

УДК 334.012.32 (575.2) (04)

СЕМЕЙНЫЙ И НАДОМНЫЙ БИЗНЕС

Е.Б. Умарбаева – аспирант

Рассматривается один из подсекторов малого и среднего предпринимательства – семейный и надомный бизнес. В Кыргызстане семья занимает центральное место в системе социокультурных ценностей, что определяет специфику развития малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малый и средний бизнес; семейный и надомный бизнес; производительность труда.

Понятие “семейный бизнес” широко используется как в развивающихся, так и развитых странах. Семейный бизнес встречается в Северной Америке и Европе, где относительно молодые семейные компании (Wal-Mart Stores, Bertelsmann и ombardier) добились лидерских позиций. На Тайване функционирование малого и среднего предпринимательства во многом определяется национальной спецификой организации семейного бизнеса. По мнению Фукуямы, преобладание малых и средних фирм в китайском бизнесе непосредственно связано с тем, что семья занимает центральное место в системе китайских социокультурных ценностей и в отличие от Японии и Южной Кореи семейные обязательства преобладают¹. Китайская семья может включать отца и сына, “пять поколений под одной крышей” или всех родственников вообще. Подчас даже однофамильцы называют себя одной семьей. Размеры реальной семьи могут расширяться или сужаться в зависимости от обстоятельств. Все это касается и других типов личных связей (земледельческих, отношений между одноклассниками и т.д.) Они пересекаются друг с другом и создают всеобъемлющую суперсистему, напоминающую паутину, в которой каждый отдельный предприниматель, делающий свой бизнес в рамках и с помощью этой системы, представляет специфический узел. В тайваньском обществе система личных связей обеспечивает каналы поступления информации, финансовых и прочих ресурсов. Так, через родственников и друзей можно узнать о новых рабочих местах, перспективных сферах вложения капитала, новых товаров и т.д.

В Кыргызстане семья, как и на Тайване, занимает одну из важных позиций в системе

социокультурных ценностей, что определяет специфику развития малого и среднего предпринимательства, особенно на начальной стадии его развития.

Надомный бизнес – один из видов малого бизнеса, все производственные операции и виды деятельности которого полностью или их основные составные части выполняются дома².

Семейный бизнес может быть и надомным, отвечать критериям малого бизнеса (численностью персонала, объемом реализации и пр.) и осуществляться силами семьи. Следует отметить, что в семейном бизнесе могут быть заняты не только члены семьи, но и наемный персонал, партнеры, не являющиеся родственниками семьи, хотя руководителями и основными собственниками должны быть члены семьи.

Типичный портрет семейной фирмы:

↳ владельцы фирмы, а зачастую и ее ключевые сотрудники связаны родственными или дружескими отношениями. Это обстоятельство определяет построение системы управления предприятием, его отчетности;

↳ у фирмы непрозрачная структура, закрытая бухгалтерия и непростая история взаимоотношений с контролирующими органами. Такие предприятия не имеют стратегических планов развития, страдают отсутствием множества документов, что не позволяет человеку со стороны объективно оценить реальную прибыль бизнеса. У собственников отсутствует потребность раскрывать объективные сведения о своей деятельности. Иными словами, бизнес строится “по-домашнему” (такие предприятия называют “закрытыми”);

¹ Диярханов В. Роль малого бизнеса в экономике Тайваня // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – №9. – С. 104.

² Наабер Ю.Р., Наабер Е.Ю. Семейный и надомный бизнес как сфера приложения новой техники и современных технологий // Актуальные вопросы совершенствования социально-экономической политики в Кыргызской Республике. – 2008. – С. 146.

Недостатки и преимущества семейного и надомного бизнеса

Недостатки	Преимущества
Определенные ограничения:	Возможности:
Площадь земельного участка и производственные помещения	Быстрое реагирование на запросы клиентов
Потребление электроэнергии (существующие передаточные устройства возможно не обладают нужной производительностью)	Адаптивность и устойчивость бизнеса, его организационное единство, так как на структуру бизнеса накладывается структура связей семьи
Экологическая чистота. Производство не должно иметь вредных выбросов, производить шум, не вызывать протесты соседей	Хорошее знание местного рынка

↪ практически во всех компаниях пост генерального директора занимает один из учредителей, в очень редких случаях – наемный управляющий.

Поступательное движение научно-технического прогресса расширяет возможности семейного и надомного бизнеса. Этот подсектор может освоить виды деятельности, где применимы самые высокие технологии и передовая техника¹. Изобретение персонального компьютера является импульсом развития семейного и надомного бизнеса, что позволило более эффективно работать дизайнерам, инженерам, бухгалтерам, научным работникам и т.д.

Семейный бизнес хорош на начальной стадии формирования и развития фирмы. В последующем, когда будут распространены нормативные деловые отношения, процессы с отчетливыми обязательствами и инструкциями, увеличится количество работников и объем оборота (производства, работ и услуг), бизнес может классифицироваться и в средний, и в крупный, а семейный подход останется в совсем малом бизнесе.

Семейный бизнес имеет свои положительные и отрицательные стороны. У этого подсектора, если мы считаем сектором экономики МСБ республики, имеются определенные ограничения при его функционировании. На основе исследования Ю.Р. Наабера была составлена та-

блица, в которой приведены недостатки и преимущества семейного и надомного бизнеса.

Семейный и надомный бизнес приносит как экономическую, так и неэкономическую выгоду: уважаемое положение в обществе, гордость и чувство принадлежности к семейным традициям, возможность для одних членов семьи работать в бизнесе, а для других – добиваться своих целей с опорой на этот бизнес.

Для государства этот подсектор является одним из вариантов развития малого и среднего бизнеса. Новые рабочие места могут создаваться за счет развития малого и надомного семейного бизнеса в максимально широком охвате отраслей производства и видов деятельности. Создание рабочих мест возможно и в крупном бизнесе, государственных органах, и в среднем предпринимательстве, но опыт развитых стран показывает, что только малый бизнес демонстрирует постоянный рост новых рабочих мест во всех сферах и на всей территории. Недаром китайская поговорка гласит: “маленькой лодке в отличие от большого корабля легче маневрировать”².

Курс на развитие малого и семейного предпринимательства позволил бы не только максимально использовать возможности, заложенные в малом бизнесе, но и снизить уровень безработицы, максимально задействовать трудоемкие технологии и использовать оборудование в сочетании с новой техникой и внедрением инноваций, повысить производительность труда.

¹ Разумнова И.И. Семейный и надомный бизнес: опыт США. Проблема занятости и надомная организация труда // США – Канада. Экономика-политика-культура. – 2009. – С. 104.

² Бирюков А. Развитие малого и среднего бизнеса – локомотив экономики // Вопросы экономики. – 2002. – №9. – С. 123.