

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

М. А. Казанцева¹

УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
(Екатеринбург, Россия)

А. Н. Непп²

УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
(Екатеринбург, Россия)

УДК: 339.5

РЕЛИГИЯ И КУЛЬТУРА КАК ФАКТОРЫ ДОВЕРИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ³

Складывающаяся в мировой экономике обострившаяся ситуация вокруг России, необходимость переориентации внешнеторговых потоков на страны, отличающиеся от России в культурном и религиозном аспектах, а также рост числа публикаций, направленных на исследование экономических эффектов культуры, религии и доверия, делает необходимым проведение комплексного анализа научной литературы о влиянии культуры и религии на внешнеторговую деятельность. В статье на основе анализа религиозной литературы и научных эмпирических исследований с применением методов систематизации, обобщения, метаанализа, концептуальных подходов социально-культурной антропологии и кросс-культурной психологии предлагается теоретическое обоснование механизма влияния религии и культуры на внешнюю торговлю. Теоретически обоснованы два подхода к влиянию культуры на внешнеторговую активность. В рамках первого подхода близость культурных ценностей способствует росту внешнеторговой активности. В рамках второго культурная открытость и толерантность к чужой культуре имеют ограниченный потенциал увеличения взаимной торговли. На основе анализа научной и религиозной литературы обоснованы три группы каналов механизма воздействия религии на внешнюю торговлю. К первой группе каналов, в основе которых лежит психологическое восприятие человеком Бога и Его деяний, включены: влияние посредством восприятия предпринимательского риска как Божьего провидения и воздействие посредством страха торговых партнеров перед Божьей карой за невыполнение обязательств. Ко второй группе каналов, механизм влияния которых основан на сходстве и различии религиозных догм, были отнесены: влияние на основе разных религиозных догм, воздействие посредством доверия торговых партнеров благодаря сходству религиозных ценностей и влияние посредством религиоз-

¹ Марина Анатольевна Казанцева — м.н.с., лаборатория международной и региональной экономики, УрФУ; e-mail: mkislyakova@list.ru, ORCID: 0000-0002-9670-0209.

² Александр Николаевич Непп — к.э.н., доцент, лаборатория международной и региональной экономики, УрФУ; e-mail: anep@inbox.ru, ORCID: 0000-0002-7226-2689.

³ Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательского проекта РФФИ 20-04-60158.

ной открытости и толерантности к другим конфессиям. В третью группу каналов, в основе механизма которых лежат институциональные теории, были включены: влияние посредством развития религиозной конкуренции, воздействие религиозных институтов как альтернативы слабым государственным институтам и влияние религии как основы доверия между торговыми партнерами.

Ключевые слова: внешняя торговля, культура, религия, конфессиональная принадлежность, доверие.

Цитировать статью: Казанцева, М. А., & Непп, А. Н. (2023). Религия и культура как факторы доверия во внешней торговле. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 58(1), 274–303. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-58-1-13>.

M. A. Kazantseva

Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia)

A. N. Nepp

Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia)

JEL: E02, Z12, F10

RELIGION AND CULTURE AS FACTORS OF TRUST IN FOREIGN TRADE

Growing tension around Russia in the global economy, the need to reorient foreign trade flows to countries that differ from Russia in cultural and religious aspects, as well as a growing number of publications aimed at studying economic effects of culture, religion and trust, makes it necessary to conduct a comprehensive analysis of scientific literature on the influence of culture and religion on foreign trade activities. Based on the analysis of religious literature and scientific empirical research and using the methods of systematization, generalization, meta-analysis, conceptual approaches of socio-cultural anthropology and cross-cultural psychology, the paper proposes a theoretical justification for the mechanism of the influence of religion and culture on foreign trade. Two approaches to the influence of culture on foreign trade activity are theoretically substantiated. Within the framework of the first approach, the proximity of cultural values contributes to the growth of foreign trade activity. Within the second framework, cultural openness and tolerance for foreign cultures have limited potential to increase mutual trade. Based on the analysis of scientific and religious literature, three groups of channels of the mechanism of the influence of religion on foreign trade are substantiated. The first group of channels, which are based on a person's psychological perception of God and His deeds, includes: influence through the perception of entrepreneurial risk as God's providence and impact through the fear of trading partners before God's punishment for non-fulfillment of obligations. The second group of channels, the mechanism of influence of which is based on the similarity and difference of religious dogmas, includes: influence based on different religious dogmas, influence through the trust of trading partners due to the similarity of religious values and influence through religious openness and tolerance towards other faiths. The third group of channels, the mechanism of which is based on institutional theories, includes: influence through the development of religious competition, the influence

of religious institutions as an alternative to weak state institutions and the influence of religion as the basis of trust between trading partners.

Keywords: foreign trade, culture, religion, confessional affiliation, trust.

To cite this document: Kazantseva, M. A. & Nepp, A. N. (2023). Religion and culture as factors of trust in foreign trade. *Lomonosov Economics Journal*, 58(1), 274–303. <https://doi.org/MSU0130-0105-6-58-1-13>.

Введение

Внешняя торговля — один из важнейших факторов развития экономики любой страны и мировой экономики в целом. Торговля стимулирует социальное и экономическое развитие страны, повышает уровень жизни населения, помогает создавать рабочие места, способствует развитию конкуренции на мировом рынке, созданию, внедрению и распространению новых товаров и технологий, и в целом является одним из ключевых факторов для развития и движения стран вперед.

Складывающиеся последние несколько лет экономическая и политическая ситуации в мире, спад мировой торговли из-за эпидемии коронавируса, обострившаяся ситуация вокруг России, события в Украине на фоне уже имеющихся конфликтов с ЕС и США делают актуальным исследования факторов влияния на внешнюю торговлю России и возможных катализаторов ее дальнейшего развития. Необходимость переориентации основных внешнеторговых потоков на «дружественные» страны, такие как Китай, Индия, ОАЭ, Иран, Турция, значительно отличающиеся от России в культурном и религиозном аспектах, повышает важность и значимость учета культурных и религиозных факторов «непрямого воздействия» при выборе новых торговых партнеров.

Развитие международной торговли, как системы товарно-денежных отношений между странами, складывается из внешней торговли стран и опирается на тот выигрыш и выгоду, которые получает каждая конкретная страна от участия в ней. В рамках данной статьи под внешней торговлей понимается совокупность торговых операций на платной основе по продаже (экспорт) и купле (импорт) товаров и услуг резидентами одного государства резидентам иных государств (Швед, 2018). Фундаментальными для внешнеторговых моделей стали теория абсолютных преимуществ А. Смита (Смит, 1962) и теория сравнительных преимуществ Д. Рикардо (Рикардо, 1955), доказывающие эффективность и выигрышность открытой экономики. Некоторые исследования в области экономики показали, что внешнеторговая открытость страны в значительной степени определяет темпы роста ВВП на душу населения, в том числе вызывает изменение долгосрочных тенденций экономического роста для отдельных стран (Frankel, Romer, 1999; Dollar, Kraay, 2001).

В научной литературе широко исследованы факторы прямого влияния на внешнеторговую активность стран, такие как ВВП на душу населения (Nam et al., 2015; Portugal-Perez, Wilson, 2012; Beverelli et al., 2015; Pietrzak, Lapinska, 2015; Abdullah et al., 2015), обеспеченность сырьевыми ресурсами (Tian et al., 2017; Bokpin et al., 2015; Harding, Venables, 2016; Дробот и др., 2017), географическое положение (Pietrzak, Lapinska, 2015; Balogh, Jámbor, 2017; Zemtsov, Baburin, 2016), доля иностранных инвестиций (Pietrzak, Lapinska, 2015; Mariev et al., 2016).

В последние годы в экономической науке становятся все более актуальными исследования, изучающие влияние на внешнюю торговлю косвенных, не имеющих прямого воздействия факторов, таких как: институциональные факторы (Linders, de Groot, 2006; Полтерович, 2018); факторы культуры (Felbermayr, Toubal, 2010; Tabellini, 2010), религии (Lee, Park, 2016; Helble, 2006), доверия (La Porta et al., 1997; Ciaian et al., 2016). Высокая научная значимость исследования подобных неэкономических факторов косвенно подтверждается Нобелевскими премиями в области институциональной экономики (Г. Мюрдаль и Ф. А. фон Хайек — в 1974 г.; Р. Коуз — в 1991 г.; Д. Норт — в 1993 г.; Р. Ауманн и Т. Шеллинг — в 2005 г.; Э. Остром и О. Уильямсон — в 2006 г.) и в области поведенческой экономики (Р. Талер — в 2017 г., Г. Саймон — в 1978 г., Д. Канеман и В. Смит — в 2002 г.). Среди российских экономистов в разное время роль институциональных факторов для экономического развития обосновывали В. Полтерович (2017, 2018), А. Аузан и др. (2020), В. Барина и др. (2018), О. Сухарев (2015), А. Иванов (2015), Полтерович и др. (2017). Все большее число исследований посвящается связи культурных и религиозных ценностей с показателями экономического развития (Felbermayr, Toubal, 2010; Tabellini, 2010; Lee, Park, 2016; Helble, 2006; La Porta et al., 1997; Ciaian et al., 2016).

Рост числа научных работ в области институциональной экономики, поведенческих финансов и психологии по исследованию влияния институциональных и поведенческих факторов делает актуальным обобщение и систематизацию работ с целью определения механизма влияния культуры и религии на экономическое развитие и внешнюю торговлю в частности.

В данной статье на основе анализа религиозной литературы и научных эмпирических исследований с применением методов систематизации, обобщения, метаанализа, концептуальных подходов социально-культурной антропологии и кросс-культурной психологии предлагается теоретическое обоснование механизма влияния религии и культуры на внешнюю торговлю.

Практическая значимость работы обусловлена следующим. В условиях роста значимости Китая, Индии, стран Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока как внешнеторговых партнеров России после начала российско-

украинского конфликта учет механизма влияния культуры и религии становится особо значимым при принятии экономических решений и заключении внешнеторговых сделок, а также при разработке государственными органами мер по стимулированию внешнеторговой деятельности.

Теоретическая значимость заключается в том, что обоснование в статье каналов воздействия религии на внешнеторговую деятельность может выступить методологической основой для дальнейших эмпирических исследований по данной и смежным темам.

Работа состоит из четырех основных частей. В первой части работы приводится теоретическое обоснование воздействия культуры на внешнюю торговлю. Во второй части обосновывается значение доверия как источника влияния культуры и религии на внешнюю торговлю. Теоретико-методологические обоснование механизма влияния религии на внешнюю торговлю производится на основе анализа научной и религиозной литературы в третьей и четвертой частях соответственно. В конце работы формулируются выводы.

Культура как основа для внешней торговли

Культура — это совокупность убеждений и жизненных ценностей, религиозных убеждений, а также норм поведения и знания, полученных от других (Харрисон, Хантингтон (ред.), 2002), которые отражаются в поведении участников внешнеэкономической деятельности и формате их взаимодействия между собой. Д. Норт (North, 2005) неоднократно называл культурные убеждения и идеологии «строительными лесами» для институтов, в том числе экономических.

Сложившиеся в стране культурные системы объясняют темпы развития тех или иных экономик (Бэнфилд, 1958), а сами культурные факторы имеют доминирующее влияние для экономического поведения и взаимодействия людей (Smith, 1997; Mill, 1848), воздействуя на predisposition к риску (Kumar et al., 2011; Noussair et al., 2014) и к предпринимательству (Fritsch, Falck, 2007; Thornton et al., 2011; Millan et al., 2014; Земцов, Царева, 2018), на готовность доверять подчиненным (Zolfaghari, Madjdi, 2022; Costigan et al., 2011; Krot, Lewicka, 2012).

Для понимания разницы влияния культурных факторов на экономическое поведение участников внешнеэкономической деятельности особое значение имеет принадлежность к культуре «Запада» либо «Востока».

Западная культура основана на прагматизме и индивидуализме (Nisbett, 2003), материальном мире, технологическом прогрессе и динамическом образе жизни (Грушевицкая, Садохин, 2011). Западная культура отдает предпочтение разуму, рациональному началу и логическому мышлению (Брагина, 1999). Западная культура основана в основном на христианстве.

Для восточной культуры более важен коллективизм, построение сотрудничества на конформизме (Nisbett, 2003), направленность на гармо-

нию человека с природой, внутренний мир человека и его духовное развитие (Быстрова, 2002). Восточная культура ориентируется на образное мышление и интуитивное познание, характеризуется высокой духовностью, тесной взаимосвязью науки, философии и религии и колоссальной ролью традиций. Культура Востока неоднородна в силу широкого распространения разных религиозных школ (буддизма, индуизма, конфуцианства, ислама, даосизма и т.д.).

«Запад рационален, а Восток — иррационален» (Брагина, 1999). Природа доверия в традиционных обществах Востока основывается на вере, когда как в западном обществе — на рациональном знании и расчете (Татарко, Лебедева, 2007).

Существенные различия в ценностях и отношении к окружающему миру, отличия в психологии людей западной и восточной культур оказывают непосредственное влияние на механизм формирования и принятия решений в экономике (Шавкунова, 2017).

В исследованиях влияния культурных факторов на внешнеэкономическую деятельность субъектов можно выделить два противоположных подхода.

Сторонники первого подхода считают, что культурная дистанция между участниками внешнеэкономической деятельности способствует росту активности внешней торговли (Linders et. al., 2005). Однако потенциал такой активности ограничен (Lankhuizen et al., 2011), и как только культурные различия между двумя странами превышают определенный порог, взаимная торговля между странами падает (Lankhuizen et al., 2011).

Последователи второго подхода, наоборот, считают, что, при прочих равных условиях, культурные различия сказываются отрицательно на эффективности взаимной торговли, а культурное сходство стран способствует ведению более активной внешнеэкономической деятельности стран (Heid, Lu, 2022; Doanh et al., 2022; Kogut, Singh, 1988; Boisso, Ferrantino, 1997). Исследуя взаимные оценки на международном конкурсе «Евровидение», Г. Фебельмайер и Ф. Тубэл (Felbermaуt, Toubal, 2010) доказали, что культурная близость стран имеет значительный положительный эффект для активности ведения внешней торговли. Общий язык как один из важнейших показателей близкой культуры повышает вероятность начала ведения двусторонней торговли между странами на 10% (Helpman et al., 2009) и в 1,3—1,6 раза увеличивает объемы взаимной торговли (Melitz, Toubal, 2012). Как отметили в своей работе Mendonça и Hvan (2013), люди, которые относят себя к одной и той же культурой, в большей степени доверяют друг другу, нежели посторонним. А при попадании в чужую культурную среду они начинают испытывать «культурный шок» (Oberg, 1960). В рамках второго подхода было выявлено также, что положительное влияние культурного сходства варьируется в зависимости от типов продуктов, участвующих в торговом обмене, и в зависимости от текущей политиче-

ской и идеологической ситуации в мире. Так, например, было выявлено, что культурное сходство имеет наибольшее значение при ведении торговли дифференцированными товарами, нежели гомогенными (Rauch, Trindade, 2002). Г. Гокмен с соавторами (Gokmen et al., 2018), изучая динамику влияния культурных различий на торговлю в разное время, доказали не только отрицательную связь между культурными различиями и двусторонним импортом стран, но и на основе анализа гравитационной модели выявили, что степень этого негативного влияния была значительно больше, например, в период после «холодной войны», нежели в период ведения торговли во время самой «холодной войны».

Одним из основных компонентов культурной среды является религия (Helble, 2006), в значительной степени определяющая поведение человека (Iannaccone, 1998; Шавкунова, 2017), его менталитет, характер, мышление и мировоззрение (Holbrook et al., 2016; Purzycki et al., 2016; Урунова, 2016; Сазанова, 2012) и влияющая на его организм (Popova, 2014; Koenig, 2012). В качестве одного из основных источников воздействия культуры и религии на внешнеторговую активность человека можно выделить повышенный уровень доверия у верующих людей.

Доверие как источник влияния религии и культуры на экономические параметры

По мнению Ф. Фукуямы (Fukuyama, 1995), сторонника концепции ключевой роли доверия в обществе, благополучие и конкурентоспособность страны определяются универсальной культурной характеристикой — присущим ее обществу уровнем доверия, а распространение недоверия к институтам и друг к другу в обществе облагает все виды экономической деятельности дополнительным налогом, который не платит общество с высоким уровнем доверия.

К проблеме доверия обращались такие философы, как И. Кант (1966) и Э. Дюркгейм (1996), рассматривая роль доверия в контексте анализа «договорного» начала общественных отношений. Э. Дюркгейм в своих исследованиях приходит к выводу, что договоры основываются на чем-то нерациональном, что он называет «преддоговорной солидарностью» (Дюркгейм, 1996).

Доверие, по мнению Д. Норта и А. Дензау (North, Denzau, 1993), создает общие модели мышления, единую систему координат определенного поведения и восприятия событий. Общество с более высоким уровнем доверия создает основы для широких кооперативных связей (Аузан и др., 2020) и формирует предпосылки воздерживаться от оппортунистического поведения (Guiso et al., 2008).

Неформальные нормы, основанные на доверии, способствуют снижению транзакционных издержек, характерных для любых коммерческих

контрактов (в том числе и внешнеторговых) в силу их неопределенности, что делает торговлю дешевле, снижает ренту и повышает эффективность использования ресурсов (Мокуг, 2010; Даймонд, 2011).

Фактор доверия особенно важен, когда в экономических сделках присутствует фактор неизвестности. «Доверие — это решение особых проблем, связанных с риском» (Luhmann, 1998).

Эффекты доверия подтверждаются и в эмпирических исследованиях путем анализа индексов доверия через социальные опросы (Guiso et al., 2008; Wu et al., 2014; Ang et al., 2015; Knack, Keefer 1997; Zolfaghari, Madjdi, 2022; La Porta et al., 1997; Левада-Центр, 2022, 2021, 2020, 2019; Фонд «Общественное мнение», 2007), сентимент-анализа социальных сетей (Halaszovich, Nel, 2017; Phua, Ahn, 2014; Ciaian et al., 2016).

Выявлены и обоснованы эффекты доверия на экономическое развитие и экономический рост (La Porta et al., 1997; Tabellini, 2010; Beugelsdijk, 2006; Журавлев, Сумарокова, 2013; Веселов, 2013), инвестиционную активность (Qin et al., 2022; Guiso et al., 2009; Aggarwal, Goodell, 2009), фондовый (Guiso et al., 2003) и банковский (Кузина, Ибрагимова, 2010) рынки, двустороннюю торговлю (Guiso et al., 2009; Sygus, 2012) и т.д.

На экономическое поведение человека оказывает влияние разного рода доверие. В исследованиях выделяются: межличностное доверие или социальное доверие (La Porta et al., 1997; Qin et al., 2022; Кученкова, 2016; Михальски, 2013; Гужавина, 2012; Сидоренков, Сидоренкова, 2011), доверие к государству (Barro, 1991; Alesina, Perotti, 1995), Правительству (Ciziceno, Pizzuto, 2022; Daniels, von der Ruhr, 2010; Совет Федерации, 2021), судам и правовой системе (Alm, Torgler, 2006; Torgler, 2005) финансовым институтам (Кузина, Ибрагимова, 2010), религиозное доверие (Niu, Zhao, 2018) и доверие к людям близкой культуры (Cialdini, 2001).

А. Татарко и Н. Лебедева (2007) в своей работе предположили, что доверие — это результат соединения трех компонентов: истории взаимоотношений сторон, особенностей культуры общества и личностных характеристик конкретного индивида.

Ряд существующих исследований теоретически и эмпирически доказывают наличие определенных закономерностей, связывающих уровень доверия с его детерминантами — культурой и религией. Н. Михальски (2013) при исследовании социального доверия как общего доверия к неизвестным людям обосновал связь доверия с религиозной принадлежностью и культурными ценностями. Авторы исследований выявляют множественные источники культурных ценностей, которые влияют на склонность человека к доверию и их оценку надежности других людей (Zolfaghari, Madjdi, 2022). Доверие основано на глубоко укоренившихся культурных традициях (Fukuyama, 1995; Putnam, 1993; Tabellini, 2008). И доверие граждан друг к другу во многом определяется схожестью их культурных ценностей и религиозных убеждений (Cialdini, 2001).

Религия как фактор стимулирования внешней торговли (научный подход)

В научных и религиозных изданиях не существует универсального и всеохватывающего определения термина «религия». Н. Гордиенко (2005) считает, что «религия — это образ мыслей, чувств и действий, обусловленный верой в сверхъестественное и предусматривающий возможность общения с объектом веры». Через концепт веры термин «религия» трактуется достаточно часто: религия — это «вера, особый взгляд на мир, совокупность обрядово-культовых действий, а также объединение верующих людей в определенную организацию, которые вытекают из убежденности в существование той или другой разновидности сверхъестественного» (Кислюк, Кучер, 2003). Религия оказывает воздействие на поведение верующих в сфере экономики, производства, торговли, и в целом на отношение к труду.

В данной работе мы выделяем восемь основных каналов влияния религии на международную торговлю, которые исходя из методики метаанализа (Glass, 1976) применительно к синтезу эмпирических исследований систематизируем в три группы:

- а) каналы, в основе которых лежит психологическое восприятие человеком Бога;
- б) каналы, механизм работы которых основан на сходствах и различиях религиозных догм конфессий;
- в) каналы, в основе механизмов которых лежат институциональные теории.

Таблица 1

Каналы влияния религии на экономическую, в том числе торговую активность

№ п/п	Канал влияния религии	Механизм влияния	Объединяющие признаки каналов влияния религии на основе метаанализа	Примеры работ, доказавших наличие канала
1	Риск как Божье провидение	Воцерковленный человек понимает риск как Божье провидение, что способствует принятию экономической неопределенности и стимулирует торговую активность	В основе каналов лежит психологическое восприятие человеком Бога и его деяний	Kumar et al., 2011; Noussair et al., 2014
2	Страх Божьей кары	Страх Божьей кары за несправедливость и безнравственность способствует выполнению обязательств и стимулирует торговлю		Purzycki et al., 2016; Gervais et al., 2017

№ п/п	Канал влияния религии	Механизм влияния	Объединяющие признаки каналов влияния религии на основе метаанализа	Примеры работ, доказавших наличие канала
3	Разница в религиозных догмах конфессий	Конфессии по-разному относятся к экономической деятельности и ведению торговли. Религии, направленные на развитие индивидуализма, в большей степени активизируют предпринимательскую деятельность	Механизм влияния каналов основан на сходствах и различиях религиозных норм конфессий	Mehanna, 2003; Lewer, den Berg, 2007; Weber, 1958; Barro, McCleary, 2003; Lewer, 2007; La Porta et al., 1997; Inglehart, 1999; Шахназаров, 2004
4	Сходство религиозных ценностей	Сходство религиозных норм способствует доверию между партнерами одной религиозной общины, что содействует двусторонней торговле		Helble, 2007; Kang, Fratianni, 2006; Tan, 2006; Lee, 2013; Linders, de Groot, 2006
5	Религиозное разнообразие и открытость	Религиозная толерантность позволяет экономике привлекать мигрантов различных конфессий, что способствует экономической активности		Lee, Park, 2016; Hergueux, 2011; Alesina, Zhuravskaya, 2008; Mokyr, 2010
6	Религия как альтернатива слабым государственным институтам	Религия замещает слабые либо потерявшие доверие государственные институты, что позитивно сказывается на развитии торговой активности	В основе каналов влияния лежат институциональные теории	Hergueux, 2011; Helble, 2007; Wu et al., 2014
7	Религиозность как основа для доверия	Религиозные люди вызывают большее доверие, что позитивно влияет на выполнение обязательств и способствует торговле		Guiso et al., 2003, 2009; Greif, 2006; Татарко, Лебедева, 2007; Putnam, 1993; Сысоколов, 2006
8	Религиозная конкуренция	Развитие религиозной конкуренции изменяет духовные стандарты, что способствует снижению зависимости человека от Бога и развитию предпринимательской активности		Eswaran, 2011; Thiel, 2008

В первой группе каналов влияния религии на внешнюю торговлю, в основе механизмов которых лежит психологическое восприятие человеком Бога и Его деяний, можно выделить два основных канала.

Первый канал влияния религии на экономическое поведение человека связан с готовностью воспринимать риск. Воцерковленный человек воспринимает риск как Божье провидение (Kumar et al., 2011; Noussair et al., 2014). Религиозный человек, веря в положительный исход в любой ситуации, с большей вероятностью добивается поставленных перед собой целей, находя в случае неудачи утешение в религии (Leondari, Gialamas, 2009; Booker, Johnson, 2022; Юнг, 1998). Способность воцерковленного человека так воспринимать риск влияет на потребность в экономических свободах (Hillman, Potrafke, 2018) и готовность принимать управленческие решения (Hilary, Hui, 2009; Filistrucchi, Prufer, 2013), что воздействует на инновационную (Benabou et al., 2015) и инвестиционную (Guiso et al., 2003) активности, финансовые рынки (Guiso et al., 2006) и экономический рост (Alesina, Giualiano, 2009).

Вторым и не менее важным каналом воздействия религии является страх Божьей кары наряду с повышенной нравственностью и повышенным чувством справедливости у верующих людей. Когда человек верит в то, что все его помыслы известны Богу, а Бог дает какие-то моральные установки и карает за несоблюдение правил, то он пытается лучше себя вести, быть более справедливыми и даже реже мошенничать. Эксперимент, проведенный учеными (Purzycki et al., 2016), показал, что чем больше человек был склонен характеризовать своего Бога как «всевидающего» и «карающего», тем больше денег он готов был пожертвовать незнакомцам той же религии, и главный мотив такого поведения людей — это страх перед сверхъестественным наказанием. Под страхом Божьей кары религиозный человек более справедлив, а справедливость — залог долгого и плодотворного сотрудничества в сфере внешней торговли. Основные религии мира озабочены нравственным поведением, и религиозная приверженность является признаком добродетели. Нравственность часто считают синонимом религиозности. Как обнаружил в своем исследовании психолог У. Джервейс, жители всех континентов предполагают, что аморальные поступки (включая даже серийные убийства) чаще совершаются неверующими (Gervais et al., 2017).

Ко второй группе каналов влияния религии на внешнюю торговлю мы относим каналы, принцип действия которых основан на сходствах и различиях религиозных догм разных конфессий, и выделяем три основных канала (третий, четвертый и пятый).

Третий канал механизма влияния обусловлен тем, что разные конфессии опираются на разные религиозные догмы, по-разному относятся к экономической деятельности и к ведению торговли и, следовательно, по-разному мотивируют паству (Mehanna, 2003; Lewer, den Berg, 2007).

В большей степени активизируют предпринимательскую, в том числе торговую деятельность, религии, направленные на развитие индивидуализма, призывающие больше рассчитывать на свои силы, нежели на помощь общины. Так, по мнению М. Вебера (Weber, 1958), протестантская этика способствует предпринимательству и, как следствие, положительно сказывается на экономической активности, в том числе торговой. Христианство способствует росту макроэкономических показателей в большей степени, чем буддизм и ислам, ориентированные на солидарную ответственность (Barro, McCleary, 2003). Несмотря на уникальные теологические поощрения Священного Корана, касающиеся развития торговли, мусульманские страны в среднем торгуют меньше, чем христианские (Mehanna, 2003). Православие, конфуцианство, буддизм, индуизм и протестантизм играют позитивную роль для двусторонней торговли, в то время как ислам и иудаизм не влияют, а католицизм оказывает негативное воздействие на развитие торговли (Lewer, den Berg, 2007). Католицизм, традиционно способствуя сильной вертикальной связи населения с церковью, отрицательно влияет на уровень доверия, что не способствует сотрудничеству и торговле (La Porta et al., 1997; Inglehart, 1999). Религиозные установки старообрядцев в России позитивно влияли на развитие предпринимательства (Шахназаров, 2004).

Четвертый канал влияния основан на сходстве религиозных ценностей как стимула двусторонней торговли стран (Helble, 2007; Kang, Fratianni, 2006), в то время как различия приводят к снижению объемов торговли (Linders, de Groot, 2006; Lee, 2013). Сходство религиозных норм способствуют доверию и сотрудничеству между торговыми партнерами одной религиозной общины (Tan, 2006), что обусловлено созданием общих норм и институтов (Lee, 2013).

Пятый канал обусловлен тем, что религиозное разнообразие и религиозная открытость больше располагают к экономической активности (Lee, Park, 2016) и благоприятствуют привлечению прямых иностранных инвестиций (Hergueux, 2011). Религиозная толерантность способствует экономическому росту (Alesina, Zhuravskaya, 2008), а религиозная терпимость, в свою очередь, особо значима, поскольку «позволяет экономике привлекать и поглощать религиозных эмигрантов» (Мокур, 2010). Однако утверждать о позитивном влиянии религиозного разнообразия на внешнюю торговлю сложно: религиозные различия вызывают снижение торговли с бедными странами и регионами, в то время как с более богатыми странами и регионами разнообразие приводит к увеличению торговли.

К третьей группе каналов влияния религии на внешнюю торговлю мы отнесли те каналы, механизм воздействия которых основан на институциональных теориях. К таким каналам мы относим шестой, седьмой и восьмой.

В рамках шестого канала влияния религия рассматривается как альтернатива слабым либо потерявшим доверие государственным институтам (Hergueux, 2011). Религиозные институты в рамках данного канала влияния в соответствии с теорией транзакционных издержек Д. Норта (North, 2005) способны подменить неэффективные и/или слабые правовые институты (Helble, 2007), что позитивно отразится на привлечении инвестиций и будет способствовать развитию внешнеэкономических связей (Lewer, van Berg, 2007). Однако замещение правовых институтов религиозными возможно только в странах со слабыми институтами, негативно влияющими на торговлю (Wu et al., 2014).

Седьмой канал воздействия объясняется доверием к верующим и устойчивыми социальными связями между воцерковленными людьми. Механизм канала основан на понимании доверия как «договорного» начала общественных отношений (Дюркгейм, 1996), создающим общие модели мышления и единую систему ценностей (North, Denzau, 1993). Религиозные люди ассоциируются с более высоким уровнем доверия к другим людям, правительству и правовой системе и более низким желанием нарушать закон, что позитивно влияет на выполнение гражданами обязательств (Guiso et. al., 2003, 2009), а также способствует экономическому и торговому обмену (Greif, 2006; Guiso et al., 2009). Религия формирует определенную картину мира, регламентирует поведение ее адептов, повышая уровень доверия между ними (Татарко, Лебедева, 2007). Уровень доверия к другим людям у адептов христианства (особенно у протестантов) выше, чем у атеистов, в то время как у мусульман он ниже, чем у христиан (Guiso et. al., 2003), что, по мнению Р. Патнама, объясняется тем, что доминирующие «горизонтальные» религии в странах (протестантизм или иудаизм) способствуют более высокому уровню доверия у верующих, чем в странах с «вертикальными» религиями (ислам, католицизм и православие) (Putnam, 1993). По мнению А. Сусоколова (2006) на экономику оказывает влияние не столько содержание вероучения, сколько круг общения вокруг него, в рамках которого индивиды разделяют схожие нормы и правила поведения и формируют благодаря этому устойчивые социальные связи.

Восьмой канал механизма воздействия связан с концепцией религиозной конкуренции в свете институциональных теорий (Шаститко, 2008). В условии конкуренции возможно изменение «продукта на религиозном рынке» (Zaleski, Zech, 1995), изменяются и ослабевают духовные стандарты (Thiel, 2008; Eswaran, 2011), что способствует снижению зависимости человека от Бога, стимулирует его к самостоятельности с развитием экономической, в том числе торговой, активности (Serog, 2018).

Раскрывая эффекты религии для экономической активности и торговли, нельзя не рассмотреть и религиозную литературу, так как именно понимание теологических основ позволяет лучше понять экономические эффекты религиозности и конфессиональной принадлежности.

«В начале было Слово, и Слово было у Бога» Евангелие от Иоанна (Новый завет)

Рассматривая теологические основы для эффектов религии на внешнюю торговлю, мы можем выделить несколько механизмов воздействия.

В качестве одного из основных механизмов назовем влияние религии на уровень доверия у верующих людей. И прежде всего любая религия призывает верить в Бога и доверять ему: «Надейся на Господа всем сердцем твоим, и не полагайся на разум твой»¹, «Со мной — мой Господь, и Он укажет мне прямой путь»². Тот, кто доверяет Создателю, будет в безопасности^{3,4}. В Паралипоменон говорится: «Ибо очи Господа обозревают всю землю, чтобы поддерживать тех, чье сердце вполне предано Ему»⁵.

Любая религия учит паству любви и доверию к ближнему. Ислам побуждает к укреплению братских уз любви и доверия: призывает любить ближних ради Аллаха и обязательно сообщать об этой любви⁶, не завидовать и не поворачиваться спиной друг к другу⁷. «Мусульманин мусульманину брат»⁸ и «воистину, верующие — братья»⁹, которые «милостивы между собой»¹⁰. Ислам ставит доверие к ближнему наравне с высокой нравственностью и умением прощать. В хадисе Кудси Всевышний взывает: «О люди!

¹ Книга Притчей Соломоновых, Глава 3, стих 5. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/pr/3:1-12

² Сура «Аш-Шуара (Поэты)», аят 62. Коран. <https://quran-online.ru/26:62>

³ «Боязнь пред людьми ставит сеть; а надеющийся на Господа будет безопасен». Ветхий Завет. Книга Притчей Соломоновых. Книга Екклесиаста, или Проповедника. Притча 29:25. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/pr/29:25

⁴ «Аллах защитит тебя от людей». Сура «Аль-Маида (Трапеза)», аят 67. Коран. <https://quran-online.ru/5:67>

⁵ Вторая книга Паралипоменон. Глава 16, стихи 7–10. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/2ch/16:7.10

⁶ «Если человек полюбит брата своего, пусть сообщит ему о том, что он любит его». Сунан Аби Дауд. Книга благовоспитанности. Хадис 5124. <https://isnad.link/book/sunan-abu-daoud/35-kniga-blagovospitannosti-hadisy-4773-5274/124-glava-soobshenie-cheloveka-svoemu-bratu-chto-on-lyubit-ego>

⁷ «Остерегайтесь дурных мыслей (о людях), ибо, поистине, дурные мысли — это самые лживые слова! Не разузнавайте, не шпионьте, не завидуйте друг другу, не поворачивайтесь спиной друг к другу, откажитесь от ненависти по отношению друг к другу, и будьте братьями, о рабы Аллаха!» (Сахих аль-Бухари. Книга о благовоспитанности. Хадис 6064. <https://isnad.link/book/sahih-al-buhari/78-kniga-o-blagovospitannosti-hadisy-5970-6226/57-glava-otom-chto-zapresheno-zavidovat-drug-drugu-i-povorachivatsya-drug-drugu-spinoyj>).

⁸ Сахих Муслим. Книга о благочестии, родственных связях и нравственности. Хадис 2580. <https://isnad.link/book/sahih-muslim/45-kniga-o-blagochestii-rodstvennyh-svyazyah-i-nravstvennosti-hadisy-2548-2642/15-glava-zapret-nespravedlivosti>

⁹ Сура 49 «Аль-Худжурат (Комнаты)», аят 10. Коран. <https://quran-online.ru/49:10>

¹⁰ Сура 48 «Аль-Фатх (Победа)», аят 29. Коран. <https://quran-online.ru/48:29>

К Вам пришло наставление от Вашего Господа и исцеление от недуга не-доверия» (Али-заде, 2007). А верность считается одним из важных качеств верующего человека: «Отличающийся четырьмя (качествами) является лицемером <...> кто лжёт, когда рассказывает (о чём-либо), предаёт, когда ему доверяются...»¹.

Христианство говорит, что любовь есть реализация веры в Бога² и любовь выражается через доверие: «Любовь долготерпит, милосердствует, <...>, всему верит, всего надеется, все переносит ...»³. Христиане должны держать свое слово: «Но да будет слово ваше: “да, да”; “нет, нет”; а что сверх этого, то от лукавого»⁴, заботиться о практических нуждах других⁵, чтобы стремиться заслужить доверие.

В Православии Бог положил доверие в основу всех взаимоотношений человека, когда дал Адаму всего лишь одну ограничительную заповедь, таким образом построив отношения человека с Собой на доверии. Примером проявления доверия в Православии может служить святой подвижник Авва Аммон, который, искренне доверяя своему ученику Иоанну, никогда не позволял себе смотреть, что делает ученик во внутренней келии (Святитель Игнатий (Брянчанинов). Доверяйте людям как самому себе — призывает архиепископ Иоанн (Шаховской) (2007).

Верующий человек должен относиться к ближнему, как к себе: «Не делай другим того, чего не желаешь себе»⁶. Данное «золотое правило нравственности» встречается в «Махабхарате»⁷, в изречениях Будды^{8,9}, Ветхом за-

¹ Сахих аль-Бухари. Книга о захваченном несправедливо. Хадис 2459. <https://isnad.link/book/sahih-al-buhari/46-kniga-o-zahvachennom-nespravedlivo-hadisy-2440-2482/17-glava-v-sluchae-rashozhdenij-s-kem-libo-dejstvuet-nezakonno>

² «Кто не любит, тот не познал Бога, потому что Бог есть любовь». Первое Послание Иоанна, Глава 4, стихи 7-8. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/1jo/4:7-8

³ Первое Послание к Коринфянам, Глава 13, стихи 4–7. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/1co/13:4-7

⁴ Евангелие от Матфея, Глава 5, стих 37. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/mt/5#mt5_38

⁵ «Что пользы, братия мои, если кто говорит, что он имеет веру, а дел не имеет? может ли эта вера спасти его? Если брат или сестра наги и не имеют дневного пропитания, а кто-нибудь из вас скажет им: “идите с миром, грейтесь и питайтесь”, но не даст им потребного для тела: что пользы? Так и вера, если не имеет дел, мертва сама по себе». Послание Иакова, Глава 2, стихи 14–17. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/jas/2:14-17

⁶ Конфуций. «Лунь Юй», 15:23. https://modernlib.net/books/konfuciy/lun_yuy/read/

⁷ Махабхарата. Книга 12, глава 260. http://sanskrt.org/wp-content/uploads/2012/06/Mokshadharm_Smironov.pdf

⁸ «Все дрожат перед наказанием, все боятся смерти — поставьте себя на место другого» (Дхаммапада, Глава X:129. <https://www.newacropol.ru/Alexandria/philosophy/Philosofs/Buddhism/dhammapada/>).

⁹ «Как он поучает другого, так пусть поступает и сам» (Дхаммапада, Глава XII:159. <https://www.newacropol.ru/Alexandria/philosophy/Philosofs/Buddhism/dhammapada/>).

вете¹, Евангелие: «Итак, во всем как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними; ибо в этом закон и пророки»² и в «Сунне» в качестве изречения Пророка Мухаммеда³.

В качестве второго подхода влияния религии выделим различное отношение конфессий к неверующим и представителям своей и иной конфессий.

Призывая правоверных к доверию, Ислам разделяет доверие к неверующим, к правоверным и к другим конфессиям. Ислам запрещает брать неверующих в близкие друзья, доверять им секреты и полагаться на них. «О те, которые уверовали! Не берите неверующих себе в помощники и друзья вместо верующих»⁴, «Не дружи ни с кем, кроме верующих, и пусть твою еду не ест никто, кроме богобоязненных»^{5,6}. Несмотря на отрицательное отношение к неверию в Аллаха, Шариат не воспрещает поддерживать добрые отношения с людьми других религий: «Аллах не запрещает вам быть добрыми и справедливыми с теми, которые не сражались с вами из-за религии. Воистину, Аллах любит беспристрастных»⁷. Посланник Аллаха Абдуллах ибн Умара не допускает насилия к иноверцам: «Тот кто, убил неверующего, заключившего мирный договор с мусульманами, даже не почувствует благоухание Рая.»⁸. Иноверцев нельзя оскорблять, покушаться на их жизнь, имущество, честь и достоинство (Али-заде, 2007).

В христианстве отношение к другим религиям раскрывается через Евангелие. В притче о самарянине⁹, который спас случайного встречного от смерти, Иисус Христос подчеркивает, что самым близким пострадавшему оказался человек иного вероисповедания. Данная притча, по мнению Епископа Илариона (Алфеева) (2007), показывает, что «примеры человеческой доброты встречаются у всех народов и во всех верах». Апостол

¹ «Что ненавистно тебе самому, того не делай никому...» (Книга Товита, Глава 4, стих 15. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/tob/4:15).

² Евангелие от Матфея, Глава 7, стихи 7–12. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/mt/7:7-12

³ «Делайте всем людям то, что вы желали бы, чтобы вам делали люди, и не делайте другим того, чего вы не желали бы себе» (Изречения Магомета, не вошедшие в Коран, 1956).

⁴ Сура 4 «Ан-Ниса (Женщины)», аят 144. <https://quran-online.ru/4:144>

⁵ Суанн Аби Дауд. Книга благовоспитанности. Хадис 4832. <https://isnad.link/book/sunan-abu-daoud/35-kniga-blagovospitannosti-hadisy-4773-5274/19-glava-o-tom-s-kem-veleno-sostavlyat-kompaniyu>

⁶ Суанн ат-Тирмизи. Книга аскетизма. Хадис 2395. <https://isnad.link/book/sunan-at-tirmizi/34-kniga-asketizma-hadisy-2304-2414/55-glava-ob-obshenii-s-veruyushim>

⁷ Сура 60 «Аль-Мумтахана (Испытуемая)», аят 8. Коран. <https://quran-online.ru/60:8>

⁸ Сахих аль-Бухари. Книга о выкупах. Хадис 6914. <https://isnad.link/book/sahih-al-buhari/87-kniga-o-vykupah-hadisy-6861-6917/30-glava-greh-togo-kto-ubil-nevinno-go-zimmiya>

⁹ Евангелие от Луки, Глава 10, стихи 25–37. <https://bibleonline.ru/children/ibt/172/>

Павел в послании к Римлянам говорит: «Если возможно с вашей стороны, будьте в мире со всеми людьми»¹. Католическая Церковь, несмотря на разногласие и вражду с другими религиями в прошлом, призывает искренне стремиться к взаимопониманию и доброму общению между народами, отвергает любую дискриминацию последователей других религий². Православная Церковь нацелена на поддержание добрых и мирных отношений с адептами других религий, уважает религиозный выбор людей, а также выбор тех людей, которые строят свою жизнь на понятиях светской этики (иеромонах Димитрий (Сафонов), 2017). В Православии все люди созданы Богом по образу Его, поэтому преподобный Феодосий Печерский говорил: «Если увидишь нагого или голодного, или в беду попавшего — будет ли то иудей или мусульманин, <...> — ко всякому будь милосерд, избавь его от беды»³. Святые Православной Церкви Василий Великий, Фотий Константинопольский и Павлин имели дружеские отношения и вели диалог с мусульманами, иудеями и представителями других религий^{4,5}.

В качестве следующего подхода влияния религии выделим различное отношение конфессий к ведению бизнеса и торговли.

С точки зрения Ислама торговля является разрешенной экономической деятельностью. Сам Пророк Мухаммад, как и его предки и окружение, вел торговые дела. «Аллах разрешил торговлю и запретил ростовщичество»⁶, но продавец и покупатель должны придерживаться шариатского этикета и исламского нрава и вести только честную торговлю⁷. Коран подчеркивает важность торговли как заменителя противоправных действий: «О те, которые уверовали! Не пожирайте своего имущества между собой незаконно, а только путем торговли по обоюдному вашему согласию»⁸. Шариат разрешает мусульманам иметь совместный бизнес, в том числе и с партне-

¹ Послание к Римлянам, Глава 12, стихи 9-21. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/ro/12:9-21

² Declaratio de ecclesiae habitudine ad religiones non-christianas NOSTRA AETATE. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_lt.html

³ Священник Георгий Максимов. Православие и ислам, 2012. https://azbyka.ru/otechnik/Georgij_Maksimov/pravoslavie-i-islam/

⁴ Протоиерей Всеволод Чаплин, Юрий Максимов, Дмитрий Сафонов. О православном взгляде на нехристианские религии. <http://www.rpz-kassel.de/index.php/chem-otlichayutsya-religii/islam>

⁵ Житие. Центр святителя Василия Великого. <https://www.svtvasilij.ru/zhitie/>

⁶ Сура 2 «Аль-Бакара (Корова)», аят 275. Коран. <https://quran-online.ru/2:275>

⁷ «Правдивый и достойный доверия торговец будет (в раю) вместе с пророками, правдивейшими и шахидами». Сунан ат-Тирмизи. Книга о торговых сделках. Хадис 1209. <https://isnad.link/book/sunan-at-tirmizi/12-kniga-o-torgovyh-sdelkah-hadisy-1205-1321/4-glava-o-torgovcah-i-o-tom-chto-prorok-da-blagoslovit-ego-allah-i-privetstvuet-nazval-ih-takim-obrazom>

⁸ Сура 4 «Ан-Ниса (Женщины)», аят 29. Коран. <https://quran-online.ru/4:29>

рами, не исповедующими ислам. Пророк Мухаммад принимал приглашения иудеев и навещал их, вступал с ними в имущественные отношения, а также заключал договора с иудеями. Если немусульманин заслуживает доверия настолько, что с ним можно вести дела, то это не запрещено Шариатом: «Среди людей Писания есть такой, который вернёт тебе целый кантар, если ты доверишь его ему...»¹.

Отношение христианства к торговле было крайне противоречивым на протяжении истории. В Библии сказано, что Иисус Христос дважды выгонял торгующих из храма: первый раз в начале Своего проповеднического служения² и второй раз в конце, перед крестными страданиями³, несмотря на то, что меновщики и торгующие в храме делали, на первый взгляд, доброе дело (продавали все нужное для жертвоприношения). Считалось, что Богу все это не угодно, но осуждалась только торговля ради выгоды и наживы без какого-либо улучшения товара. (Gratianus, 1905). «...Даром получили, даром давайте»⁴. Ростовщичество считалось с точки зрения Христианства грехом и незаконной сделкой (Ле Гофф, 2000). Основоположник католической философии Фома Аквинский признавал общественную пользу торговли, но считал, что торговля «имеет в себе нечто постыдное». Протестантская доктрина же не усматривала ничего постыдного в занятии коммерцией и торговлей, но только если это было добросовестное и честное ведение дел. При этом Лютер, одобряя внутреннюю торговлю, осуждал внешнюю торговлю, считая, что она способствует оттоку золота и серебра из страны⁵. Со временем сформировалось новое мышление и христианская точка зрения на предпринимательство, торговлю и коммерцию претерпела изменения, а некогда негативное отношение сменилось поддержкой. «Предпринимательство — это дело, данное Господом талантливым людям так же, как врачам даются способности лечить, строителям — строить и т.д.»⁶.

Заключение

В нашей работе приведен обзор научной литературы с целью теоретико-методологического обоснования воздействия на внешнюю торговлю

¹ Сура 3 «Алю Имран (Семейство Имрана)», аят 75. Копан. <https://quran-online.ru/3:75>

² Евангелие от Матфея, Глава 21, стихи 12–13. <https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/mt/21:12-13>

³ Евангелие от Иоанна, Глава 2, стихи 13–22. <https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/joh/2:13-22>

⁴ Евангелие от Матфея, Глава 10, стихи 8. https://www.bible-center.ru/ru/bibletext/synnew_ru/mt/10:1-15

⁵ Luther M. Von Kaufshandlung und Wucher. <http://www.martinluther.dk/wucher.html>

⁶ Бизнес и вера. О совместимости понятий — интервью с протоиереем Александром Новопашиным. 02.07.2017. http://ansobor.ru/news.php?news_id=7690

культурных и религиозных факторов, создающих предпосылки для налаживания доверительных отношений.

В ходе исследования выявлено два подхода к влиянию культуры. В рамках первого близость культурных ценностей способствует росту внешне-торговой активности. В рамках второго культурная открытость и толерантность к чужой культуре имеют ограниченный потенциал увеличения взаимной торговли.

При исследовании научной и религиозной литературы мы обосновали три группы каналов механизма воздействия религии на внешнюю торговлю. К первой группе каналов, в основе механизма влияния которых лежит психологическое восприятие человеком Бога и Его деяний, включены: влияние посредством восприятия предпринимательского риска как Божьего провидения и воздействие посредством страха торговых партнеров перед Божьей карой за невыполнение обязательств. Ко второй группе каналов, механизм влияния которых основан на сходстве и различии религиозных догм, были отнесены: влияние на основе разных религиозных догм, воздействие посредством доверия торговых партнеров благодаря сходству религиозных ценностей и влияние посредством религиозной открытости и толерантности к другим конфессиям. В третью группу каналов, в основе механизма которых лежат институциональные теории, были включены: влияние посредством развития религиозной конкуренции, воздействие религиозных институтов как альтернативы слабым государственным институтам и влияние религии как основы доверия между торговыми партнерами.

Обоснованный в работе механизм влияния религии на внешнеторговую активность будет способствовать заключению внешнеторговых сделок, что представляет практическую значимость в условиях роста торгового оборота со странами иной культуры и религии, такими как Китай, Индия, страны Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что обоснование в статье каналов воздействия религии на внешнеторговую деятельность может выступить методологической основой для соответствующих эмпирических исследований.

Статья может быть интересна государственным служащим и ученым, занимающимся стимулированием внешнеэкономической деятельности.

Список литературы

Али-заде, А. А. (2007). Ахль аль-Китаб. *Исламский энциклопедический словарь*. М.: Ансар.

Архиепископ Иоанн Шаховской (2007). *Апокалипсис мелкого греха*. М.: Изд-во Сретенского монастыря.

Аузан, А. А. и др. (2020). Социокультурные факторы в экономике: пройденные рубежи и актуальная повестка. *Вопросы экономики*, 7, 75–91. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-7-75-91>

Барина, В. А., Земцов, С. П., & Царева, Ю. В. (2018). Предпринимательство и институты: есть ли связь на региональном уровне в России? *Вопросы экономики*, 6, 92–116. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-6-92-116>

Брагина, Л. М. (1999). *История культуры стран Западной Европы в эпоху Возрождения*: учеб. пособие. М.: Высшая школа.

Быстрова, А. Н. (2002). *Мир культуры (Основы культурологии)*. М.: Изд. Федора Коногова.

Бэнфилд, Э. (1958). *Моральные основы отсталого общества: пер. с англ.* М.: Новое издательство.

Веселов, Ю. В. (2013). Институциональное и сетевое доверие как экономические категории. *Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества* / отв. ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсияновой. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 263–289.

Гордиенко, Н. С. (2005). *Основы религиоведения*. СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина.

Грушевицкая, Т. Г., & Садохин, А. П. (2011). *Культурология*. М.: Юнити-Дана.

Гужавина, Т. А. (2012). Социальное доверие в гражданском обществе. *Проблемы развития территории*, 6(62), 115–122.

Даймонд, С. (2011). *Переговоры, которые работают: пер. с англ. В. Хозинский*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Драпкин, И. М., Чукавина, К. В., & Грозных, Р. И. (2021). Влияние институциональных факторов на межстрановые потоки прямых иностранных инвестиций. *Экономика и математические методы*, 57(1), 33–42. <https://doi.org/10.31857/S042473880007982-9>

Дробот, Е. В., Батарин, И. В., & Пекки, В. Д. (2017). Анализ условий внешней торговли России и стран Запада в условиях санкционных войн. *Экономические отношения*, 7(1), 19–32. <https://doi.org/10.18334/eo.7.1.37392>

Дюркгейм, Э. (1996). *О разделении общественного труда: пер. с фр.* М.: Канон.

Епископ Иларион (Алфеев) (2007). «Кто мой ближний?». *О милосердном самарянине. Неделя 25-я по Пятидесятнице. Праздники*. Дата обращения 01.03.2022, <https://www.pravmir.ru/kto-moj-blizhnij-o-miloserdnom-samaryanine-nedelya-25-ya-propyatidesyatnice/>

Журавлев, А. Л., & Сумарокова, В. А. (2013). Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия. *Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества* / отв. ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсияновой. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 290–304.

Земцов, С. П., & Царева, Ю. В. (2018). Предпринимательская активность в регионах России: насколько пространственные и временные эффекты детерминируют развитие малого бизнеса. *Журнал Новой экономической ассоциации*, 1(37), 145–165.

Иванов, А. В. (2015). Институциональные факторы функционирования региональной структуры поддержки предпринимательства в условиях диверсификации экономики. *Экономика и предпринимательство*, 3(56), 860–864.

Иеромонах Димитрий (Сафонов) (2017). Русская Православная Церковь в диалоге религии. *Материалы круглого стола: «Диалог религий в современном мире: проблемы и перспективы»* / отв. ред. И. В. Колосова. М.: ДА МИД России.

Кант, И. (1966). *К вечному миру*. Соч.: в 6 т. Т. 6. М., 257–311.

Кислюк, К. В., & Кучер, Щ. Н. (2003). *Религиоведение*. Ростов-на-Дону; Харьков: Феникс — Торсинг.

Коллинз, Р. (2004). Социологическая интуиция: Введение в неочевидную социологию. *Личностно-ориентированная социология: пер. с англ. В. Ф. Анурина*. М.: Академический проект, 397—603.

Кузина, О. Е., & Ибрагимова, Д. Х. (2010). Доверие финансовым институтам: опыт эмпирического исследования. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 4(98), 26—39.

Кученкова, А. В. (2016). Межличностное доверие в российском обществе. *Социологические исследования*, 1, 26—36.

Ле Гофф, Ж. (2000). Средневековые: время церкви и время купца. *Другое Средневековье: Время, труд и культура Запада: пер. с франц. С. В. Чистяковой и Н. В. Шевченко; под ред. В. А. Бабинцева*. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та.

Левада-Центр (2022, Февраль). *Одобрение институтов, положение дел в стране, доверие политикам*. <https://www.levada.ru/2022/02/04/odobrenie-institutov-polozhenie-del-v-strane-doverie-politikam/>

Левада-Центр (2021, Октябрь). *Доверие общественным институтам*. <https://www.levada.ru/2021/10/06/doverie-obshhestvennym-institutam/>

Левада-Центр (2020, Сентябрь). *Доверие институтам*. <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam/>

Левада-Центр (2019, Октябрь). *Институциональное доверие*. <https://www.levada.ru/2019/10/24/institutsionalnoe-doverie-5/>

Мендонса Жоау, Ж. К., & Хван, М. С. (2013). Представления русских и португальцев друг о друге: сходства и различия в культурах. *Межкультурная коммуникация: современная теория и практика (Материалы VII Конвента РАМИ сентябрь 2012 г.): Научное издание*. Отв. ред. А. В. Мальгин. М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс».

Михальски, Н. (2013). *Связь между социальным доверием и человеческими ценностями в Европе*. Дата обращения 01.02.2022, <https://iq.hse.ru/news/177668617.html>

Полтерович, В. М., Дмитриев, М. Э., Яковлев, А. А., Гурвич, Е. Т., & Аузан, А. А. (2017). Судьба экономических программ и реформ в России (Круглый стол в рамках XVIII Апрельской международной научной конференции НИУ ВШЭ). *Вопросы экономики*, 6, 22—44. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2017-6-22-44>

Полтерович, В. М. (2018). К общей теории социально-экономического развития. Часть 1. География, институты или культура? *Вопросы экономики*, 11, 5—26. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-11-5-26>

Рикардо, Д. (1955). *Начала политической экономии и налогового обложения: пер. с англ. М.*

Сазанова, А. (2012). Влияние религии и культуры на формирование экономики, менталитета и домохозяйство. *Инновации и инвестиции*, 3, 104—106.

Сидоренков, А. В., & Сидоренкова, И. И. (2011). Доверие в малых группах. *Вопросы психологии*, 1, 94—106.

Смирнов, Б. Л. (ред.) (2007). *Махабхарата. Выпуск V. Mokshadharma (основа освобождения)*. Книга 12, гл. 174—367, блоки 6457—13943. М.: Редакция сайта Болесмир.

Смит, А. (1962). *Исследование о природе и причинах богатства народов: пер. с англ. М.*

Совет Федерации (2021). Доверие как критический фактор достижения стратегических целей социально-экономического и политического развития государства. Заседание Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федераль-

ного Собрания Российской Федерации 13 ноября 2020 года. *Аналитический вестник*, 1(761). М.

Сусоколов, А. А. (2006). *Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию*. М.: Русская панорама.

Сухарев, О. С. (2015). *Институционально-структурные факторы экономического развития*: монография. М.: Институт экономики РАН. Сер. Институты современной экономики и инновационного развития.

Татарко, А. Н., & Лебедева, Н. М. (2007). *Ценности культуры и развитие общества*. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ.

Урунова, Х. (2016). Роль религии в формировании менталитета. *Международный научно-исследовательский журнал*, 3(45), 26–28.

Фонд «Общественное мнение» (2007, Ноябрь). *Мнение жителей России об атеизме и атеистах*. <https://gtmarket.ru/news/culture/2007/11/02/1427>

Харрисон, Л., & Хантингтон, С. (ред.) (2002). *Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу: пер. с англ.* М.: Московская школа политических исследований.

Шавкунова, И. (2017). Культурные и личностные детерминанты стратегии принятия экономических решений. *Психология в экономике и управлении*, 9(2), 18–25. [https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9\(2\).18-25](https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9(2).18-25)

Шаститко, А. (2008). Конкуренция и антимонопольная политика в неоавстрийской теории. *Экономическая политика*, (2), 107–126.

Шахназаров, О. Л. (2004). Отношение к собственности у старообрядцев (до 1917 года). *Вопросы истории*, 4, 53–70.

Швед, А. В. (2018). Категории внешней торговли: дефиниции и подходы к статистической оценке. *Вопросы статистики*, 25(8), 43–51.

Шевцова, А. А. (2016). Духовный кризис. Религия — как панацея для современного человека. *NovaInfo*, 40, 104–107. <https://novainfo.ru/article/4130>

Юнг, К. Г. (1998). *Практика психотерапии*. М.: АСТ.

Abdullah, N., Abdullah, H., & Abuhriba H. M. O. (2015). The determinants of trade and trade direction of Arab Maghreb Union. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 36(3), 123–148.

Aggarwal, R., & Goodell, J. (2009). Markets and institutions in financial intermediation: National characteristics as determinants. *Journal of Banking and Finance*, 33(10), 1770–1780. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2009.03.004>

Alesina, A., & Giuliano, P. (2009) Preferences for Redistribution. *Working Paper 14825*. <https://www.nber.org/papers/w14825>

Alesina, A., & Perotti, R. (1995). Fiscal expansions and adjustments in OECD countries. *Economic Policy*, 10(21), 205–248. <https://doi.org/10.2307/1344590>

Alesina, A., & Zhuravskaya, E. (2008). Segregation and the Quality of Government in a Cross-Section of Countries CEFI. *Working paper 14316*. <https://www.nber.org/papers/w14316>

Alm, J., & Torgler, B. (2006). Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, 27(2), 224–246. <https://doi.org/10.2139/ssrn.562861>

Ang, J. S., Cheng, Y., & Wu, C. (2015). Trust, investment, and business contracting. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 50(3), 569–595. <https://doi.org/10.1017/S002210901500006X>

- Balogh, J. M., & Jámbor, A. (2017). Determinants of revealed comparative advantages: The case of cheese trade in the European Union. *Acta Alimentaria*, 46(3), 305–311. <https://doi.org/10.1556/066.2016.0012>
- Barro, R. J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407–443. <https://doi.org/10.2307/2937943>
- Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion And Economic Growth Across Countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760–781. <https://doi.org/10.2307/1519761>
- Benabou, R., Ticchi, D., & Vindigni, A. (2015). Religion and Innovation. *American Economic Review*, 105(5), 346–351. <https://doi.org/10.1257/aer.p20151032>
- Beugelsdijk, S. (2006). A note on the theory and measurement of trust in explaining differences in economic growth. *Cambridge Journal of Economics*, 30(3), 371–387. <https://doi.org/10.1093/cje/bei064>
- Beverelli, C., Neumueller, S., & Teh, R. (2015). Export Diversification Effects of the WTO Trade Facilitation Agreement. *World Development*, 76, 293–310. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.07.009>
- Boisso, D., & Ferrantino, M. (1997). Economic Distance, Cultural Distance, and Openness in International Trade: Empirical Puzzles. *Journal of Economic Integration*, 12, 456–484.
- Bokpin, G. A., Mensah, L., & Asamoah, M. E. (2015). Foreign direct investment and natural resources in Africa. *Journal of Economic Studies*, 42(4), 608–621. <https://doi.org/10.1108/JES-01-2014-0023>
- Booker, J. A., & Johnson, K. E. (2022). Identity Development and Well-Being Among Nonreligious and Christian Emerging Adults in the Central United States. *Emerging Adulthood*, 10(2), 360–371. <https://doi.org/10.1177/2167696820940507>
- Ciaian, P., Rajcaniova, M., & d'Artis Kancs (2016). The economics of BitCoin price formation. *Applied Economics*, 48(19), 1799–1815. <https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1109038>
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and Practice*. Allyn & Bacon.
- Ciziceno, M., & Pizzuto, P. (2022). Life satisfaction and tax morale: The role of trust in government and cultural orientation. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 97, 101824. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2021.101824>
- Costigan, R., Instinga, R., Berman, J., Kranas, G., & Kureshov V. (2011). A cross-cultural study of coworker trust. *International Journal of Commerce and Management*, 21(2), 103–121. <https://doi.org/10.1108/10569211111144328>
- Cyrus, T. L. (2012). Cultural distance and bilateral trade. *Global Economy Journal*, 12(4), 1–25. <https://doi.org/10.1515/1524-5861.1895>
- Daniels, J. P., & von der Ruhr, M. (2010). Trust in others: Does religion matter? *Review of Social Economy*, 68(2), 163–186. <https://doi.org/10.1080/00346760902968447>
- Doanh, N. K., Truong, L. T., & Heo, Y. (2022). Impact of institutional and cultural distances on ASEAN's trade efficiency. *Journal of Economic Studies*, 49(1), 77–94. <https://doi.org/10.1108/JES-07-2020-0343>
- Dollar, D., & Kraay, A. (2001). Trade, Growth and Poverty. *The Economic Journal* 114(493). <https://doi.org/10.1111/j.0013-0133.2004.00186.x>
- Eswaran, M. (2011). Competition and Performance in the Marketplace for Religion: A Theoretical Perspective. *The B. E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 11(1), 1–36. <https://doi.org/10.2202/1935-1682.2723>
- Felbermayr, G., & Toubal, F. (2010). Cultural proximity and trade. *European Economic Review*, 54(2), 279–293. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.06.009>

- Filistrucchi, L., & Prufer, J. (2013). Faithful Strategies: How Religion Shapes Nonprofit Management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2327087>
- Frankel, J., & Romer, D. (1999). Does Trade Cause Growth? *American Economic Review*, 89 (June), 379–399. <https://doi.org/10.1257/aer.89.3.379>
- Fritsch, M., & Falck, O. (2007). New business formation by industry over space and time: A multidimensional analysis. *Regional Studies*, 41(2), 157–172. <https://doi.org/10.1080/00343400600928301>
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: the social virtues and the creation of prosperity*. N. Y. : Free Press.
- Gervais, W. M., Xygalatas, D., McKay, R. T., van Elk, M., Buchtel, E. E., Aveyard, M., Schiavone, S. R., Dar-Nimrod, I., Svedholm-Häkkinen, A. M., Riekk, T., Kundtová Klocová, E., Ramsay, J. E., & Bulbulia, J. (2017). Global evidence of extreme moral distrust of atheists. *Nature Human Behaviour*, 1(8), 41562–017. <https://doi.org/10.31234/osf.io/csnp2>
- Glass, G. (1976). Primary, secondary, and meta-analysis of research. *Educational Researcher*, 5(10), 3–8. <https://doi.org/10.3102/0013189X005010003>
- Gokmen, G., Nikishina, E., & Vezina, P.-L. (2018). Ethnic minorities and trade: The Soviet Union as a natural experiment. *The World Economy*, 41(7), 1888–1902. <https://doi.org/10.1111/twec.12650>
- Gratianus. (1905). *Decretum*. P. I. Dist. LXXXVIII. C XI. Col. 419.
- Greif, A. (2006). Family Structure, Institutions, and Growth: The Origins and Implications of Western Corporations. *American Economic Review*, 96(2), 308–312. <https://doi.org/10.1257/000282806777212602>
- Guiso, L., Sapienza, P. & Zingales, L. (2009). Cultural biases in economic exchange? *The Quarterly Journal of Economics*, 124(3), 1095–1129. <https://doi.org/10.2139/ssrn.634210>
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 23–48. <https://doi.org/10.2139/ssrn.876601>
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2003). People’s opium? Religion and economic attitudes. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 225–282. <https://doi.org/10.2139/ssrn.331280>
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2008). Trusting the stock market. *The Journal of Finance*, 63(6), 2557–2600. <https://doi.org/10.2139/ssrn.811545>
- Halaszovich, T., & Nel, J. (2017). Customer-brand engagement and Facebook fan-page “Like”-intention. *Journal of Product & Brand Management*, 26(2), 120–134. <https://doi.org/10.1108/JPBm-02-2016-1102>
- Harding, T., & Venables, A. J. (2016). The implications of natural resource exports for nonresource trade. *IMF Economic Review*, 64(2), 268–302. <https://doi.org/10.1057/imfer.2015.43>
- Heid, B., & Lu, W. (2022). Genetic distance, cultural differences, and the formation of regional trade agreements. *Review of World Economics*, 158, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10290-021-00410-9>
- Helble, M. (2007). Is God Good for Trade? *Kyklos*, (60)3, 385–413. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2007.00377.x>
- Helble, M. (2006). On the influence of world religions on international trade. *Journal of Public and International Affairs*, 17(11), 279–288.
- Hergueux, J. (2011). How does religion bias the allocation of Foreign Direct Investment? The role of institutions. *International Economics*, 128, 53–76.
- Helpman, E., Coe D. T., & Hoffmaister A. W. (2009). International R&D spillovers and institutions. *European Economic Review*, 53(7), 23–741. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.02.005>

Hilary, G., & Hui, K.W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, 93(3), 455–473.

Hillman, A. L., & Potrafke, N. (2018). Economic Freedom and Religion: An Empirical Investigation. *Public Finance Review*, 46(2), 249–275. <https://doi.org/10.1177/1091142116665901>

Holbrook, C., Izuma, K., Deblieck, C., Fessler, D., & Lacoboni M. (2016). Neuromodulation of group prejudice and religious belief. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 11(3), 387–394. <https://doi.org/10.1093/scan/nsv107>

Inglehart, R. (1999). Trust, Well-Being and Democracy. In: M. E. Warren (Ed.), *Democracy and Trust*. Cambridge: Cambridge University Press, 88–120.

Iannaccone, L. R. (1998). Introduction to the economics of religion. *Journal of Economic Literature*, 36(3), 1465–1496.

Kang, H., & Fratianni, M. (2006). International trade, OECD membership, and religion. *Open Economies Review*, 17(4–5), 493–508. <https://doi.org/10.1007/s11079-006-0361-y>

Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251–1288. <https://doi.org/10.1162/003355300555475>

Koenig, H.G. (2012). Religion, spirituality, and health: the research and clinical implications. *ISRN psychiatry*, 8:278730. <https://doi.org/10.5402/2012/278730>

Kogut, B., & Singh, H. (1988). The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode. *J Int Bus Stud*, 19, 411–432. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490394>

Krot, K., & Lewicka, D. (2012). The importance of trust in manager-employee relationships. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(3), 224–233.

Kumar, A., Page, J.K., & Spalt, O.G. (2011). Religious beliefs, gambling attitudes, and financial market outcomes. *Journal of Financial Economics*, 102, 671–708.

La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R.W. (1997). Trust in Large Organizations. *American Economic Review Papers and Proceedings*, 87(2), 333–338.

Lankhuizen, M., & de Groot, H. L. F. (2014). Cultural distance and international trade: a non-linear relationship. *Lett Spat Resour Sci*, 9, 19–25. <https://doi.org/10.1007/s12076-014-0129-8>

Lankhuizen, M., de Groot, H. L. F., & Linders, G.-J. M. (2011). The trade-off between foreign direct investments and exports: The role of multiple dimensions of distance. *World Economy*, 34(8), 1395–1416. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1414226>

Lee, C. (2013). Does religion affect international trade in services more than trade in goods? *Applied Economics Letters*, 20(10), 998–1002. <https://doi.org/10.1080/13504851.2013.770120>

Lee, C.W., & Park, S. (2016). Does Religious Similarity Matter in International Trade in Services? *World Economy*, 39(3), 409–425. <https://doi.org/10.1111/twec.12276>

Leondari, A., & Gialamas, V. (2009). Religiosity and psychological well-being. *International Journal of Psychology*, 44(4), 241–248. <https://doi.org/10.1080/00207590701700529>

Lewer, J., & den Berg, H. V. (2007). Estimating the Institutional and Network Effects of Religious Cultures on International Trade. *Kyklos*, 60(2), 255–277. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2007.00371.x>

Linders, G.-J., & de Groot, H. L. F. (2006). Estimation of the Gravity Equation in the Presence of Zero Flows. *SSRN Electronic Journal*, 82(2). <https://doi.org/10.2139/ssrn.924160>

Linders, G.-J. M., Slangen, A., de Groot, H. L. F., & Beugelsdijk S. (2005). Cultural and Institutional Determinants of Bilateral Trade Flows. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.775504>

Luhmann, N. (1998). Familiarity, confidence, trust: Problems and alternatives. *Trust: Making and Braking Relations* / ed. by D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell.

Mariev, O. S., Drapkin, I. M., Chukavina, K. V., & Rachinger, H. (2016). Determinants of FDI inflows: The case of Russian regions. *Economy of Region*, 12(4), 1244–1252. <https://doi.org/0.17059/2016-4-24>

Mehanna, R.-A. (2003). International Trade, Religion, and Political Freedom: An Empirical Investigation. *Global Business and Economics Review*, 5(2), 284–296. <https://doi.org/10.1504/GBER.2003.006213>

Melitz, J., & Toubal, F. (2012). Native language, spoken language, translation and trade. *Journal of International Economics*, 93(2), 351–363. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2014.04.004>

Mill, J. S. (1848). *Principles of political economy*. London: John W. Parker.

Millan, J. M., Congregado, E., & Roman, C. (2014). Persistence in Entrepreneurship and Its Implications for the European Entrepreneurial Promotion Policy. *Journal of Policy Modeling*, 36(1), 83–106. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2013.10.001>

Mokyr, J. (2010). *The Enlightened Economy: An Economic History of Britain 1700–1850*. New Haven: Yale University Press.

Nam, S.-W., Lee, H.-B., Cho, S.-J., & Jung, H.-J. (2015). Effect of foreign trade credit insurance on foreign trade. *Journal of Korea Trade*, 19(2), 1–22.

Nisbett, R. E. (2003). *The geography of thought: how Asians and Westerners think differently and why*. New York: The Free Press.

Niu, G., & Zhao, G. (2018). Religion and trust in strangers among China's rural-urban migrants. *China Economic Review*, 50, 265–272. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2018.05.005>

North, D. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400829484>

North, D., & Denzau, A. (1993). Shared mental models: ideologies and institutions. *Kyklos*, 47(1), 3–31. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1994.tb02246.x>

Noussair, C. N., Trautmann, S. T., & van de Kuilen, G. (2014). Higher order risk attitudes, demographics, and financial decisions. *Review of Economic Studies*, 81(1), 325–355. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1843094>

Oberg, K. (1960). Culture shock and the problem of adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropology*, 7(4), 177–182. <https://doi.org/10.1177/009182966000700405>

Phua, J., & Ahn, S. J. (2014). Explicating the 'like' on Facebook brand pages: The effect of intensity of Facebook use, number of overall 'likes', and number of friends' 'likes' on consumers' brand outcomes. *Journal of Marketing Communications*, 22(5), 544–559. <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.941000>

Pietrzak, M. B., & Lapinska, J. (2015). Determinants of the European Union's trade — Evidence from a panel estimation. *E a M: Ekonómie a Management*, 18(1), 18–27. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2015-1-002>

Popova, O. (2014). Can religion insure against aggregate shocks to happiness? The case of transition countries. *Journal of Comparative Economics*, 42(3), 804–818. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2014.05.003>

Portugal-Perez, A., & Wilson, J. S. (2012). Export Performance and Trade Facilitation Reform: Hard and Soft Infrastructure. *World Development*, 40(7), 1295–1307. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.12.002>

Purzycki, B. G., Apicella, C., Atkinson, Q. D., Cohen, E., McNamara, R. A., Willard, A. K., Xygalatas, D., Norenzayan, A., & Henrich, J. (2016). Moralistic gods, supernatural

punishment and the expansion of human sociality. *Nature*, 530(7590), 327–330. <https://doi.org/10.1038/nature16980>

Putnam, R. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/2075319>

Qin, W., Liang, Q., Jiao, Y., Lu, M., & Shan, Y. (2022). Social trust and dividend payouts: Evidence from China. *Pacific Basin Finance Journal*, 72:101726. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2022.101726>

Rauch, J. E., & Trindade, V. (2002) Ethnic Chinese networks in international trade. *Review of Economics and Statistics*, 84(1), 116–130. <https://doi.org/10.1162/003465302317331955>

Seror, A. (2018). A theory on the evolution of religious norms and economic prohibition. *Journal of Development Economics*, 134(C), 416–427. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2018.06.011>

Schaub F. *Der Kampf gegen der Zinswucher, ungerechten Preis und unlautern Handel im Mittelalter. Von Karl dem Groben bis Papst Alexander III*. Freiburg-im-Breisgau, 108–119.

Smith, A. (1997 [1766]). Lecture on the influence of commerce on manners, reprinted. In: D. B. Klein (ed.). *Reputation: Studies in the voluntary elicitation of good conduct*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Tabellini, G. (2010). Culture and institutions: Economic development in the regions of Europe. *Journal of the European Economic Association*, 8(4), 677–716. <https://doi.org/10.1111/j.1542-4774.2010.tb00537.x>

Tabellini, G. (2008). Institutions and Culture. *Journal of the European Economic Association*, 6(2-3), 255–294. <https://doi.org/10.1162/JEEA.2008.6.2-3.255>

Tan, J. (2006). Religion and social preferences: An experimental study. *Economics Letters*, 90(1), 60–67. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2005.07.0061>

Thiel, J. (2008). Time, Judgment, and Competitive Spirituality: A Reading of the Development of the Doctrine of Purgatory. *Theological Studies*, 69(4). <https://doi.org/10.1177/004056390806900401>

Tian, X., Geng, Y., Viglia, S., Bleischwitz, R., Buonocore, E., & Ulgiati, S. (2017). Regional disparities in the Chinese economy. An emergy evaluation of provincial international trade. *Resources, Conservation and Recycling*, 126, 1–11.

Torgler, B. (2005). Tax morale and direct democracy. *European Journal of Political Economy*, 21(2), 525–531.

Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>

Weber, M. (1958). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. N. Y. : Scribners.

Wu, W., Firth, M., & Rui, O. M. (2014). Trust and the provision of trade credit. *Journal of Banking and Finance*, 39, 146–159.

Yakovlev, E., & Zhuravskaya, E. (2013). The unequal enforcement of liberalization: Evidence from Russia's reform of business regulation. *Journal of the European Economic Association*, 11(4), 808–838. <https://doi.org/10.1111/jeea.12026>

Zaleski, P., & Zech, C. (1995). The Optimal Size of a Religious Congregation: An Economic Theory of Clubs Analysis. *The American Journal of Economics and Sociology*, 54(4). <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1995.tb03249.x>

Zemtsov, S. P., & Baburin, V. L. (2016). Assessing the potential of economic-geographical position for Russian regions. *Economy of Region*, 1, 117–138. <https://doi.org/10.17059/2016-1-9>

Zolfaghari, B., & Madjdi, F. (2022). Building Trusting Multicultural Organizations: Rethinking the Influence of Culture on Interpersonal Trust Development in the

References

- Ali-zade, A. A. (2007). People of the Book. *Islamic Encyclopedic Dictionary*. M.: Ansar.
- Arkhiepiskop Ioann Shakhovskoy (2007). *Apocalypse of petty sin*. M.: Izd-vo Sretenskogo monastyr'ya.
- Auzan, A. A. et al. (2020). Sociocultural factors in the economy: milestones passed and current agenda. *Voprosy ekonomiki*, 7, 75–91. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-7-75-91>
- Barinova, V. A., Zemtsov, S. P., & Tsareva, Yu. V. (2018). Entrepreneurship and institutions: is there a connection at the regional level in Russia? *Voprosy ekonomiki*, 6, 92–116. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-6-92-116>
- Bragina, L. M. (1999). *History of culture of the countries of Western Europe in the Renaissance. Study guide*. M.: Vysshaya shkola.
- Bystrova, A. N. (2002). *World of Culture (Fundamentals of Culturology)*. M.: Fedor Konyukhov Publishing House.
- Banfield, E. (1958). *The moral foundations of a backward society*. M: Novoe izdatel'stvo.
- Veselov, Yu. V. (2013). Institutional and network trust as economic categories. In: *A. B. Kupreychenko, I. V. Mersiyanova (ed.). Trust and distrust in the context of the development of civil society*. M.: HSE University Publishing House, 263–289.
- Gordienko, N. S. (2005). *Fundamentals of Religious Studies*. St. Petersburg: Leningrad State University im. A. S. Pushkin.
- Grushevitskaya, T. G., & Sadokhin, A. P. (2011). *Culturology*. M.: Yuniti-Dana.
- Guzhavina, T. A. (2012). Social trust in civil society. *Problems of territory development*, 6(62), 115–122.
- Diamond, S. (2011). *Negotiations that work*. Translated from English V. Khozinskiy. M.: Mann, Ivanov i Ferber.
- Drapkin, I. M., Chukavina, K. V., & Groznykh, R. I. (2021). Influence of institutional factors on cross-country FDI flows. *Ekonomika i matematicheskie metody*, 57(1), 33–42. <https://doi.org/10.31857/S042473880007982-9>
- Drobot, E. V., Batarin, I. V., & Pekki, V. D. (2017). Analysis of the conditions of foreign trade between Russia and Western countries in the context of sanctions wars. *Ekonomicheskie otnosheniya*, 7(2), 19–32. <https://doi.org/10.18334/eo.7.1.37392>
- Durkheim, E. (1996). *The Division of Labour in Society*. M.: Kanon.
- Episcopus Ilarion (Alfeev) (2007). «Who is my neighbor?» *About the good samaritan. 25th week after Pentecost. Holidays*. Retrieved March 1, 2022, from <https://www.pravmir.ru/kto-moj-blizhnij-o-miloserdnom-samaryanine-nedelya-25-ya-po-pyatidesyatnice/>
- Zhuravlev, A. L., & Sumarokova, V. A. (2013). Entrepreneurial trust in different types of organizations: regional and gender differences. In: *A. B. Kupreychenko, I. V. Mersiyanova (ed.). Trust and distrust in the context of the development of civil society*. M.: HSE University Publishing House, 263–289.
- Zemtsov, S. P., & Tsareva, Yu. V. (2018). Entrepreneurial activity in the regions of Russia: how spatial and temporal effects determine the development of small business. *Journal of the New Economic Association*, 1(37), 145–165.
- Ivanov, A. V. (2015). Institutional factors of the functioning of the regional structure of entrepreneurship support in the conditions of economic diversification. *Jekonomika i predprinimatel'stvo*, 3(56), 860–864.

Priest Dimitrij (Safonov) (2017). The Russian Orthodox Church in the Dialogue of Religions. In: *Kolosova I. V. (ed.). Materials of the round table: «Dialogue of Religions in the Modern World: Problems and Prospects»*. M.: Ministry of Foreign Affairs of Russia.

Kant, I. (1966). To eternal peace. In: *I. Kant. Selected works*. In 6 vols., Vol. 6. M., 257–311.

Kislyuk, K. V., & Kucher, Sh. N. (2003). *Religious studies*. Rostov-on-Don; Kharkiv: Phoenix — Torsing.

Collins, R. (2004). Sociological Insight: An Introduction to Non-Obvious Sociology. In: *V. F. Anurina (ed.) Person-oriented sociology*. M.: Academic project, 397–603.

Kuzina, O. E., & Ibragimova, D. H. (2010). Trust in Financial Institutions: Experience from an Empirical Study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal*, 4(98), 26–39.

Kuchenkova, A. V. (2016). Interpersonal trust in Russian society. *Sociological Studies*, 1, 26–36.

Le Goff, Zh. (2000). Middle Ages: the Time of the Church and the Time of the Merchant. In: *V. A. Babintsev (ed.) Another Middle Ages: Time, Labor and Culture of the West*. Ekaterinburg: Izdatel'stvo ural'skogo universiteta.

Levada-Center (2022, February). *Approval of institutions, state of affairs in the country, trust in politicians*. <https://www.levada.ru/2022/02/04/odobrenie-institutov-polozhenie-del-v-strane-doverie-politikam/>

Levada-Center (2021, October). *Trust in public institutions*. <https://www.levada.ru/2021/10/06/doverie-obshhestvennym-institutam/>

Levada-Center (2020, September). *Trust in institutions*. <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam/>

Levada-Center (2019, October). *Institutional trust*. <https://www.levada.ru/2019/10/24/institutsionalnoe-doverie-5/>

Mendonça Joao, J. C., & Hvan, M. S. (2013). Representations of Russians and Portuguese about each other: similarities and differences in cultures. In: *A. V. Mal'gin (ed.). Intercultural communication: modern theory and practice (Proceedings of the VII RAMI Convention September 2012)*: Scientific publication. M.: ZAO Izdatel'stvo «Aspekt Press».

Mikhal'ski, N. (2013). *Link between social trust and human values in Europe*. Retrieved February 1, 2022, from <https://iq.hse.ru/news/177668617.html>

Polterovich, V. M., Dmitriev, M. E., Yakovlev, A. A., Gurvich, E. T., & Auzan, A. A. (2017). The fate of economic programs and reforms in Russia (Proceedings of the roundtable discussion at the XVIII April international academic conference on economic and social development). *Voprosy Ekonomiki*, 6, 22–44. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2017-6-22-44>

Polterovich, V. M. (2018). Towards a general theory of socio-economic development. Part 1. Geography, institutions or culture? *Voprosy ekonomiki*, 11, 5–26. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-11-5-26>

Ricardo, D. (1955). Beginnings of political economy and taxation. M.

Sazanova, A. (2012). The influence of religion and culture on the formation of the economy, mentality and household. *Innovatsii i investitsii*, 3, 104–106.

Sidorenkov, A. V., & Sidorenkova I. I. (2011). Trust in small groups. *Voprosy psikhologii*, 1, 94–106.

Smirnov, B. L. (2007). *Mahabharata. Issue V. Mokshadharma (Basic of Liberation)*. Book 12, ch. 174–367, slokas 6457–13943. M.: Editorial staff of the Bolesmir website.

Smith, A. (1962). Research on the nature and causes of the wealth of nations. M.

Council of Federation (2021). Trust as a critical factor in achieving the strategic goals of the socio-economic and political development of the state. Meeting of the Scientific and Expert Council under the Chairman of the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation, November 13, 2020. *Analiticheskiy vestnik*, 1(761).

Susokolov, A. A. (2006). *Culture and exchange. Introduction to economic anthropology*. M.: Russkaya panorama.

Sukharev, O. S. (2015). *Institutional and structural factors of economic development*. Monograph. Institute of Economics RAS. Series: Institutes of modern economy and innovative development.

Tatarko, A. N., & Lebedeva, N. M. (2007). *Cultural values and development of society*. M.: HSE University Publishing House.

Urunova, Kh. (2016). The role of religion in the formation of mentality. *International Research Journal*, 3(45), 26–28.

Fond «Obshchestvennoe mnenie» (2007, November). The opinion of the inhabitants of Russia about atheism and atheists. <https://gtmarket.ru/news/culture/2007/11/02/1427>

Harrison, L., & Huntington, S. (2002). *Culture matters. How do values contribute to social progress*. Ed. L. Harrison and S. Huntington. M.: Moscow School of Political Studies.

Shavkunova, I. (2017). Cultural and Personal Determinants of Economic Decision-Making Strategy. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii*, 9(2), 18–25. [https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9\(2\).18-25](https://doi.org/10.17150/2225-7845.2017.9(2).18-25)

Shastitko, A. (2008). Competition and antitrust policy in neo-Austrian theory. *Economic Policy*, (2), 107–126.

Shakhnazarov, O. L. (2004). Attitude to property among the Old Believers (until 1917). *Voprosy istorii*, 4, 53–70.

Shevtsova, A. A. (2016). Spiritual crisis. Religion as a panacea for modern man. *NovaInfo*, 40, 104–107. <https://novainfo.ru/article/4130>

Shved, A. V. (2018). Categories of Foreign Trade: Definitions and Approaches to Statistical Evaluation. *Questions of statistics*, 25(8), 43–51.

Yung, K. G. (1998). *The practice of psychotherapy*. M.: AST.