

Основные тенденции изучения семейного предпринимательства

Научный руководитель – Осипов Егор Михайлович

Сазонова Анастасия Петровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра социологии управления, Москва, Россия

E-mail: anastasiia.boss@yandex.ru

Базовое определение семейного бизнеса заключается в представлении о нем как об активной, реальной инициативной предпринимательской деятельности в рамках особой социальной группы - семьи, с учетом реальных возможностей всех участников этой группы в производстве, воспроизводстве, распределении и использовании полученного предпринимательского дохода, обеспечение функционирования семьи на разных этапах экономической деятельности. [4]

Развитие устойчивого семейного бизнеса носит противоречивый характер, с одной стороны, объем, качество и уровень жизни этого бизнеса зависит от конкретных семейных отношений. Именно они являются источником определения инициативы создания бизнеса, распределения ролей, устойчивости этой формы предпринимательства. С другой стороны, в силу близости взаимоотношений, с возрастанием развития структуры предпринимательства возникает угроза усиления неустойчивости в силу столкновения интересов участников этой социальной группы. [2]

К основным тенденциям изучения бизнеса, во-первых, стоит отнести результаты, посвященные сравнению родовых признаков семейного бизнеса, выявлению насколько семейный бизнес отличается от несемейного, насколько существенна и есть ли вообще идеология формирования корпоративных семей. Все это будет касаться глубинных основ существования семейного бизнеса, его сохранения и трансформации в условиях информационной экономики и взаимодействия членов семьи в экономическом пространстве. Семейный бизнес точно также поддается давлению и ценностям глобализации и интернационализации мировой экономики. Но при этом сохраняются основные черты такие, как семейная собственность, семейное управление и преемственность поколений. [1]

Во-вторых, сейчас на арену все больше выходит коммуникативная проблема: насколько семейный бизнес готов впустить менеджеров, способных осуществлять эффективное управление предприятием, при этом, не являясь членами семьи. В развитых экономических странах массив предпринимательских структур семейного типа значительно больше в силу развитости семейных традиций, плюс накопленного предыдущими поколениями запаса семейных ресурсов и наличие такой важной черты, как уважение к семейным бизнес-традициям в национальном менталитете. [3]

Если рассматривать развитие семейного бизнеса на макроуровне, то можно увидеть, что существует огромное количество программ в рамках поддержки малого бизнеса, плюс обеспечения условий самозанятости, а также повышения доходов населения. Но при этом отсутствует комплексный подход к системной поддержке семейного бизнеса как особой формы предпринимательства.

На микроуровне предприятия семейного бизнеса разнообразны по роли, месту, сфере, доходам, времени существования. Как правило, в них задействованы исключительно местные ресурсы, а также они в большей степени подстраиваются под местные потребности и рынки. [5]

Таким образом, в рамках усиления цикличности развития современной экономики, не стоит забывать о проявившихся объективных трудностях формирования и развития субъектов малого и среднего бизнеса. Кризисные явления в развитии семейного предпринимательства все равно сохраняются, так как они определены не только экономическими, но и неэкономическими факторами.

Источники и литература

- 1) Волков, Д.А. Преемственность и специфика управления семейным бизнесом : монография. М. : Креативная экономика, 2013. 152 с.
- 2) Салганик, М. Возвращение династии / М. Салганик // Новое время. - 2004. - №26. - С. 24-25.
- 3) Трудовые отношения: состояние и тенденции развития в России // сб. науч. статей под ред. В.А. Ядова – Самара, изд-во «Самарский университет», 2013. 264 с.
- 4) Anderson, R.C., Reeb, D.M. Founding family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500 // Journal of Finance. 2003. 58. Pp. 1301–1326.
- 5) Litz, R.A. The family business: Toward definitional clarity // Proceedings of the Academy of Management. 1995. Pp. 100–104.