

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

КАКИЕ ОТНОШЕНИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ СПОСОБСТВУЮТ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ?*

©2021 г. Ю.С. Мурзина*, И.А. Русяева**

*Кандидат психологических наук, доцент, кафедра общей и социальной психологии, Институт психологии и педагогики, ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»; 625003, г. Тюмень, ул. Володарского, д. 6; e-mail: y.s.murzina@utmn.ru

**Кандидат психологических наук, старший преподаватель, там же; e-mail: i.a.rusyaeva@utmn.ru.

DOI: 10.38098/ipran.sep_2021_24_4_05

Поступила в редакцию 26 июля 2021 г.

Аннотация. Целью исследования было установить характер взаимосвязи между характеристиками семейных отношений и успешностью предприятий сферы малого бизнеса в период пандемии Covid-19. Среди исследуемых характеристик семейных отношений были такие, как *любовь, дружба, счастье и стабильность*. Выборку исследования составили 92 предпринимателя (владельцы малого семейного бизнеса). Сбор данных проходил посредством онлайн опроса по двум направлениям: «Социально-экономический портрет респондента и бизнеса» и «Самооценка прибыльности бизнеса и отношений в семье». Собранные данные обрабатывались в программе Statistica 10.0 с помощью методов описательной статистики и ранговой корреляции Спирмена. Показано, что несмотря на ограничительные меры из-за пандемии Covid-19, 93,5% владельцев малого семейного бизнеса оценили свою экономическую деятельность как удовлетворительную. Было установлено, что средние значения характеристик семейных отношений однонаправленно изменяются с повышением прибыльности бизнеса, и только убыточные компании имеют более низкие значения. Наибольшее количество значимых корреляционных связей с успешностью бизнеса получил показатель Дружная семья. С такими отношениями взаимосвязаны все характеристики успешного бизнеса: Стабильный, Перспективный, Растущий и Прибыльный. Можно сделать вывод, что чем дружнее семья, тем больше шансов у нее построить успешный семейный бизнес. Для Любящей бизнес-семьи, прежде всего, будет свойственен Перспективный бизнес – эмоциональные отношения супругов стимулируют их творческую энергию и дают идеи для развития бизнеса. Были даны рекомендации по построению супружеских отношений в семейном бизнесе, способствующие росту прибыльности. В основу рекомендаций положен тезис о том, что прибыльность бизнеса зависит от уровня личностной зрелости супругов. Полученные результаты могут применяться для повышения осознанности и зрелости семейных отношений, развития компонентов дружбы с целью увеличения прибыльности предприятия.

Ключевые слова: семейный бизнес, прибыльность бизнеса, супружеские отношения, супружеская любовь, супружеская дружба, личностная зрелость, Covid-19.

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 19-013-00869.

Семейные фирмы представляют собой преобладающую форму организации бизнеса в мире (Sharma et al., 2012). В странах с развитой рыночной экономикой семейное предпринимательство является ведущим видом бизнеса (Левушкин, 2018). В странах ЕС, США и Канады уже более 20 лет ведется планомерная работа на государственном уровне по изучению и поддержке семейного бизнеса, вклад которого в экономику и социальную стабильность этих стран является очень весомым (Мурзина, Позняков, 2017).

Для нашей страны рост и повышение эффективности малого бизнеса является одним из стратегических направлений. Паспорт Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» содержит ряд целей, одним из показателей достижения которых является «Ежегодный рост выручки в расчете на 1 субъекта МСП» (п. 3.1.). Согласно этому критерию в 2022-2024 гг. рост выручки должен составить 103,76%.¹

Однако не только финансовые и инфраструктурные факторы могут стимулировать рост доходности бизнеса, но и социально-психологические. С точки зрения социальной психологии рост и повышение эффективности бизнеса связаны с особыми поведенческими, мотивационными и ценностно-смысловыми характеристиками субъектов предпринимательской деятельности (Журавлев, Позняков, 2012). Изучение отношений внутри семей предпринимателей способно стать еще одним направлением для развития малого бизнеса в нашей стране, так как по зарубежным данным доля проникновения семьи в малый бизнес достигает 90% (Mandl, 2008).

К вопросу о том, как семейные отношения влияют на бизнес, рассказал в своем интервью журналу Forbs В.О. Потанин: «Семья похожа на бизнес <...>. <...> в отношения нужно инвестировать. Не инвестируешь – ничего не

¹https://www.economy.gov.ru/material/file/65c7e743dffadf1f3f3a8207e31a0d99/Passport_NP_MS_P.pdf

получишь. И, как в бизнесе, в семье работает ситуация win-win: ты делишься и ты получаешь это обратно».² Так, с финансовой точки зрения (эмоционального вклада, инвестирования) можно обозначить тонкую взаимосвязь между двумя системами – бизнеса и семьи: хорошая, счастливая семья способна усиливать бизнес.

В связи с этим появляются следующие вопросы: способны ли отношения в семье улучшать финансовые показатели бизнеса? Как взаимосвязаны отношения двух систем: семьи и бизнеса?

Супружеские отношения и бизнес

Дж. Карделла с соавторами систематизировали научные публикации³ о взаимосвязи роли семьи и предпринимательства. Кластерный анализ показал пять основных областей освещения темы: (1) культурное измерение и проблема гендера; (2) семейный бизнес и преемственность; (3) родительские модели для подражания и предпринимательские намерения; (4) предпринимательство и самозанятость; (5) поддержка семьи и женщин-предпринимателей (Cardella et al., 2020).

К сожалению, в данной систематизации отсутствуют исследования по взаимосвязи экономических результатов и психологических отношений. Тем не менее, профессор Вермонтского университета (США), известный специалист в изучении семейного бизнеса П. Шарма в своей обзорной статье по анализу темы семейного бизнеса⁴ предложила теоретическую модель, где взаимосвязаны эти два измерения: качество семейных отношений и эффективность бизнеса (Sharma, 2004). Таким образом, Шарма выделила 4 вида семейных фирм (см. рис. 1):

² <https://www.forbes.ru/forbeslife/403461-do-2046-ya-pobudu-v-reytinge-forbes-kak-potantin-vospityvaet-detey-pochemu>

³ Были использованы научные публикации, размещенные в базах Scopus, Web of Science, Business Source. Всего было отобрано и проанализировано в общей сложности 92 статьи, опубликованных в период 1989-2019 г. Систематизация проходила с учетом библиометрических показателей и кластерного анализа.

⁴ П. Шарма проанализировала 338 статьи по теме семейного бизнеса: 33 статьи до 1989г.; 110 – с 1990–1999гг., и 195 статей 2000-2003 гг.

Термин «теплые сердца» как позитивное измерение семейных отношений не получило в работе Шарма эмпирической проверки и не содержало подробного феноменологического описания. Таким образом, вопрос о том, какие отношения будут способствовать прибыльности бизнеса, остается пока не раскрытым.

		Изменение семьи	
		<i>позитивное</i>	<i>негативное</i>
Измерение бизнеса	<i>позитивное</i>	<p><i>I</i> <i>Теплые сердца</i> <i>Полные карманы</i> Высокий эмоциональный и финансовый капитал</p>	<p><i>II</i> <i>Страдающие сердца</i> <i>Полные карманы</i> Низкий эмоциональный, но высокий финансовый капитал</p>
	<i>негативное</i>	<p><i>III</i> <i>Теплые сердца</i> <i>Пустые карманы</i> Высокий эмоциональный, но низкий финансовый капитал</p>	<p><i>IV</i> <i>Страдающие сердца</i> <i>Пустые карманы</i> Низкий эмоциональный и финансовый капитал</p>

Рис 1. Типология семейного бизнеса

Рассмотрим исследования в области психологии супружеских отношений и попытаемся в теоретическом плане найти взаимосвязь между характером супружеских отношений и успешностью в бизнесе.

Для можно подчеркнуть первичность семейных отношений перед деловыми. Так, вслед за К. Аронофом и Дж. Вардом (Aronoff, Ward, 2011) мы разделяем утверждение о том, что в бизнес-семьях происходит «перетекание» ценностей из сферы семьи в сферу бизнеса. Важно, что генерирующими смыслом и ценностями будут именно семейные отношения (см. рис. 2). В своих предыдущих работах мы уделили большое внимание изучению ценностных ориентаций владельцев малого семейного и несемейного бизнеса (Мурзина, Позняков, 2019; Мурзина и др., 2020).

Принципиально важным с психологической точки зрения в этом подходе является тот факт, в семье зарождаются те ценности, которые потом транслируются в бизнес-среде. Данный подход позволяет нам утверждать, что не внешние факторы успешности бизнеса формируют климат в семье, а наоборот, характер отношений и разделяемые ценности способствуют успеху.

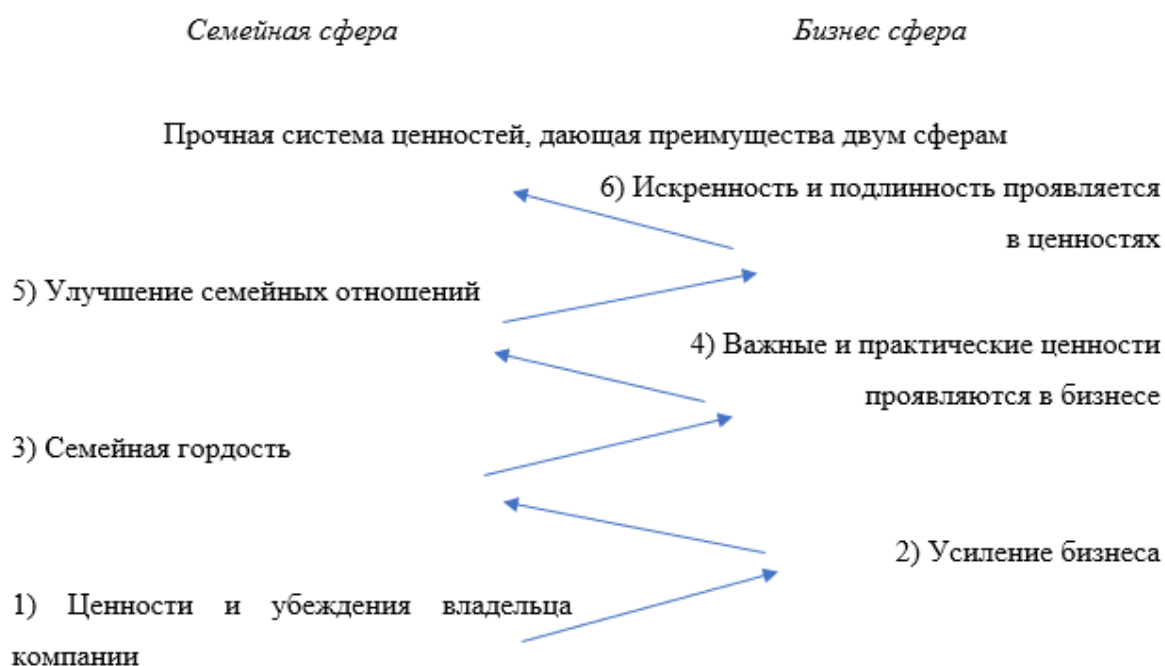


Рис. 2. Преемственность ценностей

Итак, в супружеских отношениях проявляются различные виды любви, связанные с взаимоотношениями в семье, способные оказывать влияние на бизнес. В разные периоды жизни семьи актуализируют различные виды любви, помогающие преодолевать семейные кризисы.

Любовь-агапе – бескорыстная и самоотверженная любовь-самоотдача, безусловная готовность служить и помогать другому, она проявляется на более поздних периодах жизненного цикла семьи. Н.Н. Лепехин с соавторами утверждает, что потенциал любви-агапе делает супружескую подсистему гибкой, способной к духовному видению возникшего кризиса в случае

возникновения объективных трудностей семейной жизни (Лепехин, 2015). Можно считать, такой вид любви способен реализоваться не столько в семьях предпринимателей, сколько в семьях людей, занятых волонтерством или благотворительностью. Данное суждение основывается на том, что «бескорыстие» и «безусловная помощь» как ценности вступают в противоречие с фундаментальной целью бизнеса – прибылью. Невозможно одновременно стремиться к прибыли и бескорыстно помогать клиентам, партнерам, сотрудникам. Исключением, в этом случае могут стать семьи предпринимателей, в которых прибыль в бизнесе не является самоцелью. Для таких владельцев бизнес – это самореализация, хобби и способ саморазвития.

Представляется, что ключевую роль в бизнес-семьях будет играть проявление у супругов *Любви-дружбы* (сторге), выполняющей в семейных отношениях важную роль установления партнерства. Этот тип любви является результатом общих ценностей супругов относительно бизнеса, семьи и других аспектов жизни. Умение поддерживать и развивать дружеские отношения и ценностно-ориентационное единство может обеспечивать успешность и в предпринимательской деятельности.

Умение создать такие семейные отношения, которые можно назвать дружными, основанными на общих ценностях, восходит в более общем смысле к понятию *личностной зрелости* супругов. Понятие психологической зрелости человека в настоящее время активно изучается и операционализируется (Балык, Цыбуленко, 2016).

Согласно Г. Олпорту (Олпорт, 2002), личностно зрелый человек характеризуется широкими границами «Я», теплыми социальными отношениями, положительным представлением о себе, реалистическим восприятием, способностью к пониманию себя и юмором, а также цельной жизненной философией. Общение в такой семье может быть определено как

конструктивное. О.В. Смирникова определяет личностную зрелость как условие компетентности супругов в семейной жизни (Смирникова, 2005).

Согласно А.А. Реану, при зрелых отношениях супруги легче адаптируются к новым ролям, функциям, менее конфликтно преодолевают трудности, грамотнее выстраивают отношения с родительскими семьями, определяя границы своей собственной семьи. При этом они менее зависимы от чьей-либо помощи и стараются совместно решать семейные проблемы (Реан, 2019). Согласно А.Е. Мухановой, в семейном бизнесе взаимоотношения ориентированы не столько на результат, сколько на эмоции, поскольку сами отношения в системе носят не временный, а постоянный характер (Муханова, 2015).

Таким образом, предположение настоящего исследования о приоритете равноправия в семейных отношениях согласуется с понятием личностной зрелости и вполне может способствовать повышению успешности бизнеса, тем более, как отмечает М.Ю. Семенов, личностная зрелость также имеет прямое отношение и к тому, как человек относится к деньгам. Ведь личностно зрелые люди быстрее обучаются новым правилам поведения в экономической ситуации, более уверены в себе и финансовых вопросах, в ситуации безденежья чаще ориентированы на объективное и рациональное восприятие сложившейся ситуации и поиск решения проблемы (Семенов, 2004).

Семейные отношения личностно зрелых людей предполагают, как видится, обязательное умение выстраивать дружеские отношения помимо любовных, где объединяющей деятельностью может быть, в том числе, и семейный бизнес. Данное утверждение согласуется с теорией деятельностного опосредования межличностных отношений А.В. Петровского. В ситуации с семейным бизнесом, когда супруги и дети вовлечены в общий экономический процесс, можно предположить, что межличностные отношения будут опосредованы содержанием групповой деятельности – проблемами и задачами

их общего семейного предприятия. Феноменами коллектива в семейном предприятии в рамках стратометрической концепции будут являться «действенная групповая эмоциональная идентификация» и «ценностно-ориентационное единство» (Петровский, 1996).

Общая групповая цель – прибыльность семейного дела – может способствовать сплочению семьи и формированию эмоциональной идентификации. Для сравнения, семья, с отсутствием групповой цели, имеет меньше шансов стать сплоченной: разнонаправленные интересы и цели разобщают ее членов. Однако в случае с семейным бизнесом речь идет о более сложной системе. Первичность ценностей сферы семейных отношений, позволяет прогнозировать, что формирование коллектива организации (фирмы) следует начинать с формирования ценностного единства семьи. Т.е. дружная семья способна построить прибыльный бизнес, а разобщенная семья не способна сохранить прибыльное дело.

Другим значимым компонентом зрелости является саморегуляция поведения как условие целенаправленной деятельности человека, ориентированной на достижение успеха (Моросанова, 2002; Сергиенко, 2005). На наш взгляд, саморегуляция, если она реализуется в дружбе, обеспечивает почву для партнерства и рационального подхода к предпринимательству. В этом процессе важно участие волевого контроля, которое состоит, согласно Н.Е. Харламенковой, в способности преодолевать препятствия, возникающие на пути достижения цели, преимущественно за счет перераспределения функций между компонентами психической системы (Харламенкова, 2007).

С точки зрения транзактного анализа Э. Берна (Берн, 1992), деловые отношения между супругами можно охарактеризовать как реализующиеся в эго-состояниях «Взрослый-Взрослый». Зрелые же отношения включают в себя гибкое проявление всех трех эго-состояний. Они включают в себя и любовные, и дружеские, и отношения покровительства и заботы.

Если вернуться к анализу типа любви-агапе, с точки зрения транзактного анализа, – это отношения «Ребенок-Ребенок» в горизонтальном варианте или «Ребенок-Родитель» – в вертикальном. В обоих случаях доминируют эмоции, которые привносит эго-состояние ребенка. Рассматривая эмоции как ресурс для ведения бизнеса, можно прийти к выводу, что это состояние в деятельности предпринимателя способно принести творческий порыв, свободу самовыражения и устремленность в будущее. Находясь в состоянии такого эмоционального потока, можно интуитивно почувствовать те идеи, которые отзовутся у потребителей и помогут развить бизнес в перспективном направлении.

Однако при доминировании таких состояний сложно говорить о контроле прибыльности, поскольку преобладание детского эго-состояния не располагает к контролю и рациональному управлению финансами.

Вертикальные отношения (Родитель-Ребенок) характеризуются неравномерным распределением ответственности: она принадлежит Родителю. Участники отношений не обладают личностной целостностью, они могут эффективно взаимодействовать лишь дополняя друг друга, что ограничивает их возможности к развитию как двух равноправных членов системы. Напротив, в горизонтальных отношениях возможности развития намного шире за счет целостности личности каждого участника.

Таким образом, рассмотрев вопросы любви, дружбы, личностной зрелости супругов, а также обозначив первичность семейных отношений перед деловыми, можно подойти к возможности обоснования эмпирических гипотез и их проверки.

Цель настоящего исследования: установление взаимосвязи между характеристиками семейных отношений и успешностью предприятий сферы малого бизнеса.

Задачи:

1) разработать опросную методику, включающую оценку прибыльности предприятий и специфику семейных отношений;

2) получить данные методом онлайн опроса на выборке из владельцев бизнеса, осуществляющих предпринимательскую деятельность в разных экономических отраслях;

3) описать формы семейных отношений, способствующих финансовому успеху бизнеса, и разработать рекомендации по формированию конструктивных отношений на основе полученных результатов.

Проведенный литературный обзор позволил выдвинуть *гипотезы*:

H1: дружеские отношения в бизнес-семье взаимосвязаны с большей прибыльностью бизнеса;

H2: любовь в бизнес-семье, как яркое эмоциональное переживание в супружеских отношениях, взаимосвязана с перспективностью бизнеса.

Практической значимостью данного исследования является разработка психологических рекомендаций по формированию семейных отношений, способствующих финансовому успеху бизнеса.

МЕТОДИКА

Согласно задачам данного исследования, необходимо было осуществить оценку характеристик семейных отношений в бизнес-семьях и успешность их коммерческих предприятий. Сбор данных происходил с августа 2020 по март 2021г. Поскольку личные контакты в данный период времени из-за пандемии были органичены, сбор эмпирического материала осуществлялся с помощью онлайн-опроса (ссылка на опрос доступна по ссылке <https://forms.gle/W7n8hAgQkDCkjJVi7>).

Опрос анкетного типа включал в себя 5 тематических блоков (рис. 3). Результаты всех частей исследования будут представлены в научных публикациях по мере их обработки и подготовки материалов к печати. В

данной статье будут использованы две части опроса: Блок 2 «Социально-экономический портрет респондента и бизнеса» (частично) и Блок 3.1 «Самооценка прибыльности бизнеса и отношений в семье».

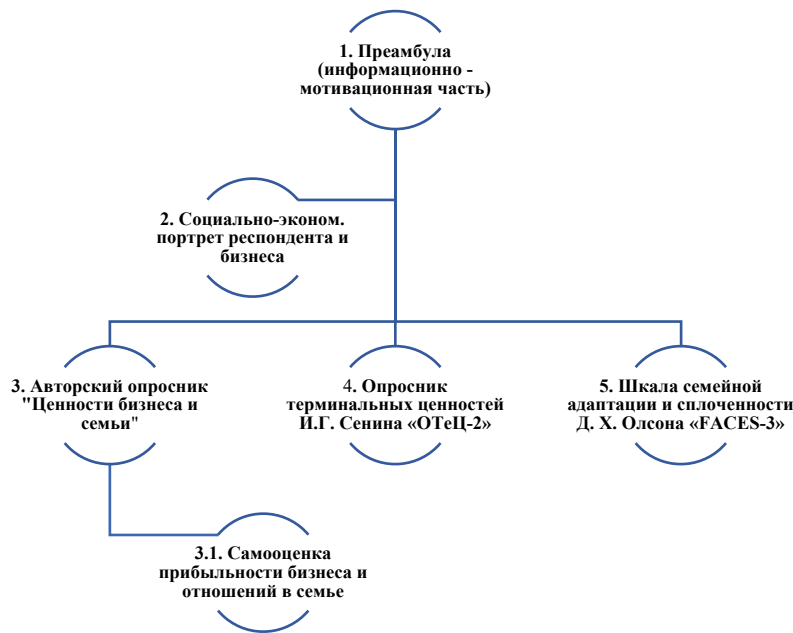


Рис. 3. Структурные блоки опроса владельцев семейного бизнеса

Охарактеризуем инструмент исследования.

«Прембула» представляла цель исследования и команду проекта, давала ссылку на сайт научного проекта <https://psychobusiness.wixsite.com/website>, приглашала к участию, делая акцент на конфиденциальности собираемых данных. Для повышения искренности и заинтересованности участников им предлагалось получить индивидуальные результаты психологического тестирования и подборку материалов по интересующей теме (например, психология счастья или психология семейного бизнеса).

Блок 2 «Социально-экономический портрет респондента и бизнеса» представлял собою перечень закрытых поливариативных вопросов, собирающих информацию по следующему набору учитываемых переменных: пол; возраст; образование; вероисповедание и глубина веры; количество детей,

возраст семьи (лет); количество лет бизнесу; регион проживания и ведения бизнеса; сфера бизнеса; размер бизнеса, прибыльность бизнеса.

Блок 3.1. «Самооценка прибыльности бизнеса и отношений в семье» - здесь испытуемому предлагалось по 5-ти бальной шкале оценить свою семью по таким характеристикам как «счастливая, стабильная, любящая, дружная» и бизнес по аналогичным характеристикам «стабильный, перспективный, прибыльный, растущий».

Выборку исследования составили 92 предпринимателя – все владельцы малого семейного бизнеса, из которых 58% женщин и 42% мужчин, средний возраст которых составил 38,2 лет (Std.Dev.=6,95). На рис. 4 представлено распределение предпринимателей по возрасту в зависимости от их пола. Надо отметить, очень высокий уровень образования предпринимателей: высшее образование имеют 46,7%, несколько высших образований – 30,4%, закончили аспирантуру и имеют ученую степень – 10,8%; закончили МВА в России/Президентскую программу – 3,2%; и только 8,7% имеют средне-специальное образование.

Абсолютно большая часть владельцев семейного бизнеса состоит в зарегистрированном браке – 84,7%; в разводе – 8,6%; не состоят в отношениях – 6,5%. Продолжительность семейной жизни испытуемых составляет около 12 лет (Mean=11,8, Std.Dev.=6,5), в семьях имеется более одного ребенка (Mean=1,6, Std.Dev.=1). Предприниматели, в абсолютном большинстве, исповедуют православное христианство – 71,7%. На рис. 5 представлены варианты религиозного выбора и количество человек, относящих себя к этой религии (см. рис. 5).

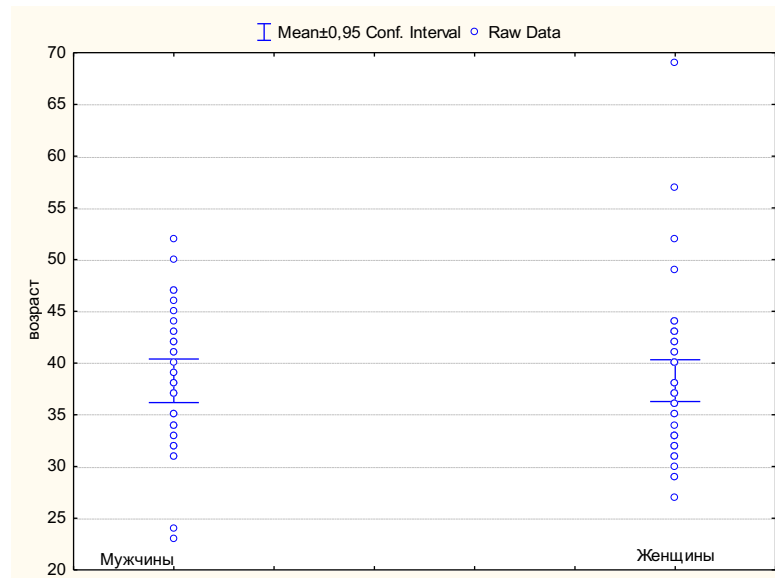


Рис. 4. Распределение возраста испытуемых по полу, чел.

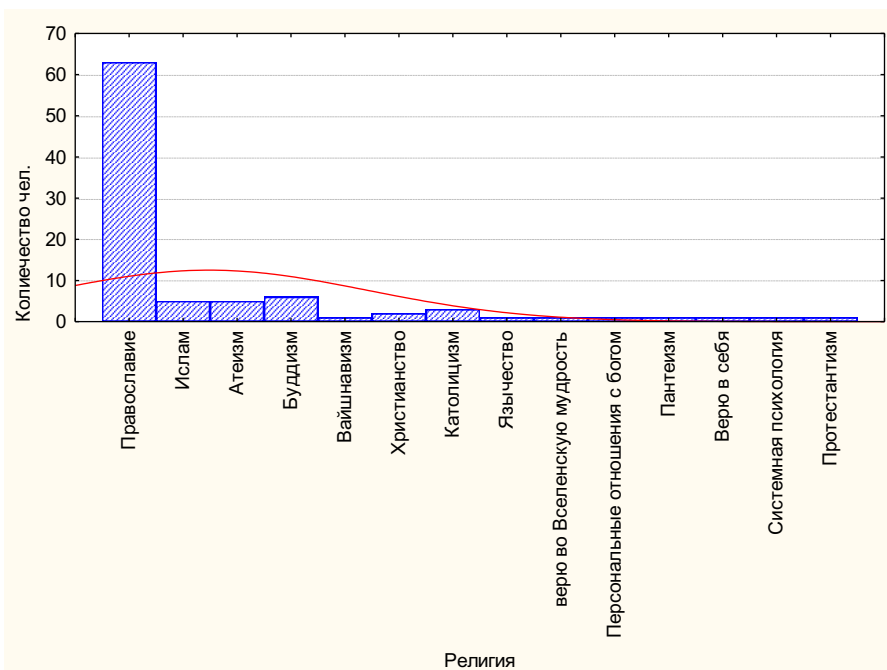


Рис. 5. Распределение испытуемых по религиозным взглядам, чел.

Владельцы семейного бизнеса проживают и ведут свое дело на территории Тюменской области – 77%, а также на Урале (Омск, Челябинск, Екатеринбург) – 5,4%, Центральном ФО (Москва, Санкт-Петербург, Орел) – 12%. В среднем, предпринимательская деятельность осуществляется ими около

9 лет (Mean=8,95, Std.Dev.=6,1) в следующих областях: Услуги населению – 24%; Услуги организациям – 12%; Образование – 11%; Строительство – 10%; по 4,3% в сферах Информационные технологии, Недвижимость, Промышленность.

РЕЗУЛЬТАТЫ

После сбора данные были обработаны в программе Statistica 10.0 описательными методами с расчетом средних величин и стандартных отклонений, методом ранговой корреляции Спирмена.

Для начала можно представить, как владельцы малого семейного бизнеса в целом оценили прибыльность своих предприятий (рис. 6). Оценка производилась по 5-ти балльной шкале, где 5 – это максимальный балл. Как видно на рисунке, большая часть – это положительные оценки, и только 6 человек (6,5% от выборки) оценивают «неудовлетворительно» финансовое положение своего бизнеса.

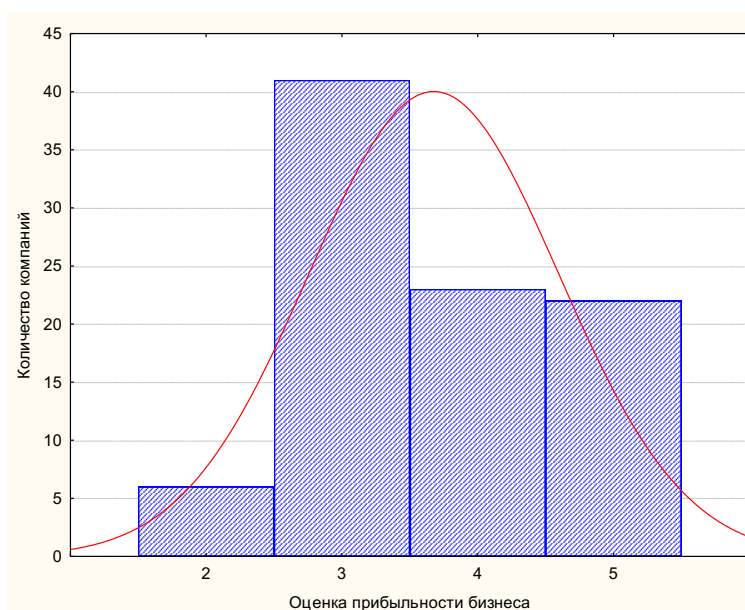


Рис. 6. Распределение предприятий по уровню прибыльности (ед.)

Далее представим изменение средних значений переменных, характеризующих семейные отношения, в зависимости от прибыльности бизнеса (рис. 7-10):

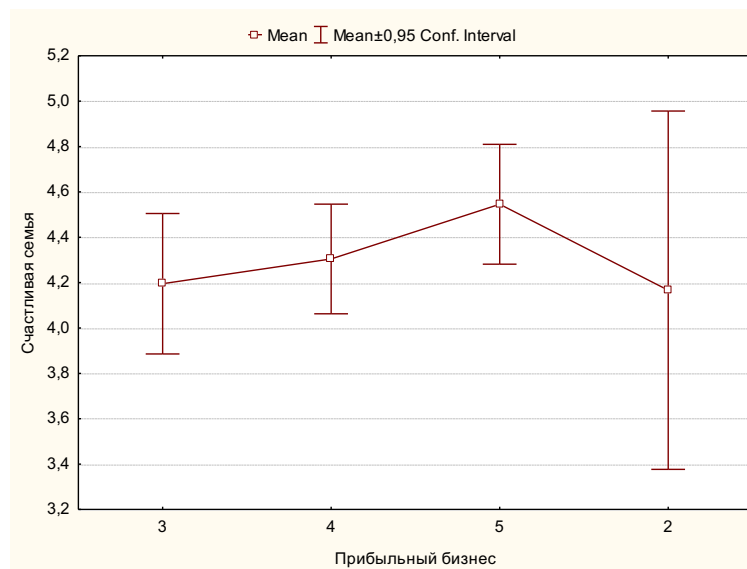


Рис 7. Средние значения и доверительный интервал для переменной «Счастливая семья» в зависимости от «Прибыльности бизнеса»

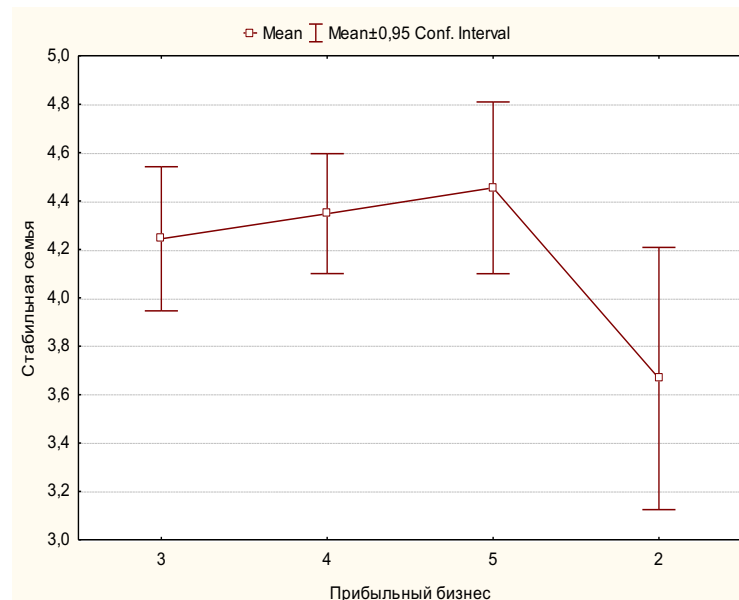


Рис. 8. Средние значения и доверительный интервал для переменной «Стабильная семья» в зависимости от «Прибыльности бизнеса»

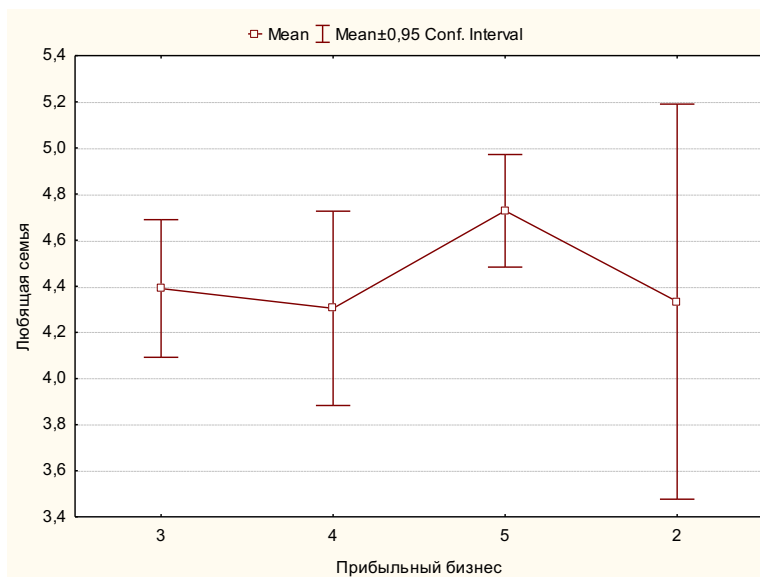


Рис. 9. Средние значения и доверительный интервал для переменной «Любящая семья» в зависимости от «Прибыльности бизнеса»

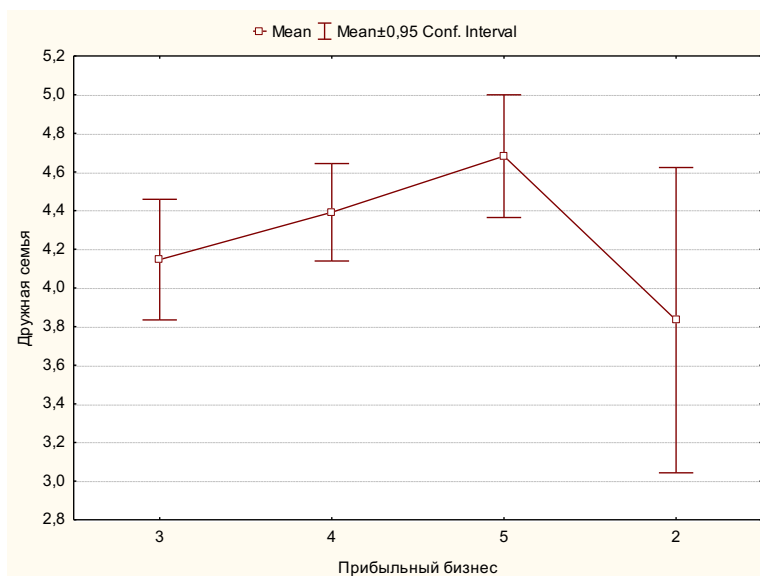


Рис. 10. Средние значения и доверительный интервал для переменной «Дружная семья» в зависимости от «Прибыльности бизнеса»

Как видно из представленных рисунков, в целом, положительные характеристики семейных отношений изменяются однонаправленно с повышением прибыльности бизнеса. И только убыточные компании имеют более низкие значения по «отношенческим» характеристикам семьи – показателям Счастье, Стабильность, Любовь, Дружба.

При этом самый высокий разброс показателей и большой доверительный интервал по таким шкалам характерен именно для низкоприбыльного бизнеса (рис. 7-10), то есть, при низкой прибыльности бизнеса встречаются семьи, которые в большей или меньшей мере обладают чертами счастья, стабильности, любви и дружбы. Однако всегда среднее значение стремится к более низкому по сравнению с прибыльным бизнесом. Это означает, что связь прибыльности бизнеса с каждым из этих параметров более сложная. На прибыльность могут воздействовать и другие факторы, поэтому даже в низкоприбыльном бизнесе могут быть счастливые и любящие семьи – известный в экономической психологии феномен «счастливых бедняков».

Наиболее выраженное различие средних значений по шкале «Стабильная семья» (рис. 8) наблюдается между бизнесом с низкой и высокой прибыльностью. Стабильность в семейных отношениях может проявляться через надежность партнера, прочность отношений, постоянство во взглядах и возможность положиться друг на друга. Таким образом, стабильность семейного бизнеса складывается из личностных качеств основателей бизнеса (Волков, 2012) и является ключевой характеристикой. Стабильность в эмоциональном плане характеризуется отсутствием резких смен настроения и эмоциональных всплесков. Так, стабильность может выступать основой предсказуемого поведения и доверительных отношений супругов, дружбы.

Для проверки первой гипотезы нами был использован метод ранговой корреляции Спирмена с целью изучения взаимосвязи между характеристиками отношений в семье и успешностью предприятия (см. табл. 1):

Как видно из таблицы наибольшее количество значимых корреляционных связей с успешностью бизнеса получила «Дружная семья». С такими отношениями взаимосвязаны все характеристики бизнеса: Стабильный (0,5), Перспективный (0,43), Растущий (0,43) и Прибыльный (0,38). Можно

сделать вывод, чем дружнее семья, тем больше шансов у нее построить успешный семейный бизнес.

Таблица 1.

Коэффициенты корреляции между переменными характеристик семейных отношений и успешности бизнеса.

		СЕМЬЯ				БИЗНЕС			
		счастливая	стабильная	любящая	дружная	стабильный	перспективный	прибыльный	растущий
СЕМЬЯ	счастливая	1,00							
	стабильная	0,76*	1,00						
	любящая	0,64*	0,60*	1,00					
	дружная	0,67*	0,80*	0,59*	1,00				
БИЗНЕС	стабильный	0,47*	0,37*	0,38*	0,50*	1,00			
	перспективный	0,36	0,31	0,45*	0,43*	0,40*	1,00		
	прибыльный	0,07	0,14	0,10	0,38*	0,52*	0,51*	1,00	
	растущий	0,29	0,34	0,31	0,42*	0,25	0,70*	0,50*	1,00

Примечание: * – $p \leq 0,05$.

Важно отметить, что Прибыльный бизнес значимо взаимосвязан лишь с Дружескими отношениями в семье (0,38), а Стабильная, Счастливая и Любящая семья не имеют значимой взаимосвязи с прибыльностью.

Стабильный бизнес характерен для Счастливой (0,47), Стабильной (0,37), Любящей (0,38) и Дружной (0,50) семьи. Можно сделать вывод, чем стабильнее семейный бизнес, тем благополучнее отношения в этой семье. Этот вывод соответствует размышлениям В.О. Потанина о том, что семейная энергия «подпитывает» бизнес – и две системы взаимосвязаны.

Для Любящей бизнес-семьи, прежде всего, будет свойственен Перспективный бизнес (0,45) и далее по степени значимости – Стабильный

(0,38). Можно предположить, чем эмоциональные отношения супругов стимулируют их творческую энергию и дают идеи для изменения и поиска новых экономических ниш.

Таким образом, результаты эмпирического исследования позволяют нам подтвердить выдвинутые ранее гипотезы:

- дружеские отношения в семье обуславливают большую прибыльность в компаниях семейного бизнеса;
- доминирование любовных отношений в семье взаимосвязано с перспективностью бизнеса.
-

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Согласно эмпирическим результатам, прибыльный бизнес – это также стабильный, перспективный, растущий. Для того, чтобы поддерживать данные характеристики, необходимы личностные качества, характерные для эго-состояния взрослого, как и предполагалось в исследовании. Обеспечение стабильности и роста бизнеса, его перспективности показывает серьезное отношение супругов-партнеров, наличие между ними постоянных договоренностей и хорошо налаженной коммуникации. Перевес в таком случае возможен больше в сторону контроля, чем спонтанности.

Однако в области семейных отношений обнаружена лишь одна значимая положительная корреляционная связь с «дружной семьей» на уровне 0,38. Таким образом, мы можем утверждать, что повышению прибыльности бизнеса будут способствовать именно дружеские отношения в семье предпринимателя. А вот счастье, стабильность и любовь в семье не имеют значимой положительной взаимосвязи с доходностью бизнеса.

Развитое умение выстраивать дружеские отношения между супругами определяет рациональный подход к ведению бизнеса, распределение

ответственности и грамотное управление финансами, таким образом, данные результаты не противоречат теоретическим подходам, а напротив, на практике иллюстрируют закономерности, выявленные в теории.

При проверке второй гипотезы было установлено, что переменная «любящая семья» обнаруживает наибольшую положительную взаимосвязь с перспективностью в бизнесе. Отсюда можно заключить, что яркие, полные любви и счастья отношения в семье предпринимателей будут более ориентировать бизнес на «завтрашний» день, на развитие, нежели на получение прибыли. Это полностью соответствует эго-состоянию свободного ребенка, преобладанию эмоционального компонента в отношениях и перевесу в сторону спонтанности. Отношение к деньгам, возможно, более легкое: деньги не являются приоритетной ценностью. Увлекательным для супругов становится сам процесс ведения совместного бизнеса, который становится средой для саморазвития и самореализации.

Полученный нами эмпирический результат можно также прокомментировать через сопоставление с типологией семейных компаний П. Шарма, описанных выше (рис. 1). Результаты нашего исследования, в целом, согласуются с этой типологией. Однако позволяют уточнить, что в квадранте № 1 «Теплые сердца и полные карманы» не может быть прямого роста в измеряемых переменных: повышение прибыльности коррелирует с «дружескими», а не с «любовными отношениями». В контексте настоящего исследования результаты показывают, что «теплые сердца» подразумевают дружеские отношения, основанные на паритете, осознанном подходе к решению разногласий. Это способствует успешности бизнеса в большей степени, чем любовь.

Рассмотрение же семейного бизнеса с точки зрения личностной зрелости супругов позволяет изучить проблему более глубоко, поскольку именно дружба между супругами является характеристикой зрелых и эмоционально близких

отношений. Дружба помимо эмоциональной близости предполагает актуализацию эго-состояния «Взрослый», позволяющего решать деловые вопросы и грамотно управлять финансами. При этом прибыль не является самоцелью, в семейном бизнесе более важными становятся неэкономические результаты, что согласуется с данными других исследований (Stewart, Hitt, 2011).

Таким образом, в исследовании подтвердились гипотезы о связи дружеских отношений с прибыльностью бизнеса и связи любовных отношений в семье с перспективностью бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В качестве заключения можно предложить рекомендации по развитию супружеских отношений в семейном бизнесе. Как показало исследование, важным эффектом развития дружеских отношений в семье может стать экономический результат повышения прибыльности бизнеса.

Использованный подход был основан на тезисе, что прибыльность бизнеса зависит от уровня личностной зрелости супругов и построения зрелых отношений. Секрет таких отношений состоит в том, что они ценны сами по себе. Нельзя сказать, что прибыльность бизнеса – это мотив их формирования, скорее это побочный эффект. Помимо прибыльности бизнеса в личностно зрелых отношениях супругов существуют столь важные преимущества как доверие и эмоциональная близость, единство ценностей, наличие общей деятельности, в которой происходит самореализация каждого. Умение гибко выстраивать коммуникацию позволяет распределять роли в бизнесе оптимально, создавая ситуацию успеха для каждого участника.

Рекомендации по созданию успешных семейных отношений:

1. Согласовать ценности. Это важно на самых первых этапах отношений. Создание общего ценностного поля – основа долговременных отношений. Важно, что ценности практически невозможно «подогнать» друг под друга.

Они должны именно совпасть. Для проверки своих ценностей необходимо вспомнить, какие три самых важных события своей жизни вы можете назвать? С какими сферами жизни и ценностями они связаны? Совпадают ли они с ценностями партнера? Есть ли в вашей жизни общие значимые события и какие ценности они отражают?

2. Развивать в отношениях все три эго-состояния: Ребенок, Взрослый, Родитель. Обычно у человека преобладает какое-либо одно эго-состояние, но для полноценной жизни и качественных отношений важны все три: общение в деловых аспектах на уровне Взрослый-Взрослый позволяет достичь паритета в отношениях и стать полноценными партнерами, основывая отношения на сотрудничестве, а не на принуждении. Общение на уровне Ребенок-Ребенок позволяет получать удовольствие от жизни, использовать свободную творческую энергию. Отношения Родитель-Ребенок в паре также могут пригодиться, если использовать их гибко, не застревая в этих ролях. Заботливый Родитель дает партнеру заботу и поддержку, позволяет отдохнуть и избавляет от ответственности. В разные периоды это может быть необходимо в отношениях как мужу, так и жене. Можно проанализировать в супружеской паре: – кто в семье чаще заботится о другом? – присутствует ли забота о самом себе? – существует ли взаимность в заботе?

3. Создать эмоциональную близость. Эмоции – важный индикатор того, все ли в порядке с удовлетворением потребностей. Игнорирование эмоциональной составляющей, неприятие и попытки подавлять негативные эмоции приводят к отчуждению в отношениях. Личностная зрелость предполагает честность, в том числе и в отношении эмоционального состояния. Забота об эмоциональном фоне семьи – дело обоих супругов. Для эмоционального раскрытия необходимо принятие партнерами друг друга и создание безопасной атмосферы. Взаимная забота и важность эмоций партнера способствует искренности и настоящей дружбе. Можно определить: – есть ли в

семье запретные эмоции, такие эмоциональные состояния, которые не принято выражать? – создается ли в семье доверительная атмосфера, в которой чувствовать любые эмоции безопасно, как и говорить о них? – проживает ли пара вместе отрицательные и положительные эмоции?

4. Учиться дружбе. Дружба между супругами основывается на готовности быть рядом и в трудные, и в приятные моменты. Дружеские отношения строятся на равноправии и уважении интересов, их общности, и на совместной деятельности. Поддержание совместной деятельности и в бизнесе, и за его пределами помогает укреплять дружбу и накапливать приятный совместный опыт.

5. Совладать с трудностями. Если случаются неудачи, конструктивно функционирующие семьи сплачиваются, а дисфункциональные – разобщаются. Важно относиться к неудаче как к вызову, проверке на прочность, как к препятствию, преодолев которое, супруги «вырастут», а не будут воспринимать это как наказание, провал и заниматься поиском виноватых. В этом направлении можно: – проанализировать несколько сложных периодов или неудач в семейной жизни и бизнесе; – какие стратегии были оптимальны для совладания с ними? – выбрать наиболее продвигающие и сплачивающие стратегии; – запомнить их и использовать в конструктивном совладании в будущем.

Таким образом, исследование ценностно-ориентационного единства супругов, а также их личностной зрелости несет ярко выраженную практическую значимость и его результаты могут применяться при планировании психологического просвещения представителей семейного бизнеса, а также разработки мероприятий по повышению осознанности и зрелости семейных отношений, развитию компонентов дружбы и любви между супругами с целью увеличения прибыльности и перспективности семейного бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Балык А.С., Цыбуленко О.П.* Психологическая зрелость личности: теоретические концепции и подходы // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. № 12. URL: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/spp/2016_12/psychology/balyk-tsybulenko.pdf (дата обращения 15.10.2021).
- Берн Э.* Введение в психиатрию и психоанализ для непосвященных. СПб: Братство, 1992.
- Волков Д.А.* «Устойчивость» семейного бизнеса и семейная идентификация // Российское предпринимательство. 2012. № 17(215). С. 24-30.
- Журавлев А.Л., Позняков В.П.* Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М.: Изд-во «Ин-т психологии РАН», 2012.
- Левушкин А.Н.* Семейное предпринимательство и семейный бизнес: понятие, правовая природа и перспективы развития // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2018. №3 (43). С. 206-217.
- Лепехин Н.Н.* Дифференциация форм любви в консультировании супружеских пар // Материалы V Международной научно-практической конференции «Бехтерев и современная психология человечности» / Под ред. Л.М. Попова. Казань: Отечество, 2015. С. 472-478. URL: <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/34119> (дата обращения 25.10.2021).
- Моросанова В.И.* Личностные аспекты саморегуляции произвольной активности человека // Психологический журнал. 2002. Т. 28. № 6. С. 5-17.
- Мурзина Ю.С., Позняков В.П.* Основатели бизнес-династий в России признают значимое влияние семейных отношений на бизнес // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 7. С. 1215-1232.
- Мурзина Ю.С., Позняков В.П.* Ценностные ориентации предпринимателей в сфере семьи и бизнеса // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 4. С. 212-224.
- Мурзина Ю.С., Позняков В.П., Дьячков С.М.* Чёрная кошка в тёмной комнате: отличаются ли ценностные ориентации владельцев семейного и несемейного бизнеса? // Организационная психология. 2020. № 4. С.88-108.
- Муханова А.Е., Умирзакова М., Смагулова Ж.Б., Берикболова У.Д.* Особенности развития семейного бизнеса как формы предпринимательства // Фундаментальные исследования. 2015. №. 11 (6). С. 1210-1214.
- Олпорт Г.* Становление личности. М: Смысл, 2002.
- Петровский А.В., Ярошевский М.Г.* История и теория психологии. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996.
- Реан А.А., Евграфова Ю.А.* Изучение связи показателей личностной зрелости и социально-психологической адаптации молодых супругов // Национальный психологический

Ю.С. Мурзина, И.А. Русяева

Какие отношения в семейном бизнесе способствуют прибыльности предприятия?

журнал. 2019. № 3(35). С. 80-87. URL: http://npsyj.ru/pdf/npj-no35-2019/npj_no35_2019_080-087.pdf (дата обращения: 25.10.2021).

Семенов М.Ю. Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости: Дисс. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2004.

Сергиенко Е.А. Контроль поведения как развитие представлений о индивидуальности с позиций субъектно-системного подхода // XX Мерлинские чтения. В.С. Мерлин и системные исследования индивидуальности человека: Материалы межрегиональной юбилейной научно-практической конференции 19-21 мая, 2005 г. Часть 1. Пермь: Пермский ГПУ. С. 34-48.

Смирникова О.В. Социально-психологические особенности доминирования-подчинения в супружеской паре: Дисс. ... канд. психол. наук. Курск, 2005.

Харламенкова Н.Е. Спонтанность и контроль в зрелых личностных отношениях // Феномен и категория зрелости в психологии. М.: Институт психологии РАН. 2007. С. 128-148.

Aronoff C. E., Ward J. L. Family business values: How to assure a legacy of continuity and success. NY.: Palgrave Macmillan, 2011. DOI: 10.1057/9780230116047.

Cardella G.M., Hernández-Sánchez B.R., Sánchez García J.C. Entrepreneurship and family role: a systematic review of a growing research // *Frontiers in psychology*. 2020. Т. 10. P. 29-39. URL: www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2019.02939 (дата обращения 25.10.2021).

Mandl I. Overview of Family Business Relevant Issues. Final Report, Austrian Institute for SME Research, Vienna // An official website of the European Union. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10389/attachments/1/translations/en/renditions/native> (дата обращения: 11.10.2021).

Sharma P. An overview of the field of family business studies: Current status and directions for the future // *Family business review*. 2004. V. 17. № 1. P. 1-36. DOI: 10.1111/j.1741-6248.2004.00001.x.

Sharma P., Chrisman J.J., Gersick K.E. 25 years of family business review: Reflections on the past and perspectives for the future // *Family Business Review*. 2012. V. 25. № 1. P. 5-15. DOI: 10.1177/0894486512437626.

Stewart A., Hitt M.A. Why Can't a Family Business Be More Like a Nonfamily Business? // *Family Business Review*. 2011. 25(1). P. 58-86. DOI: 10.1177/0894486511421665.

BIBLIOGRAFICHESKIJ SPISOK

Balyk A.S., Cybulenko O.P. Psihologicheskaya zrelost' lichnosti: teoreticheskie koncepcii i podhody // *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika*. 2016. № 12. URL: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/spp/2016/12/psychology/balyktsybulenko.pdf (дата обращения 15.10.2021).

- Bern E. Vvedenie v psixiatriyu i psixoanaliz dlya neposvyashchennyh. SPb: Bratstvo, 1992.
- Volkov D.A. «Ustojchivost'» semejnogo biznesa i semejnaya identifikaciya // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2012. № 17(215). S. 24-30.
- ZHuravlev A.L., Poznyakov V.P. Social'naya psixologiya rossijskogo predprinimatel'stva: Konceptiya psixologicheskix otnoshenij. M.: Izd-vo «In-t psixologii RAN», 2012.
- Levushkin A.N. Semejnoe predprinimatel'stvo i semejnij biznes: ponyatie, pravovaya priroda i perspektivy razvitiya // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina. 2018. №3 (43). S. 206-217.
- Lepekhin N.N. Differenciaciya form lyubvi v konsul'tirovanii supruzheskix par // Materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii «Bekhterev i sovremennaya psixologiya chelovechnosti» / Pod red. L.M. Popova. Kazan': Otechestvo, 2015. S. 472-478. URL: <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/34119> (data obrashcheniya 25.10.2021).
- Morosanova V.I. Lichnostnye aspekty samoregulyacii proizvol'noj aktivnosti cheloveka // Psixologicheskij zhurnal. 2002. T. 28. № 6. S. 5-17.
- Murzina YU.S., Poznyakov V.P.* Osnovateli biznes-dinastii v Rossii priznayut znachimoe vliyanie semejnykh otnoshenij na biznes // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2017. T. 18. № 7. S. 1215-1232.
- Murzina YU.S., Poznyakov V.P.* Tsennostnye orientatsii predprinimatelej v sfere sem'i i biznesa // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2019. № 4. S. 212-224.
- Murzina YU.S., Poznyakov V.P., D'yachkov S.M.* CHyornaya koshka v tyomnoj komnate: otlichayutsya li cennostnye orientacii vladel'cev semejnogo i nesemejnogo biznesa? // Organizacionnaya psixologiya. 2020. № 4. S.88-108.
- Muhanova A.E., Umirzakova M., Smagulova ZH.B., Berikbolova U.D. Osobennosti razvitiya semejnogo biznesa kak formy predprinimatel'stva // Fundamental'nye issledovaniya. 2015. №. 11 (6). S. 1210-1214.
- Olport G. Stanovlenie lichnosti. M: Smysl, 2002.
- Petrovskij A.V., YAroshevskij M.G. Istoriya i teoriya psixologii. Rostov-na-Donu: Feniks, 1996.
- Rean A.A., Evgrafova YU.A. Izuchenie svyazi pokazatelej lichnostnoj zrelosti i social'no-psixologicheskoj adaptacii molodyh suprugov // Nacional'nyj psixologicheskij zhurnal. 2019. № 3(35). S. 80-87. URL: http://npsyj.ru/pdf/npj-no35-2019/npj_no35_2019_080-087.pdf (data obrashcheniya: 25.10.2021).
- Semenov M.YU. Osobennosti otnosheniya k den'gam lyudej s raznym urovnem lichnostnoj zrelosti: Diss. ... kand. psixol. nauk. YAroslav', 2004.
- Sergienko E.A. Kontrol' povedeniya kak razvitie predstavlenij o individual'nosti s pozicij sub"ektno-sistemnogo podhoda // HKH Merlinskie chteniya. V.S. Merlin i sistemnye issledovaniya individual'nosti cheloveka: Materialy mezhregional'noj yubilejnoj

Ю.С. Мурзина, И.А. Русяева

Какие отношения в семейном бизнесе способствуют прибыльности предприятия?

nauchno-prakticheskoy konferencii 19-21 maya, 2005 g. CHast' 1. Perm': Permskij GPU. S. 34-48.

Smirnikova O.V. Social'no-psihologicheskie osobennosti dominirovaniya-podchineniya v supruzheskoj pare: Diss. ... kand. psihol. nauk. Kursk, 2005.

Harlamenkova N.E. Spontannost' i kontrol' v zrelyh lichnostnyh otnosheniyah // Fenomen i kategoriya zrelosti v psihologii. M.: Institut psihologii RAN. 2007. S. 128-148.

Aronoff C. E., Ward J. L. Family business values: How to assure a legacy of continuity and success. NY.: Palgrave Macmillan, 2011. DOI: 10.1057/9780230116047.

Cardella G.M., Hernández-Sánchez B.R., Sánchez García J.C. Entrepreneurship and family role: a systematic review of a growing research // *Frontiers in psychology*. 2020. T. 10. P. 29-39. URL: www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2019.02939 (data obrashcheniya 25.10.2021).

Mandl I. Overview of Family Business Relevant Issues. Final Report, Austrian Institute for SME Research, Vienna // An official website of the European Union. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10389/attachments/1/translations/en/renditions/native> (data obrashcheniya: 11.10.2021).

Sharma P. An overview of the field of family business studies: Current status and directions for the future // *Family business review*. 2004. V. 17. № 1. P. 1-36. DOI: 10.1111/j.1741-6248.2004.00001.x.

Sharma P., Chrisman J.J., Gersick K.E. 25 years of family business review: Reflections on the past and perspectives for the future // *Family Business Review*. 2012. V. 25. № 1. P. 5-15. DOI: 10.1177/0894486512437626.

Stewart A., Hitt M.A. Why Can't a Family Business Be More Like a Nonfamily Business? // *Family Business Review*. 2011. 25(1). P. 58-86. DOI: 10.1177/0894486511421665.

WHAT RELATIONSHIPS IN THE FAMILY BUSINESS CONTRIBUTE TO THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE?*

Y.S. Murzina*, I.A. Rusyaeva**

* Ph.D. (psychology), associate professor, department of general and social psychology, Institute of Psychology and Pedagogy, FSAEE HE «Tyumen State University»; 6, Volodarsky str., Tyumen, 625003; e-mail: y.s.murzina@utmn.ru

** Ph.D. (psychology), senior lecturer, the same place; e-mail: i.a.rusyaeva@utmn.ru

Summary. The aim of the study was to establish the nature of the relationship between the characteristics of family relationships and the success of small businesses during the Covid-19 pandemic. Among the characteristics of family relationships investigated were such as love, friendship, happiness and stability. The study sample consisted of 92 entrepreneurs (small family business owners). Data collection was carried out through an online survey in two areas: "Socio-economic portrait of the respondent and business" and "Self-assessment of the profitability of business and family relations." The collected data were processed in Statistica 10.0 using descriptive statistics and Spearman's rank correlation. It was shown that despite restrictive measures due to the Covid-19 pandemic, 93.5% of small family business owners rated their economic activities as satisfactory. It was found that the average values of the characteristics of family relationships change unidirectionally with an increase in business profitability, and only unprofitable companies have lower values. The largest number of significant correlations with business success was obtained by the indicator Amicable family. All the characteristics of a successful business are interconnected with such relationships: Stable, Prospective, Growing and Profitable. It can be concluded that the more friendly the family, the more chances it has to build a successful family business. For a Loving business family, first of all, a promising business will be characteristic - the emotional relationships of the spouses stimulate their creative energy and give ideas for business development. Recommendations were given for building marital relations in a family business, contributing to the growth of profitability. The recommendations are based on the thesis that the profitability of a business depends on the level of personal maturity of the spouses. The results obtained can be used to increase the awareness and maturity of family relationships, the development of friendship components in order to increase the profitability of the enterprise.

Keywords: family business, business profitability, marital relations, marital love, marital friendship, personal maturity.

** This work was supported by the RFBR, № 19-013-00869.