

Чернов Григорий Егорович

доктор экономических наук, профессор,
генеральный директор ЗАО «Корпорация Отель»

Чернова Елена Викторовна

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры технологии
и организации питания
Санкт-Петербургского государственного
торгово-экономического университета

СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Аннотация:

В статье рассмотрены актуальность и некоторые вопросы специфики семейного бизнеса в общественном питании на современном этапе развития рыночной экономики. Выделены критерии, согласно которым бизнес можно назвать семейным, а также обозначены целевые группы потребителей продукции и услуг семейных предприятий общественного питания с узким ассортиментом кулинарной продукции. Авторы выступают с законодательной инициативой о принятии нормативного акта, закрепляющего понятие «семейное предприятие», а также регулирующего деятельность подобных предприятий.

Ключевые слова:

семейный бизнес, семейное предприятие, общественное питание, предпринимательство, рынок труда, Ассоциация семейного бизнеса России.

Chernov Grigory Egorovich

D.Phil. in Economics, Professor,
General Manager CJSC "Hotel Corporation"

Chernova Elena Viktorovna

PhD in Economics, Professor,
Technology and Organization of
Public Catering Department,
St. Petersburg State University of
Trade and Economics

FAMILY BUSINESS IN PUBLIC CATERING

Summary:

The article discusses the relevance and some issues of specificity of the family catering business at the present stage of the market economy development. The authors consider the criteria, according to which the business can be called a family one, as well as designate the target group consuming products and services of catering family enterprises with a narrow range of culinary products. The authors advance a legislative initiative on the adoption of a normative act formalizing the family business concept and regulating the activities of such enterprises.

Keywords:

family business, family enterprise, catering, entrepreneurship, labor market, Association of Family Business of Russia.

4 декабря 2014 г. в Кремле В.В. Путин огласил послание Федеральному собранию. Глава Российского государства поставил задачи по развитию экономики и общества. Значительная часть выступления была посвящена необходимости улучшения предпринимательского климата. Некоторые тезисы его выступления можно было бы озаглавить лозунгом «Свободу бизнесу». В этом же выступлении была отмечена значительная роль семьи в развитии государства и общества. Остаются приоритетными также общие принципы реализации политики в области обеспечения человека и человеческого капитала.

Семейная политика государства будет направлена на постепенное и стабильное увеличение расходов не только на здравоохранение, спорт, стимулирование увеличения рождаемости, но и на приобщение членов семьи, особенно женщин, к рынку труда. Хотя по общим показателям занятости и безработицы ситуация на российском рынке труда выглядит благополучной, проблема эффективности использования рабочей силы остается актуальной. Исследования показывают, что инициативная самореализация и личная ответственность не входят пока в число значимых трудовых ценностей граждан нашей страны.

Однако экономическая жизнь в стране неуклонно меняется в сторону создания новых ценностей, связанных с самореализацией, повышением качества жизни, и возможностей продуктивно развиваться. В своем выступлении президент страны предложил программу по улучшению предпринимательского климата, по снижению барьеров для развития бизнеса, в том числе и семейного.

В российском законодательстве и правовой базе отсутствует определение понятия «семейный бизнес». В 2002 г. в Госдуму вносился законопроект о семейном бизнесе, но он не прошел, по утверждению сопредседателя партии «Правое дело» Г. Бовта, из-за отговорки о необходимости внесения изменений в ряд законов и кодексов [1]. Многие же исследователи и политические деятели считают, что в настоящее время решение проблемы семейного бизнеса в России требует поддержки на государственном уровне, так как является целесообразным как для экономики страны, так и с позиций нравственной составляющей, поддерживающей ценности семьи [2].

Термин «семейный бизнес» трактуют различными способами. Наиболее часто под семейным предприятием понимают фирму, в которой семья имеет право на большую часть собственности и контроль, а также два или более членов семьи непосредственно участвуют в управлении. В любом случае бизнес, который позиционирует себя как семейный, должен соответствовать какому-либо из нижеперечисленных критериев:

- управление бизнесом неразрывно связано с его владением;
- помимо владельца или совладельцев компании другие члены семьи участвуют в повседневной деятельности организации;
- семья осуществляет стратегическое управление бизнесом (или контролирует его);
- владелец намеревается передать бизнес или право собственности на компанию близкому родственнику;
- владелец считает фирму семейным бизнесом, который вносит наиболее весомый вклад в семейную идентификацию.

Еще до развития в России железных дорог, заводов, машин и систем коммуникации экономика страны зависела от людей, работавших на семейных предприятиях [3, с. 3]. Промышленная революция XVIII–XIX вв. и научно-техническая революция XX в. создали иллюзию, что семейный бизнес – это что-то устаревшее, несовременное, присущее кустарному производству, что он не актуален в эпоху огромных фабрик-кухонь, столовых на сотни и тысячи посадочных мест, дорогих ресторанов. Однако в настоящее время цивилизация людей уже устала от гигантизма услуг, массового производства всего и вся, ускорения ритма жизни и стрессовой нагрузки на человеческий организм (несмотря на то что есть много примеров семейных фирм, выросших в огромные корпорации [4]). Семейный бизнес начинает приживаться и в России. Этому способствуют компьютерные технологии, в том числе в учете, электронная почта, интернет, гарантированные поставки продуктов и напитков, простота и доступность технологического оборудования, сокращения рабочих мест в промышленности и сельском хозяйстве, вынуждающие людей искать другие источники доходов, и т. п. Резкий переход в экономике страны от общегосударственной собственности к частной привел к массовым увольнениям работников, которые в поиске финансовой безопасности стали вынуждены работать на себя. Хорошо известен пример «челночной» торговли в 90-е гг., который показал, что граждане современной России имеют огромный коммерческий потенциал.

В настоящий момент в России семейный бизнес еще не получил такого широкого распространения, как, например, в Америке или Европе. По данным Института семейных фирм в Бруклине, семейные компании составляют 78 % всех вновь созданных рабочих мест и 60 % национальной занятости. Семьи владеют более 80 % всех торгово-промышленных предприятий в Северной Америке и большинством международных компаний. Кроме того, примерно 35 % из самых удачливых 500 компаний (по мнению журнала Fortune 500) считают себя семейными фирмами [5, с. 62]. В Европе примерно 80 % предприятий относятся к категории семейного бизнеса, и на семейных предприятиях заняты около 40–50 % всех трудящихся Европейского союза (согласно данным экспертной группы по семейному бизнесу Европейской комиссии [6]).

В нашей стране, к сожалению, за последние 70–80 лет выросло поколение, которое не только не имеет навыков семейного бизнеса, но и частично воспитано на негативном отношении как к самому бизнесу, так и к частной собственности. В советский период страны партия и правительство широко пропагандировали такие семейные традиции, как рабочая династия, преемственность поколений в культуре, медицине, идеологии и т. п., но не в семейной коммерческой деятельности. Приоритетом в семейных ценностях было получение высшего образования, карьерный рост, хорошие должностные позиции с высокой зарплатой, работа в государственных структурах.

Несмотря на то что в последние годы наметился поворот в сторону семейного бизнеса (по данным Ассоциации семейного бизнеса России в нашей стране семейных компаний уже более 2 млн [7]), по-прежнему можно отметить скорее исключительность этого явления, нежели превращение его в стабильную тенденцию, как в Европе. Тому способствуют множество причин – финансовых, психологических, социальных, воспитательных и прочих, которые не только не создают положительного фона для развития семейного бизнеса, но зачастую, напротив, создают препятствия. Например, сложности с открытием своего бизнеса и его регистрацией в государственных органах, излишняя зарегулированность в правилах работы предприятий питания, множество действующих стандартов, установленных для крупных предприятий без учета специфики работы небольшого семейного предприятия, негибкая система налогообложения и прочее.

В России отсутствуют данные о семейном бизнесе в общественном питании, которое, по нашему мнению, является идеальной сферой для этого вида деятельности. В данном случае речь идет даже не о кафе и ресторанах, а о небольших предприятиях, барах, кафетериях, в которых обслуживание гостей может осуществляться силами одной семьи: мужа, жены, детей и близких родственников. В общественном питании имеется ряд типов предприятий, которые с

успехом могут быть использованы для семейного бизнеса: пирожковые, пышечные, чебуречные, кондитерские, кофейни, пиццерии, бистро, рюмочные, малые предприятия по производству и продаже свежего хлеба, различных напитков, например лимонадов, морсов, кваса, и другие специализированные предприятия с узким ассортиментом кулинарной продукции. Развитию семейного бизнеса способствуют также такие моменты, как возможность купить франшизу на фастфуд, создать и зарегистрировать компанию или индивидуальное частное предприятие (ИЧП), наличие коммерческой недвижимости для аренды, имеющееся законодательство для малого бизнеса.

Из российской литературы нам известно множество примеров семейного бизнеса в общественном питании. Если мы откроем перечень ресторанов Санкт-Петербурга до октябрьского переворота, то увидим множество имен, которые внесли большой вклад в развитие кулинарии и организацию высокого уровня сервиса [8; 9]. В настоящее время в России уже появились известные рестораны, владеющие предприятиями высокого уровня в Москве и Санкт-Петербурге. Эти люди организовали бизнес, инвестировали в него деньги, наняли выдающихся кулинаров, менеджеров и подняли уровень ресторанного бизнеса в стране до уровня, который был немыслим в советское время. В то же время большинство из этих бизнесменов непосредственно сами не участвуют в повседневной деятельности предприятия: они являются предпринимателями, инвесторами, инициаторами, иногда «лицом» фирмы, но не непосредственными работниками кухни или торгового зала.

Безусловно, благородная деятельность по возрождению русской национальной кухни, русского гостеприимства, серьезного ресторанного бизнеса может только приветствоваться. Но она в определенной степени элитарна, рассчитана на средний и высший класс, на людей, состоявшихся в доходах, которые могут себе позволить поехать в ресторан на машине в другой район города или посещать ресторан один и более раз в месяц. Иное дело такие группы населения, как студенты, рабочие с соседних строек, домохозяйки, пенсионеры, работники небольших государственных предприятий, которым требуется недорогое качественное питание недалеко от работы и местожительства не только для питания как физиологической потребности, но и для вечернего отдыха в спокойной обстановке. И семейные предприятия с успехом могут занять эту нишу спроса. В предвыборной программе В.В. Путина был взят ориентир на создание в России в ближайшие годы 25 млн рабочих мест, и мы полагаем, что развитие семейного бизнеса в стране, и в общественном питании в частности, может быть весьма эффективным инструментом выполнения этой программы.

Однако возникает множество вопросов, решение которых должно способствовать развитию данной формы бизнеса. Совершенно очевидно, что семейный бизнес в общественном питании имеет как достоинства, так и недостатки.

Семейные предприятия обладают уникальными преимуществами при условии, что все члены семьи вместе хорошо работают. К таким преимуществам можно отнести стабильность, доверие, устойчивость, положительное восприятие обществом, скорость (темп) и способность жертвовать ради долгосрочной перспективы быть занятым и иметь достаточный доход. «Семейные предприятия составляют основу почти всех мировых экономик – это хорошо известный факт. Но мало кто знает, что по данным многочисленных исследований семейные фирмы работают лучше, чем несемейные. В некоторых странах такие предприятия работают на 158 % эффективнее обычных компаний» [10].

Однако семейные компании сталкиваются и с уникальными проблемами. Следует иметь в виду, что критерии успеха семьи и критерии успеха бизнеса различаются. Семья основывается на любви, эмоциях, воспитании к трудолюбию и стабильности. Бизнес, в свою очередь, основывается на прибыли и борьбе с конкурентами. Семейный бизнес – это не только способ зарабатывать, но и выбор образа жизни. Процесс совместного зарабатывания денег объединяет людей, но в то же время может и разъединить их.

Схема, при которой отец является директором компании, мать – главным бухгалтером, а дети и ближайшие родственники заняты на вспомогательных операциях, является наиболее распространенной. Но эта схема не догматическая, а весьма гибкая, в которой практически каждый член семьи может заменить друг друга в случае необходимости. Мы находим такой опыт как полезным, так и стрессовым, особенно на этапе становления. В этот момент, когда ресурсы семьи ограничены, устойчивый спрос отсутствует, соглашение о семейном партнерстве может стать единственным основанием для организации бизнеса в общественном питании.

Такие вопросы, как аренда помещения, покупка необходимого технологического оборудования, закупка продуктов, калькуляция цены, интерьер зала, могут решаться только при консолидированной позиции всех членов семьи. Общепринятым для членов семьи считается работать дольше и за меньшую плату, на что любой другой работник вряд ли бы согласился.

Требуется семейного согласия также и проблема привлечения к бизнесу детей, которые могут с раннего детства участвовать в повседневной деятельности предприятия. Большинство детей (от 18 лет) не хотят вести семейный бизнес, который требует ненормированного рабочего

дня, значительных обязательств и ответственности. В семейном бизнесе рано или поздно возникают вопросы правопреемственности поколений, продажи компании, соперничества между членами семьи, политики вознаграждений и т. д.

Семейное предприятие в общественном питании – это не просто некая договоренность между членами семьи об открытии дела. Члены семьи создают компанию, акционерное общество (ООО) или индивидуальное частное предприятие (ИЧП), которое должно быть зарегистрировано в государственных органах и в котором должны быть расписаны права и обязанности компании не только перед государством, но и права и обязанности членов семьи, занимающих должности директора, бухгалтера, администратора. Независимо от того, является ли компания семейной или несемейной, законодательство едино для всех, поэтому такие вопросы, как заработная плата, график работы, паевые взносы, ответственность за возможные штрафы и пени, бухгалтерская отчетность перед налоговыми органами (отсутствие налоговых льгот) и т. п., должны соблюдаться в полной мере.

Семейный бизнес в общественном питании является достаточно затратным на начальном этапе. Прежде всего необходимо составить упрощенный бизнес-план, технико-экономическое обоснование, определить объем инвестиций, наметить сроки окупаемости и т. д. Опыт первых 20 лет рыночной экономики в нашей стране показывает, что организация бизнеса в общественном питании происходит зачастую хаотично и спонтанно, без серьезной экономической проработки перспектив и ясного понимания реальных проблем, которые возникают в процессе приготовления готовой к употреблению пищи. Без учета этих важных моментов любой вид бизнеса, в том числе и семейный, может привести к банкротству предприятия, а в отношении семейного бизнеса – иногда и к краху семьи. Бизнес, который создается скорее на принципах положительных эмоций и надежд, основанный на приблизительных расчетах, нежели точной калькуляции и прогнозе, успешно функционирует только первые полгода. Так, например, многие франшизы на дому или в арендованном помещении не приносят успеха или приносят гораздо меньший доход, чем первоначально предполагала семья. Потеря повседневного распорядка рабочего времени (как в офисе или на заводе) – это большой вызов для многих людей, главная причина, по которой начинать бизнес для себя труднее, чем думают многие люди. Этот бизнес слабо структурирован, не имеет стороннего начальства, требует высокого уровня самодисциплины. Кроме самой семьи больше нет никого заинтересованного в успехе ее дела.

На пути развития семейного бизнеса в нашей стране стоят и такие препятствия, как недостаточная материальная обеспеченность, высокие кредитные ставки, отсутствие стабильной и хорошо оплачиваемой работы других, не участвующих в семейном бизнесе членов семьи, которые могли бы в случае необходимости поддержать бизнес на начальном этапе. Препятствием является также необходимость решения семьей более значимых для нее проблем, к примеру жилищных.

Семейный бизнес в общественном питании – это сфера человеческой деятельности, следовательно, он оценивается и с точки зрения морали, как и любой другой вид деятельности. В силу того, что частное предпринимательство в России имеет незначительный опыт, а люди, готовые организовывать семейный бизнес, не имеют для этого соответствующей подготовки, необходимо выработать принципы ведения семейного бизнеса в нашей стране. Нельзя забывать, что в общественном питании имеется огромное количество вопросов, связанных с санитарными, противопожарными, технологическими требованиями к готовой к употреблению продукции, с деньгами и продуктами. Как для открытия химчистки или прачечной необходимо соблюсти определенные условия, так и для предприятия общественного питания существуют определенные правила и ограничения.

В стране должен быть принят закон, регулирующий деятельность небольших семейных предприятий без привлечения или с привлечением в ограниченном количестве наемных работников, в котором должны быть оговорены правила и условия работы членов семьи в повседневной деятельности с соблюдением трудового законодательства. Отсутствие правовой базы, самого понятия «семейное предприятие» выталкивает семейный бизнес на обочину экономической жизни, делает его уязвимым перед произволом различных надзирательных государственных структур.

Преимущества семейного бизнеса в общественном питании определяются возможностями наложения семейных ценностей на деловые задачи. Семейные предприятия отличаются большей скоростью принятия управленческих решений, что особенно важно в общественном питании, где спрос меняется в зависимости от сезона года, времени суток, контингента питающихся, месторасположения и других факторов. В случае неудачи при выпуске определенного ассортимента продукции на семейном совете может быть быстро принято решение о переориентации с одного вида кулинарной продукции на другой.

При верном сочетании предпринимательского духа и семейного единства семейная компания может стать как мощной экономической силой малого и среднего бизнеса государства, так и

достойным образом жизни. Если семейный бизнес в общественном питании может одновременно приносить прибыль и создавать благоприятный климат для членов семьи, то это значительное достижение в рамках государства, решающее одновременно большое количество задач реальной жизни. По нашему мнению, семейные компании в общественном питании станут влиятельным фактором отрасли и будут являться примером достойного жизненного уклада в новой России. Для этого в последние годы появилось множество факторов, которые позволяют более оптимистично оценивать перспективы семейного бизнеса в общественном питании нашей страны.

Ссылки:

1. «Правое дело»: Ассоциация семейного бизнеса в России обречена на успех [Электронный ресурс]. URL: <http://sps.ru/?id=235004&PHPSESSID=6f09e383d7efe4de0c9f77f1fe412c9d> (дата обращения: 10.10.2014).
2. Круглый стол «Развитие семейного бизнеса в России: итоги и перспективы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.emba.rane.ru/novosti/sostoyalsya-krugliy-stol-razvitie-semeynogo-biznesa-v-rossii-itogi-i-perspektivi> (дата обращения: 10.10.2014).
3. 1000 лет русского предпринимательства: Из истории купеческих родов. М., 1995.
4. Соловьева Н. Акулы семейного бизнеса: 30 крупнейших семейных фирм мира [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bdc-g.com/?id=3429&lang> (дата обращения: 08.12.2014).
5. Семейный бизнес // Вопросы международного менеджмента : сб. пер. науч. ст. СПб., 2010.
6. «Правое дело»: Ассоциация семейного бизнеса в России обречена на успех.
7. Шишкина М. Кадры в семью [Электронный ресурс]. URL: http://hrm.ru/blog_kadry-v-semju_11D88A (дата обращения: 08.12.2014).
8. Демиденко Ю.Б. Рестораны, трактиры, чайные... из истории общественного питания в Петербурге XVIII – начала XIX века. М., 2011. 285 с.
9. Десятилетие ресторана «Вена» : лит.-худ. сб. СПб., 1913. 133 с.
10. Ассоциация семейного бизнеса России : О нас [Электронный ресурс]. URL: <http://asbr.org/asbr/o-nas> (дата обращения: 08.12.2014).

References:

1. "Just Cause": Association of the family business in Russia is doomed to success 2014, retrieved 10 October 2014, <<http://sps.ru/?id=235004&PHPSESSID=6f09e383d7efe4de0c9f77f1fe412c9d>>.
2. Round table "Development of family business in Russia: Results and Prospects" 2014, retrieved 10 October 2014, <<http://www.emba.rane.ru/novosti/sostoyalsya-krugliy-stol-razvitie-semeynogo-biznesa-v-rossii-itogi-i-perspektivi>>.
3. 1000 years Russian business: the history of merchant families 1995, Moscow.
4. Solovyeva, N 2014, Sharks family business: the 30 largest companies in the world family, retrieved 08 December 2014, <<http://www.bdc-g.com/?id=3429&lang>>.
5. 'Family Business' 2010, Questions of International Management: scientific articles, St. Petersburg.
6. "Just Cause": Association of the family business in Russia is doomed to success 2014, retrieved 10 October 2014, <<http://sps.ru/?id=235004&PHPSESSID=6f09e383d7efe4de0c9f77f1fe412c9d>>.
7. Shishkina, M 2014, Personnel in the family, retrieved 08 December 2014, <http://hrm.ru/blog_kadry-v-semju_11D88A>.
8. Demidenko, YB 2011, Restaurants, pubs, tea ... in the history of catering in St. Petersburg XVIII - early XIX century, Moscow, 285 p.
9. Decade of the restaurant "Vienna" 1913, St. Petersburg, 133 p.
10. Russian Association of Family Business: About Us 2014, retrieved 08 December 2014, <<http://asbr.org/asbr/o-nas>>.