

УДК 334.722.1

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА КАК ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Муханова А.Е., Умирзакова М., Смагулова Ж.Б., Берикболова У.Д.

*РГП ХВ «Кызылординский государственный университет имени Коркыт Ата», Кызылорда,
e-mail: zanna_smag@rambler.ru*

В 70–80-е годы прошлого столетия наблюдалось пристальное внимание экономистов к проблемам развития малого бизнеса. Кризисные явления свидетельствуют о том, что семейные предприятия, обладающие большей мобильностью по сравнению с крупными, быстрее реагируют на колебания потребительского спроса. В современной экономике семейный бизнес можно рассматривать как наиболее социально ориентированный, более справедливый с точки зрения учета интересов работодателей и работников, экономически эффективный, экологически сбалансированный и инновационно восприимчивый способ экономической деятельности. Цель работы – провести анализ особенностей создания и развития семейного бизнеса как формы предпринимательства (сильные и слабые стороны семейного бизнеса, ключевые различия между бизнес-системой и системой семьи, проблемы собственников семейного бизнеса). Наряду с этим рассмотрен передовой опыт развития семейного бизнеса в мире.

Ключевые слова: семейный бизнес, виды семейного бизнеса, топ-менеджер семейного бизнеса, семейная фирма, иностранный семейный капитализм

FEATURES OF DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS AS BUSINESS FORM

Mukhanova A.E., Umirzakova M., Smagulova Z.B., Berikbolova U.D.

RSE EC «Kyzylorda State University n.a. Korkyt Ata», Kyzylorda, e-mail: zanna_smag@rambler.ru

In the 70–80th years of last century the close attention of economists to problems of development of small business was observed. The crisis phenomena testify that the family business possessing bigger mobility in comparison with large business reacts to fluctuations of a consumer demand quicker. In modern economy family business can be considered as the most socially oriented, more fair from the point of view of the accounting of interests of employers and workers, economically effective, ecologically balanced and innovatively susceptible way of economic activity. The aim of article is to provide the analysis of features of creation and development of family business as entrepreneur's form (strong and weaknesses of family business, key distinctions between business system and family system, problem of owners of family business). By the way the best practices of development of family business in the world are considered.

Keywords: family business, types of family business, top manager of family business, family firm, foreign family capitalism

Основной целью исследования является анализ особенностей функционирования и создания семейного предпринимательства как формы бизнеса.

Основные результаты исследования

Сегодня развивается именно сектор малого и среднего бизнеса – основа благосостояния любого государства, как свидетельствует опыт Америки, Азии и европейских стран. Новую фирму могут создать люди, состоящие в дружественных отношениях, хорошо знакомые друг с другом, и тогда возникает предприятие, созданное компаниями на паях. Но чаще новое дело организуют родственники, близкие или дальние, но относящиеся к одной «семье». Такие фирмы получили в мировой терминологии название «семейных фирм», или «семейного бизнеса». При этом, чтобы оставаться семейной фирмой, сама компания, а также собственный капитал компании, должны оставаться в руках семьи и передаваться по наследству. Всю совокупность семейного бизнеса по структуре и рассредоточению

капитала, по управлению организациями, по величине самих компаний можно условно разделить на две группы.

Первая – семейный бизнес в узком смысле, т.е. фирма, в которой работают члены семьи и их ближайшие родственники. Как правило, это небольшие компании с персоналом редко более 10 человек. При этом здесь можно выделить такие обособленные подклассы, как бизнес одной семьи, где на благо общего дела трудятся только ближайшие родственники – муж, жена, сын, брат, отец. Такие фирмы в ряде стран, например в Канаде или Америке, как, впрочем, и в нашей стране, составляют большинство семейных компаний. Это в первую очередь различные ИП, еще до недавнего времени называвшиеся ПБОЮЛ, «предприниматели без образования юридического лица». В таких компаниях отсутствует четкое должностное разделение полномочий, нет самой структуры подчинения, нет иерархических ступеней. Лидерство принадлежит главе семейства, а остальные выполняют свою работу так, как понимают

ее. По такому принципу часто работают небольшие магазинчики, где дочь – продавец, жена – бухгалтер и снабженец, а отец – руководитель и водитель в одном лице. По этому же принципу зачастую строятся консалтинговые фирмы, кадровые агентства, семейные небольшие издательства. При этом нет прописанных должностных инструкций, есть функциональная взаимозаменяемость, все члены семьи «кровно» заинтересованы в выживании их маленького семейного дела. Второй подкласс – бизнес нескольких родственных семей. Это, как правило, уже подросшие «семейные» компании с четко поставленной организацией и структурой подчинения, где семейные отношения переходят в «деловые», и приходится считаться, что часть родственников становится управленцами, а часть – их подчиненными. Зачастую на этапе перехода компании от собственно семейной фирмы к междусемейному объединению ее поджидают серьезные управленческие проблемы разделения власти и накопленного фирмой капитала. Семейные обиды от незаслуженных повышений в должности одних членов и скоротечных понижений других, начавшиеся семейные склоки и скандалы в конечном итоге могут привести и к закрытию самого дела.

Поэтому на данном этапе важно обойти все острые углы, разрешить все внутренние конфликты, прийти к общесемейному пониманию целей и задач общего бизнеса, четко разграничить функции и ответственность всех работников фирмы.

Вторая большая группа семейного бизнеса – фирмы, которые наследуются из поколения в поколение, владельцами которых являются целые семейные кланы. К данной группе, формирующей иностранный семейный капитализм, относятся, как правило, крупные и очень крупные компании типа международных корпораций с множеством дочерних структур. В этом случае «семье» принадлежит только контроль над компанией за счет семейного пакета акций. В каждой стране семье необходимо сохранять разный процент акций для того, чтобы иметь право именоваться семейной фирмой. В Финляндии – не менее 50 %, в Америке и Германии достаточно сохранять около 25 % акций в руках одной семьи, при условии, что это самый весомый из всех акционерных пакетов данной компании, а остальные акции рассредоточены между множественными мелкими владельцами небольших пакетов акций. Есть и еще один способ сохранения контроля семьи над компанией – выпуск акций двух классов с различным количеством голосов

на каждую акцию (в семье остаются акции, дающие, например, право 10 голосов, а на фондовый рынок поступают акции с правом 1 голоса на каждую акцию; или только за семейными акциями остается право выбора членов совета директоров. Таким образом, можно сохранить контроль над фирмой и одновременно привлечь дополнительный, столь необходимый для развития любой фирмы капитал [4].

Ключевое отличие семейного бизнеса от обычной компании (целью которой является достижение максимальной капитализации) – его преемственность (таблица).

Ключевые различия между бизнес-системой и системой семьи

Бизнес-система	Система семьи
Ориентирована на результаты	Основывается на эмоциях
Миссия: производство приносящих прибыль продуктов и услуг	Миссия: воспитать из детей компетентных наследников
Главное – компетенции	Главное – равенство
Принятие основано на оценке производительности	Принятие безусловно
Отношения носят временный и условный характер (обусловлены позицией, опытом, знаниями и т.п.)	Отношения носят постоянный, устойчивый характер
Власть зависит от авторитета и степени влияния	Власть в основном базируется на порядке рождения (принадлежности к поколению)

Примечание. Источник [1].

Семейный бизнес, как правило, более результативен, чем корпоративный, за счет ряда преимуществ:

1. **Основа на ценностях собственников.** В корпоративном бизнесе к ценностям часто относятся как к формальностям – прописанным в корпоративной миссии формальным утверждениям, которые топ-менеджеры могут и не разделять. Поэтому отношения между акционерами и управляющими строятся на основе контроля ключевых показателей (прибыльность, расходы, котировки акций и т.п.), а основными задачами управленцев являются повышение акционерной стоимости компании и рост дивидендов. А собственник семейного бизнеса стремится не только к росту акционерной стоимости, но и к обеспечению устойчивости в долгосрочной перспективе. Вопросы о дивидендах он решает более гибко, больше инвестирует в развитие и повышение эффективности компании.

Образно говоря, владелец семейного бизнеса сам растит и развивает своего «ребенка» – компанию, а в корпоративном наемный менеджер – чужая «няня» растит бизнес для акционеров.

2. Ориентация на долгосрочное развитие. Горизонт планирования топ-менеджмента в корпоративном бизнесе 5–10 лет (а сейчас, в связи с кризисом, и того меньше), а в семейном – поколение, потому что его владельцы мечтают передать бизнес своим детям.

3. Стабильный состав сотрудников. В семейном бизнесе остаются работать люди, которым близки ценности основателей, поэтому они более лояльны компании. Это позволяет собрать команду, которая всегда поймет и окажет поддержку.

4. Приверженность собственников. Члены семьи отождествляют свои личные и семейные интересы с интересами компании, поэтому напряженно работают и готовы реинвестировать часть прибыли компании в бизнес для обеспечения его роста в долгосрочной перспективе. Многие члены семей вовлекаются в семейный бизнес с самого раннего возраста, что помогает им освоить тонкости управления и повышает уровень их приверженности.

5. Преемственность знаний. Поскольку в семейном бизнесе нечасто сменяются менеджеры, сохраняется «память предприятия» – традиции, признание заслуг и т.п., последующим поколениям передаются накопленные знания, опыт и умения.

6. Высокая репутация. Имя и репутация семейных компаний ассоциируются с их продуктами и/или услугами, они стремятся повышать качество своей продукции, а также поддерживать хорошие взаимоотношения со своими партнерами (клиентами, поставщиками, сотрудниками, бизнес-сообществом и т.д.).

Конечно, семейный бизнес имеет и слабые стороны. Часть проблем, с которым он сталкивается, аналогична проблемам корпоративных компаний (низкое качество менеджмента, недостаток финансов, макроэкономические сложности и пр.), но есть и ряд специфических, обусловленных именно семейным характером

1. Сложность обеспечения устойчивой деятельности в долгосрочной перспективе. По данным экспертов (mericp Family Business Survey, 2007), в США «выживают» далеко не все семейные предприятия. В руки потомков основателей переходят: во втором поколении – 30% компаний; в третьем – 12%; на уровне четвертого поколения и далее – только около 3%.

Тем не менее большинство владельцев бизнеса хотят, чтобы их дело осталось в семье.

Привнесение в бизнес семейственных отношений, эмоций и проблем также осложняет управление семейными компаниями (в сравнении с аналогичными несемейными). Поскольку члены семьи играют в компании различные роли, их цели могут не совпадать, что иногда приводит к нестыковке интересов и трениям.

2. Неформальные отношения. Большинство семей самостоятельно управляют своей компанией (особенно в первом и втором поколении). Как правило, они уделяют недостаточно внимания формализации практик и процедур ведения бизнеса. По мере роста семьи и бизнеса это нередко приводит к снижению производительности и внутренним конфликтам.

3. Недостаток дисциплины. Многие семейные компании не уделяют необходимого внимания ключевым вопросам: планирование преемственности руководящих должностей; наем членов семьи на работу в компанию; привлечение извне и сохранение квалифицированных менеджеров [1].

На сегодняшний день для мирового семейного бизнеса характерны две особенности. В первую очередь сохранение огромного количества малых и средних предприятий, созданных членами семьи. Например, в США таких небольших семейных фирм насчитывается около 15 млн. Семейные компании этого типа создаются в первую очередь в целях экономии средств на заработной плате сотрудников, так как стоимость наемного труда в странах Европы и Америки оказывается иногда неподъемной для вновь открывшейся фирмы. Вторая особенность – наличие огромных семейных корпораций и холдингов с мировым именем и вековой историей, передаваемых уже 3–6 раз по наследству. В этом отношении выделяется Англия, в которой около 16% всех семейных фирм пережили более чем четыре смены поколений. Швеция отличается самой большой долей работающих в семейном бизнесе – более 60% всего работоспособного населения, а Италия известна большим процентом семейных компаний с оборотом более 1,5 млн евро.

Как показывает мировой опыт, семейный бизнес может быть успешен как в области торговли, так и в промышленном производстве товаров, нередко он достигает мировых высот и входит в рейтинги самых прибыльных предприятий мира. Наверное, многие из нас пользовались или видели каталог «Отто». Мало кто знает, но это крупнейшее германское семейное предприятие, начавшее свою деятельность с продажи

товаров по каталогам с почтовой доставкой в любую точку мира. На сегодняшний день в компании работают более 75 тыс. сотрудников, а годовая прибыль превышает 15 млрд долларов. Открывшиеся несколько лет назад в Москве огромные супермаркеты АШАН – тоже пример развившегося семейного бизнеса, теперь уже французского. Владельцы фирмы – семья Мюйе, которой принадлежит 84% акций компании, в компании работает более 130 тыс. сотрудников, а готовая прибыль превышает 23 млрд долларов. Из семейных фирм-производителей можно отметить французскую корпорацию «Пежо», принадлежащую семье Пежо. На сегодняшний день компания устойчиво занимает 2–3 место в Европе по выпуску и продаже автомобилей одноименной марки. В корпорации трудится около 200 тыс. сотрудников, а прибыль достигает 46 млрд долларов в год. Одна из старейших автомобилестроительных компаний Америки – Ford Motor Co, принадлежавшая семье Фордов, на сегодняшний день перестала быть семейной компанией в прямом смысле этого слова, так как продала свой контрольный пакет акций, но при этом сохранила за собой 40% голосующих акций предприятия. Таким образом, для мирового семейного бизнеса характерно развитие как вширь, с увеличением количества предприятий, так и вглубь, с увеличением доходности. При этом, как отмечают американские аналитики, для семейных предприятий характерен больший рост дивидендов и прибыли, чем для обычных акционерных предприятий [4].

Самая известная семья бизнесменов, успех которой на устах уже несколько веков, – Ротшильды. В первой половине 18 века во Франкфурте в бедной семье родился мальчик, которого назвали Майер-Амшелем. Когда умер отец, Амшелю пришлось оставить учебу и начать зарабатывать. Свое богатство Ротшильд начал собирать в буквальном смысле на свалке. Даже в грудe старых вещей порой скрываются сокровища, однако надо уметь их найти. Таким талантом и обладал Майер-Амшель. Он начал собирать вышедшие из обращения монеты, выброшенные медали, эмблемы со старинных рыцарских доспехов и щитов. За многие годы скопилась завидная и весьма ценная коллекция.

Вскоре Майер-Амшель открывает антикварную лавку, арендовав помещение в популярном кабачке «Под зеленым абажуром». Спустя несколько лет здесь уже работал первый банк Ротшильда. Случилось так, что и принц Вильгельм из рода Хоссе-Хану испытывал ту же коллекционерскую страсть, что и его скромный подданный Ротшильд.

В один прекрасный день хитроватый Майер-Амшель преподнес суверену в подарок свою дорогую коллекцию и как бы между прочим попросил у принца разрешения стать поставщиком королевского двора.

Разрешение было получено, позднее Ротшильд стал и личным банкиром принца. Он успешно вел дела по всей Европе и получал приличные доходы. Сыновья Ротшильда управляли различными банками, принадлежащими семье.

Десятилетиями деятельность банкиров была окружена тайной. В 1929 году на парижской бирже Ротшильдам удалось повернуть невероятно удачную аферу. Неожиданно для всех банкиры начали срочно распродавать акции собственных предприятий. Цена на них сильно упала. Всем казалось, Ротшильды разорены. Но через несколько часов они за бесценок купили те же акции. В промежутке ловкачи оформили права на наследство барона Эдуарда де Ротшильда, заплатив налог государству по самому низкому биржевому курсу. Этому трюку родственников научил сам барон, лежа на смертном одре.

Основатель крупнейшего западногерманского автомобильного концерна Адам Опель родился весной 1837 года в старинном немецком городке Рюссельсхайме. Он был старшим сыном в семье скромного кузнеца и с детства отличался способностями к механике. Уйдя «на заработки», Адам Опель пять лет подмастерьем скитался по Европе. В августе 1862 года он вернулся домой, мечтая сконструировать швейную машинку, подобную той, что ему довелось видеть на парижской выставке. Швейная машинка вышла великолепно: ее «оторвали с руками», даже не дав мастеру завершить работу. Дела Адама шли настолько хорошо, что в 1868 году он смог построить двухэтажную мастерскую по производству швейных машин. У Адама Опеля было пятеро сыновей – Карл, Вильгельм, Генрих, Фридрих и Людвиг. Все как один обожали велосипеды. Опель-старший особого пристрастия к этому транспортному средству не питал, однако энтузиазм молодых оказался заразителен, и с 1887 года Опель помимо швейных машин стал выпускать велосипеды.

Повзрослев, сыновья живо заинтересовались самодвижущимися экипажами из Мангейма. Каннштадта, Парижа. Они видели в них будущее отцовского завода. Весной 1899 г. из ворот завода в Рюссельсхайме выкатился первый одноцилиндровый Lutzman Opel. Сейчас Opel известная торговая марка, под которой продаются автомобили по всему миру.

Интересна история становления известной часовой марки Tissot. Фирма «Шарль Тиссо и сын» была основана в 1853 году в Ле-Локле Шарлем-Фелистиеном Тиссо (Charles-Felicien Tissot) и его сыном Шарлем-Эмилем (Charles-Emile). Они не только руководили фирмой, но и сами изготавливали часы.

Сначала это было небольшое производство: владельцы фирмы раздавали части механизмов и корпуса крестьянам, которые собирали часы у себя дома, а затем приносили их в мастерскую Тиссо. Готовые изделия проверялись на качество сборки и точность хода. В продажу поступали только часы, прошедшие проверку.

В 1873 году, после смерти отца, Шарль-Эмиль встал во главе фирмы. Несмотря на трудности, с которыми в те времена были сопряжены все путешествия, он много ездил по разным странам в поисках свежих идей и новых рынков. Глава дома неоднократно бывал даже в далеких Соединенных Штатах Америки. В отсутствие хозяйина делами фирмы руководила его жена, осуществляя контроль за производством и финансами.

Результатом поездок Тиссо-младшего в Россию явилось то, что его фирма, став официальным поставщиком Русского Императорского Двора, получила крупный заказ на изготовление часов для русской армии. Сейчас часы Tissot продаются более чем в 140 странах.

Семейную историю имеют множество фирм и торговых марок известных по всему миру, среди них: Oral-B, Siemens, Adidas, Samsung Electronics и др. [3].

Список литературы

1. Люди в семейном бизнесе. Бурда Владислав – эксперт журнала «Менеджер по персоналу» URL: <http://delovoyimir.biz/2012/06/25/lyudi-v-semeynom-biznese.html> (Дата обращения 5.09.2015).

2. Ламанова Елена, специалист по вопросам ведения семейного бизнеса в Украине, предприниматель, бизнес – тренер. Пять шагов на пути к семейному бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trn.ua/articles/6564/> (дата обращения: 7.09.2015).

3. Семейный бизнес или что такое хорошо и что такое плохо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.damu.kz/2645> (дата обращения: 5.09.15).

4. Шнуровозова Т. Семейный бизнес по-русски. – IPR. – 2008

5. Шнуровозова Т.В. Особенности построения семейного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.exrus.eu/Osobennosti-postroyeniya-semeynogo-biznesa-id4dcd7c0a6ccc191234000025> (дата обращения: 7.09.2015).

References

1. Lyudi v semejnem biznese. Burda Vladislav ekspert zhurnala «Menedzher po personalu» URL: <http://delovoyimir.biz/2012/06/25/lyudi-v-semeynom-biznese.html> (Data obrashheniya 5.09.2015).

2. Lamanova Elena, specialist po voprosam vedeniya semejnogo biznesa v Ukraine, predprinimatel, biznes trener. Pyat shagov na puti k semejnemu biznesu [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.trn.ua/articles/6564/> (data obrashheniya: 7.09.2015).

3. Semejnij biznes ili chto takoe xorosho i chto takoe ploxo [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.damu.kz/2645> (data obrashheniya: 5.09.15).

4. Shnurovozova T. Semejnij biznes po-russki. IPR. 2008.

5. Shnurovozova T.V. Osobennosti postroyeniya semejnogo biznesa [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://ru.exrus.eu/Osobennosti-postroyeniya-semeynogo-biznesa-id4dcd7c0a6ccc191234000025> (data obrashheniya: 7.09.2015).

Рецензенты:

Бекхожаева А.К., д.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория и государственное управление», Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, г. Кызылорда;

Махницкая Е.И., д.э.н., доцент кафедры «Экономическая теория и государственное управление», Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, г. Кызылорда.