

**Причины успеха семейного малого бизнеса в Алтайском крае**

**Яковлева Анастасия Александровна**

*Аспирант*

*Алтайский государственный университет, Социологический факультет, Барнаул,  
Россия*

*E-mail: assya@inbox.ru*

***Причины успеха семейного малого бизнеса в Алтайском крае***

Экономический потенциал Алтайского края сложно ограничить какой-либо одной сферой ведения предпринимательской деятельности: промышленность, строительство, сельское и лесное хозяйство, добыча полезных ископаемых, торговля — все это представляет интерес для инвесторов.

Примером тому может служить тот факт, что сектор малого бизнеса в Алтайском крае в 2011 г. привлек 667,8 млн рублей кредитных ресурсов за счет поручительства регионального гарантийного фонда.[1]

Малые семейные предприятия постепенно становятся неизменным элементом предпринимательской инфраструктуры края. Сегодня стало как никогда актуальным иметь свой бизнес.

В целом, разговор о семейном бизнесе можно рассматривать с нескольких точек зрения: как вещи, несовместимые в принципе (работа и семья), или же, как средство сближения и благоприятного социального взаимодействия, способствующее лишь укрепить родственные связи.

Суть социальной проблематики изучаемой тематики сводится к рассмотрению следующих аспектов:

1) Предприниматель — как представитель среднего класса, вносящий социальную стабильность, способствующий экономическому благосостоянию и росту.

2) Аспект семейственности:

- с этнической точки зрения

- с психологической точки зрения

- с позиции социального взаимодействия в семье (семейные отношения: административные, властные, либо, наоборот, компромиссные, партнерские)

3) Сами причины успешного ведения семейного малого бизнеса:

Могут быть вызваны многими социальными процессами, происходящими в обществе, в том числе и росту предпринимательской активности в крае.

4) Теории:

- Дж.Ф. Мур: Теория предпринимательских экосистем: среда бизнеса связана с живой природной средой, в которой имеет место быть не только борьба, но и эволюция сотрудничества, взаимодействия[2]

- Теория соконкуренции А.М. Бранденбургера: применять к стратегиям ведения бизнеса теорию игр. Например, в борьбе за инвесторов фирмы являются соперниками, но в определенных случаях им целесообразно сотрудничать, удешевляя сделку, освоение капитальных вложений, а также производимый продукт, добиваясь более высокого уровня потребления с меньшими затратами[3].

- Новаторские концепции ведения бизнеса Г. Хэмел и К.К. Прахалад: где перспективность фирмы определяется первенством не на сегодняшнем, а на будущем рынке. Будущие рынки еще не существуют, но их необходимо представлять уже сейчас и стремиться к их формированию, на что может понадобиться свыше пяти лет. Использование такого подхода ориентирует органы управления экономической системой на постоянное наращивание ресурсов, сопоставление их структуры с направлением движения, превращается в процесс использования всех возможностей, необходимых для очередного шага по направлению к стратегической цели. При этом деятельность не сводится только к удовлетворению сегодняшних запросов потребителя, а нацелена на разработку новых продуктов и формирование для них рынков.[4]

### **Литература**

- 1 Info@rosinvestproet.ru
- 2 Moore J.F. The Death of Competition. — N.Y.: Harper Business, 1996.
- 3 Brandenburger A.M., Nalebuff B.M. Co-opetition. — N.Y.: Doubleday, 1996.
- 4 Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the Future. — Boston: Harvard Business School Press, 2000.