

В современных условиях развития общества все большее значение приобретают особенности экономического поведения разных этносов. Складывающаяся геополитическая ситуация диктует необходимость формирования и развития этноэкономики как основы принятия стратегических решений всеми сферами функционирования мирового хозяйства с учетом их уровня экономического развития, спецификой традиций, политики и идеологии.

УДК 338.001; 330.11

ЭТНОМЕНЕДЖМЕНТ И ЭТНОЭКОНОМИКА: ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСПЕКТИВНОГО НАУЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ

д-р экон. наук, проф. К.В. ПАВЛОВ

(Камский институт гуманитарных и инженерных технологий, Ижевск, Россия)

Рассматривается этноэкономика – интенсивно развивающаяся наука об особенностях экономического поведения разных этносов. Учитывая, что менеджмент является важнейшей частью системы общественного воспроизводства, актуальным представляется формирование и развитие этноменеджмента как ключевого направления этноэкономики. Исследуются различные национальные и этнорегиональные модели менеджмента и систем управления воспроизводственными процессами. Изучение этнических моделей менеджмента осуществляется на основе использования методов общей теории систем и факторного анализа. Анализируются различные национальные и этнорегиональные модели менеджмента, в том числе российские модели менеджмента; выявляются позитивные и негативные аспекты этих моделей и систем управления, а также определяются возможности использования некоторых элементов различных национальных моделей менеджмента в российских условиях хозяйствования.

Ключевые слова: *этноменеджмент, этноэкономика, национальные модели менеджмента, этнические особенности систем управления.*

Целенаправленное изучение наций и народностей в рамках различных наук ведется уже достаточно давно. Наряду с особенностями исторического развития разных народностей постепенно выявляются общие законы и закономерности функционирования этносов, определяются экономические, социальные, демографические и экологические факторы их существования. Важную роль при этом играют анализ взаимосвязи этнических и социально-экономических процессов, а также исследование национальных особенностей экономического поведения. При изучении этих вопросов выделяют несколько принципиально разных точек зрения.

В соответствии с марксистским подходом, прежде всего с учением о базисе и надстройке, а также учитывая связь с законом соответствия производственных отношений характеру и уровню развития производительных сил, этнические процессы определяются степенью развитости производственных отношений, которые, в свою очередь, зависят от характера и уровня производительных сил. В учении М. Вебера просматривается прямо противоположный подход, а именно один из важнейших элементов существования этноса – идеология (в работах М. Вебера речь идет, прежде всего, о протестантской этике), в значительной степени определяющая уровень развития экономики и производственных отношений. Как известно, истина лежит посередине. В частности, об этом свидетельствует анализ так называемых традиционных восточных обществ, психология которых отличается крайним консерватизмом, вследствие чего новации ими воспринимаются с большим трудом. Даже в ортодоксальном марксизме можно выделить несколько особую стоящую концепцию об азиатском способе производства, в которой, несмотря на характерный для этой формы марксизма экономический детерминизм, по существу констатировалась определяющая роль азиатских традиций и восточной психологии в процессе влияния их на характер и уровень развития производственных отношений. Таким образом, целесообразнее, на наш взгляд, искать не первопричину в цепочке «производительные силы – производственные отношения – этнос», а изучать взаимодействие и взаимовлияние различных составляющих этой цепочки.

Большое значение имеет исследование влияния национальной психологии на экономику и наоборот. Так, Дж.М. Кейнс в своем основном научном труде «Общая теория занятости, процента и денег» отмечал, что на поведение в сфере экономики заметное влияние оказывают особенности национальной психологии:

англичане, например, делают инвестиции в основном ради ожидаемого дохода; американцы, инвестируя капитал, руководствуются в основном ожиданиями повышения его ценности (то есть американцы проявляют повышенную склонность к спекуляции и менее тяготеют к прогнозам ожидаемого фактического дохода).

Некоторые исследователи [1] выделяют также характерные для других этносов и серьезно влияющие на состояние экономики черты национальной психологии: для русских – общинность, государственность и патернализм, которые в значительной мере определяют инерционную составляющую проводимых в последнее время в России рыночных реформ. В свою очередь, немцы – покупатели печатного материала – необычайно требовательны к его качеству, поэтому типографии в Германии используют самую высококачественную печатающую технику. Одной из форм проявления в экономике исторических и национально-психологических особенностей японцев, во многом обусловленных конфуцианским учением как идеологической основой их жизненного уклада, являются пожизненный найм и ограничения увольнений рабочих, в связи с чем японские фирмы с большой осторожностью осуществляют прием новых кадров к себе на работу и активно автоматизируют производство. Подобных примеров взаимовлияния традиций и национальной психологии на эффективность функционирования социально-экономической системы можно привести множество.

Необходимость интеграции экономики и психологии привела к тому, что уже несколько десятилетий весьма продуктивно развивается такое научное направление, как *экономическая психология*. Однако при необходимости изучения взаимосвязи функционирования этноса и общественного воспроизводства оставаться лишь в рамках экономической психологии совершенно недостаточно, так как национальная психология – это лишь один из элементов этносов, которые также еще отличаются друг от друга традициями, обычаями, идеологией, культурой и другими особенностями.

Учитывая, что этнос – понятие более широкое, чем национальная психология, целесообразно, на наш взгляд, наряду с экономической психологией развивать и такое научное направление, как *этноэкономика*, в рамках которого найдут разрешение проблемы определения взаимосвязи этнических и экономических процессов и отношений, выявление этнических особенностей экономического поведения, в том числе рыночной адаптации разных наций и народностей.

Иначе говоря, *этноэкономика* – это наука о взаимосвязи и взаимовлиянии, которое оказывают традиции, обычаи, культура, психология, идеология, религиозные воззрения различных этносов на характер и уровень развития производительных сил и производственных отношений. Видно, что в данном определении, по сравнению с ортодоксальным марксизмом, с самого начала отвергается всеобщность и обязательность первичности экономических процессов по отношению к этническим. Как уже отмечалось, можно привести огромное число примеров, когда в роли первопричины выступают не экономические явления, а особенности этноса. Учитывая возрастающее влияние этнических процессов на функционирование различных элементов, сторон и аспектов современного общества, неудивительно, что в последнее время интенсивно формируются и эффективно развиваются такие новые научные дисциплины, как этнополитика, этнопедагогика, этносоциология, этногеография, этнопсихология и ряд других пограничных «стыковых» наук [2; 3]. Этноэкономике можно также определить как науку о социально-экономических особенностях поведения разных этносов, что также не противоречит данному нами выше её определению.

В специальной литературе к определению сущности этноэкономики как нового научного направления встречаются и иные подходы. Преимущественно эти подходы относятся к пониманию этноэкономики как науки о развитии национальных производств, особенно о возрождении и развитии народных промыслов, некогда процветающих, но в значительной мере во второй половине XX века по различным причинам утраченных. Причем особенно часто такой вариант понимания этноэкономики связывают с развитием сельской экономики или с дальнейшим развитием титульных наций и народностей, проживающих в республиках, которых в России в настоящее время насчитывается 22 (то есть практически четвертая часть всех субъектов Российской Федерации), а также в национальных округах (очевидно, что оба эти направления тесно связаны между собой).

Данные подходы к пониманию этноэкономики безусловно имеют право на существование, однако, на наш взгляд, они не противоречат предложенному нами подходу, имеющему более общий характер (иначе говоря, эти подходы по существу являются частным случаем данного нами определения этой науки). Более того, проблема возрождения народных промыслов у удмуртов – одной из титульных наций в Российской Федерации, компактно проживающих на территории Удмуртской Республики, – нами рассматривалась в связи с исследованием процесса импортозамещения и использования как одного из факторов реализации в стране импортозамещающей модели модернизации экономики [4]. В Удмуртии к возрождающимся народным промыслам относится льноводство, которое здесь интенсивно развивалось и в царский период (конец XIX – начало XX в.), и на первых этапах существования советской власти (20–30-е годы XX века). В эти периоды времени Удмуртия входила в тройку регионов, являющихся крупнейшими в стране производителями льна и изделий из него. Во второй половине XX века объемы посевов льна в регионе существенно снизились. В настоящее время лен выращивается в 15 районах Удмуртии, в основном в северной ее части, и площади, занятые посевом льна, в последнее время составляют около 15 тыс. га.

С 2007 года реализуется республиканская программа «Развитие льняного комплекса Удмуртской Республики», мероприятия которой направлены на увеличение производства льняной продукции и повышение эффективности производства на предприятиях льняного комплекса республики. Значительную роль здесь могут сыграть районные общества потребительской кооперации, которые в свое время оказали существенное влияние на процесс культивирования льна. Целесообразно также увеличить объемы производства и таких традиционных для удмуртов народных промыслов, как пчеловодство, лесные промыслы, отхожие промыслы (выделка рогож, циновок, кулей, крашение шерстяных, бумажных, холщевых тканей и пряжи). В других республиках России похожая ситуация – в них также можно развивать полузабытые виды народных промыслов, нередко называемых этноэкономикой. У башкир, например, традиционными народными промыслами были коневодство и кумысоделание, которые в последнее время также интенсивно возрождаются.

В последние десятилетия в теории менеджмента интенсивно изучаются различные национальные, этнические модели менеджмента. Этот процесс реализуется в условиях столь же интенсивно развивающегося нового научного направления, называемого «этноэкономика». В связи с этим, а также учитывая, что система управления является важнейшей частью экономической системы в целом, процесс исследования различных национальных моделей менеджмента, на наш взгляд, по аналогии, целесообразно называть «этноменеджментом».

Всплеск серьезного интереса к анализу этнонациональных моделей менеджмента впервые произошел в 80-х годах XX века, когда японская экономика обогнала экономику СССР и стала второй промышленно развитой экономикой мира, уступая только США. Успех послевоенного развития экономики Японии настолько был разителен, что его окрестили «японским чудом» – по темпам роста экономика Японии существенно превосходила в тот период американскую экономику. Об этом говорят следующие факты: если в 1950 году ВВП Японии был более чем в 30 раз меньше, чем ВВП США, то уже в 1985 году это отставание сократилось до 2 раз, что свидетельствует о гораздо более высоком уровне роста производительности труда японской экономики по сравнению с американской.

Стремительное развитие японской экономики в послевоенный период вызвало огромный интерес к *модели японского менеджмента*, в особенностях которой многие специалисты справедливо видели главную причину успеха. В итоге в 80-х годах прошлого века большое число специалистов-менеджеров признало, что в то время японская модель менеджмента была, как минимум, не хуже, чем американская. Этому в значительной мере способствовали научные исследования американского ученого японского происхождения Р. Оучи, посвященные особенностям японской модели менеджмента.

Таким образом, любая этнонациональная модель менеджмента формируется под влиянием культурных, религиозных, политических, социально-экономических, географических факторов.

В общем, под моделью менеджмента обычно понимают совокупность идей и подходов, лежащих в основе системы управления организацией. Одним из самых важных факторов, повлиявших на формирование японской модели, является религиозный фактор, а именно влияние конфуцианства и буддизма на социальную психологию и культуру японцев. Здесь смело можно утверждать, что данный фактор является одним из важнейших в процессе формирования и более общей, азиатской модели менеджмента. Дело в том, что в системе управления ряда азиатских стран (кроме Японии), таких как Южная Корея, Тайвань и даже в определенной степени Китай, немало схожих черт и признаков. Главная отличительная черта японской (азиатской) модели менеджмента – коллективизм, в отличие от индивидуализма, лежащего в основе американской модели системы управления [5].

Японская философия управления персоналом основывается на принципах коллективизма, всеобщего согласия, вежливости, патернализма, а также на традициях уважения к старшему. Основную причину успехов Японии в послевоенный период видят в применяемой ею модели менеджмента, ориентированной на человеческий фактор, при которой большое значение имеет этика бизнеса и когда во внимание принимают интересы не отдельного работника, а прежде всего интересы группы людей, интересы коллектива в целом. В связи с этим здесь на первом плане стоят принципы признания и уважения к человеку со стороны окружающих; определения места и роли каждого работника в коллективе, а также первостепенный учет социальных факторов, когда вознаграждение за труд воспринимается сквозь призму социальных потребностей.

Таким образом, в основу азиатского менеджмента заложено создание дружных и эффективно работающих коллективов, базирующихся на использовании сочетания формальных факторов организации производства с неформальными. В итоге и в Японии, и в Южной Корее фирмы не только гарантируют своим работникам доход, но и обеспечивают возможность для саморазвития и самовыражения. В частности, это проявляется в функционировании «кружков качества», в которые входят рабочие, менеджеры и руководители компаний (в Японии «кружки качества» действуют с 60-х годов XX века, результат их функционирования – внедрение на предприятиях страны технологических и организационно-управленческих инноваций); в обязательном награждении за успехи в труде; в сведении перерывов в работе к минимуму; в практике поставок точно в срок, позволяющей избавиться от громоздких складских помещений, достичь высокого уровня дисциплины персонала фирмы и эффективных логистических изменений.

Одним из важнейших позитивных аспектов в использовании азиатской модели является гибкий подход к построению структуры управления, а также использование неформальных процедур контроля, в том числе группового контроля. Это привело к тому, что еще в 80-е годы прошлого века на фирме «Тойота» впервые в истории была использована матричная организационно-управленческая структура. Этот факт стал отправной точкой широкого распространения в мире вместо механических, которые до этого времени являлись основными, нового типа организационно-управленческих структур – органических.

Все чаще японский опыт управления перенимают передовые европейские компании. Так, немецкая компания «Порше», оказавшись на грани разорения, обратилась за помощью к японским специалистам. В результате за 3 года вследствие использования нововведений в сфере складской логистики ликвидировали несколько подсобных помещений, и территория завода сократилась на 30%, что позволило существенно снизить затраты и выйти предприятию из кризиса.

Важнейшей основой азиатской модели менеджмента выступает патриархальное отношение к фирме со стороны служащих, как к большой семье, в которой руководители фирмы, как и родители в семье, заботятся о подчиненных (детях), а последние отвечают взаимностью. Все это в значительной мере объясняется огромным влиянием, которое оказывают восточная философия и религия (особенно конфуцианство и буддизм) на социальную психологию многих азиатских наций и народностей (японцев, корейцев, китайцев и т.д.) [6]. Следствием патриархальных отношений к фирме являются такие признаки японской модели, как использование метода консенсуса на совещаниях руководителей при принятии управленческих решений; наличие общей столовой для руководителей и рабочих; утренний зарядка для сотрудников фирмы; форменная одежда в рабочее время; сравнительно медленное продвижение по службе, зависящее не столько от индивидуальных результатов, сколько от результатов эффективности работы всего коллектива, в котором данный сотрудник работает. Основными признаками азиатской модели являются также неформальные отношения руководителей с подчиненными: продвижение по карьерной лестнице, основанное на старшинстве и стаже работы; оплата труда в зависимости от стажа работы и показателей работы в группе; достижение гармонии в группе и групповые достижения; долгосрочная занятость; предоставление пенсионного пособия всем членам семьи рабочего после выхода его на пенсию; практика пожизненного найма, применяемая в основном на крупных предприятиях (по оценкам, в этой системе пожизненного найма занято от 30 до 40% всех работников страны, а с конца 80-х годов прошлого века в Японии также широко применяется система повторного найма, где в основном заняты люди пенсионного возраста).

Таким образом, в связи с особенностями ряда азиатских стран, в значительной мере обусловленными своеобразным мировоззрением, пронизанным влиянием конфуцианской и буддистской религиозно-этнических концепций, использование в них западной модели системы управления хозяйственными организациями было невозможно, из-за чего и возникла необходимость формирования своей специфической модели менеджмента. К характерным чертам азиатского стиля управления можно отнести следующее: доверие партнеров друг к другу; понимание совместного вклада в развитие компании; медленная ротация кадров; широкое использование системы долгосрочных планов развития компании; стремление к повышению уровня образования персонала на основе постоянного обучения и повышения квалификации: наличие межфирменных отношений, строящихся на доверии и взаимоотношениях руководителей компаний [7].

Особенности азиатской модели менеджмента проявляются, например, в способе проведения деловых переговоров, когда, в отличие от американского стиля менеджмента, японские бизнесмены в целях достижения взаимопонимания и доверия сначала обсуждают различные вопросы, лишь постепенно приближаясь к самой сути, то есть к решению деловых проблем. Такой подход во многом роднит способ ведения деловых переговоров японскими бизнесменами и их коллегами из арабских стран. Однако в арабских государствах на этот процесс серьезное влияние оказывает позиция ислама о второстепенном отношении к женщине как к существу неполноценному по сравнению с мужчиной (в соответствии с догматами исламской религии) [8]. В этой связи в этих странах, как правило, весьма неохотно имеют дело с бизнес-леди, особенно если последние не замужем (известны случаи, когда европейским или американским компаниям приходилось отзываться своих высококвалифицированных специалистов женского пола, работающих в исламских государствах).

Кроме японской, азиатской, исламской моделей менеджмента, широко известны английская, немецкая, особенно американская – последняя наряду с японской моделью также считается эталоном системы управления экономическими структурами.

К важнейшим особенностям *американского менеджмента* относятся: индивидуальная ответственность и индивидуальный процесс принятия решений; индивидуальный контроль со стороны руководства; продвижение и оплата труда, основанные на индивидуальных результатах. Кроме этого, к признакам американской модели менеджмента также относятся быстрая и преимущественно формализованная оценка результатов труда и ускоренное продвижение по службе, использование четких процедур контроля и формализм в системе отношений между руководителем и подчиненными. Таким образом, американская философия управления персоналом построена на традициях конкуренции и поощрения индивидуализма работников. Она, прежде всего, ориентирована на получение прибыли компании, от величины которой также зависит и личный доход работника. Для американской концепции управления экономическими системами ха-

рактерны: индивидуализм, четкая постановка целей и задач, а также выбор критериев оценки, высокая оплата труда персонала, поощрение потребительских ценностей [9].

Сравнение приведенных признаков и особенностей японской и американской моделей управления свидетельствует о практически противоположных качественных характеристиках этих моделей. Особенно это справедливо в отношении таких черт, как коллективизм, характерный для модели первого типа, и индивидуализм, свойственный модели второго типа. При более глубоком рассмотрении правильнее будет утверждение о том, что в случае японской модели речь идет об учете не только результатов деятельности коллектива в целом, но и об оценке индивидуальных показателей отдельных сотрудников, однако лишь сквозь призму учета результатов деятельности коллектива, в котором они работают. Иначе говоря, в этой модели учитываются также и индивидуальные показатели, но при условии успешной работы коллектива в целом, причем показатели эффективной работы коллектива обязательно имеют приоритетное значение.

Так, групповая деятельность стала основной формой работы упоминавшихся выше кружков качества на промышленных предприятиях в Японии. Если в 1965 году было зарегистрировано 3700 групп, занимающихся проблемами управления качеством, то уже в начале XXI века – около двух миллионов кружков качества. При этом следует отметить, что реализация принципов работы кружков соответствует общественным и культурным традициям японцев. Обычно выделяют принцип добровольности (начинать кружковую работу следует с теми, кто в этом заинтересован), самосовершенствования (члены кружка должны проявлять желание учиться), взаимного развития (члены кружка должны расширять свой кругозор и сотрудничать с членами других кружков) и принцип всеобщего участия (цель кружка качества – полноценное участие всех рабочих в управлении качеством) [10].

В США и Европе – другие традиции. Здесь решение вопросов управления качеством, несмотря на желание использовать японский опыт, остается прерогативой ученых и конструкторов. Сходство же японской и американской моделей менеджмента заключается в том, что в обоих случаях основное внимание уделяется активизации человеческого фактора, постоянным инновациям, диверсификации товаров и услуг, разукрупнению крупных предприятий и развитию малого и среднего бизнеса, умеренной децентрализации производства, разработке и реализации долговременных стратегических планов.

Важно отметить, что обе модели решают схожие задачи, однако многие специалисты считают, что именно японская модель в современных условиях наиболее конкурентоспособна. Однако по-прежнему широко используется и американская модель менеджмента. В реальной практике это проявляется в том, что бизнесмены действуют прямолинейно. Они нередко прибегают к приказу в процессе согласования решений на переговорах, причем, в отличие от японцев, как правило, не делают долгих отступлений, а сразу переходят к самой сути вопроса. При ведении переговоров, главная цель которых состоит в достижении договоренности, одно из самых важных условий – соблюдение всех законов и нормативно-правовых актов, а не выгода и согласие между партнерами. Поэтому в состав американской делегации на переговорах обязательно входит уполномоченный представитель, имеющий право на принятие решений, и юрист. Также существенным отличием американской модели менеджмента от японской является нацеленность на краткосрочную занятость, поэтому в этом случае у сотрудников, как правило, отсутствует преданность фирме и работе (напомним, у японцев, особенно в условиях пожизненного найма, ситуация прямо противоположная). В результате у американцев в качестве нормы выступает не только переход из одной фирмы в другую в среднем раз в 8–10 лет, но и существенное изменение вида деятельности и бизнеса вплоть до переезда в другой регион страны и выбора другой профессии.

Кроме американской модели, существенный интерес представляет изучение особенностей *английской и немецкой моделей менеджмента*. Эти модели имеют немало общих, сходных признаков, что позволяет говорить о наличии более общей западной модели управления. В целом для западной системы менеджмента характерны следующие признаки: единоначалие руководителя в принятии решений, разграничение деловых и личных отношений, отсутствие у сотрудников преданности работе. Отличительными чертами немецкого менеджмента являются: высокая дисциплина, более длительный процесс внедрения новшеств и модернизации производства, а также дальновидность управленческой политики в целом. Эти особенности находят проявление в реальной хозяйственной практике.

В Германии банковское финансирование хозяйственных процессов предпочтительнее акционерного, причем банки имеют право голосования на собраниях акционеров. Руководство компаниями осуществляется двумя структурами: правлением и наблюдательным советом, численность которого устанавливается законом и может быть изменена акционерами. Функции этих двух структур разделены, причем никто не может совмещать должности обеих структур. Членами правления могут быть только сотрудники фирмы, тогда как членами наблюдательного совета могут быть и сотрудники иных хозяйственных структур. К преимуществам еще одной модели менеджмента западного типа – английской – относятся следующие: тщательное проведение НИОКР и разработка новых наукоемких технологий, эффективное внедрение новых процессов и их дальнейшая модернизация, гибкость в использовании технологических процессов, а также стремление к постоянному сокращению издержек производства.

В России в настоящее время общепризнанной национальной модели управления пока нет. Это связано с рядом причин, в том числе с относительно небольшим сроком развития рыночных отношений в

стране; с весьма высоким уровнем криминогенности, особенно в доходных сферах хозяйственной деятельности; с наличием «откатной» формы функционирования предприятий. Кроме этого, Россия – самая большая по площади страна мира, где проживает более 100 наций и народностей, на территории Федерации более 80 субъектов (регионов), в которых нередко наблюдаются различия в системе законодательства региональных органов власти.

На характер управления в российской экономике существенное влияние оказывают также такие факторы, как недостаточная защищенность собственности со стороны законов и нередкое их несоблюдение, патриархальное и иждивенческое отношение к государству (ожидание постоянной поддержки и помощи от государства различными слоями бизнеса и населением). К тому же на процессе формирования российской системы менеджмента, особенно на первых этапах (1990-е годы) перехода к рыночным отношениям, сказались условия функционирования отечественной экономики того периода: высокий уровень налогообложения (высокие налоги на деятельность физических и юридических лиц); недостаточный уровень компетентности руководителей бывших советских руководящих структур – нередко это были люди без экономического образования, использующие в своей работе методы, основанные на принуждении; невысокая эффективность руководства со стороны так называемых «новых русских», нередко с пренебрежением относящихся к подчиненным, главной целью которых было быстрое получение прибыли методами, законность использования которых нередко была крайне сомнительна. Применяемый ими способ управления позволял получать значительные прибыли в краткосрочном периоде, однако долгосрочное существование данной модели менеджмента всегда было под большим вопросом. И хотя в последнее время доля руководителей нового поколения, имеющих высокий уровень знаний и образования и применяющих современные методы управления, в российской экономике постоянно увеличивается, негативные последствия неэффективного управления «новыми русскими» сказываются до сих пор. Этот фактор наряду с нестабильностью и изменчивостью организационно-управленческой среды способствует формированию в российской экономике ориентации на преимущественное получение краткосрочной выгоды, а не на организацию эффективной долгосрочной работы [11].

В результате действия всей совокупности перечисленных выше факторов *современная система менеджмента в России* является своего рода симбиозом европейского и азиатского стилей управления. В целом современная российская концепция управления весьма многообразна – она зависит от отраслевых и региональных особенностей, размеров организации, формы собственности. Например, крупные организации акционерного типа, созданные на основе государственных предприятий, сохраняют, как правило, прежние традиции, характеризуются четкой дисциплиной, коллективизмом и хозяйственностью, предусматривают повышение уровня жизни работников и сохранение социальных благ и гарантий в условиях рыночной инфраструктуры. Таким образом, в целом можно констатировать, что в последнее время идет поиск формирования эффективной российской модели менеджмента, соответствующей специфике и особенностям отечественной экономики. Вместе с тем до завершения этого процесса еще достаточно далеко, и российская система управления воспроизводственными отношениями пока еще носит эклектический характер, представляя собой сочетание разных устоявшихся моделей управления со сравнительно устойчивыми характеристиками и признаками.

Упомянутые выше особенности национальной психологии русских (общинность, патернализм и государственность) также во многом обязаны своим появлением историческим факторам и специфике природно-географических условий обитания данного этноса. Так, очевидно, что огромные размеры территории России и экстремальные условия хозяйствования (около 70% территории страны относится к зоне Севера) в значительной мере обусловили необходимость повышенного участия государственных органов власти в жизнедеятельности российского общества (содержание армии, полиции; развитие производственной и социальной инфраструктуры). Все это даже в странах с развитой рыночной экономикой, как известно, является прерогативой государственного сектора. Северные, экстремальные условия хозяйствования особенно при рыночных отношениях оказывают серьезное сдерживающее влияние на развитие экономики, что проявляется в повышенных затратах на добычу и производство единицы продукции (например, затраты на добычу тонны нефти в северных регионах страны в среднем в 3–4 раза выше, чем в относительно комфортных по природно-климатическим условиям районах), в более высоком минимальном прожиточном уровне и уровне потребительской корзины и т.п. Однако на Севере сосредоточены огромные запасы природных ресурсов, поэтому этот регион жизненно важен для развития экономики страны. Северная специфика России также во многом определяет необходимость осуществления здесь повышенного государственного регулирования воспроизводственных процессов. В странах с развитой рыночной экономикой (например, в Канаде) в отношении производственно-хозяйственной деятельности, которая ведется в регионах зоны Севера, со стороны государственных властных структур осуществляется разнообразная протекционистская политика [12].

Вышеперечисленные, а также ряд других условий и факторов (среди которых внешняя военная угроза – одно из лидирующих положений страны в мировой политике и пр.) обусловили значение государственности в национально-историческом развитии русского этноса. Другая национальная черта русских – общинность – также связана с особенностями исторического развития страны, прежде всего с многовеко-

вым существованием крестьянских общин (напомним, с каким ожесточением со стороны общинных крестьян пробивала себе дорогу столыпинская реформа в царской России, нечто подобное можно было наблюдать со стороны колхозников в отношении новоявленных фермеров в первые годы рыночной реформы в нашей стране), а также с длительным существованием социалистических производственных отношений. В период социализма у советских граждан целенаправленно формировалась коллективистская психология, во многом обусловленная существованием общенародной собственности, проявляющейся в двух формах – государственной и колхозно-кооперативной. Именно общинность и патернализм (надежда на то, что государство разрешит все проблемы) являются, на наш взгляд, важнейшими инерционными социально-психологическими факторами, сдерживающими в России развитие рыночных реформ. Вкупе с необходимостью усиленного по сравнению со многими другими странами государственного регулирования воспроизводственных процессов реформы в значительной степени определяют и специфику формирования российской модели развитой рыночной экономики.

Другие известные национальные модели рынка – *шведская, японская, канадская, американская* – также во многом обусловлены особенностями исторического и культурно-психологического развития соответствующего этноса. Например, японская, южнокорейская и китайская модели рыночной экономики определенно связаны с историческим прошлым этих стран Азии, особенно с такими чертами азиатского способа производства, как: восточный деспотизм (беспредельная власть императора, хана, их заместителей); отсутствие частной собственности на землю, систему водоснабжения и на инфраструктуру, которые находились в собственности государства; соединением власти с собственностью, вследствие чего правитель становился верховным собственником, а экономика превращалась в атрибут политического господства. Всё это безмерно усиливало центральную политическую власть с наличием многочисленной и коррумпированной касты грабивших народ чиновников; предпринимателей, которые в силу обстоятельств предпочитали сферу обращения – торговлю, ростовничество, обслуживание властителей.

Правительственные структуры Японии, Южной Кореи и Китая в процессе реформирования своей экономики и формирования развитых рыночных отношений не пошли по пути всеобщей либерализации хозяйственной деятельности, как это сделало правительство Е. Гайдара в России, взявшее на вооружение монетарную модель, а учли специфику азиатского способа производства. Это выразилось в том, что в этих странах на начальном этапе процесса рыночного реформирования государственные органы усиленно контролировали течение социально-экономических преобразований, более того, в них, в отличие от России, по-прежнему осуществляется планирование воспроизводственных процессов на макроуровне и с этим во многом связывают высокие темпы роста экономики в этих странах.

Поскольку исследователи в качестве исторических центров азиатской организации общества обычно наряду с Китаем, Египтом, Междуречьем, Японией и Средней Азией называют и Россию (Московское царство времен Ивана IV, как и последующих правителей, явно тяготело к восточным деспотиям), то в российском государстве в ходе рыночного реформирования не стоит надеяться только лишь на классические монетаристские методы.

Учитывая, что подобное общественное устройство обнаруживает устойчивость и удивительную жизнестойкость, а обычаи азиатского общества проступают через пласты реформ и революций, без усиленного государственного вмешательства в осуществление переходных процессов привить в российском обществе в широких масштабах свойственный развитым рыночным отношениям индивидуализм вряд ли удастся. Иначе говоря, поскольку Россия – евроазиатская страна, монетарные принципы, которые достаточно успешно были воплощены в жизнь в ряде стран Восточной и Центральной Европы, у нас подобным образом вряд ли могут быть эффективно реализованы. Следовательно, важнейшим практическим значением этноэкономики является изучение национальных особенностей социально-экономического поведения в условиях рынка, то есть изучение особенностей приспособления разных этносов к рыночным отношениям. Следует учитывать также и то, что в России этнические русские составляют 83% населения страны (еще 25 миллионов русских проживают за ее пределами), остальные нации и народности, проживающие на ее территории, рыночные реформы переживают по-своему, поэтому нужно учитывать территориальную специфику. Так, например, у удмуртов по сравнению с русскими в условиях сильного экономического кризиса и высокого уровня безработицы в 90-е годы прошлого века гораздо сильнее проявлялась привязанность к сельской местности. Это выразилось в существенном сокращении традиционного оттока населения в города из сельской местности и даже в преобладании у удмуртов тех, кто в то время переехал на постоянное местожительство в сельскую местность, причем основную часть рабочего времени они использовали в личных подсобных хозяйствах, а не в коллективных. У русских, проживающих в Удмуртии, ситуация была прямо противоположная, иначе говоря, процесс рыночной адаптации у разных наций протекал неоднозначно. (Учитывая актуальность проблемы выявления особенностей социально-экономического поведения разных наций и народностей страны в условиях различных общественных систем, необходимо в ряде научных дисциплин – этноэкономике, национальной экономике – развивать региональные разделы).

Таким образом, не только характер и уровень развития производительных сил и производственных отношений оказывают влияние на процесс формирования этноса, но и особенности последнего существенно влияют на динамику социально-экономических отношений. Например, в Швеции существует традиция сотрудничества среди прямых конкурентов в различных отраслях промышленности (особенно в сталелитейной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной). Так, шведские компании, занятые производством бумаги, сотрудничали в течение некоторого периода в установлении экспортных цен. Это объясняется особенностями социального строя и системы профессиональной подготовки (образно выражаясь, шведов учат сотрудничать, а не конкурировать). Это приводит к позитивным результатам в производственных отношениях по вертикали и во взаимоотношениях со смежными отраслями, однако существенно сдерживает развитие внутренней конкуренции, так необходимой для некоторых важных типов нововведений. В результате Швеция не преуспевает в отраслях, где требуются быстрое реагирование и частая смена продукции.

В определенном смысле похожая социально-психологическая ситуация наблюдается и в Германии. Клиенты во многих отраслях, в которых преуспевает Германия, являются консервативными и настороженно относятся к новым продуктам. Поэтому немецкие фирмы редко преуспевают в отраслях с коротким жизненным циклом товара (менее 3–5 лет) или потребностью в агрессивном маркетинге. Другой областью постоянной слабости послевоенной Германии является образование новых деловых предприятий. Здесь банкротство получает очень громкую и негативную общественную реакцию, в результате боязнь риска крайне велика и люди не желают делать ставку на новое предприятие. Здесь плохо развит и рынок рискованных капиталов. Активное нежелание идти на риск характерно и для большинства швейцарцев в связи с высоким уровнем благосостояния. В результате Швейцария испытывает недостаток необходимых для создания новых предприятий условий в связи с отсутствием рискованного капитала.

Итальянцы, напротив, по складу характера любят рисковать, многие отличаются индивидуализмом и стремлением к независимости. Значительная часть итальянцев полна решимости создать свою собственную компанию. И хотя здесь по этой причине уровень банкротств весьма велик, итальянцы, в отличие от немцев, не делают из этого трагедии (вполне допустимым считается, если за свою жизнь владелец дважды становился банкротом). В результате в Италии очень развит малый бизнес, причем чтобы сохранить свое место на рынке, итальянские фирмы должны постоянно иметь новые модели продукции. Поэтому в Италии имеется огромное количество модификаций продукции. Например, в торговле мебелью здесь существует обилие магазинов, многие из которых специализируются исключительно на одном виде мебели – для ванных комнат, кухонь, офисов. Другой отличительной чертой итальянской экономики является наличие между многими фирмами сильных семейных и клановых связей. Сделки с поставщиками и покупателями здесь в большей степени основываются на личных взаимоотношениях и характеризуются их долговременностью. Каналы сбыта за рубежом у многих итальянских фирм также зависят от личных связей, вследствие этого направления экспорта могут существенно изменяться со сменой приоритетов предпринимателей. Таким образом, многие итальянцы не любят работать в системе иерархического подчинения, а отдают предпочтение собственным либо связанным дружественно-родственными отношениями компаниям.

Итак, мировой опыт свидетельствует, что каждая страна преуспевает в основном в тех отраслях, которые в наибольшей степени отвечают ее исторически сложившимся условиям и национальному характеру. В Италии – это модная одежда и мебель; в США – финансы и шоу-бизнес; в Швейцарии – банковское дело и фармацевтика (в Швейцарии использование трав в медицинских целях имеет давнюю традицию и хорошо гармонирует со швейцарской заботой о здоровье, поэтому в этом сегменте рынка швейцарские покупатели представляют собой хороший испытательный полигон в отношении рыночной привлекательности товара, а швейцарская компания «Рикола» по производству конфет с добавками лекарственных трав вышла на международный уровень, являясь примером выбора такого сегмента, который использует национальные преимущества). Развитие этих базовых для данных стран отраслей и видов производств в соответствии с принципом мультипликатора служит стимулом для развития и многих других отраслей, вследствие чего народное хозяйство начинает с определенного момента функционировать как единый комплекс, а экономика в целом быстро и динамично развиваться (таким образом, учет национально-психологических и исторических особенностей развития стран с развитой рыночной экономикой увязывается с известной теорией экономического ядра).

В этой связи заметим, что в последнее время все больший интерес представляет исследование проблем национальной экономики (в вузах даже появились учебные курсы с таким названием), когда выявление особенностей общественного воспроизводства в той или иной стране неизбежно увязывается со спецификой географических, исторических, религиозных, культурных, психологических факторов и условий проживания соответствующего этноса. (Ввиду этого, возвращаясь к анализу опыта швейцарцев, следует отметить, что поскольку Швейцария соединяет в себе несколько культур, фирмы этой страны получают уникальную возможность в области удовлетворения потребностей в продукции, поэтому неудивительно, что французская часть Швейцарии, так же как и сами французы, тяготеет к потребительским товарам, тогда как немецкая часть является местом изготовления многих видов оборудования точ-

ного машиностроения и размещения компаний химического направления – производств, являющихся приоритетом национального развития у немцев). Причем поскольку классические рыночные теории в среднем имеют дело с так называемым экономическим человеком (что в целом годится для немцев, англичан и большинства других европейских этносов), тогда как в России очень много неэкономических людей, у нас в процессе социально-экономического реформирования часто не срабатывают традиционные либеральные методы. Следует учитывать также и то, что в России живут около ста наций и народностей, поведение которых может еще сильнее отличаться от рыночных стереотипов, чем даже у русских.

Известный историк В.О. Ключевский в своих работах отмечал, что короткое русское лето, изменчивость погоды, трудности борьбы с суровой действительностью порождают неуверенность в себе. В среднем россиянин замкнут и осторожен, ему трудно с достоинством выдержать успех, в числе свойств нашего народа можно назвать также выносливость, терпение и смирение. В характере русского человека просматривается преобладание эмоционального начала над рациональным, несомненный и многообразный художественный талант [13]. Возможно, из-за этого россиянина порой посещает отрешенность от всего мирского, а также увлечение религиозной мистикой и ожидание «чуда». Еще одна примечательная особенность русских – сохранение азиатских корней в культуре, которая становилась все более европейской. Однако европейское влияние в основном носило общегуманитарный характер, что, скорее всего, обусловлено общностью христианских религий. В области же политических и экономических структур азиатское наследие сохранялось. В значительной мере из-за этого производство в России находилось на низком техническом уровне, экономический рост в основном носил экстенсивный характер и стимулировался принуждением, жестокостью властей, а уровень жизни основной массы населения был весьма низок. Из-за последствий азиатского способа производства Россия позже вступила на путь индустриального развития. Подобным образом можно охарактеризовать особенности других этносов и определить степень их влияния на воспроизводственные процессы.

Как видим, приведенные особенности русского этноса не связаны только лишь с национальной психологией. Поэтому наряду с экономической психологией целесообразно появление этноэкономики – нового научного направления, в рамках которого выявляются общие законы взаимовлияния социально-экономических и этнических процессов, а также определяются национальные особенности социально-экономического поведения (в том числе и рыночной адаптации) и взаимосвязи каждого этноса с эффективностью общественного воспроизводства той страны, где этот этнос обитает (заметим, что термин «этноэкономика», возможно, не самый удачный, однако вопрос о названии научного направления носит больше филологический характер). Понятно, что этноэкономика связана тесным образом с рядом других научных дисциплин, таких как этнография, история, экономическая психология, национальная экономика. Тем не менее этноэкономика имеет собственный предмет исследования, отличный от предмета исследования иных научных дисциплин, в том числе и тесно связанных с ней. Поэтому этноэкономика имеет право на существование в виде отдельного научного направления, развитие которого может оказать серьезное влияние на многие теории (например, теорию стоимости, маржинализм и пр.). Вполне возможно, что имеет смысл подобным образом определить и область исследования таких научных дисциплин, как этносоциология, этноэкология, этнотехнология и др. В качестве важнейшего и крайне актуального раздела этноэкономики при этом следует выделить тот, в рамках которого исследуются проблемы взаимосвязи этнических процессов и процессов реформирования экономики, процессов рыночной адаптации разных этносов (причем это актуально не только для России, но и для многих других постсоциалистических государств), что должно повысить эффективность трансформационных рыночных преобразований и помочь выбрать оптимальную стратегию социально-экономического развития страны и ее различных регионов. Последнее особенно важно, так как из 84 субъектов Федерации в России 22 – это республики с многонациональным населением, причем экономическое поведение разных этносов может сильно отличаться от рыночных стандартов, поэтому крайне важно в этноэкономике развивать региональные разделы.

Серьезное влияние этноэкономика, несомненно, окажет и на различные экономические теории, особенно на такие, как маржиналистские концепции, в частности на теорию предельной полезности. Возникновение теории предельной полезности в значительной мере было обусловлено синтезом экономических и психологических концепций. В основных постулатах этой теории предполагается некое усредненное рыночное поведение человеческого индивидуума, однако в реальности поведение людей может существенно отличаться от усредненного. Отклонения в человеческом поведении зависят от многих факторов, в том числе от особенностей культуры, уровня образования, индивидуальных психологических особенностей и т.п. Но наряду с индивидуальными поведенческими отличиями можно выделить и особенности поведения целых этносов, отличающие их от некоего среднего.

Чтобы охарактеризовать это абстрактное среднее поведение, как правило, используют не менее абстрактное понятие «экономический человек», под которое с определенной натяжкой может быть отнесено экономическое поведение ряда классических рыночных (то есть с вековыми рыночными традициями) наций – немцев, англичан и пр. Однако к этой группе может быть отнесена лишь небольшая часть проживающих на Земле этносов, в частности усредненное поведение в так называемых традиционных вос-

точных обществах сильно отличается от классически рыночного. Даже у русских многие исследователи отмечают наличие значительного числа неэкономических людей, что оказывает существенное влияние на характер и динамику осуществляемой у нас в стране рыночной реформы (отмечают, что психологию русских отличают общинность, патернализм и государственность).

Заключение. Поскольку на усредненное экономическое поведение существенное влияние оказывают особенности идеологии, культуры, религии, психологии различных этносов, имеет смысл, на наш взгляд, осуществить исследование по вопросу истинности основных положений маржиналистской концепции сквозь призму учета специфики этнического поведения в сфере экономики. Причем при проведении такого рода исследований помимо этнических особенностей следует учитывать также и другие условия и факторы, в частности, поведение как отдельного индивидуума, так и целого этноса, зависящее от конкретных социально-экономических условий, таких как фаза кризиса или подъема экономики, половозрастной структуры общества (и прежде всего определения удельного веса лиц пенсионного возраста и молодых), выявления доли больных, в том числе с психическими отклонениями и т.п. Поэтому учет не только этнопсихологических, но и социально-экономических факторов и условий может оказать серьезное влияние на истинность некоторых выводов и результатов маржиналистской теории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергеева, А.В. Какие мы русские? (100 вопросов – 100 ответов). Книга для чтения о русском национальном характере / А.В. Сергеева – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз. Курсы, 2010. – 384 с.
2. Тураев, В.А. Этнополитология / В.А. Тураев. – М.: МГУ, 2001. – 386 с.
3. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Стефаненко. – М.: МГУ, 2009. – 493 с.
4. Павлов, К.В. Импортозамещающая модель модернизации российской экономики: развитие традиционных промыслов / К.В. Павлов // Проблемы теории и практики управления. – № 1. – 2015. – С. 88–97.
5. Гаджиев, К.С. Геополитика / К.С. Гаджиев. – М.: Изд-во «Юрайт», 2012. – 479 с.
6. Малявин, В.В. Конфуций / В.В. Малявин. – М.: Молодая гвардия, 1992. – 335 с. – (Жизнь замечательных людей).
7. Волков, Г. Этнопедагогика / Г. Волков. – Чебоксары: Альфа, 2003. – 316 с.
8. Сюкияйнен, М. Мусульманское право. Вопросы теории и практики / М. Сюкияйнен. – М.: Наука, 1986. – 256 с.
9. Арутюнян, Ю.В. Этносоциология / Ю.В. Арутюнян, Л.М. Дробижина, А.А. Сусоколов. – М.: Наука, 1998. – 341 с.
10. Чудновская, С.Н. История менеджмента: учебник для вузов / С.Н. Чудновская. – СПб.: Питер, 2004. – 239 с.
11. Размышления о России и русских. Штрихи к истории русского национального характера / сост. и предисл. С.К. Иванова. – М.: Прогресс, 1994. – 464 с.
12. Павлов, К.В. Региональные эколого-экономические системы / К.В. Павлов. – М.: Магистр, 2009. – 351 с.
13. Мединский, В.Р. Об особом пути и загадочной русской душе / В.Р. Мединский. – М.: ОАО «ОЛМА Медиа Групп», 2015. – 176 с. – (Мифы о России).

Поступила 02.03.2015

ETNOMANAGEMENT AND ETNOECONOMY: FORMATION AND DEVELOPMENT PERSPECTIVE SCIENTIFIC DIRECTIONS

K. PAVLOV

Recently intensively etnoeconomy – the science of the economic behavior of the features of different ethnic groups. Given that management is an essential part of the system of social reproduction, it seems highly relevant formation and development as a key direction etnomanagement etnoeconomy. Etnomanagement as a promising scientific field devoted to the study of various national and ethno-regional patterns of management and control systems of the reproduction process. The study of ethnic patterns of management is based on the use of methods of general systems theory, and factor analysis. Thus, the article is carried out the analysis of various national and etno-regional management models, including the Russian model of management, identify positive and negative aspects of these models and management systems, and identifies the possibility of using some of the elements of different national models of management in Russian economic conditions.

Keywords: etnomanagement, etnoeconomy, national model of management, ethnic characteristics of control systems.