

УДК:316.334.23

Боконтаева Дж.К.

ИГУ им. К.Тыныстанова

## СЕМЕЙНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПОНЯТИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В КЫРГЫЗСТАНЕ

*В статье автор показала роль семейного предпринимательства в развитии туристических услуг. На основе социологических исследований проанализировала развитие семейного предпринимательства в г. Каракол.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, семейное предпринимательство, сопутствующие услуги в сфере туризма, социологические опросы предпринимателей

*The author showed the role of family businesses in the development of tourist services. Based on sociological research analyzed the development of family business in the town of Karakol.*

**Keywords:** Business family business, accompanying services in the tourism sector, sociological research of businessmen.

Сегодня одним из способов обеспечения занятости трудоспособного населения в Кыргызстане, преимущественно в регионах с избыточной рабочей силой является создание такой системы, при которой не снижался бы ни уже имеющийся уровень занятости, ни возможность предоставления новых рабочих мест. По нашему мнению, перечисленные проблемы возможно решить с помощью организации малого семейного предпринимательства в системе курортного дела и туризма. Прежде чем рассмотреть понятие семейного предпринимательства следует рассмотреть само понятие предпринимательства с социологической точки зрения.

Так, понятию «предприниматель» в современном значении уже около 250 лет. В конце XVIII века Адам Смит охарактеризовал его как «собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идёт на экономический риск» [6, с. 9]. На наш взгляд, данное определение не потеряло своей актуальности и спустя более двух веков, поскольку, согласно международным нормам, предпринимательство состоит из трех компонентов: идея, риск и прибыль.

Близок по взглядам к Смиуту был Жан Батист Сэй, считавший, что предприниматель— это «... земледelec, мануфактурист или торговец, или, чтобы всех таких лиц назвать одним именем, это предприниматель, т.е. лицо, которое берется за свой счет и на свой риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт» [2].

Й.Шумпетер, в свою очередь, не ставил прибыль во главу предпринимательской деятельности. Он отмечал, что прибыль является обязательным критерием, но она лишь показывается насколько успешен предприниматель в своей деятельности и никак не должна служить его меркантильным целям. Истинными мотивами в своей деятельности предприниматель должен ставить свободу и самореализацию.

Особенностью в представлениях о предпринимателях является их классификация. Причём учёные, придерживающиеся разных взглядов, предлагали свою типологию. Так, Маркс выделял непредпринимателей и предпринимателей (использующих только собственный капитал, использующий собственный и заемный капитал, не располагающий собственным капиталом). Зомбарт предлагал свою классификацию: предприниматель - разбойник, землевладелец, бюрократ, спекулянт, купец, мануфактурист. Отметим, что обе эти типологии представляют практический интерес к подходу изучения представлений о предпринимательстве в ретроспективе [3].

В современных условиях основные требования к личности предпринимателя не потеряли своей актуальности, они лишь слегка видоизменяются. Если в XIX веке основой являлись прибыль, идея и риск, то в XXI веке уже идет речь о социальной ответственности

бизнеса. Вместе с тем требования к новаторству, инновациям и креативности по-прежнему являются характерными для успешного предпринимателя. Кроме этого, среди основных качеств, которыми должны обладать предприниматели, на протяжении двух веков остаются неизменными: рискованность, творческий подход, компетентность, организаторские способности.

Семейное предпринимательство, как форма малого предпринимательства или самозанятости населения, по нашему мнению, способствует решению проблемы безработицы путем создания дополнительных рабочих мест. Важным является то, что малое семейное предпринимательство предоставляет возможность выбора социального статуса в экономической деятельности: предприниматель или наемный работник.

Совпадение базовых функций предпринимательства и собственности в одном лице приводит к большей личной заинтересованности в успешности бизнеса. Семейное предпринимательство в руках руководителя-собственника позволяет сочетать предпринимательскую деятельность с домашним трудом и воспитанием детей, привлекать к производственной деятельности пожилых членов семьи и инвалидов [1]. Следовательно, одной из важнейших функций малого семейного предпринимательства становится борьба с бедностью. И не только в нашем государстве, но и за рубежом. Таким образом, семейное предпринимательство явление не только экономическое, но и социальное. Оно формирует заинтересованность в расширении и укреплении семейного бизнеса и становится необходимым для деловой самореализации предприимчивости граждан, их интеллекта, что, на наш взгляд, является важным фактором для поддержания равновесия психофизического состояния человека и стимулом к его здоровью.

Социальные и экономические преимущества семейного предпринимательства являются следующие: в условиях рыночной экономики малый семейный бизнес, являясь особым участником экономических отношений, позволяет формировать средний класс населения, обеспечивать политическую, экономическую и социальную стабильность в обществе; развивать рыночную структуру экономики и конкурентную среду, налогооблагаемую базу для бюджетов всех уровней, повышать занятость населения путем создания новых рабочих мест и насыщать рынок разнообразными товарами и услугами.

Вместе с тем на современном этапе развития рыночной экономики семейное предпринимательство хотя и привлекает к своему развитию внимание со стороны региональных и муниципальных уровней власти как к возрождающемуся в нашей стране важному социально-экономическому явлению, однако оно все еще не выделяется в кыргызском законодательстве как особая форма правового регулирования и государственной поддержки.

Кроме того, в научной литературе «семейное предпринимательство» определяют как форму малого предпринимательства, когда члены семьи и другие родственники являются собственниками и работниками своих предприятий. Следует отметить, что в Кыргызстане одним из перспективных отраслей для развития семейного предпринимательства является развитие малого бизнеса в туризме.

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом XX столетия [4]. Значение туризма как источника валютных поступлений, обеспечения занятости населения, расширения межличностных контактов постоянно возрастает [6].

Зарубежный опыт показывает, что в Европе более 70 % туристов останавливаются в небольших частных гостиницах, гостевых домах, частном жилище граждан, туристских хуторах, туристских деревнях и так далее, владельцами и одновременно обслуживающим персоналом которых являются члены одной семьи» [6].

На наш взгляд, семейное предпринимательство может стать эффективным источником дохода семьи и поможет решить проблему обеспечения занятости

трудоспособного населения, особенно в регионах с избыточной рабочей силой. Организация бизнеса в этой сфере обеспечит возможность доступа широким малообеспеченным слоям населения к рекреационным, оздоровительным и культурно-познавательным услугам внутри своей страны.

Автором проведено социологическое исследование в июле, августе 2014 г. среди представителей этнических меньшинств, занимающихся предпринимательской деятельностью в Каракол. Методика исследования базировалась на проведении более 30 полу-структурированных интервью и устных историй респондентов. Результаты исследований показали взаимосвязь семейного предпринимательства с этнической представленностью г.Каракол.

Город Каракол – полиэтничное сообщество, в котором проживают представители более 24 различных этносов. Согласно данным статистического отдела при мэрии г. Каракол, в 2014 году в г.Каракол проживало 72123 человек. Из них 52133 кыргызов, 10705 русских, 2142 узбеков, 2583 уйгуров, 1152 дунган, 1069 татар, 792 казахов, 273 украинцев, 55 турков, 53 немцев, 37 корейцев, 30 азербайджанцев, 22 таджиков, 6 армян, 6 эстонцев, 4 молдаван, 3 туркмена, 1040 представителей других этносов. Особенностью города Каракол является взаимосвязь семейного и этнического предпринимательства во всех сферах и отраслях экономической деятельности.

Развитие семейного предпринимательства среди этнических групп в городе Каракол восходит к временам первой приватизации во второй половине 1990 годов. Так мелкие объекты торговли, общепита и другие подобные были приватизированы преимущественно уйгурами, татарами и русскими. Крупные объекты, связанные с большими площадями (ГАП, ЖБИ, Молзавод, Мясокомбинат, Швейная фабрика) перешли собственникам кыргызам. Вторая волна приватизации в 2000 годах была также более дружелюбна для лиц титульного этноса, преимущественно мужского пола. Исторически в досоветский, советский и ранний постсоветский период этнические меньшинства были в большей степени представлены в сфере торговли. Данный опыт нашел свое отражение в скорейшей адаптации в условиях рыночной экономики. Этнические меньшинства при переходе на рыночную экономику смогли с меньшими потерями и уязвимостью преодолеть барьеры того времени и быстрее экономически встать на ноги, несмотря на меньшую в некоторой степени базу для стартового бизнеса.

В настоящее время позиции выровнены, по мнению респондентов. Кыргызы открывают такие же кафе, рестораны. Таким образом, в сфере торговли и услуг наблюдается равная этническая представленность. Что касается, сферы транспорта, строительства, промышленных предприятий и производства, кыргызы охвачены в большей степени. В городе Каракол порядка 200 активно действующих гостевых домов, которыми управляют преимущественно женщины и таким образом определяют женское лицо гостевого бизнеса. Если рассматривать другие направления туристического бизнеса, таких как услуги портеров, проводников, водителей, гидов, прокат велосипедов, лошадей, то это преимущественно мужская молодежная сфера. Туристическая, за исключением этнических направлений туризма (лошади, юрты) характеризуется полиэтничной представленностью. Хотя есть много примеров, что в последнее время услуги юрточных городков предоставляют не кыргызы. Сфера услуг микрокредитования принадлежит преимущественно женщинам кыргызкам. Частные охранные агентства в основном представлены мужчинами кыргызами.

Таким образом, развитие семейного предпринимательства в городе Каракол выражается в активизации структурной перестройки экономики, предоставления широкой свободы рыночного выбора, и тем самым способствует насыщению рынка товарами и услугами, преодолению монополизма, увеличению уровня конкуренции.

Предпринимательство обладает значительным потенциалом в сфере трудоустройства населения, вовлечения в производство резервов рабочей силы.

Литература:

1. Барбашин И.В., Федотовская Т.А., Титов С.Н. Социальные функции семейного предпринимательства в современной России: сущность и формы семейного предпринимательства. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. – 2005. – № 26 (278).
2. Жан-Батист Сэй. «Трактат по политической экономии» [Электронный ресурс]. Режим доступа. — [http://sbiblio.com/biblio/archive/sey\\_traktat/](http://sbiblio.com/biblio/archive/sey_traktat/)
3. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Zomb/13.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/13.php)
4. Квартальнов В. А. Туризм. 2-е изд., перераб. Финансы и статистика. - М., 2006. – С. 5 (336 с.).
5. Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской Республике. / Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской Республике 2009-2014. - Бишкек, Нацстатком Кырг. Респ., 2014. - 143 с.
6. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.