Волков Дмитрий Анатольевич
соискатель, Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, программа DBA, предприниматель
13vd@mail.ru

сущность семейного бизнеса: позиции зарубежных ученых

обоснование развития теории семейного бизнеса

Аннотация

В статье рассматриваются методологические основания развития теории семейного бизнеса. Приводится анализ зарубежных публикаций в области теоретических исследований в этой сфере.

Ключевые слова: семейный бизнес, теория семейного бизнеса, исследования семейного бизнеса, сущностный и компонентный подход к семейному бизнесу, дефиниции семейного бизнеса, методология семейного бизнеса

Почему семейный бизнес существует? Какие факторы обусловили и объясняют его многосторонность, вариативность развития, ограничения, эффективность и преемственность в пределах различных индустриальных и географических контекстов? Каким образом возможно в теории семейного бизнеса развивать операционную структуру стоимости, которая позволяет идентифицировать класс семейных активов?

Зачастую исследователи обращаются к «темной стороне» семейного бизнеса, апеллируя к возможным рискам перераспределения финансовых потоков в ущерб бизнес-позиции в сторону «карманных проектов» членов семьи. Но при этом возникает закономерный вопрос: должна ли семья в условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка поддерживать стратегические направления развития компании, либо она может рассмотреть открывающиеся возможности с позиций технологий «непрофильного бизнеса»?

Обратимся к исследованиям семейного бизнеса с точки зрения идентификации актуальных проблем.

Основные теории семейного бизнеса неоднородны и развиваются на уровне локальных аспектов, не представляя самой парадигмы развития и управления семейным бизнесом (*см. рис. на с. 24*). Исследования того, каким образом преемственность приводит к непрерывности семейного бизнеса, очень ограничены и недостаточны. Необходима разработка соответствующей концептуальной модели.

СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

формирование ● становление ● развитие ● воспитание основателей

ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

вовлечение в семейный бизнес ● факторы мотивации преемника ● ожидаемые результаты при передаче бизнеса ● модели вовлечения в семейный бизнес

КОНФЛИКТЫ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС КАК ФЕНОМЕН

гендерный аспект ● территориальные модели (Азия, Европа, Южная Америка)

Рис. Структура зарубежных исследований семейного бизнеса

Зарубежные исследования

Например, в ряде зарубежных исследований при анализе перспектив и необходимости развития семейного бизнеса указывается его роль в национальной экономике, а проблемное поле развития семейного бизнеса активно разрабатывается в различных контекстах:

– процесс основания, формирования и развития, «созревания» учредителей семейного бизнеса (1–3)

– вовлечение членов нового поколения в семейный бизнес (4–5);

…теории семейного бизнеса неоднородны и развиваются на уровне локальных аспектов, не представляя самой парадигмы развития и управления семейным бизнесом

– факторы мотивации преемника семейного бизнеса и ожидаемые результаты (6);

– четырехфакторная модель вовлечения следующего поколения в семейный бизнес (7);

– гендерный аспект – женщины в семейном бизнесе (8–9);

– феномен женского лидерства в семейном бизнесе, преемственность в семейном бизнесе, где владелец бизнеса – женщина (10–11);

– «внешний» руководитель семейного бизнеса (не являющийся членом семьи) (12).

Обширно исследованы такие две ключевые проблемы семейного бизнеса, как конфликты и преемственность, в том числе влияние семьи на процесс преемственности; планирование преемственности, а также последовательность, процесс изменений и провал на уровне разных поколений. В части теоретических исследований модели семейного бизнеса изучены и с точки зрения территориальных аспектов.

Проведенный анализ работ позволил сделать вывод о том, что, несмотря на обширно исследованное проблемное

поле развития семейного бизнеса, усилия исследователей концентрируются на идее взаимного влияния семьи на бизнес и бизнеса на семейные отношения. Различные аспекты этого влияния находят отражение в прикладных исследованиях и формализации моделей семейного бизнеса.

Так, разработаны модели жизнеспособного семейного бизнеса, который принимает во внимание взаимные отношения между семьей и бизнес-системами, чтобы способствовать как развитию семьи, так и повышению доходов семейного бизнеса (13).

Другие ученые развивают идеи «перспективы семейных инвестиций», рассматривая особенности семейных систем в своих исследованиях (14).

Признавая эффективность интеграции семьи и семейного бизнеса, некоторые исследователи определяют эффективность семейного бизнеса, рассматривая теорию идентификации совладельцев семейного бизнеса с позиций определения принципов распределения ресурсов, то есть в рамках измерения бизнес-процессов (12).

Некоторые же исследования предполагают, что успех семейного бизнеса зависит больше от эффективного управления интеграцией и пересечения, наложения интересов семьи и бизнеса, чем от ресурсов или бизнес-процессов (15).

Таким образом, в первую очередь необходимо определить, что же такое семейный бизнес.

Тенденции в выявлении сущности семейного бизнеса

Отметим, что развитие теории семейного бизнеса и семейного предпринимательства, теоретические исследования, посвященные дефинициям семейного бизнеса, только начинаются.

…усилия исследователей концентрируются на идее взаимного влияния семьи на бизнес и бизнеса на семейные отношения

Существуют, однако, некоторые ключевые тенденции. Например, значимыми являются результаты, которые были получены в развитии теоретического определения семейного бизнеса. Кроме того, исследования и теория пролили некоторый свет на то, каким образом семейный бизнес может отличаться от несемейного. Таким образом, в настоящее время косвенно рассматриваются вопросы, почему семейный бизнес существует, какие факторы делают его более или менее успешным в выживании, росте, и создании длительной экономической ценности.

Определение объекта исследования является фундаментальным требованием для продвижения любой области.

Кроме того, как отмечалось ранее, теория семейного бизнеса должна начаться с определения, что же именно является семейным бизнесом.

Исследователи определяли изначально семейный бизнес через причастность семьи к бизнесу в рамках следующих компонентов: собственность, управление, и преемственность. Но при этом в содержании теоретических исследований возникли проблемы по точности трактовки этих компонентов.

Например, в части семейной собственности, необходимо уточнить следующее: каким образом можно определить, что важнее – 100% владение

компонентный подход неявно основан на тезисе, что семейная причастность достаточна для того, чтобы сделать предприятие семейным бизнесом

собственностью со стороны семьи, управление собственностью, или эффективный контроль? Управление семейным бизнесом – это необходимое или достаточное условие? Существенным ли является определенная вероятность преемственности в пределах семьи или достаточно самой ее возможности?

Поэтому в рамках компонентного подхода было предложено большое разнообразие комбинаций.

Некоторые исследователи изменили подход, пытаясь идентифицировать сущность семейного бизнеса, так как считали недостаточно точным определение семейного бизнеса степенью причастности семьи к бизнесу.

Некоторые авторы сконцентрировались на влиянии семьи в стратегическом руководствекомпанией, сформулировав сущность семейного бизнеса как намерение семьи сохранить контроль над бизнесом рамках следующего поколения (Litz, R.A.).

Тем не менее, обладание ресурсами, намерение передать бизнес, видение (стратегическое планирование) без соответствующего поведенческого компонента не делают предприятие семейным бизнесом, так как последний четвертый компонент невозможен без предыдущих трех, эти четыре части неотделимы.

Компонентный и сущностный подходы

Таким образом, можно предположить, что сущность семейного бизнеса заключается в следующем:

1) намерение обеспечить семейный контроль над «доминирующей коалицией»;

2) уникальные, неотделимые ресурсы и способности, являющиеся результатом причастности и взаимодействия семьи, обеспечивающие эффект синергии;

3) бизнес-позиции и стратегическое планирование, установленное семьей, в бизнесе и предназначенное для исполнения в процессе передачи следующим поколениям;

4) реализация в соответствии с бизнес-позицией и стратегическим планированием семьи на уровне следующего поколения.

Ключевое философское различие между двумя подходами трактовки семейного бизнеса находится в определении условий достаточности.

Компонентный подход неявно основан на тезисе, что семейная причастность достаточна для того, чтобы сделать предприятие семейным бизнесом.

Сущностный подход основан на тезисе, что некоторая форма семейной причастности является только необходимым условием. Семейная причастность должна быть проявлена на уровне поведенческого компонента, что идентифицируется через определенную отчетливость восприятия членам семьи стратегических задач развития предприятия, прежде чем его можно будет считать семейным бизнесом.

Таким образом, согласно сущностному подходу, два предприятия с одинаковой степенью сопричастности семьи, могутне являться оба семейным бизнесом в связи с недостаточным

развитием стратегического видения, бизнес-позиции, семейности или поведения.

Хотя язык, используемый в научной литературе при трактовке определения семейного бизнеса на первый взгляд, изображает семейную и несемейную компанию как дихотомические типы организаций, семейность, возможно, необходимо рассматривать как «непрерывную переменную».

Например, семейный бизнес может быть определен узко (семья вовлечена в оперативное управление бизнесом) или широко (семья устанавливает стратегическое руководство для бизнеса), что позволяет сделать допущение о наличии диапазона семейности. Кроме того, решение о стратегическом руководстве бизнесом может быть разделено в различной степени между представителями семьи и внешними наемными руководителями, не являющимися членами семьи. Это актуализирует необходимость развития в теории семейного бизнеса классификатора семейных предприятий.

Выводы

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

– развитие семейного бизнеса обусловлено его конкурентоспособностью и конкурентным преимуществом;

– конкурентное преимущество возникает в условиях наличия сильной бизнес-культуры;

– «семейный капитал» или «семейные активы» – обязательство и участие членов семьи – является уникальным источником бизнес-культуры, предоставляющей семейному бизнесу возможности выживания и успеха;

– для обеспечения непрерывности семейного бизнеса необходимо участие следующего поколения.

Несмотря на обширное количество научных публикаций, необходимо отметить, что теория семейного бизнеса должна быть расширена по следующим направлениям.

Во-первых, нуждается в большом дополнительном развитии система классификации семейного бизнеса и семейного предпринимательства как феномена.

Во-вторых, по результатам анализа публикаций можно сделать вывод о том, что продолжает существовать противоречие в определении сущности семейного бизнеса.

В-третьих, важные темы исследования, такие как роль внешнего руководителя семейного бизнеса (не члена семьи) остаются за пределами методологии, существующие разночтения на уровне научной терминологии, проявляющиеся часто в публикациях, затрудняют обобщение результатов исследований.

Литература

1. Kelly, L., Athanassiou, N. & Crittenden, W. (2000). Founder centrality and strategic behavior in family-owned firm. Entrepreneurship Theory and Practice, 25 (2), 27–42.

2. Kenyon-Rouvinez, D. (2001). Patterns in serial business families: Theory building through global case studies. Family Business Review. 14, 175–187.

3. Sorenson, R. (2000). The Contribution of Leadership Style and Practices to Family and Business Success. Family Business Review. 13, 183–200.

4. Eckrich, C., &Loughead, T. (1996). Effects of family business membership and psychological separation on the career development of late adolescents. Family Business Review, 9, 369–386.

5. Goldberg, S. (1996). Research note: Effective successors in family-owned

businesses: Significant elements. Family Business Review, 9, 185–197.
6. Sharma, P., & Irving, G. (2002). Four shades of family business successor commitment: Motivating factors and expected outcomes. Family Firm Institute Conference, Dallas, October.
7. Stavrou, E. (1998). A four factor model: A guide to planning next generation involvement in the family firm. Family Business Review, 11, 135–142.
8. Cole, P.M. (1997). Women in family business. Family Business Review, 10, 353–371.
9. Fitzgerald, M., &Muske, G. (2002). Copreneurs: An exploration and comparison to other family businesses. Family Business Review. 15, 1–16.
10. Dumas, C., (1998). Women's pathways to participation and leadership in family-owned firms. Family Business Review, 11, 219–228.
11. Poza, E., & Messer, T. (2001). Spousal leadership and continuity in the fmaily firm. Family Business Review. 14, 25–36.
12. Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. Academy of Management Review, 22,853–886.
13. Stafford, K., Duncan, K., Danes, S., & Winter, M. (1999). A research model of sustainable family businesses. Family Business Review. 12, 197–208
14. Aldrich, H., & Cliff, J. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. Journal of Business Venturing.
15. Olson, P., Zuiker, V., Danes, S., Stafford, K., Heck, R., & Duncan, K. (2003, forthcoming). Impact of family and business on family business sustainability. Journal of Business Venturing.
16. Litz, R.A. (1995). The family business: Toward definitional clarity. Proceedings of the Academy of Management, 100–104.
17. Sharma, P. (2002). Stakeholder Mapping Technique: Toward the Development of a Family Firm Typology. Paper presented at the 62nd meeting of the Academy of Management, Denver, August.

Dmitry A. Volkov
Applicant, Academy of National Economy under the Government of the Russian Federation, DBA program, Entrepreneur

Rationale for Development of the Family Business Theory

Abstract

The article discusses the methodological foundation of the family business theory. An analysis of foreign publications of theoretical research in this area is given.

Keywords: family business, theory of family business, research of family business, basic and component approach to the family business, definition of family business, methodology of family business