

Семейный бизнес и преемственность глазами "первого" и "второго" поколений предпринимателей

Иван Климов

К.с.н., ст.н.сотр. Международной лаборатории прикладного сетевого анализа НИУ ВШЭ, директор по исследованиям WTC Сколково

Источник данных

В основе доклада лежит исследование 2021 года.

Методология исследования сочетала два приема – личная беседа в форме полуструктурированного фокусированного интервью (как в офлайн, так и в онлайн формате), а также прохождение онлайн-опросника. Целевая группа исследования – владельцы капитала и члены их семей, чей объем активов составляет не менее, чем \$1 млн. Всего было проведено 53 интервью и собрано 121 анкета (см. Методология исследования).

В исследовании мы фокусировались на трех задачах:

- изучить вопрос, как выстраиваются отношения между семьей и компанией, возглавляемой кем-то из членов семьи;
- обсудить представления наших собеседников: является ли семейный бизнес для них ценностью, или же это атавизм, уходящая форма экономической активности;
- как планируется преемственность и как на стратегию влияют установки родителей и преемников относительно ценности семейного бизнеса.

Материалы исследования частично были опубликованы: (Агеев Д., Климов И. 2021, Климов И. 2022).

Концептуализация понятия «семейный бизнес»

Семейный бизнес, если вдуматься, это оригинальная экономическая формация. С одной стороны, это одна из старейших форм деловой активности. С другой - она показывает удивительные способности к адаптации – сквозь время, экономические эпохи и технологические революции. Природу этого стоит искать на пересечении трёх областей: экономические институты, семья предпринимателя и общество, происходящие в нем социальные процессы.

Существует множество подходов к пониманию сути «семейного бизнеса». Однозначную формулировку практически невозможно найти. Это обусловлено сложной природой самого феномена. В одном из исследований было собрано 21 определение «семейного бизнеса», которые встречаются в литературе (Chua, Chrisman, Sharma, 1999). Различия в дефинициях приводит к вполне практическим сложностям. Например, оказывается затруднительно оценить вклад семейного бизнеса в ВВП страны (Villalonga, Amit).

В принципе, во всех подходах выделяются пять базовых компонентов: (DeMassis, Chua, Sharma et al., 2012).

- владение,
- управление,

- операционное руководство,
- отчетливая и сформированная самоидентификация,
- преемственность поколений.

Проблематика исследований семейного бизнеса так или иначе касается одной большой темы: как распределяется власть и как осуществляется контроль над компанией в контексте существующих семейных связей и различных моделей семейного управления (family governance) для решения как текущих задач, так реализации стратегических целей семьи и бизнеса (Astrachan 2010; Mazzi 2011).

В целом же «семейный бизнес» может быть описать несколькими критериями (Poza, Daugherty, 2013):

- бизнес как собственность, контролируемая не менее чем двумя представителями семьи;
- участие членов семьи в стратегическом управлении в качестве акционеров и/или членов совета директоров, а также влияние семьи в том, что касается создания особой корпоративной культуры «семейной ответственности»;
- наличие семьи, общая забота о сохранении и развитии семейных отношений;
- наличие планов и возможностей передать бизнес как собственность поколению преемников;
- семья как уникальный источник конкурентных преимуществ, которые возникают в силу специфических ее ресурсов – доверие и семейное единство, специальным образом устроенное внутрисемейное взаимодействие относительно собственности, бизнеса и других активов, особые условия и процедуры управления собственностью, умение выстроить долгосрочный инвестиционный горизонт.

Однако в литературе встречаются еще два важных элемента. Первый – **групповая идентичность**, сформированные представления о семье как о субъекте, от воли которого зависит будущее - как общее, так и индивидуальное. Важную роль в этом играет не только «теория семьи (например, идея династии), но и регулярные практики, которыми создается позитивное эмоциональное подкрепление «членства» (Labaki, Michael-Tsabari, Zachary, 2012).

Второй важный элемент, который становится традиционным для исследований семейного бизнеса – **«эмоциональное владение»** (Vjornberg, Nicholson, 2008). Это не только вовлеченность и идентификация членов семьи с бизнесом. Этот аспект также рассматривается как фактор, который влияет на модель корпоративного управления, на карту возможностей и рисков для бизнеса, на успешность и риски преемственности.

Концептуально важной оказывается тема преемственности. Встречаются довольно категоричные подходы, согласно которым «семейный бизнес должен быть связан по крайней мере с двумя поколениями семьи (Donnelley, 1964). Получается, что российский бизнес сейчас к 2022 году только начал проходить проверку преемственностью, чтобы завоевать право называться «семейным».

В практике работы WTC указанное обстоятельство не является принципиальным, мы не включали его в критерии поиска и отбора участников исследований.

Мы остановились на достаточно широком, но наиболее близком нашим задачам определении (хоты и осознаем его ограниченность). Здесь основную смысловую нагрузку несет понятие семьи: **«Семейный бизнес - бизнес, в котором решения относительно его собственности или управления зависят от отношений в семье или семьях»** (Holland, Oliver 1992).

Мы полагаем, что конкурентные преимущества семейного бизнеса, его социальный и экономический капитал проистекают из особенностей взаимодействия семьи, когда единство и доверие являются предметом совместной работы и семья успешно справляется не только с управлением конфликтами, но и с задачей интеграции новых своих членов (например, супругов детей). Единство таким образом достигается не только эмоциональными переживаниями общности, близостью базовых ценностей и даже не специальными процедурами. В первую очередь – это общая работа над «учреждением семьи», подтвержденная ежедневными усилиями ее членов.

Аннотация материалов исследования

В докладе будут представлены данные исследования 2021 года, касающиеся нескольких сюжетов:

- Типология и «портрет» бизнес-поколений,
- Сравнение «семейного бизнеса» и бизнеса, в котором семья не участвует,
- «Формула преемственности»: представления «первого» и «второго» поколений предпринимателей о структуре и сложности задачи обеспечить преемственность бизнеса и благосостояния.
- Представления об адекватности такой формы предпринимательской активности, как семейный бизнес, современным экономическим и социо-культурным реалиям.

Методология исследования

Выборка не является репрезентативной, она строилась по принципу доступных случаев. Тем не менее, она строилась как типологическая. То есть, тип потенциальных участников исследования формировался по двум основаниям: место преимущественного проживания - столицы/регионы, и позиция в отношении активов семьи - «первое поколение»/«второе поколение». Кроме того, сама тема исследования – преемственность – оказывается фильтром для участия. Участвовать соглашались те владельцы капитала, которые хотя бы в минимальной степени задумывались об этой проблеме и по тем или иным причинам считают ее интересной или важной для себя. Это обстоятельство следует учитывать, если возникает желание распространить ответы участников исследования на всю совокупность российских владельцев капитала.

Точек входа было несколько: Бизнес-школа Сколково, Phoenix Advisors, Ассоциация «Деловая Россия», Ассоциация импакт-инвесторов, Бизнес-клуб «Атланты», Бизнес-клуб «Эквиум», Российская ассоциация автодилеров, а также «личные» сети контактов (вне контактов МШУ Сколково) нескольких участников проектной команды: Рубена Варданяна, Виктора Вяткина, Михаила Сегала, Ильи Пантелеймонова, Ивана Климова.

Литература

Astrachan J.H. Strategy in family business: Toward a multidimensional research agenda // Journal of Family Business Strategy. 2010. Vol. 1. Iss. 1. P. 6–14

Astrachan J.H. Strategy in family business: Toward a multidimensional research agenda // Journal of Family Business Strategy, 2010. №1.

Bennedsen M., Fan J. The family map. Palgrave Mcmillan, 2014.

Bjornberg A., Nicholson N. Emotional Ownership The Critical Pathway Between the Next Generation and the Family Firm. Institute for Family Business, 2008.

Chua J.H., Chrisman J.J., Sharma P. (1999). Defining the family business by behavior// Entrepreneurship, Theory and Practice. Vol.23, № 4. P.19–39. DOI: <https://doi.org/10.1177/104225879902300402>.

DeMassis A., Sharma P., Chua J. H. et al. (2012). Family business studies: An annotated bibliography. Cheltenham: Edward Elgar.

Donnelley. R. (1964). The family business. Harvard Business Review, 42(4), 93-105.

Holland. P. G., & Oliver, J. E. (1992). An empirical examination of stages of development of family business. Journal of Business & Entrepreneurship. 4(3), 27-38.

Labaki R., Michael-Tsabari N., Zachary R.K. Emotional dimensions within the family business – Toward a conceptualization // K. Smyrnios, P.Z. Poutziouris, S. Goel (Eds.) Handbook of research on family business (2nd ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publ., 2012.

Mazzi C. Family business and financial performance: Current state of knowledge and future research challenges // Journal of Family Business Strategy. 2011. Vol. 2. Iss. 3. P. 166–181.

Poza E.J., Daugherty M.S. (2013). Family business. 4th ed. Mason, OH: Cengage. 56 p.

Villalonga B., Amit R., Family ownership // Oxford Review of Economic Policy, Volume 36, Issue 2, Summer 2020, pp. 241–257, <https://academic.oup.com/oxrep/article-abstract/36/2/241/5813058>. 3 Fifty-six percent of responden

Королев В.А. (2007). Российский собственник на 20 летнем горизонте: структура собственности, роль семьи и корпоративное управление // Российский журнал менеджмента. № 5 (3). С. 145–174.

Мокина М.И. Факторы роста семейного бизнеса в России: обзор литературы и направления будущих исследований // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2019. Т. 10. № 1. С. 88–97. DOI: 10.177

Климов И. Факторы устойчивости семейного бизнеса // Штормовые горизонты российского семейного бизнеса / Под ред. И.Климова. WTC Сколково, 2022.

Климов И. Взгляд изнутри: семейный бизнес и его ограничения // Штормовые горизонты российского семейного бизнеса / Под ред. И.Климова. WTC Сколково, 2022.

Агеев Д., Климов И. Опыт преемственности глазами «первого» и «второго» поколения. WTC Сколково, 2021.

Агеев Д., Климов И. «Family governance». Что семью делает семьей? WTC Сколково, 2021.