

УДК 334.722.24:316.36
DOI: 10.31732/2663-2209-2022-70-53-60

СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

Оксана Гудзовата¹, Роксоляна Вороновська²

¹Д.е.н., професорка Бізнес школи, Український католицький університет, Директорка ТОВ «Хліб Трейд», Львів, Україна, e-mail: ogudzovata@ucu.edu.ua

²Керівниця Центру сімейного бізнесу УКУ, Керівниця Платформи онлайн курсів "УКУ онлайн", Український католицький університет, Львів, Україна, e-mail: rvoronovska@ucu.edu.ua

FAMILY BUSINESS AS A KEY TO THE DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMICS

Oksana Gudzovata¹, Roksolyana Voronovska²

¹Doctor of Science (Economics), Professor, Business School, Ukrainian Catholic University, Director of Bread Trade LLC, Lviv, Ukraine, e-mail: ogudzovata@ucu.edu.ua

²Head of the UCU Family Business Center, Head of the UCU Online Courses Platform, Ukrainian Catholic University Lviv, Ukraine, e-mail: rvoronovska@ucu.edu.ua

Анотація. Стаття присвячена визначенню впливу сімейного бізнесу на розвиток національної економіки. Метою статті є встановити особливості сімейного бізнесу та його вплив на розвиток національної економіки. Основними завданнями статті є дослідження місця сімейного бізнесу в системі національних економік; становлення й особливості сімейного бізнесу; приватний бізнес в умовах повномасштабної війни; перспективи розвитку сімейного бізнесу. Методологія проведеного дослідження передбачає використання загально-наукових та специфічних методів дослідження, зокрема аналізу та синтезу, ретроспективного аналізу та узагальнення. У цій статті досліджено найбільш загальні аспекти сімейного бізнесу, його актуальний стан в умовах війни та сформувані деякі прогнози на майбутнє. Основні результати проведеного дослідження показали, що динамічний розвиток сімейного підприємництва в країні вимагає прийняття системи заходів, спрямованих на створення сприятливих інституційних умов, що дасть змогу надалі досягти рівня розвинених країн, де сімейні підприємства становлять значну частину економіки. Встановлено, що сімейний бізнес в Україні характеризується тими ж ознаками, що і в інших країнах, національною особливістю є відсутність тягlosti поколінь, відкритими є і питання передавання бізнесу у спадок. Закцентовано увагу на тому, що приватний бізнес воює на фронті, працює в тилу, волонтерить, щоб наблизити нашу перемогу. Сімейний бізнес залишається одним з головних факторів стабільності в державі, який виживає в умовах війни, втрати територій, революцій, гіперінфляції і він може відіграти важливу роль у повоєнній відбудові України, як це було в інших європейських країнах, де сім'ї шукали ідеї для бізнесу, поступово збагачувались, самостійно забезпечуючи себе й інших роботою.

Ключові слова: сімейний бізнес; національна економіка; розвиток; ризики; стабільність; повоєнна відбудова.

Формули: 0; рис.: 0; табл.: 0; бібл.: 16

Abstract. The article is devoted to determining the influence of family business on the development of the national economy. The purpose of the article is to establish the peculiarities of family business and its influence on the development of the national economy. The main tasks of the article are to study the place of family business in the system of national economies; formation and peculiarities of family business; private business in conditions of full-scale war; prospects for the development of family business. The methodology of the conducted research involves the use of general scientific and specific research methods, including analysis and synthesis, retrospective analysis and generalization. This article examines the most general aspects of family business, its current state in wartime conditions, and makes some predictions for the future. The main results of the conducted research showed that the dynamic development of family entrepreneurship in the country requires the adoption of a system of measures aimed at creating favorable institutional conditions, which will make it possible to reach the level of developed countries in the future, where family businesses make up a significant part of the economy. It has been established that family business in Ukraine is characterized by the same features as in other countries, the lack of generations is a national feature, the issue of business inheritance is also open. Attention is focused on the fact that private business is fighting at the front, working in the rear, volunteering to bring our victory closer. Family business remains one of the main factors of stability in the state, which survives in conditions of war, loss of territories, revolutions, hyperinflation, and it can play an important role in the post-war reconstruction of Ukraine, as it was in other European countries, where families were looking for business ideas, gradually became rich, independently providing themselves and others with work.

Keywords: family business; National economy; development; risks; stability; post-war reconstruction.

Formulas: 0; fig.: 0; tabl.: 0; bibl.: 16

Постановка проблеми. Сімейний бізнес розвивається активними темпами по всьому світу, починаючи з минулого тисячоліття. Він охоплює найрізноманітніші галузі, масштабується, перетворюючись з невеликих підприємств на бренди зі світовим ім'ям. Товари та послуги таких компаній використовуються у будь-якому куточку земної кулі – це автомобілі, косметика, папір, продукти харчування і багато іншого.

Присутність товарів і послуг сімейних компаній безпосередньо впливає на розвиток світової економіки, покращує ситуацію на ринку праці тощо. Такі бізнес структури відіграють провідну роль у наповненні бюджету держави, розвитку економіки, вирішенні соціальних питань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання розвитку сімейного бізнесу висвітлено у працях таких зарубіжних учених, як Wright L. M., Leahey M., Bennedsen M., Fan Joseph P. H., Silva E.B., Smart C., Astrachan J.H., Klein S. B., Smyrnios K. X., Wright L. M., Leahey M., Stuart M., Sten J., Hitt M., Chua J. H., Cluisman J. J., Steier L. P., Dyer W. G., Evren A., Rodriguez S., Hildreth G., Mancuso J., Labaki R., Tagiuri R., Davis D. та інші. Аналіз наукових джерел показав, що питання розвитку сімейного бізнесу в Україні розглянуто у працях Е. Кіренкіної, Н. Мозоли, О. Окунева, В. Телішевського, П. Федоровського та інших вчених-економістів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є встановити особливості сімейного бізнесу та його вплив на розвиток національної економіки. Основними завданнями статті є дослідження місця сімейного бізнесу в системі національних економік; становлення й особливості сімейного бізнесу; приватний бізнес в умовах повномасштабної війни; перспективи розвитку сімейного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно проведеного дослідження Bank of Korea [13], у світі налічується близько 6000 компаній, старших за 200 років: 56% у Японії, 15% в Німеччині, 4% у Нідерландах, 3% у

Франції. Більшість цих компаній є представниками сімейного бізнесу. Деякі японські сімейні бізнеси були засновані ще в минулому тисячолітті (700-800 pp.) і продовжують працювати донині (в основному, традиційний готельний бізнес, виробництво паперу, ритуальних товарів тощо).

В Європі дотепер успішно працюють відомі сімейні компанії, засновані в 16-17 ст., наприклад, Veretta (виробництво зброї), Poschinger (виробництво скла), Hahnemühle (виробництво паперу), Albrecht (виробництво металу), William Prym (сімейний холдинг) та ін.

Сімейні підприємства є домінуючою організаційною структурою в усьому світі, вони складають понад 60% світового бізнесу, генерують 50%-75% валового внутрішнього продукту (ВВП) і робочої сили, зайнятої в будь-якій країні [16].

Сімейний бізнес є невід'ємною частиною світової економіки. Близько 30% всіх компаній з обсягом продажів понад \$1 млрд є бізнесом сімейного типу, тобто бізнес-династіям належить третина світового капіталу [3, 12].

Глобальними відомими сімейними корпораціями є Volkswagen, FIAT, BMW, ALDI, Auchan, Eve Rosher, LVMH, IKEA, L'OREAL, Swatch, Walmart, Ford, Coca Cola, HP, LG Samsung та ін. Загалом у США і Європі 30-40% великих компаній є сімейним бізнесом, забезпечують більше 30% зайнятості і генерують біля 50% ВВП. Найбільшою світовою сімейною компанією за кількістю працівників вважається Walmart, якою володіє сім'я Волтон, у якій працює більше мільйона осіб. Сімейні компанії також є власниками більшості світових автоконцернів.

Проте сімейний бізнес – це більшою мірою про малі та середні бізнес структури, часто мікро. В сегменті малого підприємництва сімейні компанії займають ключові позиції, і їх можна назвати основою економіки [5, 12].

- Сімейні компанії становлять понад 80% усіх підприємств у країнах з вільною економікою і приносять 70-90% світового ВВП;

- Серед найбільших платників податків Європейського Союзу 40% складають сімейні компанії;

- В ЄС налічується близько 14 млн сімейних компаній, 50% з яких демонструють постійне зростання продажів протягом останніх 10 років.

- У Європі 70-80% складають сімейні компанії, які забезпечують 40-50% робочих місць;

- В Італії частка сімейних компаній у промисловому бізнесі становить 90%, в Німеччині – 85%, Іспанії – 70%;

- У США близько 90% компаній перебувають у сімейній власності або ж контролюються сім'ями.

Для України становлення сімейного бізнесу, як явища, розпочалося в 90-х рр. минулого століття, тобто в роки здобуття незалежності, коли були створені перші сучасні приватні підприємства.

Проте на теренах західної України, зокрема Галичини, століття тому виник і існував впродовж кількох десятиліть унікальний досвід підприємництва та соціальної відповідальності. І пов'язаний він з епохою Митрополита Андрея Шептицького (до 1944 року), масштабом його особистості та реалізованих справ. Ці аспекти частково досліджує сучасний бізнес мислитель А. Сливоцький у своїй праці «Давид перемагає: Дисципліна неспівмірної перемоги». Він відзначає, що «економічні ідеї Шептицького ґрунтувалися на твердих морально-етичних засадах» [10, с. 266]. А. Шептицький «мислив глибоко і прагматично», а також робив усе для того, щоб змінити систему та сформувати передумови, які б давали людям змогу побудувати для себе, своїх родин, суспільства краще економічне майбутнє.

Митрополит запровадив створення кооперативів для підтримки родин фермерів, торговців тощо з метою їх трансформації у потужну продуктивну силу. Крім того, він добре розумів цінність і значення якісної освіти (яка теж перетворюється в економічну вигоду), заснувавши практично в кожному населеному пункті бібліотеки-читальні.

Наріжним каменем для нього були такі етичні засади як: встановлення справедливих цін, чесної торгівлі, забезпечення гідної платні для підтримки своїх родин, розширення кола власників тощо.

Всі ці принципи є справжнім «маніфестом економічної справедливості», які роблять можливою побудову здорової економіки та суспільства. Митрополит розглядав «економічну справедливість» як найкращий шлях до швидкого та збалансованого економічного розвитку. Ось неповний перелік реалізованих його ідей і справ, які приносили користь усьому суспільству [10]:

- Засновувалися локальні банки – кредитні товариства, співвласниками яких були люди, що тримали там свої заощадження;

- На 1914 рік у Галичині існувало 517 кредитних кооперативів; 15000 різних – кредитних, торгових, виробничих тощо;

- 84% усіх греко-католицьких парафій були залучені в кооперативний рух (1420000 членів при загальній чисельності краю в 4 млн осіб);

- Передові економічні практики пропагувалися і запроваджувалися в усіх селах;

- У кожному селі діяла бібліотека (читальня);

- Вершиною культурно-освітньої діяльності Митрополита було заснування у 2013 р. і матеріальне забезпечення Національного музею у Львові, який був першим українським музеєм у Галичині (подарував цей музейний комплекс разом із зібраною колекцією українського мистецтва народів). Він був першим громадським діячем, який не просто цікавився українським мистецтвом і колекціонував його, але і вголос заявив про багатовікове культурне надбання українського народу.

Багато дослідників тої епохи відзначають, що то була унікальна для свого часу економічна модель, яка привела до дивовижних досягнень. М. Маринович у своїй праці згадує цитату Митрополита: «Любіть усе своє, свого тримайтеся і про

своє дбайте...» [6, с. 66]. І сьогодні така програма саморозвитку, чесності, етичного ведення справ є затребуваною у суспільстві та в бізнесовій діяльності.

Щодо сучасного стану сімейного бізнесу в Україні, то слід зазначити, що він представлений практично в кожній сфері – це й виробництво, і сільське господарство, і послуги. У нас, як і в більшості країн, активно розвиваються сімейні підприємства малого та середнього бізнесу, що підвищує самозайнятність у будь-якому віці, вирішує проблему працевлаштування як молоді, так і літніх людей.

Одна з головних особливостей сімейного бізнесу полягає у довгостроковій перспективі. Головна ціль власників сімейного бізнесу – якомога довше залишитися на ринку і передати бізнес у спадок на протигагу отриманню швидкого доходу.

Крім прибутку, сімейний бізнес може принести безліч нематеріальних винагород. Наприклад, побудова стосунків довіри та підтримки між колегами, які націлені на один загальний результат, що дозволяє досягти успіху. *Згідно з нещодавно проведеним у Великобританії опитуванням, 70% респондентів саме довіру обрали як головну складову успішного сімейного бізнесу* [16].

До переваг сімейного бізнесу можна віднести роботу на загальне благо, що гуртує колектив, знижує витрати, вибудовує позитивну репутацію та довірливі стосунки [7].

Владислав Бурда, засновник і президент громадської організації «Асоціація власників сімейних компаній України» (Family Business Network (FBN) Ukraine) [2], вважає, що однією з причин розвитку та життєстійкості вітчизняного бізнесу є той фактор, що більшість компаній є представниками сімейного бізнесу, і наводить кілька важливих причин, чому сімейний бізнес є важливим для держави та суспільства.

- Сімейний бізнес як фактор стабільності. Багато українських сімейних компаній, заснованих в 90-х на початку державної незалежності, існують донині,

переживши багато політичних і економічних криз і витримуючи напруження ринку. Можна стверджувати, що це певна форма, яка відіграє роль стабілізатора суспільства, і один з небагатьох факторів стабільності в країні.

- Спрямованість на довгостроковість існування бізнесу. На відміну від публічних або державних, приватні компанії будують свою політику таким чином, щоб вижити в наступному поколінні, пережити нову владу, кризу, розрахуватися з боргами, стати на ноги, зростати, впоратися з новою системою оподаткування і всіма змінами, які шокують бізнес і короткостроково роблять його слабкішим. Вони націлені на те, щоб стати об'єднувальною силою для наступного покоління.

- Ефективність сімейного бізнесу. Ця модель бізнесу в середньому на 10-15% ефективніша за будь-яку іншу. Якщо взяти показник довгостроковості, то можна побачити, що публічні компанії, які існують сто і більше років, є одиничними, а сімейних компаній такого віку в усьому світі можна нарахувати під тисячу. Такі структури орієнтовані на зростання прибутку й ефективності більше, ніж на капіталізацію і вартість акцій.

- Значний вплив на рівень зайнятості. Сімейні компанії є значущими роботодавцями, і справа не тільки в їх стабільності. Приватні компанії, на відміну від державних, не можуть функціонувати, якщо вони збиткові.

- Рівень задоволеності співробітників у приватних компаніях вищий. Пояснюється це тим, що вони спілкуються не лише з безпосередніми керівниками, але й з власниками. І це часто є мотивуючим фактором, оскільки саме власники є візіонерами компаній.

- Сімейні компанії є впливовими і розвивають країни своєї присутності. Багато важливих речей у світі було започатковано саме приватним бізнесом – від електронної пошти до мобільного телефону, навіть польоти в космос зараз є предметом зацікавлення приватних компаній.

Львівська бізнес-школа Українського католицького університету (UCU LvBS) у 2019 р. провела перше дослідження сімейного бізнесу в Україні. Проект було реалізовано спільно з партнерами (соціологічною агенцією ФАМА, за підтримки GIZ – Німецького товариства з міжнародного співробітництва) і стосувався західного регіону України. Наведемо деякі результати проведеного дослідження [4].

Усі компанії зареєстровані в Україні та орієнтуються, в основному, на локальні ринки збуту, проте кожен третій сімейний бізнес є експортером. Серед респондентів є такі, що володіють декількома бізнесами, а тому одночасно залучені як у сферу виробництва (31,1%), так і в сферу послуг (75,4%). Близько половини бізнесів можна віднести до мікропідприємств (до 10 осіб), на яких працює 41,7% респондентів. 33,3% володіють малими підприємствами (11-50 осіб), 21,7% працюють на середніх (51-250 осіб) і лише 3,3% – на великих підприємствах (більше 250 осіб).

Станом на момент реалізації дослідження, у 83,6% випадків ці бізнеси існують протягом одного покоління, а пройшли / проходять етап ініціації та входження наступних поколінь 13,1% бізнесів.

Початкові етапи становлення бізнесу є достатньо типовими для засновників – перші здобутки поєднувалися з невпевненістю через брак знань, досвіду, оборотних коштів тощо. Основні проблеми, з якими зустрілись «піонери» на початку побудови сімейного бізнесу:

- розробка стандартів;
- недостатність знань про маркетинг та продаж, варіанти виходу на ринок;
- відсутність або недостатність знань про технологію виробництва та пов'язані технологічні процеси, сировину, недостатній рівень фінансової грамотності та фінансового управління;
- недостатність знань про стратегії та розвиток компанії, можливості масштабування;
- підбір команди та HR;

- недостатній рівень технічної грамотності (в тому числі SMM, робота в соціальних мережах);
- брак досвіду ведення бізнесу загалом (особливо малого бізнесу).

Учасники дослідження не виділяють специфічних умов для ведення сімейного бізнесу в Україні – ні з точки зору можливостей, ні з точки зору минулих і теперішніх проблем.

Проте особливістю є те, що в нашій країні, на відміну від країн Європи та Північної Америки, сімейні компанії майже ніколи не можуть похвалитися тяглістю поколінь і тривалою історією. Бракує також державних преференцій і певної мережі підтримки для розвитку мікропідприємств, до яких часто залучена значна частина домогосподарств (особливо в частині кредитування).

Проблемами ведення бізнесу є: брак кваліфікованих кадрів, політична нестабільність у державі, коливання курсу валют, зниження прибутковості бізнесу, зміни законодавчої бази, висока конкуренція на ринку послуг, зростання вартості праці, підвищення вартості енергоносіїв, зменшення товарообігу / кількості замовлень послуг, високе податкове навантаження, значна плинність кадрів, тиск чи перевірки контролюючих органів, непрозоре прийняття рішень владними установами, втрата колишніх ринків збуту.

Означені проблеми є структурними та неспецифічними лише для сімейного бізнесу, а швидше залежать від типу діяльності та галузі, в якій працюють компанії.

Законодавчі зміни та зарегульованість є одними із значних випробувань для сімейних бізнесів, які залучені до виробництва – це особливо стосується легкої і харчової промисловості, ресторанного бізнесу та будівельної сфери.

Технологічне забезпечення є викликом часу та потребує значного одномоментного вкладення коштів задля забезпечення позитивного досвіду клієнтів та оптимізації власної роботи (сучасні

виробничі лінії, програмне забезпечення типу CRM, ERP системи тощо).

Проте головною проблемою сімейного бізнесу все ж залишається перенесення робочих питань і проблем в сім'ю і навпаки [4, 9]. Робочі труднощі позначаються на сімейному житті, а конфлікти, які виникають у сім'ї, знаходять відображення у робочому процесі. У тих компаніях, де кількість родичів істотно перевищує оптимальні показники 3-5%, є ризик втрати важливих ключових фахівців. Тому власники бізнесу повинні уважно підійти до підбору персоналу.

Та обставина, що сімейний бізнес спочатку формується та розвивається людьми одного кола, не робить цю модель менеджменту зрозумілою та простою. «Навички густіші за кров» – відображає дуалізм компетентності та цінності (культурної) [7]. Сімейний бізнес – це однозначно не закритий клуб заради добробуту певного кола осіб. Такий варіант бізнесу є непотизмом, коли відбувається надання родичам або знайомим посад незалежно від їх професійних здібностей. Від непотизму правильний сімейний бізнес відрізняється культурою, орієнтованою на цінності, та такою, що генерує цінність. Культурою, що відрізняється довгостроковим горизонтом планування та вірою в те, що бізнес – це продовження людей, які його створюють. І, безумовно, відрізняється розумінням і прийняттям перманентності змін, необхідності (само)розвитку. Сімейний бізнес ефективно працює за рахунок адаптації базових систем та інструментів, що функціонують незалежно від ступеня спорідненості менеджменту та близького кола родичів.

Більшість керівників сімейних підприємств, що взяли участь у дослідженні [4], будують масштабні плани щодо розвитку свого бізнесу, які в основному стосуються збільшення своєї присутності на ринку, впровадження інноваційних технологій і диверсифікації бізнес-моделі, адаптуючись до наявних економіко-політичних умов, адже їх стратегія значною мірою залежить від реформ, які будуть проводитись.

Власники планують запускати лінійки “private label”, нові бренди, розширювати мережу точок збуту (нові заклади, інтернет-магазини), реорганізовувати виробництво з метою ощадливості та більшої спроможності. Частина співзасновників сімейного бізнесу тяжіють до стартапів, тож планують створювати нові власні проекти, які не обов'язково будуть пов'язаними із наявним бізнесом.

Поряд із великими планами існують не менші виклики: значна конкуренція, вихід на нові ринки, підвищення собівартості продукції, зниження рентабельності, захист авторських прав і ситуація на ринку праці. Та найбільшим викликом усе ж є невизначеність.

В Україні вже більше року триває повномасштабна війна (з 24/02/2022). За цей період країна втратила третину економіки, і лише кожне п'яте підприємство відновило свою роботу до минулорічного рівня [15]. Стійкість бізнесу сьогодні залежить від багатьох факторів: фахового управління, можливості швидкої релокації або віддаленості від лінії фронту, галузі діяльності, що забезпечують базові потреби (паливно-енергетичний комплекс, харчова галузь, роздрібний ритейл), бізнесів зі значною інтелектуальною складовою (ІТ). Водночас за час війни започаткувалися нові приватні бізнеси, які забезпечують потреби армії (тактичний одяг, глушники для зброї, розвантажувальні системи тощо).

Сотні бізнесменів і топменеджерів захищають країну, керують підрозділами та відповідають за масштабні проекти в армії. Підприємницький хист, ініціативність, управлінські навички виявилися затребуваними у новій українській армії.

У кожній перемозі 50% належить успішним бойовим діям на лінії фронту, решта половина – ефективність економіки в тилу.

Бізнес зараз працює у несприятливих обставинах. Це блекаути, подальша міграція населення за кордон, погіршення фінансової спроможності споживачів. У цих умовах, перш за все, потрібно оптимізувати витрати без шкоди для

бізнесу, з особливою увагою планувати грошові потоки. Щоб не залежати від електропостачання в конкретному місці та забезпечити максимальну мобільність команд, переноситься документація на робочі платформи в хмару за принципом remote office. Відбувається і релокація / диверсифікація бізнесів у західні регіони України та в країни ближнього зарубіжжя (Польща, країни Балтії, Грузія).

Крім того, бізнес активно займається волонтерською діяльністю і реалізовує філантропічні проекти:

- Евакуація та психологічне оздоровлення вихованців дитбудинків і дітей, які постраждали від війни;
- Клініки й установи для протезування військових (Superhumans, Unbroken та ін.);
- Благодійні фонди, які забезпечують гуманітарну допомогу, медичні препарати, ІТ обладнання, автомобілі різних видів і багато іншого.

Вітчизняний бізнес свідомий щодо складності відновлення від наслідків війни та можливих викликів, пов'язаних з цим процесом. Поточний спад ВВП у країні складає 30-35% [1]. Жоден аналітик не може спрогнозувати, що буде завтра, через місяць, наступного року. Все дуже крихке і нестабільне: наша зовнішня і внутрішня політика, закони і валюта [11].

Ось деякі управлінські висновки (уроки) війни [15]:

- Війна змінила управлінські пріоритети та бізнес-парадигми, сьогодні бізнес зосереджений на всебічній підтримці та захисті людей, безперервності та сталості бізнесу;
- Підтримати українців благодійним наданням продуктів харчування, засобами гігієни тощо є обов'язком бізнесу; саме в такі моменти приходять розуміння, що бізнес дійсно може бути силою добра;
- Бути поруч з людьми, спілкуватись з ними, оскільки люди повинні бачити присутність лідера;
- Люди стали відповідальнішими; лідери зрозуміли, що можуть більше довіряти своїм співробітникам;
- Незалежно від того, яка ситуація в країні і в житті лідера, власник бізнесу має брати

на себе відповідальність і приймати швидкі ефективні рішення;

- Швидко прийняте рішення – краще, ніж ідеальне;
- З'явилося багато нових викликів і нових знань, усе дуже відповідально і водночас захоплююче;
- Врахування ризиків, диверсифікація інвестицій, наявність грошового резерву – головні перешкоди повної зупинки бізнесу під час війни;
- Для деяких власників бізнесу радикальні зміни та шторм – це інвестиційна можливість;
- Для більшості виробничих компаній якість продукції є визначальною навіть під час повномасштабної війни; тому планування, виробництво, постачання в таких умовах стали мистецтвом, а не наукою;
- Україна для решти світу перестала бути terra incognita; війна стала каталізатором остаточного формування української політичної нації;
- Українці повертаються до свого коріння – у бізнесі, самоусвідомленні, побуті.

«Дух українського народу зростить і створить наново те, що було зруйновано тиранією, Україна демонструє самобутність та ніби створює себе власноруч», – цитата сера Аніша Капура на обкладинці українського журналу Forbs, яку він сам і спроектував [14].

Світові аналітики мають оптимістичні очікування стосовно майбутнього сімейного бізнесу як такого. За прогнозами консалтингової компанії McKinsey, вже у 2025 р. кількість сімейних компаній у світі з обігом понад \$1 млрд зросте з 8 тис. до 15 тис. [5].

Водночас, збільшиться і частка сімейних компаній порівняно з бізнесами інших форм організації діяльності. Так, аналітики прогнозують, що до 2025 р. присутність сімейних бізнесів у різних країнах світу буде такою: 75% – в Латинській Америці, 67% – в Індії, 65% – на Близькому Сході і 40% – в Китаї, у Південно-Східній Азії таких бізнесів буде близько 85%. У країнах, що розвиваються, їхня частка становитиме 37%.

Збільшення кількості сімейних підприємств, своєю чергою, позитивно вплине на ринок праці. На сьогодні, за різними оцінками, приблизно 60% робочих місць створюються сімейними компаніями [16], у подальшому цей показник лише зростатиме.

Зважаючи на те, що український сімейний бізнес перманентно працює в умовах невизначеності, відіграє значну роль у розвитку економіки, позитивно впливає на зайнятість населення, слід очікувати на його роль у повоєнній відбудові держави і виконанні належної соціальної функції.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

- динамічний розвиток сімейного підприємництва в країні вимагає прийняття системи заходів, спрямованих на створення сприятливих інституційних умов, що дасть

зможу надалі досягти рівня розвинених країн, де сімейні підприємства становлять значну частину економіки;

- сімейний бізнес в Україні характеризується тими ж ознаками, що і в інших країнах; національною особливістю є відсутність тягlosti поколінь...; відкритими є і питання передавання бізнесу у спадок;

- приватний бізнес воює на фронті, працює в тилу, волонтерить, щоб наблизити нашу перемогу;

- сімейний бізнес залишається одним з головних факторів стабільності в державі, який виживає в умовах війни, втрати територій, революцій, гіперінфляцій. і він може відіграти важливу роль у повоєнній відбудові України, як це було в інших європейських країнах, де сім'ї шукали ідеї для бізнесу, поступово збагачувались, самостійно забезпечуючи себе й інших роботою.

Література:

1. Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення умов для підприємництва в Україні. <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/>
2. Бурда В. Україні для розвитку потрібен сімейний бізнес. І ось чому. НВ 23.10.2019. <https://nv.ua/ukr/opinion/ukraine-dlya-razvitiya-nuzhen-semeynyy-biznes-i-vot-pochemu-50049233.html>
3. Горбановська О., Вороновська Р. Спадкоємність у сімейному бізнесі // The Companion Group. 2012, №10, С. 49-51.
4. Дослідження сімейного бізнесу в Україні – відповідаємо на важливі питання. <https://lvbs.com.ua/news/doslidzhennya-simejnogo-biznesu-v-ukrayini-vidpovidayemo-na-vazhlyvi-pytannya/>
5. Змінити світ. <https://buduysvoe.com/ru/node/147425>
6. Маринович М. Митрополит Андрей Шептицький і принцип «позитивної суми». Львів : Вид-во Старого Лева, 2019. 248 с.
7. Мур К., Крейг Б. Дж. Сімейний бізнес. Найкращі практики для перспективного наставництва та довгострокового управління. К. : Баланс Бізнес Букс, 2020. 240 с.
8. Національна рада з відновлення України від наслідків війни.

<https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>

9. Сімейний бізнес: чи можна знайти баланс між сімейними та робочими відносинами.

<https://lifepravda.com.ua/society/2015/07/1/196370/>

10. Сливоцький А. Давид перемагає: Дисципліна неспівмірної перемоги. Львів : Вид-во УКУ 2019. 320 с.

11. Тривала війна стає все більш вірогідною. Яка економічна політика потрібна Україні? <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/08/14/690382/>

12. Червін В. Сімейний бізнес в Україні – п'ять кращих ідей. <https://www.lazy-and-rich.biz.ua/biznes-ideyi/simejnyj-biznes-v-ukrayini-p-yat-krashhyh-idej/>

13. List of Oldest Companies. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_oldest_companies

14. Forbes Україна №4, жовтень-листопад 2022. <https://forbes.ua>

15. Forbes Україна №5, грудень 2022-січень 2023. <https://forbes.ua>

16. Trust and reputation in family businesses: A systematic literature review of past achievements and future promises. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321005397>