

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СПОСОБНОСТИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОЗИЦИЙ ДИСКУРСИВНОЙ ЭТНОЭКОНОМИКИ

БЕЛОКРЫЛОВА ОЛЬГА СПИРИДОНОВНА,

*Заслуженный деятель науки РФ,
доктор экономических наук, профессор,
Южный федеральный университет,
e-mail: belokrylova@mail.ru*

БИЖОЕВ БЕТАЛ МУРАТОВИЧ,

*бакалавр экономики,
Южный федеральный университет,
e-mail: bizhoeffetal@mail.ru*

В статье проведен сравнительный анализ экономического поведения русского и кавказского этносов. Оценены особенности формирования предпринимательских способностей этноса посредством историко-генетического анализа влияния различных факторов. Проанализированы результаты интервьюирования акторов (представителей кавказского и русского этносов), позволившие обозначить основные дискурсивные транскрипты.

Ключевые слова: этнос; предпринимательские способности; дискурсивные транскрипты.

A comparative analysis of economic behavior of Russian and Caucasian ethnos is carried out in this article. Particular formation qualities of entrepreneurial ethnic skills through historical-genetic analysis of various factors influence are appreciated. The interview results with actors (representatives of Russian and Caucasian ethnic groups), which allow to find out the main discursive transcripts, are analyzed.

Keywords: ethnos; entrepreneurial skills; discursive transcripts.

Коды классификатора JEL: D01, L26, R10.

Как известно, представители разных наций характеризуются различным уровнем развития предпринимательских способностей. Это требует теоретического анализа причин такой дифференциации и оценки ее влияния на экономическую динамику и экономическое поведение индивидов. Для осуществления сравнительного анализа таких способностей нами выделен *tertium comparationis* (лат. — третий член сравнения) — то, в чем совпадают сравниваемые вещи. В рамках исследования предпринимательских способностей таким третьим членом (платформой) сравнения является единое экономическое пространство, на котором два абстрактно выделяемых этноса проживают, осуществляя предпринимательскую деятельность. Исходным пунктом исследования является определение этноса (*ethnos* — с греч. — народ) Л.Н. Гумилева, который, анализируя различные

состояния человечества, определял его как «коллектив людей, которые противопоставляют себя всем другим таким же коллективам, исходя не из сознательного расчета, а из чувства комплиментарности — подсознательного ощущения взаимной симпатии и общности людей, определяющего противопоставление «мы — они» и деление на «своих» и «чужих» (Гумилев 1992, 4). Исходя из региональных особенностей Юга России, выделим два объекта изучения: русский (проживающий на центральной части России) и кавказский этнос (проживающий на юге России и Кавказе). Несмотря на существенную условность выбора фокус-групп для сравнения, возможно деление этих этносов на более детальные составляющие. Но в реальной экономике южных регионов России эти выделенные группы этносов являются субъектами комплиментарности.

Методология исследования, осуществляемого сквозь призму позитивной экономической теории, предполагает изучение результирующих действий совокупности ее участников (акторов), т.е. используется современный подход дискурсивной экономики¹. Это обуславливает конкретизацию цели исследования: исходя из гипотезы о различиях способностей к предпринимательству у разных этносов, проживающих в одной стране, выявить их проявления, идентифицировать причины и факторы этой дифференциации. Для достижения поставленной цели на основе системного дискурсивного доказательства выдвигаемой гипотезы необходима структуризация этого сложного, но четко тестируемого в России социально-экономического явления.

Прежде всего, выделяются сложившиеся в экономической науке парадигмы, которые, по нашему мнению, тормозят развитие этноэкономических исследований предпринимательства. «До сих пор четко не дан ответ на вопрос о *роли* (выделено автором), которую сыграли конкретные исторические, этнические, национальные условия в процессе формирования систем предпринимательства...» (Аветов 2010, 52). Еще М. Вебер в известной работе «Протестантская этика и дух капитализма» показал механизм формирования капиталистических экономических отношений под воздействием внеэкономического фактора — в данном случае, религиозной этики протестантизма. Следует отметить, что работа М. Вебера хорошо проиллюстрирована кейсами, которые он наблюдал, сравнивая их с европейским образом жизни. Это позволяет сделать вывод о том, что, фактически, немецкий ученый пользовался некоторыми методами дискурсивной экономики с признаками сравнения.

Для идентификации сущностных характеристик этноса, на наш взгляд, целесообразно провести «дифференциацию в психотипах, социально-демографическом поведении, склонностях к определенным видам производства, условиях быта, стандартах уровня жизни, выборе занятий людей, относящихся или идентифицирующих себя с различными этническими (и религиозными) общностями» (Печура 2009, 138). Ф. Лист — представитель немецкой исторической школы — исследовал национальные различия стран и, соответственно, различия в уровнях их развития. Такой подход позволяет выявить экономическое содержание категории «национальность» и, что также немаловажно, обеспечивает изучение хозяйства (экономики) сквозь призму истории.

Использование метода исторической школы требует выявления некоторых различий. Так, Х. Шрайдер также тестировал различные типы производственной и торговой мотивации у разных религиозных групп (Шрайдер 1999, 10). Историк В.О. Ключевский выделял в структуре факторов, влияющих на генетику россий-

¹ Подробнее о данной теории см.: (Ефимов 2011, 15–53).

ского социума, географический, исторический и психологический факторы (*Ключевский 2000, 53*). На наш взгляд, в механизме их воздействия на экономику выделяются два демпфирующих инструмента — этнический фактор и определяемая им специфика экономического поведения акторов (см. рис. 1).



Рис. 1. Механизм воздействия различных факторов на экономику

Таким образом, в механизме воздействия географического, исторического, психологического, аксиоматического факторов на экономику выделяется опосредующий глобальный фактор — этнический (образуемый совокупным совмещением всех перечисленных факторов), который, в свою очередь, непосредственно определяет правила поведения акторов, институциональные основания и стратегию развития экономики.

Оценку особенности формирования предпринимательских способностей этноса обеспечивает историко-генетический (ретроспективный) анализ влияния различных факторов:

- 1. Географическое положение.** Исторически географическое многообразие современного Юга России, а также высокая плотность населения детерминировали более бережное отношение к имеющимся природным ресурсам в связи с уникальностью и отсутствием свободных территорий в отличие от территорий Древней Руси. Вследствие исключительного географического положения сложились предпосылки для развития торговли, в том числе морской. Тесные связи с греками, русскими, казаками, турками также обеспечили формирование многонациональной культуры торговли. В отличие от кавказского у русского этноса связь с другими территориями и народами осуществлялась опосредованно, поскольку в определенные исторические периоды у Руси не было выхода ни к Балтике, ни к Черному морю.
- 2. Роль государства.** Государства, как института власти, у кавказского этноса практически не существовало, за исключением Дагестана, объединенного Шамилем, но лишь на время войны и при помощи религиозного воздействия. Сбор податей и налогов не приветствовался, а кавказские народы то и дело устраивали бунты, отказываясь подчиняться князьям. В силу этого в течение длительного периода не существовало институтов государственного экономического регулирования, а значительная часть функций, которые брало на себя государство на Руси (как *paternus*), отсутствовала на Кавказе, что обусловило неразвитость патерналистических настроений в обществе.
- 3. Аксиоматика.** На Руси, где господствовало христианство, как этнические характеристики культивировались любовь, духовность, осознание высшего предназначения человека. Российская социокультурная модель исторически базируется на приоритете интересов общества, которые отражает государство (*Макаренко 2003, 64*). В противоположность этому Юг издревле характеризовался множеством вероисповеданий, а ислам укоренился здесь

сравнительно недавно и не существенно повлиял на предпринимательскую культуру. Хотя в политической литературе доминирует иная точка зрения, тем не менее, на наш взгляд, ислам как религия незначительно повлиял лишь на население восточной части Кавказа. Значительно большее воздействие на культурологические характеристики всех кавказских народов оказала сложившаяся система традиций, культивируемых по сей день. Следовательно, господствующая религиозная доктрина не способствовала, но и не препятствовала развитию предпринимательской культуры, которая развивалась в значительной мере обособленно.

Впоследствии у русского этноса отказ от религии в советские времена привел к атеизму. Поэтому сейчас здесь сосуществуют возрождающееся православие и унаследованный атеизм, что обуславливает отсутствие оснований для комплиментарности предпосылок формирования предпринимательских способностей. В то же время у кавказских народов не существенная роль религии в быту способствовала возврату к традиционным ценностям, весьма значимым для осознания индивида частью этнической общности, и их систематическому воспроизводству.

Углубленное исследование традиционного фактора, оказывающего непосредственное влияние на этносы, показывает, что доминирующее чувство комплиментарности, широко распространенное и воспроизводимое в кавказской культуре, определяет этнические особенности ведения бизнеса, что укладывается в теоретические рамки этноэкономики. Согласно одному из многих определений этноэкономики, она характеризуется как сложившаяся под влиянием этнической компоненты система хозяйствования, основанная на концентрации отдельных бизнес-ниш тем или иным этносом (диаспорой), или экономическая активность этнических диаспор, предпринимательство которых имеет неформальный характер часто с криминальным оттенком². В силу этого категория «этноэкономика» традиционно определяется как криминальная экономическая активность этноса, характерная не только для России, но и для многих стран Азии и Америки. Проведенный анализ специфики менталитета предпринимательства в Южном федеральном округе позволяет выделить определенные характерные «южные» особенности делового поведения людей (*Дончевская 2008, 46*), что подтверждает существование взаимосвязи и взаимодействия экономики и этноса.

Тестирование особенностей этнического предпринимательского поведения основывается на выявлении ситуаций, детерминирующих формирование целой системы институтов. Так, при ведении бизнеса представитель кавказского этноса контактирует только с представителями «своего» этноса, которые обеспечивают помощь в доступе к кредитованию, «связи» с контрольными органами, общую лоббистскую помощь.

4. Дискурсивный анализ. Изучение формальных законодательных норм и неформальных правил ведения бизнеса позволяет перейти к анализу дискурсов акторов, которые материализуются в транскриптах глубоких бесед-интервью. «Изучение это нужно осуществлять не для верификации (подтверждения или опровержения) каких-либо априорных теоретических построений, а для создания насыщенных описаний, которые содержат не только описание действий, которые изучаемое явление порождает, но и смыслы, которые акторы вкладывают в эти свои действия» (*Ефимов 2007, 57*). Проведение интервью с акторами (представителями кавказского и русского этносов) позволило обозначить основные дискурсивные транскрипты:

² Данный подход скорее является публицистическим, однако имеет право на академическое внимание.

- «в нашем регионе весь бизнес армянский»,
- «все скупили осетины, и чувствуют себя здесь прекрасно, русские уезжают в Москву и прочие регионы»,
- «я и мои друзья начали заниматься бизнесом еще в 18 лет, это у нас так заведено»,
- «позвонил брату, тот нашел через друзей мне товар, я его продал, ну так пошло и поехало»,
- «я вложил деньги вместе с другом в маленькое дело»,
- «езде нас спасают родственники»,
- «если у меня проблемы с проверкой, я звоню брату, и он все решает»,
- «я не готов заниматься бизнесом, зачем брать на себя ответственность, я хороший специалист и просто работаю за зарплату»,
- «у нас у всех семейный бизнес, а как по-другому?»»,
- «мой брат руководитель агентства, ну, я у него и выигрываю подряды»,
- «мне позвонили, сказали, что он тоже кабардинец, нужно помочь»...

Обобщение этих дискурсов свидетельствует, что представителям кавказского этноса намного легче вести бизнес, потому что, если возникают проблемы, то у них везде есть «свои»; деньги в долг им дает семья, друзья; каждый из них, даже если не знает своего собрата, должен обязательно ему помочь; в бизнесе задействована принципиально «своя» семья. В то же время русские больше полагаются на собственные силы и в основном «не хотят» заниматься бизнесом из-за «проблем», «переживаний», «ответственности». Это доказывает наличие у кавказского этноса конкурентных преимуществ для начала бизнеса и его ведения.

Хотя интервьюирование проводилось по четко обозначенным вопросам, однако разговор мог уходить в различных направлениях. При том в ответе на вопрос «Готовы ли Вы в принципе заниматься частным бизнесом?» представители русского этноса (студенты) иногда поясняли, что учеба им мешает, в то время как для представителей кавказского этноса она не представляла проблемы. Далее, оказалось, кавказцам легче добиться разрешения на какую-либо деятельность, поскольку подключались внутриэтнические «связи», помогающие получить лицензию, разрешение и пр. В анкету на вопрос: «Предположим, Вам не хватает средств для открытия собственного дела. Как Вы поступите?» специально не был включен ответ «Возьму деньги в долг у друзей и родных без процента». Представители кавказского этноса в отличие от русского добавляли именно эту формулировку, что свидетельствует о дискурсивном характере ответов. На вопрос: «При возникновении сложных вопросов с контролирующими и регулирующими инстанциями, Вы...?» представители кавказского этноса чаще всего указывали на двусмысленный ответ «Будете искать другие варианты избежать наказания», под которыми они, прежде всего, предполагали улаживание дела родственниками и близкими. При этом представители русского этноса выбирали такие ответы, как выполняю требования, попробую дать взятку. Относительно вопроса «Кого Вы выберете при устройстве на работу?» с вариантами ответов: а) проведу отбор и выявлю самый подходящий вариант сотрудника; б) выберу знакомого, которого лучше знаю и доверяю ему, — большинство кавказцев выбрали второй вариант, а русских — первый. Наиболее этнозначимые ответы были получены на вопрос: «Предположим, Вы имеете крупный бизнес. Будете ли Вы трудоустраивать у себя родственников?» Так, кавказцы ответили: «Естественно, иначе меня выпроводят из республики», «Да, или меня отвергнут из фамильного рода». Это свидетельствует о существовании санкций за отказ от сотрудничества с представителями своего этноса. При этом ответы пред-

ставителей русского этноса в основном были «Нет», либо «Частично». Безусловно, иногда представители русского этноса мыслили даже более прагматично, чем кавказцы, однако в целом их ответы диссонировали с результатами интервьюирования представителей кавказского этноса.

Теоретическое обоснование полученных результатов основывается на объективности непосредственной связи «этноэкономики» с социальным капиталом как набором неформальных ценностей и норм, создающих институциональную основу для осуществления сотрудничества в ее рамках. В результате на этой институциональной основе формируются организации (части) экономики, контролируемые этническими группами (*Mobasher 2002*). Таким образом, этнические традиции, определяющие склонность к экономическому успеху, выступают экономическим ресурсом этнического предпринимательства, выступающим в форме неовещественного капитала, который А. Лайт называет этническим ресурсом (*Визер 2008*).

Таким образом, развитию предпринимательских способностей в настоящее время содействует исторически формируемая этническая среда. Поэтому этническое предпринимательство «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» (*Аветов 2010, 51*). Поскольку в рамках кавказского этноса реализуются отношения общности, основанные только на принадлежности к этносу, формируется (по аналогии с М. Вебером) предпринимательская этика, которая строится на общих ценностях и детерминирует появление этноэкономики. Эмпирические исследования также подтверждают более высокий уровень экономической активности кавказского этноса по сравнению с русским (см. табл. 1).

Таблица 1

Экономическая плотность регионов — субъектов РФ в ЮФО

№	Регионы — субъекты Федерации	Показатель экономической плотности региона
1	Республика Адыгея	93,4
2	Республика Дагестан	61,4
3	Республика Ингушетия	93,4
4	Республика Кабардино-Балкария	99,8
5	Республика Калмыкия	5,8
6	Карачаево-Черкесская Республика	43,6
7	Республика Северная Осетия — Алания	198,7
8	Чеченская Республика	—
9	Краснодарский край	145,1
10	Ставропольский край	65,0
11	Астраханская область	47,4
12	Волгоградская область	39,2
13	Ростовская область	101,6

Источник: Силуэты региональной экономической политики на Юге России / В.Н. Овчинников, Ю.С. Колесников. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. 142–144.

Общество всегда пронизано сетями хозяйственных взаимоотношений, включающих отношения обмена, трудовые отношения, отношения партнерства и взаимного участия в хозяйственной деятельности. «Большинство подобных взаимодействий типизировано, привычно, закреплено традициями и правом, оправдано моралью, т.е. экономический процесс всегда осуществляется в определенных институциональных социальных рамках» (Мрамонова 2004, 457).

Подтверждением более пассивного экономического поведения русского этноса являются также результаты, полученные другими исследователями: «Среди категорий производственно-технических работников, имеющих высшее образование, русское население было представлено наиболее полно. В то же время оплата труда именно этой категории интеллигенции была значительно ниже, чем у других категорий. Повышение заработной платы (по сравнению с довоенным периодом к середине 80-х в целом по стране приблизительно в 7 раз) не сократило этот разрыв (зарплата ИТР увеличилась в 3 и 3,5 раза)»³. Выбор инженерно-технической специальности можно объяснить «склонностью русских к техническому творчеству и изобретательству, и приоритетом самого творчества над интересом сугубо материальной выгоды» (Багно и Шкарупа 1999, 66).

Подтверждают более активную позицию кавказского этноса по сравнению к русским также показатели рыночной многосубъектности экономики (см. рис. 2).



Рис. 2. Рыночная многосубъектность экономики (в том числе Юга России)

Источник: Белокрылова О.С. и Белокрылов К.А. (2011).

Экономика: краткий курс. Ростов н/Д: Феникс. 170

Таким образом, проведенный сравнительный анализ экономического поведения двух этносов показывает, что какой-то природной способности к предпринимательству у различных этносов в принципе нет, поскольку предпринимательскими способностями, по оценкам, обладает не более 10% трудоспособного населения, и они глубоко индивидуализированы. Способность к предпринимательству в значительной мере определяется институциональной средой: если есть возможности и ресурсы, то предприимчивость поощряется, защита есть. По нашему мнению, русский этнос в большей мере характеризуется патерналистскими и технократическими чертами, нежели предпринимательскими способностями. В то же время кавказский этнос — скорее предприниматель, что в значительной мере обусловлено традиционализмом. Хотя объектом исследования была способность, но полученные выводы свидетельствуют о технократии и традиционализме.

³ См.: Русские (Этносоциологические очерки). М., 1992. 116

ЛИТЕРАТУРА

Аветов Г.М. (2010). Влияние этнического фактора на формирование российской системы предпринимательства: основные аспекты // *Экономические науки*. Т. 72. № 11.

Багно И.Г. и Шкарупа В.М. (1999). Особенности национального техноменталитета // *Вестник Омского университета*. Вып. 3.

Белокрылова О.С. и Белокрылов К.А. (2011). Экономика: краткий курс. Ростов н/Д: Феникс.

Визер Т.В. (2008). Экономика. Этнос. Культура Киров: МЦНИП. № 3 (15). (<http://region.mcnip.ru>).

Гумилев Л.Н. (1992). От Руси к России: очерки этнической истории. М.

Дончевская М. (2008). Кризис как руководство по деловому поведению // *Эксперт Юг*. № 27 (33).

Ефимов В.М. (2011). Дискурсивный анализ в экономике: пересмотр методологии и истории экономической науки // *Экономическая социология*. Т. 12. № 3. Май.

Ефимов В.М. (2007). Предмет и метод интерпретативной институциональной экономики // *Вопросы экономики*. № 8.

Ключевский В.О. (2000). Русская история. Полный курс лекций. В 3-х т. Т. 1. Ростов н/Д.

Макаренко В.П. (2003). Экономическая аксиология: опыт исследования экономических культур // *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. Т. 1. № 4.

Мрамонова О.В. (2004). Институциональные основы формирования экономической системы // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. Серия: Экономика и финансы. № 2.

Печура О.В. (2009). Этнический фактор в развитии экономики региона // *Известия Уральского Государственного Экономического Университета*. Т. 24. № 2. Русские (Этносоциологические очерки). М., 1992.

Силуэты региональной экономической политики на Юге России / В.Н. Овчинников, Ю.С. Колесников. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008.

Шрайдер Х. (1999). Экономическая антропология. СПб.

Mobasher, M. (2002). Ethnic Economies by Ivan Light and Steven Gold, Academic Press (2000) // *Journal of Political Ecology: Case Studies in History and Society*. № 9. (<http://jpe.library.arizona.edu/>).