

**Определение понятия «семейное предприятие»
в институциональных условиях российской экономики**

Р.Д. Досаев, М.В. Цуркан, Г.К. Лапушинская

ФГБОУ ВО Тверской государственный университет, г. Тверь

Цель статьи – исследование подходов к определению понятия «семейное предприятие» в контексте ретроспективного анализа научных публикаций и существующих институциональных условий российской экономики. Авторы рассматривают исторический опыт развития семейного предпринимательства, выделяют основные характеристики и особенности семейных предприятий в разных странах мира с 1990 г. Опираясь на международные подходы и российские реалии, предлагается уточнить концепцию семейного предприятия применительно к российским институтам, включая правовые аспекты и региональные различия. В статье сформирован авторский подход к определению понятия «семейное предприятие» в контексте трех ключевых составляющих: **владение, управление, трудовое участие**. Публикация имеет значение для ученых и практиков, чья деятельность посвящена развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации.

Ключевые слова: семейное предприятие, семейное предпринимательство, критерии, институциональные условия

Развитие семейного предпринимательства является одной из задач Стратегии развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 года № 1083-р. При этом в научных публикациях по экономическим направлениям отсутствует единый подход к определению понятия «семейное предприятие», которое является субъектом соответствующей предпринимательской деятельности, сформированное с учетом современных институциональных условий, что затрудняет научное обоснование предложений по его развитию.

В зарубежной научной литературе тематике развития семейного предпринимательства уделяется большое внимание, помимо научных публикаций в странах Европы, Азии, Америки на постоянной основе издаются отдельные научные журналы, посвященные вопросам функционирования семейных предприятий. В частности, отметим журналы: «Journal of Family Business Management», «Journal of Family Business Strategy», «Journal of Family and Economic Issues», «European Journal of Family Business» [13].

В рамках отдельных публикаций семейное предпринимательство в зарубежной научной литературе исследуется с первой половины 1960-х гг.

Основываясь на анализе М.И. Мокиной [8], можно сделать вывод, что в период с 1964 по 1999 гг. зарубежные авторы использовали однозначные

формулировки, исключая вариативность, что можно проследить по информации представленной в табл. 1.

Таблица 1

Подходы к определению понятия «семейное предприятие» в работах зарубежных авторов с 1964 по 1999 гг.

Ключевой фактор	Автор	Определение понятия
Контроль	Bernard	Предприятие, которое на практике контролируется членами одной семьи
Собственность	Davis, Tagiuri	Бизнес, в котором два члена расширенной семьи или более влияют на направление бизнеса
	Barnes, Hershon	Бизнесом владеет один человек или члены одной семьи
	Alcorn	Коммерческая группа, которая является либо собственностью, либо партнерством, либо корпорацией. Если часть акций находится в государственной собственности, семья не только владеет, но и обязана принимать участие в управлении бизнесом
	Rosenblatt, deMik, Anderson, Johnson	Бизнес, который принадлежит одной семье и в которой два члена семьи или более являются, или, когда-то были непосредственно вовлечены в бизнес
	Leach, Kenway-Smith, Hart, Morris, Ainsworth, Iraqi, Beterlsen	Компания, в которой более 50% акций находятся под контролем одной семьи, и /или одна семейная группа эффективно контролирует компанию, и /или значительную часть высшего руководства фирмы составляют члены одной семьи
	Dimckels, Frohlich	Если члены семьи владеют не менее чем 60 % капитала
Собственность, управление	Welsch	Бизнес, где собственность сосредоточена, а владельцы или родственники владельцев вовлечены в процесс управления
	Stern	Бизнес, принадлежащий и управляемый членами одной или двух семей
	Prati, Davis	Бизнес, в котором два члена расширенной семьи или более влияют на направление бизнеса посредством родственных связей, управленческих ролей или прав собственности
Зарождение	Babicky	Вид малого бизнеса, начатый одним или несколькими людьми, которые имели идею, упорно работали над ее развитием и достигли роста при сохранении мажоритарной собственности
Контроль	Lansberg, Perrow, Rogolsky	Бизнес, где члены семьи имеют законный контроль над собственностью

Ключевой фактор	Автор	Определение понятия
Управление и преемственность	Handler	Организация, где основные операционные решения и планы преемственности лидерства зависят от членов семьи, работающих в управлении или в совете
Контроль и влияние	Dreux	Экономические предприятия, которые контролируются одной или несколькими семьями, которые имеют существенное влияние на организационное управление
Собственность, трудоустройство	Lyman	Право собственности должно полностью принадлежать членам семьи, по крайней мере один владелец должен работать на предприятии, а еще один член семьи – либо работать на предприятии, либо помогать на регулярной основе, даже если он официально не работает
Семейные отношения	Holland, Oliver	Бизнес, в котором решения относительно его собственности или управления зависят от отношений в семье или семьях
Собственность, владение, несколько семей	Davis	Бизнес, в котором политика подвержена существенному влиянию одной или нескольких семей. Это влияние осуществляется посредством владения, а иногда и посредством участия членов семьи в управлении
Преемственность	Churchill, Hatten	Либо возникновение, либо ожидание того, что младший член семьи занимается управлением бизнесом или возьмет его на себя после старшего
	Donnelley	Бизнес, тесно связанный по крайней мере с двумя поколениями семьи, и эта связь оказала взаимное влияние на политику компании, а также на интересы семьи
Собственность, контроль	Gallo and Sveen	Бизнес, в котором одна семья владеет большинством акций и имеет полный контроль

Источник: составлено автором на основе [8]

Для формирования подходов авторами статьи сгруппированы определения понятий из 20 публикаций, отобранных из 250 научных статей о семейных предприятиях в рамках литературного обзора J.H. Chua, J.J. Chrisman, P. Sharma [15].

Е.Л. Корчагина в своих работах выделяет четыре ключевые тематики в исследованиях семейного предпринимательства в зарубежных публикациях, изданных в период 1992-2010 гг., представленных на рис.1.

Автор отмечает, что пятая «часть зарубежных работ посвящена разработке подходов к определению семейного бизнеса и выявлению его отличий от несемейного (Anderson and Reeb, 2003; Tanewski, Prajogo and Sohal, 2003; Beehr, Drexler and Faulkner, 1997; Daily and Dollinger, 1992 и другие)» [7].



Рис.1. Тематика исследований в области семейного предпринимательства в зарубежных экономических исследованиях

Источник: составлено авторами по (Е.Г. Корчагина)

Стоит отметить, что в зарубежной практике термин «бизнес» употребляется в тождественном значении с понятием «предпринимательство» и «предприятие», термин «предприятие» также может обозначаться как «фирма». В работах отечественных авторов по тематике семейного предпринимательства также используется дефиниция «бизнес» для обозначения вида деятельности и субъекта ее реализации, дефиниции «предприятие», «фирма», «организация», «компания» для обозначения субъекта реализации соответствующей предпринимательской деятельности.

Подходы к определению понятия «семейное предприятие» в зарубежной научной литературе базируются на одном или совокупности нескольких аспектов, среди которых наиболее распространенными являются: структура собственности, управленческий подход, преемственность, социальный капитал.

В частности, более 35 лет назад, основываясь на подходах методологии стратегического менеджмента, вариантов структуры собственности и управления, специфики преемственности Jane Ward дала определение понятию «семейное предприятие» как организации, контролируемой и управляемой одним лицом или группой лиц, связанных родственными узами, при условии активного участия членов семьи в принятии стратегических решений и управлении бизнесом [17]. Схожие определения приведены в работах Chrisman J.J., Chua J.H., Sharma P, которые отмечают, что «семейные предприятия представляют собой комплексную структуру, формируемую тесными семейными и дружескими взаимосвязями, позволяющими оценивать внутреннюю бизнес-динамику компании и внешнюю среду через призму семейных целей, интересов, ценностей, культуры, установок, преемственности, наследования, «братских» отношений и т.д.» [14].

Анализ публикаций Е.Г. Корчагиной позволяет сделать вывод, что семейное предпринимательство и субъект его реализации – семейное предприятие как объект научных разработок – рассматривается российскими учеными с конца 1990-х [7].

Н.М. Бархатова рассматривает семейное предприятие в качестве субъекта предпринимательской деятельности, основанного главой семьи, в котором ее члены работают на различных должностях [2].

А. Черницкий отмечает, что семейным предприятием является такой субъект, который его собственник признает таковым [12], в то время, как В.А. Королев отмечает, что семейное предприятие – это частная или партнерская компания, во владении которой участвуют члены нуклеарной или расширенной семьи [6].

В качестве возможной стадии развития компании, предполагающей «единоличное правление» со стороны семьи, критерием успешности которого могут являться нефинансовые показатели, рассматривает семейное предприятие Д.А. Волков [3].

Значимость междисциплинарных подходов в вопросах научного осмысления семейного предприятия как объекта психологии, социологии, антропологии, теории организации, стратегического менеджмента, а также положений бихевиористского подхода, корпоративного управления и экономической теории обоснована в научной публикации Д.В. Гергерт и Т.В. Пономаревой [4].

С 2008 года различные вопросы функционирования семейных предприятий в Российской Федерации становятся объектом диссертационных исследований социальных и гуманитарных наук.

В диссертации Т.Ю. Назаровой отмечено, что «семейным предприятием» можно считать любое предприятие, большая часть собственности или управления которого принадлежит членам одной семьи, часть из которых непосредственно работает на этом предприятии» [11]. При этом автор обосновала целесообразность разделения семейных предприятий на типологию «городского типа» и крестьянские фермерские хозяйства, поскольку условия функционирования, требования начального этапа развития для них существенно различны [11].

Д.Ю. Пономарев в своей диссертации рассматривает семейные предприятия в качестве субъектов семейного предпринимательства, которое стоит определить «как систематическую предпринимательскую деятельность (семейную предпринимательскую деятельность), осуществляемую лицами, связанными между собой семейными и/или родственными отношениями, с использованием любых допускаемых законодательством организационно-правовых форм или на основе заключаемых ими договоров в целях извлечения прибыли и (или) достижения иных хозяйственных результатов за счет объединения имущественных, трудовых, организационных и (или) иных вкладов участников такой деятельности. Новизна предлагаемой дефиниции состоит в принципиальном акценте на предпринимательском характере рассматриваемой деятельности, опровергающем постановку в качестве непосредственной цели ее осуществления решение экономических и социальных задач» [9].

Согласно определению понятия «семейное предпринимательство», приведенному в диссертационном исследовании Л.А. Барковой, «семейное предприятие – это субъект, осуществляющий самостоятельную, инициативную, систематическую, на собственный риск и под свою ответственность деятельность в любой легальной организационно-правовой форме, осуществляемую членами семьи не столько в целях получения прибыли, сколько для достижения экономических и социальных результатов, направленных на удовлетворение имущественных потребностей и

гармонизацию интересов семьи при преодолении социально-экономических проблем» [10].

Однако, семейное предприятие, рассматриваемое в приведенных зарубежных источниках и отечественных исследованиях с политической, экономической, организационно-управленческой, социально-психологической и правовой позиций, не соответствует институциональным условиям, которые сформированы в настоящее время в Российской Федерации.

Ввиду отсутствия необходимой правовой базы, закрепляющей понятия «семейное предпринимательство» и «семейное предприятие» на федеральном уровне, при одновременном понимании в органах власти субъектов Российской Федерации отсутствие официального статуса затрудняет популяризацию семейных предприятий, как устойчивого института экономической деятельности, который является социально значимым, так как способствует укреплению и сохранению традиционных семейных ценностей, поддержке преемственности поколений через наставничество и обучение, созданию рабочих мест, развитию малого и среднего предпринимательства, соответствующее правовое поле формируется в региональном законодательстве.

Таким образом, ключевые институциональные рамки для трактовки семейного предприятия в современных условиях – это понимание, что оно является субъектом малого и среднего предпринимательства и должно соотноситься с региональным правовым полем.

В настоящее время понятие «Семейное предприятие» получило официальный статус в 24 субъектах Российской Федерации, формирующих институциональную среду для развития советующего предпринимательства, которые представлены на рис.2.



Рис.2. Субъекты Российской Федерации, создающие институциональную среду для развития семейного предпринимательства
Источник: составлено авторами (см. оборот)

Пояснение к рис. 2

	Субъекты Российской Федерации, принявшие самостоятельный закон о семейном предпринимательстве		Субъекты Российской Федерации, которые интегрировали концептуальные основы семейного предпринимательства в региональное законодательство о малом и среднем предпринимательстве
1	Нижегородская область	13	Приморский край
2	Рязанская область	14	Тульская область
3	Республика Башкортостан	15	Костромская область
4	Камчатский край	16	Волгоградская область
5	Республика Саха (Якутия)	17	Тверская область
6	Владимирская область	18	Республика Крым
7	Тамбовская область	19	Пензенская область
8	Кировская область	20	Орловская область
9	Саратовская область	21	Московская область
10	Самарская область	22	Республика Татарстан
11	Ростовская область	23	Кемеровская область
12	Ульяновская область	24	Алтайский край

В 11 субъектах Российской Федерации сфера развития семейного предпринимательства регулируется отдельным региональным законом, в остальных понятие и критерии семейного предприятия закрепили в законе субъекта Российской Федерации, регулирующем развитие малого и среднего предпринимательства в регионе. Анализ содержания правовых актов позволил классифицировать подходы к определению понятия и критериев семейного предприятия по следующим основаниям: организационно-правовые формы семейного предприятия, владение капиталом, трудовые отношения, требования к управлению, подход к определению понятия «семья».

Во всех регионах Российской Федерации понятие «семейное предприятие» приведено в контексте возможной поддержки субъекта малого и среднего предпринимательства (далее – МСП).

Организационно-правовые формы семейного предприятия охватывают все возможные формы МСП: общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, хозяйственное товарищество, хозяйственное партнёрство, производственный кооператив, потребительский кооператив, крестьянское (фермерское) хозяйство, индивидуальный предприниматель.

Во Владимирской области к данным организационно-правовым формам применяется дополнительное ограничение – среднесписочная численностью работников должна быть менее пятнадцати человек.

Условия владения капиталом для семейных предприятий в рамках различных организационно-правовых форм заключаются в необходимости владения семьей долей более 50 %.

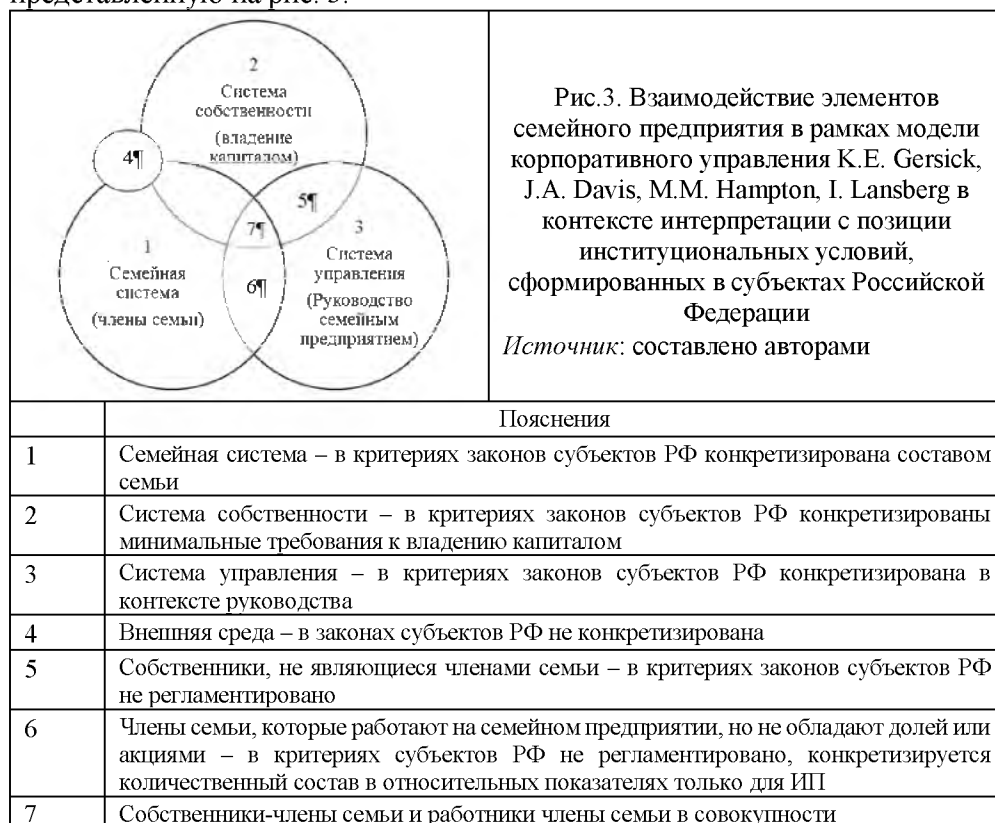
Для индивидуальных предпринимателей ключевым условием соответствия категории «семейное предприятие» является управленческий аспект и состав работников, который должен более чем на 50 % состоять из членов семьи.

Управление во всех субъектах предпринимательства, соответствующих условиям семейного предприятия, должно быть реализовано либо членом семьи единолично, либо он должен возглавлять коллегиальный орган правления, если это допустимо гражданским кодексом.

Состав семьи рассматриваемых предприятий в большинстве субъектов Российской Федерации совпадает, к членам семьи относятся: супруги, родители (усыновители), дети (усыновленные), братья, сестры, внуки, дедушки и бабушки каждого из супругов, братья и сестры родителей каждого из супругов [1].

В условиях необходимости соответствия приведенным критериям ключевой проблемой, по мнению авторов, для функционирования и развития семейных компаний является выстраивание системы корпоративного управления, которая должна ориентироваться на распределении ролей и ответственности среди членов семьи для минимизации риска конфликтов внутри команды управления и между командой управления и членами семьи, осуществляющих трудовую деятельность не на управленческих должностях.

Оценим полноту приведенных критериев с позиции модели корпоративного управления для семейных предприятий, предложенной К.Е. Gersick, J.A. Davis, M.M. Hampton, I. Lansberg [16], признаваемой в работах российских ученых [5], конкретизированную авторами статьи и представленную на рис. 3.



Отметим, что элементы 4, 5, 6, 7 отражают объект совместных интересов и (или) взаимодействия ключевых элементов 1, 2, 3.

Так, совместный интерес членов семьи и членов семьи собственников капитала – это взаимодействие и позиционирование во внешней среде предприятия.

Таким образом, можно констатировать, что семейное предприятие в институциональных условиях российской экономики – это особая категория хозяйствования, относящаяся к субъектам МСП, соответствующая одному или нескольким критериям в группах владения (участие в капитале не менее 50 процентов), управления (единолично или на 50 процентов в коллегиальном органе) или трудового участия членов семьи (не менее 50 процентов), зафиксированным в законе субъекта Российской Федерации.

Дальнейшее развитие понятийного пространства категории «семейное предприятие» будет реализовано с позиции ее анализа в качестве элемента социально-экономической системы предпринимательства.

Список литературы

1. Закон Тверской области от 24 марта 2025 г. № 11-ЗО «О поддержке семейных предприятий в Тверской области». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/6900202503250007> (режим доступа: 10.02.2026)
2. Бархатова Н. М. (1999). Семейный бизнес и семьи в бизнесе // ЭКО, № 2.
3. Волков Д.А. (2011). Стадии и жизненные циклы развития семейного бизнеса // Российское предпринимательство, Вып. 2, с. 11-16.
4. Гергерт Д.В., Пономарева Т.В. Семейный бизнес как объект междисциплинарного исследования: обзор методологических подходов // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. 2018. Том 13. № 1. С. 90–105.
5. Гергерт Д.В., Пономарева Т.В. Семейный бизнес как объект междисциплинарного исследования: обзор методологических подходов // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика». 2018. Том 13. № 1. С. 90–105.
6. Королев В.А. (2007). Российский собственник на 20 летнем горизонте: структура собственности, роль семьи и корпоративное управление // Российский журнал менеджмента, № 5 (3), с. 145–174.
7. Корчагина Е.В. Исследования семейного бизнеса в России: подходы к определению и концептуальные особенности / Е.В. Корчагина // Journal of Economic Regulation. – 2015. – Т. 6, № 4. – С. 37-45.
8. Мокина М. И. Факторы роста семейного бизнеса в России: обзор литературы и направления будущих исследований // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2019. – Т. 10, № 1. – С. 88-97.
9. Пономарев Д.А. Семейное предпринимательство: частноправовое исследование Специальность 5.1.3. – Частноправовые (цивилистические) науки, Курск,
10. Семейное предпринимательство в механизме правового обеспечения гармонизации интересов семьи: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук: специальность 12.00.03 / Баркова Лариса Алексеевна; Московская академия экономики и права. - Москва, 2015. -25 с.
11. Семейное предпринимательство в Российской Федерации: направления развития тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 08.00.01, кандидат экономических наук Назарова, Татьяна Юрьевна, кандидат экономических наук, 2008, Тамбов.
12. Черницкий А. (2007). Семейный бизнес, или как работает с родственниками

// Наша власть. Дела и лица, Вып. 6.

13. A systematic literature review on family business capabilities. Rafaela Gjergji, Sofia Brunelli, Salvatore Sciascia. *Journal of Business Research* Volume 201, December 2025, 115731.
14. 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. Iss. 5. P. 555–575.
15. Chua J. H., Chrisman J. J., Sharma P. (1999). Defining the family business by behavior// *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Vol.23, № 4. P.19–39. DOI: <https://doi.org/10.1177/104225879902300402>.
16. Gersick K.E., Davis J.A., Hampton M.M., Lansberg I. *Generation to generation: Life cycle of the family business*. Massachusetts: Harvard Business School Press, 1997. 300 p.
17. Ward, Jane L. (1987). *Keeping the Family Business Healthy*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Об авторах:

ДОСАЕВ Рафаиль Дамирович – ассистент кафедры экономики предприятия и менеджмента Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь (170000, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33), e-mail: Rafaildosaev@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0636-2309, SPIN-код: 1267-0388.

ЦУРКАН Марина Валериевна – доктор экономических наук, профессор кафедры государственного управления Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь (170000, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33), e-mail: 080783@list.ru, ORCID: 0000-0002-5951-8969, SPIN-код: 5438-8170

ЛАПУШИНСКАЯ Галина Константиновна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой государственного управления, Институт экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» (170000, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33), e-mail: Lapushinskaya.GK@tversu.ru, SPIN-код: 4917-6530.

Definition of the concept «family business» in the institutional context of the russian economy

R.D. Dosaev, M.V. Tsurkan, G.K. Lapushinskaya

FGBOU VO “Tver State University”, Tver

The purpose of this article is to explore approaches to defining the concept of "family business" in the context of a retrospective analysis of scientific publications and the existing institutional conditions of the Russian economy. The authors examine the historical development of family entrepreneurship, highlighting the key characteristics and features of such enterprises in various countries since 1990. Drawing on international approaches and Russian realities, they propose refining the concept of family business in relation to

Russian institutions, including legal aspects and regional differences. This article develops the author's approach to defining the concept of "family business" in the context of three key components: management, ownership, and labor participation. This publication is of interest to scholars and practitioners working on the development of small and medium-sized businesses in the Russian Federation.

Keywords: *family business, family entrepreneurship, criteria, institutional conditions*

About the authors:

DOSAIEV Rafail Damirovich – Assistant of the Department of Enterprise Economics and Management of the Institute of Economics and Management, FGBOU VO “Tver State University”, Tver (170000, Tver, 33 Zhelyabova St.), e-mail: Rafaildosaev@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0636-2309, SPIN-code: 1267-0388

TSURKAN Marina Valerievna – Doctor of Economic Sciences, Professor of Public Administration Department of the Institute of Economics and Management, FGBOU VO “Tver State University”, Tver (170000, Tver, 33 Zhelyabova St.), e-mail: 080783@list.ru, ORCID: 0000-0002-5951-8969, SPIN-код: 5438-8170

LAPUSHINSKAYA Galina Konstantinovna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Public Administration, of the Institute of Economics and Management FGBOU VO “Tver State University” (33, Zhelaybova St., Tver, 170000), e-mail: Lapushinskaya.GK@tversu.ru. SPIN-код: 4917-6530

Статья поступила в редакцию 15.01.2026 г.

Статья подписана в печать 15.06.2026 г.