СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.446

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ, ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ КОНКУРЕНЦИЮ В САРАТОВСКОМ РЕГИОНЕ: МНЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

И. А. Бегинина, С. Г. Ивченков, И. Г. Малинский

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: BegininaIA@info.sgu.ru, ivchenkovsg@mail.ru, mig@info.sgu.ru

В статье раскрываются основные характеристики развития конкурентной среды в Саратовском регионе через такие индикаторы, как наличие и динамика изменений за последние три года административных барьеров ведения бизнеса. Выявляется отношение к этим барьерам предпринимателей, ведущих бизнес на различных географических рынках. Уточняется характер взаимодействия предпринимателей и органов власти. Конкретизируется общественное мнение предпринимателей об основных направлениях развития конкурентной среды в регионе.
Ключевые слова: конкурентная среда, предприниматели, административные барьеры, географические рынки.

Administrative Barriers Restricting Competition in Saratov Region: the Opinion of Entrepreneurs

I. A. Beginina, S. G. Ivchenkov, I. G. Malinskiy

Article based on the results of the sociological research, conducted in the Saratov region, Saratov and reveals the main characteristics of the development of competition Wednesday in the region through such indicators as the existence and dynamics of changes over the past three years the administrative barriers to doing business. Taped to the barriers entrepreneurs doing business in different geographic markets. Specifies the nature of the interaction between entrepreneurs and Governments. Specified public opinion of entrepreneurs on main directions of development of competition Wednesday in the region.
Key words: competitive wednesday, entrepreneurs, administrative barriers, geographic markets.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-371-378

НАУЧНЫЙ ОТДЕЛ

Особую значимость в формировании новых предпринимательских структур в отечественной экономике при переходе к рыночным отношениям приобретает создание конкурентной среды. Конкуренция – движущая сила рынка, источник получения дополнительных средств для инвестиционной деятельности компании. Чем меньше число фирм контролирует рынок, тем сильнее весы рыночного равновесия склоняются в сторону продавца, а не покупателя[1]. Каждое предприятие в рыночной экономике действует в определенной конкурентной среде, факторы которой оказывают на него определенное влияние[2]. Понятие «конкуренция» – достаточно сложное и многогранное, чем объясняется наличие множества определений[3]. Однако традиционно конкуренция рассматривается как борьба субъектов рынка за достижение своих целей: получение больше прибыли, лучших, выгодных поставок ресурса, сбыта товара и т. д.[4]

В связи с этим в Саратовском государственном университете в конце 2015 – начале 2016 г. была проведена серия из двух социологических опросов саратовских предпринимателей и потребителей. Вероятностная выборка проведенного опроса репрезентирует предпринимательское сообщество по критерию отраслевой принадлежности,

© Бегинина И. А., Ивченков С. Г., Малинский И. Г., 2016

организационно-правовой форме и пропорциям представленности в экономике Саратовской области. В 2015 г. было опрошено 100 представителей малого и среднего бизнеса г. Саратова в возрасте от 18 до 59 лет. Средний возраст по выборке составил 37 лет. В опросе предпринимателей приняли участие 79% мужчин, 21% женщин. В ходе социологического опроса 2016 г. была сформирована многоступенчатая квотно-территориальная выборка. Было опрошено 163 предпринимателя Саратовской области. При этом учитывался размер муниципального образования – крупный, средний, небольшой. Отбор предпринимателей осуществлялся в соответствии с размером и отраслевой принадлежностью бизнеса. Результаты опросов обрабатывались на базе компьютерной программы SPSS. В ходе обработки использовались расчеты средних показателей, факторный, корреляционный и другие виды анализа сопряженности признаков.

В 2015 г. предприниматели разошлись в оценках приблизительного уровня конкуренции, с которым сталкивается их бизнес на основном целевом рынке. Так, 39% оценивали его как высокий. Слабость конкуренции отмечают 25% представителей бизнеса, столько же опрошенных утверждают, что конкуренция умеренная (табл. 1).

Таблица 1

Оценка предпринимателями уровня конкуренции на основном целевом рынке, % к опрошенным

Оценка уровня конкуренции	Процент
Слабая конкуренция	25,0
Умеренная конкуренция	25,0
Высокая конкуренция	39,0
Очень высокая конкуренция	11,0
Итого	100,0

В 2016 г. субъективная оценка предпринимателями конкурентных условий ведения бизнеса оценивалась через категории «нет конкуренции», «слабая конкуренция», «умеренная конкуренция», «высокая конкуренция», «очень высокая конкуренция» (табл. 2). 31,9% опрошенных предпринимателей оценили условия ведения бизнеса как умеренно конкурентные (в 2015 г. – 25,0%), 30,7% – как высоко конкурентные (в 2015 г. – 39,0%). Соответствие этих оценок данным 2015 г. показывает относительно стабильный характер процесса развития конкуренции.

Снижение барьеров для занятия бизнесом в 2015 г. (табл. 3) предпринимателями признано недостаточным, особенно для малого предпринимательства, в 64,7% случаев.

Таблица 2

Субъективная оценка предпринимателями конкурентных условий ведения бизнеса

Конкурентные условия ведения бизнеса	Частота	Процент
Нет конкуренции	8	4,9
Слабая конкуренция	23	14,1
Умеренная конкуренция	52	31,9
Высокая конкуренция	50	30,7
Очень высокая конкуренция	18	11,0
Затрудняюсь ответить	12	7,4
Итого	163	100,0

Таблица 3

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателями снижения барьеров для занятия бизнесом, %

Размер бизнеса	Снижение барьеров для занятия бизнесом					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	1,6	1,6	34,4	32,8	17,2	6,3
Средний	0,0	5,9	58,8	11,8	20,6	2,9

Для уточнения рейтинга отдельных параметров состояния конкурентной среды в 2015 г. были рассчитаны средневзвешенные баллы значимости каждого критерия (табл. 4). Оказалось, что выше всего (более чем на 3 балла) предприниматели оценили объем требований и отчетности для налоговых служб, возможности аренды помещений, взаимодействие бизнеса с органами власти. По остальным критериям состояние конкурентной среды оценивается как неудовлетворительное (менее чем на 3 балла). Таким образом, выявилось неоднозначное отношение представителей бизнеса к работе власти. С одной стороны, у них есть вопросы к снижению барьеров для занятия бизнесом, возможности участвовать в тендерах и конкурсах, к доступности государственных услуг, с другой – они в большинстве своем удовлетворены взаимодействием с органами власти, доступностью власти и налоговой службы.

В ходе опроса предпринимателей 2016 г. (табл. 5) были выделены следующие индикаторы барьеров ведения бизнеса: сложность получения доступа к земельным участкам; нестабильность

Таблица 4

Оценка состояния конкурентной среды предпринимателями (по среднему значению)

Критерии оценки конкурентной среды	Средний балл по 5-балльной шкале
Наличие информации о состоянии рынков города/района	2,59
Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	2,94
Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2,90
Возможность получения кредитов	2,94
Получение разрешения на открытие бизнеса	2,96
Возможности аренды помещений	3,09
Взаимодействие бизнеса с органами власти	3,45
Объем требований и отчетности для налоговых служб	3,10
Доступность государственных и муниципальных услуг	2,65
Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	2,80
Снижение барьеров для занятия бизнесом	2,63
Преодоление семейственности и клановости в органах власти	2,78

Таблица 5

Наиболее существенные административные барьеры, % к ответам

Административные барьеры	Процент
Сложность получения доступа к земельным участкам	13,8
Нестабильность российского законодательства, регулирующего деятельность предприятий	21,1
Коррупция	5,5
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	5,8
Высокие налоги	30,5
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	4,4
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	4,0
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий	3,3
Давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса	1,1
Силовое давление со стороны правоохранительных органов	2,2
Силовое давление со стороны проверяющих органов	2,9
Нет ограничений	5,5
Всего	100,0

российского законодательства, регулирующего деятельность предприятий; коррупция; сложность/затянутость процедуры получения лицензий; высокие налоги; необходимость установления партнерских отношений с органами власти; ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий; ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий; иные действия (давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса, силовое давление со стороны правоохранительных органов, силовое давление со стороны правоохранительных органов).

К числу наиболее существенных административных барьеров ведения текущей деятельности предпринимателями Саратовской области в 2016 г. были отнесены: 1) высокий налог (30,5%); 2) нестабильность российского законодательства, регулирующего деятельность предприятий (21,1%); 3) сложность получения доступа к земельным участкам (13,8%).

Большая часть опрошенных предпринимателей представляют рынок Саратовской области (58,9%), 16,6% – ориентированы на локальный рынок отдельного муниципального образования, 11,0% – реализуют свою продукцию на рынках Российской Федерации, 10,4% – на городских рынках РФ. И только 1,2% предпринимателей ориентированы на рынки СНГ.

Подавляющее большинство предпринимателей, работающих на различных географических рынках (табл. 6), полагают, что у них нет проблем с административными барьерами бизнеса. Однако 36,9% опрошенных предпринимателей, особенно на муниципальном (40,7%) и област-

Таблица 6

Степень распространения проблем предпринимателей, работающих на различных географических рынках, % по положительным ответам

Проблемы ведения бизнеса	Географические рынки бизнеса					По выборке
	локальный муниципальный рынок	рынок Саратовской области	рынки несельских субъектов РФ	рынки РФ	рынки СНГ	
Сложность получения доступа к земельным участкам	29,6	19,6	29,4	33,3	33,3	24,2
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	40,7	40,2	29,4	27,8	–	36,9
Коррупция	18,5	6,5	11,8	11,1	–	9,6
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	14,8	9,8	–	11,1	33,3	10,2
Высокие налоги	37,0	56,5	76,5	38,9	–	52,2
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	3,7	6,5	11,8	11,1	33,3	7,6
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	3,7	6,5	23,5	–	–	7,0
Ограничение органами власти инцидентов по организации совместной деятельности малых предприятий	3,7	4,3	11,8	11,1	–	5,7
Давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса	–	1,1	5,9	5,6	–	1,9
Силовое давление со стороны правоохранительных органов	7,4	3,3	–	5,6	–	3,8
Силовое давление со стороны проверяющих органов	7,4	4,3	11,8	–	–	5,1
Нет ограничений	11,1	8,7	–	16,7	33,3	9,6

ном (40,2%) уровнях, уверены, что проблема с нестабильностью российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, есть. На муниципальном уровне предприниматели в два раза чаще других сталкиваются с проблемой коррупции. 10,2% предпринимателей, особенно муниципального уровня (14,8%), и каждый третий предприниматель на рынках СНГ сталкивались со сложностями, затянутостью процедуры получения лицензий.

Сходная ситуация и со взаимодействием предпринимателей и налоговых служб. Неудовлетворенность этим выказывают только представители сферы услуг (74,0%) и ЖКХ (50,0%). Большинство представителей других отраслей в той или иной степени удовлетворены взаимодействием с налоговыми службами. Однако 52,2% предпринимателей в 2016 г. сталкивались с проблемой высоких налогов. Особенно это касается предпринимателей, работающих на областных рынках, на рынках несельских субъектов РФ. Вместе с тем 63,0% предпринимателей муниципального уровня и все 100,0% работающих на рынках СНГ не считают налоговое обложение чрезмерно высоким.

С ограничением органами власти инцидентов по организации совместной деятельности малых предприятий встречались 5,7% опрошенных, особенно среди предпринимателей, работающих на рынках Российской Федерации. Они же иногда (соответственно 5,9 и 5,6%) сталкиваются с действием/давлением со стороны органов власти, препятствующим ведению бизнеса. Предприниматели муниципального уровня (7,4% против 3,1% по выборке), а также рынков Российской Федерации (5,6%) в два раза чаще других сталкивались с силовым давлением со стороны правоохранительных органов. Они же порой встречались с силовым давлением со стороны проверяющих органов (7,4% против 5,1% по выборке).

Вместе с тем только 9,6% опрошенных предпринимателей указали на отсутствие ограничений ведения бизнеса. В три раза чаще других на этом настаивали предприниматели, работающие на рынках СНГ (33,3%), а 90,4% предпринимателей, особенно работающих на рынках несельских субъектов РФ (100,0%), с этим не согласны. Подобная противоречивость ответов косвенным образом свидетельствует о слабости мелкого и

среднего бизнеса, его зависимости от органов власти и правопорядка.

В 2015 г. самые высокие оценки взаимодействию бизнеса и органов власти дали предприниматели, работающие в сфере строительства: 86,7% дали оценку «отлично», остальные либо удовлетворены существующим положением, либо оценивают ситуацию как «хорошую». Однако каждый второй представитель ЖКХ, 40,0% представителей промышленных предприятий и каждый третий работник здравоохранения оказались не удовлетворены этим взаимодействием. Предприниматели, занятые в строительстве и сельскохозяйственной отрасли, не удовлетворены доступностью государственных и муниципальных услуг (86,7 и 77,8% соответственно). Представители сферы образования и науки в 87,5% случаев оценили ситуацию как «очень плохую».

В 2016 г. большинство предпринимателей (92,4%), работающих на различных рынках, не смогли охарактеризовать свои отношения с органами власти как партнерские и даже не считают это необходимым. Только 7,6%, особенно на рынках Российской Федерации (около 11,0%) и на рынках СНГ (каждый третий), ощущают эту потребность. Таким образом, чем обширнее рынок, тем больше необходимость установления партнерских отношений с органами власти.

Около трети предпринимателей, оценивших эффективность действий органов власти (табл. 7), говорят о том, что власти как мешают, так и помогают в равной степени (самый распространенный ответ). Пятая часть оценила помощь действующей власти в ведении бизнеса, 16,0% указали на то, что власти только мешают ведению бизнеса. И только 8,6% указали на то, что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо.

Среди предпринимателей локально-муниципального рынка большинство (56,5%) полагают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают. Сходного мнения придерживаются 35,2% предпринимателей областного и 46,7% общероссийского уровня. Это мнение стало доминирующим в ответах всех предпринимателей (39,0%). По 17,4% предпринимателей муниципального рынка считают, что органы власти своими действиями помогают бизнесу или только мешают ему. Каждый третий работающий на рынках несельских субъектов РФ придерживается противоположных мнений, что органы власти помогают бизнесу своими действиями или органы власти только мешают бизнесу. Каждый второй предприниматель, работающий на рынках СНГ, полагает, что органы власти помогают бизнесу своими действиями или что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо. Таким образом, чем крупнее рынок, тем больше предпринимателей ощущают реальную помощь органов власти (табл. 8).

Таблица 7

Оценка влияния деятельности органов власти на бизнес, % к опрошенным

Влияние деятельности органов власти на бизнес	Процент
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	21,5
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	8,6
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	16,0
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	29,4
Затрудняюсь ответить	24,5
Итого	100,0

Таблица 8

Оценка предпринимателями различной географии рынка деятельности органов власти, %

Деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке	Географические рынки					По выборке
	локальный муниципальный рынок	рынок Саратовской области	рынки несельских субъектов РФ	рынки РФ	рынки СНГ	
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	17,4	29,6	33,3	33,3	50,0	28,5
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	8,7	11,3	8,3	13,3	50,0	11,4
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	17,4	23,9	33,3	6,7	–	21,1
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	56,5	35,2	25,0	46,7	–	39,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Уровень удовлетворенности качеством услуг естественных монополий в Саратовском регионе низкий. Сроки получения доступа к услуге, условия и стоимость подключения практически по всем услугам чаще не удовлетворяют саратовских предпринимателей.

В 2016 г. треть опрошенных предпринимателей указывают на отсутствие административных барьеров для ведения текущей деятельности. Пятая часть респондентов говорят о наличии легкопреодолимых барьеров. Остальные считают существующие барьеры трудно- или вообще непреодолимыми. Особенно активно на отсутствии административных барьеров настаивали предприниматели областного уровня (51,5%), общероссийского и уровня СНГ (66,7%). Среди предпринимателей локально-муниципального рынка и рынков несельских субъектов самым распространенным мнением стало то, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат (соответственно 36,8 и 30,8%). Однако предприниматели рынков несельских субъектов в 1,5 раза чаще других (36,8% против 19% в среднем по выборке) настаивали, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат. Предприниматели этой категории и областных рынков также чаще других (соответственно 15,4 и 13,6% против 10,3% в целом по выборке) свидетельствовали, что есть непреодолимые административные барьеры (табл. 9).

Таблица 9

Оценка предпринимателями различной географии рынка, насколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса, %

Насколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса	Географические рынки					По выборке
	локальный муниципальный рынок	рынок Саратовской области	рынки несельских субъектов РФ	рынки РФ	рынки СНГ	
Есть непреодолимые административные барьеры	5,3	13,6	15,4	–	–	10,3
Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	31,6	10,6	30,8	33,3	–	19,0
Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	36,8	24,2	30,8	26,7	33,3	27,6
Нет административных барьеров	26,3	51,5	23,1	40,0	66,7	43,1
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Около 40,0% опрошенных предпринимателей не смогли оценить изменения административных барьеров в Саратовском регионе за последние 3 года. При этом 16,6% считают, что бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, 16,0% изменений не обнаружили, для 14,1% опрошенных преодоление барьеров стало проще, чем раньше, и только 4,3% указали, что административные барьеры были полностью устранены. Среди предпринимателей локально-муниципального рынка по 28,6% опрошенных (и это – самые распространенные полярные мнения) заявили о том, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, или, наоборот, что бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. 23,8% этой категории предпринимателей полагают, что уровень и количество административных барьеров не изменилось, 14,3% – что административные барьеры отсутствуют, как ранее, 4,8% – что ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились. Предприниматели областного рынка чаще других (30,4% против 25,5% по выборке) полагают, что уровень и количество административных барьеров не изменилось. Однако каждый четвертый (26,8%) считает, что бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. Напротив, 17,9% полагают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше; 8,9% из них указали на то, что ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились. И только 7,1% отметили, что административные барьеры отсутствуют, как ранее.

Доминирующим мнением предпринимателей рынков несельских субъектов РФ (38,5%) стало то, что бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. По 15,4%, наоборот, считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, или что их уровень и количество не изменились, или что ранее они отсутствовали, однако сейчас появились. По 7,7% указали, что административные барьеры были полностью устранены или что административные барьеры отсутствуют, как ранее.

Среди предпринимателей, работающих на общероссийских рынках, самым распространенным мнением (44,4%) стало то, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше. На втором месте по распространенности среди них стало утверждение, что уровень и количество административных барьеров не изменилось (22,2%). По 11,1% опрошенных указали на то, что бизнесу стало слож-

нее преодолевать административные барьеры, чем раньше, что прежде административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились, или, наоборот, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее.

Предприниматели, работающие на рынках СНГ, оказались наиболее позитивно оценивающими изменения уровня административных барьеров на рынке в течение последних трех лет. Каждый третий указал на то, что административные барьеры были полностью устранены, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, и что административные барьеры отсутствуют, как ранее. Таким образом, чем крупнее рынок, тем позитивнее предприниматели оценивают сокращение административных барьеров и возможности их преодоления.

В ходе исследования 2016 г. было выявлено, что большинство предпринимателей при рассмотрении направлений развития конкуренции указали на создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе (40,4% опрошенных). Кроме этого, 36,4% предпринимателей предлагают вести жесткий контроль за тем, чтобы одна компания не захватывала полностью рынок, т. е. отмену монополий. Также часть предпринимателей желают, чтобы в городе и районе поддерживались новые направления развития экономики (27,3% опрошенных).

Еще одним немаловажным фактором развития конкуренции в районе, по мнению предпринимателей, является увеличение контроля над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт (23,2% респондентов). Такие естественные монополии сдерживают возможности предпринимателей в развитии свободной конкуренции. Немаловажное значение в развитии конкурентной среды предприниматели отдают вопросам контроля над ростом цен (20,2% респондентов), качества продукции (16,2%). Данные направления должны быть под жестким контролем государства и органов власти на местах, позволяя сделать механизмы формирования конкуренции более доступными и прозрачными.

Анализ данных опросов предпринимателей показал, что в 2015 г. большая часть предпринимателей указали, что они столкнулись с проблемами использования родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ (58,8% опрошенных) и конкурентным давлением посредством рекламы (52,5%). Причем эти две проблемы каждым пятым предпринимателей переживаются как наиболее острые и злободневные. В 2016 г. к числу наиболее существенных административных барьеров ведения текущей деятельности предпринимателями Саратовской области отнесены: высокий налог; нестабильность российского законодательства, регулирующего деятельность предприятий; сложность получения доступа к земельным участкам. В наибольшей степени с проблемой высоких налогов сталкиваются предприниматели, работающие на областных рынках и рынках несельских субъектов РФ.

Чем больше административных барьеров на рынке, тем ниже оценивается уровень конкурентной среды в регионе. Треть опрошенных предпринимателей указывают на отсутствие административных барьеров ведения текущей бизнес-деятельности. Пятая часть респондентов говорят о наличии легкопреодолимых барьеров. Остальные считают существующие барьеры трудно- или непреодолимыми вообще. Условия преодоления административных барьеров обладают негативной динамикой. За последние три года, по оценкам предпринимателей, либо ничего не изменилось, либо стало сложнее. Вместе с тем чем крупнее рынок, тем позитивнее предприниматели оценивают сокращение административных барьеров и возможности их преодоления.

Оценка влияния деятельности властей на бизнес неоднозначна. Около трети предпринимателей, оценивших эффективность действий органов власти, говорят о том, что они как мешают, так и помогают в равной степени. Пятая часть оценили помощь действующей власти в ведении бизнеса, 16,0% указали на то, что власти только мешают ведению бизнеса, и только 8,6% отметили, что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо. Чем крупнее рынок, тем больше предпринимателей ощущают реальную помощь органов власти.

Подавляющее большинство предпринимателей, работающих на различных рынках, не сталкивались с действиями органов власти, препятствующими ведению бизнеса. Вместе с тем только 9,6% опрошенных указали на отсутствие ограничений ведения бизнеса. В три раза чаще других на этом настаивали предприниматели, работающие на рынках СНГ (33,3%). Подавляющее большинство предпринимателей, работающих на различных рынках, полагают, что у них нет проблем с административными барьерами. Однако каждый десятый имел дело с коррупцией. На муниципальном уровне предприниматели в два раза чаще других сталкиваются с этой проблемой. Большинство предпринимателей не смогли охарактеризовать свои отношения с органами власти как партнерские и даже не считают это необходимым. Однако чем обширнее рынок, тем больше необходимость установления партнерских отношений с органами власти.

Таким образом, по мнению предпринимателей, уровень конкуренции в регионе умеренно высок и имеет тенденцию к стабильному росту.

Основными направлениями деятельности по развитию конкурентной среды в регионе должны стать мероприятия контролирующего и информационного характера, реализация которых позволит предпринимателям более комфортно заниматься бизнесом.

Примечания

1 См.: *Дулясова М. В., Петухов Ю. С.* Создание конкурентной среды – непременное условие формирования предпринимательских структур в России // Российское предпринимательство. 2002. № 9 (33). С. 71–76.

2 См.: *Агафонова М. С.* Экономические отношения фирмы с различными субъектами // Журнал экономической теории. 2007. № 4. С. 162–163.

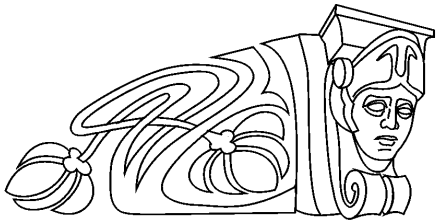
3 См.: *Гуляев Г. Ю.* Эволюция теории конкуренции // Изв. ПГУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 28. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-teorii-konkurentsii (дата обращения: 29.01.2016).

4 См.: *Кондратов М. В.* Формирование и развитие теории конкуренции // Молодой ученый. 2010. № 6. С. 146–149.

Образец для цитирования:
Бегинина И. А., Ивченков С. Г., Малинский И. Г. Административные барьеры, ограничивающие конкуренцию в Саратовском регионе : мнение предпринимателей // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 371–378. DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-371-378.

УДК 316.342.5

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ



О. А. Григорьева, Д. В. Зайцев

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.
E-mail: grigorievaoa@mail.ru, zaitsevd@bk.ru

З. М. Дыльнова, Ю. В. Селиванова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: juliaselivanova@mail.ru

Статья посвящена социологическому анализу особенностей социальной стратификации российского общества в контексте развития глобализационных процессов. Рассматривается в критическом ключе исследовательский и интерпретационный потенциал неовеберианского, неомарксистского, ресурсного и иных теоретических подходов, раскрытых в монографических работах. В аспекте моделирования социальной структуры современного общества репрезентированы мнения о взаимосвязи социальных статусов и социальной стратификации, социальной идентификации и социальной мобильности, что является новым для отечественной социологической науки.
Ключевые слова: социальная стратификация, социальная структура, глобализация, социальная трансформация, социальное неравенство.

The Transformation of the Social Structure of Russia in the Context of Globalization

O. A. Grigorieva, D. V. Zaytsev, Z. M. Dylnova, Yu. V. Selivanova

The article is devoted to the sociological analysis of the social stratification of the Russian society in the context of globalization processes. Examines in a critical way research and interpretative potential neoliberalismo, neo-Marxist, resource and other theoretical approaches disclosed in monographic works. In the aspect of modeling the social structure of modern society represented the views about the relationship between social status and social stratification, social identity, and social mobility that is new to the national social science.
Key words: social stratification, social structure, globalization, social transformation, social inequality.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-378-381

Современная социальная структура становится все более полиморфной и разнородной. При этом постоянно наблюдаются появление новых взаимосвязей и размывание имеющихся между структурными элементами общества. Устоявшейся тенденцией выступают общее истончение, снижение степени зависимости данных частей друг от друга, их виртуализация, что отчасти обусловлено развитием процессов глобализации. В современной России влияние данных процессов детерминирует крупномасштабные преобразования, затрагивающие все сферы и элементы социального целого.

Применительно к проблематике трансформации социальной структуры в качестве элементов могут выступать (в зависимости от избранного теоретического подхода) как группы людей, занимающих определенные позиции «социального поля», так и определенные типы отношений (предписанные соответствующим статусным позициям «роли», выполняемые функции). Так, Т. Заславская определяет основные социальные группы, составляющие структуру российского общества, их процентное соотношение на основе данных, полученных в ходе мониторинговых исследований, проводимых ВЦИОМ в 90-е гг. XX в.[1] А. Дмитров берет за основу структурирования размер доходов, уровень образования и

© Григорьева О. А., Зайцев Д. В., Дыльнова З. М., Селиванова Ю. В., 2016