

ДЖОН СЭНДВИК — частый гость на страницах специализированных печатных изданий, где обсуждаются вопросы, связанные с семейным бизнесом, управлением исками, развивающимися финансовыми рынками и инвестициями в недвижимость. Член Наблюдательного совета журнала «Семейный Бизнес».

СЕМЬЯ дорожке АКЦИЙ

Влияние семейного владения на развитие бизнеса является предметом непрекращающихся дискуссий между инвесторами, финансовыми аналитиками и представителями делового сообщества. Существует точка зрения, что семейное владение может иметь пагубное влияние на экономику предприятия. Владельцы солидного пакета акций, связанные между собой семейными узами, могут преследовать цели, противоречащие планам миноритарных акционеров. Вместо того, чтобы, например, максимально увеличивать краткосрочные прибыли и наращивать акционерный капитал, они делают упор на стратегии, ориентированные на долгосрочный рост, технологические инновации или просто выживание.

Есть и иной взгляд, согласно которому семья как владелец контрольного пакета акций компании стремится получать выгоды частного порядка в виде завышенных окладов или особых дивидендов для членов семьи. На общие результаты деятельности компании негативно влияет и разновидность кумовства, проявляющаяся в продвижении на руководящие посты членов семьи, часто без учета их профессиональной подготовленности.

Некоторые идут еще дальше, утверждая, что на непрозрачных финансовых рынках компании, устроенные по семейной модели, склонны к экспроприации общественных богатств.

Однако анализ деятельности компаний, входящих в список 500 Standard & Poor's, доказывает иное. Финансовые показатели (прибыль, ликвидность, устойчивость и т.д.) контролируемых семьями фирм во многих случаях намного выше, чем у корпораций в чистом виде,

а инвесторы и финансовые аналитики все больше внимания уделяют компаниям семейного типа в противовес инвестиционной миопии а-ля Уолл-стрит. Инвесторы к тому же порядком устали от манипуляций с прогнозами доходов по акциям.

Успешные семейные компании характеризуются длительными временными горизонтами «на перспективу»: члены семьи, как правило, более склонны к осуществлению долгосрочных инвестиционных программ по сравнению с остальными акционерами. Такой подход позволяет свести к минимуму ситуации, когда долгосрочные прибыли приносятся в жертву. Более того, благодаря «семейной» репутации и постоянному присутствию семьи в бизнесе, семейным компаниям гораздо дешевле обходится осуществление программ финансирования с привлечением заемного капитала. В отличие от них в «чистокровных» корпорациях уровень текучести владельцев и управленцев довольно высок.



Обратимся к наглядным примерам. В 2006 году компания Procter & Gamble приняла решение увеличить объемы использования пальмового масла в производстве моющих средств и косметики. Основание для этого было довольно простое: низкая стоимость продукта. Другая, не менее известная компания Cargill занимается пальмовым маслом на протяжении 20 лет. В свое время менеджеры Cargill полагали: несмотря на ограниченность рынка в данный момент, через несколько лет Азия, где пальмовое масло используется населением в пищу, превратится в один из очагов экономического роста со всеми вытекающими из этого благоприятными перспективами для бизнеса.

Эти два подхода подчеркивают классическую разницу между корпорациями в чистом виде и семейными компаниями. Если для первых приоритетом являются краткосрочные финансовые показатели, то вторые, как правило, в большей степени ориентированы на поддержание репутации, создание платформы для развития и только потом – на показатель прибыли на акцию.

ДЖОН А. СЭНДВИК родился в 1957 г. в американском штате Калифорния. Бакалавр международных финансов и торговли университета Джорджтауна (Вашингтон) и магистр банковского дела (Development Banking) Американского университета (Вашингтон).

Работает в Швейцарии в сфере частного банковского обслуживания с 1993 года. Начал карьеру частного банкира в швейцарском филиале Deutsche Bank и Banque Leu S.A. (подразделение ЧБО банка Credit Suisse). В 1998 году основал Encore Management S.A., компанию по управлению частными состояниями. Encore Management S.A. работает в тесном сотрудничестве с UBS S.A., крупнейшим в мире банком, специализирующимся на управлении активами состоятельных клиентов.

Семейные фирмы представляют растущий интерес с точки зрения прямых инвестиций в акционерный капитал, что подразумевает приобретение инвесторами доли или пакета акций компании. Так, недавно семья Форбс начала подготовку к продаже ограниченной части активов своей медиа-империи внешним акционерам.

В каждой стране существуют собственные критерии определения понятия «семейный бизнес» в зависимости от формы и степени участия в нем семьи. Необходимо заметить, что более 30% компаний из списка 500 Standards & Poog's являются семейными по структуре менеджмента или владения. Среди них такие гиганты, как Wal-Mart (семье Уолтон принадлежит 30% акций), Marriott (семья Мариот владеет 20% акций) и другие.

В Европе доля семейных компаний, являющихся участниками фондового рынка, еще выше. Согласно исследованию, проведенному бизнес-школой INSEAD, во Франции доля так называемых родовых предприятий составляет 57% (из 250 представленных на парижской фондовой бирже: Carrefour, Michelin и др.). В Германии этот показатель составляет 51% (из 250 фирм семейно-предпринимательского типа, представленных на франкфуртской фондовой бирже: BMW, Porsche и др.).

В нефтяных странах Аравийского полуострова валовой внутренний продукт (без учета нефтяного и государственного сектора) на 70% вырабатывается компаниями семейного типа.

Однако при всей привлекательности финансовых показателей таких компаний и повышенном внимании к ним со стороны инвесторов не стоит забывать о трудностях, сопутствующих их развитию. Самыми серьезными из них являются наследование, внутрисемейные конфликты и контроль над структурой владения.

Многие эксперты по данной проблематике единодушны в том, что высокий уровень финансовых показателей семейных компаний скорее обусловлен харизмой лидера-предпринимателя, нежели элементом семейственности. Более того, в то время как отцы-основатели создают бизнес с нуля и достигают успеха, «головной болью» семейного бизнеса является его передача второму поколению. Здесь, как правило, возникает целый комплекс вопросов, связанных с профессиональной подготовкой и мотивацией потенциальных наследников бизнеса. В качестве примеров можно привести компанию Viacom, глава которой выбору наследника предпочел «расчленение» бизнеса, и Руперта Мердока, чей сын неожиданно для всех оставил исполнительный пост в News Corp.

Не менее актуальна и тема внутрисемейных конфликтов. Нередки ситуации, когда отдельные члены семьи начинают искать свое место под солнцем без учета особенностей развития бизнеса, провоцируя тем самым создание нестандартных ситуаций. Ярким образцом такого непродуманного «соперничества» является желание одних членов семьи (как правило, пассивных участников) выйти из дела и/или получить наличные финансовые средства, в то время как остальные планируют дальнейшее развитие бизнеса через совершение дополнительных инвестиций, диверсификацию и пр. Такой подход в свое время свел на нет семейственность в знаменитой медиа-империи Пулитцера.

Иногда семейный бизнес может принимать и совершенно гротескные формы. Так, от семейной бизнес-империи Gucci не осталось и следа, когда потомки Гуччи не смогли договориться между собой о стратегии развития компании, а окончательный крест на семейном деле поставило убийство Маурицио Гуччи, организованное его женой...

И напоследок совет инвесторам, рассчитывающим принимать решения с учетом вышеупомянутых особенностей. Не спешите скупать акции всех компаний с семейной долей владения. Прежде всего, выясните, сочетают ли они в своей деятельности принципы корпоративного управления и семейные ценности, так как именно такая стратегия является «визитной карточкой» успешного семейного бизнеса.