

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Сазонова Анастасия Петровна

**СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС КАК ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность: 5.4.2 Экономическая социология

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва – 2024

Работа выполнена на кафедре социологии управления факультета государственного управления Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель – **ОСИПОВ Егор Михайлович**
доктор социологических наук, доцент

Официальные оппоненты – **ОРЛОВА Любовь Николаевна**
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики инновационного развития, факультет государственного управления, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

– **БАГИРОВА Анна Петровна**
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления, Институт экономики и управления, ФГБОУ ВО «Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина»

– **МАРКЕЕВА Анна Валерьевна**
кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента, социологический факультет, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Защита диссертации состоится «22» марта 2024 г. в 16:30 на заседании диссертационного совета МГУ.054.2 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, Ломоносовский проспект д. 27 корп. 4, корпус «Шуваловский», ауд. Е-834.

E-mail: msu.054.2@spa.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/2793>

Автореферат разослан «___» февраля 2024 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических наук

Е.В. Батоврина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Политико-экономические реформы 90-х годов положили начало формированию нового общественного устройства в России, в котором экономика основана на рыночных отношениях. Началась институционализация предпринимательской деятельности различных социальных субъектов, которая продолжается до сих пор. Законодательное закрепление рыночных отношений способствовало формированию российского бизнес-слоя, в котором к 2000 г. были представлены многие социальные типы предпринимателей, в том числе, тип массового предпринимателя. Сегодня каждый десятый россиянин имеет свое дело, за три десятилетия показатель увеличился в 3 раза (в 1992 г. – 3%). Еще 23 % хотели бы открыть свое дело, но доля таких россиян меньше, чем была в 1992 г. (31%) и даже в 2016 г. (34%). Хотя выросла доля и тех, кто не хочет заниматься бизнесом (с 47% в 1992 г. до 65% в наши дни)¹.

Одновременно со становлением предпринимательства в целом происходило и происходит формирование отдельных видов бизнесов и соответственно отдельных предпринимательских сообществ, выделяемых по различным критериям (по масштабам бизнеса, по зрелости бизнеса, по характеру инновационности, по субъектам предпринимательства).

Одним из видов, выделяемых по такому субъекту, как семья, является семейное предпринимательство. В отличие от «несемейного» его субъекты – это предприниматели, мотивированные на передачу бизнеса по наследству (а не на продажу), выбирающие особые стратегии развития, нацеленные на создание и укрепление позиций семейного бренда; а также на доверительные отношения с клиентами. Их позиция на семейном предприятии предполагает контроль над бизнесом, а также ключевые позиции в принятии решений, в управлении. Особенностью семейных предприятий является участие членов семьи в деятельности предприятия, а также создание благоприятного климата для сотрудников.

Эта форма предпринимательской деятельности широко распространена в мире, развивается динамично, несмотря на экономические кризисы, и вносит огромный вклад в создание и национального, и мирового богатства (от половины ВВП в таких странах, как США и Китай до 4/5 – в Индии). Несомненно, этот опыт заслуживает осмысления в российской науке (см. рис. 1).

¹ВЦИОМ. Пора предпринимать? Мониторинг 1992-2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pora-predprinimat-monitoring-1992-2022>.

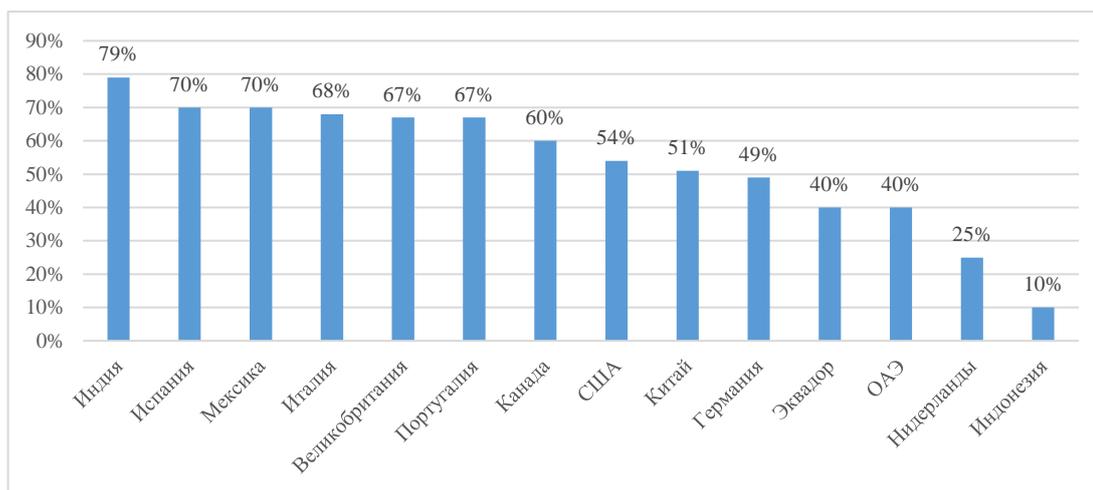


Рисунок 1. Доля ВВП, произведенного семейными компаниями в национальном ВВП различных стран.

Источники: Tharawat (<https://www.tharawat-magazine.com/>), МВФ, Fortune <https://www.visualcapitalist.com/family-owned-businesses-by-share-of-gdp/>)

Семейный бизнес в России включает подавляющее большинство (до $\frac{3}{4}$ или 74%)² частных предприятий микро-, малого, среднего бизнеса, а также индивидуального предпринимательства. Однако до сих пор не изучены особенности российского семейного бизнеса с точки зрения его «внутреннего устройства» и управления. Это представляется первой причиной актуальности темы диссертационного исследования.

Несмотря на то, что в России создан достаточно мощный частный сектор, его потенциал реализован далеко не в полной мере, о чем свидетельствуют макроэкономические показатели развития экономики за последнее десятилетие. Это относится и к отдельным формам предпринимательской деятельности, в том числе к малым и средним предприятиям, большинство из которых являются семейными. Так, вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП составлял в 2018 г. 21%, а вклад крупных предприятий – 79%. В то же время в среднем по странам, с которыми сравнивали Россию (европейские страны, а также Корея, Австралия и Израиль), соотношение составило 58% к 42%³. Что же мешает реализации потенциала предпринимательства? Ответ на этот вопрос требует изучения внутренних и внешних, объективных и субъективных факторов, влияющих на развитие предпринимательства в целом и семейного бизнеса – в частности.

Это делает актуальным исследование воздействия совокупности экономических, правовых, социальных, политических и культурных факторов, которые составляют внешнюю, окружающую среду для предпринимательства как социально-экономического явления, а также для такой его формы, как семейный бизнес. Они оказывают различное по знаку влияние, но в целом, вывод ученых единодушен: окружающая среда российского предпринимательства в целом

²Краткосрочные инициативы для достижения долгосрочных целей. Международное исследование семейного бизнеса 2019 // Deloitte: [официальный сайт]. – 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/family-business-2019.pdf>.

³ Исследование «Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и мир», проведенное Институтом экономики роста им. Столыпина П.А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stolypin.institute/research/our/sekto-r-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir?ysclid=lmw9zgglsj89540492>.

и его отдельных видов характеризуется неопределенностью и нестабильностью, что препятствует росту частного сектора экономики. Это неоднократно подтверждалось как в международных, так и в российских статистических обследованиях и социологических опросах, мониторинговых или точечных⁴.

Но, начиная с 24 февраля 2022 г., с начала Специальной Военной Операции, к этим проблемам добавились резкие изменения в условиях хозяйствования, связанные с беспрецедентным санкционным давлением коллективного Запада. Так, если до 24 февраля 2022 г. число санкций достигало 2695, то после принятия Евросоюзом 12-го пакета антироссийских санкций количество незаконных ограничительных мер в отношении России выросло до 18 772 (декабрь, 2023 г.)⁵.

В этих условиях государство пошло на масштабные меры поддержки малого и среднего бизнеса, значительно более крупные, чем в период COVID-19, что позволило сохранить многие предприятия в качестве действующих.

За прошедшие почти два года с начала введения санкций, российские предприниматели сумели адаптироваться, но заметная доля опрошенных собственников и руководителей бизнеса и в ноябре 2022 года (48%)⁶, и в ноябре 2023 года (41%)⁷ указали на то, что они нацеливают свои усилия на сохранение деятельности своих предприятий.

В целом, к ноябрю 2023 г. примерно каждый 5 опрошенный указал на снижение спроса и выручки, ухудшение общих условий ведения бизнеса⁸. О трудных условиях, в которых находится российский бизнес, свидетельствуют также ухудшившиеся показатели предпринимательской активности⁹.

Таковы лишь некоторые черты новых условий, в которых ведут бизнес российские предприниматели.

Основные характеристики окружающей среды являются общими для всех видов и форм предпринимательства, в том числе и семейного бизнеса. Причем для него значимыми могут оказаться не только указанные, но и «свои»

⁴ Речь идет о международных мониторингах предпринимательства, совместных мониторингах НАФИ и PWC, ВЦИОМа, Левада-Центра (АНО «Левада-Центр» внесена Минюстом в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента).

⁵ В Госдуме назвали число санкций, введенных против России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/online/news/5595422/> <https://www.kp.ru/online/news/5595422/>, а также данные сайта Castellum.AI. Russia sanctions dashboard. <https://www.castellum.ai/russia-sanctions-dashboard>.

⁶ Опрос руководителей и собственников российских компаний, проведенный журналом «Эксперт РА», Институтом комплексных стратегических исследований (ИКСИ) и Институтом экономики роста им. П.А. Столыпина в ноябре 2022 года с целью выявить их оценку текущего состояния бизнеса. В опросе приняли участие 1056 респондентов – представителей микро-, малого, среднего и крупного бизнеса (преимущественно строительные компании, организации оптовой и розничной торговли, обрабатывающие производства). Почти 70% респондентов – компании из Сибири и Урала, регионов Приволжского, Центрального (вне Москвы) и Южного федеральных округов, всего более 20 субъектов РФ. (Условно обозначим исследование как СН-2022). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stolypin.institute/research/our/rossijskie-predprinimateli-nazvali-klyuchevye-problemy-v-ekonomike-i-resheniya-dlya-dalnejshego-razvitiya>.

⁷ Социологический опрос, проведенный ТПП РФ в рамках специального проекта «Бизнес-барометр страны», сроки проведения опроса июль – август 2023г., общее количество респондентов 11 546 чел. из 81 региона (Условно обозначим исследование, как ТПА-2023). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kuztpp.ru/ru/news/515266/>.

⁸ СН-2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stolypin.institute/research/our/rossijskie-predprinimateli-nazvali-klyuchevye-problemy-v-ekonomike-i-resheniya-dlya-dalnejshego-razvitiya>.

⁹ Так, например, в среднем за период 2017–2022 гг. сократилось количество предприятий с высоким потенциалом роста, быстрорастущих и «газелей» (оценка по росту численности) в общем количестве активных предприятий. Их численность составила в среднем 62 388 ед., а их доля составила за этот же период 2,03, что меньше, чем их доля в 2017 гг., равнявшаяся 2,05. Подробнее показатели проанализированы в параграфе 1.2 диссертации.

специфические факторы, или они могут образовать свою определенную конфигурацию по значимости.

Таким образом, в настоящее время сложилась настоятельная практическая потребность в изучении факторов, влияющих на функционирование именно семейных предприятий с целью создания такой инфраструктуры поддержки, которая нацелена на реализацию интересов семейного бизнеса. Одним из них является законодательное закрепление понятия «семейное предприятие», что способствовало бы обеспечению государственной поддержки и реализации прав участников семейного бизнеса.

В теоретическом плане актуальность темы исследования обусловлена тем, что исследование семейного бизнеса предоставляет интересные возможности для развития экономической социологии, ее важнейших категорий, таких как «социально-экономические интересы», «социальные механизмы развития экономики» или «социальные механизмы развития того или иного сегмента экономики». Семейный бизнес включает в себя такие предметные области, как развитие семейных династий, вовлечение последующих поколений семьи в бизнес, способы этого вовлечения, а, следовательно, это способствует становлению социологии предпринимательства, которая входит в экономическую социологию как теория среднего уровня.

На макроуровне с позиций структурно-функционального направления представляют интерес социальные последствия развития семейного бизнеса в национальной экономике. С позиций социологии управления внимание исследователей привлекает различие стилей управления, организационной культуры, социально-психологического климата на предприятиях семейного и несемейного бизнеса. Социальная конфликтология найдет предмет исследования во взаимодействии семейных конфликтов и их влияния на семейный бизнес.

Вышеуказанные причины в полной мере обосновывают актуальность исследования семейного бизнеса в новых российских условиях.

Степень научной разработанности темы исследования.

Предпринимательская деятельность в социологической науке рассматривается с точки зрения различных парадигм: социально-структурной, структурно-функциональной, социокультурной и институциональной. Но наряду с ними для анализа специфики семейного бизнеса (предпринимательства) в работе был использован теоретико-методологический подход, известный как механизменный подход¹⁰.

Реализация объяснительной функции науки приводит исследователей к необходимости поиска инструментов, способных отразить внутреннее «устройство» изучаемых явлений в статическом, структурном измерении, а также в динамике. Одним из таких инструментов является подход, при котором изучаемое явление представляется как «механизм». Это позволяет акцентировать внимание

¹⁰ Именно так, без кавычек, этот термин используется не только в естественных, но и в социальных науках. См., например, Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: Очерки теории / Отв. ред. А.Г. Аганбегян; АН СССР, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва. – Новосибирск: Наука: Сиб. отд-ние, 1991. – С.77. Розанов Ф. И. Механизменный подход как базис объяснительной парадигмы в социальной науке // Идеи и идеалы. – 2011. – Т. 2. – №. 1. – С. 93.

на целостности явления и его взаимодействии со средой, на поиске внешних и внутренних причинно-следственных связей.

К настоящему времени накоплен опыт его применения для решения теоретических и практических задач в экономике (Л. Гурвиц, Э. Маскин, Р. Майерсон, А. Кульман, Л.И. Абалкин, Ю.М. Осипов, О.В. Иншаков и др.)¹¹, в социологии (Р. Будон, Д. Гамбетта, А. Соренсен, А. Стинчкомб и др.)¹².

Дальнейшее развитие этого подхода уже в рамках экономической социологии и применительно к такому сложному объекту как экономика страны в целом, привело к разработке теории социального механизма развития экономики и введению соответствующей категории «социальный механизм развития экономики» в ее понятийный аппарат. Это произошло благодаря трудам таких исследователей, как А.В. Баранов, Е.Е. Горяченко, Т.И. Заславская, Н.И. Иващенко, Л.Я. Косалс, С.Ю. Павленко, Р.В. Рывкина, Г.Н. Соколова, А.Н. Шапошников и др.¹³.

Под социальным механизмом развития экономики понимается устойчивая система взаимодействия социальных групп и институтов в сферах производства, распределения, обмена и потребления, регулируемая сложившимися в обществе культурой, системой управления экономикой и социальной структурой¹⁴. Методологические принципы этой теории позволили по-новому подойти к исследованию специфики семейного бизнеса как особого социального механизма, вписанного в иерархическую структуру: 1) современный социальный механизм развития российской экономики, 2) социальный механизм развития частного сектора российской экономики, 3) социальный механизм семейного бизнеса.

Значимость взаимодействия между государством, как центральным политическим институтом, и предпринимательством, как социальной группой, определила привлечение теорий институциональной политологии, в том числе, теории политических институтов, объясняющих возникновение

¹¹ Hurwicz L. Economic design, adjustment processes, mechanisms, and institutions //Economic Design. – 1994. – Т. 1. – С. 1-14; Myerson R. B. Optimal coordination mechanisms in generalized principal-agent problems //Journal of mathematical economics. – 1982. – Т. 10. – №. 1. – С. 67-81; Maskin E. S. Mechanism design: How to implement social goals //American Economic Review. – 2008. – Т. 98. – №. 3. – С. 567-576; Кульман, А. Экономические механизмы: пер. с фр. / А. Кульман; общ. ред. Н. И. Хрустальной. – М.: Прогресс: Универс, 1993. – 192 с. Абалкин, Л. И. Избранные труды. В 4 т. Т. 2. На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы / Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 2000. – 912 с. Осипов Ю.М. Хозяйственный механизм государственно-монополистического капитализма / Ю. М. Осипов. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 400 с.

¹² Социология на пороге XXI века: Новые направления исслед. М.: Интеллект, 1998. – 272 с; Будон Р. Социальные механизмы без «черных ящиков» // Социология на пороге XXI века. М., Интеллект, 1998. – С. 109–128.

¹³ Баранов А.В. Воспроизводство трудовых ресурсов как критерий оценки социального механизма развития экономики // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики / ИЭиОПП СО АН СССР. Новосибирск, 1985. С. 64-73; Горяченко Е.Е. Территориальный аспект социального механизма развития экономики. Там же. – С. 102-111; Заславская Т.И. Рывкина Р.В. Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения. // Экономическая социология и перестройка / Общ ред Т.И. Заславской и Р.В. Рывкиной.- М.:Прогресс, 1989. – 232 с. Шапошников А.Н. Сфера распределения: Состав, механизм и результаты функционирования // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики / ИЭиОПП СО АН СССР. Новосибирск, 1985. – С. 49-64;

¹⁴ Заславская Т.И. Рывкина Р.В. Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения. // Экономическая социология и перестройка / Общ. ред. Т.И. Заславской и Р.В. Рывкиной - М: Прогресс, 1989. – С.23. Заславская Т.И. Социология экономической жизни: Очерки теории /Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина; Отв. ред. А.Г. Аганбегян; АН СССР, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва. – Новосибирск: Наука: Сиб. отд-ние, 1991. – 442 с.

и функционирование формальных и неформальных видов политических институтов, взаимодействие между ними, а также их специфические дисфункции (институциональные патологии), так как в настоящее время «институциональный подход доминирует в политической науке в целом и ее отдельных субдисциплинах»¹⁵. Среди авторов, внесших значительный вклад в разработку этих проблем, необходимо отметить Б. Ротстайна, Г. Хелмке, С. Левитски, С.В. Патрушева, Л.И. Полищука.¹⁶

Экономические институты были проанализированы с позиций экономического и социологического институционализма, представленного в трудах зарубежных (М. Аболафия, П. Бергер, Т. Лукман, Н. Биггарт, М. Вебер, Т. Веблен, П. Димаджо, Э. Дюркгейм, Дж. С. Коулман, Д. Норт, Т. Парсонс, Г. Спенсер, Н. Флигстин, Я. Щепанский)¹⁷ и российских (И.Е. Дискин, В.И. Добренев, Д.П. Гавра, Р.И. Капелюшников, Г.Б. Клейнер, А.И. Кравченко, С.С. Новикова, Р.М. Нуреев, А.Н. Олейник, В.В. Радаев, С.С. Фролов, А.М. Яковлев и др.)¹⁸ исследователей. Особое внимание обращалось на условия возникновения институтов, их структуру, функции, взаимодействие друг с другом.

Институт семьи анализировался в трудах таких ученых, как Г. Спенсер, А.И. Антонов, В.М. Медков, М. Мацковский, Г.И. Климантова, О.В. Кучмаева, Т.К. Ростовская, З. Саралиева, А.Г. Харчев, Ф. Энгельс, Ф. Бейтс, Р. Харви, Р. Хилл¹⁹.

¹⁵ Политическая наука: новые направления / [Е. Б. Шестопап, Х.-Д. Клингеманн, К. Пейтман и др.] ; под ред. Р. Гудина и Х.-Д. Клингеманна ; науч. ред. рус. изд. Е. Б. Шестопап ; пер. с англ. М. М. Гурвица [и др.] ; Ин-т «Открытое о-во». – Москва : Вече, 1999. – С.43.

¹⁶ Б. Ротстайн. и др. Политические институты: общие проблемы-/ Политическая наука: новые направления / [Е. Б. Шестопап, Х.-Д. Клингеманн, К. Пейтман и др.] ; под ред. Р. Гудина и Х.-Д. Клингеманна ; науч. ред. рус. изд. Е.Б. Шестопап ; пер. с англ. М. М. Гурвица [и др.] ; Ин-т «Открытое о-во». – М. : Вече, 1999. – С. 149-180. Хелмке Г., Левитски С. Неформальные институты и сравнительная политика // Прогнозис. – 2007. – Т. 2. – С. 188-211. Патрушев С.В. Институциональная политология: четверть века спустя // Политическая наука. – 2009. – №. 3. – С. 5-19. Полищук Л.И. Нецелевое использование институтов: причины и следствия // Вопросы экономики. – 2008. – Т. 8. – С. 28-45.

¹⁷ Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход // Экономическая социология. – 2003. – Т. 4. – №. 2. – С. 63-72. Бергер П.Л. Социальное конструирование реальности: Трактат по социол. знания : [Перевод] / Питер Бергер, Томас Лукман. – Москва : Моск. филос. фонд, 1995. – 322 с. Биггарт Н. Социальная организация и экономическое развитие // Экономическая социология. – 2001. – Т. 2. – №. 5. – С. 49-58. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. – 808 с. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. – 366 с. Димаджо П. Культура и хозяйство. 2004. Т. 5. № 3. С. 45–65. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Пер. с франц. – М.: Канон.- 1996.- 432 с. Коулман Дж.С. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора.-// Экономическая социология. – 2004. –Т. 5.-№ 3. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS, 1999. – Т.1. –№ 2. – С. 69-91. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева. Под ред. М.С. Ковалевой. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 270 с. Флигстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам. // Экономическая социология. – 2003. – Т. 4. – № 1. – С. 45–63.

¹⁸ Дискин И.Е. Крах и рождение института из взрыва повседневности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – №. 5 (159). – С. 629-648. Дискин И.Е. Институты: загадка и судьба / Иосиф Дискин. - Москва: РОССПЭН, 2016. – 302 с. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. - СПб.: ИСЭП РАН, 1995. – 350 с. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). – М.: РАН ИМЭМО, 1990. Клейнер Г.Б. Новая институциональная экономика: на пути к «сверхновой» // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Т. 4. – №. 1. – С. 113-122. Новикова С.С. Социология: история, основы, институционализация в России. - М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2000. – 464 с. (Серия «Библиотека студента»). Нуреев Р. М. Экономическая история России (опыт институционального анализа) / Р.М. Нуреев, Ю.В. Латов. – Москва: Компания КноРус, 2017. – 272 с. Олейник А.Н. Институциональный трансферт: субъекты и ограничения (российский случай в глобальном контексте) // Terra Economicus. – 2005. – Т. 3. – №. 2. – С. 49-57. Радаев В.В. Формирование новых российских рынков: трансакционные издержки, формы контроля и деловая этика. - М.: Центр политических технологий (при поддержке СІРЕ). 1998. Часть 2. – 328 с. Яковлев А.М. Социология. Основы общей теории. - М.: Изд. НОРМА, 2002. – 246 с.

¹⁹ Спенсер Г. Опыты научные, политические и философские - Мн.: Современный литератор, 1998. С. 1362-1369.

Особенности предпринимательской деятельности, ее значения для развития экономики, ее мотивации, личностных качеств, присущих предпринимателям, социальных и экономических функций раскрываются в трудах таких зарубежных исследователей, как М. Вебер, П. Друкер, В. Зомбарт, Р. Кантильон, Л. фон Мизес, Ф. Найт, Т. Парсонс, Ж.Б. Сей, Ф.А. фон Хайек, Й. Шумпетер²⁰ и др., и российских исследователей, таких, как В.И. Верховин, В.И. Зубков, Т.И. Заславская, Н.Н. Зарубина, В.В. Радаев, Р.В. Рывкина, А.Ю. Чепуренко²¹ и др.

Семейный бизнес, его особенности, структура и функции, взаимодействие между семьей как группой людей, объединенных отношениями супружества, родительства, родства, и предпринимательской деятельностью в форме бизнес-организаций, институционализация междисциплинарной академической области «семейный бизнес» были исследованы с помощью теоретических и эмпирических научных публикаций таких зарубежных ученых, как Дж. Астрахан, С. Клейн, Д. Ван Дер Влиет, М. Галло, Дж. Свен, У. Даей, Дж. Девис, Б. Дистельберг, Р.К. Захари, Дж. Крейг, Дж. Кристман, И. Ландесберг, Р. Литц, У. Пеарстон, А. Пирсон, П. Розенблат, М. Роуз, И. Стэмн, С. Любински, Д. Секстон, Е. Хамилтон, К. Хаттен, К. Ховорт, П. Шарма, Дж. Уорд, В. Диас-Мориана, Т. Хоган, Э. Клинтон, М. Брофи²².

Антонов А.И. Предмет социологии семьи // Социология семьи / под ред. А. И. Антонова. М.: ИНФА-М, 2007. Гл. 1. 640 с.; Мацковский М.С. Социология семьи: проблемы теории, методологии и методики. - М.: Наука, 1989. - С. 111-112; Климантова, Г.И. Семья в системе социокультурных ценностей современной России / (Социальный инсайдинг семьи и детства). - Текст: непосредственный // Отечественный журнал социальной работы. - 2018. - № 3. - С. 126-130; Саралиева З.Х. Семейная экосистема человека. - Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2018. - 225 с.; Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. М.: Мысль, 1979. - С. 75; Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. В связи с исследованиями Льюиса Г. Моргана. - М., 1976. - 240 с.; Bates F., Harvy R. Social Institution. NY, 1973. 220 p.; Hill, R. (1958). Generic features of families under stress. Social Casework, 49, 139-150.

²⁰ Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные труды - М., 1980. - 808 с. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения/ Пер. с англ. М.: ФАИР ПРЕСС, 2002. - 288 с. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека: Пер. с нем./ Ин-т социологии. - М., 1999. - 443 с. Кантильон Р. Эссе о природе торговли в общем плане. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. М.: Мысль, 2004. Т. 1. Мизес Л. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум, 2005. - 878 с. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. - М.: Дело, 2003. - 360 с. Парсонс Т. Мотивация экономической деятельности / О структуре социального действия - М.: Академический проект, 2000. - С. 334-353. Сей Ж.Б. Трактат по политической экономии // Сей Ж.Б., Бастиа Ф. Трактат по политической экономии. Экономические софизмы. Экономические гармонии - М., 2000. Хайек фон Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. Пер. с англ. - СПб.: Пневма, 1999. - С. 51-52. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры., М.: Прогресс, 1982. - 458 с.

²¹ Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. Монография. - М., 2005. - 460 с. Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция. - М., 2002. - 566 с. Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства - М., М.: ИЧП Магистр, 1998. - 355 с. Радаев В.В. Экономическая социология. М.:Изд-во ГУ-ВШЭ, 2005. - 603 с. Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. Очерки теории. Новосибирск: Наука. Сибирское отделение, 1991. - С. 80. Чепуренко А.Ю. Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM // Мир России. - 2008. - № 2. - С. 36-37.

²² Astrachan J. H. Strategy in family business: Toward a multidimensional research agenda // Journal of Family Business Strategy. - 2010. - Т. 1. - №. 1. - С. 6-14. Astrachan J. H., Klein S. B., Smyrnios K. X. The F-PEC scale of family influence: A proposal for solving the family business definition problem // Family business review. - 2002. - Т. 15. - №. 1. - С. 45-58. Klein S. B., Astrachan J. H., Smyrnios K. X. The F-PEC scale of family influence: Construction, validation, and further implication for theory // Entrepreneurship theory and practice. - 2005. - Т. 29. - №. 3. - С. 321-339. Van Der Vliet D. Measuring the financial impact of family businesses on the US economy // Entrepreneur & Innovation Exchange. - 2021. - С. 1-4. Gallo M. and Sveen J. Internationalizing the Family Business: Facilitating and Restraining Factors Journal. Family Business Review, June 1991. - 2: Vol. 4. - pp. 181-190. Distelberg B., Sorenson R. L. Updating systems concepts in family businesses: A focus on values, resource flows, and adaptability // Family Business Review. - 2009. - Т. 22. - №. 1. - С. 65-81. Zachary R. K. The importance of the family system in family business // Journal of Family Business Management. - 2011. - Т. 1. - №. 1. - С. 26-36. Lansberg I.S. Managing human resources in family firms: The problem of institutional overlap //

Становление и особенности российского семейного предпринимательства в условиях трансформации, связанной с переходом на рыночную экономику, анализируются в работах ученых, представляющих различные социальные науки: социологию, экономику, право, управление. Мы имеем в виду, в первую очередь, труды А.П. Багирова, С.А. Баркова, Л.А. Барковой, О.В. Дорохиной, М.В. Васильева, С.О. Календжяна, Д.А. Волкова, В.А. Ионова, А.А. Строкова, Е.Н. Зеновой, Т.В. Варкулевич, В.А. Белоглазовой, А.М. Воротилкиной, А.А. Жука, К.М. Потий, Т.Г. Касьяненко, А.Н. Левушкина, Ю.В. Мананниковой, И.А. Плотниковой, В.И. Маршева, И.В. Маршева, Т.Ю. Назаровой, Е.М. Осипова, И.В. Охременко, Д.А. Пономарева, А.С. Сенотрусовой, Т.В. Шнуровозовой²³ и др.

Влияние межличностных отношений в семье на развитие семейного бизнеса и основание бизнес-династии исследуют З.З. Вахитова, Э.Р. Калиева, Ю.С. Мурзина, Л.Л. Тонышева, В.В. Позняков²⁴.

Organizational dynamics. – 1983. – Т. 12. – №. 1. – С. 39-46. Litz R. A., Pearson A. W., Litchfield S. Charting the future of family business research: Perspectives from the field //Family business review. – 2012. – Т. 25. – №. 1. – С. 16-32. Rosenblat P. et al. The Family in Business [Book], London: Jossey-Bass, 1985. Howorth C., Rose M. and Hamilton E. Definitions, Diversity and Development: Key Debates in Family Business Research Conference // The Oxford Handbook of Entrepreneurship. New York: Oxford University Press, 2006. – pp. 225-247. Stamm I., Lubinski C. Crossroads of family business research and firm demography – A critical assessment of family business survival rates //Journal of Family Business Strategy. – 2011. – Т. 2. – №. 3. – С. 117-127. Diaz-Moriana V., Hogan T., Clinton E., Clinton E., Brophy M. Defining Family Business: A Closer Look at Definitional Heterogeneity. The Palgrave handbook of heterogeneity among family firms. – 2019. – PP. 333-374.

²³ Багирова А.П. и др. Корпоративная политика, ориентированная на семьи работников: потенциал внедрения в российских регионах //Экономика региона. – 2022. – Т. 18. – №. 4. – С. 1121-1134. Барков С.А., Дорохина О.В. Семейный бизнес в XXI веке: социальные детерминанты развития // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2014. – №. 4 (32). – С. 85-94. Баркова Л.А. Организационно-правовые формы «семейных» объединений как субъектов семейного предпринимательства //Вестник Тверского государственного университета. Серия: Право. – 2014. – №. 2. – С. 39-46. Волков, Д.А. Семейный бизнес в России: социально-экономические аспекты управления: монография. М.: Креативная экономика, 2012. – 180 с. Календжян С.О., Волков, Д.А. Развитие семейного предпринимательства в России.–// Экономическая политика. – №5. – С. 148-154. Календжян С.О., Волков, Д.А. Семейное предпринимательство: анализ российской практики. Российский внешнеэкономический вестник. – 2011. –№ 9. – С.17-29. Ионов В.А., Строков А.А., Зенова Е.Н. Семейное предпринимательство - стратегический ресурс развития сектора малого и среднего предпринимательства // Финансовая экономика. – 2019. – № 9. – с. 350-353. Воротилкина А.М. Анализ особенностей развития семейного бизнеса в России и за рубежом // Российское предпринимательство. – 2018. – № 4. – с. 933-944. Варкулевич Т.В., Белоглазова В.А. Семейное предпринимательство как основная форма развития малого и среднего бизнеса в России // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 8. – С. 2797-2814. Жук А.А., Потий К.М. Феномен семейного предпринимательства в современной экономической теории // Российское предпринимательство. – 2017. – № 19. – с. 2891-2908. Васильев М.В. Критерии и определения семейной фирмы: эволюция взглядов европейских и российских исследователей // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – №7–8. – С. 155-162. Левушкин А.Н. Концепция легитимации семейного предпринимательства сквозь призму частноправового и публично-правового регулирования //Актуальные проблемы российского права. – 2023. – Т. 18. – №. 8 (153). – С. 90-99. Мананникова Ю.В., Плотникова И.А. Институциональные практики создания семейных предприятий: региональный аспект //университетское образование (МКУО-2015). – 2015. – С. 273-275. Назарова Т.Ю. Семейное предпринимательство в Российской Федерации: направления развития. Автореферат дисс... канд. экон. наук. Тамбов, 2008. – 23 с. Осипов Е.М. Социальное партнерство и российский малый бизнес: состояние и тенденции развития: Монография. – М.: Академический проект, 2018. Охременко И.В. Социальные функции семейного бизнеса в современном обществе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – № 3. – С. 72-75. Пономарев Д.А. Семейное предпринимательство: частноправовое исследование. Дисс.... канд юридических наук. Курск, 2023.-246 с. Назарова Т. Ю. Российский и зарубежный опыт развития семейного предпринимательства //Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – №. 2. – С. 59-63. Сенотрусова А. С. Семейное предпринимательство как форма самозащитной поддержки //Социальная политика и социология. – 2009. – №. 3. – С. 105-110. Шнуровозова Т.В. Семейный бизнес по-русски / Т.В. Шнуровозова. – М.: Дашков и К, 2013. – 208 с.

²⁴ Murzina J.S., Tonysheva L.L. Succession of Business in Russia: Motives for Owners' Business Transfer under the Conditions of Economic Instability // Indian Journal of Science and Technology. - 2016. - № 9. Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире.

Несмотря на то, что проблематика семейного бизнеса достаточно научно проработана, тем не менее, остаются нерешенными многие вопросы теоретического и методологического подходов к исследованию, недостаточно разработаны практические рекомендации по развитию семейного бизнеса и его инфраструктуры – все это обусловило выбор темы, объекта и предмета исследования, определение цели и задач исследования.

Осмысление теоретических подходов к анализу семейного бизнеса и эмпирической информации о его практиках, функционировании, трудностях и перспективах, позволяет следующим образом сформулировать проблему исследования.

В российском обществе семейный бизнес, с одной стороны востребован, как один из способов воспроизводства жизнедеятельности, повышения уровня и качества жизни, с другой стороны, он находится в недостаточно благоприятной окружающей среде, проявляющейся в воздействии целого ряда объективных (социальных, политических, экономических, правовых, культурных), а также испытывает влияние субъективных факторов, связанных с личностными свойствами предпринимателей (боязнь начинать бизнес из-за страха провала, недостаточный уровень профессиональной и управленческой компетентности и т.д.). Это затрудняет реализацию его потенциала и выполнение социальных и экономических функций.

Цель исследования – определить влияние объективных и субъективных факторов на формирование и развитие российского семейного бизнеса в новых социально-экономических условиях, а также предложить комплекс мер по функционированию и совершенствованию инфраструктуры поддержки.

Поставленная цель определила выбор **задач** исследования:

1. Проанализировать этапы и последствия формирования предпринимательства в условиях трансформации российского общества, уточнив содержание понятия «предпринимательская деятельность»;

2. Проанализировать подходы к пониманию семейного бизнеса в рамках различных социально-гуманитарных наук, предложить экономико-социологическую трактовку семейного бизнеса; провести классификацию исследований семейного бизнеса по периодам становления научного интереса к семейному бизнесу;

3. Определить объективные и субъективные воздействия на российский семейный бизнес, включая брендинг семейных компаний как субъективно-объективный фактор;

4. Провести анализ международного опыта семейного предпринимательства и возможности использования лучших практик в российских условиях;

5. Проанализировать влияние общественного мнения как социального института и уровня общественного сознания на развитие семейного бизнеса в российских условиях;

б. Обобщить практику взаимодействия семейного бизнеса с институтами российского общества и предложить комплекс мер, способствующий его дальнейшему функционированию и развитию.

Объектом диссертационного исследования является формирование предпринимательства в условиях трансформации российского общества.

Предметом диссертационного исследования является российский семейный бизнес как форма предпринимательской деятельности в новых социально-экономических условиях.

Гипотеза исследования.

Реализация комплекса мер, направленных на развитие рыночной инфраструктуры семейного бизнеса с целью преодоления воздействия негативных факторов (внешних объективных и внутренних субъективных) снизит объективные риски его функционирования и позволит повысить готовность россиян к вовлечению в семейный бизнес.

Теоретико-методологической основой исследования являются работы ученых, представляющих различные науки – экономистов, социологов, социальных психологов.

Анализ предпринимательской деятельности, ее особенностей, опирался на подходы экономистов К. Маркса, Й. Шумпетера, зарубежных и российских социологов М. Вебера, Л. Зомбарта, В.И. Верховина, Ф.Э. Шереги.

Семья как социальный институт рассматривалась сквозь призму методологических подходов, которых придерживались А.И. Антонов, В.М. Медков, Т.К. Ростовская.

Экономические институты собственности и рынка анализировались с помощью принципов, изложенных в работах таких ученых, как К. Маркс, В.И. Верховин, В.В. Радаев, Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, Т. Веблен, Д. Норт, Р.И. Капелюшников, Г.Б. Клейнер, Р.М. Нуреев.

Структурно-функциональный подход к семейному бизнесу был осуществлен на основе трудов Т. Парсонса, Р. Мертона. Социокультурный подход к семейному бизнесу опирался на работы М. Вебера и В. Зомбарта.

Участие предпринимателей в политической деятельности и его последствия, часть из которых представляет собой дисфункции государства, были проанализированы сквозь призму политического институционализма, развиваемого в трудах Б. Ротстайна и С.В. Патрушева.

В качестве общенаучных методов в диссертационном исследовании были применены: анализ, синтез, дедукция, классификация, сравнение, обобщение, группировка.

Первичная социологическая информация была собрана с помощью 4 методов. Были применены следующие разновидности метода опроса: 1) анкетирование; 2) экспертный опрос при помощи индивидуального полужоформализованного интервьюирования; 3) групповое интервьюирование при помощи метода фокус-групп; 4) вторичный анализ данных социологических исследований.

Анализ и обработка данных проводились с помощью статистических группировок, частотного анализа. Обработка эмпирических данных проводилась с использованием пакета прикладных программ Microsoft Office.

Информационная и эмпирическая база исследования:

Информационная база исследования включает в себя законодательные и нормативные правовые акты, правовую информацию СПС «Консультант Плюс» и «Гарант», статистические данные, информацию официальных сайтов.

Эмпирическую базу исследования составили:

I. Результаты авторского социологического исследования по теме «Факторы развития российского семейного бизнеса в новых условиях» (2021–2023 гг.).

Отметим, что, по мнению исследователей, предприниматели и работники, занятые в бизнесе, являются труднодоступными социальными группами, причем не только для количественных репрезентативных исследований, но и также для качественных²⁵.

Авторское социологическое исследование включает в себя опросы, проведенные с помощью 3 методов: анкетирования, индивидуального интервьюирования в разновидности полужформализованного интервью, а также группового интервью в разновидности фокус-групп, а также вторичный анализ результатов социологических исследований.

1) **Анкетирование** проводилось среди россиян с помощью онлайн-анкетирования, выборка стихийная. Стихийная выборка не может быть репрезентативной, социологические и маркетинговые компании на основе своих панелей делают квотные выборки, но у нас не было такой физической возможности сформировать квотную выборку в связи с отсутствием панели²⁶.

Было опрошено 112 человек. Использовалась анкета под названием «Российский семейный бизнес: мое мнение».

2) **Индивидуальное интервьюирование** проведено с помощью гайда полужформализованного интервью под аналогичным названием «Российский семейный бизнес: мое мнение», предназначенного для опрошенных, выполняющих роли владельцев семейного бизнеса и наемных работников (опрошено 7 человек: владельцев (5 чел.) и работников семейного бизнеса (2 чел.)).

3) **Групповое интервьюирование методом фокус-групп** было проведено с помощью гайда под названием «Российский семейный бизнес: перспективы и проблемы». Проведена 1 фокус-группа, численность участников – 7 человек. Отбор респондентов проводился с помощью метода «снежного кома», в связи с этим были отобраны владельцы и работники семейного бизнеса одной отрасли (общественное питание).

II. Вторичный анализ результатов социологических исследований, проводимых российскими и зарубежными компаниями, в том числе результатов исследований российского предпринимательства в рамках Международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», исследования

²⁵ См. Соболева И. В. Возможности накопления человеческого капитала в секторе малого бизнеса //Социологические исследования. – 2017. – №. 4. – С. 60-72. Подробное пояснение в параграфе 2.2.

²⁶ «В наши дни понятие «панельные исследования» в большей степени ассоциируются с онлайн-панелями, которые представляют собой сообщества людей, давших согласие на регулярное участие в маркетинговых онлайн-исследованиях. С глубоким проникновением интернета в жизнь общества все больше исследователей обращаются к формату онлайн-опросов, который по ряду критериев совершеннее традиционных и является более удобным и интересным для респондента. Медведев П. С. Панели как стратегия формирования выборки в социологических и маркетинговых исследованиях //Социология. – 2020. – №. 2. – С. 59.

PricewaterhouseCoopers по частному и семейному бизнесу в России и мире, исследования владельцев капиталов России, проведенного Центром управления благосостоянием и филантропии Сколково.

Научная новизна результатов исследования заключается в решении важной научно-практической задачи по выявлению сущности, содержания, структуры, функций и факторов развития российского семейного бизнеса как перспективной формы предпринимательской деятельности и разработке комплекса практических рекомендаций по ее развитию в новых экономических условиях, сформировавшихся весной 2022 г. в результате геополитического кризиса и введенного коллективным Западом беспрецедентного антироссийского санкционного режима.

Автором лично получены следующие результаты:

1. Раскрыт понятийно-категориальный аппарат, конкретизирующий и уточняющий содержание понятия «предпринимательская деятельность». Российское предпринимательство и результаты его хозяйственной деятельности анализируются с помощью вновь предложенной категории «социальный механизм развития частного сектора российской экономики».

2. Разработано авторское определение семейного бизнеса (предпринимательства), базирующееся на основе подхода к нему как к одной из подсистем целостного социального механизма развития частного сектора российской экономики. Разработана и конкретизирована схема социального механизма функционирования и развития семейного бизнеса.

3. На основе системного подхода разработана авторская факторная операционализация понятия «семейный бизнес как форма предпринимательской деятельности». Это позволило обосновать положение о трех группах факторов, влияющих на развитие семейного бизнеса и, в особенности, брендинга.

4. Выявлены отличия западного и восточного подходов к регулированию семейного бизнеса, а также уточнена специфика функционирования российского бизнеса по сравнению с ними.

5. Показано значение общественного мнения широких слоев россиян для развития предпринимательства в целом, и семейного бизнеса – в частности.

6. Опираясь на системный анализ рыночной инфраструктуры, а также адекватного отражения ее в рамках государственного регулирования экономики в аспекте предпринимательства, были обоснованы шесть приоритетных направлений для совершенствования условий деятельности семейного бизнеса: 1) правовое, 2) налоговое, 3) региональная поддержка, 4) поддержка семейного бизнеса общественными организациями; 5) организационное; 6) формирование субъекта семейного предпринимательства, а также конкретизированы меры, которые необходимо принять в рамках указанных направлений.

Положения, выносимые на защиту:

1. Формирование предпринимательства в условиях трансформации российского общества является исторически обусловленным явлением, в своем развитии детерминируется технологическим базисом общества и наличием института рынка, культурой общества, правовым закреплением, реализуется в несколько этапов.

Предпринимательская деятельность выполняет различные функции в обществе (основные и специфические), может оказывать противоречивое влияние на экономику, общество в целом, способствуя улучшению или ухудшению их состояния по критериям соответствия интересам широких слоев общества. Дисфункции деятельности российских предпринимателей на макроуровне объясняются на основе анализа социального механизма развития частного сектора российской экономики.

2. Семейный бизнес рассматривается нами как особый социальный механизм, представляющий собой устойчивую систему взаимодействия между социальной группой семейных предпринимателей и совокупностью объективных, субъективных и смешанных факторов и социально-экономических условий, оказывающих регулирующие воздействия на ее экономическую активность в целом.

3. На основе теоретической модели семейного бизнеса были выделены такие группы факторов, которые влияют на развитие и функционирование семейного бизнеса, как внешние объективные факторы; внутренние субъективные факторы и субъективно-объективные факторы (двойственные по природе, смешанные). Для развития семейного бизнеса большое значение имеет брендинг как субъективно-объективный фактор.

4. Международный опыт регулирования семейного бизнеса можно условно подразделить на западный и восточный подходы. Обобщение международного опыта показывает, что для российского семейного бизнеса западная модель в силу исторического и культурного развития страны является более приоритетной для заимствования лучших практик.

5. Показано формирование позитивного отношения общественного мнения россиян к малому и среднему предпринимательству, выявленное социологическими центрами, а также обнаруженное в ходе авторского опроса. Это способствует активизации предпринимательских намерений и установок россиян, в том числе, рекрутированию предпринимателей семейного бизнеса.

6. Для развития семейного бизнеса необходимо развитие рыночной инфраструктуры, которая позволит реализовать позитивные функции семейного бизнеса. Системный подход к анализу рыночной инфраструктуры для семейного бизнеса и обобщение практики его развития позволяет выделить шесть приоритетных направлений государственного регулирования, опирающегося на деятельность государственных, государственно-частных, частных и общественных организаций.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке и обосновании подходов к определению семейного бизнеса как формы особого сочетания институтов семьи, собственности и рынка. Это позволяет выявить противоречия во взаимодействии этих институтов в рамках организации семейных компаний и в целом семейного бизнеса, дополнить теоретические положения социологии предпринимательства, а также обогатить ее эмпирический базис. Анализ наследования бизнеса, социализации и вовлечения второго, третьего и дальнейших поколений семьи владельца предприятия, разработка моделей успешного и неуспешного наследования, социально-психологических портретов Владельца и Преемника – все это является теми возможностями развития

социологической теории предпринимательства, которые предоставляет исследование семейного бизнеса.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций и предложений, направленных на системное совершенствование рыночной инфраструктуры семейного бизнеса. Материалы исследования могут быть использованы при чтении курсов «Социология предпринимательства», «Социология управления», «Социология организаций», в отдельных разделах курсов «Теории предпринимательства», «Общественное мнение и возможности его учета при принятии управленческих решений», «Экономическая социология» в высших учебных заведениях по направлению подготовки «Социология».

Практическая значимость работы подтверждена справкой о внедрении результатов диссертационного исследования в практическую деятельность семейных кафе «Санта Базилиа» и «Санта Мария» в целях повышения эффективности их управленческой деятельности.

Достоверность полученных результатов и обоснованность выводов и научных положений, выносимых на защиту, обеспечивается анализом и обобщением результатов российских и зарубежных научных исследований в области социологии предпринимательства, экономической социологии, использованием адекватных методов социологического исследования, аргументированностью и обоснованностью выводов и предложений по исследуемой проблеме, актуальностью и достоверностью представленного в работе эмпирического материала, а также компетентной интерпретацией собранной социологической информации.

Личный вклад автора состоит в систематизации научных взглядов на специфику семейного бизнеса по сравнению с другими формами предпринимательской деятельности, проведении эмпирического исследования, определении путей совершенствования рыночной инфраструктуры семейного бизнеса с помощью государственных и заинтересованных общественных организаций.

Апробация результатов исследования.

Результаты исследования были представлены на международных научно-практических конференциях:

1. «Ломоносов – 2020», доклад на тему «Феномен профессиональной преемственности семейного бизнеса в условиях социальной нестабильности»;
2. «Ломоносов – 2021», доклад на тему «Основные тенденции изучения семейного предпринимательства».

Публикации. По теме исследования опубликовано 5 научных работ общим объемом 4,03 п.л. (авторский объем 3,13 п.л.), в том числе 4 работы объемом 3,53 п.л. (авторский объем 2,88 п.л.) в изданиях, рекомендованных Ученым советом МГУ имени М.В. Ломоносова для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности 5.4.2 – Экономическая социология.

Структура и объем диссертации. Работа изложена на 310 страницах и состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, включающего 258 источников. Работа содержит 24 рисунка, 20 таблиц и 8 приложений.

При подготовке работы использованы публикации, выполненные автором лично, в которых отражены основные результаты, положения и выводы исследования.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И НАУЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Формирование предпринимательства в условиях трансформации российского общества является исторически обусловленным явлением, в своем развитии детерминируется технологическим базисом общества и наличием института рынка, культурой общества, правовым закреплением, реализуется в несколько этапов.

Предпринимательская деятельность выполняет различные функции в обществе (основные и специфические), может оказывать противоречивое влияние на экономику, общество в целом, способствуя улучшению или ухудшению их состояния по критериям соответствия интересам широких слоев общества. Дисфункции деятельности российских предпринимателей на макроуровне объясняются на основе анализа социального механизма развития частного сектора российской экономики.

Был предложен уточненный вариант социального механизма развития частного сектора российской экономики по сравнению с базовой схемой, описанной в теории (то есть структуры, состоящей из блоков: управленческого, статусного, деятельностного, культурного и блока результатов последствий, а также их связей). Основным двигателем этого механизма выступают потребности и интересы социальной группы российских предпринимателей (обновленная схема приведена на рис. 2).

Первая особенность социального механизма развития частного сектора заключается в том, что в настоящее время особенно важной является связь между управленческим блоком и блоком предпринимательства как социальной группы. Новые экономические условия, в которых осуществляется хозяйственная деятельность, детерминируют и новые требования к государственной политике регулирования предпринимательства, требуют повышения адекватности новым экономическим условиям.

Об этом свидетельствуют, как статистические показатели, так и результаты социологических опросов.



Рисунок 2. Схема социального механизма развития частного сектора российской экономики.

Источник: составлено и доработано автором по материалам книг: Заславская Т.И. Социология экономической жизни: Очерки теории. Отв. ред. А.Г. Аганбегян. Новосибирск: Наука, 1991. – 442 с. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения // Экономическая социология и перестройка / Общ. ред. Т.И. Заславской и Р.В. Рывкиной. М.: Прогресс, 1989. – 232 с. Силласте Г.Г. Экономическая социология. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2013. – 479 с. Халиков М.С. Экономическая социология. – М.: Академический проект, 2017. – 404 с.

Результаты социологических исследований, направленных на изучение воздействия санкционного давления на российский бизнес, конкретизируют те трудности, которые переживают частные предприятия.

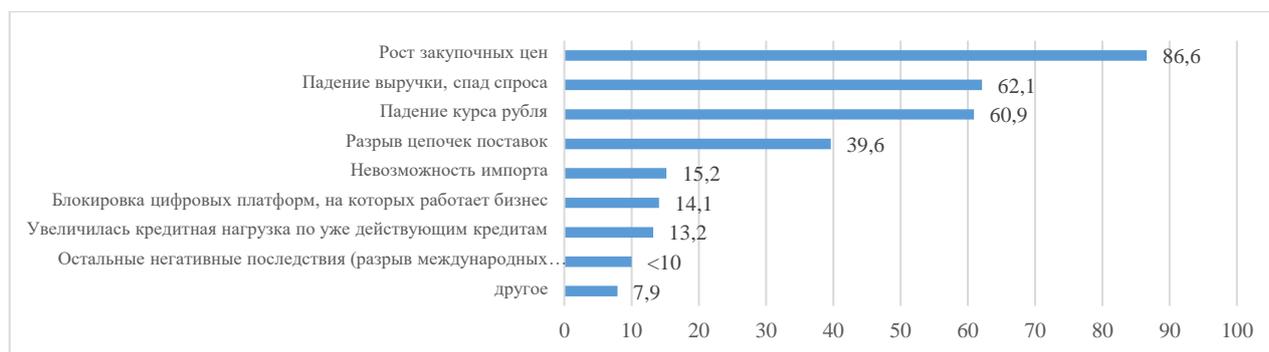


Рис. 3. Распределение ответов респондентов о негативных экономических последствиях антироссийских санкций для их компаний (в % от всех опрошенных)

Источник: Результаты мониторинга «Оценка бизнесом текущего положения компаний и влияния санкций» (Мониторинг проведен двумя сериями 14-18.02.2022 и 3-7.03.2022. В мониторинге приняли участие руководители и владельцы 5995 компаний из 85 субъектов Российской Федерации).

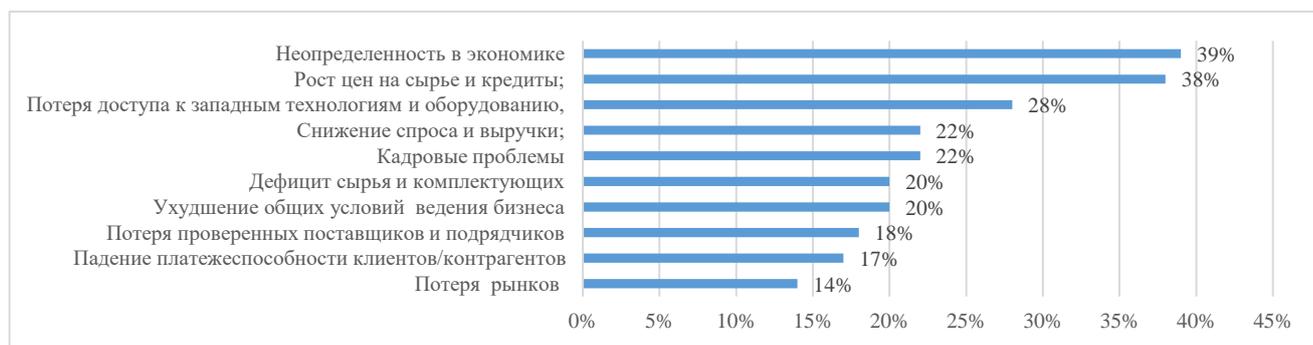


Рисунок 4. Распределение ответов респондентов о столкновении компаний с негативными тенденциями за последний год (в % от всех опрошенных)

Источник: Режим доступа: <https://kuztpp.ru/ru/news/515266/>

Второй особенностью сложившегося социального механизма развития частного сектора российской экономики является противоречивое воздействие всех блоков механизма на экономическое поведение и результаты хозяйственной деятельности предпринимателей.

Так, со стороны государства оказываются как позитивные, так и негативные воздействия на условия, в которых действуют предприниматели.

С одной стороны, государственная политика направлена на поддержку предпринимательства как в период действия предыдущих кризисов, так и с началом действия последнего геополитического кризиса.

С другой стороны, государство не обеспечивает условия для инновационного развития экономики с помощью предпринимательства, так как не изменены условия налогообложения с фискальных на стимулирующие, не обеспечен доступ к финансированию, в том числе новых и растущих фирм, не обеспечены гарантии прав частной собственности, не сведены к минимуму угрозы потерять бизнес в результате рейдерского захвата, давление силовиков, невозможность получить доступ к объективному судебному расследованию и т.д.

В свою очередь, предприниматели, отстаивая свои групповые интересы, также склонны к двойственности в экономическом поведении и хозяйственной деятельности, проявляющейся в сочетании позитивных и негативных с точки зрения интересов общества последствий.

2. Семейный бизнес рассматривается нами как особый социальный механизм, представляющий собой устойчивую систему взаимодействия между социальной группой семейных предпринимателей и совокупностью объективных, субъективных и смешанных факторов и социально-экономических условий, оказывающих регулирующие воздействия на ее экономическую активность в целом.

Внимание к особенностям семейного бизнеса со стороны исследователей и общественных организаций привело к двум важным процессам:

1) институционализации научной области «семейный бизнес», то есть открытию специализированных журналов, научных центров, формированию научных школ; исследованию «самочувствия семейных компаний с помощью социологических опросов, проводимых авторитетными организациями из сферы

бизнес-консалтинга; 2) формированию институциональной общественной поддержки (различных общественных организаций, представляющих интересы семейного бизнеса).

Научно-исследовательский анализ позволил выявить 3 этапа становления академической междисциплинарной области исследования «семейный бизнес», которая прошла 3 этапа в своем развитии:

1) подготовительный этап (1960- конец 1990-гг.), характеризуется эпизодическим интересом отдельных авторов к семейному бизнесу, наличествуют отдельные единичные публикации;

2) этап становления (конец 1990-х- середина 2000-х гг.), характеризуется резким скачком количества публикаций (2–3 раза) и расширением проблематики анализа;

3) оформление междисциплинарной области академических исследований (середина 2000-х и далее); появление первых теорий, объясняющих эффективность семейного бизнеса и его «долгожительство» в рыночной среде, а также их эмпирическая проверка.

Основная тематика (топ-3) научных статей, посвященных семейному бизнесу, касалась нескольких направлений:

1) эффективности семейного бизнеса;

2) управления семейным бизнесом;

3) роли семьи в функционировании бизнеса. Наиболее авторитетными теориями, объясняющими конкурентные преимущества семейного бизнеса, выступают 3 группы теорий: 1) агентская теория семейных фирм (теория агентских издержек- agency theory); 2) теория служения (теория стюардства – stewardship theory); а также 3) ресурсная теория. Все три прошли определенную эмпирическую проверку и были отчасти подтверждены. Количественное распределение авторитета этих теорий в глазах исследователей приведено на рис. 5.



Рисунок 5. Распределение статей, опубликованных в англоязычных журналах по критерию использованных авторами теоретических подходов

Источник: метаданные (пересчитано автором), по материалам Harms H. Review of family business definitions: cluster approach and implications of heterogeneous application for family business research //International Journal of Financial Studies. – 2014. – Т. 2. – №. 3. – С. 280-314.

В российской науке идет интенсивный понятийно-категориальный анализ, а также накопление эмпирических данных с помощью исследований научно-исследовательскими центрами и общественными организациями. Но, хотя

русская наука отстает на один этап от общемировой, находясь примерно на 2 этапе, многие проблемы их развития являются близкими.

На основе изученных подходов к пониманию семейного бизнеса автором предложено собственное определение данного понятия. Семейный бизнес, являющийся частью российского предпринимательства, может быть рассмотрен как особый социальный механизм, представляющий собой устойчивую систему взаимодействия между социальной группой семейных предпринимателей и совокупностью объективных, субъективных и смешанных факторов и социально-экономических условий, оказывающих регулирующее воздействие на ее экономическую активность в целом. Это позволяет раскрыть его структуру через такие элементы как:

1) наличие социального субъекта, чья хозяйственная деятельность и экономическое поведение регулируется механизмом, вызывая социальные последствия в виде определенных функций и дисфункций;

2) совокупность институтов, составляющих его основу в виде института семьи, собственности и рынка;

3) функции воспроизводства жизнедеятельности людей, членов и участников бизнеса, а также следующих за ними родственных поколений.

Далее представлена схема, отражающая авторскую точку зрения на структуру и связи внутри социального механизма функционирования и развития семейного российского бизнеса.



Рисунок 6. Социальный механизм развития семейного бизнеса

Источник: составлено и доработано автором по материалам публикаций: Заславская Т.И. Социология экономической жизни: Очерки теории / Т. И. Заславская, Р.В. Рывкина; Отв. ред. А.Г. Аганбегян; АН СССР, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва. - Новосибирск: Наука: Сиб. отд-ние, 1991. – 442 с.; Силласте, Г.Г. Экономическая социология. 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Альфа-М: Инфра-М, 2013. – 479 с.; Халиков М. С. Экономическая социология / М.С. Халиков. - Москва: Академический проект, 2017. – 404 с. Сазонова А.П. Проблемы и перспективы развития семейного бизнеса в России // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 1. – С. 69-74.

Анализ социального механизма развития и функционирования семейного бизнеса, позволяет прийти к следующим выводам.

1) Анализ содержания блока «Групповое сознание предпринимателей» позволил сделать выводы о динамике социального самочувствия предпринимательства и переходу от остроэмоционального тревожного восприятия санкционного давления и его последствий на них, к доминированию в их настроениях уверенности в своих силах, в знаниях, позитивного социального самочувствия и «рабочего» настроения, которое интерпретируется как ощущение, что в их жизни и бизнесе «все нормально». Часть бизнесменов сразу заняли стратегическую позицию «работать на опережение». Это свидетельствует о том, что за это время произошла адаптация к новым условиям деятельности, несмотря на имеющиеся трудности. Несомненно, что факторами адаптации являются не только личностные качества, но и опыт предпринимательской деятельности в российских условиях, а также достаточно высокий уровень экономической культуры, образовательного уровня предпринимателей.

2) Анализ публикаций и эмпирических исследований о политической деятельности предпринимателей позволяет прийти к выводу о том, что захват государства (как влияние на законодательный процесс) остаётся ведущей стратегией реализации бизнесом своих интересов²⁷. Эта тенденция, с нашей точки зрения, будет значительно расширяться в ближайшем будущем.

3) Анализ экономических и социологических данных позволяет говорить о том, что стратегия предпринимателей «работать на опережение, использовать открывающиеся возможности» приносит свои плоды. По опросам конца 2023 г. больше половины из них стоят на позициях достаточно амбициозных планов, связанных с расширением бизнеса или открытием нового бизнеса. Тем не менее, поскольку семейный бизнес, в большинстве своем является малым и средним бизнесом, можно сделать вывод о том, что он находится в зоне риска.

4) Анализ связи между управленческим блоком и блоком деятельности предпринимателей, показывает, что высокую неудовлетворенность предпринимателей вызывает устойчивая во времени (на протяжении по крайней мере, последних 5 лет) структура условий деятельности, сложившаяся вследствие недостаточно последовательной политики поддержки предпринимательства в целом (см. табл.1 ниже)

²⁷ Сакаева М.М. Парламент как «окно возможностей»: исследование поведения предпринимателей с депутатским мандатом в ходе реализации рыночных интересов // Экономическая социология. – 2012. – Т. 13. – №. 3. – С. 103.

Обобщение рангов факторов, сдерживающих развитие малого и среднего, в том числе семейного бизнеса, полученных на основе ранжирования по доле ответов респондентов среди опрошенных в 6 социологических исследованиях за период 2016-2023гг.

Факторы, сдерживающие развитие малого и среднего, в том числе семейного бизнеса	Столбцы и их номера				Обобщенный ранг
	1	2	3	4	
1.Неопределенность экономической ситуации	1	-	-	1	1
2.Высокий уровень налогообложения	2	1	-	3	2
3.Снижающийся спрос на внутреннем рынке (бедность, низкая платежеспособность населения)	3	4	-	-	3-4
4.Высокие цены на энергоресурсы (электроэнергия и газ)	4	-	-	5	4-5
5.Качество законодательного регулирования экономики (бюрократизм, зарегулированность экономики)	5	6	9	-	7
6.Высокие издержки на оплату труда и содержание персонала	6	-	-	4	5
7.Отсутствие четкой экономической программы у правительства (недостаточная поддержка государством)	7	7	-	8	7
8.Высокий процент коммерческого кредита (высокие ставки по кредитам)	8	3	7	2	5
9.Давление, угрозы со стороны силовых структур (Левада-Центр)	-	9	-	6	7-8
10.Недостаток квалифицированных трудовых ресурсов	10	11	-	-	10-11
11.Сложность бюрократических процедур (бюрократизм, зарегулированность экономики)	13	6	3	-	7
12.Избыточная активность контрольно-надзорных органов (проверок)	15	-	-	7	11

Источник: рассчитано автором на основе 6 социологических исследований за период 2016–2023 гг. (пояснение см. в диссертационной работе на С.103)

3. На основе теоретической модели семейного бизнеса были выделены такие группы факторов, которые влияют на развитие и функционирование семейного бизнеса, как: внешние объективные факторы; внутренние субъективные факторы и субъективно-объективные факторы (двойственные по природе, смешанные). Для развития семейного бизнеса большое значение имеет брендинг как субъективно-объективный фактор.

На основе теоретической модели семейного бизнеса выделены основные группы факторов, воздействующих на развитие и функционирование семейного бизнеса, отнесенных к трем группам: объективным, субъективным и смешанным субъективно-объективным. Это стало возможным благодаря тому, что в данной работе, в одной из первых, была предложена системная и полная факторная операционализация понятия «семейный бизнес как форма предпринимательской деятельности». Она включает 36 субъективных, 31 объективных и 2 субъективно-объективных фактора (см. рис. 7).

Выделена группа факторов, являющихся двойственными по природе: они, являясь субъективными по происхождению, превращаются в объективные для участников, связанных с реализацией активной предпринимательской деятельности в форме семейного бизнеса из других институтов.

К группе последних принадлежит такой фактор как брендинг. Он является важным способом продвижения семейного бизнеса, особенно если фамилия семьи

является частью названия компании. Именной брендинг повышает уровень доверия и лояльности потребителей к организации и ее товарам / услугам, устанавливает эмоционально-личностное отношение к ней, закрепляет представления о качестве товара/услуги и надежности организации.





Рисунок 7. Факторы, влияющие на семейный бизнес как форму предпринимательской деятельности

Источник: составлено автором

4. Международный опыт регулирования семейного бизнеса можно условно подразделить на западный и восточный подходы. Обобщение международного опыта показывает, что для российского семейного бизнеса западная модель в силу исторического и культурного развития страны является более приоритетной для заимствования лучших практик.

Международный опыт регулирования семейного бизнеса, проанализированный в работе, можно условно подразделить на западный и восточный подходы.

Западный подход привлекателен тем, что внутри стран создана институциональная среда для развития семейного бизнеса, включающая правовое обеспечение, налоговые стимулы, финансовые механизмы, а также государственные и общественные организации, направленные на поддержку семейного бизнеса.

Анализ позволил автору сделать вывод о том, что для российского общества, отличающегося заметным уровнем гендерного равноправия, в целом восточный подход не представляется приоритетным. Тем более, что российские женщины успешно занимаются предпринимательской деятельностью, причем численность бизнес-леди значительно возросла с начала 90-х годов. Таким образом, при выборе и социализации Преемника Основателя семейного бизнеса, российские семьи могут ориентироваться не только на сыновей, но и на дочерей, тем более что они могут опираться на образцы успешного женского предпринимательского поведения.

5. Показано формирование позитивного отношения общественного мнения россиян к малому и среднему предпринимательству, выявленное социологическими центрами, а также обнаруженное в ходе авторского опроса.

Это способствует активизации предпринимательских намерений и установок россиян, в том числе, рекрутированию предпринимателей семейного бизнеса.

Большую значимость представляют результаты авторского социологического исследования, которые свидетельствуют о том, что респонденты достаточно высоко оценивают роль предпринимателей в обществе, социальное положение и привлекательность предпринимательской карьеры, информированы о семейном бизнесе (см. табл. 2). Позитивное отношение общественного мнения широких слоев россиян играет важную роль для развития предпринимательства в целом, и семейного бизнеса в частности, так как оно способствует функционированию частных предприятий в повседневной деятельности, положительно оценивая государственную помощь малому бизнесу, социальному рекрутированию предпринимательства, способствует активизации предпринимательских намерений и установок россиян. Однако, фактором, препятствующим реализации этих установок, выступает в целом низкий уровень жизни россиян.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов о преимуществах семейных компаний перед «несемейными» (в % от всех опрошенных)

Преимущества семейных предприятий по сравнению с «несемейными» компаниями	Доля опрошенных в %
1. Приверженность компании – на кону благосостояние семьи. Это приводит к дополнительным усилиям со стороны работника, направленным на более ответственное ведение бизнеса	72,3
2. Работники в семейных компаниях отличаются гибкостью (многозадачностью). Члены семьи и наемные работники готовы принимать на себя задачи, не включенные в должностные инструкции, ради достижения успеха компании	64,3
3. Стратегическое управление. «Семейные предприятия мыслят поколениями. Для них четверть – это не квартал (1/4 года), для них четверть – это 25 лет (1/4 века)»	50,9
4. Взаимосвязь поколений	45,5
5. Консерватизм (осторожность) в принятии решений (есть чем рисковать)	30,4
6. Другое	–

Источник: составлено автором (на основе проведенного авторского социологического исследования по теме «Российский семейный бизнес: перспективы и проблемы»)

В ответах, полученных в ходе авторского исследования методом группового интервьюирования в разновидности фокус-группы по теме: «Перспективы и проблемы развития российского семейного бизнеса», участники обращали внимание как на позитивные, так и на негативные аспекты предпринимательства в формате семейного бизнеса, на высокие административные барьеры входа на рынок, на высокие тарифы ЖКХ, а также на необходимость закрепления экономических и управленческих ролей при создании семейного предприятия.

6. Для развития семейного бизнеса необходимо развитие рыночной инфраструктуры, которая позволит реализовать позитивные функции семейного бизнеса. Системный подход к анализу рыночной инфраструктуры для семейного бизнеса и обобщение практики его развития позволяет выделить шесть приоритетных направлений государственного регулирования,

опирающегося на деятельность государственных, государственно-частных, частных и общественных организаций.

Для решения практических задач по формированию рыночной инфраструктуры семейного бизнеса наиболее адекватным является системный подход к ее трактовке. Он позволяет выработать единственно правильные и адекватные меры государственного регулирования семейного предпринимательства.

Ниже на рис.8 представлена схема, отражающая авторскую позицию.

Проведенный анализ становления российского семейного бизнеса свидетельствует о том, что наиболее приоритетными являются следующие направления государственной поддержки семейного бизнеса (см. нижний блок на рис.8):



Рисунок 8. Государственное регулирование российского предпринимательства в целом, включая семейный бизнес.

Источник: составлено и доработано автором на основе материалов: Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2021/2022» в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gsom.spbu.ru/images/1/1/otchet_2022_final_1.pdf.

Были обоснованы предложения по легитимации семейного бизнеса; снижению налогового бремени, развитию региональной поддержки семейных предприятий, расширению деятельности общественных организаций, поддерживающих семейных предпринимателей; расширению организационной поддержки семейного бизнеса в форме бизнес- и бренд-инкубаторов, бизнес-акселераторов; а также помощи семейным предпринимателям со стороны инновационных центров, таких, как ИЦ Сколково, а также аналогичных им; формированию субъектов предпринимательской деятельности через институт российского образования, которое происходит в организациях разного уровня образования: среднего основного и полного, среднего специального и высшего образования, а также дополнительного профессионального. Вузы, в особенности университеты, становятся центрами предпринимательской экосистемы региона, в которой следует определить возможности для участия семейных предпринимателей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сложившиеся к настоящему времени новые условия экономической деятельности в виде беспрецедентного масштаба санкционного давления со стороны стран коллективного Запада являются вызовом для всех ее участников, равно, как и для всех членов российского общества, так как они свидетельствуют о геополитическом кризисе.

Одним из драйверов выхода экономики из кризиса, а также дальнейшего ее роста, является российское предпринимательство различных форм и видов, в том числе, семейный бизнес. Как междисциплинарная область академических исследований, она прошла в своем развитии 3 этапа, на последнем из которых выдвигаются теории, объясняющие конкурентные преимущества семейного бизнеса: теория служения, теория агентских издержек, ресурсная теория

Благодаря механизменному подходу, примененному автором для объяснения процессов развития семейного бизнеса в российском обществе, а также новациям, внесенным в его структуру и связи, удалось показать, что в групповом сознании предпринимательства доминирует не тревожное социальное настроение, характерное для весны 2022 г., а, напротив, «рабочее», «нормальное» (судя по многочисленным исследованиям) настроение, предполагающее уверенность в своих силах, опору на высокий уровень экономической культуры, а также принятие сложившейся ситуации и поиск нестандартных решений проблем. Хотя на ближайшие годы для малого, в том числе, семейного бизнеса сохраняются объективные риски развития.

В этих условиях для реализации потенциальных возможностей предпринимательства, в том числе, семейного, доказавшего свои возможности решения крупных проблем национальных экономик и обществ в целом, требуется активная позиция государства по реализации системной поддержки предпринимательства в целом, и специальных направлений поддержки семейного бизнеса. В том числе, должны быть решены «старые», ранее сложившиеся проблемы, тормозящие развитие предпринимательской сферы. Государственная

поддержка должна осуществляться в активном взаимодействии государственных и частных структур, общественных и политических организаций. В противном случае российская экономика обречена на длительную стагнацию.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в изданиях, рекомендованных Ученым советом МГУ имени М.В. Ломоносова для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности 5.4.2 – Экономическая социология:

1. Осипов Е.М., Сазонова А.П. Функции бренда и брендинга в развитии семейного бизнеса // Социально-гуманитарное знание. – 2023. – № 7. С. 67–72. (1,3 п.л., авт. 0,65 п.л.). Импакт-фактор РИНЦ – 0,365.

2. Сазонова А.П. Изучение общественного отношения к «семейному бизнесу» как к феномену // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 9. С. 78–82. (0,8 п.л.). Импакт-фактор РИНЦ – 0,667.

3. Сазонова А.П. Семейный бизнес в зарубежных странах XIX-XX вв. Понятие, принципы, перспективы // Общество: социология, психология, педагогика. – 2022. – № 8. С. 68–72. (0,68 п.л.). Импакт- фактор РИНЦ – 0,489.

4. Сазонова А.П. Проблемы и перспективы развития семейного бизнеса в России // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 1. С. 69–74. (0,75 п.л.). Импакт-фактор РИНЦ – 0,667.

Иные публикации:

5. Халиков М.С., Сазонова А.П. Разработка правовых основ в сфере семейного бизнеса // Образование и право. – 2022. – № 12. С. 186–189. (0,5 п.л., авт. 0,25 п.л.). Импакт-фактор РИНЦ – 0,211.