коммунистической пропаганды первых лет советской власти.

Одним словом, у научного сообщества было много иллюзий и мало практического понимания сущности реальных проблем и специфики перспектив развития предпринимательства в России. После удовлетворения первичного интереса к исследованию предпринимательства как нового для современной России явления исследования в этой области стали более подробными и прикладными, исследующими конкретные сферы предпринимательской активности.

Вторая волна острого научного интереса к исследованию предпринимательства наблюдается в начале 2000-х гг. При этом интересы исследователей сместились в область анализа влияния предпринимательства и, в частности, малого предпринимательства, на развитие конкретного региона (в ряде случаев в контексте исследования и обоснования государственных программ поддержки малого бизнеса). Популярным стало изучение конкретных экономических показателей

развития субъекта РФ и роли, которую играют предприниматели при формировании экономического благополучия территории.

В современной науке рассмотрению вопроса о влиянии этнокультурного фактора внимание уделяется достаточно редко. В основном его рассмотрение выступает в качестве фона для изучения другой, более важной, по мнению автора, темы, например экономического развития конкретного региона.

Приведенные выше факторы объясняют особую актуальность и целесообразность изучения предпринимательства как раз с точки зрения влияния этнокультурного компонента. До сих пор четко не дан ответ на вопрос о роли, которую сыграли конкретные исторические, этнические, национальные условия в процессе формирования систем предпринимательства, хотя определенные шаги в этом направлении были сделаны. В частности, В.А. Гельман о значимости этнокультурного компонента в контексте формирования системы предпринимательства пишет следующее: “В каждой культуре можно найти установки на активное отношение к миру, деятельность, хозяйственное развитие, накопление богатства, но они по-разному встраиваются в общую систему ценностных ориентаций, а значит и в структуру культуры”³.

Этнический фактор нельзя рассматривать в отрыве от религиозно-мировоззренческих систем, распространенных в конкретной исторической общности. Тот же Гельман отмечает: “Нет религий, которые бы отвлекали человека от трудовой активности, экономической деятельности, ибо нет религий, лишенных здравого смысла, в которых бы полностью отсутствовал земной, практический, рациональный элемент. Есть лишь религии, в которых этот элемент проявляется яснее и отчетливее”⁴. При этом этничность, как и религия, влияет на предпринимательство, в первую очередь, путем формирования определенной этики и правил поведения, поощряемых в той или иной социальной среде, тем самым способствуя или препятствуя развитию предпринимательства, создавая особо благоприятные условия либо замедляя данные процессы. Применительно к России вопрос ставится несколько иначе: в связи с многонациональностью нашего государства необходимо комплексное изучение того, как происходит взаимное преломление ценностей разных народов.

По нашему глубокому убеждению, современную систему российского предпринимательства нельзя изучать исключительно как явление новейшей истории. По данным авторитетных российских ученых, “история отечественного пред-

принимательства насчитывает более тысячелетия, уходя корнями в предгосударственный и раннегосударственный периоды развития России. Становление его шло параллельно со становлением древнерусской государственности и во многом было обусловлено этим процессом. Немалую роль в становлении предпринимательства сыграло и приобщение Руси к христианскому миру, означавшее вхождение в европейскую цивилизацию на правах полноправного члена⁵.

Действительно, традиции и специфика российской предпринимательства формировались под воздействием многих факторов, таких как:

- особое географическое положение между разными цивилизациями и культурами;
- сложный этнический состав, по мере расширения территории государства вбиравший в себя местный этнокультурный компонент, не уничтожая и не поработав его;
- особая роль государства, являвшегося активным участником экономической жизни;
- ценностная аксиоматика религиозных систем, наиболее распространенных на территории России (православие и ислам).

Далее более подробно рассмотрим каждый из факторов, перечисленных выше.

1. Географическое положение

Выдающийся ученый-историк профессор В. Ключевский, характеризуя основные факторы, влияющие на генетику российского социума, подразделял их на географический, исторический и психологический. Говоря о географическом факторе, ученый подчеркивал следующее: «Две особенности отличают Европу от других частей света и от Азии преимущественно: 1) разнообразие форм поверхности, 2) чрезвычайно извилистое очертание морских берегов. Нигде горные хребты плоскогорья и равнины не сменяют друг друга так часто, на таких сравнительно незначительных пространствах как в Европе. (...) Европейская Россия не разделяет этих выгодных природных условий Европы или, точнее, разделяет их в одинаковой степени с Азией⁶.

Такие, на первый взгляд, далекие от экономики обстоятельства оказали непосредственное влияние на развитие института предпринимательства в России. Каким образом это происходило?

Географическое многообразие Европы, с одной стороны, способствовало развитию осознания национальной идентичности у численно небольших этнических групп, впоследствии приведшего к созданию многими из них собственной государственности. С другой стороны, высокая плотность населения и относительно не-

большое количество свободных земель в Европе способствовали развитию конкуренции и стремления к накоплению капитала, бережного отношения к имеющимся ресурсам, так как не было возможности уйти на свободные, незанятые территории.

В России, напротив, было много свободной территории, примерно равной по потенциалу извлечения прибыли, поэтому ассимиляция славян с коренными угро-финскими племенами прошла мирно. В дальнейшем мирная интеграция народов была характерна для освоения всех новых территорий.

Вследствие разбросанности населения на большой территории в нашей стране изначально сложились неблагоприятные условия для внутренней торговли, которая была преимущественно ориентирована на экспорт.

Внутренняя конкуренция в обществе также находилась на низком уровне: каждый, желавший «лучшей доли», мог попытаться счастья на новом месте, не вступая в открытый конфликт с окружением (в качестве примера можно привести массовое бегство крестьян от помещиков на Дон и в Сибирь).

Таким образом, во многом за счет географических обстоятельств роль «героического» типа предпринимательства, «капиталистического авантюризма» (В. Зомбарт), характерного для первой стадии развития капиталистических отношений в Европе, в российских условиях была заметно снижена, что оказало влияние на развитие системы экономических отношений в дальнейшем.

2. Этнический состав

Известный русский философ Л. Гумилев определял этнос как «коллектив людей, который противопоставляет себя всем другим коллективам, исходя не из сознательного расчета, а из чувства комплиментарности, то есть подсознательного ощущения взаимной симпатии и общности людей, определяющей противопоставление: «мы - они»⁷.

Этнический фактор явился одним из самых главных при формировании условий развития отечественного предпринимательства. Изначально Киевская, а затем и Северо-Восточная Русь формировались как государственные образования, созданные на основе участия и проникновения влияния разных этнических культур и народностей. Учитывая тот факт, что Русские земли изначально находились на транзитном положении между крупными цивилизациями на торговых путях («Из варяг в греки», «Из варяг в персы»), культура предпринимательства была изначально привнесена извне. При этом в Древнерусском

государстве активно развивалась торговля между отдельными княжествами и землями, а также с внешними субъектами (например, торговля с половцами).

Далее в процессе развития государственности, объединения земель вокруг Москвы контакты с представителями других народов не ослабевали, о чем подробно написано в исторической литературе. В контексте нашего исследования необходимо подчеркнуть, что на протяжении всей истории Россия пережила несколько крупных этапов увеличения собственной территории и включения в свой состав представителей самых разных народов, постепенно встраивавшихся в единый экономический процесс. Соответственно, влияние этнических культур на государственную, социальную, политическую и экономическую сферы было крайне велико. В этой связи предпринимательство в России как институт также аккумулировало в себе специфические традиции народов и культур, которые ранее были достоянием лишь одного этноса.

В целом, необходимо подчеркнуть, что русский народ на протяжении своей истории выступал в качестве модератора культурного обмена и взаимопроникновения традиций, за счет экстерриториальной экономико-хозяйственной деятельности и мобильности, перенося их на очень протяженные территории. Этническое разнообразие России обуславливало формирование особенной российской системы предпринимательства, основанной на взаимопроникновении традиций, культур и сформировавшихся правил поведения. Вероятно, в этом также кроется и успешность продвижения государства на Восток путем практически добровольного присоединения земель, так как русские обладали опытом межэтнического взаимодействия и мирной ассимиляции.

3. Роль государства

Важнейшей специфической чертой России следует признать особую роль государства и государственной собственности в становлении экономики и предпринимательства. Государственное регулирование и господдержка отдельных отраслей экономики (добывающая, обрабатывающая промышленность и т.д.) и их ведущих предприятий носили постоянный, целенаправленный, системный характер. Это оказывало большое влияние на развитие производственной и социальной инфраструктуры, основных общественных институтов, экономики в целом и ее отдельных сфер.

Роль государства в России всегда была особенной и касалась практически всех сфер жизни

общества, начиная от регулирования деятельности отдельных институтов и заканчивая вмешательством в личную жизнь рядового гражданина. Такая многовековая политика, трансформировавшаяся в традицию государственного управления, привела к тому, что для значительной части населения России характерно доминирование патерналистских настроений, завышенные социальные ожидания и отсутствие частной инициативы, что, безусловно, не способствует массовому развитию бизнеса и предпринимательства.

Важным обстоятельством, оказывающим влияние на развитие национальной системы предпринимательства, является то, что исторически группа людей, способная заниматься самостоятельной экономической деятельностью, была крайне малочисленна из-за крепостного права, а оставшиеся "свободные" слои лично свободного населения были относительно невелики по своей численности. Лишь в XIX в. (после 1861 г.) наблюдается развитие предпринимательской активности среди крестьянства, но и эти примеры были единичными.

Кроме того, политика государства по отношению к предпринимательству на протяжении истории носила неоднозначный характер как в плане законодательного регулирования, так и применительно к развитию экономической активности отдельных территорий России. Наличие крупных торговых путей, портов, ярмарок, а позднее железнодорожных узлов, а также полезных ископаемых и ресурсов обуславливало развитие предпринимательства именно на более инфраструктурно развитых территориях, при этом в глубь России данный способ занятости населения проникал с трудом, так как не было для этого процесса объективных условий. Следует учитывать, что государство не было заинтересовано в появлении класса крупных предпринимателей - собственников капитала, предпочитая значительную часть функций, в том числе и в сфере торговли, брать на себя.

4. Ценностная аксиоматика основных религий

Религии, традиционно имеющие в России наибольшее число приверженцев, - православие и ислам - в своих учениях делают основной акцент на приоритете коллективных интересов перед индивидуальными, что не могло не сказаться на развитии системы предпринимательства.

Православные мыслители на первое место в предпринимательстве ставили христианскую любовь, духовность, осознание высшего предназначения человека. Данная религиозная система

выработала свой собственной эталон хозяйствования, изначально исходящий из нравственных критериев: отказ от извлечения прибыли “любой ценой”, милосердие, благотворительность. В отличие от протестантизма, для православия успех бизнес-проекта еще не является доказательством его богоугодности.

Что касается ислама, то в данной религии труд на благо самого себя, семьи и общества возводится в ранг нравственного долга. На Востоке индивидуальное предпринимательство традиционно занимало гораздо более слабые позиции, чем различные коммерческие объединения. Исламская мораль осуждает те сделки, в основе которых лежит чрезмерный риск. При этом одним из самых больших грехов считается грех стяжательства или получения чрезмерной прибыли.

Таким образом, наиболее распространенные в России религиозные доктрины также не способствовали развитию предпринимательства западного образца, хотя и не осуждали предпринимательскую деятельность как таковую.

В заключение необходимо еще раз ответить на вопрос: “Зачем необходимо углубленное изучение генезиса системы предпринимательства в России, в том числе путем оценки влияния этнического фактора?” В первую очередь, для того, чтобы избежать многих проблем в настоящем. Без объективного представления об этническом

лице предпринимательства в России невозможна компетентная разработка программ и планов, направленных на развитие частного предпринимательства, поддержка предпринимателей и стимулирование предпринимательских инициатив.

В данной статье намечены лишь общие подходы к рассмотрению проблемы, что подчеркивает необходимость продолжения исследования в обозначенной сфере.

¹ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., 1997. С. 21.

² Бабаева М.А. Влияние социально-экономических и этнокультурных факторов на развитие предпринимательской деятельности (на примере конкретного социологического исследования развития предпринимательства в Туркменистане): дис. ... канд. экон. наук. СПб., 1993. С.10.

³ Гельман В.А. Социокультурные факторы развития предпринимательской деятельности в трансформирующемся российском обществе: на материалах Республики Бурятия: дис. ... канд. социолог. наук. Улан-Удэ, 2005. С. 54.

⁴ Там же.

⁵ Гуляева В.В. Развитие предпринимательства в Древнерусском государстве. Владимир, 2000. С. 21.

⁶ Ключевский В.О. Краткое пособие по русской истории. Репринт. изд. М., 1992. С. 3.

⁷ Гумилев Л. От Руси к России: очерки об этнической истории. М., 1992.

Поступила в редакцию 06.10.2010 г.