

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра соціальних структур та соціальних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Соціальні детермінанти розвитку сімейного підприємництва в Україні»

Спеціальність: 054 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціологія»

Освітній ступінь: бакалавр

Кваліфікація: бакалавр соціології

Автор:

Борщов Олександр Андрійович,
студент 4 курсу

Наукова керівниця:

Цимбалюк Наталія Миколаївна
доктор соціологічних наук, професор

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Протокол № _____ від «___» _____ 2021р.

Зав. кафедри _____ доц. Мазурик О.В.

(підпис)

Київ 2021

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано**до захисту**

підпис наукового
керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Тема: Соціальні детермінанти розвитку сімейного бізнесу в Україні

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СІМЕЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	6
1.1. Теоретичні підходи до вивчення сімейного підприємництва	6
1.2. Дослідження сімейного підприємництва в Україні	13
Висновок до 1 розділу	15
РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ В ХХІ СТОЛІТТІ.....	17
2.1. Сутність та функціональне призначення сімейного підприємництва	17
2.2. Види і форми сімейного підприємництва	21
Висновок до 2 розділу	22
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІМЕЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	24
3.1. Взаємодія сімейного підприємництва та влади	24
3.2. Вплив освіти та професійних знань на розвиток сімейного підприємництва	28
3.3. Сімейна культура та розвиток сімейного підприємництва	32
3.4. Вплив карантинних обмежень на розвиток сімейного підприємництва	39
Висновок до 3 розділу	41
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність дослідження. Ще в не такому далекому минулому більшість підприємств в світі були сімейними. У доіндустріальну і на початковій стадії індустріальної епохи сім'я була найважливішим інститутом, що регулює не тільки міжлюдські, а й господарські відносини. Потім значення сімейного бізнесу стало падати, на перший план вийшли корпоративні організації, що представляють собою союз капіталів, найчастіше зовсім незнайомих один з одним осіб. Разом з тим в значній кількості регіонів планети сімейні підприємства і по цю пору складають основу економіки, і з ними зв'язуються найсміливіші плани з модернізації соціально-економічного життя.

Аспекти проблем сімейного бізнесу вивчали такі науковці як: Дармодехин, Харчев, Веблен, Барков, Хабермас, Дорохіна, Полішко та багато інших.

Підприємницька діяльність - це ефективний і перспективний спосіб розвитку сім'ї та вирішення багатьох соціальних проблем даного осередку суспільства. Сімейне підприємництво дозволяє не тільки досягати фінансових цілей, але також як психологічного, так і соціального комфорту. Щоб розпочати підприємницьку діяльність, в родині потрібна наявність сприятливої атмосфери, яка сприяла б взаємопідтримки та сприяння з реалізації бізнес-ідей, що є фундаментом майбутньої діяльності. Особливої актуальності проблематиці сімейного підприємництва надає той факт, що в Україні майже не проводилося власне соціологічних досліджень сімейного підприємництва. Також, можна сказати, що сімейні підприємства не мають державної підтримки. Хоча на практиці сімейні підприємства в Україні складають економічно найбільш активну частину суб'єктів малого бізнесу.

Наукова проблема: протиріччя між необхідністю у формуванні інституту сімейного підприємництва та відсутністю знань щодо

особливостей його розвитку в українському суспільстві.

Мета Визначити основні соціальні детермінанти сімейного бізнесу в українському суспільстві.

Об'єктом дослідження є розвиток сімейного бізнесу в українському суспільстві.

Предметом дослідження є соціальні детермінанти СБ українському суспільстві.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження виступили наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері формування соціологічного механізму управління підприємствами сімейного бізнесу. Методичною основою дослідження є системний підхід та сукупність спеціальних і загальнонаукових методів наукового дослідження.

Завдання:

- 1) розкрити категорію сімейне підприємництво та дотичні до неї поняття;
- 2) визначити методологічні підходи, які застосовують до вивчення сімейного бізнесу;
- 3) визначити соціальні фактори, що гальмують розвиток малих підприємств сімейного типу;
- 4) охарактеризувати систему соціальних детермінант, що позитивно впливають на розвиток сімейного бізнесу.
- 5) визначити перспективи розвитку сімейного бізнесу в українському суспільстві.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СІМЕЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Методологічні підходи до вивчення сімейного підприємництва.

З соціологічної точки зору поняття «підприємництво» та «Бізнес» близькі, подібні за значенням, вживаються як синоніми. Але оскільки малий бізнес - стійке словосполучення і поняття цього виду бізнесу закріплено в нормативних документах і досліджено соціологами як соціальний інститут, будемо дотримуватися загальноприйнятої трактування «малий бізнес». А для того, щоб розмежувати його з поняттям сімейного бізнесу, будемо в цьому сенсі переважно вживати словосполучення «сімейне підприємництво».

Сімейне підприємництво - вид економічної діяльності по виробництву товарів і послуг, заснований на спільному володінні засобами виробництва, участі в розподілі прибутку, найманій праці членів сім'ї, родичів, фінансований за рахунок накопичень і ресурсів власника і спрямований на отримання прибутку і зміцнення сімейних зв'язків.

Малий бізнес можна визначити як сукупність мікро - та малих підприємств, які займаються підприємницькою діяльністю, велика частина цих підприємств є сімейними. Сімейне підприємництво є особливою формою малого бізнесу, в рамках якого задіяні родичі - члени однієї сім'ї.

Науковий інтерес до дослідження особливостей сімейного підприємництва, який виник на рубежі XX і XXI ст., на сучасному етапі багато в чому пов'язаний з необхідністю розробки методологічного апарату, який дозволить більш точно виявити специфіку сімейних компаній і визначити їх роль у розвитку економіки країни і суспільства в цілому.

Традиційно сімейне підприємництво як область наукового дослідження використовує інструментарій психології, соціології, антропології, теорії організації, стратегічного менеджменту, а також основні положення бихевиористського підходу, корпоративного управління і економічної теорії. Разом з тим в українській науковій літературі не існує комплексних оглядів, присвячених аналізу результатів дослідження сімейного бізнесу з міждисциплінарних позицій, що зумовило постановку мети цього дослідження.

Методологічними напрямками світових досліджень сімейного бізнесу є симбіоз чотирьох організаційно-управлінських аспектів підприємницької діяльності: стратегії, структури володіння, корпоративного управління та соціальної психології. Розглянемо ці напрямки більш докладно.

Залучення членів сім'ї в бізнес тісно пов'язане зі стратегічним процесом управління розвитком компанії. При цьому питання впливу сімейних відносин, їх динаміки і особливостей, на бізнес-стратегію и якість прийняття рішень залишаються маловивченими. Проте встановлено вплив сімейних аспектів на рішення, що приймаються в області інновацій, пов'язаних з великими ризиками. Сімейні компанії - це акумулювання певних ресурсів, володіння якими дозволяє їм успішно існувати і реалізовувати власну стратегію розвитку, впливаючи на зміну бізнес-цілей компанії, впровадження принципів стійкості і відповідальності в практику ведення справ, приречення дій, спрямованих на отримання сімейних і бізнес-вигод.

Ідея вибору відповідної стратегії в сімейних компаніях - це завжди рух в рамках рівноваги між сімейними інтересами, бізнесом і зовнішнім середовищем. Всі ці субсистеми можуть входити в протиріччя один з одним і мати різноспрямовані інтереси, які можуть змінюватися з плином часу і під впливом різних факторів, наприклад структури власності і моральних аспектів сімейно-лідерської поведінки. М. Nordqvist і L. Melin, займаючись дослідженням глибинних рутинних процесів конкретизації стратегій всередині сімейних систем з точки зору соціально-психологічного підходу,

виявляють деяку ідіосинкратичну природу унікальної сімейної конкурентної переваги, яка, з одного боку, захищає інтереси компанії і веде до процвітання, з іншого - є основою інерції розвитку і сприяє руйнуванню бізнесу. Можна стверджувати, що сімейні компанії часто мають стратегією, релевантну зовнішньому середовищу, проте в першу чергу завдяки особливостям структури володіння їх реагування на зміни зовнішнього середовища і вимоги ринку можуть носити запізнений характер.

Особливості розподілу влади і контролю за діяльністю компанії, є базовими аспектами вивчення структури володіння, розглядаються в контексті впливу особливостей сімейних систем на поточну і перспективну діяльність компанії. При цьому структури володіння, розподілу влади і контролю представлені більш комплексно: в них додані сімейні зв'язки, соціальні позиції і ролі. В даному аспекті вивчення емпіричні дослідження діляться на два напрямки.

Перший з них акцентує увагу на вплив сімейних аспектів на розподіл влади і контролю при аналізі структури володіння. У рамках даного напрямку встановлюється негативний вплив так званої «темної сторони» сімейних структур на розподіл влади і контролю, яка заснована на приховуванні інформації, експропріації доходів компанії. З іншого боку, в дослідженнях I. Le Breton-Miller і D. Miller, навпаки, відзначається позитивний вплив сімейних зв'язків на структуру власності та розподіл влади і контролю в компанії в контексті «теорії" служіння "», довгострокового бачення і єдиної системи цінностей всередині бізнесу.

Другим напрямком вивчення особливостей розподілу влади і контролю всередині сімейного бізнесу є дослідження в рамках теорії стейкхолдерів. У компаніях сімейного бізнесу поряд з такими стейкхолдерами, як керівництво, співробітники, інвестори і партнери, може бути виділений ще один стейкхолдер - сім'я. Очевидно, що такий стейкхолдер має свої власні неекономічні цілі, наприклад сімейний контроль над бізнесом, гармонія в сім'ї, переважний найм членів сім'ї.

В рамках теорії стейкхолдерів передбачається, що сімейні агенти борються за владу і вплив в бізнесі, захищаючи власні інтереси. Чим більше диверсифіковані інтереси стейкхолдерів, тим менше у них шансів взяти контроль над прийняттям рішень. Індивід може представляти гомогенні інтереси групи стейкхолдерів, але практично неможливим є така ситуація, коли одиничний агент може представляти інтереси численних і розрізнених конфліктуючих стейкхолдерів. Таким чином, необхідні мульти агенти, які б представляли інтереси різних груп стейкхолдерів, наприклад сімейних. Після того як мульти агенти реалізують поставлену перед ними завдання, пов'язану з поданням інтересів різних груп стейкхолдерів в процесі прийняття рішень, повинні включатися механізми мажоритарного участі в голосуванні для забезпечення необхідного балансу ефективності прийняття рішень.

Деякі дослідники інтуїтивно припускають, що члени сім'ї часто вступають в управління і керівництво бізнесом під впливом чисто економічних причин, наприклад отримання економічної вигоди для конкретного індивіда. Дослідження, що базуються на антропологічних підходах, дотримуються ідеї, що участь сімейних індивідів в керівництві сімейною компанією продиктовано якимись іншими причинами і мотивами, а не стільки витяганням економічної вигоди для себе. R.K.Z. Heck і E.S. Trent припускають, що особливо в широких сімейних структурах з великою кількістю членів сім'ї часто працюють без оплати праці в надії отримати частку у спадщині або отримати дохід в майбутньому, що може бути викликано особливостями динаміки розподілу сімейної влади або іншими культурними особливостями сімейної структури, наприклад конкуренцією і боротьбою між членами сім'ї за владу.

Важливе значення в зарубіжних дослідженнях, присвячених специфіці управління в сімейному бізнесі, приділяється впливу культури і емоцій на результати діяльності сімейних компаній. Переважно дані дослідження базуються на методологічних принципах соціальної психології.

В рамках теоретичного огляду, присвяченого аналізу стратегій, структури власності, управління та соціально-психологічних перспектив сімейного бізнесу в світі, його автори (S.Goel, P. Mazzola, P.H. Phan, T.M. Pieper, R.K. Zachary) підкреслюють, що соціально-психологічні аспекти вивчення сімейного бізнесу дослідниками найчастіше ігноруються. На їхню думку, культура і емоції відіграють величезну роль і надають великий вплив на динаміку бізнесу і сім'ї. Роль емоцій на організаційному та індивідуальному рівнях, їх вплив на індивідуальну роботу і життя в цілому були предметом вивчення протягом більше двадцяти років в рамках теорії організаційної поведінки. Підкреслюється життєво важлива роль емоційної підтримки членів сім'ї в появі, розвитку, операційному управлінні фірмою заради процвітання прийдешніх поколінь родини. Виділені аспекти взаємозв'язку соціально-психологічної складової і динаміки фірми і сім'ї повинні стати предметом подальшого, більш глибокого, вивчення представниками наукових шкіл і емпіричних досліджень, в тому числі і в Україні. Таким чином, згідно з дослідженнями емоційна складова взаєминах членів сім'ї може робити істотний вплив на діяльність компаній.

Сімейне підприємництво як особлива інституційна форма малого бізнесу вимагає глибокого наукового осмислення.

Теоретичною основою виступають праці зарубіжних і вітчизняних вчених з проблем становлення і функціонування підприємництва та сімейного бізнесу, присвячені аналізу їх ролей в розвитку суспільства.

З моменту виникнення підприємництва вчені всього світу намагалися пояснити і адаптувати дане поняття під норми суспільства, в якому жили. М. Вебер розглядав капіталістичне підприємництво як втілення раціональної організації вільної праці і використання можливостей підприємницького духу [18]. Виділяючи типи підприємців (К. Маркс [32], В. Зомбарт [33]), вчені намагалися зрозуміти суть даного феномена для подальшого розвитку і осмислення останнього. Аналіз наукової літератури, як зарубіжної, так і вітчизняної, показує, що різноманіття думок і підходів до поняття

«підприємництво» дає можливість розглядати дане явище як соціальний інститут суспільства. Початок вивчення підприємництва як соціального інституту і його взаємодії з суспільством сходить до О. Конта [34] і Г. Спенсеру [35]. О. Конт проаналізував найважливіші соціальні інститути, їх функції, структури суспільства, що зумовило теоретико-методологічне обґрунтування концепції дослідження підприємництва як соціального інституту. Г. Спенсер вперше в соціологічній науці в явному вигляді вжив поняття соціального інституту і докладно описав виникнення і функціонування промислових інститутів, до яких відноситься сімейне підприємництво. Актуальним донині принципом Г. Спенсера є необхідність подвійного підходу до інституціональних утворень.

Цікавою і важливою в плані розуміння інституціональних концепцій Е. Дюркгейма є його ідея створення особливих інститутів підтримки органічної солідарності в умовах поділу праці - професійних корпорацій [36].

Аналіз передумов виникнення підприємництва присутній в роботах Т. Парсонса [37], Й. Шумпетера [38]. Т. Парсонс розглядав соціальні інститути як особливим чином організовані «вузли», «зв'язки» соціальних відносин. Сімейні підприємства зміцнюють стосунки індивідів не тільки в процесі виробництва, але і здатні гуртувати людей як членів сім'ї і навпаки. Й. Шумпетер аналізував проблеми підприємництва в контексті теорії економічного розвитку суспільства.

Вітчизняні соціологи почали проявляти активний інтерес до дослідження феномену підприємництва лише на початку 1990-х рр. У цей період підприємництво стає об'єктом численних досліджень вітчизняних учених. Сучасні теоретичні підходи відрізняються своїм різноманіттям і плюралізмом поглядів на поняття «підприємництво» та «бізнес».

Цікаві дослідження на теми вивчення соціально-демографічного портрета підприємців, їх ціннісних орієнтацій, управління трудовими відносинами та формування соціального капіталу були проведені наступними вченими: В.Х. Беленький [39], М.С. Васяніна [40], І.А. Юрасов [41].

Можна зазначити, що як соціально-інституціональна форма малого бізнесу, що виникає, функціонує і, при цьому, що виконує ту чи іншу соціальну потребу, сімейне підприємництво забезпечує членів свого підприємства місцем роботи, дозволяє отримувати дохід, задовольняє потреба кар'єрного росту, дає можливість продовжити розпочату справу послідовникам.

Інституційний розвиток сімейного підприємництва – це процес становлення та функціонування сімейних підприємств в рамках існуючої інституційної структури - соціального інституту малого бізнесу (підприємництва), а також адаптація (формування мотивації, установок) сімейних підприємців до її нормативним вимогам, що забезпечує стійкість і стабільність інституту. Сімейне підприємництво розвивається як соціально-інституційна форма малого бізнесу, будучи сукупністю взаємозв'язків та систем поведінки, визначається, в кінцевому рахунку, потребами людей – самих власників, працівників - членів сім'ї, найманих працівників. І хоча вона сама формує певні взаємозв'язку і норми, є люди, між якими ці взаємозв'язки здійснюються і які використовують дані норми в повсякденному житті.

Перш за все, це самі власники сімейного бізнесу, які за допомогою інституційних норм об'єднуються в різні групи і асоціації за інтересами, потребами, матеріальним становищем. Дана соціально-інституційна форма також реалізується через колективи працівників, зайнятих в сімейному підприємстві: частина з яких є родичами, а інша частина - найманими працівниками. Отже, в неї входить безліч груп, що визначають інституційну поведінку.

1.2. Дослідження сімейного підприємництва в Україні

Сімейний бізнес - особлива форма малого бізнесу, в рамках якої члени сім'ї та інші родичі є власниками і працівниками свого підприємства. Це одне з найстаріших явищ в економіці практично всіх держав світу. Організація справи, в якому будуть задіяні всі члени сім'ї, принаймні найближчі родичі, є ефективною формою зайнятості, а також рішення матеріальних проблем такого соціального інституту як родина.

У багатьох країнах сімейне підприємництво становить понад 70% всього бізнесу і відіграє ключову роль у зростанні економіки та зайнятості. В Іспанії, наприклад, 75% всіх підприємств є сімейними і приносять країні 65% ВВП. У Латинській Америці сімейні фірми становлять 60% ВВП [10].

І.Я. Кулиняк стверджує у своєму дослідженні «Сімейний бізнес: сутність поняття»[21], що в українському законодавстві немає чітких визначень поняттям сімейне підприємництво, сімейне підприємство, підприємство сімейного типу. Різниця між сімейним підприємством та підприємством сімейного типу у тому, що головною метою сімейного бізнесу І.Я. Кулиняк називає можливість працевлаштування та грошової свободи майбутніх поколінь, а під підприємством сімейного типу мають на увазі, підприємства, які створені або членами родини, або родичами. Дуже важливо не плутати ці поняття та розуміти їх відмінності, адже та чи інша форма власності має як позитивні, так і негативні сторони, що в майбутньому мають вплив на підприємство в цілому.

У сімейних фірмах сім'я має свій власний погляд на підприємництво, підкріплене підприємницьким мисленням, відносинами і цілями сім'ї [8].

З точки зору ресурсної теорії сімейний бізнес характеризується як унікальне поєднання ресурсів: існування династії, розвиток сімейної власності та професійного управління, де взаємодія і зв'язок ресурсів дозволяють забезпечити динаміку конкурентної переваги з одного боку, а з іншого-це «гавань» для потенційних ризиків. Ресурсна теорія передбачає, що

ресурси нерівномірно розподілені між фірмами. Це і є причиною або конкурентної переваги, або певної уразливості компанії.

В основі сімейного бізнесу лежать так звані фідучіарні, тобто особисто-довірчі відносини. З юридичної точки зору, фідучіарні операції є набагато більш надійними і прогресивними, ніж договірні зобов'язання. Підприємцю не потрібно підписувати, обіцяти і збирати інформацію про партнера. Взаємодія сторін будується на довірі, вона засноване не на ризику, як, наприклад, зобов'язання між засновником і партнером, а на кровних зв'язках. Родичі є найбільш вигідним варіантом отримання додаткового фінансування сімейного підприємства, оскільки це дозволяє уникнути формальностей, підприємці компанії вірять в їх абсолютну чесність, що дозволяє зберегти конфіденційність угод.

Неформальні комунікації в сімейному бізнесі являють собою як переваги, так і недоліки цього виду взаємодії. Наприклад, один з експертів розповів про випадок, коли один з власників використовував неофіційне спілкування з клієнтами, погоджуючись на ризиковані транзакції, засновані виключно на довірі, без оформлення будь-якої документації. Один з клієнтів був близьким другом підприємця, він отримав своє замовлення, проте не зробив ніяких платежів після завершення роботи. Таким чином, близькість відносин і неформальність спілкування призвели до великих втрат компанії на ранніх етапах життєвого циклу. Підприємець підкреслив, що тепер одним з правил компанії є не наймати родичів на різні посади і вакансії, оскільки вони не повністю справляються зі своїми обов'язками і якість їх роботи не перевищує середні показники [8].

Перетин сімейних і ділових ролей створює особливу атмосферу як в бізнесі, так і в сім'ї. Постійне поєднання раціонального (ділового) та емоційного (сімейного) підходу призводить до формування певної групової свідомості. Тут небезпека полягає в тому, що прийнятна на ранніх етапах життєвого циклу сімейна свідомість і постійне втручання членів сім'ї в ділові

операції на стадії зрілості може мати негативний вплив на розвиток бізнесу. На стадії зрілості необхідно використовувати управлінців, доводити до ладу бізнес-процеси і використовувати формалізовані комунікації всередині компанії [9].

Для ефективного функціонування і розвитку сімейної підприємницької діяльності в економіці вже існує ряд позитивних умов і передумов для потенційного зростання. Однак вжитих заходів, на жаль, недостатньо, оскільки рівень розвитку малого бізнесу (включаючи сімейний) в нашій країні є набагато нижчим, ніж у розвинених країнах. Крім того, велика частина вжитих заходів спрямована на підтримку малого бізнесу в цілому, без виділення сімейного бізнесу як особливого об'єкту підтримки.

Якщо власник бізнесу планує передати свою справу наступним поколінням сім'ї, необхідно якомога швидше готувати своїх наступників, залучати їх до обговорення проблем, пов'язаних з бізнесом. Необхідно створити такі умови, коли наступники вважають свою участь в сімейному бізнесі своїм особистим професійним вибором, а не моральним обов'язком.

Неформальні комунікації і взаємини всередині сімейного бізнесу, прийняття рішень виключно на основі довіри до членів сім'ї або близьких друзів, що допомагають на початкових етапах роботи сімейного підприємства, повинні замінюватися професійними відносинами і формальними бізнес-процесами на етапі зрілості. Державна підтримка малого бізнесу повинна включати особливі форми, спрямовані на сімейні підприємства, з урахуванням специфіки їх розвитку, особливостей формування і конкретних потреб [19].

Висновок до 1 розділу

В 1 розділі мого дослідження я визначив методологічні підходи, які застосовують для вивчення сімейного бізнесу. Також була розкрита категорія сімейного підприємництва, та дотичні до неї поняття.

Сімейне підприємництво - особлива форма малого бізнесу, в рамках якої члени сім'ї та інші родичі є власниками і працівниками свого підприємства.

Сімейне підприємництво як область наукового дослідження використовує інструментарій психології, соціології, антропології, теорії організації, стратегічного менеджменту, а також основні положення бихевиористського підходу, корпоративного управління і економічної теорії.

Теоретичними напрямками світових досліджень сімейного підприємництва є симбіоз чотирьох організаційно-управлінських аспектів підприємницької діяльності: стратегії, структури володіння, корпоративного управління та соціальної психології.

Також слід додати, що розвинений сімейне підприємництво не тільки розвиває економіку, а й сприяє поліпшенню демографічної ситуації в країні. Сім'ї є, до чого прагнути і заради чого вирощувати своїх дітей, є, що передати у спадок. Так поступово в країні сформується середній клас власників, які вміють працювати на себе і одночасно приносять вагомий дохід державі. А, як показує світовий досвід, саме розвинений середній клас, клас буржуа, здатний підтримати стабільність держави, для бізнесу не потрібні потрясіння, йому потрібен еволюційний поступальний розвиток.

Бізнес і сім'я взаємно впливають один на одного, спільна справа, мета, до якої потрібно прагнути часом не рік-два, а десятиліття, спільна робота згуртовують сімейні відносини. Саме довготривалим стратегічним плануванням відрізняється сімейна компанія від звичайного акціонерного товариства, орієнтованого на отримання швидкого прибутку.

У сімейному бізнесі практично не буває фірм-одноденок, а необхідний позитивний імідж, як невід'ємна частина будь-якої сімейної компанії, призводить до того, що, як правило, вони є одними з найбільш справних платників податків. Стабільно одержуваний дохід і прогнозована надійність майбутнього призводить до того, що діти-спадкоємці стають одним з вищих сенсів самої організації сімейного бізнесу, тому поява і розвиток саме

сімейних фірм може привести до істотної зміни демографічної ситуації в країні.

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ В XXI СТОЛІТТІ

2.1. Сутність та функціональне призначення сімейного підприємництва

У числі соціально-економічних факторів, які безпосередньо впливають на сімейний бізнес, перш за все слід назвати радикальне прискорення технічного прогресу, зниження ролі матеріального виробництва і зменшення його частки в сукупному суспільному продукті, розвиток сектора послуг та інформації, зміна мотивів і характеру людської діяльності, поява нового типу втягуються у виробництво ресурсів, істотна модифікація всієї соціальної структури [1].

В даний час сімейний бізнес стикається з такими тенденціями світової економіки, як технологічні інновації, глобалізація та інтернаціоналізація, що передбачають необхідність прямих зв'язків і інвестицій у закордонну економіку, зростання міжнародної конкуренції і т.д.

Під впливом зазначених факторів багато сімейних підприємств стають на шлях створення так званих «глобальних» компаній, що, в свою чергу, може розглядатися як одна з основних тенденцій розвитку сімейного бізнесу в умовах постіндустріального суспільства[12].

Глобалізація бізнесу передбачає насамперед розширення сфери його діяльності, яка здійснюється в різних географічних точках світу, в декількох часових поясах і на декількох мовах, завдяки чому в ряді випадків забезпечується цілодобове функціонування бізнесу; таким чином, глобальні

компанії виходять на принципово інший рівень конкуренції, що вимагає великих навичок і ресурсів [9].

Глобальні сімейні компанії повинні володіти такими можливостями, як глобальна логістика талантів і ресурсів, виробництво і продаж для різних культур, адміністративне управління на різних мовах і в різних часових поясах, знання різних нормативно-правових систем, а також регуляція впливу курсів валют на бізнес, - і це лише деякі із завдань.

Ці компанії зазвичай вимагають більш професійного управління (сімейного та несімейного), більш складних систем менеджменту (планування, бюджетній політики, інформаційних технологій, управління розвитком, логістики) і капітальної бази, яка у багато разів перевищує необхідну капітальну базу сімейного бізнесу до виходу на глобальний рівень. Ці вищі стандарти для сімейного бізнесу можуть, в свою чергу, привести до змін в сім'ї під впливом бізнесу [21].

Відразу слід обмовитися, що терміни «сімейна» і «глобальна», використовувані по відношенню до компанії, погано поєднуються один з одним в довгостроковій перспективі. Якщо традиційному сімейному підприємству важко довгий час залишатися таким при тому, що воно діє в національних кордонах, то залишатися сімейним і залучати до роботи за кордонних партнерів ще складніше. Партнер рано чи пізно зажадає свою частку, а тоді підприємство за визначенням перестане бути сімейним [23].

Іншим напрямком розвитку, а точніше, трансформація та переродження сімейного бізнесу, тісно пов'язаним з феноменом глобалізації і багато в чому обумовленим ним, є залучення державних коштів для фінансування діяльності сімейних компаній і входження держави до числа власників-акціонерів. Основна причина цього укладається перш за все в тому, що багато сімейних компаній не можуть адекватно фінансувати великі операції міжнародного масштабу без участі держави. У той же час входження держави в глобальний сімейний бізнес потенційно тягне за собою цілий ряд

як позитивних, так і негативних моментів, які безпосередньо впливають на бізнес, сім'ю і власність.

Бізнес отримує більше капіталу для зростання, і всі співробітники - члени і не члени сім'ї - можуть отримати вигоду з більш широких можливостей. Більш високий статус державних фірм може підвищити ступінь прозорості, поліпшити репутацію компанії і допомогти їй знайти кращих клієнтів, постачальників, банкірів і співробітників. Наявність державних власників (і їх представників в раді директорів) може допомогти створити компанії новий імідж, причому цей імідж в більшій мірі буде відповідати до імперативів соціальної відповідальності бізнесу [25].

Диверсифікація активів сім'ї (за рахунок продажу акцій державної сімейної компанії і інвестування в інші активи) дозволяє членам сім'ї знизити свої інвестиційні ризики, збільшити кількість варіантів успадкування в межах родини (не всі спадкоємці потребують отримання акцій сімейного бізнесу).

В результаті глобалізації бізнесу успішні сімейні компанії виходять на якісно інший рівень компетенції в наступних напрямках:

- використання нових технологій;
- створення нових видів продукції і послуг з більш високим рівнем доданої вартості;
- переклад трудомістких процесів на ринки Центральної та Східної Європи, Північної Африки та Азійсько-Тихоокеанського регіону з більш низьким рівнем заробітної плати;
- експансія на міжнародні ринки як спосіб досягнення більшої економії за рахунок зростання виробництва;
- розвиток внутрішньої організаційної культури компанії як спосіб піти від вузької орієнтації на продукт;
- введення інновацій не тільки стосовно до виробництва продукції, але також в області маркетингу та взаємодії з клієнтами [2].

Таким чином, глобальне ділове оточення, будучи в рівній мірі джерелом нових можливостей і нових загроз, змушує сімейні фірми до того,

щоб заново переглядати й удосконалювати свою структуру і стратегію, опанувати новими компетенціями і стверджувати свою індивідуальність на міжнародних ринках.

Крім зовнішніх чинників, що роблять істотний вплив на сімейний бізнес і напрямки його розвитку, існують також численні внутрішні чинники, зумовлені самою специфікою сімейного бізнесу і внутрішньою логікою його розвитку. В даний час в дослідженнях по сімейному бізнесу виділяють ряд тенденцій, які спостерігаються в розвитку інституту сім'ї, що розглядається в якості соціальної основи бізнесу.

По-перше, в більшості країн зростає тривалість життя людей. Цей фактор має великий вплив на сімейні фірми з точки зору планування наступності, оскільки майбутнє ускладнюється за рахунок більш пізньої відставки керівників і т.д. В результаті «накладення» різних поколінь в сім'ї та бізнесі створюється додаткова напруга через змішання позицій, очікувань і сприйняття, що діють на всіх рівнях культури в різних поколіннях. В умовах, коли кожен вважає себе правим з точки зору власного бачення перспектив, а колишні норми і правила вже не є ключовим орієнтиром при визначенні життєвої траєкторії і бізнес-стратегії, ускладнюється процес прийняття рішень в рамках сімейного бізнесу і формування логіки його розвитку [23].

По-друге, у XXI ст. змінюється модель сімейної поведінки. Як відомо, одним з найбільш спірних питань, обговорюваних соціологами, антропологами, психологами, економістами тощо, є питання про те, як визначити сучасну сім'ю. Демографічні реалії свідчать про те, що в суспільстві знижується кількість шлюбів, збільшується частка цивільних союзів, підвищується чисельність неповних сімей і бездітних пар, зростає відсоток розлучень, багаторазових повторних шлюбів і т.д. [25].

Таким чином, аналіз основних тенденцій в розвитку сімейної складової сімейного бізнесу свідчить про те, що в даний час спостерігається істотне ускладнення внутрісімейного контексту за рахунок нової демографічної ситуації, накладення різних поколінь в сім'ї та бізнесі, змішання культурних і

соціальних норм. У цих умовах успіх сімейного бізнесу багато в чому залежить від орієнтації його лідерів на зміцнення сімейних родинних і ділових зв'язків, а також на зростання ролі подружжя і їх родичів в сімейному бізнесі.

2.2. Види і форми сімейного підприємництва

В українській правовій моделі підприємництва відсутня категорія «Сімейний бізнес», а на законодавчому рівні не закріплюється така організаційно-правова форма ведення підприємницької діяльності, як сімейне підприємство.

Основний суб'єкт підприємницького права - особа, яка здійснює підприємницьку діяльність.

У нашій країні сімейне підприємництво регулюється Законом України «Про сімейне підприємство». Даний закон спрямований на врегулювання відносин, пов'язаних з веденням спільного бізнесу членами однієї сім'ї.

Л. А. Баркова обгрунтовано наголошує на доцільності розмежування в сімейне підприємництво великих сімейних корпорацій і підприємств малого бізнесу, мікропідприємств, які, на відміну від перших, потребують в державній підтримці. На це ж прямо вказують і законодавці деяких країн [1].

Аналіз законодавства України дозволяє виділити три форми сімейних об'єднань, організаційно-правових форм комерційних і некомерційних організацій, заснованих на сімейно-родинних зв'язках:

- 1) громади корінних нечисленних народів;
- 2) козацькі товариства;
- 3) селянсько-фермерські господарства.

Також, можна умовно розділити сімейне підприємництво на 3 види:

Спадковий бізнес. Цей вид бізнесу переходить від батька до сина у спадок. Дана категорія дуже рідко відноситься до малого бізнесу. Протягом

поколінь розвиток такого сімейного бізнесу зазвичай доходить до великого дуже рідко до середнього бізнесу, сімейний - спадковий малий бізнес зазвичай не передається від покоління до покоління.

Спільний сімейний бізнес. Цей вид бізнесу включає в процес ведення власної справи всіма членами сім'ї з розмежуванням обов'язків для кожного члена сім'ї. Наприклад: піцерія, один робить заготовку піци, другий її пече, третій розвозить піцу за заявками, четвертий як диспетчер приймає заявки, п'ятий займається просуванням і розкручуванням цього бізнесу, шостий веде бухгалтерію і здає всю звітність та документацію;

Бізнес для всієї родини. Такий вид бізнесу не включає ніяких розмежувань, всі члени сім'ї роблять однакову роботу, наприклад, ліплять домашні пельмені.

Висновок до 2 розділу

Було визначено, що в даний час спостерігається істотне ускладнення внутрісімейного контексту за рахунок нової демографічної ситуації, накладення різних поколінь в сім'ї та бізнесі, змішання культурних і соціальних норм. У цих умовах успіх сімейного бізнесу багато в чому залежить від орієнтації його лідерів на зміцнення сімейних родинних і ділових зв'язків, а також на зростання ролі подружжя і їх родичів в сімейному бізнесі.

В більшості країн зростає тривалість життя людей. Цей фактор має великий вплив на сімейні фірми з точки зору планування наступності, оскільки майбутнє ускладнюється за рахунок більш пізньої відставки керівників.

Сама суть сімейного підприємництва полягає в тому, що він передається від одного покоління до іншого, однак період передачі бізнесу може або забезпечити, або підірвати можливість майбутнього успіху компанії. Незалежно від того, в якій формі проходить процес передачі

бізнесу, він майже ніколи не буває простим і є одним з найбільш поширених джерел конфліктів, як в родині, так і в бізнесі.

Глобальне ділове оточення, будучи в рівній мірі джерелом нових можливостей і нових загроз, змушує сімейні фірми до того, щоб заново переглядати й удосконалювати свою структуру і стратегію, опанувати новими компетенціями і стверджувати свою індивідуальність на міжнародних ринках.

Аналіз основних тенденцій в розвитку сімейної складової сімейного бізнесу свідчить про те, що в даний час спостерігається істотне ускладнення контексту всередині сім'ї за рахунок нової демографічної ситуації, накладення різних поколінь в сім'ї та бізнесі, змішання культурних і соціальних норм. У цих умовах успіх сімейного бізнесу багато в чому залежить від орієнтації його лідерів на зміцнення сімейних родинних і ділових зв'язків, а також на зростання ролі подружжя і їх родичів в сімейному бізнесі.

До факторів, які сприяють розвитку сімейного бізнесу відносяться радикальне прискорення технічного прогресу, зниження ролі матеріального виробництва і зменшення його частки в сукупному суспільному продукті, розвиток сектора послуг та інформації, зміна мотивів і характеру людської діяльності, поява нового типу втягуються у виробництво ресурсів, істотна модифікація всієї соціальної структури. Трансформація та переродження сімейного бізнесу, тісно пов'язана з феноменом глобалізації і багато в чому обумовленим ним, є залучення державних коштів для фінансування діяльності сімейних компаній і входження держави до числа власників-акціонерів. Бізнес отримує більше капіталу для зростання, і всі співробітники - члени і не члени сім'ї - можуть отримати вигоду з більш широких можливостей.

Сімейне підприємництво умовно, можна розділити на 3 види:

Спадкове сімейне підприємництво - вид бізнесу, який переходить у спадок від родича до родича, такий вид сімейного бізнесу дуже рідко відноситься до

малого бізнесу. Спільне сімейне підприємництво - це вид бізнесу включає в процес ведення спільної справи всіма членами родини з чітким розмежуванням обов'язків для кожного. Бізнес для всієї родини – бізнес в якому немає ієрархії, кожен член родини виконує однакову роботу.

У сімейному бізнесі реалізуються функції не тільки виробника товарів або послуг і роботодавця, організатора робочих місць, причому не тільки за рахунок власних ресурсів сімейних колективів і найманих працівників, а й набагато складніших функцій: організатора процесу праці; платника податків; контрагента, партнера або конкурента; учасника фінансового потоку, позичальника капіталу; представника бізнес-спільноти, PR-агента, члена громадських організацій; активного суб'єкта взаємин з владою, суспільством, навколишнім середовищем і світовим співтовариством і т.п.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІМЕЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Взаємодія сімейного підприємництва та влади

Було проведене експертне опитування керівників сімейних підприємств - людей, які присвятили себе створенню і розвитку власної справи. Основна мета даного дослідження полягає у вивченні діяльності сімейних підприємств як соціально-інституціональної форми малого бізнесу в Україні.

Завдання:

1. виявити передумови відкриття сімейного підприємства;
2. оцінити відповідність отриманої освіти профілем сімейного підприємництва;
3. виявити вплив сімейного підприємництва як соціально інституціональної форми малого бізнесу на взаємини в родині;

4. визначити ставлення родичів до сімейного підприємництва;
5. вивчити питання наступності в рамках діяльності сімейних підприємств;
6. виявити думку експертів щодо ефективності заходів державної підтримки сімейного підприємництва;
7. оцінити ступінь доступності інформації про сімейне підприємництво;
8. виявити основні проблеми розвитку сімейного підприємництва як соціально-інституціональної форми малого бізнесу;
9. оцінити перспективи розвитку сімейного підприємництва в Україні як соціально-інституціональної форми малого бізнесу.

В якості робочої гіпотези були висунуті наступні положення: суб'єкти сімейного підприємництва не відчують в належному обсязі підтримки з боку держави, тим не менш, в найближчі кілька років вони планують продовжити роботу на сімейних підприємствах; більшість сімейних підприємств знаходиться в руках власника першого покоління, проте в даній сфері діяльності розвивається спадкоємність поколінь; профіль більшості сімейних підприємств не відповідає отриманій освіті власника, існує потреба в отриманні профільного професійної освіти і консультаційної допомоги з різних аспектів сімейного підприємництва.

Обсяг вибірки нашого дослідження склав 12 експертів. При формуванні вибірки в формалізованому опитуванні експертів особливу увагу було приділено їх професіоналізму, компетентності та досвіду роботи в тій сфері діяльності, до вивчення проблем якої вони залучаються. Для вивчення діяльності сімейних підприємств в Україні як соціально-інституціональної форми малого бізнесу були розроблені такі критерії відбору експертів:

- рід занять / соціальний статус - підприємець;
- сфера діяльності - сімейний бізнес;
- стаж роботи (в якості глави сімейного бізнесу) ;

Опитування проводилося за допомогою платформи Google forms та телефонних інтерв'ю .

Задля того щоб дізнатися ситуацію, яка складається між малими сімейними підприємствами та владою було проведене анкетування серед власників малих сімейних підприємств – 91,7%, та 8,3% середніх(див.дод.рис.3.1)

Загалом анкетування пройшли 12 власників сімейних підприємств. Переважно респонденти були такого віку і статті(див.дод.рис.3.2 3.14). Можна побачити, що більшість власників сімейного підприємства чоловіки, а саме 66,7%. Сімейним підприємством займаються люди 20-30 років 58,3%,

30-50 років 41,7%. Можна зробити висновок, що молоді люди досить зацікавлені в розвитку сімейних підприємств.

Тут можна побачити в яких сферах респонденти ведуть свої підприємства(див.дод.рис.3.3)

В економічних умовах і регіональної диференціації у відносинах держави і бізнесу зростає значимість сімейної політики. Сучасні тенденції в справі підтримки сімейної економіки пов'язані не тільки з соціальною політикою, але і з питаннями формування стабільності економіки та умов її розвитку в регіонах. Це стосується як місцевої, так і сільської місцевості, де економічна політика розвитку агропромислового комплексу і фермерства та їх результативність (наслідки) тісно пов'язані з відзначеною державою соціальною політикою [2].

Проведене дослідження свідчить, що якісний розвиток території багато в чому залежить від рівня розвитку бізнесу, в тому числі і малого, а також рівня життя населення. Сімейна економіка часто формується завдяки державній підтримці, наданню малому бізнесу соціальних гарантій і послуг, створенню можливості для самозайнятості.

Державні соціальні гарантії вирішують нагальні проблеми бізнесу, регулюючи відносини традиційного працевлаштування, наприклад, матерів з двома і більше дітьми, яке утруднено в силу багатьох обставин [26].

У зв'язку з цим виявляється перспективним джерело доходів на основі власної праці, створення гарантій економічного і соціального зростання сімейної економіки, трудового виховання дітей і забезпечення можливості їх майбутніх трудових навичок. Сімейне підприємництво може стати гарною платформою для організації сімейного бізнесу.

В Україні історично бізнес зароджувався в формі сімейного підприємництва. Багатовікові традиції сімейності в країні почали відроджуватися в сучасний період. Адже розвиток підприємництва в цілому за сприятливих умов існування і відродження сімейного бізнесу можуть стати гарантією стабільності економіки та її прибутковості. При реалізації ефективної державної політики в галузі розвитку малого та середнього підприємництва саме сімейний бізнес, як форма спочатку малого підприємства, а потім середнього і великого, можуть забезпечити перетік інвестицій в найбільш важливі сфери, гарантують спадкоємність поколінь і ефективне застосування власних ресурсів [6].

Сім'я є однією з найдавніших форм господарської організації, унікальною в своєму роді зі своїм соціально-правовим статусом. Саме в родині як інституті соціалізації закладаються основи особистості і формуються сімейно-правові цінності. Індивіду і його сім'ї надається допомога і соціальна підтримка з боку держави. Сімейні стосунки припускають солідарність і взаємодопомога, як матеріальну, так і моральну, на різних етапах життєвого циклу. Цими ж відмінними аспектами можна охарактеризувати і сімейну економіку, пов'язану з етапами становлення та функціонування сімейного бізнесу при його наявності [8].

3.2. Кадрова політика та стратегія розвитку сімейного підприємництва.

Керуючись чіткими правилами і владнавши сімейні конфлікти, підприємства можуть зосередитися на виробленні стратегії довгострокового успіху. Її ключові фактори вже відомі: це поради директорів, безкомпромісні стандарти меритократії, при якій, незважаючи на родинні зв'язки, ніхто не може отримати посаду без необхідної кваліфікації, диверсифікація ризику і оновлення бізнесу через інтенсивне управління портфелем активів, довгострокова фінансова політика [5].

Потрібно зазначити, що 50% респондентів закінчили бакалаврат чи його еквівалент, 25% мають повну середню освіту, 16,7% закінчили магістратуру і 8,3% мають базову середню освіту(див.дод.рис.3.6).

Сильна рада директорів.

Сильний рада директорів - одна з найважливіших опор сімейного бізнесу: кваліфікований «чужак» з неупередженим стратегічним баченням ситуації може вдало оновити усталену модель управління. Ось що сказав глава сім'ї, чий бізнес перейшов уже до четвертого покоління: «Ми повинні бути не менеджерами, а експертами в корпоративному управлінні». І дійсно, корпоративне управління в більшості сімейних компаній було набагато досконаліше, ніж у середньої публічної компанії [11].

Навіть якщо сім'я володіє всіма активами компанії, до її ради швидше за все буде входити кілька незалежних директорів. За правилами однієї сімейної компанії половину місць в раді директорів повинні займати генеральні директори інших, більших як мінімум в три рази, компаній. Інша приватна сімейна компанія навіть створила незалежну групу, єдина функція якої полягає у відборі і обрання третини членів ради директорів. Однак в більшості компаній всі ці призначення - прерогатива членів сім'ї.

У всіх компаній свої процедури призначення в раду директорів - і членів сім'ї, і зовнішніх директорів. Усі поради директорів беруть активну участь у вирішенні найважливіших оперативних питань і управлінні

портфелем бізнесів. Багато рад засідають по кілька днів і детально обговорюють питання стратегії. У більшості компаній у голови ради і його заступника принаймні половина робочого часу йде на спілкування з іншими членами ради, топ-менеджерами і членами сім'ї, яких і без того постійно інформують про справи компанії на неофіційних зустрічах і регулярно розсилаючи їм звіти [18].

Головне – професіоналізм.

Кращий спосіб розвалити сімейний бізнес при першому ж поколінні - кумівство. Щоб тримати в узді природне людське бажання - надати протекцію найближчим родичам, - сімейним компаніям, які хочуть існувати не одне покоління, необхідно встановити справжню меритократію, або торжество професіоналізму.

Половина сімей прийняла рішення не допускати нікого зі своїх членів до управління бізнесом. «Наївно розраховувати, що сім'я буде справно поставляти компетентних топ-менеджерів», - сказав голова одного сімейства. Інший зазначив: «Мій дядько, якого призначили генеральним директором, рано помер, інакше він напевно розвалив би наш бізнес». А третій впевнений: «Головна причина наших успіхів в тому, що ми наймаємо кращих фахівців, а якщо раптом виявляється, що вони не кращі, - ми звільняємо їх. Ми не змогли б діяти таким чином, якби в управлінському апараті компанії були члени нашої родини» [19].

В деяких компаніях до керівних посад допускаються члени сім'ї, які довели свою компетентність. Наприклад, вони повинні спочатку років 10-15 успішно попрацювати в інших фірмах, і тільки після цього рада директорів може запропонувати їм посади топ-менеджерів. «Я дуже здивувався, коли мені запропонували очолити компанію, - значить, сім'я оцінила мій професіоналізм», - згадував один «сімейний» генеральний директор. В інших компаніях члени сім'ї можуть прийти в свою компанію після закінчення навчання і далі пробиватися наверх самотійно [22].

Їх робота і шанси на просування, як правило, оцінюються раз на рік - іноді незалежними сторонніми експертами, які доповідають про результати перевірки безпосередньо раді директорів. Якщо член сім'ї не подає надій дорости згодом до посади топ-менеджера, йому доводиться покинути компанію. «Наша політика така: ти або йдеш вгору, або йдеш, - говорить один з сімейних лідерів. - У нас приналежність до сім'ї - скоріше перешкода в кар'єрі, ніж перевага» [25].

Стратегія диверсифікації

Більшість існуючих сімейних бізнесів - приватні холдинги. Вхідні в них компанії мають високий ступінь незалежності і можуть бути відкритими акціонерними товариствами, хоча найбільш важливі з них, як правило, повністю контролюються холдингом. Залишаючи холдинг в приватному володінні, сім'я захищає бізнес від тиску зовнішніх акціонерів, які вимагають швидких і високих доходів, і, слідуючи стратегії диверсифікації, може домагатися стійкої прибутковості і виживати в умовах зміни циклів ділової активності [1].

Такий підхід може здатися непереконливим для інвестора-фінансиста, але у сімей, які хочуть передати контроль над своїм бізнесом наступним поколінням, особлива точка зору: «Ми вважаємо за краще диверсифікувати свій бізнес самім, щоб у наших акціонерів не з'явилося бажання забрати кошти з компанії і вести диверсифікацію самостійно», - говорить глава однієї сім'ї.

Багато сімейних компаній вважають себе конгломератами, а не монопрофільними підприємствами. Деякі з них дійсно об'єднують різні не зв'язані між собою бізнеси, але більшість зосереджуються на двох-чотирьох напрямках. Всі вони прагнуть комбінувати високоприбуткові ризиковані бізнеси з менш прибутковими, але більш стабільними. Багато доповнюють основний бізнес венчурними проектами, вкладаючи в них 10-20% своїх капіталів. Дуже важлива здатність цих широких сімейних систем швидко реагувати на що з'являються можливості: так, своєчасна інвестиція в 5 млн

дол. через кілька десятків років може принести велику частку в компанію вартістю 50 млрд дол. Тобто найголовніше - постійно оновлювати інвестиційний портфель, переходити від зрілого ринку на зростаючий і назад і таким чином постійно оптимізувати структуру активів холдингу [10].

Щоб компанія вижила, її господарі повинні думати про неї як про єдине ціле і не піддаватися сентиментальним спогадам про той чи інший окремий вид бізнесу. Багатьом сімейним компаніям довелося піти на хворобливий крок - відмовитися від початкового бізнесу.

У більшості компаній діють чіткі критерії вибору нових можливостей: перевага віддається некапіталомістким бізнесам, наприклад, роздрібною торгівлі, виробництва споживчих товарів, трейдингу. Це дозволяло уникати конкуренції з відкритими акціонерними компаніями, які мали кращий доступ до капіталів і були зацікавлені, зокрема у 1990-х роках, перш за все в зростанні, а не в прибутках. Кілька компаній в нашій вибірці, незважаючи на непогані результати, пішли з підприємств капіталомістких галузей, побоюючись, що в довгостроковому періоді вони «висмокчуть» всі фінансові ресурси. Популярні у сімейних інвесторів і вузькоспеціалізовані «нішеві» бізнеси: сім'я може легко контролювати їх і навіть працювати на глобальний ринок, не роздуваючи штати і фінанси до розмірів гігантських корпорацій [8].

Фінансова політика компаній цілком відповідає їх портфельної стратегії низького ризику. Так, досліджені нами сімейні компанії виплачують менші дивіденди, ніж більшість відкритих компаній з аналогічним рівнем виробництва, оскільки реінвестування прибутку - єдиний спосіб розширення для підприємства, який не бажає «розбавляти» свою власність за рахунок емісії акцій або збільшення обсягу прийнятих на себе боргів. Додатковий плюс такої політики для багатьох сімей полягає в тому, що їхні члени не зможуть зібрати (і згодом, можливо, витратити) значні особисті статки і будуть як і раніше старанно виконувати свою роль власників [11].

Не менш консервативна політика цих компаній щодо обсягу заборгованості, особливо з огляду на те, що вони є холдингами: як правило, вони прагнуть, щоб співвідношення заборгованості до власного капіталу становило від 0 до 20%. Багато компаній відмовляються виступати гарантами по боргах дочірніх підприємств. «Ми недвозначно заявляємо всім фінансовим інститутам, що не будемо визволяти з боргової ями наших синів. Це збільшує вартість залучення позикових коштів на рівні підконтрольних підприємств, але заради захисту сімейного стану ми йдемо на подібні жертви», - говорить один з лідерів сімейного бізнесу [2].

3.3. Сімейна культура та розвиток сімейного підприємництва

В результатах онлайн опитування респондентів 66,7% респондентів бажають передати сімейне підприємництво наступному поколінню, інші 33,3% ще не визначились, потрібно підкреслити, що ніхто з респондентів не відповів, що не хоче передати своє підприємство наступному поколінню(див.дод.рис3.7).

Дослідження ціннісних орієнтацій сфери сім'ї та бізнесу представлені в невеликій кількості. Проте, Австрійський інститут досліджень малого бізнесу в «Огляді актуальних питань сімейного бізнесу»[27] зазначає, що при передачі фірми наступному поколінню передаються не тільки фінансові активи, але культурний капітал, який базується на таких цінностях, як чесність, довіра, скромність і повагу. Ці цінності підтримують довгострокове бачення і сприяють виживанню фірми, так як відкрито або побічно повідомляються співробітникам, клієнтам, місцевій громаді, діловим партнерам. Ці ціннісні орієнтації тісно пов'язані з рисами характеру самого підприємця (власника бізнесу) і передаються наступним поколінням через соціалізацію та механізм наслідування. Найчастіше мати перевизначає шлях розвитку дитини. Однак прагнення передати традиційні цінності може

привести до конфліктів між поколіннями, якщо старші члени родини будуть дотримуватися традицій і процедур, а молодші будуть виступати за інновації і зміни [27].

V. Ramadani, F. Ноу розглядають питання цінностей сімейного бізнесу в контексті організаційної культури, яка представляє собою спосіб мислення і розуміння. Культура включає в себе набір цінностей, які поділяються людьми в групі і мають тенденцію тривати з плином часу, навіть коли членство в групі змінюється [28]. сімейна культура може бути описана як типовий спосіб поведінки, в рамках якого члени сім'ї дозволяють конфлікти, висловлюють емоції, поділяють радість і горе [29].

Сімейна ділова культура складається з чотирьох шарів:

- Артефакти - це поверхневі аспекти культури, які можна класифікувати як фізичні (одяг, автомобілі, логотип компанії, емблеми), вербальні (мова, жаргон, історії і т. д.) і поведінкові (церемонії, ритуали та інші поведінкові патерни).
- Цінності - це принципи, стандарти і норми, які визначають, що людина вважає хорошим або поганим; керують поведінкою і призводять до вибору конкретних артефактів всередині сім'ї [30].
- Перспектива може бути визначена як синхронізований набір ідей і дій, використовуваних сім'єю в рішеннях різних проблемних ситуацій [30].
- Припущення - це переконання, на яких сім'я засновує свої глобальні погляди і на яких базуються артефакти, цінності та перспективи.

Dumas і Blodgett (1999) проаналізували 50 заяв про місію сімейного бізнесу і визначили наступні транслюються цінності: якість, прихильність, довіру, соціальна відповідальність, чесність, справедливість, повагу і цілісність [30]. Порівнюючи різні культури сімейного бізнесу, дослідники прийшли до висновку, що їх можна класифікувати за ціннісними підставами.

Глобальний Центр передового досвіду для сімейного бізнесу (KPMG Enterprise) і його голова О. Leurs вважає, що сімейні підприємства - це експерти в довгостроковій перспективі: вони знають, що виживання на ринку залежить від їх здатності до інновацій та адаптації в швидко мінливого бізнес-середовищі. Тому в рамках опитування 2018 р ділові сім'ї висловлюють впевненість в економічних перспективах на найближче майбутнє (67%). Це дослідження показало [31], що високий статус сімейного бізнесу в громадській думці базується на наступних ключових перевагах, в основі яких лежать такі сімейні цінності: стабільність (збереження персоналу навіть у важкі часи); справедливість (визнання співробітників і винагорода); розвиток (вкладення в навчання співробітників); благодійність (регулярні соціальні та благодійні внески). Таким чином, основні цінності, що відрізняють сімейний бізнес від інших форм, - це висока адаптивність, стабільність, орієнтація на розвиток, сприятливий психологічний клімат і висока соціальна відповідальність.

В цьому немає нічого дивного, якщо враховувати, як важко при нинішньому рівні конкуренції вести бізнес і переконувати акціонерів (а їх стає все більше) залишатися відданими «своєї» справі. Найбільша небезпека, що загрожує таким компаніям, виходить від другого покоління власників: часто спадкоємці поступаються засновнику в діловій кмітливості і напористості, але переконані, що можуть керувати підприємством. А до моменту виходу на сцену представників третього покоління вже вирують конфлікти між окремими членами сім'ї і цілими гілками розрослося клану. Замість того щоб дбати про інтереси бізнесу, родичі часто не можуть домовитися між собою і сваряться з різних приводів: хто стане наступним керівником компанії, якими мають бути виплати по акціях, хто увійде до складу ради директорів і т.д.

Проте окремі компанії благоденствують з покоління в покоління. Щоб зрозуміти, як вони будують стійкий сімейний бізнес і керують їм, співробітники «McKinsey» опитали глав 11 сімейних процвітаючих компаній

з хорошим співвідношенням заборгованості до власного капіталу: дев'ять компаній - з США і Європи, і дві - з країн, що розвиваються, де найбільше саме таких підприємств . Усім компаніям було понад 100 років, наймолодшій управляли представники четвертого покоління власників, а найстаршій, заснованої приблизно 250 років тому, - одинадцять. Компанії могли похвалитися не тільки поважним віком, але й значними фінансовими показниками: у 7 з 11 виручка перевищувала 10 млрд дол. США на рік, а власний капітал шести сімей досягав 5 млрд дол. США окремо [23].

Серед сімейних компаній є і відкриті акціонерні товариства, які пережили економічні депресії, війни та інші катаклізми, але як і раніше контролюються спадкоємцями засновників. Їх досвід дуже важливий для молодих сімейних бізнесів, чиї власники щойно зіткнулися з проблемою зміни поколінь.

Секрет їхнього успіху і довголіття - в міцному керівництві, причому в найширшому сенсі слова, що має на увазі незмінну вірність сімейним цінностям і ясне розуміння своєї ролі власника. Власність - це одночасно і благословення, і прокляття, і майбутнє сімейного бізнесу - чи буде він зруйнований або зміцнений - повністю залежить від її власників. Усвідомлюючи цю небезпеку, сім'ї створили системи стримувань і противаг, завдяки яким можуть по-різному здійснювати свою роль: володіючи компаніями, контролюючи їх діяльність через участь в раді директорів і керуючи ними.

Маючи, як правило, справу з безліччю усних і письмових домовленостей, які наділені законною силою чи ні, члени сімей вирішують різні питання:

- яким повинен бути склад ради директорів і як вибрати його членів;
- за якими ключовими рішеннями необхідна згода всіх або кваліфікованої більшості;

- в яких випадках потрібно скликати збори акціонерів; як призначати генерального директора; на яких умовах члени сім'ї можуть отримати роботу в компанії;

- як акції повинні звертатися всередині сім'ї і за її межами;

- як визначати напрямки корпоративної і фінансової стратегій [11].

Налагоджені за десятиліття правила, що регламентують всі ці ситуації, часто допомагають розрядити напружену обстановку, яка складається при переході владних повноважень від одного покоління до іншого, і гарантують, що будуть дотримані дві головні заповіді довготривалого успіху будь-якого сімейного бізнесу: в компанії буде професійний менеджмент, і сім'я як і раніше буде відповідати за свою власність.

Загальна властивість ветеранів сімейного бізнесу - їх прихильність культурі високої продуктивності, заснованої на чітких цільових показниках зростання і прибутковості. Так, одна з компаній встановила планову прибутковість на 25% вище відповідного біржового індексу. «А навіщо тоді тримати сімейний бізнес, якщо він не приносить доходу більше, ніж гра на біржі?» - сказав її керівник [10].

Характерна деталь: ніхто представників сімей не говорить про продуктивність своєї компанії за останній квартал або навіть за останні рік-два. Мінімальний період, яким оперують ці люди, - п'ять років, але частіше за все вони говорять про 10-20 роках. Так ось за останні 10-20 років дохід акціонерів був не нижче середньоринкового по їх галузям.

Уміння гідно долати економічні цикли - одна з основних навичок сімейних компаній зі значним минулим, які розраховують на ще більш довге майбутнє. «Ми пережили не одну світову війну і періоди гіперінфляції. Ми ніколи не сподіваємося, що хороший час буде тривати вічно, як, втім, і поганий», - зауважив глава однієї сім'ї. Підводячи підсумок, можна сказати, що сімейні компанії орієнтовані на високу продуктивність і мінімальний ризик. Це не дозволяє їм пожинати надто багатий урожай навіть в самі

врожайні роки, зате дає можливість вижити в довгостроковому періоді і отримувати стійкий прибуток [9].

Жодне сімейне підприємство не виживе без професійного управління, але не менш важлива для його процвітання готовність членів сім'ї з покоління в покоління «працювати» його господарями.

Люди з боку нерідко задаються питанням: заради чого звалювати на себе цю ношу? Чому б не продати компанію і не дати можливість кожному члену сім'ї інвестувати свою частку за власним бажанням? У відповідь на такі питання глави сімейних компаній-довгожителів помічають, що у консолідованих станів, якими керують професійні менеджери, набагато більше шансів вижити і збільшитися, ніж у розбитих на десятки, а то і сотні дрібних частин і інвестованих окремо.

Правова цього твердження остаточно не доведена, і не всі члени родин згодні з ним. Однак незаперечним залишається той факт, що сімейні підприємства пропонують своїм учасникам наступні переваги: шана і повага в суспільстві, гордість і почуття причетності до багаторічної родинної традиції, можливість працювати в сімейному бізнесі або в суміжних областях.

Успішні сімейні компанії згуртовують родини, не даючи власності розпоршитися, безліччю способів. Володіння часткою компанії - той самий стимул, через якої члени сімей залишаються в бізнесі. При цьому вони можуть реалізовувати стратегію диверсифікації, що гарантує збереження основних багатств сім'ї. Крім того, членам сімей не вигідно продавати свою частку: знижка на акції приватних компаній, обумовлена їх низькою ліквідністю і частою відсутністю права голосу, коливається навколо 20-50% їх вартості [9].

Щоб протидіяти спробам сторонніх придбати акції сімейних підприємств, багато з них вводять обмеження на оборот акцій компанії. Члени сім'ї, які бажають продати свої акції, повинні перш за все запропонувати їх рідним братам і сестрам, а потім двоюрідним - це так зване

право першої відмови. Крім того, холдинг зазвичай сам викупує акції у членів сім'ї через спеціальний викупний фонд.

Як правило, представники підприємств малого бізнесу вважають, що продавати акції можна тільки за істотно заниженими цінами - в два-три рази нижче ринкових - і тільки членам сім'ї. Тобто для успішно діючого сімейного підприємства поняття власності означає не стільки право продажу, скільки відповідальність за те, щоб в наступному поколінні перейшла ще сильніша компанія.

Існують сімейні підприємства, які пережили за останні кілька років дві серйозні кризи: одна була викликана проблемами бізнесу, інша - взаємодією між членами сім'ї і топ-менеджерами. В обох випадках через специфіку базової структури власності варіант продажу компанії був не вигідним. Це і змусило сім'ю подолати труднощі і не піти на поводу у обставин. Якби мова йшла про відкриті акціонерні товариства, їх показники погіршилися б набагато сильніше і швидше за все змінилися б власники [8].

Через порівняно невисокі дивіденди і обмежені можливості виходу зі справи деякі сімейні підприємства, щоб задовольнити потреби членів сім'ї в грошах, передбачають спеціальні заходи. Це може бути продаж частки холдингу в публічному бізнесі або акцій сім'ї працівників підприємства або самої компанії, але всі доходи надходять на користь сім'ї. Як сказав один голова ради сімейної компанії, «для кожного нового покоління ми в якийсь момент видобуваємо гроші, а потім, поки не підросте нове, ведемо справи як зазвичай».

Право членів сім'ї перетворити свою власність в готівку іноді регламентується правилами і статутом. Наприклад, в одній компанії члени сім'ї мають право раз на п'ять років продати свої акції за ціною, розрахованою відповідно до правил; обсяг продажу заздалегідь обмежений, а виплати розподілені на два роки, щоб не виснажити фінанси компанії.

У міру того як одне покоління змінюється іншим, перед кожною поважною сімейною компанією постає головна проблема: як зробити участь у

власності привабливою для представників сім'ї, яка постійно розростається та лише деякі члени якої грають важливу роль в її управлінні. Багато глав сімейних підприємств говорили нам, що сімейний бізнес надає сенс їх життя - це і є найголовніший стимул. Життя сім'ї тісно пов'язано з такими інститутами, як сімейна рада або більш широке – сімейні збори, за участю в котрих владжуються конфлікти або досягається згода з найважливіших питань [1].

Благодійність - один із способів заохочення і підтримки сімейних цінностей і можливість осмисленої діяльності для членів сім'ї, які активно беруть участі в бізнесі. Благодійна діяльність також включає підростаюче покоління в процес прийняття рішень. Так, в одній компанії групі родичів у віці від 14 до 18 років було доручено розподілити на благодійні цілі річний бюджет в розмірі 100 тис. дол. США. На думку одного з керівників сімейного холдингу, така діяльність згуртовує юних членів сім'ї, дає їм можливість аналізувати різні ситуації і разом розробляти стратегію поведінки. Вони набувають цінний досвід прийняття важливих рішень і несуть відповідальність за ці рішення.

3.4. Вплив карантинних обмежень на розвиток сімейного підприємництва

Для початку я запитав у респондентів, чи задоволені вони взагалі прибутком від своєї справи (рис.3.10).

Оцініть прибуток свого бізнесу від 1-5
12 ответов

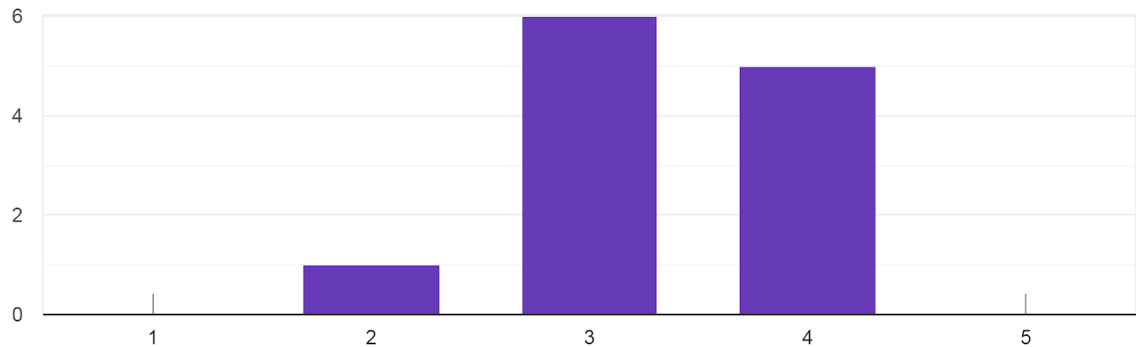


Рисунок 3.10 Оцінка респондентів задоволеністю прибутком від свого бізнесу до карантину .

Ні для кого не секрет, що під час карантинних обмежень малий бізнес постраждав найбільше (рис.3.11).

Чи задовольняє Вас прибуток від сімейного бізнесу під час карантинних обмежень?
12 ответов

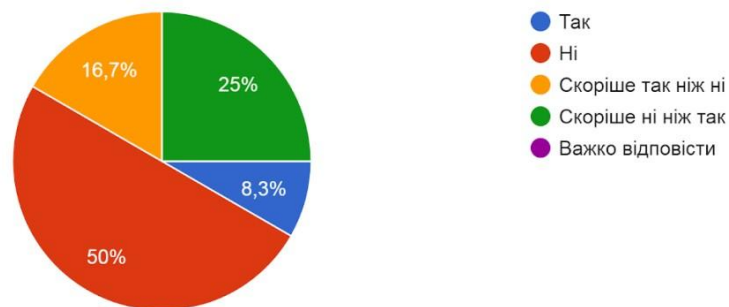


Рисунок 3.11 Розподіл питання про задоволеність прибутком під час карантину

На питання, чи доводилося порушувати карантинні приписи для підтримки бізнесу 41,7% респондентів відповіли так, 33,3% відповіли ні, всі інші вагалися щодо відповіді. (див.дод.рис.3.12)

Рекомендації лікарів і органів державної влади поменше вибиратися з дому досягли піку - повсюдно забороняються масові заходи, будь-які скупчення людей в обмеженою кількості.

Такі заходи «б'ють» по ритейлу: непродовольчі точки (торгові центри, магазини) відчують пандемію на собі найбільше. Люди відмовляються зайвий раз виходити з дому, якщо мова не йде про життєво важливих точках, багато підприємств закривають офіси і організують роботу своїх співробітників з дому.

Значний вплив також надало і тимчасове закриття китайського виробництва, яке активно використовується як українськими, так і європейськими компаніями. Зокрема, це відбилося на сфері держзамовлення, де часто предметом закупівлі є товари / продукція, пропоновані до постачання саме з Китаю.

Для кого ж позитивні події нинішніх днів? В першу чергу, звичайно, для організацій, що здійснюють діяльність у медичній і фармацевтичній сферах: виробники будь-яких ліків (навіть не пов'язаних з ознаками коронавірусу) отримують колосальні переваги від того, що відбувається.

Через режим самоізоляції, введеного в зв'язку зі спалахом пандемії Covid19, багато сімейних підприємств були змушені призупинити свою діяльність або працювати віддалено. Підприємці, які не працюють протягом 2-х місяців, стикаються з різними труднощами і фінансовими втратами. Однак підприємці, які змогли швидко адаптуватися до сучасних вимог, пропонують свою роботу онлайн і запускають послуги доставки додому, таким чином долають цю кризу.

Важлива і державна підтримка для малого бізнесу. Основний напрямок підтримки - за допомогою банківського сектора. У зв'язку з введенням режиму ізоляції постраждалим суб'єктам бізнесу може надаватися рефінансування кредитів, а також пільгові кредити для виплати заробітної плати.

Крім того, малі та середні сімейні підприємства звільняються від усіх податків на термін до 6 місяців (за винятком податку на додану вартість), якщо вони можуть довести, що втратили свій дохід.

Як зазначалося вище, криза набула глобальний характер, в наслідок чого кожна країна розробила і реалізувала свої антикризові програми в підтримку малого та сімейного бізнесу.

В цій частині анкети я розглядав найгостріше питання серед власників сімейних підприємств до влади на даний момент. А саме питання про допомогу від влади під час карантинних обмежень. (рис.3.4)

Чи отримували Ви допомогу від влади під час карантину ?
12 ответов

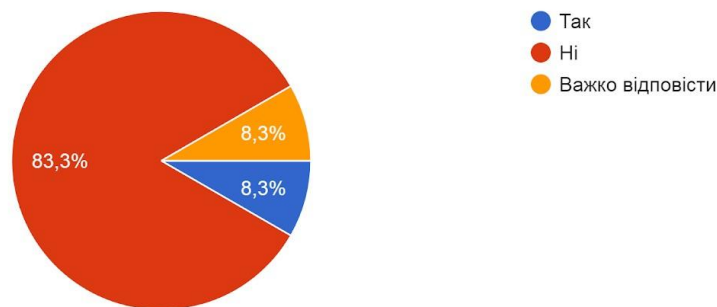


Рисунок 3.4 Розподіл питання про допомогу від влади під час карантину.

Можна побачити, що тільки 8,3% власників відповіли, що отримували допомогу від влади. Також, слід зазначити, що 58,3% цю допомогу очікували, 33,3% взагалі не очікували допомогу від влади (рис.3.5).

Чи очікували Ви допомоги від влади ?
12 ответов

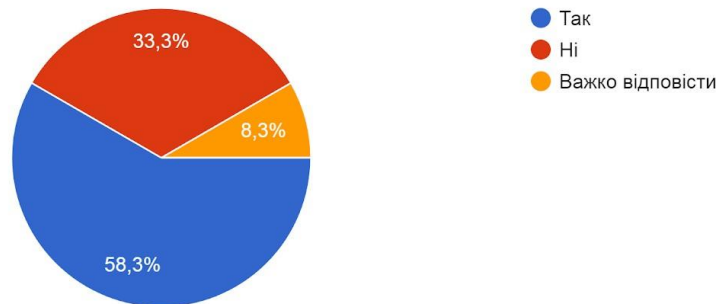


Рисунок 3.5 Розподіл питання про очікування допомоги від влади під час карантину.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі відповідно до завдань було описано та представлено результати власного емпіричного дослідження. У процесі дослідження було використано метод онлайн опитування (період з 25.04.21 по 10.05.21, кількість респондентів – 12). Також було проведене експертне інтерв'ю. Об'єктом дослідження виступали власники сімейних підприємств різних сфер обслуговування.

Було визначено, що державні соціальні гарантії вирішують нагальні проблеми бізнесу, регулюючи відносини традиційного працевлаштування.

Державна підтримка діяльності сімейних підприємств є інноваційним підходом до вирішення не тільки економічних, а й соціальних проблем українського суспільства. До позитивних моментів розвитку діяльності сімейних підприємств в сфері малого бізнесу можна віднести: зміцнення

родинних, сімейних зв'язків; створення додаткових робочих місць для слабо захищених соціальних категорій населення; спадкоємність при передачі сімейного справи від покоління до покоління. Основними негативними моментами в процесі розвитку діяльності сімейних підприємств у сфері малого бізнесу є: вплив взаємин в колективі на благополуччя сім'ї; підвищений ризик краху сімейного підприємства внаслідок непродуманої кадрової політики; низька конкурентоспроможність і мінімальні можливості накопичення капіталу.

Було визначено, що кадрова політика та стратегія розвитку сімейного підприємництва полягає в меритократії, в деяких сімейних підприємствах також допускаються члени родини, які довели свою компетентність. Також в сімейних підприємствах дуже розвинена стратегія диверсифікації.

Слід додати, що Сімейна культура впливає на розвиток сімейного підприємництва. При передачі фірми наступному поколінню передаються не тільки фінансові активи, але і культурний капітал, який базується на таких цінностях, як чесність, довіра, скромність і повагу. Такі цінності підтримують довгострокове бачення і сприяють виживанню фірми. Ціннісні орієнтації тісно пов'язані з рисами характеру самого власника бізнесу і передаються наступним поколінням через соціалізацію та механізм наслідування.

Аналізуючи результати дослідження можна виділити ряд визначень сутності і значущості сімейного бізнесу: виконує не тільки економічну, а й соціальну функцію, так як на них трудяться і пенсіонери, і студенти, і інваліди, яким не просто було б знайти роботу на загальних умовах; сімейне підприємство - приклад економічного суб'єкта, спочатку орієнтованого на довге існування; основи сімейного бізнесу закладені в історичних національних традиціях і навичках ведення власної справи, а також в специфічних особливостях сформованих відносин у різних галузях діяльності (наприклад, в сільському господарстві) і ін.

Прагнення вижити за рахунок власної трудової діяльності, підприємливості, не сподіваючись на підтримку з боку різних владних структур, стає основою для пошуку додаткових можливостей збільшення особистого або сімейних доходів. Для успішної реалізації ідей сімейного бізнесу потрібні продумані кроки по організації управління, маркетингу, фінансів та стратегії розвитку.

Можна сказати, що сімейні компанії орієнтовані на високу продуктивність і мінімальний ризик. Це не дозволяє їм пожинати надто багатий урожай навіть в самі врожайні роки, зате дає можливість вижити в довгостроковому періоді і отримувати стійкий прибуток.

Через режим самоізоляції, введеного в зв'язку зі спалахом пандемії Covid19, багато сімейних підприємств були змушені призупинити свою діяльність або працювати віддалено. Багато українських сімейних підприємств зіткнулися з фінансовими проблемами, відбувся вимушений перехід підприємств на онлайн обслуговування клієнтів. Чимало підприємств не зважає на карантинні вимоги, задля того щоб їхній бізнес не призупинив приносити їм прибуток.

Підводячи підсумки дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Більшість експертів не отримують в достатньому обсязі інформацію про сімейне підприємництво на території України як про соціально-інституціональній формі малого бізнесу в силу нерозвиненості цієї сфери підприємницької діяльності в Україні.

2. Більшість сімейних підприємців не відчуває підтримку з боку держави, оскільки сімейний бізнес як форма підприємницької діяльності не виробиться в російському законодавстві. Невелика частка підприємців, які відчувають підтримку з боку держави, бачать її в наданні кредитів, позичок і різноманітних пільг.

3. Профіль більшості сімейних підприємств не відповідає професійній освіті їх власників, що відбувається через обставинки, в якій доводилося починати бізнес його керівникам.

4. За результатами експертного опитування можна виділити наступні типи сімейних підприємств і сімейних підприємців : стійка група - оцінює сімейне підприємництво як довгострокову форму зайнятості зі стабільними доходом і соціальним статусом; активна, непостійна група - розглядає сімейне підприємництво як короткострокову форму зайнятості з тимчасовими доходом і соціальним статусом; непостійна група - слабо мотивована на підприємницьку діяльність і займається їй вимушено.

5. Найбільш вагомими мотивами для заняття сімейним підприємництвом для керівників виступають матеріальні потреби і отримання незалежності. Найнеобхіднішим умовою для виникнення сімейного підприємства є наявність грошового капіталу і бажання стати підприємцем.

6. Єдине поняття «сімейне підприємництво» в свідомості експертів відсутня. Цей факт пояснюється коротким терміном існування даного феномена в українській соціально-економічній практиці, а також відсутністю його нормативного закріплення в українському законодавстві.

ВИСНОВКИ

В процесі кваліфікаційної роботи було здійснено мету, що полягала у визначені соціальних детермінантів сімейного бізнесу в Україні.

Сімейне підприємництво - вид економічної діяльності по виробництву товарів і послуг, заснований па спільному володінні засобами виробництва, участі в розподілі прибутку, найманій праці членів сім'ї, родичів, фінансований за рахунок накопичень і ресурсів власника і спрямований на отримання прибутку і зміцнення сімейних зв'язків.

Сімейне підприємництво, як ми вже зазначили, має свої особливості. Перша особливість полягає в тому, що в колективі присутні певні міжособистісні відносини. Сім'я перш за все складається з людей, які беззаперечно довіряють один одному. Відповідно, підприємницька діяльність буде вибудовуватися на винятковій довірі.

Плюралізм поглядів і підходів вчених до проблеми розвитку підприємництва в цілому, і сімейного підприємництва зокрема, свідчить про недостатньо глибокому дослідженні даної тематики в соціологічному аспекті.

В українському суспільстві відбуваються процеси інституціоналізації сімейного підприємництва, створення соціального інституту сімейного підприємництва.

Сама суть сімейного підприємництва полягає в тому, що він передається від одного покоління до іншого, однак період передачі бізнесу може або забезпечити, або підірвати можливість майбутнього успіху компанії. Незалежно від того, в якій формі проходить процес передачі бізнесу, він майже ніколи не буває простим і є одним з найбільш поширених джерел конфліктів, як в родині, так і в бізнесі.

Основними негативними моментами в процесі розвитку діяльності сімейних підприємств у сфері малого бізнесу є: вплив взаємин в колективі на

благополуччя сім'ї; підвищений ризик краху сімейного підприємства внаслідок непередуманої кадрової політики; низька конкурентоспроможність і мінімальні можливості накопичення капіталу.

Сімейна культура впливає на розвиток сімейного підприємництва. При передачі фірми наступному поколінню передаються не тільки фінансові активи, але і культурний капітал, який базується на таких цінностях, як чесність, довіра, скромність і повагу. Такі цінності підтримують довгострокове бачення і сприяють виживанню фірми.

Сімейне підприємництво може включати в себе також і тих людей, які не мають родинних відносин з іншими членами колективу. Але і в цьому випадку дуже багато чого буде залежати в першу чергу від родичів. Всі запрошені колеги є близькими людьми, навіть друзями, які не тільки викликають довіру, але також володіють певними навичками і способом мислення. Саме з міжособистісними відносинами пов'язана перша група переваг сімейного підприємництва.

Завжди набагато простіше вибудовувати бізнес-відносини з людьми, близькими по духу. Вони можуть усвідомлювати відповідальність і підтримувати єдині цілі, а значить результат такої взаємодії буде куди ефективніше. Безліч побутових проблем інших колективів якраз пов'язані з тим, що з'являються складності в міжособистісних відносин.

Керуючі структури не справляються з тими обов'язками, які покладаються на колектив, через що організації і підприємницькі кола просто не витримують тиск. Але люди, які входять в коло сімейного підприємництва, можуть приблизно однаково розуміти інтереси колективу і вибудовувати власні дії та поведінки саме в їх користь.

В рамках сімейного підприємництва відносини виробничого характеру переплітаються з родинними. Це все чинить серйозний вплив на кінцевий результат справ. Нерідко виникають протиріччя, через які люди не тільки виходять з бізнесу, але і переривають відносини з родичами. Але все ж

статистика демонструє, що сімейне підприємництво призводить до зближення, так як у членів сім'ї з'являються нові загальні та значущі інтереси.

У колективі, де кожен член працює на користь сімейного бюджету, немає проблеми вимірювання індивідуального вкладу в загальний результат. У несімейних колективах цю проблему вирішити набагато складніше. Колективні та особисті інтереси в сімейному підприємстві підкріплюються довірою один до одного. Цьому сприяють відносини між родичами. Якщо сім'я міцна і дружна, то навряд чи комусь прийде в голову нашкодити своєму родичу, перекласти на нього більше відповідальності або підставити.

Звичайно ж, не можна забувати про законодавче регулювання взаємовідносин. Якими б близькими не були люди один для одного, підприємництво передбачає врахування всіх законодавчих сучасних вимог. Таким чином гарантії будуть більш істотними, у країнах-кандидатах і підкріпленими на документальному рівні.

Сімейний підприємство в Україні сьогодні є однією зі сфер, яка активно розвивається. Воно відображає особливості міжособистісних відносин між членами сім'ї, а також між членами сім'ї та близькими їм людьми. Експерти оцінюють позитивний внесок сімейного бізнесу в загальний розвиток підприємницької діяльності держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баркова Л. А. Еволюція сімейного підприємництва як об'єкта правового регулювання // Вісник Тверського державного університету. Серія: Право. 2013. Вип. 35. С. 170-179.
2. Аронофф К., Маклюри С., Вард Д. Наступність в сімейному бізнесі. Випробування на велич: пров. з англ. Київ 2009.
3. Мурадова Н. С. Сімейний бізнес як фактор формування підприємницької активності дітей. М., 2000..
4. 1. Петров Г. Малий бізнес збагатив Італію // Мале підприємство. - 1999 року, № 8. С. 20-21.
5. Мімандусова Г. Зайнятість населення України в неформальному секторі економіки // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2000, №2. - С. 152-163.
6. Ковалюк О.М., Лех Г.А., Реверчук С.К. Сімейні господарства України: принципи, Механізми, перспективи. Навчальний посібник / За ред. докт. ек. наук. проф.С.К. Реверчук. К.: Атіка, 2002. С. 102.
7. Льовушкін А. Н. Теоретична модель побудови системи сімейного законодавства держав-учасниць СНД: монографія. М.: ЮнітіДана: Закон і право, 2013. 327 с
8. Неміленцев М. К. Ціноутворення в сімейному бізнесі: автореф. дис. канд. екон. наук. СПб., 2012. 24 с.
9. Плотнікова І. А. Інституційний розвиток сімейних підприємств в сфері малого бізнесу (на прикладі Пензенської області): дис. ... канд. соціол. наук. Пенза, 2015. 247 с.
10. Підприємницьке право. Правовий супровід бізнесу: учень для магістрів / Р. Н. Аганина, В. К. Андрєєв, Л. В. Андрєєва [и др.]; відп. ред. І. В. Єршова. М.: Проспект, 2017. 848 с.
11. Мохов А. А. Правова підтримка та правовий захист суб'єктів малого підприємництва // Влада закону. 2017. № 2. С. 53-59.

12. Муханова А. Е., Умірзакова М. Н., Смагулова Ж. Б., Берікболова У. Д. Особливості розвитку сімейного бізнесу як форми підприємництва // Фундаментальні дослідження. 2015. № 11. С. 1210-1214.
13. Гайдай Т. Неінституціоналізм та його аналітично-дослідницький Потенціал / Т. Гайдай // Економіка України. 2003. № 9. С. 60-66.
14. Лопатинський Ю. М. Трансформація аграрного сектору: інституціональні засади / Ю. М. Лопатинський. Чернівці: Рута, 2006. 344 с.
15. Фролов С. С. Соціологія організацій / С. С. Фролов. М.: Гардарики, 2011. 304 с.
16. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки): шляхом Європейської інтеграції/ авт. кол.: А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, С. Г. Бабенко [та ін.]; Національний інститут стратегічних досліджень, Інститут економічного прогнозування, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції. К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. 416 с.
17. Бородіна О. М. Інституційний розвиток сільського господарства та села України і Росії та його гармонізація з європейською політичною практикою // Економіка України. 2012. № 11. С. 48-61.
18. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. М.: Прогресс, 2000, С. 56.
19. Полішко Н.Л. Сім'я як соціальний інститут і природне середовище для виховання дитини. 2012. № 12. С. 29-34.
20. Проблеми розвитку сімейних підприємств в Україні. URL: <http://legalweekly.com.ua/index.php?id=16061&show=news&newsid=123216/>.
21. Кулиняк І.Я. Сімейний бізнес: сутність поняття. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.9. С. 390-394.
22. Дармодехин С. В. Семья в системе социальных отношений современного общества. Мир психологии. 2008. № 3 (55). С. 158-169.
23. Olson P. D., Zuiker V. S. The Impact of the Family and the Business on Family Business Sustainability. 2003. P. 5-9.

24. Poza E. J. & Messer T. Spousal Leadership and Continuity in the Family Firm // Family Business Review. 2001. Vol. 14. No. 1. P. 24–26.
25. Sraer D., Thesmar D. Performance and Behavior of Family Firms: Evidence from the French Stock Market // Journal of the European Economic Association. 2007. June.
26. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 22, ст.454)
27. Mandl, I. Overview of Family Business Relevant Issues. Final Report, Austrian Institute for SME Research, Vienna. 2008. (http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/family_business/family_business_en.htm).
28. Ramadani V., Hoy, Fr. Context and Uniqueness of Family Businesses // Family Businesses in Transition Economies. 2015. 2. P. 9-37.
29. Kepner, E. The Family and the Firm: A Co-evolutionary Perspective // Family Business Review. 2004. 4(4). P. 445-461.
30. Dumas, C. B., Blodgett, M. Articulating values to inform decision making: Lessons from family firms around the world // International Journal of Value-Based Management. 1999. 12 (3). P. 209-221.
31. European family business barometer. Seventh edition // KPMG Enterprise. 2018. (<https://meijburg.com/publications/european-family-business-barometer-2018>).
32. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 3., Кн. 3. Процесс капиталистического производства, взятый в целом. / Под ред. Ф. Энгельса / К. Маркс. - М.: Издательство политической литературы, 1989. - 406 с.
33. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт / Пер. с нем.; изд. подгот. Ю. 1-1. Давыдов, В. В. Сапов. - М.: Наука, 1994. - 154 с.
34. Конт, О. Курс позитивной философии / О. Конт // Философия науки: общие проблемы познания: хрестоматия. Методология естественных и гуманитарных наук // отв. ред. - сост. Л.А. Микешипа. - М.: Прогресс-Традиция: МПСИ: Флинта, 2005. - 992 с.

35. Спенсер, Г. Синтетическая философия / пер. с англ. П.В. Мокиевского, ред. С.Д. Кошис / Г.Спенсер. - Киев: Ника-Центр, 1997. - 511 с.
36. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм. - Одесса, 1900.- 157 с.
37. Парсонс, Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. - М.: Академический проект, 2000. - 880 с.
38. Шумптер, И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982.-410 с.
39. Беленький, В.Х. Предпринимательство: развитие, природа, проблемы / В.Х. Беленький, В.Ф. Паульмап // Социологические исследования. - 2012. - №10. - С. 11-20.
40. Васянин, М.С. Ценности и ценностные ориентации предпринимателей в современном российском обществе / М.С. Васянин // Дис. канд. социол. наук: 22.00.04. - Пенза, 2013. - 165 с
41. Юрасов, И.А. Трудовые отношения в России на современном этапе (на примере промышленности) / И.А. Юрасов // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. - 2008. -№11.-С. 89-94.

Додатки

Рисунок 3.1 Розподіл за визначенням підприємства .

Яке у вас підприємство ?
12 ответов

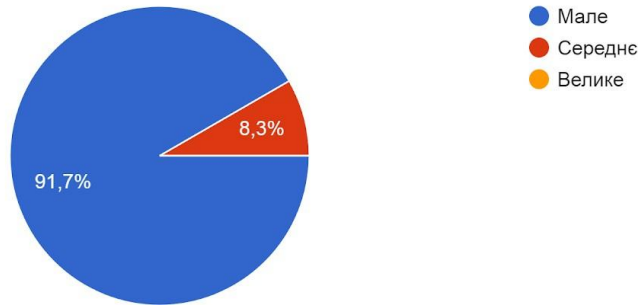


Рисунок 3.2 Розподіл за віком.

Скільки вам років ?
12 ответов

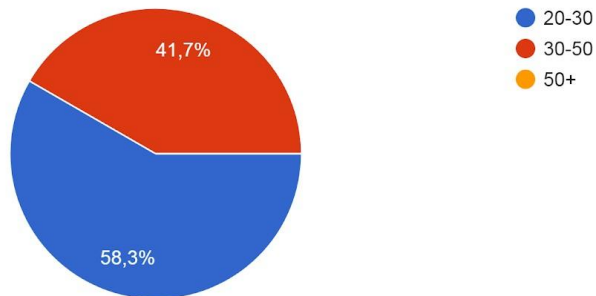


Рисунок 3.3 Розподіл за напрямками сімейного бізнесу.

Якими видами, напрямками сімейного бізнесу Ви займаєтесь?

12 ответов

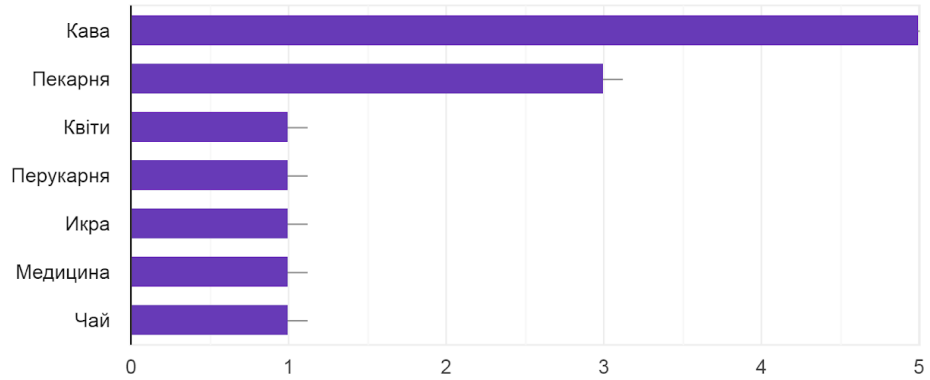


Рисунок 3.4 Розподіл про допомогу від влади під час карантину.

Чи отримували Ви допомогу від влади під час карантину ?

12 ответов

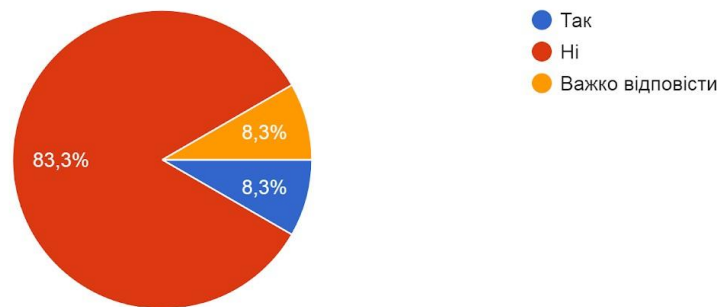


Рисунок 3.5 Розподіл питання про очікування допомоги від влади.

Чи очікували Ви допомоги від влади ?

12 ответов

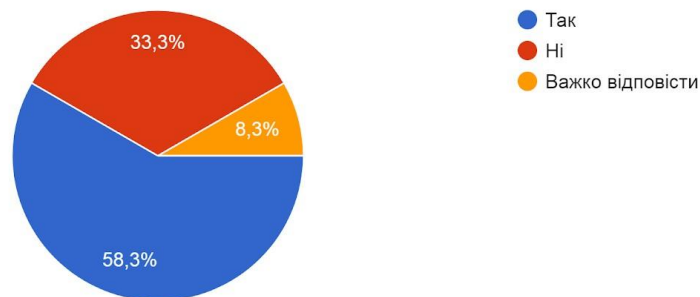


Рисунок 3.6 Розподіл питання про освіту.

Яка у Вас освіта ?

12&nbsp;ответов

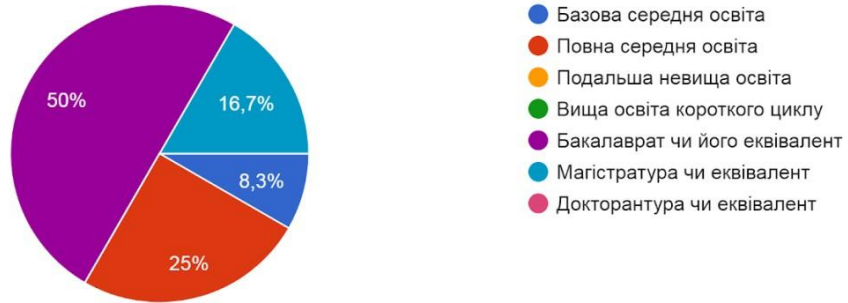


Рисунок 3.7 Розподіл планування передання бізнесу родичам у майбутньому.

Чи плануєте в майбутньому передати повноваження в бізнесі своїм дітям, родичам?

12&nbsp;ответов

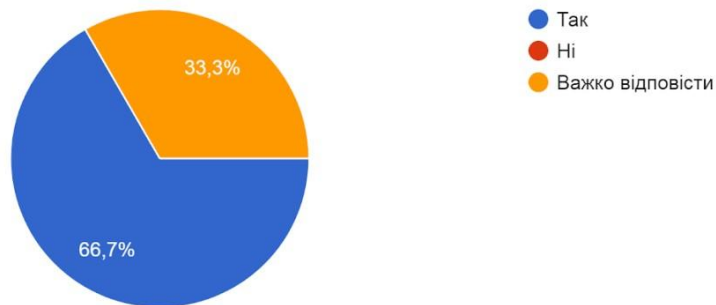


Рисунок 3.8 Розподіл питання про суперечки з родиною з приводу сімейного бізнесу.

Чи бувають у вас суперечки з родиною з приводу сімейного бізнесу?

12&nbsp;ответов

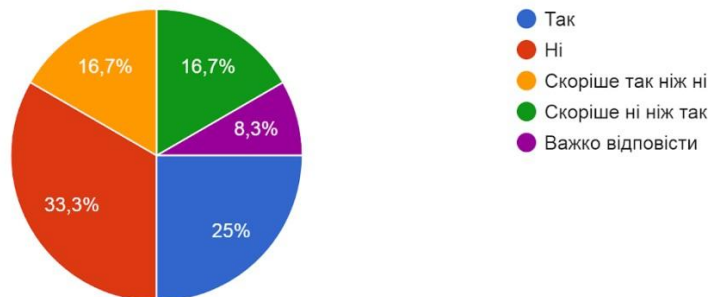


Рисунок 3.9 Розподіл прибутку від сімейного бізнесу.

Оцініть прибуток свого бізнесу від 1-5

12&nbsp;ответов

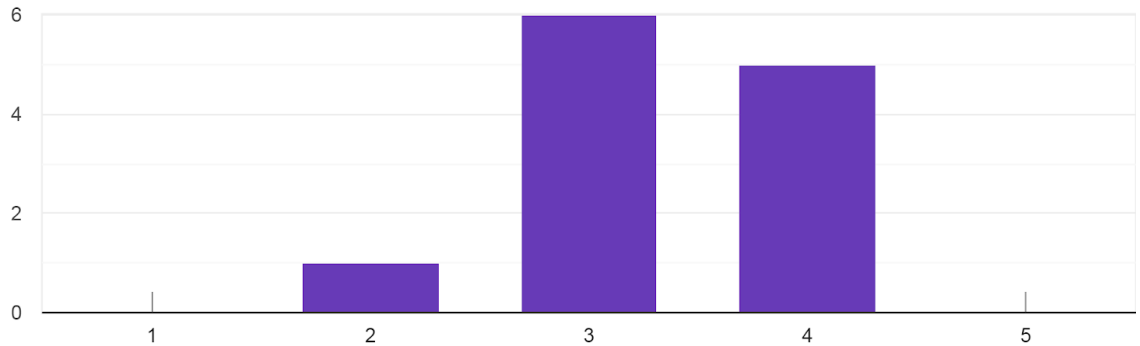


Рисунок 3.10 Розподіл задоволеності від прибутку під час карантину.

Чи задовольняє Вас прибуток від сімейного бізнесу під час карантинних обмежень?

12&nbsp;ответов

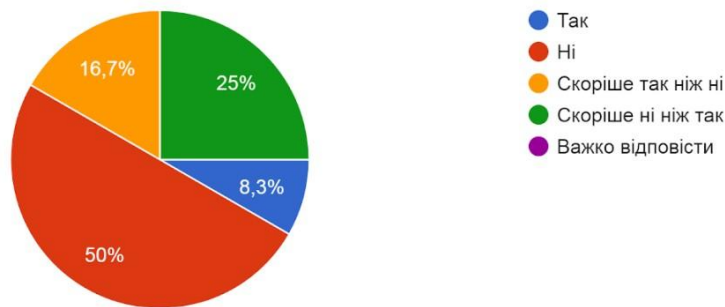


Рисунок 3.11 Розподіл питання про порушення карантинних приписів.

Чи доводилося порушувати карантинні приписи для підтримки бізнесу ?

12&nbsp;ответов

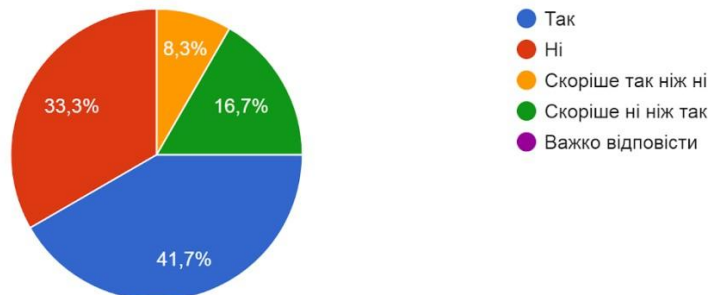


Рисунок 3.12 Розподіл питання про тривалість сімейного бізнесу.

Як давно Ви займаєтесь сімейним підприємництвом?

12 ответов

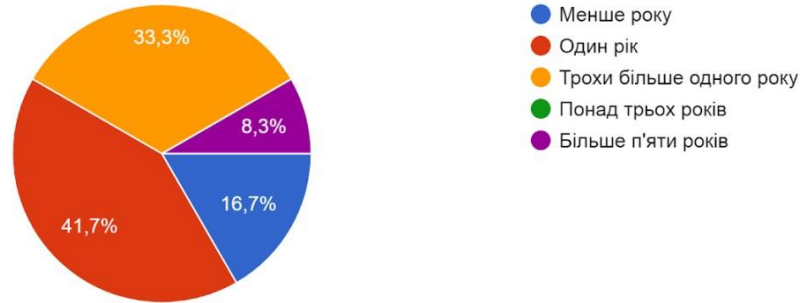


Рисунок 3.13 Розподіл задоволеності своїм сімейним бізнесом.

Чи задоволені ви своїм сімейним бізнесом ?

12 ответов

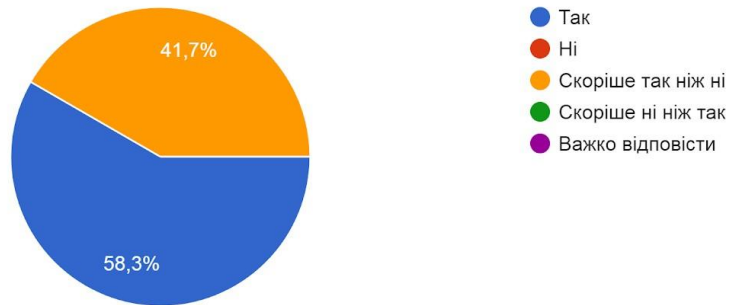


Рисунок 3.14 Розподіл за статтю.

Яка ваша стать ?

12 ответов

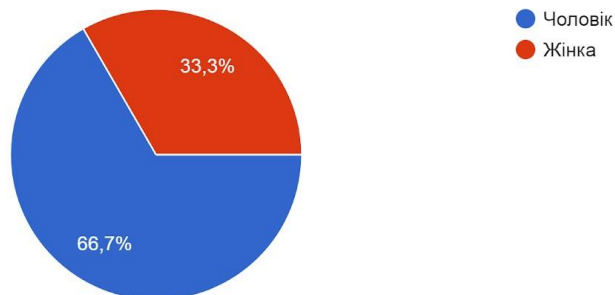


Рисунок 3.15 Розподіл питання про кількість підприємств

Скількома видами бізнесу Ви займаєтеся ?
12 ответов

