

---

**С. В. Ерёмушкина**, магистр управления и экономики  
*Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь*

## **СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Развитие малого и среднего семейного бизнеса в современных условиях является одним из ключевых показателей экономического роста. Семейное предпринимательство считается самой старой и распространенной формой организации бизнеса в мире. В качестве семейных предприятий начали свою деятельность большинство всемирно известных компаний развитых стран, среди которых: Oral-B, Siemens, Adidas, Samsung Electronics и др.

Роль малого семейного бизнеса особенно возрастает в условиях экономического кризиса, когда наблюдаются тенденции сокращения объемов производства, массового высвобождения персонала и повышения уровня безработицы. Все большее число исследователей обращаются к этой проблеме — А. Кросби, Дж. Астрахан, Н. Кашанер, Дж. Мэннерс и др. Среди отечественных ученых можно назвать Ю. Мурзину, А. Кружель, А. Киселева, Э. Рамазанову, Н. Хандурина и др. Если западные исследователи, опираясь на богатый фактический материал развития европейского и американского типа семейного бизнеса, пишут о преимуществах и перспективах этих компаний как на микроуровне, так и в масштабе отрасли, то в работах отечественных авторов показаны особенности семейного бизнеса как особой формы малого предпринимательства, что соответствует реалиям постсоветских стран.

По экспертным оценкам, в Европе 70–80 % предприятий являются семейными, обеспечивая 40–50 % занятости населения в таких секторах экономики, как сельское хозяйство, производство, строительство, туризм и розничная торговля. Их доля в ВВП колеблется от 20 до 70 %, что позволяет утверждать, что семейные предприятия вносят существенный вклад в стабильность экономики европейских стран [2, с. 2336].

Малые предприятия в Республике Беларусь в 2015 г. произвели 14,2 % ВВП страны. Несмотря на то, что эта доля увеличилась по сравнению с 2000 г. в 2 раза, значение данного показателя значительно меньше, чем в развитых странах; к тому же за последние пять лет сократилось количество работников, занятых на малых предприятиях [4], и это позволяет сделать вывод, что семейный бизнес не оказывает значительного влияния на развитие национальной экономики. Статистических данных по семейному бизнесу в Республике Беларусь нет, поскольку статус семейного предприятия не определен.

Под семейным бизнесом понимают тот вид бизнеса, который организовывается родственниками, с последующей наследственной преемственностью. В зарубежной практике фирма считается семейной, если члены одной семьи владеют более 25 % акций компаний (Германия и США) или более 50 % акционерного капитала (страны Скандинавии). Существуют различные организационные формы семейного бизнеса:

- семейная компания, которой владеют супруги;
- клановая компания, во владении которой участвуют родственники, члены других семей, имеющих родственные связи с членами первой семьи (семья создателей бизнеса);
- родовая компания, в которой сегодняшними владельцами принято решение о передаче компании следующим поколениям владельцев [3, с. 901].

Семейный бизнес обладает следующими преимуществами:

1. Высокая личная заинтересованность сотрудников.
2. Бизнес строится на лояльности персонала, традициях, понимании потребностей клиента, персонализации услуг и продуктов, что позволяет расширять круг постоянных клиентов.
3. Удобный, «управляемый» размер компании, простая и строгая иерархия управления, что обеспечивает максимальную гибкость, возможность быстро реагировать на потребности рынка.
4. Возможность сочетания предпринимательской деятельности с домашним трудом и воспитанием детей, привлечения детей, пожилых членов семьи, инвалидов к производственной деятельности.
5. Экономия на издержках труда: способность членов семьи работать сверхурочно, за меньшую плату и с большей отдачей; активная взаимопомощь; готовность переживать кризисные этапы сообща, более усердно работая даже при низком вознаграждении с целью сохранения бизнеса.

Стоимость создания новых рабочих мест на семейных предприятиях относительно невелика, поэтому развитие семейного бизнеса способствует снижению таких социальных проблем, как бедность и безработица; помогает наладить производство отечественной продукции, обеспечить приток живых денег в бюджеты всех уровней, содействует формированию среднего класса.

Малые семейные предприятия в Республике Беларусь могут успешно работать в таких невостребованных средним и крупным бизнесом экономических нишах, как организация семейных ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания, мелкооптовая и розничная торговля, бытовое обслуживание населения (химчистки, прачечные, ателье, парикмахерские, мелкий пошив и ремонт бытовой техники, одежды и обуви и др.), транспортное обслуживание (транспортировка мебели, строительных материалов, доставка на дом и в офис готовых обедов и продуктов питания и т. п.), прокат культурно-бытового и хозяйственного инвентаря, мелкий ремонт и строительство жилья, дач, гаражей, хозяйственных и культурно-бытовых построек, бухгалтерские работы и аудит, народные промыслы, фермерство и др. Такая отрасль экономики, как агро- и экотуризм, приобретает в последние десятилетия все большее значение в Беларуси как источник валютных поступлений, обеспечения занятости населения, расширения

межличностных контактов. Посещающие Беларусь туристы с удовольствием останавливаются в агроусадебках, фермерских хозяйствах, что дает основание утверждать, что семейное предпринимательство могло бы стать заметным фактором развития туристско-рекреационной сферы в нашей стране.

При всех вышеуказанных преимуществах существуют три группы факторов, препятствующих развитию семейного бизнеса в условиях трансформационной экономики [2, с. 2339].

1. К социально-психологическим факторам относят: кризис доверия в семье, смещение ценностных приоритетов «семья — бизнес», отлучение детей от семьи.

Семейный бизнес возможен только при условии доверия и взаимного уважения между участвующими в делах родственниками, которые добиваются доверия к самой фирме со стороны покупателей и партнеров, заботясь о репутации. Главной ценностью является семья, а не бизнес; осознание того, что деловые решения определяются заботой о семье, улучшает отношение к семейному бизнесу. Существующая ныне традиция отправлять преемников для получения образования за границу часто приводит к тому, что у детей появляются интересы и увлечения, не связанные с родительскими, линия преемственности нарушается. Для поддержки семейного бизнеса важно, чтобы дети видели работу родителей и сами принимали участие в работе семейной фирмы.

2. Организационно-экономическими факторами, препятствующими развитию семейного бизнеса, являются; отсутствие процедур подготовки преемников бизнеса, отсутствие бизнес-обучения для семейных предприятий, юридическая неподготовленность передачи бизнеса, недоступность инноваций для малых предприятий семейного бизнеса.

3. Отсутствие государственной политики и поддержки семейного бизнеса расценивается исследователями как важнейший фактор, препятствующий развитию семейного предпринимательства.

Главной проблемой текущего развития семейного предпринимательства в Республике Беларусь является отсутствие нормативно-правового регулирования этой формы бизнеса как фактически существующего явления, что создает целый ряд сложностей. На постсоветском пространстве категория семейного предприятия начала определяться юридически: принят Закон Республики Узбекистан от 26.04.2012 г. «О семейном предпринимательстве», Закон Республики Армения от 13 июня 1994 г. № С-1073–103 «Об индивидуальном (семейном) предприятии» и др.

В Беларуси правовой основой семейного предпринимательства в широком смысле слова можно считать Указ Президента Республики Беларусь от 18.06.2005 г. № 285 «О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности», предоставляющий индивидуальным предпринимателям право найма трех работников из числа близких родственников. Однако действующие требования по оформлению трудовых отношений, начислению взносов в фонд социальной защиты населения, распределению обязанностей нивелируют те преимущества, которыми обладает семейное предпринимательство как таковое. В результате данный бизнес нельзя рассматривать как семейный, это обычные гражданско-правовые отношения между нанимателем и работником. Кроме того, имеются существенные проблемы для работы индивидуальных

предпринимателей: например, если индивидуальный предприниматель имеет жену и троих совершеннолетних сыновей, он должен четко определить и зафиксировать, кто из них участвует в бизнесе. При этом тот из сыновей, с которым не заключен формальный договор, не может привлекаться даже для замещения родителей или братьев при их отсутствии на рабочем месте в связи с болезнью, командировками, отпусками, учебой. Поэтому при создании условий для развития эффективного семейного предпринимательства целесообразно было бы упразднить формальные процедуры между членами семьи, закрепив право самостоятельно решать вопросы распределения функциональных обязанностей, начисления заработной платы и страховых взносов, а также распределения собственности.

Поскольку нет правовой базы для открытия и существования семейного бизнеса, нет и официальной статистики такого вида предпринимательства, поэтому невозможно привести точные цифры количества предпринимателей, строящих свой бизнес на приложении труда, профессиональных навыков, творческих способностей членов семьи. По мнению специалистов, более 45 % субъектов малого и среднего предпринимательства действует в формате семейного дела, в то время как традиционные механизмы государственной поддержки малого и среднего бизнеса не учитывают специфики семейного бизнеса и не ориентированы на его развитие. Исходя из зарубежного и российского опыта [2, с. 2350] можно предложить следующее:

- выделение семейного предпринимательства как наиболее льготной категории малого предпринимательства, учитывая его потенциал для укрепления семейного образа жизни, повышения рождаемости, профилактики бедности и роста благосостояния семей;
- разработку государственной программы поддержки развития семейного бизнеса в Республике Беларусь;
- стимулирование научных исследований по теме семейного бизнеса, организацию тематических конференций и семинаров;
- организация в вузах специальных образовательных модулей или курсов по управлению семейным бизнесом;
- создание при центрах поддержки предпринимательства и инкубаторах малого предпринимательства консультационных служб по вопросам юридического и социально-психологического характера;
- использование финансовых механизмов поддержки внедрения инноваций в работу семейных предприятий.

Реализация перечисленных мероприятий будет содействовать не только повышению эффективности семейного предпринимательства, но и создаст возможности подготовки преемников и юридически корректной передачи бизнеса по наследству. Без активной государственной политики в данном направлении семейный бизнес в Республике Беларусь продолжит работать лишь в формате самозанятости и не сможет играть более значимую роль в развитии национальной экономики, обеспечивая занятость населения, налоговые поступления, сохранение социальной и экономической стабильности.

### Список использованных источников

1. Календжян, С. О. Семейное предпринимательство: анализ российской практики / С. О. Календжян, Д. А. Волков // Российский экономический вестник. — 2011. — № 9. — С. 17–29.
2. Мурзина, Ю. С. Факторы, препятствующие развитию семейного бизнеса в России, и эффективные инструменты их регулирования / Ю. С. Мурзина // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 15. — С. 2335–2354.
3. Рамазанова, Э. А. Проблемы и перспективы развития семейного предпринимательства / Э. А. Рамазанова // Экономика и предпринимательство. — 2014. — № 12–4 (53–4). — С. 900–902.
4. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Минск, 2018. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/maloe-predprinimatelstvo/godovye/udelnyi-ves-subektov-malogo-predprinimatelstva-respubliki-belarus-v-osnovnyh-ekonomicheskikh-pokazatelyah/>. — Дата доступа: 02.02.2018.