

**Марина Купалова**

магістр соціології, аспірантка соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, старший лаборант кафедри політичної соціології соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

**Maryna Kupalova**

master of Sociology, PhD student of School of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University, Assistant of the Department of Political Sociology of School of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

## ФУНКЦІ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті аналізується феномен сімейного бізнесу. Робиться спроба надати актуальне для соціологічного вивчення визначення поняття «сімейний бізнес». Наголошується на тому, що сімейний бізнес має не тільки численні різновиди, а й особливу статусно-рольову структуру, яка певною мірою залежить від розподілу ролей у сім'ї та досить відчутно впливає на функціонування бізнесу. З огляду на теоретичні напрацювання сучасних науковців щодо функцій сімейного бізнесу, формулюються основні економічні та соціальні функції сімейного бізнесу, а також виявляється його культурний капітал. Відзначається, що сімейний бізнес завдяки реалізації широкого спектру соціальних функцій, здійснює вплив на суспільно-економічний розвиток країни.

**Ключові слова:** сімейний бізнес, бізнес, підприємництво, сім'я, домогосподарство, соціальний інститут, соціальні функції.

В статье анализируется феномен семейного бизнеса. Делается попытка предоставить актуальное для социологического изучения определение понятия «семейный бизнес». Подчеркивается, что семейный бизнес имеет не только многочисленные разновидности, но и особую статусно-ролевую структуру, которая в определенной степени зависит от распределения ролей в семье и довольно ощутимо влияет на функционирование бизнеса. Учитывая теоретические наработки современных ученых относительно функций семейного бизнеса, формулируются основные экономические и социальные функции семейного бизнеса, а также выявляется его культурный капитал. Отмечается, что семейный бизнес благодаря реализации широкого спектра социальных функций, оказывает влияние на общественно-экономическое развитие страны.

**Ключевые слова:** семейный бизнес, бизнес, предпринимательство, семья, домохозяйство, социальный институт, социальные функции.

The present paper concerns the phenomenon of family business. The author makes an attempt to give the definition for family business which can be relevant for sociological study. Special emphasis is given to the fact that family business not only has different types but also a special status and role structure which to certain extent depends on the distribution of family roles and influences the functioning of business. Taking into account theoretical basis of modern scholars as for the functions of family business its main economic and social functions are determined and its cultural capital is outlined. Family business is stated to influence the social and economic development of the country through implementation of different social functions.

**Keywords:** family business, business, entrepreneurship, family, household, social institute, social functions.

Сімейний бізнес є розповсюдженою практикою у багатьох країнах. Сімейне підприємництво суттєво відрізняється від інших видів бізнесу. В основі його створення та функціонування лежать сімейні відносини, що більш за будь-які інші пов'язані із цінностями й традиціями конкретного суспільства. Водночас на сімейний бізнес мають вплив й інші чинники, зокрема державна політика щодо бізнесу, сприйняття такого бізнесу суспільством, соціально-економічна ситуація в країні та ін. Так, у сучасному українському суспільстві сімейний бізнес як форма малого (середнього) підприємництва найбільше відчуває на собі негативний вплив соціальних та економічних проблем, нестабільності середовища ведення бізнесу, бюрократії тощо. Особливої актуальності цій проблематиці додає той факт, що сімейний бізнес більш за інші види бізнесу потребує підтримки з боку держави. Однак в Україні відсутні цільові державні програми, спрямовані на підтримку, розвиток і захист даної форми бізнесу. Для удосконалення державного регулювання сімейного бізнесу потрібна соціологічна інформація, яка дозволить комплексно і системно оцінити його стан і проблеми. Але на даний час вивчення феномену сімейного бізнесу відбувається більше в межах економічної науки. З огляду на це, постає нагальна потреба власне соціологічного дослідження поняття «сімейний бізнес та феноменів, що називаються цим поняттям.

**Мета** даної статті полягає у визначенні функцій сімейного бізнесу. Для її реалізації перш за все потрібно з'ясувати зміст поняття «сімейний бізнес» та виявити підґрунтя виникнення даного феномену.

Бізнес може бути створений людьми індивідуально, або групою осіб, що знаходяться в дружніх відносинах, добре знайомі один з одним, тоді виникає підприємство, створене компаньйонами на паях. Але часто нове підприємство організують родичі, близькі або далекі члени однієї сім'ї. Такі фірми отримали у світовій термінології назви: «сімейна фірма» або «сімейний бізнес». При цьому, щоб залишатися сімейним бізнесом, він, а також його капітал, повинні залишатися в руках родини і передаватися у спадок [1].

Вивчення феномену сімейного бізнесу знаходиться на стику багатьох наук. Його можна розглядати як організацію, як особливий вид бізнесу та підприємництва під кутом зору соціології економіки, соціології підприємництва, теорії домогосподарства та соціології сім'ї. Саме через таку міждисциплінарність, розглядаючи поняття сімейного бізнесу, варто висвітлити значення таких понять, як «бізнес», «підприємництво», «сім'я» та «домогосподарство».

Звертаючись до понять «бізнес» та «підприємництво», потрібно відразу зазначити, що у даній статті вони будуть розумітися як тотожні за своїм змістом. Так, С. Ожегов і Н. Шведова трактують бізнес «як підприємницьку економічну діяльність, яка приносить дохід, прибуток» [2, с. 11]. Що стосується поняття «сім'я», то воно визначається як історично усталена система взаємин між батьками і дітьми як малої групи, члени якої пов'язані шлюбними або родинними відносинами, спільністю побуту і взаємною моральною відповідальністю» [3, с. 75].

Під терміном «домогосподарство» матиметься на увазі група осіб (мінімальна чисельність дорівнює одиниці), які добровільно об'єдналися та ведуть спільну діяльність з відтворення безпосередніх умов життя і розподілу отриманих результатів спільного господарювання. В. Радаєв пропонує розглядати домашнє господарство як сферу зайнятості, в якій члени сім'ї забезпечують своєю працею особисті потреби у формі натуральних продуктів і послуг [4].

Сімейний бізнес є дуже схожим на домогосподарство, оскільки навіть основні топологічні властивості домогосподарств можуть застосовуватися і до сімейного бізнесу, а також сім'ї, яка ним займається. Деякими з таких властивостей є: «спільне проживання і облаштування побуту; спільна діяльність з ведення господарства; володіння певними ресурсами; самостійне прийняття господарських рішень; прагнення до максимального задоволення потреб» [5, с. 18]. Домогосподарство, у свою чергу, може функціонувати не тільки як натуральне господарство (виготовлення продуктів тільки для себе), а й як підприємство, що надає свої товари або послуги на ринок. Членам домогосподарства доводиться оформлювати потрібні за законодавством документи, відкривати підприємницьку діяльність, дотримуватися норм та правил виготовлення і обслуговування, або праці, розподіляти ролі та ін. У такому разі спостерігається процес інституціоналізації домогосподарства, адже, як відомо, під даним процесом саме й розуміють формування нових соціальних інститутів, що починається з усвідомлення певної необхідності і закінчується створенням системи ролей та статусів. Варто зазначити, що соціальний інститут розуміється як сукупність норм і правил у будь-якої галузі суспільних відносин та форма суспільного устрою [6].

Взявши за основу зазначене вище, ми вважаємо, що сімейний бізнес і є саме домогосподарством, що пройшло процес інституціоналізації або перебуває на етапі його проходження.

Зазвичай, сімейним бізнесом називають ініціативну самостійну діяльність громадян, спрямовану на отримання прибутку, засновану на оптимальному використанні сімейного капіталу, включаючи фізичний, фінансовий та інтелектуальний капітал членів сім'ї. Аналіз західних та вітчизняних джерел з проблем розвитку сімейного бізнесу дозволяє запропонувати таке тлумачення головного поняття нашого дослідження: сімейний бізнес – це бізнес, в межах якого право власності на певне підприємство повністю або значною мірою належить членам однієї родини, а також передається наступним поколінням за правом спадковості.

Сімейний бізнес як форма підприємництва – це форма ділового життя, яка здатна швидко змобілізувати необхідні фінансові й виробничі ресурси, пришвидшити темпи науково-технічного прогресу, вирішити проблему зайнятості населення, а також сформуванати економічно самостійний і стабільний середній клас [10].

Робочим для нас є визначення Н. Баранець: «Сімейне підприємництво являє собою ініціативну діяльність членів сім'ї та їхніх родичів, які є власниками і працівниками створеного або придбаного ними підприємства, діяльність якого спрямована на задоволення потреб суспільства шляхом організації виробництва та збуту товарів і послуг. На початковій стадії розвитку – це форма малого або середнього бізнесу, яка має можливість для подальшого зростання і перетворення у велику організацію зі світовим ім'ям» [11, с.129]. Спираючись на це визначення, ми зробили спробу сформулювати власну дефініцію даного поняття, розглядаючи сімейний бізнес як форму малого або середнього бізнесу, власниками якого є члени однієї сім'ї, які ж і здійснюють управління над ним.

У сучасних теоретичних і емпіричних дослідженнях пропонуються різні підходи до класифікації сімейного бізнесу, що спираються на ті чи інші критерії: типологія сімейного бізнесу з позицій наступності, різні класифікатори сімейних підприємств з позицій володіння і управління (розподіл ролей в сім'ї), типологія сімейного бізнесу в залежності від структури управління сімейними активами тощо [12].

Всю сукупність сімейного бізнесу за структурою і розосередженням капіталу, з управління організаціями та за кількістю працівників можна умовно розділити на дві групи. Перша – сімейний бізнес у вузькому сенсі, в якому зайняті члени сім'ї та їхні найближчі родичі і рідше наймані працівники. Як правило, це невеликі підприємства з персоналом не більше 10 осіб. Вони не часто

мають чіткий посадовий розподіл повноважень, структуру підпорядкування. Лідерство належить главі сімейства, а решта виконують свою роботу так, як розуміють її. За цим же принципом найчастіше будуються консалтингові компанії, кадрові агентства, невеликі сімейні видавництва. Другий підклас – бізнес кількох споріднених сімей та певної кількості найманих працівників, які не є родичами керівництва. Це, як правило, підприємства з чітко поставленою організацією і структурою підпорядкування, де сімейні відносини переходять в «ділові», і доводиться вважати, що частина родичів стає управлінцями, а частина – їхніми підлеглими. Такий бізнес успадковується з покоління в покоління, його власниками є ті чи інші сімейні клани. У цьому випадку сім'ї належить тільки контроль за рахунок сімейного пакету акцій. У кожній країні певній родині необхідно зберігати різний відсоток акцій для того, щоб мати право називатися сімейним бізнесом [12].

Розглянемо класифікацію ролей членів сім'ї та інших учасників сімейного бізнесу, на основі їхньої приналежності до сім'ї, власності та менеджменту:

- не залучений до бізнесу член сім'ї, який не має прав на сімейні активи (не володіє акціями сімейного підприємства) («аутсайдер»);
- інвестори, які не беруть участі в управлінні і діяльності сімейного бізнесу і не є частиною сім'ї;
- співробітники, які не мають частки в бізнесі і не є частиною сім'ї;
- сімейні акціонери (співвласники бізнесу), які не є співробітникам сімейного підприємства і не беруть участь в управлінні;
- члени сім'ї, які зайняті в сімейному бізнесі і керують ним, але не є його співвласниками;
- співробітники - не члени сім'ї, які мають частку в сімейному бізнесі;
- члени сім'ї, які є співвласниками сімейного бізнесу і залучені в управління ним [12].

Налагодження сімейного бізнесу передбачає наявність: 1) достатнього стартового сімейного капіталу; 2) фінансових і матеріальних ресурсів; 3) певної кваліфікації (спеціальної підготовки, освіти, досвіду); 4) сприятливих демографічних параметрів; 5) відповідної мотивації; 6) певної ринкової ніші тощо [1].

Сімейний бізнес має глибоке історичне коріння й розвивається поетапно у зв'язку з переходом від однієї епохи до іншої. Завдяки цьому, можна стверджувати, що поступово збільшується й кількість його функцій. Наприклад, у доіндустріальну епоху перева-

жаючим типом господарства було селянське господарство. У його організації найважливіша роль належала чоловікові як голові сім'ї: чоловік, батько, власник і відповідальний за прийняття рішень. Головною функцією сімейного бізнесу даного періоду можна вважати функцію самозабезпечення сім'ї. В індустріальну епоху складаються ринкові відносини, які дали можливість сім'ї стати господарюючим суб'єктом. В аграрному секторі - це формування селянського (фермерського) господарства; в промисловості, фінансах, сфері послуг - індивідуальні та сімейні підприємства. Еволюція господарських форм призвела до створення системи взаємодіючих інституційних, тобто закріплених нормами і звичаями прав і зобов'язань, господарюючих суб'єктів [13]. Результатом цього було значне розширення функцій сімейного бізнесу, які стали актуальними й для постіндустріальної епохи, тобто для сучасної економічної системи. До таких функцій відносяться: формування конкурентного середовища в різних сферах діяльності бізнесу; зменшення рівня монополізації; покращення стану ринку праці та зниження рівня безробіття на місцях через самозайнятність сімей; покращення рівня життя; надання гнучкості ринковій економіці через швидку реакцію на зміни у ринковій кон'юктурі; сприяння створенню більш збалансованої системи надання послуг, особливо в периферійних районах; функція активізації місцевої економіки, адже окрім розширення пропозиції, переважна частка сімейних підприємств працює на місцевій сировині тощо.

Розглядаючи функціональність сімейного бізнесу, ми переконалися у тому, що поряд з економічними сімейний бізнес виконує низку соціальних функцій. Базуючись на поглядах щодо даного питання таких науковців, як Волков Д. А., Митрофанова І. В., Барков С. А., Кириккіна Е. С. та ін., нами було сформульовано основні, на наш погляд, соціальні функції сімейного бізнесу:

1. Функція формування середнього класу, адже володіння сімейним бізнесом впливає на виховання наступного покоління, яке, в подальшому, матиме досвід ведення підприємницької діяльності та шанси сформувати сильний середній клас у суспільстві. А це допоможе не тільки в економічному зростанні, але й може вплинути на соціальні та політичні процеси;

2. Функція пом'якшення соціальної напруженості, оскільки завдяки сімейному бізнесу можливо забезпечувати роботою членів сім'ї та інших громадян, переводячи їх з розряду потребуючих соціальної підтримки у розряд самодостатніх громадян країни, інши-

ми словами, це важливий інструмент боротьби з бідністю населення;

3. Функція залучення до процесу суспільного виробництва людей, що за певних обставин не є працездатними (пенсіонерів, студентів і учнів, інвалідів та ін.), адже допомагати у сімейному бізнесі можуть усі члени родини, незалежно від віку чи фізичних вад;

4. Функція формування соціально-економічної суб'єктивності, адже сімейний бізнес надає можливість вибору соціального статусу в економічній діяльності: підприємця або найманого працівника;

5. Функція підвищення ефективності бізнесу, оскільки реалізація базових функцій підприємництва і власності однією особою призводить до більшої особистої зацікавленості в успішності бізнесу;

6. Функція надання вибору, адже такий бізнес заповнює собою економічно не вигідні для великого бізнесу ніші, що дозволяє більше розширити пропозиції ринку для населення;

7. Функція самореалізації оскільки, сімейний бізнес надає можливість реалізувати власні ідеї та здібності, що стосуються підприємливості. Особливо актуальною дана функція є для жінок. Сімейний бізнес надає можливість жінкам займатися не тільки родиною, а й справами і, тим самим, реалізувати себе в професійній площині. У сучасному світі жіночі ролі набувають все більшого значення в організаційній ієрархії, жінки проявляють все більшу активність у широкому діапазоні ролей. В команді родичів, що здійснює менеджмент і володіє власністю, як правило, присутні жінки, які все частіше виявляють себе як компетентні, активні і захоплені учасники сімейного бізнесу, чия інтуїція і ініціатива заслуговують заохочення і поваги. За даними National Women's Business Council, жінки контролюють пакети акцій (51% і більше) приблизно 1/3 приватних компаній по всьому світу [15; 16].

8. Функція економічної соціалізації, адже залучення дітей до сімейної справи створює умови для успішної інтеріоризації норм та цінностей у цій сфері людської життєдіяльності.

Окрім економічних та соціальних функцій, на нашу думку, варто оцінити й культурний капітал, який містить у собі сімейний бізнес. Адже, по-перше, такий бізнес сприяє розвитку корпоративної соціальної відповідальності, оскільки цінує свою ділову репутацію, а від якості вироблених ним товарів або послуг залежить не тільки його існування на даній території, в даній громаді, а й подальша доля членів сім'ї, які мають дохід від даної

справи. По-друге, сімейний бізнес забезпечує стабільну соціально-економічну атмосферу в суспільстві, формує позитивне, спрямоване в майбутнє ділове середовище. По-третє, зростання доходу сім'ї дозволить її членам отримати якісну освіту та розвиватися у різних сферах.

Як виявилось, сімейний бізнес має досить широкий спектр функцій, які з різною силою впливають на суспільно-економічний розвиток. Це є підтвердженням того, що сімейний бізнес потрібно підтримувати та надавати йому можливості для ефективного функціонування як з боку держави, так і з боку суспільства.

Розглянувши різні визначення сімейного бізнесу, класифікацію ролей у ньому та спектр функцій, які ним виконуються, вважаємо за потрібне перейти до висновків. Як виявилось, вивчення феномену сімейного бізнесу не може відбуватися в рамках однієї певної науки або теорії, а має бути міждисциплі-

нарним. Одним з таких важливих моментів для вивчення сімейного бізнесу саме з точки зору соціології є те, що цей бізнес виконує велику кількість функцій, які, як з'ясувалося, можуть бути не тільки економічними, а й соціальними. Базуючись на функціях, які були нами сформульовані, можна стверджувати, що занепад сімейного підприємництва не тільки завдає шкоди економічним відносинам, але й негативно впливає на соціальне самопочуття населення, на формування середнього класу, на стабільність сімейного розвитку тощо. З нашої точки зору, сімейний бізнес у сучасному українському суспільстві потребує соціологічного вивчення багатьох його аспектів. Досліджуючи дану тематику, науковець має чітко розрізняти сімейний бізнес та інші види підприємництва, розуміти його особливості, знати, які він виконує соціальні функції та наскільки вони є важливими для суспільства в цілому та для самого бізнесу.

#### Література

1. Бархатова Н. М. Семейный бизнес и семья в бизнесе / Н. М. Бархатова // -К. : ЭКО, 1999. – С. 127-150.
2. Алексеева Г. М. О роли малого и среднего предпринимательства в инновационной экономике / Г. М. Алексеева // Альманах современной науки и образования. – 2014. – № 10 (88). – С. 11-12.
3. Харчев А. Г. Брак и семья в СССР / А.Г. Харчев. – М.: ЦСП, 1979. – 342 с.
4. Радаев В. В. Человек в домашнем хозяйстве [Электронный ресурс] / В. В. Радаев // Социс. – 1997. – № 4. – Режим доступа: [http://kkorsinto.spb.ru/prepod/sociol4\\_08/006.RADAEV.pdf](http://kkorsinto.spb.ru/prepod/sociol4_08/006.RADAEV.pdf)
5. Анимича Е. Г. Теоретическое осмысление сектора домашних хозяйств как самостоятельного института / Е. Г. Анимича, К. А. Зуева // Известия Урал. гос. экон. ун-та. – 2012. – № 5(43). – С. 16-21.
6. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. / Подобщ. ред. Борисова А. Б. – М.: Книжный мир, – 2003. – 594 с.
7. Разов П.В. Институциональный подход и возможности его применения в социологии управления [Электронный ресурс] / П.В. Разов // Армия и общество. – 2012. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/institutsionalnyy-podhod-i-vozmozhnosti-ego-primeneniya-v-sotsiologii-upravleniya>
8. Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action. [Электронный ресурс] / J. Habermas. – Режим доступа: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=fmYjgiUMy7EC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Habermas+J.+Moral+Consciousness+and+Communicative+Action.+Cambridge,+Mass.+1990.&ots=-b9K18FeHo&sig=aXbjQV5xagWJS1slQTe g6h - FeUQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=fmYjgiUMy7EC&oi=fnd&pg=PR7&dq=Habermas+J.+Moral+Consciousness+and+Communicative+Action.+Cambridge,+Mass.+1990.&ots=-b9K18FeHo&sig=aXbjQV5xagWJS1slQTe g6h - FeUQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
9. Веблен Т. Теория праздного класса: экономическое исследование институций [Электронный ресурс] / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – Режим доступа: <http://www.library.fa.ru/files/Veblen.pdf>
10. Кулиняк І.Я. Сімейний бізнес: сутність поняття/ І.Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – № 24(9). – С. 390-394.
11. Баранец Н.И. Семейное предпринимательство как социально-экономическая проблема / Н.И. Баранец // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2007. – № 4. – С. 124-131.
12. Волков Д.А. Классификация семейного бизнеса / Д. А. Волков // Российское предпринимательство. – 2012. – № 15 (213). – С. 42-47.
13. Давыдова Н. М. Глава семьи: распределение ролей и способ выживания / Н. М. Давыдова // Общественные науки и современность. – М.: Экспресс, 2000. – С. 38-46.
14. Митрофанова И. В. «Феномен» семейного бизнеса [Электронный ресурс] / И. В. Митрофанова // Социс. – 1996. – С. 122-124. – Режим доступа: [http://ecsosman.hse.ru/data/170/786/1219/017\\_Mitrofanova\\_122-124.pdf](http://ecsosman.hse.ru/data/170/786/1219/017_Mitrofanova_122-124.pdf)
15. Higginson N. Preparing the next generation for the family business: relational factors and knowledge transfer in mother-to-daughters succession [Электронный ресурс] / N. Higginson. – Режим доступа: <http://www.aabri.com/manuscripts/09284.pdf>
16. Барков, С. А. Семейный бизнес в XXI веке: социальные детерминанты развития / С. А. Барков, О. В. Дорохина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2014. – № 4 (32). – С. 85-94.
17. Го Сяндун Наследование семейного бизнеса: социальные и управленческие аспекты/ Го Сяндун // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2012. – № 1 (11). – С. 50-51.
18. Киренкина Э. С. Проблемы развития малых семейных предприятий в Украине / Э. С. Киренкина // Экономика Крыма. – 2009. – № 28. – С. 84-87.