

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-6-19

УДК 343.988

ВИКТИМОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)

Милевич А.С.

Актуальность статьи подтверждает одна из основных задач исследования: выявление основных факторов виктимизации предпринимателей малого бизнеса в Сибирском Федеральном округе (СФО). В статье рассматриваются в сопоставлении полевое (зондажное) и основное исследование виктимизации предпринимателей малого бизнеса 5 регионов СФО. О репрезентативности исследования свидетельствует социологическая выборка. В полевом исследовании приняло участие 100 респондентов, в основном – 487 бизнесменов.

Основным исследовательским методом был выбран опрос в его письменном виде, анкетировании. В результате исследования было выявлено более 14 организаций и инстанций, которым респонденты давали более 10 раз взятки. Исследование помогло также выявить причины, по которым предприниматели вынуждены решать проблемы бизнеса не правовыми способами.

Для успешного развития малого бизнеса необходимо устранить выявленные виктимологические факторы и разработать программу виктимологической профилактики (превенции) для малого бизнеса Сибирского Федерального округа в целом и его регионов конкретно. Решение этой задачи будет изложено в следующей статье.

Ключевые слова: виктимизация, предприниматель, бизнесмен, коммерсант, малый бизнес, фактор, барьер, гендерный аспект, региональный аспект, образовательный уровень, возрастная категория.

VICTIMIZATION BARRIERS OF SMALL BUSINESS (ON THE EXAMPLE OF SIBERIAN FEDERAL DISTRICT)

Milevich A.S.

The actuality of this article confirms the mainest idea: determination of basic factors of victimization businessmen in small business in Siberian District(SD). This article consider field and main explorations in victimization of entrepreneurs of small business at 5 regions SD. The representativeness of exploration shows sociological choice. In field study took part 100 respondents, all in all 487 reprenteurs.

The primary research method had chosen in the way of survey. By the results were identified over 14 organizations and instances which were given bribes over 10 times. Moreover the exploration showed causes why businessmen forced to solve problems by not legal way.

It is necessary to eliminate this victimization factors and program of victimological prophylaxis for successful development of small business of SD and it's regions concretely. Decision of this problem would be showed in the next article.

Keywords: victimization, businessman, small business, barrier, region aspect, education level, age category, gender aspect, entrepreneur, city man.

Введение. Рыночная экономика России по-разному отражается на жизни её граждан. Но надо констатировать, что слабо защищаются интересы и права предпринимателей малого бизнеса. Такая ситуация в обществе требует от науки теоретической разработки этой проблемы и практического внедрения ее достижений. Предложенное исследование может быть ответом на требования

общества и науки по защите предпринимателей малого бизнеса. Оно поможет выявить основные виктимологические барьеры и на этой научной основе разработать Программу виктимологической профилактики в малом бизнесе.

В последние годы проблеме предпринимательства уделяли большее внимание экономисты и юристы, чем социологи. В основном изучались следующие аспекты малого предпринимательства. **Взаимодействие власти и бизнеса** в различных аспектах изучали политолог Т.А. Гермаш (политическое взаимодействие), экономист Ю.Н. Лебедева (бюрократизация отношений), экономист А.А. Агафонов (государственная поддержка), юрист К.В. Клименко, социолог Е.Ю. Алексеева (институционализация взаимодействия) и другие [4,8,1,7,2]

Широко изучалась **социальная ответственность** бизнеса перед обществом. За последние 5 лет было защищено более 20 диссертаций, в основном, с экономическим направлением у Долматовой В.Ю., Ильичевой С.М. и др. [5,6], и философским уклоном - Чистов Р.С., Хваловская Н.О. Малыгина М.В. и др.[17,16,11]. Социологи изучали эту проблему менее активно. Среди них следует выделить Буравцову В.Н. (трансформация социальной ответственности), Суханову К.Л. (социальная ответственность в условиях модернизации общества), Садрееву Э.Ф. (корпоративная социальная ответственность) и Л.В. Орлову (становление бизнеса в региональном измерении) [3,15,1312].

Социальное партнёрство бизнеса, в том числе малого, представляло научный интерес для социологов Ловковой А.А. на уровне взаимодействия органов местного самоуправления, общественных организаций с бизнесом и Лобызенковой В.А., которая рассматривала объединения малого предпринимательства как основное условие развития социального партнёрства [10,9].

Цель исследования: получить новые концептуальные знания по выявленным и глубоко проанализированным факторам виктимизации

предпринимателей малого бизнеса и разработать на основе этого знания научно обоснованные рекомендации по совершенствованию виктимологической профилактики предпринимателей малого бизнеса на примере Сибирского Федерального округа.

Для достижения поставленной цели были конкретизированы исследовательские задачи, среди которых основные:

1. выявить и проанализировать причины и условия, способствующие виктимизации предпринимателей малого бизнеса;
2. предложить классификацию наиболее распространенных и социально опасных факторов виктимизации предпринимателей малого бизнеса;
3. проанализировать социальную ответственность бизнесменов малого бизнеса на примере предпринимателей Сибирского федерального округа.

Объектом исследования является комплекс теоретических и практических проблем, составляющих сущность виктимизации предпринимателей, факторов ее проявления, а также виктимологической превенции и профилактики малого бизнеса в условиях рыночной экономики.

Предмет исследования - информация, полученная в результате исследования предпринимателей малого бизнеса методом опроса (беседа, анкетирования и интервью), информация из специальной отечественной и зарубежной литературы, а также информация в СМИ и интернете по изучаемой проблеме.

Описание исследования. Предложенное эмпирическое социологическое исследование, как научное исследование, было направлено на получение фактофиксирующего знания, т. е. установление и обобщение факторов виктимизации бизнесменов малого бизнеса на примере Сибирского Федерального округа с помощью прямой и опосредованной регистрации событий, характерных для исследуемых явлений в предпринимательской деятельности.

Исследование прошло 2 этапа: пилотажное исследование и основное. В пилотажном (разведывательном) исследовании приняли участие 100 предпринимателей, а в основном исследовании - 487 респондентов, бизнесменов Сибирского Федерального округа.

В данном исследовании это предприниматели малого бизнеса 5 регионов округа: Кемеровской, Новосибирской, Томской областей и Алтайского, Красноярского краёв. Отбор проводился таким образом, чтобы выборочная совокупность как часть генеральной совокупности отражала тенденции всей генеральной совокупности в соответствии с разработанной методикой сбора материала. Выбор регионов в округе осуществлялся методом жребия (лотерейный метод), поэтому результаты исследования можно распространять на изучаемую совокупность.

Репрезентативность результатов исследования была достигнута не только обеспечением количественной совокупности, но и качественной. Количественная совокупность составила около 42%. Качественная репрезентация предполагала обеспечение в выборочной совокупности представительства всех элементов генеральной: - гендерного аспекта (мужчины-женщины); уровня образования (от полного среднего общего образования - до предпринимателей, имеющих ученую степень); стажа бизнес-деятельности (от начинающих до тех, кто имеет опыт ведения бизнеса свыше 10 лет); направлений деятельности (торговля, сфера услуг, производство, и т.д.); возраста (от 18 лет до 68 лет).

Для основного исследования была усовершенствована анкета пилотажного исследования с учётом выявленных неточностей в формулировках, замечаний интервьюеров и дополнений респондентов. В основном исследовании было роздано 500 анкет (по 100 для каждого региона), а проанализировано по Алтайскому краю – 93 (19,1%), Кемеровской области – 100 (20,53%), Красноярскому краю – 94 (19,3%), Новосибирской области – 100 (20,53%), Томской области – 100 (20,53%). Всего 487 анкет, что

составило 97,4%. Не принято к анализу 13 анкет по причине несоответствия, т.е. 2,6%.

В основном исследовании из 487 респондентов было женщин 26,5% или 129 человек и мужчин 358, что составило 73,5%. Таблица 1.

Таблица 1

Гендерный аспект респондентов исследования

№ п.п	Регион округа	Респонденты		женщины			Мужчины		
		Кол-во	%	Кол-во	% от региона	% от округа	Кол-во	% от региона	% от округа
1.	Алтайский край	93	19,1	27	29,0	5,5	66	71,0	13,5
2.	Кемеровская область	100	20,53	28	28,0	5,8	72	72,0	14,8
3.	Красноярский край	94	19,3	25	26,6	5,1	69	73,4	14,2
4.	Новосибирская область	100	20,53	26	26,0	5,4	74	74,0	15,2
5.	Томская область	100	20,53	23	23,0	4,7	77	77,0	15,8
ИТОГО		487	100	129		26,5	358		73,5

Самый большой разрыв наблюдается в Томской области, где в выборку вошло только 23% женщин и 77% мужчин. Больше женщин в бизнесе в Алтайском крае и Кемеровской области. В Алтайском крае исследовано 29,0% женщин и 71,0% мужчин; в Кемеровской области, соответственно, 28,0% и 72,0%; в Красноярском крае 26,6% и 73,4%; в Новосибирской области 26,0% и 74,0%. Статистика показывает, что в малом бизнесе мужчин во всех регионах больше, чем женщин. Их на 47% меньше, чем мужчин.

По направлениям деятельности в бизнесе мужчины занимают все лидирующие позиции. Таблица 2.

Таблица 2

Гендерный аспект по направлениям деятельности малого бизнеса

№ п/п	Направление бизнеса	Фирмы		Собственность			
		Кол-во	%	Женщин	%	Мужчин	%
1.	Производство	22	4,5	4	0,8	18	3,7
2.	Торговля	223	45,8	55	11,3	168	34,5
3.	Посреднические услуги	48	9,8	9	1,9	39	7,9
4.	Здравоохранение	31	6,4	7	1,4	24	5,0
5.	Спорт	27	5,5	5	1,0	22	4,5
6.	Культура	17	3,5	5	1,0	12	2,5
7.	Образование	11	2,3	6	1,3	5	1,0
8.	Юридические услуги	27	5,5	8	1,6	19	3,9
9.	Лизинг	11	2,3	2	0,4	9	1,9
10.	Туризм	15	3,1	5	1,0	10	2,1
11.	Недвижимость	14	2,9	6	1,3	8	1,6
12.	Страхование	5	1,0	2	0,4	3	0,6
13.	Бытовые услуги	11	2,3	1	0,2	10	2,1
14.	Швейная промышленность	13	2,7	11	2,3	2	0,4
15.	Пищевая промышленность	12	2,5	3	0,6	9	1,9
	ИТОГО	487	100	129	26,5	358	73,5

Среди всех направлений бизнес-деятельности торговля является ведущей (45,8%). Торговые частные фирмы имеют всего 55 женщин и 168 мужчин. Это составляет соответственно 11,3% и 34,5% от всех бизнес-структур. Анализ внутри данного направления показывает, что 24,7% составляют женщины и 75,3% мужчины.

По количеству фирм после торговли стоят посреднические услуги, они составляют 9,8% или 48 компаний. В этом направлении деятельности также преобладают мужчины 39 человек (7,9%) и только 9 женщин (1,9%). Анализ лизинговых компаний показал, что 81,8% в руках мужчин, а 18,2% владеют женщины. Недвижимость является объектом деятельности для 6 женщин (1,3%) и 8 мужчин (1,6%). Или внутри недвижимости это составляет 42,9% и

57,1%. Необходимо подчеркнуть, что все остальные направления бизнеса значительно меньше и составляют не более 6,5% или 31 фирма здравоохранения, включая аптеки. Медицинскими учреждениями в основном владеют 24 мужчины (5,9%) по сравнению с 7 женщинами (1,4%).

Следует отметить, что недвижимость и страхование, это те направления бизнеса, где женщины трудятся почти наравне с мужчинами. Страхование представлено 5 фирмами, двумя из которых владеют женщины (0,4%), а тремя – мужчины (0,6%) от общего количества исследуемых фирм.

По всем позициям преобладают мужчины. Производством заняты 18 мужчин (3,7%) и только 4 женщины (0,8%). В спорте мужчин 4,5%, а женщин только 1,0%. В культуре 12 фирм открыты мужчинами и всего 5 женщинами. В оказание юридических услуг активно внедряются в бизнес женщины. Они предоставляют услуги в 8 фирмах, а мужчины в 19. Мужчины лидируют в оказании бытовых услуг, из 11 предприятий они имеют 10 бытовых точек (2,1%), и только 1 владеет женщина (0,2%). Пищевая промышленность также пока в руках мужчин. Они имеют 9 предприятий (1,9%), а женщины – только 3, что составляет всего 0,6%. Лизинг, как новое направление, тоже осваивают мужчины. Лизинговых контор 9 или 1,9% у мужчин и только 2 - у женщин (0,4%). Если посмотреть внутри этого направления, то статистика выглядит так: 81,8% и 18,2%.

Исключение составляют 2 позиции, где лидируют женщины. Это 11 швейных мастерских (2,3%) у женщин по сравнению с 2 швейными предприятиями (0,4%) у мужчин. И женщины создали 6 образовательных учреждений (1,3%), а мужчины - всего 5 (1,0%).

В основу анализа возрастного ценза была положена новая классификация Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), согласно которой до 44 лет - молодой возраст, от 45 до 59 лет – средний возраст, от 60 до 74 лет - пожилой возраст и старческий возраст от 75 до 89 лет [18].

Следует отметить, что в данное исследование не вошло ни одного коммерсанта старческого возраста. Предпринимателей пожилого возраста оказалось 27 человек (5,6%), среди них 3 женщины (0,6%) и 24 мужчины (5%). Это свидетельствует о том, что бизнесом занимаются и люди пенсионного возраста. В данном возрастном цензе женщины составили 11,1%, а мужчины 88,9%, что составило внутри каждого гендера 2,3% женщин и 6,7% мужчин.

Основное количество бизнесменов - это молодёжь, 306 предпринимателей или 62,8% от всех респондентов. В категорию молодых вошли 87 бизнес-леди (28,4%) и 219 мужчин (71,6%) всех молодёжи. Это составило 17,9% женщин и 44,9% мужчин от всех респондентов. В гендерном аспекте женщины составили 67,5%, а мужчины 61,2%.

Внутрительно представлен бизнес округа средним возрастом предпринимателей - 154 бизнесмена или 31,6% от всей выборки. Это 39 женщин (8,0%) и 115 мужчин (23,6%) составляющих полную выборку. Внутри возрастной группы было 25,3% женщин и 74,7% мужчин.

Коммерсанты округа имеют **различный опыт в бизнесе**: от вхождения в бизнес до более 10-ти летнего ведения собственного дела. Пополнение в бизнесе составили 159 респондентов или 32,6%. Среди них 56 женщин (11,5%) и 103 мужчины (21,1%) от всех респондентов. Перешагнули рубеж новичков в бизнесе 184 коммерсанта (37,8%). Это 35 женщин (7,2%) и 149 мужчин (30,6%). В среде женщин это составило 27,1%, а в среде мужчин 41,6%.

Стабильными в бизнесе стали 114 предпринимателей (23,4%), имеющие бизнес от 5 до 10 лет. Это 29 женщин (5,9%) и 85 мужчин (17,4%). Свыше 10 лет владеют собственным делом всего 30 человек из 487, что составляет 6,2%. В их числе 9 женщин (1,8%) и 21 мужчина (4,3%). Следует отметить, что это самая маленькая категория исследуемых респондентов.

Анализ стажа работы предпринимателей позволяет сделать выводы, что в бизнесе остаются кадры с опытом работы; приток свежих сил значителен, в том числе женщин.

В настоящее время бизнес округа организуют люди с **различным уровнем образования**. Исследование выявило и специалистов с учёной степенью, и коммерсантов с полным средним и начальным профессиональным образованием. Общая картина такова: бизнесменов с учёной степенью - 8 человек или 1,6%, с высшим профессиональным техническим - 167 (34,3%), с высшим профессиональным гуманитарным 121 коммерсант (24,9%), с неполным высшим – 96 респондентов (19,8%), со средним профессиональным - 65 предпринимателей (13,3%). Начальное профессиональное образование имеют 21 человек (4,3%), и полное общее среднее образование в бизнесе округа имеют 9 бизнесменов (1,8%).

Таким образом, бизнес округа представлен всеми работоспособными возрастными группами (молодой, средний, пожилой), с различным образовательным уровнем (учёная степень, высшее, неполное высшее, среднее и начальное профессиональное и общее среднее полное образование) и в различных направлениях деятельности (от посреднических услуг до производства). Большое количество молодых бизнесменов – свидетельство интереса молодежи к частному предпринимательству. Позитивное явление - приход женщин в бизнес.

Анализ результатов основного исследования. Анализ анкет респондентов основного исследования позволил подтвердить выявленные факторы виктимизации предпринимателей малого бизнеса в результате пилотажного исследования. В анкете пилотажного исследования стоял вопрос: «Приходилось ли вам давать взятки?» с вариантами ответов: «Да», «Нет». Подтвердили дачу взятки из 487 респондентов 431 бизнесмен, что составило 88,5%. В пилотажном исследовании также ставился этот вопрос: «Приходилось ли вам давать взятки?». Следует отметить, что пилотажное и основное

исследование дало одинаковую статистику, 89,0%. Ответ «Нет» дали всего 56 бизнесменов от общей выборки, что составило 11,5%, по сравнению с пилотажным исследованием – 11,0% (Таблица 3).

Таблица 3

Статистика ответов на вопрос: «Приходилось ли вам давать взятку?»

№ п.п	Регион округа	Респонденты		Ответ «Да»		Ответ «Нет»	
		Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
1.	Алтайский край	93	19,1	81	16,6	12	2,5
2.	Кемеровская область	100	20,53	89	18,3	11	2,2
3.	Красноярский край	94	19,3	84	17,2	10	2,1
4.	Новосибирская область	100	20,53	90	18,5	10	2,0
5.	Томская область	100	20,53	87	17,9	13	2,7
ИТОГО		487	100,0	431	88,5	56	11,5

Статистика вариантов ответов этого вопроса по регионам примерно одинаковая. Она имеет небольшое отличие. От 13,0% в Томской области и 12,9% в Алтайском крае до 10,0% в Новосибирской области. В Кемеровской области – 11,0% и Красноярском крае - 10,6%.

Гедерный анализ показывает, что как женщины, так и мужчины, в основном, решают проблемы своего бизнеса неправовым способом, т.е. дают взятки. Этот в полной мере относится и к уровню образования, и к стажу ведения бизнеса, и к возрасту предпринимателей, что свидетельствует о том, бизнес во всех регионах округа находится, практически, в одинаковом положении. Чтобы сохранить своё дело бизнес вынужден защищаться не правовыми, а финансовыми средствами.

Анализ анкет женщин показал, что они более неспособны противостоять ситуациям. Только 11 женщин (8,5%) из 129 не давали взяток, а от общего количества респондентов - это всего 2,2%. 45 мужчин из 358 (12,5%) и из

всей выборки в 487 респондентов (9,2%) ведут своё дело без финансовых потерь на взятках.

Необходимо отметить, что основное исследование подтверждает вывод пилотажного исследования: не дают взятки владельцы юридических фирм. В основном исследовании представлено 27 юридических фирм, что составляет 5,5% от общего количества. В Алтайском крае – 6 фирм (22,2%), в Кемеровской и Новосибирской областях – по 5 или 18,5%, Красноярский край - 4, что составило 14,8%, Томская область – 7 фирм (26,0%). Этот факт подтверждает, что знание юридических основ в бизнесе необходимо всем предпринимателям.

Следует отметить, что высокий образовательный уровень позволяет чаще решать проблемы в правовом поле. Это доказывает статистика по всем регионам округа. Из 56 респондентов, которые не давали взятки, 8 респондентов с учёной степенью (14,3%), с высшим профессиональным техническим 19 бизнесменов или (33,9%), с высшим профессиональным гуманитарным 28 коммерсантов (50,0%), с неполным высшим - 1, что составило 1,8%. Следует отметить, что среди тех бизнесменов, кто не давал взятки нет ни одного респондента со средним и начальным профессиональным и с общим полным средним образованием.

По стажу ведения бизнеса категория предпринимателей, которые решают проблемы без взяток, достаточно однородна. В неё вошли респонденты, в основном, со стажем от 5 до 10 лет и более 10 лет. Свыше 10 лет не дают взятку 8 человек или 14,3%, а со стажем от 5 до 10 лет – 48 респондентов, что составляет 85,7%. Все начинающие бизнесмены вынуждены давать взятки, причин тому много.

Возрастной ценз при анализе анкет с ответом «Нет» дал тоже почти однородную статистику. Не платят взятку, в основном, 2 возрастные категории: пожилой и средний возраста. Из 27 респондентов пожилого возраста 21 не даёт взятку (77,8%), а из 56 предпринимателей это 37,5%. 31 бизнесмен

среднего возраста, что составляет 20,1% от представителей этого возраста и 55,3% и от группы тех, кто не даёт взятки, не платит «дань». И только 4 молодых предпринимателя (соответственно 1,3% и 7,1%) решают проблемы без взяток.

Более глубокий анализ анкет с ответом «Нет» на вопрос: «Приходилось ли вам давать взятку?» подтвердил результаты пилотажного исследования. Не дают взятку, а решают бизнес-проблемы правовыми методами незначительное число предпринимателей 56 человек из 487, что составляет 11,5%. Следовательно, можно решать финансовые проблемы бизнеса юридически законным способом. В настоящее время это практикуют предприниматели с высоким уровнем образования, с большим опытом ведения бизнеса, в пожилом и среднем возрасте. Молодёжь пока не умеет решать проблемы своего бизнеса в правовом поле.

В основном исследовании 431 респондент всех регионов округа ответом «да» подтвердили дачу взяток. Это - 118 женщин из 129, что составило 91,5% или 27,4% от всех дающих взятки. И 313 мужчин от всех 358, что составляет 84,4% или 72,6% от всех взяткодателей. По абсолютному числу больше всех женщин защищают свой бизнес взятками в Кемеровской области (26 человек), по 24 женщины в Алтайском крае и Новосибирской области и 23 бизнес-леди в Красноярском крае. В % отношении от округа самый низкий у Томской области (4,9%), самый высокий - у Кемеровской области (6,0%). У Алтайского края и Новосибирской области - по 5,6%, немного меньше 5,3% - у Красноярского края.

Среди мужчин лидируют Новосибирская и Томская область (по 66 респондентов). Меньшее число среди регионов у Алтайского края (57 бизнесменов) и почти одинаковое количество в Кемеровской области и Красноярском крае, соответственно 63 и 61 предприниматель. В процентном отношении от всего округа, самый маленький процент 13,2% в Алтайском крае. В Новосибирской и Томской областях – 15,3%, в Кемеровской области –

14,6%, в Красноярском крае – 14,2%. Разброс статистики невелик, что свидетельствует почти об одинаковом положении бизнесменов в округе.

Анкета предусматривала вопрос: «Если «да», то кому вы давали взятку?» Учитывая результаты анализа пилотажного исследования, были предложены выявленные варианты ответов. Коммерсантам разрешалось указывать любое количество вариантов и дополнять любым количеством ответов, непредусмотренных анкетой.

К анализу были приняты 431 анкета в которых дан положительный ответ. Подсчёт отмеченных позиций показывает, что за год респонденты дали 1559 взяток (Таблица 4).

Таблица 4

Количество взяток по регионам

	Регион округа	Взятки			Женщины			Мужчины		
		Кол-во	всего взяток	В среднем на одного	Кол-во	всего взяток	В среднем на одного	Кол-во	всего взяток	В среднем на одного
1.	Алтайский край	81	227	2,8	24	77	3,2	57	150	2,6
2.	Кемеровская область	89	347	3,9	26	99	3,8	63	248	3,9
3.	Красноярский край	84	329	3,9	23	87	3,8	61	217	3,3
4.	Новосибирская область	90	368	4,0	24	101	4,2	66	267	4,0
5.	Томская область	87	313	3,6	21	74	3,5	66	234	3,6
	ИТОГО	431	1559	3,6	118	443	3,7	313	1116	3,5

В среднем каждый бизнесмен округа даёт по 3,6 взятки, из них 3,7 приходится на взятки, которые дают женщины и 3,5 взятки спасают бизнес каждого мужчины. Региональный аспект неоднозначен, но и слишком большой

разницы не наблюдается. Наименьшее количество взяток отмечено в Алтайском крае. Это 227 взяток, что в среднем на одного приходится 2,8. Но мужчины дают меньше взяток (2,6), чем женщины (3,2). Наибольшее количество отмечено в Новосибирской и Кемеровской областях, соответственно 4,1 и 3,9 взятки на одного бизнесмена. В Новосибирской области соотношение взяток женщин и мужчин примерно одинаковое: 4,2 и 4,0. В Кемеровской области женщины и мужчины примерно также решают проблему неправым методом (3,8 – женщины и 3,9 – мужчины). В средне-статистические данные попала Томская область, где и женщины, и мужчины дают взятки одинаково, 3,6 раза. В среднем по области, также как и по округу, показатель равен 3,6 сделок с законом, на каждую бизнес-леди приходится по 3,7 взятки, а на каждого предпринимателя - 3,5 взятки.

Анализ показывает, что предприниматели с разными образовательными уровнями, исключая предпринимателей с учёной степенью, дают взятки. Самое большое количество взяток дали бизнесмены с высшим техническим образованием 487, что составляет 31,2% от общего количества. Но, учитывая, что это самая большая категория 148 человек, следует отметить, что по количеству взяток на 1 предпринимателя (3,3 взятки) они стоят на 2-м месте, уступая первенство респондентам с высшим гуманитарным образованием (3,1 взятки). 22,5% от всего количества взяток принадлежит коммерсантам с неполным высшим образованием, на одного приходится 3,7 взятки. Самое большое количество взяток (109) дали 21 начинающий предприниматель с начальным профессиональным образованием. В этой образовательной категории 5,2 взятки приходится на 1 человека. 9 респондентов с общим полным средним образованием решили свои проблемы за счёт финансов 45 взятками, что составило в среднем 5 взяток на человека. Серединную позицию занимают бизнесмены со средним профессиональным образованием. 272 раза 65 бизнесменов сохранили свой бизнес за счёт неправого метода решения проблем, в среднем в этой категории приходится 4,2 взятки на человека. Таким

образом, от уровня образования предпринимателя зависит правовое решение проблем сохранения своего дела: чем выше образование, тем меньше предприниматели дают взятки.

Необходимо отметить, что опыт ведения бизнеса положительно влияет на решение проблем правовым путём. И, тем не менее, предприниматели со стажем свыше 10 лет иногда решают проблемы финансовыми незаконными способами. 2,2% от всего количества взяток дали они, из которых 0,8 процентов – бизнес-леди и 1,4 – бизнесмены. Предприниматели, с опытом ведения бизнеса от 5 до 10 лет, также вынуждены нести финансовые «риски». 66 таких бизнесменов дали 11% взяток от общего количества 1559. Бизнес-леди внесли 2,9%, а мужчины 8,1%. Самое большое количество взяток (45,2%) дают начинающие коммерсанты со стажем работы до 2-х лет. На долю женщин приходится 16,9% от 56 человек, а мужчин – 28,4% от 103 предпринимателей. Представители стажа в бизнесе от 2-х до 5 лет немного меньшее количество раз вынуждены прибегать к сохранению своего бизнеса через взятки. Их взятки составляют 41,6%, из которых 33,7% дали мужчины и 7,8 % - женщины. Вместе они дали 648 взяток.

Кому же даются взятки или кто же берёт эти деньги? В анкету, по результатам пилотажного исследования, были включены 11 вариантов ответов: местным органам власти, милиции-полиции, налоговой инспекции-полиции, санитарно-эпидемиологической службе, пожарной инспекции, энергосбытовой организации, станции сертификации, криминалу, организаторам выставок-ярмарок, также «откаты, распилы, заносы» поставщикам и потребителям. Также был включён открытый вариант «другое, указать какое». Следует отметить, что все эти организации оказались в ответах респондентов как в пилотажном, так и в основном исследовании всех регионах округа. 1559 взяток дали предприниматели выше названным инстанциям.

По результатам анализа был составлен рейтинг организаций, которые ущемляют права предпринимателей. Их можно по количеству взяток

объединить в 5 групп: 1. налоговые органы (234 взятки), местная власть (190), пожарная инспекция (187) и милиция-полиция (170); 2. «благотворительность» (119), откаты поставщикам и потребителям (112 и 97); 3. криминал (93) и энергосбыт (93); 4. ГАИ-ГИБДД (63), сан. службы (63), станции сертификации (60) и суды (55); 5. организаторы выставок-ярмарок (11).

В региональном аспекте лидируют Новосибирская (368) и Кемеровская (347) области, затем Томская область (313) и Красноярский край (304), замыкает рейтинг Алтайский край (227).

Исследователя интересовал вопрос, почему предприниматели дают взятки: это их добрая воля, знак благодарности или вынужденная акция? В анкету был включен вопрос: «Почему вы давали взятки?» и предложены в качестве ответов варианты из анкет респондентов пилотажного исследования: чтобы ускорить дело, чтобы избежать внеплановых проверок, чтобы показать свою состоятельность, чтобы удалить негативные результаты проверки, чтобы решение в суде было в мою пользу, тактично предлагают «постараться помочь», чтобы не проводить время у двери чиновника, вынуждают, чтобы устранить конкурента. Респондентам разрешалось отметить несколько вариантов из личной практики.

Следует отметить, что предприниматели всех регионов давали взятки по всем 8 вариантам ответов. Так, для «ускорения дела» предприниматели дали самое большое количество взяток - 350. Больше всего в Кемеровской и Новосибирской областях, соответственно 88 и 83. Меньше всего в Алтайском крае и Томской области: 43 и 45 взяток. Красноярский край занял серединную позицию с 69 взятками.

На втором месте стоит вариант ответа «тактично предлагают «постараться помочь» - 315 взяток. Стараются «помочь» одинаково, практически во всех регионах. Чиновники получили в Кемеровской области - 66 (20,9%), в Красноярском крае - 67 (21,3%), в Томской области - 68

(21,6%) и в Новосибирской области - 69 (21,9%) взяток. Чиновники Алтайского края получили всего 45 взяток (14,3%).

Бизнесмены избежали внеплановых проверок 224 раза, потому что именно столько раз они «благодарили» нужных людей. Это 34 предпринимателя (15,2%) из Красноярского края, 43 бизнесмена (19,2%) из Алтайского края, 45 коммерсантов (20,1%) Томской области, 49 респондентов (21,9%) из Новосибирской области и 53 предпринимателя (26,3%) из Кемеровской области.

Бизнесмены округа не хотят тратить время в очередях у кабинетов чиновников и служащих, поэтому 203 раза они сэкономили время за счёт финансовых потерь. Практически одинаковое количество раз - предприниматели Новосибирской (49 – 24,1%) и Томской (48 – 23,7%) областей. 43 коммерсанта (21,2%) Кемеровской области и 39 бизнесменов (19,2%) Красноярского края решали проблемы таким способом. В Алтайском крае только 24 респондента (11,8%) подтвердили такой вариант ответа.

Ответ «вынуждают» дали 198 взятодателей. «Вынуждают» почти одинаково во всех регионах округа: в Новосибирской области (45 - 22,7%), Красноярском крае (43 – 21,7%) , Кемеровской области (42 – 21,2%) и Томской области (39 – 19,7%). Немного меньше в Алтайском крае – 29 раз или 14,7%.

По мнению респондентов, цель любой проверки: найти ошибки, чтобы получить «благодарственные» деньги. Ошибки со штрафами обходятся дорого предпринимателю. Ему легче «отблагодарить» проверяющего. Эту стратегию в округе реализовали бизнесмены всех округов в общей сложности 136 раз. Доля Новосибирской (33 раза – 24,3%) и Томской (34 – 25,0%) областей почти одинакова и составляет около половины всех сделок, конкретнее 49,3%. Можно поставить рядом Кемеровскую область (23 – 16,9%) и Красноярский край (27 – 19,8%). Реже этим путём (19 – 14,0%) идут алтайские бизнесмены.

Негативный вариант ответа был вписан предпринимателями в полевом исследовании «чтобы устранить конкурента». В такой формулировке он был оставлен в основном исследовании и был подтверждён 59 респондентами. Исследование показало, что этот нечестный метод конкуренции существует у предпринимателей всех регионов округа. Можно составить рейтинг по количеству убывания использования этого способа: Новосибирская область (19 – 32,2%), Кемеровская область (15 – 25,4%), Томская область (13 – 22,0%), Красноярский край (8 – 13,6%) и Алтайский край (4 – 6,8%).

55 раз суды различной инстанции получали взятки от бизнесменов округа. Это в равной степени свойственно Новосибирской (15 взяток – 27,3%), Кемеровской (13 – 23,6%) областям и Красноярскому краю (12 – 21,8%). В меньшей степени это направление взяточничества затронуло Томскую область (9 – 16,3%) и Алтайский край (4 – 6,8%).

Вопрос: «Напишите ли вы жалобу на чиновника, вымогающего у вас взятку?» сопровождался в пилотажном исследовании тремя вариантами ответов: да, напишу; нет, так как не верю в положительный результат; напишу, когда закрою свой бизнес. Респонденты вписали четвёртый вариант: «Напишу, но анонимно». Понимая, что анонимные письма не рассматриваются, исследователем было принято решение: вписать предложенный вариант ответа в анкету основного исследования. Это было правильное решение, потому что этот вариант был отмечен респондентами наравне с другими.

Напишут жалобу только 53 предпринимателя, что составило 10,9% от всех респондентов. Среди них 12 женщин (2,5%) и 41 мужчина (8,4%). В настоящее время пока основная масса бизнесменов не верит в справедливость, в положительный результат рассмотрение жалобы. 214 предпринимателей или 43,9% придерживаются такой точки зрения. Это 63 женщины (12,9%) и более, чем в 2 раза, 151 мужчина (31,0%). Недоверие 121 предприниматель (24,9%) выразил и в ответе: «напишу, когда закрою свой бизнес». Это 26 бизнес-леди (5,3%) и 95 мужчин (19,5%). Анонимные письма может написать достаточно

большая армия бизнесменов из 99 человек (20,3%). Страх за своё дело и проблески надежды есть у 28 женщин (5,8%) и 71 мужчины (14,6%).

Анализ возрастного ценза при ответах на вопрос показал неоднозначную картину. Ответ «да» дали только 53 респондента (10,9%). Ожидалось, что вариант ответа «да» не может принадлежать молодым бизнесменам. Но оказалось, что они более решительны, чем пожилые предприниматели, которые более осторожны и не так категоричны. Статистика показывает, что в бизнес вливается молодое поколение, способное отстаивать свои интересы. Так, напишут жалобу 41 молодой бизнесмен (77,3%) и 12 коммерсантов (22,6%) среднего возраста. Ни один из представителей пожилого возраста, не будет жаловаться на несправедливость, наверное, сказывается советское воспитание.

Не верят в справедливость и положительный результат в решении своей проблемы 214 предпринимателей или 43,9%. Неверие свойственно всем трём возрастным категориям: 98 молодым бизнесменам (20,1%); 96 респондентам (19,7%) среднего возраста и 20 пожилым бизнесменам (4,1%).

Достаточно большое число бизнесменов (121 человек – 24,9%) не будут открыто защищать свой бизнес, но если его все же закроют, то только тогда они напишут жалобу, чтобы наказали чиновника или служащего. Так будут поступать бизнесмены молодого (106 – 21,8%) и среднего возраста (15 – 3,1%). Предприниматели пожилого возраста таким делом заниматься не будут.

Некоторые респонденты готовы на полузащиту, т.е. думают решить проблемы своего бизнеса, но, написав анонимное письмо. С такой установкой среди респондентов немалое число – 99 человек или 20,3%. Оказывается, что все возрастные категории бизнесменов могут это сделать. Среди молодёжи – 61 человек (12,5%), в среднем возрасте – это 31 бизнесмен (6,4%) и в пожилом возрасте 7 предпринимателей (1,4%).

О коррупции на всех уровнях власти в настоящее время много говорят и пишут в средствах массовой информации. Статистика исследования показывает, что предприниматели часто страдают от вымогательства

чиновников и различного уровня служащих. Чтобы выяснить, готовы ли бизнесмены выступить против этого, в анкету был включен вопрос: «Примите ли вы участие в борьбе с коррупцией?». Вопрос несколько перекликается с предыдущим, но решает свою исследовательскую задачу. В качестве ответов были предложены варианты: 1. да, приму участие; 2. пока нет, посмотрю, что получится у других; 3. нет, так как не верю в положительный результат.

Анализ ответов, в некотором роде, повторил результаты предыдущего вопроса, что свидетельствует об искренних ответах респондентов. Число предпринимателей, готовых бороться с коррупцией, возросло в 2 раза. Их стало 102 человека (21,0%) вместо 53. В их число вошли 49 респондентов, которые готовы были написать жалобу на неправомерные действия чиновника, но только сделать это анонимно. Это пополнение составили 10 женщин и 39 мужчин. Полностью группа неверия и недоверия респондентов составила 234 человека. В неё вошли 214 респондентов, которые не верят в результативность жалоб, к ним прибавилось 20 человек, из тех, кто готов написать жалобу, но после того как закроет свой бизнес.

Ответ: «пока нет, посмотрю, что получится в других» отмечен в 151 анкете. 101 бизнесмен готов бороться за свой «уже закрытый бизнес», как месть чиновнику. Пополнение составило 50 респондентов, которые готовы были только написать анонимку – жалобу как действие за спасение своего пока что существующего бизнеса. Следует отметить, что 48,0% бизнесменов не верят в лучшее, 31,0% коммерсантов заняли выжидательную позицию, лишь 21,0% предпринимателей готовы наводить правовой порядок в бизнесе конкретного региона.

Гендерный аспект желания предпринимателей бороться с коррупцией показал, что как женщины, так и мужчины нерешительны и не готовы вступить в борьбу с коррупцией за свои права. 385 респондентов, что составляет 79,0%, не хотят таким юридически законным способом отстаивать свои права в бизнесе. Среди них 107 женщин (22,0%) и 278 мужчин (57,1%).

Статистика возрастного ценза анализа вопроса подтверждает, что молодёжь, пришедшая в бизнес, более решительно намерена отстаивать своё дело. 85 молодых предпринимателей будут бороться за свой бизнес, это 17,5% от всех респондентов и 27,8% от всей молодежи. Среди коммерсантов пожилого возраста, нет ни одного, кто бы выступил в борьбе с бюрократией. Они также не желали писать жалобы, как показал результат предыдущего анализа.

Таким образом, результаты анкетирования предпринимателей Сибирского Федерального округа позволили

1. выявить основные факторы виктимизации в малом бизнесе и организации, которым бизнесмены вынуждены давать взятки;
2. определить причины дачи взяток;
3. оценить возможности борьбы с коррупцией;
4. подтвердить желание предпринимателей выступить против коррупции в регионах.

Вывод: необходимо создать условия для эффективного развития малого предпринимательства, для этого устранить все виктимологические, барьеры, которые не способствуют процветанию малого бизнеса в округе.

Список литературы

1. Агафонов А.А. Методы и инструменты государственной поддержки малого бизнеса в России: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. М., 2010. 21 с.
2. Алексеева Е.Ю. Институционализация взаимоотношений власти, бизнеса и общества в современной России: Автореф. дис. ...канд соц. наук. М, 2008. 26 с.
3. Буравцова В.Н. Трансформация социальной ответственности бизнеса в контексте социального партнерства в российском обществе: Автореф. дис. ...канд. соц. наук. Краснодар, 2011. 18с.

4. Гермаш Т.А. Политическое взаимодействие государственной власти и бизнеса в России: становление корпоративистской модели: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Ростов н/Дон, 2011. 24 с.

5. Долматова В.Ю. Развитие организационно-экономических условий и форм реализации социальной ответственности бизнеса в России: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. Ростов н/Дон, 2011. 25 с.

6. Ильичева С.М. Влияние социальной ответственности бизнеса на формирование социального качества экономического роста: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. Волгоград, 2011. 18 с.

7. Клименко К.В. Типология организационно-правовых и управленческих форм взаимодействия бизнеса с исполнительной властью: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Хабаровск, 2009. 24 с.

8. Лебедева Ю.Н. Информационная асимметрия как условие бюрократизации отношений бизнеса и власти: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. Волгоград, 2011. 24 с.

9. Лобызенкова В.А. Институционализация объединений малого предпринимательства как условие развития социального партнерства: Автореф. дис. ...канд. соц. наук. Пенза, 2010. 24 с.

10. Ловкова А.А. Взаимодействие органов местного самоуправления, общественных организаций и бизнеса как форма социального партнерства: Автореф. дис. ...канд. соц. наук. Саранск, 2009. 26 с.

11. Малыгина М.В. Благотворительность и меценатство как социальные формы бизнеса в социальнокультурном развитии России: Автореф. дис. ...канд. филос. наук. Омск, 2011. 19 с.

12. Орлова Л.В. Социальное становление малого и среднего бизнеса России в региональном измерении: процессы, структуры и институты самоорганизации: Автореф. дис. ...д-ра соц. наук. Саранск, 2011. 38 с.

13. Садреева Э.Ф. Корпоративная социальная ответственность российского бизнеса: проблемы становления и экономическая эффективность: Автореф. дис. ...канд соц. наук. / Э.Ф. Садреева. Казань, 2010. 26 с.

14. Соболева А.В. Взаимодействие малого бизнеса и власти: региональная специфика: Автореф. дис. ...канд соц. наук. Н-Новгород, 2009. 25 с.

15. Суханова К.Л. Социальная ответственность бизнеса в условиях модернизации российского общества: Автореф. дис. ...канд соц. наук. М., 2010. 24 с.

16. Хваловская Н.О. Этика бизнеса и проблема социальной ответственности: Автореф. дис. ...канд. филос. наук. Тверь, 2011. 24 с.

17. Чистов Р.С. Философский анализ социальной ответственности бизнеса: Автореф. дис. ...канд. филос. наук. Красноярск, 2011. 24 с.

18. Новая возрастная классификация Всемирной организации здравоохранения. URL: <http://www.kp.ru/daily/25957/2898006/>

References

1. Agafonov A.A. *Metody i instrumenty gosudarstvennoy podderzhki malogo biznesa v Rossii* [Methods and instruments of state support of small business in Russia]. М., 2010. 21 p.

2. Alekseeva E.Yu. *Institutsionalizatsiya vzaimootnosheniy vlasti, biznesa i obshchestva v sovremennoy Rossii* [The institutionalization of relations between the government, business and society in contemporary Russia]. М., 2008. 26 p.

3. Buravtsova V.N. *Transformatsiya sotsial'noy otvetstvennosti biznesa v kontekste sotsial'nogo partnerstva v rossiyskom obshchestve* [The transformation of social responsibility in the context of social partnership in Russian society]. Krasnodar, 2011. 18 p.

4. Germash T.A. *Politicheskoe vzaimodeystvie gosudarstvennoy vlasti i biznesa v Rossii: stanovlenie korporativistskoy modeli* [Political engagement of the

government and business in Russia: the emergence of a corporatist model]. Rostov n/Don, 2011. 24 p.

5. Dolmatova V.Yu. *Razvitie organizatsionno-ekonomicheskikh usloviy i form realizatsii sotsial'noy otvetstvennosti biznesa v Rossii* [Development of organizational and economic conditions and forms of the social responsibility of business in Russia]. Rostov n/Don, 2011. 25 p.

6. Ilicheva S.M. *Vliyaniye sotsial'noy otvetstvennosti biznesa na formirovaniye sotsial'nogo kachestva ekonomicheskogo rosta* [The influence of the social responsibility of business on the formation of social quality of economic growth]. Volgograd, 2011. 18 p.

7. Klimenko K.V. *Tipologiya organizatsionno-pravovykh i upravlencheskikh form vzaimodeystviya biznesa s ispolnitel'noy vlast'yu* [Typology of organizational, legal and managerial forms of interaction with the business executive]. Khabarovsk, 2009. 24 p.

8. Lebedeva Yu.N. *Informatsionnaya assimetriya kak usloviye byurokratizatsii otnosheniy biznesa i vlasti* [Information asymmetry as a condition of the bureaucratization of business and government]. Volgograd, 2011. 24 p.

9. Lobyzenkova V.A. *Institutsionalizatsiya obedineniy malogo predprinimatel'stva kak usloviye razvitiya sotsial'nogo partnerstva* [The institutionalization of associations of small business as a condition for the development of social partnership]. Penza, 2010. 24 p.

10. Lovkova A.A. *Vzaimodeystvie organov mestnogo samoupravleniya, obshchestvennykh organizatsiy i biznesa kak forma sotsial'nogo partnerstva* [Interaction of local governments, community organizations and businesses as a form of social partnership]. Saransk, 2009. 26 p.

11. Malygina M.V. *Blagotvoritel'nost' i metsenatstvo kak sotsial'nye formy biznesa v sotsial'nokul'turnom razvitiy Rossii* [Charity and philanthropy as social forms of social and cultural development of the business in Russia]. Omsk, 2011. 19 p.

12. Orlova L.V. *Sotsial'noe stanovlenie malogo i srednego biznesa Rossii v regional'nom izmerenii: protsessy, struktury i instituty samoorganizatsii* [Social formation of small and medium-sized businesses in the Russian regional dimension: the processes, structures and institutions of self-organization]. Saransk, 2011. 38 p.

13. Sadreeva E.F. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' rossiyskogo biznesa: problemy stanovleniya i ekonomicheskaya effektivnost* [Corporate social responsibility of Russian business: problems of formation and economic efficiency]. Kazan, 2010. 26 p.

14. Soboleva A.V. *Vzaimodeystvie malogo biznesa i vlasti: regional'naya spetsifika* [Interaction of small business and government: regional specificity]. N-Novgorod, 2009. 25 p.

15. Sukhanova K.L. *Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa v usloviyakh modernizatsii rossiyskogo obshchestva* [Corporate social responsibility in the context of modernization of Russian society]. M., 2010. 24 p.

16. Khvalovskaya N.O. *Etos biznesa i problema sotsial'noy otvetstvennosti* [The ethos of the business and the issue of social responsibility]. Tver, 2011. 24 p.

17. Chistov R.S. *Filosofskiy analiz sotsial'noy otvetstvennosti biznesa* [Philosophical analysis of the social responsibility of business]. Krasnoyarsk, 2011. 24 p.

18. <http://www.kp.ru/daily/25957/2898006/>

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Милевич Альберт Станиславович, доцент кафедры, кандидат социологических наук

Кемеровский государственный сельскохозяйственный институт

ул. Марковцева, 5, г. Кемерово, 650056, Россия

milevichtp@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Milevich Albert Stanislavovich, PhD in sociology, docent

Kemerovo State Agricultural Institute

5, ul. Markovtseva, Kemerovo, 650056, Russia

milevichtp@mail.ru

Рецензент:

Ашванян Саркис Кароевич, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Общая и прикладная экономика», ФГБОУ ВПО, Кемеровский технологический институт пищевой промышленности