

доступа: http://www.sp-ved.narod.ru/MATERS/PORTER_RFstrategy.pdf (дата обращения: 12.02.2018)

6. Отчет о результатах деятельности ОАО «ОЭЗ «Титановая долина» по формированию ОЭЗ «ППТ «Титановая долина» на территории Верхнесалдинского городского округа Свердловской области по состоянию на 01.04.2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://titanium-valley.com/> (дата обращения: 12.02.2018)

7. Официальный сайт Правительства Свердловской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.midural.ru> (дата обращения: 12.02.2018)

8. Павлов П. В. Особые экономические зоны как институциональные инструменты включения России в глобализирующееся мировое хозяйство. Ростов н/Д: Изд-во «РГУ», 2006. С.84-85.

9. Паникарова С. В., Власов М. В. Управление знаниями и интеллектуальным капиталом: Учебное пособие. 1-е изд. Сер. 11 Университеты России. Москва: Изд-во «Юрайт», 2017. С. 87-89.

10. Путин. Итоги [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.putin-itogi.ru/2011/03/14/v-v-putin-provyol-soveschanie-po-innovatsionnomu-razvitiyu> (дата обращения: 12.02.2018)

11. Счетная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ach.gov.ru/press_center/news/26369?sphrase_id=2702856 (дата обращения: 12.02.2018)

12. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций // СПб: Изд-во «Питер», 2004. 460 с.

13. Thomas Farole, Gokhan Akinci, Special Economic Zones. Progress, Emerging Challenges and Future Direction // The World Bank.

О. Р. Rybakova

ESTIMATION NSTITUTES OF INNOVATION DEVELOPMENT BY THE EXAMPLE SEZ TITANOVAYA VALLEY

Abstract

The article describes the ratio of benefits received by the state and residents of special economic zones and the costs to create them. This topic has acquired a particular urgency based on the results of the audit of the effectiveness of the use of budget funds and state property for the creation and operation of SEZ by the Accounts Chamber of the Russian Federation in 2016. In the course of the research, we used quantitative and qualitative methods of economic sociology and functional-value analysis. The results of the analysis showed the high innovative potential of SEZ as a real tool for generating innovations and creating a new innovative economy, but at the same time a low level of development of the institutional environment of this instrument of state policy. Based on the results of the analysis, applied proposals were developed to increase the usefulness of the work of special economic zones and the effectiveness of the use of public funds, as well as to improve the evaluation system of their activities.

Keywords: innovations, development institutes, institutes of innovative development, special economic zones.

УДК 334.72

И. В. Ульянов

ФАКТОРЫ СТАНОВЛЕНИЯ СЕМЕЙНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Аннотация

Во многих странах семейный бизнес является основой экономического развития и стабильности. В России так было до революции. Сейчас на развитие семейного бизнеса

отрицательно влияет целый ряд факторов экономического, демографического, институционального характера. Как следствие, нет уверенности в жизнеспособности бизнеса в долгосрочном периоде, что отражается на рыночном поведении фирмы. Возникает необходимость в разработке механизмов управления, гарантирующих долгосрочное развитие семейного бизнеса в современных экономических условиях.

Динамичное развитие семейного предпринимательства в Российской Федерации требует принятия системы мер, направленных на создание благоприятных институциональных условий, что позволит в дальнейшем достичь уровня развитых стран, где семейные предприятия составляют значительную, если не большую экономически активную часть малых предприятий, особенно их успешную часть.

Анализ выявленных проблем в научно-исследовательской работе свидетельствует о том, что оказание поддержки со стороны государства и негосударственных структур, а также совершенствование внутренней самоорганизации выступают необходимым условием развития малого бизнеса.

Ключевые слова: семья, семейный бизнес, предпринимательство, малый бизнес, развитие бизнеса.

Во все исторические эпохи ключевыми источниками знаний о труде, возникновения навыков, умений во многих случаях была и остается семья. Семейный бизнес является социальным институтом трудового, нравственного, эстетического воспитания, интеллектуального развития личности и ее профессиональной ориентации.

В средние века семейная форма хозяйствования являлась самой многочисленной и масштабной по объему производимой продукции. Большинство деловых предприятий являлись семейными, функционирующими на средства семьи, управленческие и технические знания на которых передавались посредством семейных или родственных связей [4, с. 137].

На сегодняшний день, как показывает опыт Америки, Азии и европейских стран, развитие малого и среднего бизнеса – залог успеха благосостояния любой страны.

Семья является уникальным социальным институтом, посредником между индивидом и государством, транслятором фундаментальных ценностей от поколения к поколению. В ней заключен мощный потенциал воздействия на процессы общественного развития, воспроизводства трудового потенциала, становления гражданских отношений.

Семья имеет консолидирующее значение, противостоит социальному противоборству» [6,8, с. 34,39].

В создании новой компании, чаще всего выступают хорошо знакомые друг с другом люди, так появляются предприятия, основанные компаньонами на паях. Практика показывает, что большое число организаций, которые были основаны между близкими членами семьи, в мировой среде предпринимательства встречаются намного чаще, чем между друзьями. В мировом сообществе такие семейные фирмы получили название «Семейный бизнес». Ещё одной его особенностью является, что капитал и сама фирма остаётся в руках «семьи» и передаётся по наследству.

Если же говорить именно о семейном предпринимательстве, то в законодательстве Российской Федерации оно не выделяется как особый объект правового регулирования и: государственной поддержки. Более того, понятие «семейное предпринимательство» отражено лишь в Федеральном Законе «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», где дано определение, что крестьянское (фермерское) хозяйство представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность, основанную на их личном участии [9].

В современных теоретических и эмпирических исследованиях предлагаются различные подходы к классификации семейного бизнеса, опирающиеся на один или несколько компонентов:

- типология семейного бизнеса с позиций преемственности,
- различные классификаторы семейных предприятий с позиций владения и управления (распределение ролей в семье),

– типология семейного бизнеса в зависимости от структуры управления семейными активами и пр.

Классификации, построенные на выделении «ключевых» характеристик семейного бизнеса, в разрезе убедительно спроектированных гипотез, не представляются нам достаточно объективными, отражающими иерархию многоуровневого взаимодействия владения, менеджмента, управления и политики преемственности. Требуется классификация семейного бизнеса, основанная на необходимых и достаточных условиях и применимая в рамках инициации и проведения эмпирических исследований феномена семейного предпринимательства

Относительно классификации семейного бизнеса можно выделить следующее экспертное мнение: «Не существует до сих пор попытки теоретической классификации типологии семейного бизнеса или эмпирической таксономии семейных предприятий». Без системы классификации, позволяющей «сортировать» различные типы семейных предприятий, сложно интерпретировать результаты исследований семейного предпринимательства. «Кроме того нет никакого способа определить степень применимости результатов исследования».

Существующая модель семейного бизнеса (рис. 1) показывает, что типология семейного бизнеса зависит от соотношения субсистем «семья», «собственность», «менеджмент».

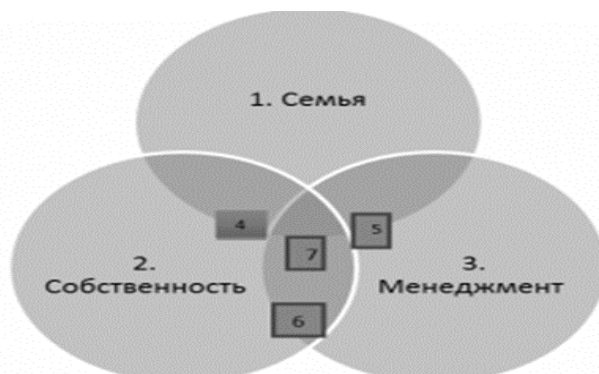


Рис 1. Трехуровневая модель семейного бизнеса (Tagiuri, Davis 1996 p. 200)

Классификация ролей членов семьи и других участников семейного бизнеса зависит от их принадлежности к компонентам «семья», «собственность», «менеджмент» (рис. 1.):

1) не вовлеченный в бизнес член семьи, не обладающий правами на семейные активы (не владеет акциями семейного предприятия) («аутсайдер»);

2) инвесторы, которые не принимают участие в управлении и деятельности семейного бизнеса, и не являются частью семьи;

3) сотрудники, которые не имеют доли в бизнесе и не являются частью семьи;

4) семейные акционеры (совладельцы бизнеса), которые не являются сотрудникам семейного предприятия и не принимают участие в управлении;

5) члены семьи, которые заняты в семейном бизнесе и управляют им, но не являются его совладельцами;

6) сотрудники – не члены семьи, которые имеют долю в семейном бизнесе;

7) члены семьи, которые являются совладельцами семейного бизнеса и вовлечены в управление им [5, с. 42-47].

Во многих странах семейный бизнес является основой экономического развития и стабильности. В России так было до революции. Именно с 1917 год началось уничтожение многовековой истории русского предпринимательства. На смену частной собственности (правовой основы любого предпринимательства) пришла обезличенно-коллективная. Только вначале 90-х российские граждане получили законную возможность заниматься собственным бизнесом и открывать частные фирмы. Поэтому на сегодняшний день мы

можем говорить только о начальном этапе семейного бизнеса, об организациях и небольших фирмах.

Главной особенностью нашего семейного бизнеса является то, что он достаточно молодой, неопытный и зачастую есть случаи неумелого ведения хозяйственных дел. Это связано с недостатком управленческих навыков и капитала для развития бизнеса.

Второй особенностью нашего семейного бизнеса является его сосредоточенность на торговле и сфере оказания услуг. Немного семей осмеливается организовывать свое собственное производство. Сказываются, в первую очередь, недостаток стартового капитала и отсутствие какой-либо серьезной финансовой поддержки со стороны государства или частных банков, недостаток развития общественных фондов поддержки малого и среднего бизнеса.

Однако с каждым годом поддержка со стороны государства растет. Большое число программ направлены именно на развитие и старт начинающим компаниям. Если учесть статистику выплат государством субсидий малым предприятиям, то в период с 2000 по 2017 гг. объем выплат увеличился с 70 млн. руб до 7,5 млрд. руб. [3].

Каждый третий россиянин хочет открыть свой бизнес, свидетельствуют данные опроса, опубликованные [13]. Всероссийским центром изучения общественного мнения в понедельник – однако лишь 17 % делают какие-либо шаги в этом направлении и всего 3 % по факту имеют собственное дело.

Сейчас завести свое дело хотели бы 34 % россиян, в 1991 – 29 %. Количество людей, которые принципиально не хотят заниматься бизнесом, выросло куда заметнее – с 49 % до 60 %. В ВЦИОМ, впрочем, такую динамику интерпретируют как положительную: 25 лет назад россияне имели достаточно отдаленное представление о бизнесе и экономике, поэтому нынешние потенциальные бизнесмены отвечают на вопрос более осознанно. Также авторы опроса указывают на рост числа будущих бизнесменов, которые уверены в том, что им удастся открыть компанию (с 35 % до 71 %). Вдвое выросло число опрошенных, которые прикладывают активные действия к основанию собственной компании (с 8 % до 17 %). Самой привлекательной для будущих бизнесменов является розничная торговля. 24 % людей, собирающихся завести собственное дело, хотят заниматься этой отраслью. Сферам общественного питания, транспорта и бытового обслуживания (это одна категория в исследовании) отдали предпочтение 17 % опрошенных. Пищевой промышленностью и товарами народного потребления хочет заниматься 14 % – столько же хочет работать в области медицины, культуры, образования или досуга. Компьютерными технологиями и наукой хочет заниматься 4 %, меньше только у биржевого, банковского и страхового дела (3 %).

По мировым меркам у российской молодежи довольно высокий интерес к бизнесу. Компания PWC проводила [12] сравнительный анализ миллениалов в разных странах. 59 % опрошенных молодых россиян заявило, что рассматривают возможность заняться собственным бизнесом – в то время, как в среднем по миру эта цифра составляет 43 %. Это при том, что по данным агентства Initiative около 81 % российских миллениалов боится остаться без денег на повседневные расходы (против 52 % по всему миру).

За последние пять лет число зарегистрированных малых предприятий выросло на 6 %. По данным [10]. Росстата в 2010 году в России было 229 тысяч малых предприятий, в 2015 году – 242,7. В методологии [2] авторов отчета малыми предприятиями являются компании, в которых работает от 16 до 100 человек, а оборот не превышает 400 миллионов рублей в год. Таким образом, фирмы с менее чем 15 сотрудниками и оборотом до 60 миллионов рублей считаются микропредприятиями, а компании с оборотом до миллиарда рублей, в которых работает до 250 человек – средними. Также не учитываются предприятия, которые более чем на 25 % принадлежат государству или более чем на 49 % – крупным компаниям или иностранным юридическим лицам.

Также в период с 2010 по 2014 года растет число микропредприятий – с 1,4 миллиона до 1,9. А вот средних предприятий стало почти вдвое меньше – с 25,2 тысяч в 2010 году до 13,7 тысяч в 2014.

Только 3 % российских малых предприятий живут больше трех лет. К такому выводу пришли исследователи из компании ЕУ в докризисном 2014 году. Авторы отчета [3] также приводили сравнение с другими странами, имеющими близкое количество предпринимателей. В Греции, например, дольше трех лет живет 12,6 %, в Испании 8,39 %, в Финляндии – 6,65 %, в Норвегии – 6,15 %.

Первоначально предпринимательство возникло именно как семейный бизнес, поскольку в период общественного разделения труда возникновение ремесленных мастерских происходило именно на дому, как правило, с использованием труда родственников. Позже появление и развитие различных форм собственности позволило говорить о семье и предпринимательстве как о независимых категориях.

В современной экономической литературе предпринимательство рассматривается с различных позиций: политической, экономической, организационно-управленческой, социально-психологической [11]. Фактически семейным предприятием можно считать любое предприятие, большая часть собственности или управления которого принадлежит членам одной семьи, часть из которых непосредственно работает на этом предприятии. Типология предприятий семейного бизнеса требует разделения на семейные предприятия «городского типа» и крестьянские фермерские хозяйства, поскольку и условия функционирования, и требования начального этапа развития для них существенно расходятся.

В городе семейное предпринимательство стремится занять свое место в сферах, не характерных для крупного и среднего бизнеса. Это мелкооптовая и розничная торговля, бытовое обслуживание, ресторанный бизнес, транспортное обслуживание населения, ремонт и строительство, бухгалтерские работы и аудит и др. Особую группу в семейном предпринимательстве составляют крупные корпорации, акционерные общества, «финансовые империи», контрольный пакет акций которых в течение нескольких поколений находится в руках одной семьи.

Динамичное развитие семейного предпринимательства в Российской Федерации требует принятия системы мер, направленных на создание благоприятных институциональных условий, что позволит в дальнейшем достичь уровня развитых стран, где семейные предприятия составляют значительную, если не большую экономически активную часть малых предприятий, особенно их успешную часть.

Анализ выявленных проблем в научно-исследовательской работе свидетельствует о том, что оказание поддержки со стороны государства и негосударственных структур, а также совершенствование внутренней самоорганизации выступают необходимым условием развития малого бизнеса. Решением данной проблемы может послужить стимулирование предпринимательской активности семейного бизнеса и разработка программы государственной поддержки семейного предпринимательства в РФ. Для того чтобы дать «новый импульс» семейному бизнесу необходимо также принятие соответствующих мер, ориентированных на стимулирование предпринимательской активности населения.

Результатом реализации Программы станет создание благоприятных условий для деятельности семейных предприятий в регионах и стране в целом, рост налоговых поступлений в бюджет, снижение уровня безработицы и социальной напряженности.

Библиографический список

1. О крестьянском (фермерском) хозяйстве: Федеральный закон от 11 июня 2003 г. N 74-ФЗ.
2. Статистика МСП // Ресурсный центр малого предпринимательства, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://rcsme.ru/index.php/ru/statistics> (дата обращения: 14.02.2018)

3. Бизнес живет три года // РБК, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2014/01/22/56bf9dee9a7947299f72d6d1> (дата обращения: 14.02.2018)
4. Вагин В. В. Русский провинциальный город: ключевые элементы жизнеустройства // Мир России, 2002. 137 с.
5. Васильева Л. А. Бухгалтерский управленческий учет. Москва: Изд-во «Эксмо», 2007.
6. Волков Д. А. Классификация семейного бизнеса // Российское предпринимательство. 2012. Том 13. № 15. С. 42-47.
7. Госпрограммы поддержки малого бизнеса – 2017 // Контур, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4710> (дата обращения: 14.02.2018)
8. Дармодехин С. В. Семья как образующая социум и его развития // Мир психологии. 2008. 34 с.
9. Дармодехин С. В. Семья как образующая социум и его развития // Мир психологии, 2008. 39 с.
10. Малые предприятия (без микропредприятий) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_01/IssWWW.exe/Stg/d02/2-3-2.doc (дата обращения: 14.02.2018)
11. Паникарова С. В., Власов М. В. Стратегии и политика в экономике знаний: Учебное пособие. Екатеринбург: Издательство Уральского федерального университета, 2016. С. 33-34.
12. Российский малый бизнес в цифрах // Businessplanet, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://otagam.com/media/1664642838136464831_6674755574 (дата обращения: 14.02.2018)
13. Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад // ВЦИОМ, 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (дата обращения: 14.02.2018)
14. Шнуровозова Т. В. Семейный бизнес по-русски. Дашков и Ко, 2015. 209 с.

I. V. Ulyanov

THE FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS IN RUSSIA

Abstract

In many countries, the family business is the Foundation of economic development and stability. In Russia was before the revolution. Now a number of factors of economic, demographic and institutional nature have a negative impact on the development of the family business. As a result, there is no confidence in the viability of the business in the long term, which affects the market behavior of the company. There is a need to develop management mechanisms that guarantee the long-term development of the family business in modern economic conditions.

The dynamic development of family entrepreneurship in the Russian Federation requires the adoption of a system of measures aimed at creating a favorable institutional environment that will further reach the level of developed countries, where family businesses are a significant, if not the most economically active part of small businesses, especially their successful part.

The analysis of the revealed problems in research work testifies that rendering support from the state and non-state structures, and also improvement of internal self-organization act as a necessary condition of development of small business.

Keywords: family, family business, business, small business, business development.