

## **ДИНАСТИЙНОСТЬ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СТРАТЕГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА**

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект 19-18-00320 «Конструктивный и деструктивный потенциал профессиональных династий в российском обществе»*

Л. В. Клименко<sup>1</sup>, О. Ю. Посухова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,  
344006, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160

---

**Для цитирования:** Клименко Л. В., Посухова О. Ю. Династийность в малом бизнесе в современной России: стратегии и перспективы воспроизводства // Социологическая наука и социальная практика. 2021. Т. 9. № 1. С. 43–60. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7871

---

**Аннотация.** Воспроизводство поколенческой преемственности в малом и среднем бизнесе является опорным элементом национальных экономик многих западных стран. Ориентиром социально-экономического развития России также выступает существенное наращивание сектора МСБ. Однако сравнительно недолгий период развития рыночных отношений в нашей стране, экономические кризисы и транзитивность статуса семейного бизнеса (как в правовом поле, так и в общественном мнении), неустойчивость организационных и коммуникативных практик наследования капитала выступают факторами, препятствующими формированию предпринимательских династий в России. Эмпирическое изучение стратегий воспроизводства предпринимательских династий показывает, что малый бизнес в нашей стране в меньшей степени ориентирован на образовательные стратегии, через получение профессионального образования. Профессиональная преемственность опирается преимущественно на опыт работы (как правило, с низовых позиций) и наставничество со стороны старшего поколения. Хотя на уровне перспектив включения третьего поколения наследников в семейный бизнес образовательные стратегии уже более актуальны.

Распространёнными в династийном воспроизводстве выступают стратегии социального (аккумуляция мобилизуемых социальных отношений) и символического (накопление и приумножение капитала признания) инвестирования. Семейные традиции и опыт ведения бизнеса зачастую связаны с возможностями трансфера социального капитала с меньшими издержками, преимуществом транслировать и перенимать неформальный деловой опыт и бизнес-связи. Межпоколенная преемственность обеспечивается формированием и трансляцией семейной культуры бизнес-династии с особыми ценностно-идентификационными смыслами, в том числе особым профессиональным этосом представителей семейного бизнеса. Устойчивость бизнеса, добровольность преемственности и опыт взаимодействия с институционализированными практиками семейного предпринимательства определяют степень позитивности профессиональной и династийной идентичности. Вместе с тем накопленного в формирующихся предпринимательских династиях ценностно-идентификационного ресурса может не хватить для воспроизводства из-за негативных трендов современного экономического развития России.

**Ключевые слова:** бизнес-династии; стратегии воспроизводства; социальное и символическое инвестирование; преемственность

## Постановка проблемы

Во многих странах формирование и воспроизводство предпринимательских династий является значимым фактором стабильности национальных экономик. Об этом свидетельствуют различные зарубежные исследования семейной преемственности в бизнесе [31; 31; 26]. Сравнение международных данных показывает, что семейный бизнес, продолжающийся в нескольких поколениях преемников, отличается более высокими показателями доходности и окупаемости инвестиций [30]. Профессиональная преемственность в семейном бизнесе обеспечивает более высокий уровень доверия со стороны клиентов и партнеров [22]. По оценкам специалистов, в конце XX в. в США и Канаде половина предпринимателей являлись представителями второго поколения бизнес-династий [24].

Сама практика воспроизводства предпринимательских династий не является массовой [23]. По современным оценкам, примерно 40% семейных компаний в мире управляются вторым поколением собственников, около 20% – третьим поколением и около 10% – четвертым поколением [20]. При этом приоритетным фактором выбора предпринимательства в качестве профессионального поприща выступает участие родителей в бизнесе. Родительское предпринимательство увеличивает в несколько раз статистику включения детей в сферу бизнес-деятельности [30; 18; 21]. Причём исследование учёных из Швеции показало, что вероятность предпринимательской активности молодёжи из семей бизнесменов возрастает на 60% и в случае с биологическими детьми, и в случае с приёмными [25].

В экономиках западных стран профессиональные династии в бизнесе имеют многолетнюю историю. А в Европе большая часть предприятий малого и среднего бизнеса являются семейными [30; 18; 21] (причём доля МСП в ВВП составляет 50–60% [5]). В России же традиции предпринимательской преемственности складывались до революции, но были прерваны в советский период развития. В последние годы в отечественной экономике формируются новые предпринимательские династии, однако комплексные статистические данные по этому вопросу пока не собираются. Это во многом связано с неопределённым статусом семейного бизнеса, не закреплённого в нормативных документах. Тогда как в западных странах существуют специальные программы государственной поддержки семейного предпринимательства, работают профильные научные центры.

Как уже отмечалось, в России не собирается официальная статистика по числу семейных предприятий. По оценкам В. В. Смирнова, в 2008 г. в нашей стране насчитывалось около 2 млн семейных компаний [15], большая часть которых относилась к малому и среднему бизнесу. В последние годы сектор МСП сокращается: в 2017 г. доля средних и малых предприятий в ВВП составляла только 22%, а в 2018 г. – 20% (для сравнения, этот показатель в Германии составляет 53%, в Великобритании – 51%, Швеции – 58%) [17]. Между тем в 2018 г. в Послании

к Федеральному собранию Президента РФ было озвучено, что вклад сектора МСП в ВВП должен к 2025 г. приблизиться к 40%<sup>1</sup>. Кроме того, большая часть бизнес-династий в России имеет относительно молодой возраст<sup>2</sup>. По данным консалтинговой компании PwC, только около 5% семейных предприятий в России находятся под управлением второго поколения собственников<sup>3</sup>.

Таким образом, мировая практика показывает значимость воспроизводства многопоколенного семейного бизнеса для национальных экономик. Вместе с тем относительно недолгая история становления рыночной экономики в России, экономические кризисы и транзитивность статуса семейного предпринимательства в стране создают макроуровневые трудности при формировании бизнес-династий [9]. На мезоуровне ещё не выработаны устойчивые практики передачи опыта и организационных функций управления бизнесом (как в сфере семейных коммуникаций, так и в области правовых вопросов наследования капитала) [5; 13; 14; 8]. Обратимся поэтому к рассмотрению сложившихся к настоящему времени стратегий воспроизводства семейного малого бизнеса и перспективам формирования предпринимательских династий в России.

## Методы, подходы и эмпирическая база исследования

Трансляция профессиональных компетенций и статусов от родителей к детям в бизнесе нередко выступает объектом изучения зарубежных учёных, однако до сих пор не выработано единое понимание таких явлений, как бизнес-династия и семейный бизнес [6]. В научной литературе в качестве отличительных признаков семейного бизнеса чаще всего выделяют концентрацию в рамках одной семьи прав собственности, наследования и управления частным предприятием [19], а также идентичность и преемственность членов семьи в этой сфере [20; 33]. В свою очередь, феномен бизнес-династии предполагает занятие предпринимательством представителей как минимум двух поколений семьи. В данном случае важным является оформление и межпоколенная передача семейной культуры бизнес-династии с особыми ценностно-идентификационными смыслами [33].

Методологический конструкт нашего исследования предпринимательских династий основывается на теоретических разработках П. Бурдые [4] (трансфер социального капитала в семье и стратегии воспроизводства), Д. Берто

<sup>1</sup> Правительство Российской Федерации. Распоряжение от 2 июня 2016 г. № 1083-р «О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по её реализации». URL: <http://static.government.ru/media/files/jFDd9wbAbApXgEiHNaXHvEytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).

<sup>2</sup> Фейнберг А. Росстат впервые раскрыл долю малого и среднего бизнеса в экономике // РБК. 05.02.2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7> (дата обращения: 27.08.2020).

<sup>3</sup> Частный и семейный бизнес в России // PwC : [сайт]. 2018. URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/fbs-report.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).

и И. Берто-Вьям [2] (приписывание социального статуса семейным группам), И. В. Мостовой [11] (воспроизводство социальной монополии в профессиональной сфере).

Опираясь на данные концептуальные подходы, мы рассматриваем феномен профессиональной династии через категории воспроизводства существенного преимущества работника на рынке, где важнейшими являются: сохранение, аккумуляция и трансфер профессиональных компетенций в рамках семьи; «формирование и укрепление фамильного профессионального бренда; использование системы социально-профессиональных связей старших представителей династии в целях более эффективного, нередко внеконкурентного, продвижения младших» [12].

Что касается моделей преемственности, то, как показывают различные исследования, участие родителей в бизнесе является приоритетным фактором выбора детьми предпринимательства в качестве профессионального поприща. Родительское предпринимательство увеличивает в несколько раз статистику включения детей в сферу бизнес-деятельности [29; 18; 21]. Причём учёные из Швеции показали, что данная корреляция справедлива как в случае с биологическими, так и в случае с приёмными детьми [25]. Семейные традиции и опыт ведения бизнеса зачастую связаны с возможностями трансфера социального капитала с меньшими издержками, преимуществом транслировать и перенимать неформальный деловой опыт и бизнес-связи [25; 24].

Мы можем говорить также о передаче в профессиональных династиях престижных и ресурсных статусных позиций. Д. Берто, И. Берто-Вьям писали, что «идея социального статуса как атрибута семьи приводит к понятию семейных социальных траекторий в качестве последовательности социальных статусов одной “семьи”»<sup>1</sup> [1, с. 132]. В свою очередь П. Бурдые указывал, что, с одной стороны, «стратегии воспроизводства основаны не на сознательном и рациональном намерении, но на диспозициях габитуса, который спонтанно стремится воспроизвести условия своего собственного производства», с другой стороны, «стратегии воспроизводства... могут удваиваться за счёт сознательных индивидуальных или иногда коллективных стратегий» [3, с. 104].

На фоне того, что бизнес-династии в современной России находятся ещё в стадии формирования, для них особенно актуальными являются стратегии межпоколенного трансфера предпринимательской деятельности. В настоящей статье будут рассматриваться следующие взаимосвязанные стратегии воспроизводства (по П. Бурдые) бизнес-династий: образовательные, социального инвестирования (установление и поддержание долгосрочных и кратковременных, непосредственно используемых и мобилизуемых социальных отношений), символического инвестирования (сохранение

---

<sup>1</sup> «Под семьёй, существующей в течение достаточно длительного промежутка времени, можно понимать “единицу”, которая делится и восстанавливается в каждом поколении, не нарушая преемственности, а придавая ей более сложный и интересный характер» [1, с. 132].

и увеличение капитала признания). В результате межпоколенческих трансмиссий и реализации тех или иных стратегий формируются индивидуальные и семейные социальные траектории [16].

Эмпирической базой нашего анализа выступают результаты прикладного исследования, проведённого в различных городах России (Ростовена-Дону, Таганроге, Самаре, Саратове, Уфе, Томске) в 2020 г. Методом автобиографического нарративного интервью было опрошено 20 представителей частного малого бизнеса, наследуемого и управляемого при участии не менее двух поколений собственников, относящихся в 70% случаев ко второму поколению и в 30% случаев – к первому. Информанты по возрасту распределены между тремя группам: 1) до 34 лет (30%), 2) 35–45 лет (30%), 3) старше 45 лет (40%). Две трети из них занимаются торговлей или относятся к сфере услуг. 55% информантов – женщины и 45% – мужчины.

Треть интервью проходили в формате face-to-face, остальные проведены онлайн в связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой. Время опроса – весна-лето 2020 г. Отбор и рекрутирование семей проводился по критериям профессиональной занятости в бизнесе (вне зависимости от конкретной специализации) нескольких членов семьи, принадлежащих к нескольким поколениям. Выборка опроса – целевая. Поиск и рекрут информантов осуществлялся через личные контакты, поиск информации – в профессиональных сообществах (торгово-промышленная палата, бизнес-клубы и пр.) и в социальных сетях.

Методической опорой конструирования гайда глубинного интервью выступают исследовательский подход У. Томаса и Ф. Знанецкого [35] (акцент на постоянное взаимодействие сознания личности и объективной социальной реальности) и методика биографическо-нарративного интервью З. Г. Розенталя (последовательное обсуждение содержательных блоков биографии информанта) [30]. На этой основе разработана структура гайда интервью, включающая: 1) вводную часть – построение генеалогического древа и начальный автобиографический рассказ информанта, который не направляется и не прерывается интервьюером; 2) часть нарративных расспросов, уточняющих обстоятельства на основе автобиографического рассказа и фокуса исследования; 3) завершающая часть с обобщёнными оценками династийного воспроизводства.

## Результаты исследования

Особенностью российского семейного бизнеса является недолгая история его существования и отсутствие предшествующей легитимной практики предпринимательской деятельности в советском обществе. Часто это выступает социально-психологическим барьером к тому, чтобы начать собственное дело. *«Было тяжело переставить голову. Потому что когда ты работаешь на*

*предприятия и тебе говорят: «У вас пенсия. Если вы уволитесь, вы ничего получать не будете». Вот эта старая дурацкая закалка совдеповская. Надо было переключить мозги (...)*» (жен., 55 лет, руководитель авторского ателье и совладелец магазина итальянских тканей, 1-е поколение, Саратов).

У многих представителей первого поколения семейного бизнеса сфера предпринимательской деятельности связана со сферой работы в советское время и наличием в тот период теневой практики «подработки на себя». Во втором поколении дети уже, как правило, с ранних лет знакомились с семейным бизнесом. *«Когда каникулы, ездили торговать – масло, сыр, ещё попутно ... халва чалтырская. Наверное, с двенадцатилетнего возраста...»* (муж., 39 лет, сеть продуктовых магазинов, 2-е поколение, Таганрог). *«В то время, когда сверстники гуляли во дворе..., я ходил к отцу на работу и там ему помогал... И он постоянно давал какие-то задания, что-то я творил, либо помогал по оптике, либо, занимался машиной»* (муж., 46 лет, магазины и мастерская премиальной оптики, 2-е поколение, Ростов-н/Д). *«Мама меня очень часто брала к себе на работу. Вот мне на самом деле очень нравилось и управление, и мне нравилось, чем они занимаются. У нас всегда календари такие были, rail station, дома висели»* (жен., 31 год, руководитель учебного центра, 2-е поколение, Самара).

Подобные практики преемственности воспроизводятся и среди подрастающего третьего поколения бизнес-династий. *«У сына уже есть задатки предпринимателя. Он плетёт браслетики и во время отдыха в Испании продаёт их иностранным гостям. Он каждое лето бывает там, и в течение года он готовит товар, усиленно плетёт, разрабатывает новые модели – мужские, женские, детские. Выходит на набережную, раскладывает товар и продаёт и при этом тут же их вяжет»* (жен., 41 год, магазин мебели, 2-е поколение, Ростов-на/Д). *«Судя по маленькой дочке, она очень творческая личность... У неё сейчас тоже много пакетов с тряпочками всякими, она из ателье всё это набрала, и она периодически что-то шьёт, кроит, какую-то коллекцию делала»* (жен., 33 года, директор магазина итальянских тканей и совладелец авторского ателье, 2-е поколение, Саратов).

## Образовательные стратегии воспроизводства

Одной из распространённых стратегий воспроизводства бизнес-династий на Западе выступает получение соответствующего образования. П. Бурдые писал, что «образовательные стратегии... представляют собой очень долгосрочные инвестиции (...), они прежде всего направлены на производство социальных агентов, достойных и способных наследовать свойства группы» [3, с. 103]. Однако в силу социально-исторических причин бизнес-образование в России развивается относительно недавно. Кроме того, начало предпринимательской деятельности у старшего поколения совпадает с периодом взросления их детей, поэтому получение специального образования вторым поколением будущих

собственников не выступало для российского малого бизнеса приоритетной стратегией династийного воспроизводства. И хотя старшие представители династий принимали активное участие в выборе профессионального образования своих детей, они зачастую не связывали его со своей предпринимательской деятельностью, которая в тот период находилась в стадии становления или масштабы бизнеса не давали основания строить долгосрочные планы. Мотивы выбора вуза и специальности обучения в большинстве случаев скорее конъюнктурные — «в то время это была престижная специальность». Возможен выбор факультета сообразно индивидуальным склонностям ребёнка — «мне всегда нравился этот предмет и мне говорили, что у меня серьёзные способности». Встречается пассивная позиция — «родители выбрали подкурсы и поставили меня перед фактом».

Между тем представители второго поколения в процессе работы в семейном бизнесе нередко получают дополнительное образование (второе высшее, переквалификация) уже по профессиональному профилю. «Ну, я, конечно же, отучился на оптика, но это было уже чуть позже. Закончил оптико-механический университет питерский, который отец заканчивал в своё время» (муж., 46 лет, магазины и мастерская премиальной оптики, 2-е поколение, Ростов-н/Д). «Сестра после вуза училась ещё в Швейцарии именно на гостиничное дело... Мы входим в европейскую франшизу, это турфирмы по всему миру, (...) она входит в совет директоров по Восточной Европе» (жен., 39 лет, исполнительный директор и совладелец холдинга, 2-е поколение, Ростов-на/Д).

На современном этапе многие из информантов уже определённо говорят о необходимости профессионального образования для третьего поколения. «Взять бабушку, она мечтает передать ей своё ателье, мечтает, что она поедет в Италию учиться на закройщика, дизайнера одежды. Она готова с ней там проживать в Италии, контролировать её, и она это проговаривает» (жен., 33 года, директор магазина итальянских тканей и совладелец авторского ателье, 2-е поколение, Саратов). Установка на необходимость вложений в образование как долгосрочную инвестицию формируется, как правило, уже на этапе воспитания третьего поколения. «Конечно нужно, чтобы они учились, приобретали новые знания. Потому что часто дети сохраняют то, что дали им родители, а внуки всё это спускают. Поэтому, конечно, для меня очень важно, чтобы всё, что сделала моя мама, всё, что мы увеличивали, не спустилось моими детьми. И я бы хотела дать им хорошее образование, чтобы они продолжили это дело» (жен., 39 лет, исполнительный директор и совладелец холдинга, 2-е поколение, Ростов-на/Д).

В тоже время профессиональное становление второго поколения предпринимателей происходило преимущественно через опыт работы. Причём по инициативе основателей семейного бизнеса приемники часто начинали работу с низовых позиций. «А мама считала, что мы должны подниматься снизу вверх. Я начинала с позиции простого менеджера в турфирме... Сестра стажировалась на островах в Карибском бассейне, и потом в Америке по “Голден тревел” она была два года... Она тоже там работала официантом, таскала подносы...» (жен., 39

лет, исполнительный директор и совладелец холдинга, 2-е поколение, Ростов-на/Д). *«Изначально, когда мы с мужем начали работать в компании папы, там были другие директора. И впоследствии было выявлено, что они работали нечестно... Папа у меня спросил, справлюсь ли я. Я сказала: да, и мы справились, потому что за те двадцать три месяца, что мы там были, у меня уже были знания и навыки»* (жен., 41 год, магазин мебели, 2-е поколение, Ростов-на/Д).

## Стратегии социального инвестирования

Ещё одной разновидностью стратегий воспроизводства бизнес-династий выступают «стратегии социального инвестирования, направленные на установление и поддержание долгосрочных и краткосрочных, непосредственно используемых и мобилизуемых социальных отношений» [3, с. 103]. Результаты нашего исследования показывают, что в бизнес-династиях эта стратегия проявляется через использование связей родителей в практиках наставничества для второго поколения собственников. *«Папа договорился, чтобы я сначала поработал у его знакомых. На тот момент это была самая престижная, самая большая люкс-оптика... Я иду туда. Сначала просто мастером, потом старшим мастером, потом заведующим лаборатории, нас везут на учёбу, прорабатываю я в этом 2 или 3 года»* (муж., 46 лет, магазины и мастерская премиальной оптики, 2-е поколение, Ростов-н/Д). *«В турфирме, куда я устроилась менеджером, была руководителем мамина подруга, с которой она училась вместе, она и сейчас у нас работает. Она стала моим директором... Она научила меня тогда читать бумаги, читать, что я подписываю, читать договоры...»* (жен., 39 лет, исполнительный директор и совладелец холдинга, Ростов-н/Д., 2-е поколение).

Стратегия социального инвестирования проявляется также через практику формирования и поддержания университетских связей как старшим, так и младшим поколением. *«Ну вот с целым рядом сокурсников у меня не то что тёплые отношения, а это мои лучшие друзья... Вот, допустим, Сергей меня привёл в корпорацию, да. Я, в свою очередь, привела Наталью, которая на тот момент работала в рекламе»* (жен., 55 лет, учредитель и генеральный директор PR-агентства, 1-е поколение, Самара). *«Нас три друга было, мы с университета вместе пришли, с одним до сих пор работаем, он мой заместитель»* (муж., 31 год, консалтинговая компания, Уфа, 2-е поколение).

Важным условием профессиональной преемственности является формирование семейной культуры предпринимательской династии [33], важной частью которой выступает особый профессиональный этос (как соблюдение формальных и неформальных ценностей и этических норм [10]) представителей семейного бизнеса. *«Мало иметь хорошие руки и хорошее качество работы. Надо ещё иметь уважение к своему клиенту... Да, всё-таки, в первую очередь, это межличностные отношения, человеческое отношение должно быть, уважение.»*



*И я на этом стою, это моя жизненная позиция, и дочери я её донесла»* (жен., 55 лет, руководитель авторского ателье и совладелец магазина итальянских тканей, 1-е поколение, Саратов).

Передача ценностного отношения к своему делу от старшего к младшему поколению особенно ярко видна при опросе членов одной семьи, которые отдельно друг от друга говорят близкие по смыслу вещи. *«Не в деньгах счастье. Не всё, что делаешь хорошее, должно приносить прибыль. Когда делаешь от души, это имеет другую ценность (...) Как говорят, хочешь, чтобы к тебе так относились, относись так же»* (муж., 74 года, магазины и мастерская премиальной оптики, 1-е поколение, Ростов-н/Д). *«Мы не были бы тем, кем мы есть, если бы этот бизнес был только про деньги... Он в большей степени про идею, про искусство»* (муж., 46 лет, тот же семейный бизнес, 2-е поколение).

Результаты количественного опроса среди собственников семейного бизнеса, проведённого несколько лет назад Д. А. Волковым, также показали, что профессиональная преемственность с наследниками обеспечивается на основе родительского воспитания (91%), наставничества (50%) и образовательных организаций (31%) [5].

## Стратегии символического инвестирования

Данная стратегия воспроизводства бизнес-династий предполагает формирование, накопление и приумножение капитала признания. Как писал П. Бурдьё, «имя – фундаментальный элемент символического капитала» [3, с. 100]. Многие проинтервьюированные представители предпринимательских династий говорят о важности репутации, фамильного бренда в обеспечении успешности бизнеса на протяжении нескольких поколений. Как правило, символический капитал зарабатывается основателями династий, а приемники пользуются его преимуществами, стараются его сохранить и по возможности усилить. *«Я могу сказать, что у меня есть профессиональная репутация. Без ложной скромности»* (жен., 55 лет, учредитель и генеральный директор PR-агенства, 1-е поколение, Самара). *«В плане семейной профессиональной репутации меня в чём-то могут отождествлять с моей мамой... В каких-то моментах это, разумеется, удобно. Я могу быстрее с кем-то договориться, потому что меня могут идентифицировать как её дочь»* (жен., 31 год, руководитель учебного центра, 2-е поколение, Самара). *«Если говорить, когда я ищу клиентов, легко, когда твою маму знают. Она много даёт интервью, её знают. И меня узнают как Танечкину дочку. Мне лично это помогает»* (жен., 39 лет, исполнительный директор и совладелец холдинга, 2-е поколение, Ростов-на/Д).

*«Это всё уже раскрученное, это уже определённое имя. Вот и сейчас, я не хочу хвалиться, но уже определённые люди идут, на меня идут. Дочь магазином занимается, и её знают уже (...) В профессиональном плане я на сто процентов*

знаю, что у меня всё на высоком уровне... Это – профессиональная репутация. И так же про меня говорят даже клиенты (...) У нас есть этикетки определённые, и когда мастера ко мне приходят новые, я не даю им пришивать этикетки, пока лично не удостоверюсь в качестве» (жен., 55 лет, руководитель авторского ателье и совладелец магазина итальянских тканей, 1-е поколение, Саратов). «Учитывая, что моя мама всю жизнь работает в этой сфере, то, конечно, она уже наработала свою определённую репутацию, свой имидж. И дальше уже я, конечно, со своей стороны понимаю, какая у меня репутация, какого статуса и уровня я достигла...» (жен., 33 года, этот же бизнес, 2-е поколение).

Репутационный капитал семейного бизнеса и его ценность для информантов проявляется через конкретные профессиональные примеры. «За нашими глазами приезжают люди с других городов, которые нашими клиентами являются много, много лет. Они понимают, что как сделаем мы, не сделает никто по соседству. (...) И есть, скажем так, негласный рейтинг топовых оптиков страны, и, наверное, мы входим в первую пятёрку... По Югу мы, наверное, номер один – по оборудованию, по сложности того, что мы можем делать, с какими компаниями мы работаем и т. д. Яркий пример: допустим, мы одна из 5 «дверей» в стране, которым разрешено работать с компанией Chanel. Чтобы Chanel иметь у себя, мало того, что нужны деньги на покупку её представленности, салон должен быть определённого уровня, чтобы Chanel сказала: «Ок, Вам можно» (муж., 46 лет, магазины и мастерская премиальной оптики, 2-е поколение, Ростов-н/Д).

## Идентификация представителей бизнес-династий

К важному критерию оформления бизнес-династий исследователи относят наличие у её представителей соответствующей идентификации [20; 7]. Позитивная идентичность связана, как правило, с добровольным выбором предпринимательской деятельности и акцентом на преимуществах принадлежности к династии. «И мой отец был цементирующим главным звеном во всём этом деле, династии. И сейчас приходится данную роль в какой-то мере выполнять мне (...) Семейный бизнес хорош тем, что мы три семьи, мы заменяем друг друга, подстраховываем, не бросаем. В этом плане очень удобно и в качестве принятия решений, помогает сплочённость. И бизнес ещё, чем хорошо, тем, что его ты можешь передать по наследству» (муж., 39 лет, сеть продуктовых магазинов, 2-е поколение, Таганрог).

Идентификация с предпринимательской династийностью усиливается в практиках взаимодействия с позитивными примерами институционализации семейного бизнеса. Как правило, российские предприниматели такие практики видят в европейских странах. «В современном мире, я считаю, очень ценится, что в бизнес вложены и душа, и семейные традиции, и какие-то устои, правила семейные (...) Первое, что приходит на ум, как они из поколения в поколение передают свои маленькие пекарни. И сами лично стоят, готовят эту вытечку, кру-

ассаны душистые, воздушные, и, может быть, это уже третье поколение, которому эта пекарня передаётся, — вот она, династия! Так же и в текстильной отрасли: они в Италии имеют семейные подряды. Склады, например, производство ткани. И трудятся на них все: и дети, и бабушки, дедушки, и родители» (жен., 33 года, директор магазина итальянских тканей и совладелец авторского ателье, 2-е поколение, Саратов). «Две основные международные выставки в нашей сфере в Италии, другая во Франции (...) Первые поездки у меня на выставку были самостоятельные. А на последующие, наверное, уже ездил с отцом. И вот, когда ты заходишь на стенд какого-нибудь именитого производителя — не большого, а именно семейного, и ты тоже видишь, что там отец, сын, дочь, жена есть, коллектив собран. И ты заходишь тоже как семья. Всегда это приветствуется, нежели когда ты приходишь как какой-то наёмный представитель какой-то большой сети» (муж., 46 лет, магазины и мастерская премиальной оптики, 2-е поколение, Ростов-н/Д).

Поскольку бизнес-династии в российском обществе находятся в стадии становления, то у основателей и приемников семейного дела может проявляться и амбивалентная идентичность как на уровне предпринимательской деятельности, так и на уровне династийности. Можно здесь привести пример, когда в одной части разговора информант сетует на сложности опыта занятия предпринимательством, препятствующего идентификации с этим родом деятельности. «Я говорю честно, как есть, не хочу расписывать, какая я замечательная и хотела быть предпринимателем. Ничего подобного — я уже ничего не хотела и от шитья уже откровенно устала. (...) Это раньше на заводах династии были. А взять нашу специальность, мы же «рвачи» считались, нас же при советской власти выявляли, на нас ОБХС насылали, нас же проверяли, дома нам шить нельзя было... О какой уж тут династии разговор?». А в другой части интервью основатель бизнеса демонстрирует иное восприятие семейного дела и преемственности. «Родоначальники, всё-таки, мои батьки, мамы, которые шили... Они шили, подшивали, подрубили, вязали подвязы на кровати... Все были рукодельники... Вот они — как маленькие речки, а я уже, наверное, река. И дочь уже, наверное, туда пошла» (жен., 55 лет, руководитель авторского ателье и совладелец магазина итальянских тканей, 1-е поколение, Саратов).

Причём прослеживается зависимость между устойчивостью предпринимательской деятельности и степенью позитивности профессиональной и поколенческой идентичности. Чем хуже перспективы бизнеса, тем меньше ресурсов позитивной идентичности. «Я думаю, что наш бизнес — он слабо похож на предпринимательство. То есть это, скорее, артель, это не предпринимательство никакое. Это интеллектуальная артель, когда мы делаем интеллектуальный труд. (...) Мне бы хотелось, чтобы у дела было будущее, но я не знаю, сколько эти условия продлятся. Наше дело — это игра на бутерброде с маслом: икра хороша, когда общество сытое. А когда общество голодное, то, я думаю, что наша профессия в ближайшее время будет всё меньше востребована» (жен., 55 лет, учредитель и генеральный директор PR-агентства, 1-е поколение, Самара). «Карьера в бизнесе зависит от экономической обстановки в стране, потому что на сегодняшний день те налоги, которые вне-

*дрило наше государство, они не совсем в пользу предпринимателей»* (жен., 41 год, руководитель магазина мебели, 2 поколение, Ростов-н/Д). Другими словами, неблагоприятные макроэкономические условия для сохранения и развития малого бизнеса выступают существенным препятствием формирования предпринимательских династий в России.

## Заключение

Стратегические программы социально-экономического развития ориентированы на масштабирование в нашей стране малого и среднего бизнеса. Однако сравнительно недолгий период развития рыночных отношений в нашей стране, экономические кризисы и транзитивность статуса семейного бизнеса (как в правовом поле, так и в общественном мнении), неустойчивость организационных и коммуникативных практик наследования капитала выступают факторами, препятствующими формированию предпринимательских династий в России. Факторами, способствующими формированию бизнес-династий, выступают стабилизация социально-экономического развития в стране и складывание реальных (а не формальных) институциональных условий для развития сектора МСБ. Проведённое исследование показало, что устойчивость бизнеса, добровольность и активность преемственности, а также опыт взаимодействия со сложившимися поддерживаемыми на институциональном уровне практиками семейного предпринимательства (чаще всего с примерами семейного бизнеса в зарубежных поездках) определяют степень позитивности династийной идентичности. Изучение стратегий воспроизводства бизнес-династий показывает, что малый бизнес в нашей стране в меньшей степени ориентирован на образовательные стратегии. Профессиональная преемственность опирается преимущественно на опыт работы и наставничество со стороны старшего поколения. Распространёнными в династийном воспроизводстве выступают стратегии социального и символического инвестирования.

## Список литературы

1. *Берто Д., Берто-Вьям И.* Семейное владение и семья: трансмиссии и социальная мобильность, прослеживаемые на пяти поколениях // Социологические исследования. 1992. № 2. С. 132–140.
2. *Берто Д., Берто-Вьям И.* Семейное владение и семья: трансмиссии и социальная мобильность, прослеживаемые на пяти поколениях (окончание статьи) // Социологические исследования. 1993. № 2. С. 58–67.
3. *Бурдые П.* Социология социального пространства / Пер. с франц. ; Отв. ред. пер. Н. А. Шматко. М. : Институт экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 2007. 288 с.

4. Бурдые П. Формы капитала / Пер. М. С. Добряковой ; науч. ред. В. В. Радаев // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74.
5. Волков Д. А. Особенности организации и управления семейным предпринимательством в условиях России: дис. ... д-ра экономических наук : 08.00.05 / Волков Дмитрий Анатольевич ; РАНХИГС при Президенте РФ. М., 2016. 314 с.
6. Гергерт Д. В., Пономарева Т. В. Семейный бизнес как объект междисциплинарного исследования: обзор методологических подходов // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2018. Т. 13. № 1. С. 90–105.
7. Зеленков С., Ефремов К. Профессиональная ориентация и трудовая занятость молодежи // Народное образование. 2007. № 6 (1369). С. 239–242.
8. Исследование владельцев капиталов в России 2015. Центр управления благосостоянием и филантропии Сколково. 2016 // Сколково : [сайт]. URL: [https://wtc.skolkovo.ru/media/documents/SKOLKOVO\\_WTC-WPS\\_2015\\_Report\(RUS\).pdf](https://wtc.skolkovo.ru/media/documents/SKOLKOVO_WTC-WPS_2015_Report(RUS).pdf) (дата обращения: 27.08.2020).
9. Клименко Л. В., Посухова О. Ю. Профессиональные династии в бизнесе: специфика и потенциал развития // Мир России. Социология. Этнология. 2020. Т. 29. № 1. С. 80–102. DOI: 10.17323/1811-038X-2020-29-1-80-102.
10. Мартыанова Н. А., Рубцова М. В. Управляемость профессии как социального института: от депрофессионализации к реконструкции профессий // Studia Humanitatis. Сетевое издание. 2015. № 2. URL: [http://st-hum.ru/sites/st-hum.ru/files/pdf/martianova\\_rubtcova.pdf](http://st-hum.ru/sites/st-hum.ru/files/pdf/martianova_rubtcova.pdf) (дата обращения: 27.08.2020).
11. Мостовая И. В. Социальное расслоение: символический мир метаигры : учебное пособие. М. : АОЗТ Механик, 1997. 207 с.
12. Мостовая И. В., Клименко Л. В., Посухова О. Ю. Методологические аспекты исследования профессиональных династий в российском обществе // Гуманитарий Юга России. 2019. Т. 8. № 6. С. 70–82. DOI: 10.23683/2227-8656.2019.6.3.
13. Мурзина Ю. С., Позняков В. П. Основатели бизнес-династий в России признают значимое влияние семейных отношений на бизнес // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 7. С. 1215–1232. DOI: 10.18334/gr.18.7.37748.
14. Мурзина Ю. С., Тоньшева Л. Л. Мотивы собственников в передаче бизнеса преемникам // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10–1 (63). С. 1147–1155.
15. Смирнов В. В. Развитие семейного бизнеса как фактор оздоровления экономики. России в условиях кризиса. Владимир : ВГУ, 2008. 48 с.
16. Ткач О. А. Заводская династия как социально-культурный феномен: советский и постсоветский периоды : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04. / Ткач Ольга Александровна ; Социологический институт РАН. СПб., 2008. 23 с.
17. Форотс Е. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и мир // Институт экономики роста им. Столыпина П. А. : [сайт]. 27.07.2018. URL: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/> (дата обращения: 27.08.2020).
18. Arum R., Muller W. The Reemergence of Self-Employment: A Comparative Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality. Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's. 2004. URL: <https://ssrn.com/abstract=1496165> (дата обращения: 27.08.2020).
19. Chrisman J. J., Chua J. H., Sharma P. Trends and Directions in the Development of a Strategic Management Theory of the Theory of the Family Firm // Entrepreneurship Theory and Practice. 2005. Vol. 29. № 5. P. 555–575.

20. *De Massis A., Sharma P., Chua J. H., Chrisman J. J.* Family Business Studies: An Annotated Bibliography. Cheltenham : Edward Elgar, 2012. 368 p.
21. *Dunn T., Holtz-Eakin D.* Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links // *Journal of Labor Economics*. 2000. № 18 (2). P. 282–305.
22. Global Family Business Survey // PwC : [сайт]. 2018. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/family-business-services/assets/pwc-global-family-business-survey-2018.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).
23. *Klein S. B.* Family Business in Germany: Significance and Structure // *Family Business Review*. 2000. № 13 (3). P. 157–181.
24. *Lentz B. F., Laband D. N.* Entrepreneurial success and occupational inheritance among proprietors // *Canadian Journal of Economics*. 1990. Vol. 23. № 3. P. 563–579.
25. *Lindquist M. J., Sol J., Van Praag M.* Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? // *Journal of Labor Economics*. 2015. Vol. 33. № 2. P. 269–296.
26. *Mannarino L., Pupo V., Ricotta F.* Family Involvement In Management And Firm Performance: Evidence From Italy. Working Papers n. 03–2011 // Università della Calabria : [сайт]. 2001. URL: [http://www.ecostat.unical.it/RePEc/WorkingPapers/WP03\\_2011.pdf](http://www.ecostat.unical.it/RePEc/WorkingPapers/WP03_2011.pdf) (дата обращения: 27.08.2020).
27. *Rosenthal G.* The Narrated Life Story: On the Interrelation Between Experience, Memory and Narration // *Narrative, Memory and Knowledge: Representations, Aesthetics and Contexts / K. Milnes, C. Horrocks, N. Kelly, B. Robert, D. Robinson (Eds.)*. Huddersfield : University of Huddersfield Press, 2006. P. 1–16.
28. *Schulze W. S., Gedajlovic E. R.* Whither Family Business? // *Journal of Management Studies*. 2010. № 47 (2). P. 191–204.
29. *Sorensen J. B.* Closure and Exposure: Mechanisms in the Intergenerational Transmission of Self-employment // *Research in the Sociology of Organizations*. 2007. Vol. 25. P. 83–124.
30. The 2019 EY and University of St. Gallen Global Family Business Index. Center for Family Business at the University of St. Gallen // EY : [сайт]. 2019. URL: [https://www.ey.com/en\\_gl/growth/how-the-world-s-largest-family-businesses-are-responding-to-the-transformative-age](https://www.ey.com/en_gl/growth/how-the-world-s-largest-family-businesses-are-responding-to-the-transformative-age) (дата обращения: 27.08.2020).
31. The CS Family 1000 in 2018 // *Analytical reports of the Research Institute Credit Suisse*. 2018. URL: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/studies-publications.html> (дата обращения: 27.08.2020).
32. *Thomas W., Znaniecki F.* The Polish Peasant in Europe and America. A Classic Work in Immigration History. Urbana : University of Illinois Press, 1996.
33. *Zahra S. A., Hayton J. C., Salvato C.* Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-based Analysis of the Effect of Organizational Culture // *Entrepreneurship Theory & Practice*. 2004. Vol. 28. № 4. PP. 363–381.

#### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Клименко Людмила Владиславовна** – доктор социологических наук, профессор, ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, Россия.

*E-mail:* lucl@yandex.ru

AuthorID РИНЦ: 205951

Посухова Оксана Юрьевна — кандидат социологических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, Россия.  
E-mail: belloks@yandex.ru  
AuthorID РИНЦ: 413951

Дата поступления в редакцию: 01.09.2020. Принята к печати: 08.12.2020.

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7871

## Small Business Dynasties in Modern Russia: Strategies and Prospects for Reproduction

*The work was supported by the Russian Science Foundation. Project No. 19-18-00320  
«Constructive and destructive potential of Professional Dynasties in Russian Society»*

Liudmila V. Klimenko<sup>1</sup>, Oxana Yu. Posukhova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Southern Federal University.  
160 Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, 344006

**For citation:** Klimenko L. V., Posukhova O. Yu. (2021). Small Business Dynasties in Modern Russia: Strategies and Prospects for Reproduction. *Sociologicheskaja nauka I social'naja praktika*. Vol. 9. № 1. P. 43–60. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.1.7871

**Abstract.** Reproduction of generational succession in small and medium-sized businesses is a basic element of the national economies of many Western countries. Russia's socio-economic development is also guided by a significant increase in the SME sector. However, the relatively short period of development of market relations in our country, economic crises and transitivity of the status of family business (both in the legal field and in public opinion), instability of organizational and communicative practices of inheritance of capital are factors that prevent the formation of entrepreneurial dynasties in Russia. An empirical study of strategies for reproduction of entrepreneurial dynasties shows that small businesses in our country are less focused on educational strategies, through obtaining professional education. Professional continuity is based primarily on work experience (usually from grassroots positions) and mentoring from the older generation. However, the educational strategies are becoming more relevant at the level of prospects for including the third generation of heirs in the family business.

Strategies of social (accumulation of mobilizable social relations) and symbolic (accumulation and multiplication of recognition capital) investment are common in dynastic reproduction. Family traditions and business experience are often associated with the ability to transfer social capital at a lower cost, the advantage of broadcasting and adopting informal business experience and business connections. Intergenerational continuity is ensured by the formation and translation of the family culture of the business dynasty with special value-identification meanings, including the special professional ethos of family business representatives.

**Keywords:** business dynasties; reproduction strategies; social and symbolic investment; continuity

### REFERENCES

1. Berto D., Berto-V'yam I. (1992). Semeinoe vladenie i sem'ya: transmissii i sotsial'naya mobil'nost', proslezhivaemye na pyati pokoleniyakh. [Family ownership and family: transmissions and social mobility, traced on five generations]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. № 2. P. 132–140. (In Russ.)

2. Berto D., Berto-V'yam I. (1993). Semeinoe vladenie i sem'ya: transmissii i sotsial'naya mobil'nost', proslzhivaemye na pyati pokoleniyakh (okonchanie stat'i). [Family ownership and family: transmissions and social mobility, traced on five generations]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. № 2. P. 58–67. (In Russ.)
3. Burd'e P. *Sociologie de l'espace social*. (2007). [Russ. ed.: Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva]. Ed. by N. A. Shmatko. M. : Institut eksperimental'noi sotsiologii ; SPb. : Aleteiya publ. 288 p. (In Russ.)
4. Burd'e P. Formy kapitala. (2002). [Forms of capital]. Ed. by V. V. Radaev. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. T. 3. № 5. P. 60–74. (In Russ.)
5. Volkov D. A. (2016). Osobennosti organizatsii i upravleniya semeinykh predprinimatel'stvom v usloviyakh Rossii. [Features of the organization and management of family entrepreneurship in Russia]. M. : RANKhIGS pri Prezidente RF publ. 314 p. (In Russ.)
6. Gergert D. V., Ponomareva T. V. (2018). Semeinyi biznes kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya: obzor metodologicheskikh podkhodov. [Family business as an object of interdisciplinary research: a review of methodological approaches]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*. T. 13. № 1. P. 90–105. (In Russ.)
7. Zelenkov S., Efremov K. (2007). Professional'naya orientatsiya i trudovaya zanyatost' molodezhi. [Professional orientation and labor employment of youth]. *Narodnoe obrazovanie*. № 6 (1369). P. 239–242. (In Russ.)
8. *Issledovanie vladel'tsev kapitalov v Rossii 2015*. Tsentr upravleniya blagosostoyaniem i filantropii Skolkovo. [Study of capital owners in Russia 2015. Skolkovo Center for Wealth Management and Philanthropy]. (2016). Skolkovo : [sait]. URL: [https://wtc.skolkovo.ru/media/documents/SKOLKOVO\\_WTC-WPS\\_2015\\_Report\(RUS\).pdf](https://wtc.skolkovo.ru/media/documents/SKOLKOVO_WTC-WPS_2015_Report(RUS).pdf) (data obrashcheniya: 27.08.2020). (In Russ.)
9. Klimenko L. V., Posukhova O. Yu. (2020). Business Dynasties: Their Specifics and the Potential for Development. [Professional'nye dinastii v biznese: spetsifika i potentsial razvitiya]. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*. T. 29. № 1. P. 80–102. DOI: 10.17323/1811-038X-2020-29-1-80-102. (In Russ.)
10. Mart'yanova N. A., Rubtsova M. V. (2015). Manageability of profession as a social institution: from deprofessionalization to the reconstruction of professions. [Upravlyaemost' professii kak sotsial'nogo instituta: ot deprofessionalizatsii k rekonstruktsii professii]. *Studia Humanitatis. Setevoe izdanie*. № 2. URL: [http://st-hum.ru/sites/st-hum.ru/files/pdf/martianova\\_rubtcova.pdf](http://st-hum.ru/sites/st-hum.ru/files/pdf/martianova_rubtcova.pdf) (data obrashcheniya: 27.08.2020). (In Russ.)
11. Mostovaya I. V. (1997). Sotsial'noe rassloenie: simvolicheskiy mir metaigr. [Social stratification: the symbolic world of the meta-game]. M. : Mekhanik publ. 207 p. (In Russ.)
12. Mostovaya I. V., Klimenko L. V., Posukhova O. Yu. (2019). Methodological aspects of professional dynasties research in Russian society. [Metodologicheskie aspekty issledovaniya professional'nykh dinastii v rossiiskom obshchestve]. *Gumanitarii Yuga Rossii*. T. 8. № 6. P. 70–82. DOI: 10.23683/2227-8656.2019.6.3. (In Russ.)
13. Murzina Yu. S., Poznyakov V. P. (2017). Founders of business dynasties in Russia recognize the significant impact of family relationships on business. [Osnovateli biznes-dinastii v Rossii priznayut znachimoe vliyaniye semeinykh otnoshenii na biznes]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*. T. 18. № 7. P. 1215–1232. DOI: 10.18334/rp.18.7.37748. (In Russ.)
14. Murzina Yu. S., Tonysheva L. L. (2015). Motivy sobstvennikov v peredache biznesa preemnikom. [The motives of the owners in the transfer of the business to the successors]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. № 10–1 (63). P. 1147–1155. (In Russ.)



15. Smirnov V. V. (2008). *Razvitie semeinogo biznesa kak faktor ozdorovleniya ekonomiki. Rossii v usloviyakh krizisa*. [Development of family business as a factor of economic recovery Russia in a crisis]. Vladimir : VGU publ. 48 p. (In Russ.)
16. Tkach O. A. *Zavodskaya dinastiya kak sotsial'no-kul'turnyi fenomen: sovetskii i postsovetskii periody*. (2008). [Factory Dynasty as a Socio-Cultural Phenomenon: Soviet and Post-Soviet Periods]. SPb. : Sotsiologicheskii institut RAN publ. 23 p. (In Russ.)
17. Forost E. *Sektor malogo i srednego predprinimatel'stva: Rossiya i mir*. [Small and medium-sized business sector: Russia and the world]. Institut ekonomiki rosta im. Stolypina P. A. : [sait]. 27.07.2018. URL: <http://stolypin.institute/novosti/sektor-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/> (data obrashcheniya: 27.08.2020). (In Russ.)
18. Arum R., Muller W. (2004). *The Reemergence of Self-Employment: A Comparative Study of Self-Employment Dynamics and Social Inequality. Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's*. URL: <https://ssrn.com/abstract=1496165> (date of access: 27.08.2020).
19. Chrisman J. J., Chua J. H., Sharma P. (2005). Trends and Directions in the Development of a Strategic Management Theory of the Theory of the Family Firm. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 29. № 5. P. 555–575.
20. De Massis A., Sharma P., Chua J. H., Chrisman J. J. (2012). *Family Business Studies: An Annotated Bibliography*. Cheltenham : Edward Elgar. 368 p.
21. Dunn T., Holtz-Eakin D. (2000). Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links. *Journal of Labor Economics*. № 18 (2). P 282–305.
22. Global Family Business Survey. *PwC* : [site]. (2018). URL: <https://www.pwc.com/gx/en/family-business-services/assets/pwc-global-family-business-survey-2018.pdf> (date of access: 27.08.2020).
23. Klein S. B. (2000). Family Business in Germany: Significance and Structure. *Family Business Review*. № 13 (3). P. 157–181.
24. Lentz B. F., Laband D. N. (1990). Entrepreneurial success and occupational inheritance among proprietors. *Canadian Journal of Economics*. Vol. 23. № 3. P. 563–579.
25. Lindquist M. J., Sol J., Van Praag M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*. Vol. 33. № 2. P. 269–296.
26. Mannarino L., Pupo V., Ricotta F. (2001). *Family Involvement In Management And Firm Performance: Evidence From Italy*. Working Papers n. 03–2011. Università della Calabria : [site]. URL: [http://www.ecostat.unical.it/RePEc/WorkingPapers/WP03\\_2011.pdf](http://www.ecostat.unical.it/RePEc/WorkingPapers/WP03_2011.pdf) (date of access: 27.08.2020).
27. Rosenthal G. (2006). The Narrated Life Story: On the Interrelation Between Experience, Memory and Narration. *Narrative, Memory and Knowledge: Representations, Aesthetics and Contexts*. K. Milnes, C. Horrocks, N. Kelly, B. Robert, D. Robinson (Eds.). Huddersfield : University of Huddersfield Press. P. 1–16.
28. Schulze W. S., Gedajlovic E. R. (2010). Whither Family Business? *Journal of Management Studies*. № 47 (2). P. 191–204.
29. Sorensen J. B. (2007). Closure and Exposure: Mechanisms in the Intergenerational Transmission of Self-employment. *Research in the Sociology of Organizations*. Vol. 25. P. 83–124.
30. *The 2019 EY and University of St. Gallen Global Family Business Index. Center for Family Business at the University of St. Gallen*. EY : [site]. (2019). URL: [https://www.ey.com/en\\_gl/growth/how-the-world-s-largest-family-businesses-are-responding-to-the-transformative-age](https://www.ey.com/en_gl/growth/how-the-world-s-largest-family-businesses-are-responding-to-the-transformative-age) (date of access: 27.08.2020).

31. *The CS Family 1000 in 2018. Analytical reports of the Research Institute Credit Suisse.* (2018). URL: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/studies-publications.html> (date of access: 27.08.2020).

32. Thomas W., Znaniecki F. (1996). *The Polish Peasant in Europe and America. A Classic Work in Immigration History.* Urbana : University of Illinois Press.

33. Zahra S. A., Hayton J. C., Salvato C. (2004). Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-based Analysis of the Effect of Organizational Culture. *Entrepreneurship Theory & Practice.* Vol. 28. № 4. P. 363–381.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Klimenko Liudmila Vladislavovna** – Doctor of sociological Sciences, Associate Professor, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

*E-mail:* belloks@yandex.ru

AuthorID РИИЦ: 205951

**Posukhova Oxana Yuryevna** – Candidate of sociological Sciences, Associate Professor, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

*E-mail:* belloks@yandex.ru

AuthorID РИИЦ: 413951

The article was submitted on September 01, 2020. Accepted on December 08, 2020.