Экономика мусульманской повседневности: религиозные и экономические практики мусульман Республики Татарстан

Economics of the Muslim Everyday Life: Religious and Economic Practices of Muslims in the Republic of Tatarstan

Alsou Garaeva (Kazan Federal University, Russia)

Abstract

The change of the economic model in Russia in the beginning of the 1990's has laid basis for the public institutionalization of religious associations. The sphere of commercial religious services has appeared and a diversification of the religious practices has begun. In the regions of Russian Federation Muslims make up about 10%, including Tatarstan with a Muslim majority of about 50%. This creates a fertile soil for the business targeted for satisfying Muslims' needs. The research that we have carried out as a part of the quality strategy, and particularly, the depth interview, the expert survey and the overt observation, shows that there are some barriers to introduction and successful development of such elements of the Islamic economics as Islamic banking and Islamic insurance. And the explanation for this fact lies in everyday, microcosmological practices. The services of "Muslim" taxi or messages informing about the prayers time didn't "survive" in Tatarstan. Nevertheless, there are 29 prosperous catering enterprises which specialize in "halal" meals, 34 Muslim clothes and accompanying goods shops, 6 Islamic bookstores, 3 large travel agencies organizing pilgrimage tours, and two beauty parlors using "halal" standard cosmetics in the Tatar capital. Thus a successful business is usually connected to the Muslims' everyday needs. The results of investigations indicate that introduction of new religious services require a careful preliminary study of the market and of the needs of the religious people, the exact forecast of the demand of the specific services and goods.

1 Введение

Смена экономической системы в России в начале 1990-х заложила начало процесса публичной институционализации религиозных объединений. Они обрели правовой статус, а верующие, в частности мусульмане, обрели возможность свободно отправлять свои религиозные обряды. Появилась сфера платных религиозных услуг, началась диверсификация религиозных практик.

2 Исламская экономика

Исламская экономика – это, с одной стороны, теория, с другой стороны конкретные практики взаимодействия людей. Можно говорить о том, что практика исламской экономики намного более развита, чем теория, т.к. практики повседневного взаимодействия людей в экономической сфере по религиозным исламским нормам существуют давно, но не всем даны объяснения с теоретических позиций.

Практики исламской экономики оцениваются по-разному, например, сингапурские ученые рассматривают их, с одной стороны, как препятствие на пути развития рыночной экономики, с другой, как новые возможности развития (Bianchi, 2013). Подобный дуализм в оценке роли исламских экономических механизмов является доминирующим и оправданным, потому что есть объективные показатели эффективного их применения в рыночных условиях, например, «халяль»-индустрия в Республике Татарстан, в то же время в странах, где мусульманские экономические принципы являются основными в предпринимательской деятельности, невозможна работа таких рыночных структур, как банки в традиционной форме.

3 Халяль-индустрия

В последнее десятилетие в России халяль-продукция оценивается как важный элемент как региональной, так и федеральной экономики в виду стабильного спроса на данную продукцию и услуги. Сфера «халяль» стала новым брендом и сформировалась в самостоятельный сектор экономики. Халяль-продукция сочетает в себе два элемента – религиозный и экономический. Во-первых, это определенные религиозные нормы и предписания, которые регламентируют качество, методики изготовления с позиций норм ислама, в то же время пользование подобными товарами и услуги несет в себе определенный религиозный смысл и «демонстрацию» приверженности к конфессии. Во-вторых, это реальный рыночный продукт и фирмы, производящие его, подчиняются законам рыночной экономики. И настоящее время «халяль» становится символом качества и определённого образа жизни.

Халяль-продукты должны соответствовать шариату, то есть не предполагают «харам» (запрещенного): использование вредных компонентов, эксплуатации труда и нанесения вреда окружающей среде,

предназначенного для использования «вредного». Нормы халяль могут распространяться на все используемые материалы, на косметические и фармацевтические препараты, на услуги, включая финансовые.

В Казани на 2015 год предприятия, оказывающие услуги или торгующие продуктами стандарта «халяль» составляют около половины официально зарегистрированных предприятий, оказывающих платные мусульманские услуги (29 из 75).

Возникает вопрос о месте «халяль» продуктов и услуг в региональной рыночной экономике. Дает ли преимущество их выделение в отдельную отрасль? Исследователи этого вопроса в странах с преобладающей исламской экономикой полагают, что необходимо объединение исламского финансирования и халяль-индустрии в одну отрасль экономики для унификации соответствия предлагаемых услуг и продукции нормам шариата (Muhammed, vd, 2014).

4 Исламский банкинг

Сферой услуг, регулярно подвергающаяся процессу диверсификации, является сфера «исламского финансирования» или «исламский банкинг». Этим объясняется расхождение исследователей в вопросе выделения перечня используемых в работе конкретных механизмов финансирования, т.к. в разных регионах распространены разные механизмы, оптимизирующиеся под конкретное законодательство, местные традиции и нормы. Например, Абдулла Саид, исследователь особенностей исламского банкинга, выделяет три основные схемы практик исламского «кредитования». Первая схема, «мудараба», в рамках которой банк финансирует заемщика для торговой сделки, т.е. заемщику необходимы деньги для покупки товара и последующей его перепродажи. В данном случае деньги будут переданы не заемщику, а непосредственно продавцу товара и в результате банк получает вложенную сумму и часть прибыли со сделки. Вторая схема, «мушарака» или «партнерство», где банк и заемщик являются партнерами в определенном коммерческом проекте, со временем партнер просто выкупает долю банка. И третья схема, «мурабаха» сводится к тому, что банк выкупает требуемый товар для клиента (Saeed, 2001).

Помимо этих трех схем, на интернет-сайте takaful-kz.narod.ru, посвященном хахалному страхованию, подробно описываются еще шесть исламских финансовых инструментов. «Иджара» или «лизинг», банк приобретает некий актив и сдает её в аренду. Для долгосрочных проектов существует «истисна», при использовании этого финансового инструмента, выплаты как правило осуществляются по окончании проекта. «Вакала» - договор найма агента с фиксированным вознаграждением за его услуги. «Кард-уль-Хасан» - по сути это беспроцентная ссуда, однако заемщик имеет право в добровольном порядке выплатить премиальные. «Сукук» или «облигация», дающая право получать определённую часть прибыли. И, наконец, «такафул» - аналог страхования, отличие которого заключается в том, что риск несет не только страховщик, но все участники фонда такафул (Такафул, 2010).

Можно сделать вывод, что исламская финансовая система владеет множеством экономических инструментов, способна удовлетворить все финансовые потребности мусульман, и, главное, гибко реагирует на условия применения этих инструментов.

Отдельно стоит сказать о возможностях внедрения исламских экономических практик на территорию Российской Федерации, в том числе и в Республику Татарстан. Заместитель директора российского центра исламской экономики и финансов Исаков И.Р. полагает, что годы советской власти снизили уровень самосознания российских мусульман, они адаптировались к современной экономической системе и могут вкладывать свои средства и сбережения в «обычные» банки, что, в целом, снижает их потенциальную потребность в специализированных религиозных экономических услугах. Однако, по его мнению все же есть потенциал, если рассматривать опыт других стран постсоциалистического пространства, где довольно успешно развиваются элементы исламской экономики, например, в Киргизии. (Исаков, 2010) В пользу этой же точки зрения выступает Зарубина Н.Н., полагая, что хозяйственная деятельность мусульман не выходит за рамки традиционной экономической системы, в то же время существуют условия для её успешного включения в капиталистическую экономику (Зарубина, 1998).

В Республике Татарстан, по официальным заявлениям, планируют открыть исламский финансовый институт. Но исследований, посвященных анализу спроса на специфические продукты исламских банков на территории республики, не проводилось. Между тем, подобные исследования в других регионах показывают, как минимум, целесообразность их проведения, потому что, например, на основании проведенного исследования в Курской области методом анкетного опроса, Подгоный Б.Б. приходит к заключению, что религиозные традиции оказывают сильное влияние на развитие и функционирование национального рынка. Были получены данные, что только около 30 % населения Курской области, которые причисляют себя к верующим мусульманам, негативно относятся к операциям на фондовом рынке, считая, что это нарушает основы их веры, в то время как остальные 70% считают их приемлемыми для себя (Podgornyi, 2012).

5 Конфессиональный состав России и Республики Татарстан

Если говорить о конфессиональном составе населения России, то достоверной информации о сложившейся ситуации на сегодняшний день нет. Согласно исследованию «Религия в жизни россиян», которое было проведено ВЦИОМ в декабре 2008 года (опрошено 1600 человек), мусульмане составляют 6 % от населения России (примерно 9 млн. человек). Этот показатель остался неизменным с 2006 года. (Религия в жизни россиян, 2008) Совет муфтиев России называет цифру 20 миллионов мусульман (Ильичев и Клиш, 2006), опираясь на данные посещаемости мечетей. По результатам упомянутого исследования ВЦИОМ, большинство россиян относят себя к последователям православия - это 73% опрошенных, и с 2006 года доля православных выросла на 10%. (Опрос Левада-Центра, 2010) По данным опросов Левада-центра, численность мусульман уменьшилась с 6% (2007г.) до 4% (2010г.), а численность православных возросла с 69% до 76% (Опрос Левада-Центра, 2010).

Представителей татарской национальности в республике Татарстан (по данным последней переписи населения 2010 года) – 2 млн. 13 тыс. человек, что составляет 53,2 % от общей численности населения (3 млн. 786 тыс. чел). Число лиц русской национальности насчитывает 1 млн. 501 тыс. человек, это 39,7 % от всего населения региона (Перепись населения РФ, 2010).

Данные о количестве мечетей в Республике Татарстан представляют собой довольно четкую картину. В Управлении Министерства Юстиции Республики Татарстан на 1 января 2012 года зарегистрировано 1505 религиозных организаций, из которых 1128 мусульманских. Второе место занимает Русская православная церковь, к которой относятся 290 религиозных организаций (Религия, 2013).

Согласно данным опроса населения, проведенного кафедрой социологии КФУ в 2012 г., мусульманами себя назвали 50,5% опрошенных, православными – 39% и к другим конфессиям себя отнесли 0,5% (Низамова, 2013).

Таким образом, если в регионах Российской Федерации мусульмане в среднем составляют около 10% от населения, то в Республике Татарстан согласно статистическим данным мусульман большинство - около 50%. Это создает благоприятную почву для развития предпринимательства, направленного на удовлетворение нужд верующих. Проведенные нами исследования в рамках качественной стратегии, а именно глубинное интервью, экспертный опрос и включенное наблюдение показывают, что существуют препятствия по внедрению и успешному развитию элементов исламской экономики, таких как исламский банкинг и мусульманское страхование. И объяснения причин подобных явлений лежит в области повседневных, микросоциологических практик.

6 Мусульманские услуги в Республике Татарстан

В республике не «выжили» такие услуги как мусульманское такси, услуга операторов мобильной связи – сообщения со временем намаза. Услуга «мусульманское такси» предоставляется как временная благотворительная акция, призванная поддержать инвалидов и помочь им с комфортом добираться до мечетей. Сейчас ни одна из представленных компаний сотовой связи не предоставляет специальные религиозные услуги, такие как смс со временем намаза. Последние упоминания о подобном встречаются в статьях за 2009 год, данную услугу предоставлял своим абонентам Мегафон (в том числе и в Татарстане).

В то же время столице процветает 29 заведений, специализирующихся на продуктах питания «халяль», 34 магазина мусульманской одежды и сопутствующих товаров, 6 книжных магазина религиозной мусульманской литературы, три крупных туристических компании, организующих паломнические туры и два салона, специализирующихся на косметике, произведенной по стандартам «халяль». Таким образом, успешный бизнес связан в основном с повседневными потребностями верующих.

Существуют различные объяснения причин непопулярности некоторых услуг в республике. В частности, одно из объяснений кроется в таком понятии как социоэкономический генотип, под которым понимается механизм социального наследования и социальных изменений, который обеспечивает воспроизводство структур, принципов работы, и процессов регулирования в определенной социальной системе. Таким образом, в нашем обществе уже есть объективные предпосылки «оригинального» развития, в том числе и отстающего экономического. Получается, что республиканское общество просто может не принять не существовавшие ранее структуры, а воспроизводить привычные механизмы, например, коммерческие услуги банковского кредитования.

7 Заключение

Результаты исследований показывают, что внедрение любых новых форм религиозных услуг требует тщательного предварительного изучения рынка, потребностей верующих, и точных прогнозов спроса на определённые услуги и товары. Исламская экономика привлекла внимание исследователей, как социологов, так и экономистов, сравнительно недавно. Исламские страны играют значительную роль в

современной политики и экономике. Для понимания основ происходящих процессов необходимо изучение исламских экономических практик и в религиозном, и в социальном контекстах. Также для формирования адекватного восприятия исламской экономической модели важно учитывать мусульманскую специфику. На данный момент процветают общеизвестные практики, такие как продажа халяль-продукции, специализированной одежды и туры паломничества в святые места. Однако, услуги требующие более глубоко ознакомления с религиозными нормами, такие как, например, использование специальных косметических и фармацевтических средств, пользуются меньшей популярностью. Рабочей гипотезой дальнейших исследований по данной тематике может служить предположение, что республиканские мусульмане недостаточно осведомлены о всех религиозных канонах своей религии и их полностью устраивают существующие экономические практики.

Литература

- Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства: учеб. пособие для студентов и аспирантов. М.: Магистр, 1998. 360 с.
- Ильичев, Г. и Клиш, Б. В России можно только верить? 2006 г. <<http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=3769>> (10.04.2013)
- Исхаков И.Р. Привлечение инвестиционных ресурсов посредством развития исламских финансовых механизмов // Современные тенденции конкурентоспособности Республики Татарстан: инновации, кластерный подход. 2010. С. 86-89.
- Национальный состав населения Республики Татарстан по результатам Всероссийской переписи населения 2010 года <<http://www.tatstat.ru/VPN2010/DocLib8/Forms/AllItems.aspx>> (10.04.2013)
- Опрос Левада-Центра 2010 г. <<http://www.levada.ru/archive/religiya/kakuyu-religiyu-vy-isповедуete>> (10.04.2013)
- Официальный Татарстан, Религия <<http://tatarstan.ru/about/religion.htm>> (10.04.2013)
- Религия в жизни россиян, 2008 г. <<http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=11099>> (10.04.2013)
- Такафул: халяльное страхование [Электронный ресурс] // Исламские Финансы: [сайт]. [2010]. URL: <http://takaful-kz.narod.ru/index/0-11> (дата обращения: 12.10.2014).
- Этничность, религиозность и миграции в современном Татарстане / под ред. Р.Г. Минзарипова, С.А. Ахметовой, Л.Р. Низамовой. – Казань: Казан. ун-т, 2013. С. 57.
- Saeed A. Islamic Banking and Interest. A study of the prohibition of Riba and its contemporary interpretation. EJ Brill, 2001.
- Bianchi R.R. Islamic Globalization: Pilgrimage, Capitalism, Democracy, and Diplomacy. Singapore, SGP: World Scientific Publishing Company, 2013.
- Muhamed N.A., Ramli N.M., Aziz S.A., Yaakub N.A. Integrating Islamic Financing and Halal Industry: A Survey on Current Practices of the Selected Malaysian Authority Bodies // Asian Social Science. 2014. T.10, № 17. С. 120-127.
- Podgornyi B.B. Economic Behavior and the Influence of Religious Traditions // Russian Social Science Review. 2012. T.53, № 6. С. 43-61.