

С. А. Барков, О. В. Дорохина

СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС В XXI ВЕКЕ: СОЦИАЛЬНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация.

Актуальность и цели. В современном постиндустриальном обществе существенно меняется функционирование различных видов бизнеса, не исключение и семейные предприятия. В условиях глобализации и ускорения научно-технического прогресса, а также существенной трансформации социального института семьи встает вопрос о будущем семейного бизнеса. Не является ли он архаическим типом хозяйственной деятельности, сталкивающимся с все большими трудностями в своем функционировании? Цель работы – проанализировать имеющиеся в настоящее время место изменения в менеджменте и отношениях собственности в семейных предприятиях.

Материалы и методы. Цель и задачи исследования определили выбор в качестве основного метода теоретического анализа источников по становлению и развитию постиндустриального информационного общества, социологии семьи, предпринимательству и менеджменту. В статье использованы данные консалтинговой компании KPMG, разработавшей программу «Барометр семейного бизнеса» и ведущей в ее рамках регулярные социологические опросы и статистические исследования по данной проблематике. В работе также использованы метод сравнительного анализа, синтез синхронного и диахронного рассмотрения предмета, а также цивилизационный подход к выявлению социально-экономических и социально-управленческих закономерностей.

Результаты. Семейный бизнес в постиндустриальном обществе переживает коренные трансформации. Общей тенденцией развития семейных предприятий становится их сближение с несемейными в том, что касается структуры и особенностей управления.

Выводы. Семейные предприятия вынуждены отвечать на вызовы глобализации привлечением к бизнесу внешних партнеров, включая государство. Управление становится более демократичным и коллегиальным, возрастает роль женщин в семейном менеджменте, усложняются процедуры наследования бизнеса. Из строгой иерархии, основанной на принципе единоначалия, семейный бизнес превращается в сетевую структуру, объединяющую ближних и дальних родственников.

Ключевые слова: семейный бизнес, семья, глобализация, постиндустриальное общество, семейная собственность.

S. A. Barkov, O. V. Dorokhina

FAMILY BUSINESS IN XXI CENTURY: SOCIAL DETERMINANTS OF DEVELOPMENT

Abstract.

Background. In the modern post-industrial society the functioning of various types of business is significantly changing, family business is not an exception. In conditions of globalization and acceleration of the scientific-technical progress, as well as significant transformation of the social institution of family, there arises a question about the future of family business. Isn't it an archaic type of economic activity encountering a rising number of difficulties at functioning? The aim of the

work is to analyze the changes in management and property relation at family enterprises, existing at the present times.

Materials and methods. The aim and objectives of the study determined the choice of the main research method being the theoretical analysis of sources on formation and development of the post-industrial information society, sociology of family, entrepreneurship and management. The article uses the data of the KPMG consulting company that has developed a program "The family business barometer" and is carrying out regular sociological surveys and statistical research on the subject matter in the framework thereof. The work also uses the method of comparative analysis, synthesis of synchronic diachronic subject consideration, as well as the civilization approach to revealing the socioeconomic and sociomanagerial regularities.

Results. Family business in the post-industrial society is going through radical transformations. A general trend in development of family enterprises is convergence thereof with non-family one regarding the structure and management peculiarities.

Conclusions. Family enterprises have to meet the challenges of globalization by attracting external partners to business, including the state. Management is becoming more democratic, the role of women in family management is rising, the procedures of business inheritance are complicating. From strict hierarchy, based on the principle of one-man management, family business is turning into a network structure, joining next-of-kins and remote kinsmen.

Key words: family business, family, globalization, post-industrial society, family ownership.

Еще в не столь далеком прошлом большинство предприятий в мире были семейными. В доиндустриальную и на начальной стадии индустриальной эпохи семья была важнейшим институтом, регулирующим не только межчеловеческие, но и хозяйственные отношения. Затем значение семейного бизнеса стало падать, на первый план вышли корпоративные организации, представляющие собой союз капиталов, чаще всего совсем незнакомых друг с другом лиц. Вместе с тем в значительном количестве регионов планеты семейные предприятия и по сию пору составляют основу экономики, и с ними связываются самые дерзкие планы по модернизации социально-экономической жизни.

Одним из наиболее существенных вопросов, связанных с семейным бизнесом и являющихся предметом пристального внимания экономистов, социологов и футурологов, является вопрос о перспективах и основных тенденциях развития семейных предприятий в постиндустриальном обществе.

В числе социально-экономических факторов, оказывающих непосредственное воздействие на семейный бизнес, прежде всего следует назвать радикальное ускорение технического прогресса, снижение роли материального производства и уменьшение его доли в совокупном общественном продукте, развитие сектора услуг и информации, изменение мотивов и характера человеческой деятельности, появление нового типа вовлекаемых в производство ресурсов, существенная модификация всей социальной структуры [1].

В настоящее время семейный бизнес сталкивается с такими тенденциями мировой экономики, как технологические инновации, глобализация и интернационализация, предполагающие необходимость прямых связей и инвестиций в зарубежную экономику, рост международной конкуренции и т.д.

Под воздействием указанных факторов многие семейные предприятия становятся на путь создания так называемых «глобальных» компаний, что,

в свою очередь, может рассматриваться как одна из основных тенденций развития семейного бизнеса в условиях постиндустриального общества. Глобализация бизнеса предполагает прежде всего расширение сферы его деятельности, которая осуществляется в различных географических точках мира, в нескольких часовых поясах и на нескольких языках, благодаря чему в ряде случаев обеспечивается круглосуточное функционирование бизнеса; таким образом, глобальные компании выходят на принципиально иной уровень конкуренции, требующий больших навыков и ресурсов. Глобальные семейные компании должны обладать такими возможностями, как глобальная логистика талантов и ресурсов, производство и продажа для различных культур, административное управление на разных языках и в различных часовых поясах, знание различных нормативно-правовых систем, а также регуляция влияния курсов валют на бизнес, – и это лишь некоторые из задач. Эти компании обычно требуют более профессионального управления (семейного и несемейного), более сложных систем менеджмента (планирования, бюджетной политики, информационных технологий, управления развитием, логистики и т.д.) и капитальной базы, во много раз превышающей необходимую капитальную базу семейного бизнеса до выхода на глобальный уровень. Эти более высокие стандарты для семейного бизнеса могут, в свою очередь, привести к изменениям в семье под влиянием бизнеса.

Сразу следует оговориться, что термины «семейная» и «глобальная», используемые по отношению к компании, плохо сочетаются друг с другом в долгосрочной перспективе. Если традиционному семейному предприятию трудно долгое время оставаться таковым при том, что оно действует в национальных границах, то оставаться семейным и привлекать к работе зарубежных партнеров еще сложнее. Партнер рано или поздно потребует свою долю, а тогда предприятие по определению перестанет быть семейным.

Другим направлением развития, а точнее, трансформации и перерождения семейного бизнеса, тесно связанным с феноменом глобализации и во многом обусловленным ею, является привлечение государственных средств для финансирования деятельности семейных компаний и вхождение государства в число собственников-акционеров. Основная причина этого заключается прежде всего в том, что многие семейные компании не могут адекватно финансировать крупные операции международного масштаба без участия государства. В то же время вхождение государства в глобальный семейный бизнес потенциально влечет за собой целый ряд как положительных, так и отрицательных моментов, напрямую влияющих на бизнес, семью и собственность. «Бизнес получает больше капитала для роста, и все сотрудники – члены и не члены семьи – могут извлечь выгоду из более широких возможностей. Более высокий статус государственных фирм может повысить степень прозрачности, улучшить репутацию компании и помочь ей найти лучших клиентов, поставщиков, банкиров и сотрудников. Наличие государственных собственников (и их представителей в совете директоров) может помочь создать компании новый имидж, причем этот имидж в большей мере будет соответствовать императивам социальной ответственности бизнеса. Диверсификация активов семьи (за счет продажи акций государственной семейной компании и инвестирования в другие активы) позволяет членам семьи снизить свои инвестиционные риски, увеличить количество вариантов наследования

в пределах семьи (не все наследники нуждаются в получении акций семейного бизнеса).

В результате глобализации бизнеса успешные семейные компании выходят на качественно иной уровень компетенции в следующих направлениях:

- использование новых технологий;
- создание новых видов продукции и услуг с более высоким уровнем прибавочной стоимости;
- перевод трудоемких процессов на рынки Центральной и Восточной Европы, Северной Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона с более низким уровнем заработной платы;
- экспансия на международные рынки как способ достижения большей экономии за счет роста производства;
- развитие внутренней организационной культуры компании как способ уйти от узкой ориентации на продукт;
- введение инноваций не только применительно к производству продукции, но также в области маркетинга и взаимодействия с клиентами [2].

Таким образом, глобальное деловое окружение, будучи в равной степени источником новых возможностей и новых угроз, вынуждает семейные фирмы к тому, чтобы заново пересматривать и совершенствовать свою структуру и стратегию, овладевать новыми компетенциями и утверждать свою индивидуальность на международных рынках.

Помимо внешних факторов, оказывающих существенное влияние на семейный бизнес и направления его развития, существуют также многочисленные внутренние факторы, обусловленные самой спецификой семейного бизнеса и внутренней логикой его развития. В настоящее время в исследованиях по семейному бизнесу выделяют ряд тенденций, которые наблюдаются в развитии института семьи, рассматриваемой в качестве социальной основы бизнеса.

Во-первых, в большинстве стран растет продолжительность жизни людей. Этот фактор оказывает огромное воздействие на семейные фирмы с точки зрения планирования преемственности, поскольку будущее осложняется за счет более поздней отставки руководителей и т.д. В результате «наложения» различных поколений в семье и бизнесе создается дополнительное напряжение из-за смещения позиций, ожиданий и восприятий, действующих на всех уровнях культуры в разных поколениях. В условиях, когда каждый считает себя правым с точки зрения собственного видения перспектив, а прежние нормы и правила уже не являются ключевым ориентиром при определении жизненной траектории и бизнес-стратегии, затрудняется процесс принятия решений в рамках семейного бизнеса и формирование логики его развития.

Во-вторых, в XXI в. меняется модель семейного поведения. Как известно, одним из наиболее спорных вопросов, обсуждаемых социологами, антропологами, психологами, экономистами и т.д., является вопрос о том, как определить современную семью. Демографические реалии свидетельствуют о том, что в обществе снижается количество браков, увеличивается доля гражданских союзов, повышается численность неполных семей и бездетных пар, растет процент разводов, многократных повторных браков и т.д. Происходящая на протяжении последних десятилетий институциональная трансформация семьи напрямую влияет на перспективы семейного бизнеса. В частности,

с увеличением количества повторных браков и распространением такого явления, как соединение в рамках одной семьи детей супругов от предыдущих браков и их общих детей, вопросы планирования преемственности и наследования собственности могут приобретать особую остроту.

Таким образом, анализ основных тенденций в развитии семейной составляющей семейного бизнеса свидетельствует о том, что в настоящее время наблюдается существенное усложнение внутрисемейного контекста за счет новой демографической ситуации, наложения различных поколений в семье и бизнесе, смешения культурных и социальных норм. В этих условиях успех семейного бизнеса во многом зависит от ориентации его лидеров на укрепление внутрисемейных родственных и деловых связей, а также на возрастание роли супругов и их родственников в семейном бизнесе.

Традиционно в исследованиях по семейному бизнесу основное внимание уделяется анализу тенденций и перспектив, связанных с развитием деловой составляющей семейного предпринимательства. Именно данная группа тенденций имеет определяющее значение для экономического успеха бизнеса. Речь идет прежде всего о таких аспектах, как тип лидерства и характер менеджмента, обеспечение преемственности семейного бизнеса, роль стратегического планирования, финансовая политика и т.д. По оценкам экспертов, в настоящее время можно выделить следующие основные тенденции в развитии деловой составляющей семейного бизнеса.

Во-первых, в семейном бизнесе активное распространение получают модели коллективного лидерства. Как отмечается в исследовании К. Е. Ароноффа, «все большее количество семейных предприятий, особенно во втором поколении, опирается на командное лидерство. В определенной степени эти реалии отражают умонастроения широких слоев менеджмента, с точки зрения которых командный подход все больше становится нормой» [3, p. 181]. По некоторым данным, в настоящее время в развитых странах порядка 42 % семейных предприятий рассматривают вопрос о назначении вице-президента компании из числа представителей следующего поколения. Новым является понимание того, что создание команды преемника, предполагающее участие других членов семьи в бизнесе в качестве членов команды лидера, является адекватным подходом. В долгосрочной перспективе деловые семьи будут все больше заинтересованы в уникальных и инновационных структурах лидерства. По мнению большинства экспертов, коллективное семейное лидерство уже в ближайшем будущем станет осознанным выбором – не только с точки зрения исполнительного, но также семейного и акционерного лидерства.

Во-вторых, возникают серьезные проблемы с преемственностью в управлении семейным предприятием. Критической проблемой семейного бизнеса является подбор, подготовка и назначение преемника для руководства бизнесом. «Только 30 % семейных фирм переживают второе поколение из-за отсутствия планирования преемственности», – таким был преобладающий тезис и наиболее распространенное руководство к действию [3, p. 186]. В настоящее время все более распространенным становится подход, согласно которому процесс планирования преемственности редко распространяется лишь на одного человека, занимающего определенный официальный пост; напротив, он нуждается в выстраивании перспектив в рамках нескольких поколений и присутствует в широком спектре социальных, культурных, финан-

совых, юридических, стратегических, моральных и прочих составляющих семейного бизнеса. В результате широкомасштабных исследований, направленных на изучение взаимосвязи между различными факторами семейного бизнеса и его выживанием в рамках многих поколений, выяснилось, что планирование преемственности не является приоритетно значимым с точки зрения статистики. В то же время стратегическое планирование, активные действия совета директоров и регулярные семейные собрания существенно влияют на успешную передачу бизнеса от одного поколения к другому. Смена директора в семейном бизнесе начинает все больше напоминать смену руководителя любого другого предприятия. Как отмечается в исследовании А. Р. Первина, «деловые семьи будут практиковать мультидисциплинарный подход к планированию преемственности бизнеса... Члены семьи начинают признавать, что непрерывность бизнеса предполагает изменение отношений, ролей, культуры, руководства, распределения информации и всей системы управления и структур бизнеса. Для того, чтобы быть эффективным, планирование преемственности бизнеса должно обеспечить баланс между потребностями персонала, семьи, бизнеса и собственности как в плане человеческих, так и корпоративных отношений» [4].

В-третьих, происходит рост профессионализации управления семейным бизнесом. В последнее время все активнее проявляется тенденция, в рамках которой более профессиональные методы ведения бизнеса становятся стандартом, а профессиональное управление вытесняет предпринимательский семейный менеджмент. Известно, что одна из проблем семейного бизнеса традиционно заключалась в том, что менеджеры из числа членов семьи конфликтовали с профессиональными менеджерами, не входящими в состав семьи. Это разделение все больше рассматривается как несущественное в лучшем случае и как опасное – в худшем. Члены семьи все больше стремятся к тому, чтобы достигнуть самого высокого уровня профессионализма, включая достижения в области образования и опыт успешной карьеры за пределами семейного бизнеса. Все больше владельцев семейных фирм делают ставку на профессиональный менеджмент, предполагающий использование современных систем и методов управления, разработку бизнес-планов и стратегическое планирование. Профессионализм становится тем стандартом, в соответствии с которым оцениваются все руководители бизнеса в семейных фирмах. В то же время семейный характер бизнеса предполагает, что профессиональный менеджмент разделяет ценности семьи, ее долгосрочные перспективы и стратегии. По оценке экспертов, в условиях современного постиндустриального общества предпочтение будет отдаваться уравниванию потребностей семьи, бизнеса и собственности в сочетании с более профессиональным деловым окружением.

Все перечисленные тенденции развития семейного бизнеса в XXI в. логично дополняет и демократизация управления. В развитых странах во многих семейных компаниях, по мнению исследователей, коллективный характер принятия решений и ответственности становится приоритетным. Поскольку, с одной стороны, число акционеров увеличивается, а с другой стороны, все больше деловых семей делают выбор в пользу стиля лидерства, предполагающего коллективное участие, в сфере управления семейного бизнеса будут наблюдаться такие тенденции, как рост ответственности, большая ясность

в распределении ролей, более интенсивный обмен информацией и более сложные методы управления. Для того, чтобы обеспечить эффективное разделение между семьей, собственностью, бизнесом и акционерами, будут создаваться более сложные структуры, что позволит акционерам принимать на себя больше ответственности за настоящее и будущее развитие бизнеса и благосостояние семьи. Это приведет к росту совещательного характера заседаний правлений, собраний собственников и семейных советов.

Кроме того, за последние десятилетия существенно возросла роль женщин в семейном бизнесе. В последнее время женщины все более последовательно берут на себя функции лидеров. Исторически в семейных предприятиях, как правило, существовало жесткое формальное или неформальное деление на «женские» и «неженские» роли. В современном мире семейных амбиций, с учетом растущего нейтрального отношения к полу, женские роли приобретают все большее значение в организационной иерархии, женщины проявляют все большую активность в широком диапазоне ролей. В команде родственников, осуществляющей менеджмент и владеющей собственностью, как правило, присутствуют женщины, которые все чаще проявляют себя как компетентные, активные и увлеченные участники семейного бизнеса, чья интуиция и инициатива заслуживают поощрения и уважения. В настоящее время, по данным National Women's Business Council, женщины являются держателями контрольного пакета акций (51 % и более) от 1/3 до 1/4 всех частных компаний по всему миру [5]. Таким образом, во все большем количестве семей и семейных предприятий пол становится несущественным признаком с точки зрения лидерства, собственности и участия.

Усложнение как самой структуры семейного бизнеса, так и социально-экономического контекста его существования приводит к повышению роли профессионального образования и консалтинга в сфере семейного бизнеса. По оценкам экспертов, если в начале 90-х гг. XX в. университеты игнорировали реалии семейного бизнеса, то сейчас более 100 университетов в США и по всему миру предлагают различные форумы, семинары, курсы и проводят масштабные исследования по семейному бизнесу. Если раньше лишь небольшое количество профессиональных консультантов посвящали свою карьеру обслуживанию семейного бизнеса, то сейчас специалисты по семейному бизнесу успешно практикуют на рынках США, Европы, Азии и развивающихся экономик мира. Семейный бизнес меняется, сфера его деятельности продолжает расширяться, поэтому профессиональное образование и консалтинг в области семейного предпринимательства становятся все более востребованными, а позиции семейного бизнеса на рынке все больше будут определяться институтами, представляющими его интересы и пользующимися доверием семейных компаний. Деловые семьи продолжают сотрудничество с университетами, ассоциациями, исследовательскими центрами и издательствами по выпуску качественно подготовленных монографий, исследований, учебных курсов и т.д. по вопросам семейного бизнеса.

Итак, мы рассмотрели основные перспективы и тенденции развития деловой составляющей семейного бизнеса. Результаты данного анализа подтверждают, что деловые и партнерские отношения между членами семейного бизнеса и профессионалами, взаимодействующими с семейными компаниями, становятся все более сложными, особенно с точки зрения технических,

организационных и поведенческих аспектов. По мнению экспертов, деловые семьи и профессиональное сообщество будут и дальше стремиться к тому, чтобы наиболее простым и эффективным способом уравновесить потребности и приоритеты персонала, бизнеса и семьи. В конечном итоге профессионалы должны способствовать уменьшению напряженности, создаваемой случайными партнерами и членами семьи, с тем чтобы они смогли выйти за рамки личных проблем и полностью посвятить свое внимание бизнесу, семье и личному росту.

В постиндустриальном обществе происходят и изменения структуры собственности семейных предприятий. В настоящее время, согласно результатам социологических исследований, в США и большинстве западных стран 75 % семейных предприятий контролируются одним собственником или супружеской парой, около 20 % находятся в собственности родных братьев и сестер и 5 % – это собственность консорциума родственников [2]. Тем не менее, по оценке экспертов, основная тенденция развития в данной сфере связана с тем, что собственность, аналогично тому, как это происходит с лидерством и менеджментом, будет приобретать командный характер. Как отмечается в исследовании К. Е. Ароноффа, «семьи, владеющие бизнесом, все больше задумываются о целях собственности, и поэтому менее охотно поручают одному индивидууму контроль над собственностью во избежание потенциального конфликта. Альтернативы автократии все чаще признаются как способ разрешения управленческого конфликта. Представляется, что концепция ответственности, понимаемой как улица с двусторонним движением, все больше становится общепринятой нормой, поддерживаемой семейной политикой, семейными советами и реальными советами директоров, включающими в себя объективных аутсайдеров. Наделение властью единственного руководителя, управляющего и осуществляющего контроль над собственностью, иногда в большей степени отражает потребности предпринимательского контроля, нежели чем процесса обеспечения успеха семьи и бизнеса» [3, р. 184].

Вторая тенденция, отмечаемая социологами и специалистами по семейному бизнесу, заключается в том, что партнерские отношения в рамках семейной собственности становятся все более сложными, поскольку по мере развития бизнеса и в особенности его перехода от поколению к поколению возрастает количество случайных участников и бездействующих акционеров из числа членов семьи, которые находятся вместе не по собственному желанию. «Это потребует иных стилей коммуникации и сотрудничества, организации и управления, чтобы гарантировать равные отношения и соответствующий уровень участия в принятии ключевых решений» [4]. Прежде существовала тенденция рассматривать собственность просто как побочный продукт административного управления, передаваемый от одного поколения к другому. В настоящее время тщательное и детальное изучение семейного бизнеса выявило гораздо более широкое и интересное разнообразие структур собственности. «Собственность может быть представлена в виде различных категорий акций, в бесконечном разнообразии форм доверительной собственности, в виде сложных комбинаций крупных и мелких пакетов акций, держателями которых являются представители разных поколений. Кроме того, эти конфигурации пакета акций обычно являются главной характеристикой для определения стадии развития семейной компании» [6, р. 30]. Таким образом, деловые и партнерские отношения между собственниками семейно-

го бизнеса также идут по пути усложнения коммуникации и взаимодействия, обусловленного диверсификацией структуры собственности. Может возникнуть некая сетевая семейная собственность, которая породит и сетевые коммуникации. Так, семейное предприятие, ранее имевшее четкую иерархическую структуру, может преобразовываться в организационную сеть из родственников и знакомых.

Третья тенденция в эволюции семейной собственности, во многом обусловленная современной демографической ситуацией, заключается в том, что в результате нуклеаризации семьи и массовой однопородности структура собственности также претерпевает существенные изменения. Как отмечают А. И. Антонов и С. А. Сорокин, «однопородность заметнее всего представлена в мобильных и обеспеченных слоях населения... Распыление собственности налицо уже в третьем поколении, не говоря уже о четвертом. При депопуляции и массовой однопородности образуется много потребляемой собственности и много желающих ею овладеть. Однопородность ориентирует не на создание новой собственности, а на перераспределение старой, гасит мотивацию к активности производителя, убивает движущую силу рынка, рыночную мотивацию» [7, с. 368]. Данная тенденция, находящаяся на стыке двух категорий факторов, влияющих на динамику развития семьи и собственности, относится к числу тех, что наиболее негативным образом сказываются не только на перспективах собственности, но и на перспективах семейного бизнеса в целом.

Если попытаться сформулировать основной тренд развития семейных предприятий в современных условиях, важно обратить внимание на главное: в постиндустриальную эпоху семейные предприятия все чаще превращаются в несемейные, чему способствует глобализация бизнеса, связанная с привлечением иностранных партнеров к ведению дел, а также укрупнение проектов, для финансирования которых семьям приходится привлекать внешних инвесторов, включая государство.

Итак, мы рассмотрели основные направления эволюции семейного бизнеса в XXI в. Будучи одной из наиболее устойчивых форм организации экономической деятельности, столь же древних, как сама цивилизация, семейный бизнес продолжает демонстрировать свою эффективность, видоизменяясь и успешно адаптируясь в новом социально-экономическом контексте.

Список литературы

1. **Иноземцев, В. Л.** Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000.
2. European Family Business Barometer. – URL: <http://www.kpmgfamilybusiness.com/wp-content/uploads/2013/12/Family-Business-Barometer-June-2014-Online.pdf>
3. **Aronoff, C. E.** Megatrends in Family Business / C. E. Aronoff // Family Business Review. – 1998. – Vol. XI, № 3. – URL: <http://www.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1741-6248.1998.00181.x/abstract>
4. **Pervin, A. R.** Trends in the Family Business Environment / A. R. Pervin. – Pervin&Company, 1999. – URL: <http://www.pervinfamilybusiness.com/library/pdf/trends-family-business-environment-1999.pdf>
5. **Higginson, N.** Preparing the next generation for the family business: relational factors and knowledge transfer in mother-to-daughter succession / N. Higginson. – URL: <http://www.aabri.com/manuscripts/09284.pdf>
6. **Gersick, K. E.** Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business / K. E. Gersick, J. A. Davis, M. McCollom Hampton, I. Lansberg. – Boston : Harvard Business School Press, 1997.

7. **Антонов, А. И.** Судьба семьи в России XXI века / А. И. Антонов, С. А. Сорокин. – М., 2000.

References

1. Inozemtsev V. L. *Sovremennoe postindustrial'noe obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy* [Modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects]. Moscow: Logos, 2000.
2. *European Family Business Barometer*. Available at: <http://www.kpmgfamilybusiness.com/wp-content/uploads/2013/12/Family-Business-Barometer-June-2014-Online.pdf>
3. Aronoff C. E. *Family Business Review*. 1998, vol. XI, no. 3. Available at: <http://www.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1741-6248.1998.00181.x/abstract>
4. Pervin A. R. *Trends in the Family Business Environment*. Pervin&Company, 1999. Available at: <http://www.pervinfamilybusiness.com/library/pdf/trends-family-business-environment-1999.pdf>
5. Higginson N. *Preparing the next generation for the family business: relational factors and knowledge transfer in mother-to-daughter succession*. Available at: <http://www.aabri.com/manuscripts/09284.pdf>
6. Gersick K. E., Davis J. A., McCollom Hampton M., Lansberg I. *Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business*. Boston: Harvard Business School Press, 1997.
7. Antonov A. I., Sorokin S. A. *Sud'ba sem'i v Rossii XXI veka* [Destiny of the family in Russia in the XXI century]. Moscow, 2000.

Барков Сергей Александрович

доктор социологических наук, доцент,
заведующий кафедрой социологии
организаций и менеджмента,
Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова
(Россия, г. Москва, Ленинские горы, 1)

E-mail: barkserg@live.ru

Barkov Sergey Aleksandrovich

Doctor of sociological sciences, associate
professor, head of sub-department
of sociology of organizations
and management, Moscow State
University named after M. V. Lomonosov
(1 Leninskie gory street, Moscow, Russia)

Дорохина Ольга Васильевна

кандидат социологических наук, доцент,
кафедра государственного
и муниципального управления,
Институт государственной службы
и управления Российской академии
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ
(Россия, г. Москва,
проспект Вернадского, 82)

E-mail: odorokhina@yandex.ru

Dorokhina Ol'ga Vasil'evna

Candidate of sociological sciences,
associate professor, sub-department of state
and municipal administration, Institute
of state service and management
of the Russian Academy of National
Economy and State Service under
the President of the Russian Federation
(82 Vernadskogo avenue, Moscow, Russia)

УДК 316.334.23

Барков, С. А.

Семейный бизнес в XXI веке: социальные детерминанты развития /
С. А. Барков, О. В. Дорохина // Известия высших учебных заведений.
Поволжский регион. Общественные науки. – 2014. – № 4 (32). – С. 85–94.