

**И.В. МИТРОФАНОВА**

**«ФЕНОМЕН» СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА**

---

*МИТРОФАНОВА Инна Васильевна - кандидат экономических наук, доцент  
Волгоградского государственного университета.*

---

«Феномен» семейного бизнеса давно существует, однако должного внимания к себе не привлекал. Справедливости ради следует отметить, что в течение последних 5 лет имели место слабые попытки включить семейный бизнес в рыночные отношения. В как-то забытом Указе Президента РФ от 5 мая 1992 г. «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» основной акцент был сделан на необходимости содействия центральных и местных органов власти многодетным семьям, пожелавшим организовать малые предприятия, крестьянские хозяйства и другие коммерческие структуры: среди мер местного характера привлек внимание принятый в 1994 г. Волгоградской областной администрацией пакет документов, согласно которым предприятиям, управляемым членами многодетных

семей, предоставлялись существенные налоговые льготы. Организации семейных предприятий отчасти способствовало создание центра «Семья», однако его функции ограничились исключительно оказанием юридических консультаций: финансирование некоторых некрупных «семейно-предпринимательских» проектов осуществляется Центром занятости. Безусловно, достаточными эти меры никак не назовешь.

Отсутствие должного внимания к семейному бизнесу связано с давлением биосоциального («гендерного») стереотипа в понимании функции семьи в обществе. Между тем при безусловной приоритетности биологического и социального аспектов сущности семьи, нельзя не учитывать значимость экономического «измерения» ее функционирования. В современных учебниках по рыночной экономике домохозяйство - одна из основных экономических единиц, которая самостоятельна в выборе, является собственником фактора (или факторов) производства, стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей и т.п. [1].

Важно отметить, что возрождение семейного бизнеса способствует активизации экономического поведения россиян, дает возможность более оптимально использовать имеющийся семейный финансовый, культурный «капитал», а значит, быстрее адаптироваться к социально-агрессивным рыночным отношениям с выходом на оперативный экономический простор. Для многих семей возможность организовать собственное семейное дело - не просто условие выживания, но и реальный шанс реализовать заветное стремление к экономическому нонконформизму.

Предпринимательский потенциал семьи многоэлементен и включает в себя: «человеческий капитал» (профессионально-образовательный, интеллектуальный), «физический капитал» (имущественный, производственный), «финансовый» (инвестиционный, текущий денежный). Пока вряд ли можно говорить об измерении емкости «человеческого» потенциала среднестатистической российской семьи, которому, в большинстве случаев, необходимо через переобучение придать новую качественную значимость, чего нельзя сказать о структуре и емкости «физического» и «финансового» потенциалов. По данным Статкомитета, только 0,2-3% семей имеют достаточно средств для открытия собственного дела [2], желание же его организовать изъявило около 20% опрошенных (N = 356, Волгоград). Соответственно дифференциация в емкости совокупного предпринимательского потенциала определяет и разную степень включения семей в рыночные отношения, возможности смены «устоявшихся» моделей пассивного потребительского поведения на более активные - рыночные.

Прибегнем к компаративному анализу. Так, в Германии из 2 млн. предприятий «миттельштанда» около 1,7 млн. - с числом занятых до 9 человек, причем большинство из них находится в семейной собственности [3]. На проходившем в 1989 г. семинаре «Есть ли у семейных фирм будущее?», который был организован Фондом электротехнической промышленности фирмы «Клернер-Меллер», отмечалось, что руководящая элита западногерманской экономики в большинстве случаев обрела опыт эффективного производства именно на мелких семейных фирмах [4]. В Швейцарии в последние два десятилетия появились десятки тысяч небольших предприятий. 2/3 которых - семейные [5]. По утверждению французского экономиста А. Бизаге, владельцы небольших предприятий психологически предрасположены «...видеть в своих предприятиях не просто форму вложения капитала или естественный этап в развитии бизнеса и личной судьбы, а семейное дело, с минимальным привлечением вкладчиков капитала извне» [6].

Ретроспективный анализ позволяет разглядеть и глубокие исторические корни индивидуально-семейного бизнеса. До 1914 г. в преимущественно аграрной России около 20 млн. семейных крестьянских хозяйств поставляли около 78% товарного хлеба [7]. «Нелегальный» семейный бизнес охватывал существенный сектор «теневого экономики» в условиях «государственного социализма», причем был зачастую более эффективен, чем государственный, ибо в нем имелись элементы рыночных отношений, эквивалентность обмена, специализация производства, экономия живого и овеществленного труда. Накануне принятия закона об ИТД (1986) нелегально некриминальным индивидуально-семейным предпринимательством, отвечавшим нормальным потребностям населения, занималось около 30 млн. человек, которые обеспечивали 50% ремонта обуви, 45% ремонта квартир. 60% ремонта автомобилей и т.д. [5].

В настоящее время учет семейных предприятий не ведется. Можно оперировать лишь весьма приблизительной информацией. Так, по данным Волгоградского областного фонда поддержки предпринимательства и развития конкуренции, на начало 1995 г. в области действовало 7 470 малых предприятий, из них около 20% - семейные.

Выделим ряд причин, в силу которых семейный бизнес должен стать объектом адресной поддержки и внимания.

Для формирования устойчивой рыночной структуры, по разным оценкам, России необходимо 10-15 млн. малых предприятий, однако на начало 1995 г. действовало чуть более 1 млн., следовательно, малый бизнес, как сектор экономики, еще не сформирован, а значит, не задействован потенциал миллионов семей.

Как малая форма хозяйствования, небольшие семейные предприятия выступают в качестве фактора более эффективного функционирования крупных и средних фирм.

Малые семейные фирмы способствуют формированию конкурентной среды, в меньшей степени поддаются монополизации.

Через самозанятость они активизируют трудовую деятельность и улучшают состояние рынка труда на местах; придают необходимую гибкость рыночной экономике, быстрее реагируя на изменение рыночной конъюнктуры вследствие индивидуализации и децентрализации потребительского спроса; способствуют образованию более сбалансированной системы оказания услуг, особенно в периферийных районах.

Нельзя не учитывать, что преобладающая доля семейных фирм работает на местном сырье и на местный рынок, тем самым активизируя его.

Малые семейные формы обладают высоким синергетическим эффектом - как следствие наследования дела, идентификации функций собственника и предпринимателя, разработанности системы трудовых мотиваций, организационного единства, психологической совместимости при объединении производственных отношений с наиболее действенным видом внепроизводственных - близкородственными.

Сегодня развитие семейного предпринимательства становится важным условием формирования механизма преемственности и навыков предпринимательства, а также экстенсивного роста «среднего сословия» как основы и фактора стабильности. Кроме того, возвращение семьи в предпринимательство будет способствовать объединению ее членов в трудовой, инициативной деятельности, приобщению к труду детей, членов семей с ограниченной трудоспособностью, возврату к расширенной форме организации, к семейным традициям, укреплению устойчивости семейной ячейки.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Рыночная экономика. Учебник / Под ред. Смирнова АД. и др. М.: СОМИНТЭК, 1992. Т. 1 С. 33.
2. Воронкова Н.А., Гвоздева НА. Выборочные обследования сбережений населения // Деньги и кредит. 1993. № 6.
3. Mittelstands Magazin. 1989. № 8. S. 12.
4. Handelsblatt. 1989. 17.X.
5. Осипенко О. Свое дело. М: Политиздат, 1991. С. 79-81; 182.
6. Клинова М. Малое и среднее предпринимательство: старый и новый подходы // Мировая экономика и междунар. отношения. 1990. N° 10.
7. Куликов В. Как обновить земельные отношения // Экон. науки. 1991. № 6.