

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-78-87  
УДК 314.6(045)

# Семейное предпринимательство как вид гендерно нейтрального предпринимательства: социальная сущность и трудовой потенциал

Г.Г. Силласте

Финансовый университет, Москва, Россия

## АННОТАЦИЯ

Семейное предпринимательство как социальный феномен, вид трудовой занятости и экономической активности российской семьи остается слабо изученным предметом социологического анализа и социологии предпринимательства. Руководствуясь принципом исторической преемственности, автор анализирует феномен семейного предпринимательства как вид экономической деятельности, исходя из теоретических позиций Й. Шумпетера, Н. Кондратьева, Ф. Найта, Ф. Хайкера и И. Кирцера, синтезируя при этом экономический и социологический подходы по четырем теоретико-методологическим основаниям: семейное предпринимательство как социальный феномен экономического развития, как вид трудовой деятельности, как форма группового экономического поведения малой группы и как вид трудового воспитания детей, их интеграции в экономическую деятельность семьи в целом. С концептуальной позиции гендерной социологии и нового мирового порядка семейное предпринимательство раскрывается как вид гендерно нейтрального предпринимательства, в котором могут принимать участие все члены семьи, независимо от признака пола, но с разной степенью вовлеченности в семейный бизнес. Эмпирическая база анализа опирается на результаты прикладных социологических исследований Научной школы «Гендерная экономическая социология» Финансового университета при Правительстве РФ и Российской Торгово-промышленной палаты РФ. **Ключевые слова:** предпринимательство; семейное предпринимательство; экономическая деятельность; экономическое поведение; гендерная нейтральность; новый гендерный порядок; гендерная структура; риск; неопределенность

**Для цитирования:** Силласте Г.Г. Семейное предпринимательство как вид гендерно нейтрального предпринимательства: социальная сущность и трудовой потенциал. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2023;13(2):78-87. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-78-87

ORIGINAL PAPER

# Family Entrepreneurship as a Type of Gender-neutral Entrepreneurship: Social Essence and Labor Potential

G.G. Sillaste

Financial University, Moscow, Russia

## ABSTRACT

Family entrepreneurship as a social phenomenon, as a type of employment and economic activity of the Russian family remains a poorly studied issue of sociological analysis and sociology of entrepreneurship. The author of this article guided by the principle of historical continuity analyzes the phenomenon of family entrepreneurship as a type of economic activity from the viewpoint of theoretical positions of J. Schumpeter, N. Kondratiev, F. Knight, F. Haiker and I. Kirzer. At the same time, the author synthesizes an economic approach with a sociological one on four theoretical and methodological grounds: family entrepreneurship as a social phenomenon of economic development; as a type of labor activity; as a form of group economic behavior of a small group and as a type of labor education of children, their integration into the economic activity of the family as a whole. From the conceptual standpoint of gender sociology and the new world order, family entrepreneurship is presented as a type of gender-neutral entrepreneurship in which all family members can participate, regardless of gender, but with varying degrees of involvement into the family business. The empirical data for the analysis is based on the results of applied sociological research of the Scientific School "Gender Economic Sociology" of the Financial University under the Government of the Russian Federation, on the one hand, and the Russian Chamber of Commerce and Industry, on the other.

**Keywords:** entrepreneurship; family entrepreneurship; economic activity; economic behavior; gender neutrality; new gender order; gender structure; risk; uncertainty

**For citation:** Sillaste G.G. Family entrepreneurship as a type of gender-neutral entrepreneurship: Social essence and labor potential. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2023;13(2):78-87. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-78-87

## СЕМЕЙНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: МНОГОМЕРНЫЙ ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

### Траектория 1. История и теория: от общего — к частному

Предпринимательство как вид экономической деятельности — предмет активного изучения не только экономической, но и социологической науки. Существуют четыре наиболее активно используемые теоретические точки зрения на предпринимательство, в зависимости от которых выстраивается научная платформа исследований по данной теме: это позиции Й. Шумпетера, Н. Кондратьева, Ф. Найта, Ф. Хайека и И. Кирцера.

Ведущий вопрос теории предпринимательства, независимо от сферы и вида деятельности: *кто такой «предприниматель» и каковы критерии его идентификации?*

Й. Шумпетер в своей работе «Теория экономического развития» назвал предпринимателями *специфическую группу субъектов рыночного процесса, являющуюся основным активным элементом хозяйственной деятельности общества* [1]. Именно инновационные действия инициативных экономических субъектов рыночного процесса являются, по мнению ученого, источником всех динамических изменений, которые происходят в экономике. Согласно точке зрения Й. Шумпетера, изложенной в книге «Капитализм, социализм и демократия»: «Функция предпринимателей заключается в том, чтобы реформировать или революционизировать производство, используя изобретения, или в более общем смысле, новые технологические решения для выпуска новых товаров или производства старых товаров новым способом, открывая новые источники сырья и материалов или новые рынки, реорганизуя отрасль» [2]. При этом автор добавлял, что капитализм по своей сути — не что иное, как форма и метод экономических изменений, катализатором которых является популяция предпринимателей, которые активизируют оборот экономических ресурсов и постоянно вносят нестабильность в стационарные рыночные процессы. Шумпетер ввел в научный оборот два понятия, широко используемые и сегодня, в том числе при анализе семейного предпринимательства: «*предпринимательская функция*» и «*предпринимательская прибыль*», являющаяся стимулом действия предпринимателя как активного агента рынка.

Н. Кондратьев в полемике с Шумпетером выделил два типа экономических субъектов, которые действуют в рыночной системе: *пассивный* агент рынка, имеющий минимальный доход или же едва покрывающий свои издержки, и *активный* агент рынка, который создает новые хозяйственные комбинации [3]. Это и есть собственно предприниматель (в нашем случае — *предприниматель семейного бизнеса*). Развивая эту мысль, Н. Кондратьев рассматривает рынок как объект, не зависящий от воли отдельных лиц и представляющий собой набор постоянно возобновляющихся и изменяющихся условий, в системе которых возможно возникновение множества разнообразных моделей предпринимательского поведения. Семейное предпринимательское поведение — одна из его форм.

Ф. Хайек и И. Кирцер, будучи представителями современной австрийской школы, объясняют феномен предпринимательства несколько иначе. По оценке Ф. Хайека, предпринимательский доход зависит от двух факторов: *конфиденциальности и специализированного личностного знания* [4]. Поэтому каждый агент рыночного процесса, который планирует получение прибыли, стремится найти необходимую информацию как основу для принятия решения. Эта информация тщательно скрывается от конкурентов, которые сущностно преследуют те же цели. Однако именно эта конфиденциальная информация и позволяет предпринимателям судить о своих шансах и шансах конкурентов. Поэтому естественно — если предприниматель обладает такой информацией и заинтересован в успехе своего предприятия, он не будет ее разглашать.

Другой крайне важный фактор, обуславливающий предпринимательский доход, — это *специализированное личностное знание (или «предчувствие»)* предпринимателя, т.е. речь идет о влиянии субъективного фактора. По мнению Ф. Хайека, как и Ф. Найла, специализированное личностное знание не поддается вербализации и какой-либо рациональной реконструкции. Это уникальное качество или свойство личности предпринимателя, его собственный ресурс, который используется как фактор достижения предпринимательского успеха.

И наконец, И. Кирцер считал сущностью предпринимателя его способность использовать нестабильные ситуации и условия рыночной среды, в которой необходимо найти выгод-

ные комбинации экономической деятельности, ибо всегда существует разрыв между спросом и предложением. А это говорит о том, что есть шанс найти «нереализованные возможности для извлечения прибыли».

Оригинальную версию предпринимательства через разделение двух понятий «*риск*» и «*неопределенность*» предложил Ф. Найт. Он разработал свое определение категории «неопределенность» исходя из анализа и классификации разных типов вероятности (априорная, статистическая и оценочная). Категорией «неопределенность» Ф. Найт описал поведение предпринимателя, который действует в тех исключительных ситуациях, исход которых нельзя предсказать, опираясь лишь на статистическое исчисление вероятности наступления будущих событий.

По Ф. Найту, *предприниматель — это человек, который как субъект рыночного поведения в ситуациях неопределенности действует с опорой на свою интуицию и субъективную уверенность в достижении успеха*. Это специфическое человеческое качество Найт рассматривает как своего рода «дар», данный предпринимателю. Но логика и психология этого процесса, по мнению Ф. Найта, непонятна и составляет недоступную науке «тайну человеческого разума».

Итак, осуществленный анализ подводит нас к выводу о том, что предпринимательство — это инновационная модель экономического поведения, ориентированная на остаточный доход, недоступный другим стандартно действующим агентам рыночного процесса. В более широком смысле предпринимательское поведение можно рассматривать как одну из инновационных форм социального поведения (например, в сфере семейного предпринимательства), реализуемого в пределах воспроизводственного цикла (в том числе — семейной экономической деятельности).

Необходимо заметить, что анализ предпринимательского поведения, степень его успешности чаще всего концентрируются на феномене успеха, достигаемого экономическим субъектом, который, преодолевая разные препятствия, добивается в конечном итоге материального, морального и социального вознаграждения как формы прибыли. Это положение полностью соотносимо с развитием семейного предпринимательства — как в прошлом социальном времени, так и в настоящем.

## Траектория 2. О современных профилях предпринимательского поведения

К настоящему времени можно выделить довольно широкий набор профилей предпринимательского поведения и соответствующие им модели экономического поведения, среди которых: *инвестиционная, инвенторная, организационная, посредническая, активизиционная, коммерческая, конъюнктурно-игровая, колсалтинговая*. Не стану останавливаться на них подробнее, но соглашусь с точкой зрения российского социолога В. Верховина в том, что во всех случаях предпринимательство — это модель экономического поведения, реализуемая в системе рыночной неопределенности и риска.

Профили предпринимательского поведения связаны с классификацией предпринимательства по формам экономической деятельности: *макроформа* (как социальное явление), *мезоформа* (как социально-профессиональная группа, специализирующаяся на производстве однотипного предпринимательского продукта) и наиболее распространенная в современных условиях *микрформа* — индивидуальное предпринимательство (ИП), которое часто связывают в современном российском обществе с предпринимательством «вынужденным». Однако на протяжении последних десяти лет в российской экономике стала все активнее развиваться *коллективно-групповая форма* предпринимательской деятельности, к которой и относится *семейное предпринимательство*.

По данным исследования *Торгово-промышленной палаты (ТПП РФ)*, три четверти предприятий малого и среднего бизнеса в России это — семейные компании, в которых заняты экономической деятельностью супруги и родственники [5]. В последние годы (особенно после введения глобальных экономических санкций) все шире развиваются семейные мебельные цеха и магазины.

## Реверсивная экономика и гендерная нейтральность — черты социального времени

Рыночная востребованность развития и возрастающая популярность у населения семейного предпринимательства сделали его важной вехой роста российской экономики 20-х гг. нового тысячелетия.

В условиях новой геополитической ситуации я бы назвала набирающую темпы развития рос-

Таблица / Table

**Распределение лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, по полу и месту поселения / Distribution of people engaged in entrepreneurial activities by gender and place of residence**

	Основная работа			Дополнительная работа		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Тысяч человек</b>						
Всего	3621	3571	3687	573	563	569
Мужчины	2236	2202	2251	300	300	292
Женщины	1285	1369	1435	272	262	277
Городское население	2590	2554	2656	426	423	419
Сельское население	1031	1017	1031	147	139	150
<b>В % от общей численности</b>						
Всего	100	100	100	100	100	100
Мужчины	61,7	61,7	61,1	52,4	53,3	51,3
Женщины	38,3	38,3	38,9	47,6	46,7	48,7
Городское население	71,5	71,5	72,0	74,4	75,2	73,6
Сельское население	28,5	28,5	28,0	25,6	24,8	26,4

Источник / Source: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> / URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223>

сийскую экономику **реверсивной**, нацеленной на возвращение к национально-суверенным формам развития, взаимовыгодной международной кооперации и мобилизации своих внутренних (до сего времени плохо использованных) социально-духовных и человеческих ресурсов.

К традиционным классификациям предпринимательства следует добавить еще одну его теоретическую характеристику, которая обусловлена фактором *специфики настоящего социального времени*, — это масштабный и агрессивно протекающий в мир-системе процесс «переформатирования» ранее сложившегося традиционного гендерного порядка в новый социальный тип, теоретической базой которого стала *теория гендерной нейтральности* как инструмент обеспечения универсального гендерного равенства мужчин и женщин на биологической основе признаков пола [6]. В новом социогендерном порядке, который ЕС пытается навязать всем странам в качестве «всеобщего эквивалента» нового социального миропорядка, роль семейного предпринимательства будет возрастать. Тому есть несколько объяснений. Во-первых, семейное предприни-

мательство как вид экономической деятельности расценивается как гендерно нейтральное предпринимательство, доступное в равной степени для самореализации и мужчин, и женщин, так как участие в нем не имеет никаких гендерных ограничений. Иначе говоря, оно гендерно нейтральное, т.е. безопасное для участия в нем представителей любых *гендеров*. Кстати, их — «гендеров» — к настоящему времени «насчитывают» 102, из которых лишь 2 — реально существующие, которые сконструированы самой природой: мужчины и женщины. Остальные — искусственные конструкты. Правда встает вопрос: а нужно ли искусственно сконструированным носителям признака пола семейное предпринимательство?

#### **О гендерной структуре предпринимательства**

В целом, российское предпринимательское общество характеризуется гендерной асимметричностью в пользу мужчин — 54%. По данным социологических исследований, в 2019 г. в нем впервые изменилось соотношение мужчин и женщин. В результате доля женщин в так называемом «раннем предпринимательстве» составляет 46%

[7]<sup>1</sup>. Если в 2018 г. в гендерной структуре предпринимателей на каждую женщину приходилось двое мужчин, то в 2019 г. был достигнут фактически гендерный паритет.

Обратимся к данным Росстата (см. *таблицу*).

Позитивной предпосылкой развития семейного предпринимательства традиционно является гендерно ориентированное: мужское и женское, обладающее конкретными особенностями, динамикой и результатами. С этой точки зрения опыт женского предпринимательства является важным фактором расширения предпринимательства как формы семейной консолидации.

Женщины быстрее адаптируются к длительным неблагоприятным экономическим условиям и находят возможность проявления инициатив. Тогда как мужчины в неблагоприятных экономических условиях показывают более осторожное предпринимательское поведение. Отчасти это можно объяснить более высокой степенью ответственности мужчин за сохранение своего бизнеса, так как от его результатов зависит благополучие и качество жизни всей семьи.

#### Возраст и деловая активность

Определенное влияние на гендерную асимметрию в данной сфере оказывает *возраст* предпринимателей. Так, в 2019 г. самые активные предпринимательские группы составили мужчины и женщины от 18 до 24 лет. Устойчивой деловой активностью отличается группа *от 24 до 44 лет*. Самая низкая предпринимательская активность (всего 6,1% участников) фиксируется в возрастной группе 55–64 года. Средний возраст российской предпринимательницы — 38 лет (для сравнения: в странах ЕС он составляет 35 лет) [8].

Другая особенность российского предпринимательства — существенное *снижение возрастной планки включенности детей в предпринимательскую деятельность*: по сути, она опустилась до подросткового возраста. Этому во многом способствовало развитие медийных (сетевых) каналов предпринимательства и блогосферы как рынка товаров и услуг.

#### Семейное предпринимательство в социологическом отражении

Социологические исследования семейного предпринимательства проводятся редко. В определен-

ной мере это объясняется сложной доступностью объекта-носителя, трудностью поиска его в экономическом пространстве предпринимательской деятельности, отсутствием соответствующей статистики.

Фактически в российской социологической литературе нет прочной эмпирической базы для глубокого анализа семейного предпринимательства.

#### Траектория 3. Семейное предпринимательство в фокусе научного внимания

В рамках проведенного под руководством автора социологического исследования «*Семейное предпринимательство как социальный ресурс повышения трудовой занятости российской семьи*» (2019–2020) был осуществлен контент-анализ публикаций по проблемам семейного предпринимательства в научных и газетных источниках за период 2010–2020 гг. Цель исследования заключалась в изучении динамики публикаций материалов по проблемам семейного предпринимательства как отражения внимания российских ученых и журналистов к исследованию этого направления и формированию общественного внимания к данной теме. Документальными источниками анализа являлись научные статьи, диссертации и СМИ. Общий объем составил от 738 (2010 г.) до 743 (2020 г.) статей [9] (*рис. 1*).

Как видно из *рис. 1*, в научном мире для российских исследователей характерным является пассивный интерес к развитию семейного предпринимательства. Позитивным исключением выступают СМИ: именно журналисты с 2019 г. наиболее активно будируют читательский интерес к семейному предпринимательству и его развитию в России. Так, если в 2019 г. по данной тематике было опубликовано 3478 статей, то в 2020 г. — 2697. Иначе говоря, свыше 6000 статей за два года.

Что касается научных статей, то десятилетняя динамика — достаточно плавная и равномерная на протяжении 10 лет: от 738 в 2010 г. до 1000 статей ежегодно: в 2015, 2016, 2017 гг. После чего отмечается некоторое падение публикационной активности — до выпуска 743 статей в 2020 г.

Среди ученых фактически отсутствует сколько-либо активный интерес к исследованию семейного предпринимательства. Если в 2010 г. было защищено 126 диссертаций, а в 2011 г. — 102, то в 2020 г. — всего 16. Напрашивается тревожный вывод: российские исследователи не просто недо-

<sup>1</sup> URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/family-business-2019.pdf>

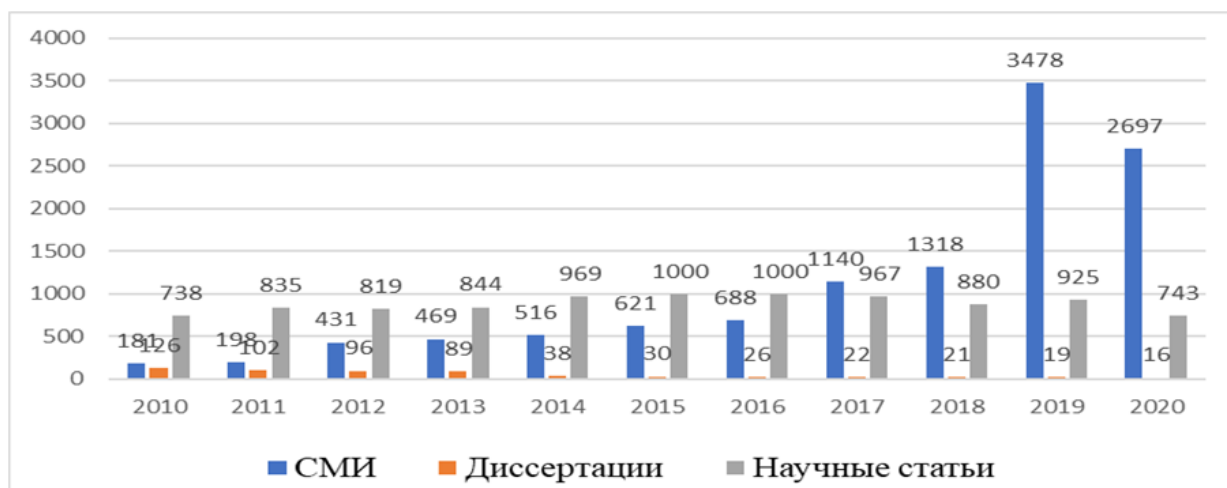


Рис. 1 / Fig. 1. Количество публикаций на тему семейного предпринимательства 2010–2020 / Number of publications on the topic of family entrepreneurship 2010–2020

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

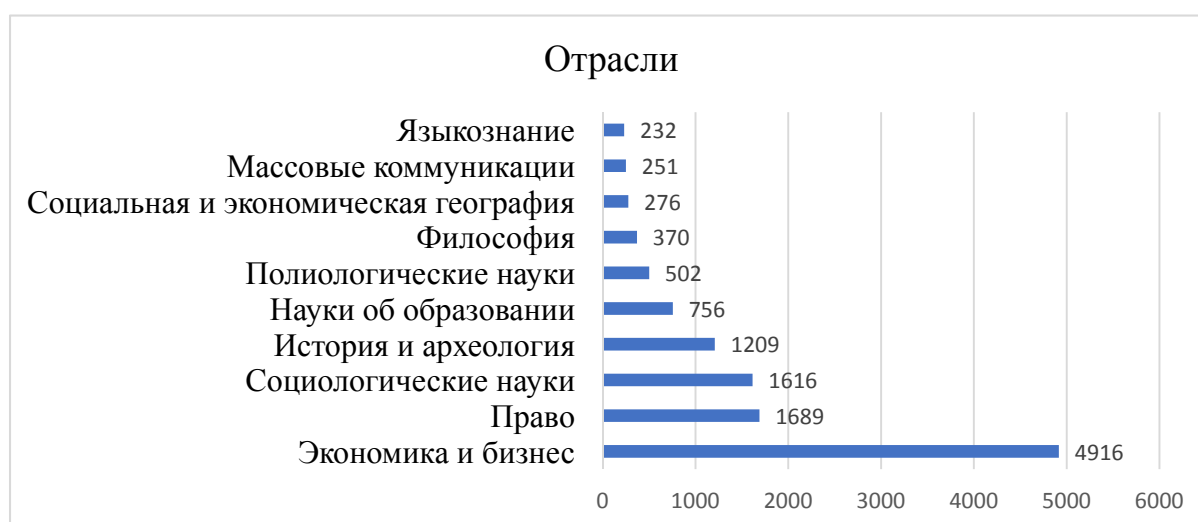


Рис. 2 / Fig. 2. Активность отраслей научного знания по публикациям в области предпринимательства, включая семейное (в абс. ед.) / Activity of branches of scientific knowledge by publications in the field of entrepreneurship including family business (in absolute units)

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

оценивают, но, скорее всего, просто не понимают значение развития семейного предпринимательства для укрепления национальной экономики. Необходимо также сказать о тематическом содержании опубликованных материалов в зависимости от отраслевых направлений наук (рис. 2).

Всего было проанализировано 10 отраслей научного знания, по которым в течение 10 лет (2010–2020 гг.) было опубликовано 11 817 работ, 1182 статьи — ежегодно.

Тройка лидеров по числу публикаций по 10 указанным выше тематическим отраслевым направлениям научного знания выглядит так:

1. Экономика и бизнес — 4916 статей.

2. Правовые науки — 1689 статей.

3. Социологические науки — 1616 статьи.

Можно сказать, что эти отрасли научного знания фокусируют в себе основное пространство исследований в области предпринимательства. Несколько неожиданным показалась активное внимание к данной теме со стороны истории и археологии — 1209 статей за 10 лет. Самый низкий уровень внимания демонстрируют три отрасли знания: социально-экономическая география, массовые коммуникации и языкознание. За 10 лет проблемы предпринимательской деятельности выносились на страницы журналов от 276 до 23 раз. При этом следует учитывать,

что речь в публикациях идет о развитии общего предпринимательства в экономике, и выделить среди них те, где освещается именно семейное предпринимательство, не представляется возможным. Это еще раз подтверждает высказанную выше гипотезу о недооценке учеными значения роли и развития предпринимательства в жизнедеятельности современного российского общества.

#### Траектория 4. Социологическая диагностика уровня компетентности в области семейного предпринимательства

Для реализации сформулированной задачи, под руководством автора, методом нарративного интервью среди предпринимателей разных сфер деятельности и разных рынков было проведено социологическое исследование на тему «*Семейное предпринимательство как социальный ресурс повышения трудовой занятости российской семьи*». Методом социологической диагностики по результатам состоявшихся интервью (25 ед.) было решено несколько задач: 1) определение уровня понимания предпринимателями сущности «семейного предпринимательства» и мотивации включенности в этот вид деятельности; 2) оценка степени развитости семейного предпринимательства в современной России; 3) оценка предпринимателями усилий государства по развитию семейного предпринимательства. Отметим, что все интервьюируемые предприниматели либо связаны непосредственно с семейным бизнесом, либо заняты предпринимательской деятельностью в других отраслях экономики.

К каким выводам подводят результаты проведенного исследования? Начнем с понимания респондентами **смысла и содержания понятия «семейное предпринимательство»**. Наиболее типичные ответы:

- «Бизнес, в который вовлечены все члены семьи, близкие родственники. Это тоже семейные династии, как, например, династии врачей»; «Где все заинтересованы в том, чтобы заработать и поставить на ноги бизнес».

- «Люди, которые находятся в неформальных отношениях, муж и жена, совместно делающие свой бизнес»; «Это — родители и дети»; «В семейном предпринимательстве концепция привычной нам компании сильно меняется и участниками привычного для нас топ-менеджмента или совета директоров становятся члены семьи»; «В семейном предпринимательстве

задействованы несколько членов семьи, отвечающие за бизнес, а решения принимаются коллективно».

Следует отметить, что в целом респонденты высказывают вполне компетентные точки зрения.

Главное, что выделяется респондентами в сущности **понятия «семейное предпринимательство»**, — это бизнес, в котором принимают участие все члены семьи, близкие родственники, где основой капитал, основные инвестиции приходятся на членов семьи, и решения принимаются на основе коллективного мнения.

Как оценивается **степень развитости семейного предпринимательства?**

- «Если рассматривать сельское хозяйство, то это очень развитая сфера семейного предпринимательства и достаточно емкая. Несмотря на образование членов семьи, каждый найдет себе применение. Фермерское хозяйство — это хозяйство высокого профиля, где необходимы специалисты разных направлений — нет особой разницы, делаешь ты бизнес сам, с другом или с родными, просто, когда ты работаешь с наиболее близкими людьми, то тут уже вопрос доверия, лояльности, каждый осознанно будет выполнять свою работу».

- «Перспективы большие. Особенно сейчас, в тяжелое время, люди будут предпочитать надежных, проверенных людей, которые смогут взять на себя какую-то часть ответственности».

- «На данный момент все понимаем, что само предпринимательство находится не в лучших кондициях. Если касаться бизнеса семейного, то часть этого бизнеса является фиктивной, а управленческие, серьезные решения принимаются лишь одним или двумя людьми».

Как показывают ответы интервью, пока (на 2021 г.) среди предпринимателей преобладают критические оценки. Более половины респондентов считают, что развитие семейного предпринимательства в стране слабое.

Третьим показателем замера являлась оценка **усилий государства по развитию семейного предпринимательства**. Каких позиций придерживаются предприниматели?

- «С точки зрения законодательства государство как может регулирует, помогает и развивает любую сферу и любую деятельность, но потом начинается соблюдение этих норм как со стороны государства, так и со стороны предпринимателя. Со стороны государства я бы пе-

рассмотрел налоговую составляющую семейного предпринимательства».

- «Сделал бы общий налог на семью, а то получается, что собственник налоги платит, потом, если члены семьи оформлены как сотрудники, они также платят подоходный налог; выходит — и с общего бизнеса налог платят, и каждый по отдельности... должны быть какие-то подходы к экономическому управлению, вообще к экономике».

Из собранной информации нарративного интервью совершенно очевидна потребность в реализации новых эффективных государственных программ, проектов, образовательных направлений по поддержке и развитию семейного предпринимательства. Большинство респондентов относят свой бизнес к семейному, но не чувствуют себя защищенными. Это еще раз говорит о необходимости разработки в России соответствующего закона по семейному предпринимательству.

#### **Траектория 5 (завершающая). Российский семейный бизнес и предпринимательство: de facto, ресурсы, перспектива**

С позиций гендерной и экономической социологии для анализа семейного предпринимательства можно использовать три направления: на макроуровне — как социальный феномен; на мезоуровне — как вид коллективной трудовой деятельности; на микроуровне — как вид группового экономического поведения членов семьи и трудового воспитания детей.

Принципиальная исходная задача: теоретическая интерпретация ключевой категории. В современной научной литературе нет единой позиции по интерпретации понятия «семейное предпринимательство», хотя существуют разные научные подходы. Отсюда и расширенное понятийное поле, на котором доминирует экономическое понятие «семейный бизнес». Это категория экономического подхода, в основу которого заложен количественный показатель развития семейного предпринимательства как вида экономической деятельности, поведения и трудовой занятости.

Опираясь на экономический подход к анализу семейного предпринимательства, можно констатировать ряд фактов. Под «семейным бизнесом» преимущественно понимается комплекс компаний, в которых более 50% уставного капитала принадлежит членам одной семьи. Половину

работников таких компаний составляют члены семьи. В этом контексте важное социальное значение имеет поколенческий фактор, отражающий преемственность семейного бизнеса. Например, крупные западные корпорации родились из небольших семейных бизнесов. Так, Сэм Уолтон — основатель сети Walmart — в 50-е гг. развивал первые магазины со своим братом. В итоге, по данным на март 2020 г., семья Уолтона до сих пор принадлежит 48% крупнейшей в мире компании с 2,3 млн сотрудников во многих странах. По данным Торгово-промышленной палаты, в Германии, например, средний возраст 500 крупнейших в стране семейных предприятий уже составил 101 год. Тогда как в России преобладающее большинство современных семейных бизнесов (73%), по данным Deloitte, имеют стаж меньше 20 лет и управляются членами семей, работающих в предпринимательстве первого-второго поколения — это в основном небольшой бизнес с оборотом до 500 млн руб. (в России такой объем у 52% семейных бизнесов). Тем не менее признаём, что это неплохие показатели, учитывая сравнительно скромный по времени опыт семейной предпринимательской деятельности. Хотя, конечно, среди западных компаний малого и среднего бизнеса, разбросанных по всему миру, совсем другая доля предприятий, основанных родственниками и наследуемых из поколения в поколение, — там она превышает две трети. Например, во Франции это более 80%, в Финляндии — до 95%, в Великобритании и Швеции — более 50%. Всего в мире зафиксировано 5586 компаний, которые имеют более чем 200-летнюю историю [10]. Социологический опрос, проведенный среди членов системы Торгово-промышленных палат, показал, что представителями своего бизнеса в первом поколении в России являются 57% предпринимателей; работают представители двух поколений у 36% предпринимателей, а три поколения семьи работают в бизнесе у предпринимателей в 7% компаний. По оценке вице-президента ТПП РФ Елены Дыбовой, «семейный бизнес играет жизненно важную роль и является основой зарубежных экономик, потому что он нацелен на стратегическое развитие и долголетие».

Отраслевая структура семейного бизнеса в России в настоящее время, по данным российской ТПП, следующая:

31% — потребительский сектор;

26% — строительство, горнодобывающая отрасль, энергетика;



23% — производственный сектор;  
20% — розничная торговля.

Совершенно очевидно, что семейный бизнес в России сегодня во многом является основой экономики большинства несырьевых регионов страны. А в нефтегазовых и горнодобывающих областях его вклад в экономику уже достиг 30%! Это очень позитивная статистика.

Учитывая сложную экономическую, законодательную, социально-психологическую атмосферу и объективные условия развития индивидуального предпринимательства, до 43% респондентов — представителей семейного бизнеса в России готовы отказаться от контроля над семейным бизнесом ради поддержки его финансовой стабильности (в мире этот показатель составляет 34%)<sup>2</sup>.

Что же тормозит развитие семейного бизнеса в настоящее время? — отсутствие у него официального правового статуса в российском законодательстве. Семейные предприниматели, как это ни странно, существуют в общем правовом поле, но сталкиваются со множеством трудностей, которых вполне можно было бы избежать, если бы данный вид деятельности имел в российском законодательстве свое определение — «семейное предпринимательство». Пока этого не произойдет, данный вид бизнеса не сможет иметь целевой государственной поддержки.

Следует отметить, что в настоящее время в ТПП РФ ведется работа по формированию и детализации дополнений в действующее законодательство, а также по теоретической разработке понятийной категории «семейное предпринимательство».

Изучая перспективы популяризации и развития привлекательности семейного бизнеса

<sup>2</sup> URL: <https://family.tpprf.ru/families/regional/2743274/>

в экономике устойчивого развития РФ, можно назвать 6 проектов, но я выделю из них 3:

- «100 семейных компаний» под патронатом Президента ТПП РФ, имеющий формат ежегодной акции, проводимой Торгово-промышленной палатой РФ при участии региональных ТПП;
- «100 Надежд бизнеса» — флагманский проект ТПП по поддержке и развитию молодежного предпринимательства;
- Всероссийский форум семейного предпринимательства «Успешная семья — успешная Россия» — самое масштабное годичное мероприятие ТПП РФ.

## ВЫВОДЫ

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Российское предпринимательство имеет давнюю историю и корни, которые можно и нужно возрождать в контексте принципиально нового этапа развития отечественной экономики, политики, культуры, духовности.
2. Проведенное научным коллективом ГАЛСИ социологическое исследование относится к поисковому типу и может заложить начало для более крупных и глубоких проектов в области изучения семейного предпринимательства.
3. Законодательное закрепление категории «семейное предпринимательство», «семейный бизнес» окажет серьезное влияние на активизацию развития семейного предпринимательства в России.
4. Существенный вклад в развитие семейного предпринимательства вносит РПП РФ, ставший своего рода координационным центром развития семейного предпринимательства и семейного бизнеса.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Пер. с нем. М.: Прогресс; 1982.
2. Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия. Пер. с нем. М.: Экономика; 1995.
3. Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения. М.: Экономическое наследие; 1993.
4. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Пер. с англ. М.: Новости; 1992.
5. Дворников В. Как устроен семейный бизнес в России: исследование. URL: <https://sberbusiness.live/publications/kak-ustroen-semeinyi-biznes-v-rossii-issledovanie>
6. Силласте Г. Рынок труда занятости и профессий как экономическое пространство формирования нового гендерного порядка. *Женщина в российском обществе*. 2020;(2):38–51.
7. Краткосрочные инициативы для достижения долгосрочных целей Международное исследование семейного бизнеса — 2019. Deloitte insights. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/family-business-2019.pdf>

8. Плотникова И. А. Мананникова Ю. В. Малое предпринимательство и семейный бизнес как средство социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи: образовательный аспект. *Интеграция образования*. 2014;2(75):55–65.
9. Силласте Г., Агапова У. Юшкова В. Социологическое исследование «Семейное предпринимательство как социальный ресурс повышения трудовой занятости российской семьи». 2019–2020. URL: <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2021/36/contents/contents.html>
10. С. Катырин президент ТПП РФ «Очень личный бизнес». URL: <https://family.tpprf.ru/>

## REFERENCES

1. Schumpeter J. Theory of Economic Development. Translated from German. Moscow: Progress; 1982. (In Russ.).
2. Schumpeter J. Capitalism, Socialism, Democracy. Translated from German. Moscow: Economics; 1995. (In Russ.).
3. Kondratiev N.D. Selected Essays. Moscow: Economic Heritage; 1993. (In Russ.).
4. Hayek F. Deleterious arrogance. Translated from Eng. Moscow: Novosti; 1992. (In Russ.).
5. Dvornikov V. How family business is arranged in Russia: a study. URL: <https://sberbusiness.live/publications/kak-ustroen-semeinyi-biznes-v-rossii-issledovanie>. (In Russ.).
6. Sillaste G. Labor market of employment and professions as an economic space for the formation of a new gender order. *Zhenshchina v rossijskom obshchestve*. 2020;(2):38–51. (In Russ.).
7. Short-term initiatives to achieve long-term goals International Family Business Survey — 2019. Deloitte insights. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/tax/family-business-2019.pdf> (In Russ.).
8. Plotnikova I.A. Manannikova Y.V. Small entrepreneurship and family business as a means of social adaptation and professional mobility of young people: the educational aspect. *Integraciya obrazovaniya*. 2014; 2(75):55–65. (In Russ.).
9. Sillaste G., Agapova U. Yushkova V. Sociological study “Family entrepreneurship as a social resource for increasing labor employment of the Russian family”. 2019–2020. URL: <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2021/36/contents/contents.html> (In Russ.).
10. C. Katyryn president of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation “Very personal business”. URL: <https://family.tpprf.ru/> (In Russ.).

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

**Галина Георгиевна Силласте** — доктор философских наук, профессор социологии, руководитель Научной школы «Гендерная и экономическая социология», заслуженный деятель науки РФ, Финансовый университет, Москва, Россия

**G. G. Sillaste** — Dr. Sci. (Philosophy), Professor of Sociology, Head of the Scientific School “Gender and Economic Sociology”, Honored Scientist of the Russian Federation, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-3103-1796>

[galinasillaste@yandex.ru](mailto:galinasillaste@yandex.ru)

*Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.*

*Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.*

*Статья поступила 10.02.2023; принята к публикации 03.03.2023.*

*Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.*

*The article was received on 10.02.2023; accepted for publication on 03.03.2023.*

*The author read and approved the final version of the manuscript.*