

СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

Купалова М.М.

аспірантка,

Научный руководитель: Хижняк Л.М.

доктор социологических наук, профессор,

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Развитие семейного бизнеса является одним из главных условий формирования механизма преемственности и навыков предпринимательства, а также влияет на рост среднего класса как основы и фактора стабильности общества. Кроме того, семейный бизнес способствует объединению членов семьи в трудовой и инициативной деятельности, социализации детей, привлечению к труду членов семей с ограниченной трудоспособностью, возвращению к расширенной форме семьи и семейным традициям. То есть семейный бизнес играет весомую роль как в экономических, так и социальных аспектах. Семейный бизнес необходимо изучать не только с экономической точки зрения, но и с социологической. Ведь именно социологические исследования помогут узнать, как общее дело влияет на семейные отношения, как такая семья взаимодействует со своим окружением, с какими проблемами чаще всего сталкиваются в начале и в процессе развития семейного бизнеса, а также перспективы развития такого вида бизнеса и другое.

Для выяснения вышеперечисленных аспектов нами было проведено социологическое исследование «Семейный бизнес: взгляд изнутри» в марте 2017 года. Объектом исследования выступали представители семейного бизнеса. Предметом исследования – закономерности и факторы формирования и развития семейного бизнеса глазами его представителей. Цель исследования: концептуализировать социологическое изучение практик семейного бизнеса. Основная гипотеза исследования: перспективы развития семейного бизнеса в Украине связаны с его последующей институционализацией и преодолением противоречий между общественной востребованностью и реальным его состоянием. Понятие «семейный бизнес» трактовалось нами как «инициативная деятельность членов семьи и их родственников, которые являются владельцами и работниками созданного или приобретенного ими предприятия, деятельность которого направлена на удовлетворение потребностей общества путем организации производства и сбыта товаров и услуг» [1, с. 128-129].

Для проведения данного исследования нами использовался метод глубинного интервью. Ведь именно этот метод позволяет глубже разобраться в вопросах развития семейного бизнеса и выявить более существенную аргументацию для обоснования теоретических положений и выводов по

исследуемой теме. Глубинные интервью проводились с представителями семейного бизнеса. Именно их мнение было важно для исследования, ведь они знают все нюансы этого дела изнутри и могут предоставить наиболее точную и полную информацию. Критерии отбора респондентов: респондент должен возглавлять семейный бизнес; семейный бизнес должен быть малым или средним; семейный бизнес должен находиться в Харьковской области.

В ходе исследования было проведено 18 глубинных интервью с представителями семейного бизнеса Харьковщины. Каждое из них начиналось блоком вопросов о семье респондента. Благодаря этому выяснилось, что опрошенные нами, респонденты жили в браке со своим мужем / женой, на тот момент, от 15 до 42 лет. Это дает возможность говорить о том, что это устоявшиеся семьи, имеющие опыт. Также оказалось, что в каждой семье чаще всего есть двое или трое детей, которые уже достаточно взрослые. Часто указывалось, что к началу собственного дела в семье был один ребенок и, если бы не бизнес, посредством которого улучшились финансовые возможности, то вряд ли бы семья решилась на второго ребенка. Представители семейного бизнеса отмечали, что все члены их семьи тем или иным образом задействованы в его функционировании. Стоит отметить, что сферы семейного бизнеса достаточно различаются. Ведь некоторые семьи занимаются продажей продуктов питания, другие производством их, также есть семьи, которые имеют бизнес в сфере общественного питания. Что касается семей, в которых бизнес не связан с пищевой промышленностью и продажей продуктов, то они занимаются продажей строительных материалов, изготовлением и продажей одежды, имеют строительные и фирмы по ремонту, занимаются изготовлением мебели и прочее. Выбранные нами для исследования семьи имеют малый или средний бизнес. В Бланке глубинного интервью, кроме блока вопросов о семье, были и такие: Мотивация занятия семейным бизнесом; Выбор сферы деятельности; Семейные отношения; Взаимодействие с социальным окружением: Виденье проблем семейного бизнеса; Взгляд в будущее.

Опираясь на результаты исследования нами были сделаны следующие выводы.

Мотивацией к занятию семейным бизнесом, по мнению его представителей, чаще всего становится:

- получение прибыли;
- будущая финансовая независимость семьи;
- развитие собственного предпринимательского потенциала;
- поддержка и развитие таланта члена семьи;
- желание ни от кого не зависеть.

Причинами, которые стали главными при выборе сферы семейного бизнеса, указываются:

- свободная сфера деятельности;
- образование;
- опыт в сфере,
- знакомства, которые могли помочь именно в выбранной сфере;
- финансовые расчеты выгоды занятия бизнесом в определенной сфере;

- предпочтения кого-то из членов семьи;
- опыт прошлых поколений семьи.

Стоит обратить внимание на то, как влияет общий бизнес на семейные отношения. Респонденты выделили положительное и негативное влияние.

К положительному можно отнести:

- сплочение семьи;
- быстрое решение внутрисемейных конфликтов;
- взаимопонимание с детьми;
- увеличение уважения друг к другу.

К отрицательному же влиянию респонденты относят:

- конфликты в семье из-за проблем в бизнесе;
- нехватка времени для ведения хозяйства;
- малое количество времени для совместного семейного отдыха.

Результаты исследования подтверждают тезис исследователя семейного бизнеса И.Я. Кулыняка о том, «что государство вместо того, чтобы способствовать развитию таких предприятий, как это практикуется в других странах, наоборот, все больше давит на них различными налогами и законами, которые с каждым днем затрудняют их функционирования и стимулируют к банкротству» [2, с. 392]. Ведь главными проблемами для эффективного функционирования семейного бизнеса респонденты считают те, которые относятся к государственному регулированию:

- отсутствие отдельной нормативно-правовой базы для семейного бизнеса;
- нагрузка налогами;
- отсутствие программ поддержки государством семейного предпринимательства.

Также респонденты выделяют проблемы, с которыми сталкиваются в семье и социальной среде:

- конфликтные ситуации, связанные с неформальными отношениями в рамках бизнеса;
- сложность распределения обязанностей между членами семьи;
- предубеждения относительно хорошего финансового положения семей, имеющих собственный бизнес.

Как показало исследование, основные трудности развития семейного бизнеса в Украине связаны с законодательством и налогообложением. Внутрисемейные и внешние социальные проблемы семейного бизнеса воспринимаются его представителями как неизбежные, но преодолимые. Семейный бизнес сейчас переживает трудные времена и его представители пытаются поддерживать его функционирования и развивать для своих детей и внуков.

Список использованных источников:

1. Баранец Н.И. Семейное предпринимательство как социально-экономическая проблема / Н.И. Баранец // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2007. – № 4. – С. 124-131.
2. Кулиняк І.Я. Сімейний бізнес: сутність поняття / І.Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – № 24(9). – С. 390-394.