
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОИСКИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

THEORETICAL SEARCH AND OFFERS

Вестник НГУЭУ. 2024. № 4. С. 97–113

Vestnik NSUEM. 2024. No. 4. P. 97–113

Научная статья

УДК 330.16

DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-097-113

СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Рубан Дмитрий Александрович

Южный федеральный университет

ruban-d@mail.ru

Аннотация. Предпринимательство способно внести немалый вклад в обеспечение экономического и технологического суверенитета, что делает актуальным изучение различных факторов его развития. Растущее внимание к традиционным семейным ценностям ставит вопрос об их значимости в качестве одного из таких факторов. Мировой исследовательский опыт по данной проблематике рассматривается с помощью библиографического анализа, направленного на выявление релевантных источников и систематизацию содержащейся в них информации. Установлено, что 45 % от общего количества выбранных статей в международных журналах свидетельствует о положительном влиянии семейных ценностей на предпринимательскую деятельность, и ни в одной работе не говорится об однозначно отрицательном влиянии. Тематически выбранные статьи разнообразны и могут быть объединены в пять групп. Анализ географии авторских аффилиаций свидетельствует о научном интересе к данному фактору в 20 странах, различающихся в историко-культурном и социально-экономическом аспектах. Семейные ценности могут быть признаны универсальным позитивным фактором развития предпринимательства. Внимание государства к традиционным семейным ценностям в России обеспечивает стране важное конкурентное преимущество, а интерес к этому фактору отечественных ученых отвечает национальным интересам.

Ключевые слова: география исследований, конкурентное преимущество, научная литература, предпринимательская деятельность, семейный бизнес

© Рубан Д.А., 2024



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

Для цитирования: Рубан Д.А. Семейные ценности как универсальный фактор развития предпринимательства: библиографический анализ международных исследований // Вестник НГУЭУ. 2024. № 4. С. 97–113. DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-097-113.

Original article

FAMILY VALUES AS A UNIVERSAL FACTOR OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT: BIBLIOGRAPHICAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL RESEARCH

Ruban Dmitry A.

Southern Federal University

ruban-d@mail.ru

Abstract. Entrepreneurship is able to contribute substantially to the support of economic and technological sovereignty, which makes urgent studies of different factors of its development. The growing attention to traditional family values raises a question about their importance as one of these factors. The world's research experience in this problematic is treated with the help of bibliographical survey aimed at the detection of relevant sources and the systematization of information from them. It is established that 45 % of the total quantity of the selected articles in international journals argue a positive influence of family values on entrepreneurial activity, and none work informs about only negative influence. Thematically, the selected articles are diverse and can be gathered into five groups. The geographical analysis of the authors' affiliations indicates on a scientific interest to this factor in twenty countries differing by historical-cultural and socio-economical aspects. Family values can be proven as a universal and positive factor of entrepreneurship development. The attention of the state to traditional family values in Russia provides with an important competitive advantage to the country, and the interest of domestic scientists in this factor matches the national interests.

Keywords: research geography, competitive advantage, scientific literature, entrepreneurial activity, family business

For citation: Ruban D.A. Family values as a universal factor of entrepreneurship development: bibliographical analysis of international research. *Vestnik NSUEM*. 2024; (4): 97–113. (In Russ.). DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-097-113.

Введение

Укрепление и дальнейшее развитие экономического и технологического суверенитета является актуальной задачей для России, решение которой обеспечивается совместным использованием разнообразных механизмов [8, 10, 17, 28, 20]. В числе последних может рассматриваться и предпринимательство, о чем свидетельствуют результаты исследований как отечественных [1, 5], так и зарубежных специалистов [51]. В России оно характеризуется значительным развитием, сопряженным с отраслевой структурой и наукоемкостью экономических систем [9, 15]. Факторы, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность, весьма разнообразны и

бывают в том числе неэкономическими (социологическими, психологическими, экологическими и т.п.) [16, 34].

В исторической перспективе семейные ценности сыграли важную роль в развитии российского предпринимательства [7, 11, 26]. В настоящее время реализация национального проекта «Демография», подготовка проекта «Семья» и вообще рассмотрение традиционных семейных ценностей в качестве одного из императивов развития страны делают актуальным вопрос о роли данного фактора в развитии предпринимательства. Данная проблематика изучается отечественными специалистами [6, 27]. В связи с их нередким интересом к зарубежному опыту [3, 4], а также востребованностью этой проблематики мировым научным сообществом [32, 35] представляется любопытным обратиться к международным исследованиям. Это важно для оценки универсальности и, следовательно, «глубинного» значения семейных ценностей как фактора развития предпринимательства.

Целью настоящей работы является систематизация сведений из научных публикаций, отражающих мировой опыт изучения роли семейных ценностей в предпринимательской деятельности. В основу положен библиографический анализ научных источников. С учетом поставленной цели таковыми являются статьи в международных журналах. Отметим, что речь идет именно об уровне проведенных исследований, т.е. рассматриваемые статьи вовсе не обязательно написаны зарубежными авторами, равно как и международные журналы вовсе не обязательно являются нероссийскими. В любом случае анализируемый исследовательский опыт важен не для трансфера и замещения знаний, а лишь для понимания некоторого отвлеченного фона изучения проблематики, которая актуальна для России и успешно разрабатывается отечественными специалистами.

Концептуальная основа

Феномен предпринимательства является не только (и даже не столько) экономическим, но и социальным, психологическим, культурным. Его рассмотрение в самых различных аспектах и контекстах привело к современному комплексному пониманию, которое зафиксировано в сводной работе М. Доллинджера, отмечающего связь предпринимательства с креативностью, инновациями, умеренными рисками, неопределенностью, а также специфическим использованием ресурсов и созданием соответствующих экономических структур [34]. В России понятие о предпринимательстве зафиксировано законодательно, и соответствующая информация суммирована В.В. Сараевым [22]. Предложенные трактовки однозначно указывают на отличие предпринимательства от бизнеса вообще [22, 34], что делает актуальным отдельный анализ связанных с первым явлений в силу их самостоятельности.

Понятия о семье, семейных ценностях и более конкретно традиционных семейных ценностях хорошо разработаны [2, 14, 23, 38, 48]. В силу общеизвестности соответствующих идей имеет смысл только отметить, что семья подразумевает наличие «ядра», а также вертикальных (поколенческих) и латеральных связей, а традиционные семейные ценности тесно и при

этом комплексно сопряжены с общественным прогрессом в исторической перспективе и способны детерминировать социально-экономическое развитие. Семья оказывает влияние на формирование навыков и траекторий личностного роста [37, 59], в том числе важных для предпринимательской деятельности. Вообще, проблематика семейного бизнеса имеет прямое отношение к истолкованию семьи в социологическом и культурологическом аспектах [36, 55, 58]. Представляется, что традиционные семейные ценности способны обеспечить должное воспитание и более качественное обучение, дополнительную долговременную поддержку (она особо значима при начальных предпринимательских «экспериментах»), доверие и вообще синергетические эффекты и устойчивость, которые важны в предпринимательстве.

В современном научном дискурсе изучение роли семьи в предпринимательской деятельности формирует самостоятельное тематическое поле, внимание уделяется и фактору семейных ценностей [32], что является подтверждением реальности и преимущества данного фактора. Анализ мирового опыта семейного предпринимательства позволяет говорить о важности вовлеченности семьи для запуска и первичного становления стартапов [35]. При этом делается любопытный вывод о том, что члены семьи и родственники могут выступать в качестве относительно дешевой рабочей силы. В таком случае логично полагать, что именно семейные ценности стимулируют их энтузиазм.

Материалы и методы

В качестве материала для настоящего исследования используются статьи в международных журналах, фокусирующиеся на семейных ценностях (не семейном подходе к бизнесу) и предпринимательстве (не бизнесе в целом). Стоит обратить внимание, что первые могут выступать в качестве фактора не только собственно семейных предприятий, но и предпринимательской деятельности в целом. Для сбора подходящих литературных источников может быть использована библиографическая база «Scopus». Ранее уже отмечалась ее пригодность для систематизации информации по отдельным проблемам предпринимательства и семейного бизнеса [39, 40].

С помощью вышеуказанной библиографической базы и последующей фильтрации первично собранных сведений были определены основные статьи по интересующей проблематике (рис. 1). Далее проводился их анализ по ряду критериев. Прежде всего, определялся характер контекста, в котором рассматриваются семейные ценности относительно предпринимательства. Он может быть позитивным (положительное влияние анализируемого фактора), негативным (отрицательное влияние фактора), нейтральным (установлено и положительное, и отрицательное влияние или же действие фактора вообще не оценивалось). Следующий критерий – тематика исследований. Для каждой статьи определялась общая тема, касающаяся связи семейных ценностей и предпринимательства (эта тема может быть не единственной и даже не главной), после чего в той или иной мере сходные темы объединялись в тематические группы. Эта процедура тема-

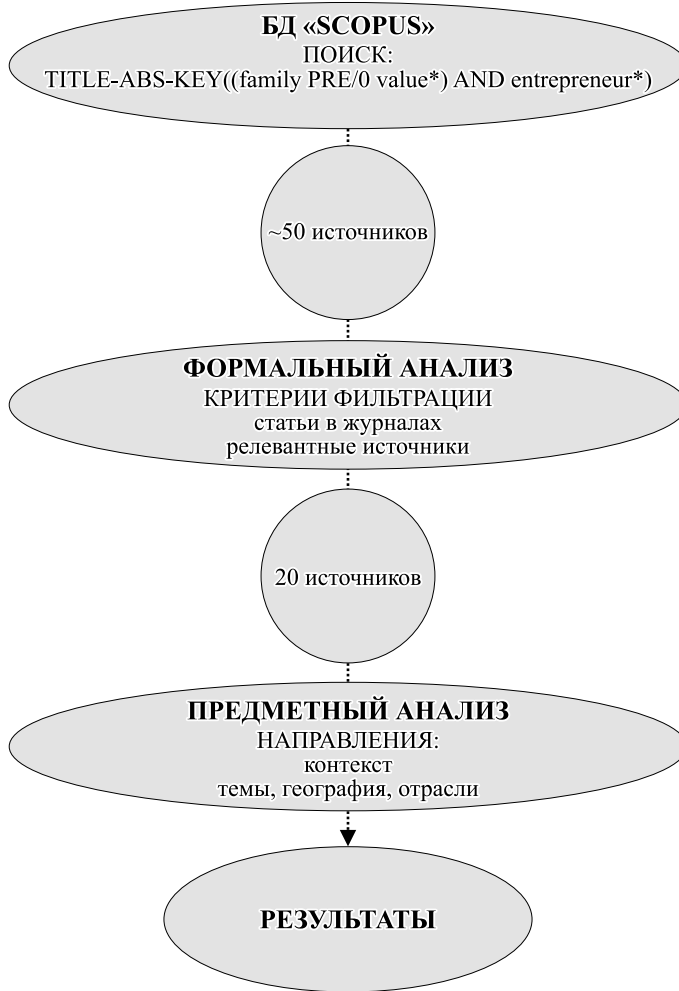


Рис. 1. Последовательность выполнения настоящего исследования
Sequence of implementation of the present study

тической категоризации носит качественный характер и основана на интерпретациях содержания выбранных для анализа статей.

Географический фокус статей не всегда может быть четко зафиксирован, а многие исследования, даже будучи привязаны к определенным территориям, претендуют на некоторую универсальность. Внимание целесообразно уделить географии авторов статей, которая отражает интерес к конкретной научной проблематике в мировом пространстве. В этих целях анализируются аффилиации авторов выбранных статей и определяется распределение работ по странам. Стоит обратить внимание, что авторами одной статьи могут быть специалисты из разных стран. Столь же интересен и отраслевой фокус, т.е. связь исследований с определенными отраслями экономики. Он зафиксирован примерно для трети статей (это сравнительно много с учетом ограниченного интереса зарубежных специалистов к отраслевой тематике в принципе), что позволяет делать некоторые обобщения.

Результаты

Количество статей и характер их контекста. Общее число статей в международных журналах, в которых семейные ценности рассматриваются в связи с предпринимательской деятельностью, оказывается небольшим. Однако это совершенно не удивительно в связи со специфичностью проблематики, а также закономерно большим вниманием к бизнесу вообще, чем собственно предпринимательству. Тем не менее выбранные статьи демонстрируют значительное разнообразие идей и в совокупности позволяют довольно отчетливо понимать действие рассматриваемого фактора.

По характеру контекста анализируемые статьи разделяются на две примерно равные группы. Чуть больше половины из них демонстрируют нейтральный контекст, а чуть менее половины – позитивный (55 и 45 % соответственно). Ни одной работы с однозначно негативным контекстом не установлено, что является объективным результатом, никак не связанным с параметрами исходного поиска литературы (т.е. случайный «отсев» статей с негативным контекстом не мог иметь место). Среди статей с нейтральным контекстом число тех, где указывается и положительное, и отрицательное влияние рассматриваемого фактора, сравнительно невелико и составляет порядка 10 % от общего числа работ. Иными словами, отрицательные эффекты фиксируются лишь «точечно»; также установлено, что их действие уравнивается положительными эффектами. В целом, если исходить из того, что нейтральный характер контекста обусловлен большей частью отсутствием оценок действия фактора, можно заключить, что международный исследовательский опыт свидетельствует о положительном влиянии семейных ценностей на развитие предпринимательства.

Тематическая категоризация статей. По содержанию анализируемые статьи могут быть подразделены на пять тематических групп. К первой из них отнесены работы общего характера, две из которых принадлежат российским специалистам. В обзорной статье М. Багиш и др. [32] указывают, что семейное предпринимательство и семейные ценности как его фактор относятся к магистральному направлению международных исследований, которое начало развиваться со второй половины 2000-х гг. А. Андерсон и др. [30] установили, что семейное предпринимательство само по себе способствует спросу на семейные ценности. Ф. Кагрени [47] поясняет значимость семейных ценностей конкретно для женского предпринимательства. Ю.С. Мурзина и др. [41] характеризуют семейные ценности, присущие российским предпринимателям. Последние при этом, согласно О.А. Абрамовой [28], демонстрируют нейтральное отношение к семейным ценностям в IT-сфере в сравнении с прочими отраслями экономики.

Вторую тематическую группу составляют работы, рассматривающие психологические, коммуникационные, поведенческие особенности предпринимательства. Среди них следует отметить, прежде всего, статью К. Арца [31], в которой показана роль семейных ценностей в предпринимательской ориентации организаций. А. Пандарам и Д. Амоза [44] обращают внимание на внутриорганизационный консенсус относительно семейных ценностей, т.е. ставится вопрос о значимости и качественной интерпрета-

ции общих категорий членами конкретной семьи, занятой развитием бизнеса. А. Самоэдра и Д. Хермана [49] отмечают, что семейные ценности нуждаются в поддержке, осуществить которую непросто, а это, в свою очередь, формирует вызов для устойчивости предприятий. Ц. Вань и др. [57] установили связь семейных ценностей с разнородностью индивидуальных особенностей в рамках предпринимательских инициатив.

Третья тематическая группа включает статьи, связанные с предпринимательскими стратегиями и устойчивостью. Б. Вань и др. [56] аргументируют точку зрения о том, что установление баланса между нацеленностью на предпринимательство и семейными ценностями предопределяет долгосрочную устойчивость бизнеса. Исследование А. Пауэрс и Д. Жао [45] привело к аналогичному выводу. И. Оро и К. Лаварда [43] показали, что семейные ценности, учитываемые в управлении организацией, оказывают влияние на системы контроля и стратегические действия. Особого внимания заслуживает работа, в которой Х.Т. Нгуен и др. [42] объясняют, как эти ценности способствуют предпринимательскому лидерству, облегчают преодоление различных барьеров и позволяют развиваться в условиях дефицита времени и финансовых ресурсов. Х. Бруно и Б. Чарльз [33] демонстрируют, что даже в меняющихся условиях корректный выбор стратегии обеспечивает возможность сохранения идентичности предпринимателя, к которой относятся и семейные ценности. З. Пуспитанингтьяс [46] обозначает поддержку баланса семейных ценностей в качестве важной предпринимательской стратегии для минимизации внутренних конфликтов.

В четвертую тематическую группу входят только две статьи, которые касаются предпринимательских возможностей. Дж. Вардаман и др. [54] объясняют, что семейные ценности предопределяют некоторые особенности поиска возможностей для предпринимательства. В работе А. Акуме и Ф. Яупи [29] рекомендуется большее внимание уделять семейным ценностям, которые способствуют заинтересованности в запуске стартапов.

Наконец, пятая тематическая группа объединяет три работы, в которых анализируется эффективность предпринимательской деятельности. В одной из самых ранних статей по рассматриваемой проблематике П. Томпсон [52] показал, что семейные ценности выступают значимым фактором успешности предпринимательства, действие которого может быть принципиально различным, в том числе в зависимости от содержания этих ценностей. М. Сингал и С. Батра [50] развивают примерно ту же самую мысль, при этом отмечая, что возможные негативные эффекты некоторых семейных ценностей нивелируются за счет предпринимательской ориентации организаций. А. Толедо-Лопес и др. [53] рассматривают семейные ценности в качестве одного из условий организационной успешности.

География авторских аффилиаций и отраслевой фокус статей. Авторами статей, рассматривающих семейные ценности в связи с предпринимательской деятельностью, являются ученые из двадцати стран. В большинстве случаев специалисты из каждой страны принимали участие в подготовке 1–2 работ (рис. 2), и вряд ли можно говорить о концентрации соответствующих исследований в какой-либо одной стране. Интерес пред-

ставляет географическое распределение аффилиаций, так как настоящий анализ показывает очень широкое распространение исследований: в их проведении участвовали ученые из разных частей света (рис. 2). Некоторая концентрация в Европе и чуть меньшая в Азии и Северной Америке ожидаемы с учетом сравнительно большого количества научных центров. Однако важнее то, что интерес к семейным ценностям в предпринимательстве демонстрируют ученые из стран с принципиально различными историко-культурными и социально-экономическими особенностями. Это может быть объяснено, прежде всего, тем, что значимость данного фактора предпринимательской деятельности является повсеместной (в противном случае география аффилиаций была бы гораздо более неравномерной).

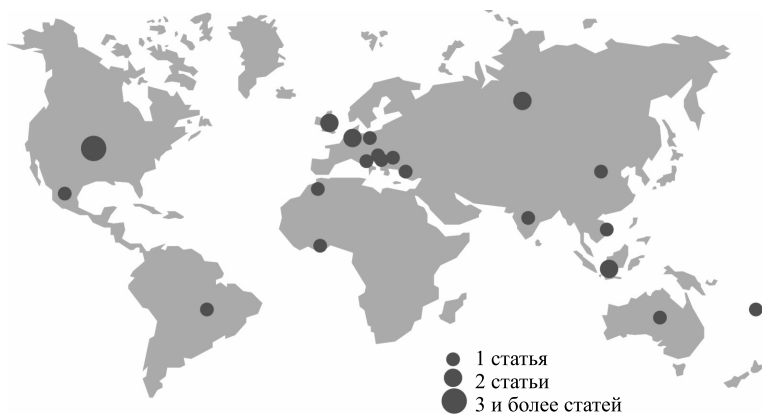


Рис. 2. География авторских аффилиаций всех выбранных статей
Geography of author affiliations of all selected articles

Анализ аффилиаций авторов статей с только позитивным характером контекста (см. выше) также обнаруживает их широкое распределение (рис. 3). Это указывает на положительное влияние фактора семейных ценностей вне зависимости от историко-культурных и социально-экономических особенностей.



Рис. 3. География авторских аффилиаций статей с позитивным характером контекста
Geography of author affiliations of articles with a positive context

Отраслевой фокус проявляет заметное разнообразие. Семейные ценности обсуждались в связи с предпринимательством в IT-сфере, индустрии гостеприимства, медиабизнесе, пищевой промышленности, сельском хозяйстве, текстильной промышленности. Очевидно, что они могут играть ту или иную роль безотносительно отраслевой специфики. Стоит, однако, добавить, что из семи статей с однозначным отраслевым фокусом только двум присущ позитивный характер контекста, тогда как у прочих он нейтральный.

Обсуждение результатов

Проведенный анализ свидетельствует о том, что в свете международного исследовательского опыта семейные ценности могут рассматриваться в качестве значимого фактора развития предпринимательства. Наличие большого числа работ с позитивным характером контекста и отсутствие работ с негативным характером контекста говорят о том, что данный фактор действует положительно. Тематическое разнообразие содержания проанализированных статей указывает на многоаспектность и при этом комплексность действия этого фактора. Наконец, очень широкая география исследований, не демонстрирующая зависимости от историко-культурных и социально-экономических особенностей стран и регионов мира, а также разнообразный отраслевой контекст работ выявляют значительную универсальность рассматриваемого фактора. Можно говорить о наличии прочного научного обоснования большой и положительной роли семейных ценностей в стимулировании предпринимательской деятельности.

Такие интерпретации по результатам проведенного библиографического анализа приводят к мысли о том, что семейные ценности важны как сами по себе, так и как фактор развития предпринимательства для социально-экономического прогресса и обеспечения экономического и технологического суверенитета. Следовательно, отказ от этих ценностей, их качественная деградация и даже игнорирование их значения, имеющие место в ряде стран (прежде всего, в так называемом «Западном мире») [13], выглядят противоестественно и должны иметь непосредственные негативные эффекты в экономике. Подобные интерпретации очевидны не только российским специалистам [19], но и давно (в том числе еще в 1980-е гг.) обсуждались зарубежными учеными [52]. Напротив, ориентация России на поддержание и укрепление традиционных семейных ценностей [25] в свете сказанного выше формирует важное конкурентное преимущество для отечественного предпринимательства и страны в целом. Важность концепта «семейные ценности» в образовательной сфере России и ряда других стран (в частности, Китая) [24] вносит вклад в том числе и в их устойчивое развитие за счет предпринимательской деятельности.

Проведенный библиографический анализ и предшествующие обзорные работы [32] показывают значимость проблематики семейных ценностей как фактора развития предпринимательства для ученых. Безусловно, для проведения соответствующих исследований требуется подходящий материал. Государственное внимание к семейным ценностям в целом и рост

предпринимательской активности в России способствуют формированию такого материала, отличающегося и новизной, и оригинальностью. В этой связи изучение вышеотмеченного фактора отечественными специалистами важно не только для научной проработки, обоснования социально-экономических трансформаций, но и для прогресса самих исследований, а также позиционирования российской науки в международном академическом пространстве. Это внесет вклад в повышение качества высшего образования, которое напрямую зависит от участия преподавателей вузов в исследованиях мирового уровня и по актуальной тематике, и позиционирование страны, продвижение ее интересов, отстаивание универсальных и активно сохраняемых в ней ценностей (речь идет об академических механизмах так называемой «мягкой силы» [21]). Все это тем более целесообразно, что в плане изучения семейного бизнеса и предпринимательства отечественные специалисты развивают важные и при этом оригинальные тематики – например, представления о профессиональных династиях [12], которые имеют прямое отношение к анализируемой в настоящей работе проблематике.

Заключение

Проведенный библиографический анализ международных исследований, рассматривающих роль семейных ценностей в развитии предпринимательства, позволяет сделать три общих вывода. Во-первых, мировое научное сообщество демонстрирует довольно широкий интерес к изучению данной проблематики. Во-вторых, в свете международного исследовательского опыта семейные ценности могут рассматриваться в качестве универсального позитивного фактора развития предпринимательства. В-третьих, интерес ученых к соответствующим вопросам в России способствует лучшему научному обоснованию возможностей отечественного предпринимательства и усиливает позиционирование российской науки в мире (и то, и другое в полной мере отвечает национальным интересам).

Основным ограничением проведенного исследования является фокус на ключевых трактовках анализируемой проблематики, что важно для ее «оконтуривания», но требует последующей детализации для лучшего понимания экономических и прочих механизмов действия фактора семейных ценностей в разных историко-культурных и социально-экономических условиях. В этой связи перспективы последующего изучения видятся связанными как с более глубоким анализом литературных данных, так и с проведением новых эмпирических исследований, которые при этом должны учитывать универсальность данного фактора.

Список источников

1. Авдеева И.Л., Азиева З.И., Утевская А.П. Развитие технологического предпринимательства для обеспечения технологического суверенитета Российской Федерации // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 2. С. 10–16.
2. Аверина Е.Н. Традиционные семейные ценности как основа формирования культуры современного общества и личности // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2023. Т. 12, № 5-6-1. С. 28–34.

3. *Алексеева С.А.* Перспективы легализации семейного предпринимательства: опыт Португалии // *Нотариус*. 2024. № 1. С. 44–46.
4. *Богдан В.В.* Семейный бизнес в Объединенных Арабских Эмиратах // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право*. 2023. № 5. С. 31–42.
5. *Бородушко И.В.* Правовые механизмы стимулирования инновационной активности субъектов малого предпринимательства в целях достижения технологического суверенитета России // *Ленинградский юридический журнал*. 2022. № 3. С. 51–64.
6. *Варкулевич Т.В., Белоглазова В.А.* Семейное предпринимательство как основная форма развития малого и среднего бизнеса в России // *Креативная экономика*. 2023. № 8. С. 2797–2814.
7. *Вотчель Л.М., Костомарова А.С., Салаватова Ю.В.* Династия Демидовых – опыт успешного семейного бизнеса // *Корпоративная экономика*. 2021. № 2. С. 86–95.
8. *Гвоздецкая И.В., Майкова С.Э.* Интеллектуальная собственность – фактор обеспечения технологического суверенитета и экономической безопасности // *Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность*. 2024. № 1. С. 32–43.
9. *Голик Е.Н., Фетисов А.А.* Оценка современного состояния малого и среднего предпринимательства в России и перспективы его дальнейшего развития // *Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление*. 2024. № 1. С. 30–36.
10. *Закиров Т.А., Каляков И.В.* Открытые цепочки поставок информационных технологий как основа цифрового суверенитета: экономический аспект // *Вестник Университета управления «ТИСБИ»*. 2023. № 1. С. 71–80.
11. *Захарова В.В.* Уникальный опыт отечественного предпринимателя // *Вестник Юридического института МИИТ*. 2018. № 3. С. 145–150.
12. *Клименко Л.В., Посухова О.Ю.* Династийность в малом бизнесе современной России: стратегии и перспективы воспроизводства // *Социологическая наука и социальная практика*. 2021. № 1. С. 43–60.
13. *Королева-Конопляная Г.И.* Кризис семьи в западноевропейских странах (обществе) и проблемы демографии // *Социология*. 2023. № 6. С. 226–231.
14. *Куимова Н.Н., Пономарева Е.С.* Развитие института семьи и брака в России: от традиционного до информационного общества // *Нижегородский психологический альманах*. 2021. № 1. С. 30–39.
15. *Ложникова А.В., Шевченко И.К., Развадовская Ю.В., Богданов А.Л.* Предпринимательская способность населения на карте России // *Terra Economicus*. 2021. № 1. С. 91–108.
16. *Мусаева Д.Н., Фенин К.В.* Влияние неэкономических факторов на развитие предпринимательства в современной России // *Державинский форум*. 2023. № 1. С. 147–156.
17. *Носачевская Е.А.* Об актуальных вопросах развития экономики России в условиях необходимости обеспечения технологического суверенитета // *Вестник НГУЭУ*. 2022. № 4. С. 234–241.
18. *Носачевская Е.А.* О системных мерах по ускоренному отраслевому развитию отечественной экономики // *Бизнес. Образование. Право*. 2023. № 3. С. 87–92.
19. *Пантин В.И.* Запад и Восток: социально-экологические кризисы в прошлом и настоящем // *История и современность*. 2021. № 4. С. 20–38.
20. *Пороховский А.А.* Экономический суверенитет России: проблемы становления и обеспечения // *Экономическое возрождение России*. 2023. № 3. С. 10–15.
21. *Рубан Д.А.* Качество научного потенциала как фактор успешности «мягкой силы» // *Вестник ВГУ. Серия: История. Политология. Социология*. 2022. № 2. С. 86–89.
22. *Сараев В.В.* О матрице основополагающих правовых понятий отраслевых объектов, влияющих на процессы управления // *История управленческой мысли и*

- бизнеса. Менеджмент и роли менеджеров: вчера, сегодня, завтра. М.: МГУ, 2019. С. 211–216.
23. *Серебрякова А.А.* Традиционные семейные ценности в современном российском обществе // *Право и государство: теория и практика*. 2019. № 9. С. 57–59.
 24. *Сосновская Н.И.* Педагогическое понимание концепта «семейные ценности» (на примере России и Китая) // *Современные проблемы науки и образования*. 2024. № 1. С. 55.
 25. *Устинович Е.С.* Государственная семейная политика в Российской Федерации: социально-экономическое положение семей и тенденции их жизнедеятельности // *Социальная политика и социальное партнерство*. 2024. № 1. С. 6–15.
 26. *Федоркова И.Р.* К истории зарождения женского предпринимательства в России // *Знание. Понимание. Умение*. 2019. № 3. С. 216–230.
 27. *Черешнева И.А.* Семейное предпринимательство: к постановке проблемы // *Юридические исследования*. 2023. № 7. С. 1–11.
 28. *Abramova O.A.* Socio-psychological portrait of Russian IT entrepreneur // *Social Psychology and Society*. 2021. Vol. 12. P. 188–204.
 29. *Akume A., Jaupi F.* Dilemma of Intergenerational Family Business among Albanian Students // *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*. 2023. Vol. 16. P. 35–50.
 30. *Anderson A., Clipa A.M., Fritzsche A., Clipa C.I., Agheorghiesei D.T.* Entrepreneurship and family firms cofounders' familiness at work through rhetoric appeals // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2021-0271>.
 31. *Arz C.* Bridging the micro-macro gap: A multi-layer culture framework for understanding entrepreneurial orientation in family firms // *Journal of Family Business Strategy*. 2019. Vol. 10. P. 100287.
 32. *Bagis M., Kryeziu L., Kurutkan M.N., Krasniqi B.A., Yazici O., Memili E.* Topics, trends and theories in family business research: 1996–2020 // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2023. Vol. 19. P. 1855–1891.
 33. *Bruno H., Charles B.C.* Beyond the concept of 'getting big or getting out': Entrepreneurship strategies to survive as a farm family // *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2008. Vol. 6. P. 479–495.
 34. *Dollinger M.J.* Entrepreneurship: Strategies and Resources. Lombard: Marsh Publications, 2008. 589 p.
 35. *Fernandez V.* Family entrepreneurship around the world // *International Review of Financial Analysis*. 2023. Vol. 89. P. 102808.
 36. *Gergert D.V., Ponomareva T.V.* Family business as an object of interdisciplinary research: methodological approach review // *Perm University Herald. Economy*. 2018. No. 1. P. 90–105.
 37. *Heckman J.J.* Policies to foster human capital // *Research in Economics*. 2000. Vol. 54. P. 3–56.
 38. *James H.S., Jr., Giwa-Daramola D.* Do family ties and structure matter for ethical and moral values? // *International Journal of Social Economics*. 2023. Vol. 50. P. 491–508.
 39. *Marín-Palacios C.* Female entrepreneurship in family business: bibliographic analysis // *Journal of Family Business Management*. 2023. Vol. 13. P. 552–578.
 40. *Máté D., Estiyanti N.M., Novotny A.* How to support innovative small firms? Bibliometric analysis and visualization of start-up incubation // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2024. Vol. 13. P. 5.
 41. *Murzina J.S., Pozniakov V.P., Mensh E.A.* Entrepreneurs' specific value orientations into the business-family sphere // *Utopia y Praxis Latinoamericana*. 2020. Vol. 25. P. 396–409.
 42. *Nguyen H.T., Hoang T.G., Nguyen L.T.Q., Nguyen G.T.N., Nguyen N.T.* The influence of family culture on the development of corporate social responsibility (CSR) initiative of immigrant enterprise: a case of Korean business in Vietnam // *Social Responsibility Journal*. 2022. Vol. 18. P. 1342–1360.

43. Oro I.M., Lavarda C.E.F. Interface between management control systems and strategy and performance measures in a family business // *Revista Contabilidade e Financas*. 2019. Vol. 30. P. 14–27.
44. Pandaram A., Amosa D. Family business concerns in Fiji: An empirical investigation // *Pacific Economic Bulletin*. 2010. Vol. 25. P. 116–126.
45. Powers A., Zhao J. Staying alive: entrepreneurship in family-owned media across generations // *Baltic Journal of Management*. 2019. Vol. 14. P. 641–657.
46. Puspitaningtyas Z. Sustainability of family business in perspective of financial accounting // *International Journal of Scientific and Technology Research*. 2020. Vol. 9. P. 1585–1589.
47. Quagrainie F.A. Family values and practices promoting entrepreneurial competencies among Ghanaian women // *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2018. Vol. 33. P. 202–219.
48. Rim Y. Values, happiness and family structure variables // *Personality and Individual Differences*. 1993. Vol. 15. P. 595–598.
49. Samoedra A.D.A., Hermana D. Sustainability, competitive advantage and entrepreneurial orientation in Indonesian family culinary business groups // *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 2019. Vol. 6. P. 314–326.
50. Singal M., Batra S. The role of socioemotional wealth and entrepreneurial orientation in family-managed hotels // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021. Vol. 49. P. 204–213.
51. Stefan C.G. The Responsibility to Protect: Locating Norm Entrepreneurship // *Ethics and International Affairs*. 2021. Vol. 35. P. 197–211.
52. Thompson P. The family and child-rearing as forces for economic change: Towards fresh research approaches // *Sociology*. 1984. Vol. 18. P. 515–530.
53. Toledo-López A., Díaz-Pichardo R., Jiménez-Castañeda J.C., Sánchez-Medina P.S. Defining success in subsistence businesses // *Journal of Business Research*. 2012. Vol. 65. P. 1658–1664.
54. Vardaman J.M., Markin E.T., Penney C.R., Marler L.E., Mckee D.N. Willing and Able? The Screening and Adoption of Habitual Family Venture Opportunities // *Family Business Review*. 2022. Vol. 35. P. 126–139.
55. Von Schlippe A., Vienna H.F. The theory of social systems as a framework for understanding family businesses // *Family Relations*. 2013. Vol. 62. P. 384–398.
56. Wang B., Liang Q., Song L., Xu E. Institutional complexity and family business development: a case study of the Charoen Pokphand group // *Nankai Business Review International*. 2022. Vol. 13. P. 34–57.
57. Wang C., Pellegrini M.M., Czakon W., Gnan L., Flamini G. Opportunity recognition in family entrepreneurship: voluntaristic and deterministic orientations of individual cognitions // *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 2020. Vol. 32. P. 101–122.
58. Yan J., Sorenson R. The effect of Confucian values on succession in family business // *Family Business Review*. 2006. Vol. 19. P. 235–250.
59. Zhang M., Li Y. Family fortunes: The persisting grandparents' effects in contemporary British society // *Social Science Research*. 2019. Vol. 77. P. 179–192.

References

1. Avdeeva I.L., Azieva Z.I., Utevskeya A.P. Razvitie tekhnologicheskogo predprinimatel'stva dlya obespecheniya tekhnologicheskogo suvereniteta Rossijskoj Federacii [The development of technological entrepreneurship to ensure technological sovereignty of the Russian Federation], *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya [Natural-Humanitarian Studies]*, 2023, no. 2, pp. 10–16.
2. Averina E.N. Tradicionnye semeinye cennosti kak osnova formirovaniya kul'tury sovremennogo obshchestva i lichnosti [Traditional family values as the basis for the formation of modern society and personality]

- tion of the culture of modern society and personality], *Psihologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical and critical reviews and modern research], 2023, vol. 12, no. 5-6-1, pp. 28–34.
3. Alekseeva S.A. Perspektivy legalizacii semejnogo predprinimatel'stva: opyt Portugali [Prospects for the legalization of family entrepreneurship: Portugal experience], *Notarius* [Notary], 2024, no. 1, pp. 44–46.
 4. Bogdan V.V. Semejnyj biznes v Ob"edinennyh Arabskih Emiratah [Family business in the United Arab Emirates], *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya i pravo* [News of the South-Western State University. Series: History and Law], 2023, no. 5, pp. 31–42.
 5. Borodushko I.V. Pravovye mekhanizmy stimulirovaniya innovacionnoj aktivnosti sub"ektov malogo predprinimatel'stva v celyah dostizheniya tekhnologicheskogo suvereniteta Rossii [Legal mechanisms for stimulating the innovative activity of small businesses in order to achieve technological sovereignty of Russia], *Leningradskij yuridicheskij zhurnal* [Leningrad Law Journal], 2022, no. 3, pp. 51–64.
 6. Varkulevich T.V., Beloglazova V.A. Semejnoe predprinimatel'stvo kak osnovnaya forma razvitiya malogo i srednego biznesa v Rossii [Family entrepreneurship as the main form of development of small and medium -sized businesses in Russia], *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economics], 2023, no. 8, pp. 2797–2814.
 7. Votchel' L.M., Kostomarov A.S., Salavatova Yu.V. Dinastiya Demidovyh – opyt uspehnogo semejnogo biznesa [The Demidov dynasty is the experience of a successful family business], *Korporativnaya ekonomika* [Corporate Economics], 2021, no. 2, pp. 86–95.
 8. Gvozdeckaya I.V., Majkova S.E. Intellektual'naya sobstvennost' – faktor obespecheniya tekhnologicheskogo suvereniteta i ekonomicheskoy bezopasnosti [Intellectual property – a factor in ensuring technological sovereignty and economic security], *Intellektual'naya sobstvennost'. Promyshlennaya sobstvennost'* [Intellectual property. Industrial property], 2024, no. 1, pp. 32–43.
 9. Golik E.N., Fetisov A.A. Ocenka sovremennogo sostoyaniya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii i perspektivy ego dal'nejshego razvitiya [Assessment of the current state of small and medium -sized enterprises in Russia and the prospects for its further development], *Nauka i obrazovanie: hozyajstvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie* [Science and Education: Economy and Economics; entrepreneurship; Right and management], 2024, no. 1, pp. 30–36.
 10. Zakirov T.A., Kalyakov I.V. Otkrytye cepochki postavok informacionnyh tekhnologij kak osnova cifrovogo suvereniteta: ekonomicheskij aspekt [Open chains for supplying information technologies as the basis of digital sovereignty: Economic aspect], *Vestnik Universiteta upravleniya «TISBI»* [Bulletin of the University of Management "Tisbi"], 2023, no. 1, pp. 71–80.
 11. Zaharova V.V. Unikal'nyj opyt otechestvennogo predprinimatel'ya [The unique experience of a domestic entrepreneur], *Vestnik Yuridicheskogo instituta MIIT* [Bulletin of the Law Institute of MIIT], 2018, no. 3, pp. 145–150.
 12. Klimenko L.V., Posuhova O.Yu. Dinastijnost' v malom biznese sovremennoj Rossii: strategii i perspektivy vosproizvodstva [Dynasty in the small business of modern Russia: strategies and prospects for reproduction], *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika* [Sociological science and social practice], 2021, no. 1, pp. 43–60.
 13. Koroleva-Konoplyanaya G.I. Krizis sem'i v zapadnoevropejskih stranah (obshchestve) i problemy demografii [Family crisis in Western European countries (society) and problems of demography], *Sociologiya* [Sociology], 2023, no. 6, pp. 226–231.
 14. Kuimova N.N., Ponomareva E.S. Razvitie instituta sem'i i braka v Rossii: ot tradicionnogo do informacionnogo obshchestva [Development of the Institute of Family and Marriage in Russia: from traditional to the information society], *Nizhegorodskij psichologicheskij al'manah* [Nizhny Novgorod psychological almanac], 2021, no. 1, pp. 30–39.

15. Lozhnikova A.V., Shevchenko I.K., Razvadovskaya Yu.V., Bogdanov A.L. Predprinimatel'skaya sposobnost' naseleniya na karte Rossii [Entrepreneurial ability of the population on the map of Russia], *Terra Economicus* [*Terra Economicus*], 2021, no. 1, pp. 91–108.
16. Musaeva D.N., Fenin K.V. Vliyanie neekonomicheskikh faktorov na razvitie predprinimatel'stva v sovremennoj Rossii [The influence of non-economic factors on the development of entrepreneurship in modern Russia], *Derzhavinskij forum* [*Derzhavinsky Forum*], 2023, no. 1, pp. 147–156.
17. Nosachevskaya E.A. Ob aktual'nyh voprosah razvitiya ekonomiki Rossii v usloviyah neobходимости obespecheniya tekhnologicheskogo suvereniteta [On topical issues of the development of the Russian economy in the context of the need to ensure technological sovereignty], *Vestnik NGUEU* [*Vestnik NSUEM*], 2022, no. 4, pp. 234–241.
18. Nosachevskaya E.A. O sistemnyh merah po uskorennomu otraslevomu razvitiyu otechestvennoj ekonomiki [On systemic measures for accelerated industry development of the domestic economy], *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [*Business. Education. Right*], 2023, no. 3, pp. 87–92.
19. Pantin V.I. Zapad i Vostok: social'no-ekologicheskie krizisy v proshlom i nastoyashchem [West and East: socio-ecological crises in the past and present], *Istoriya i sovremennost'* [*History and modernity*], 2021, no. 4, pp. 20–38.
20. Porohovskij A.A. Ekonomicheskij suverenitet Rossii: problemy stanovleniya i obespecheniya [Economic sovereignty of Russia: problems of formation and support], *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii* [*Economic Renaissance of Russia*], 2023, no. 3, pp. 10–15.
21. Ruban D.A. Kachestvo nauchnogo potentsiala kak faktor uspešnosti «myagkoj sily» [The quality of the scientific potential as a factor in the success of “soft power”], *Vestnik VGU. Seriya: Istoriya. Politologiya. Sociologiya* [*Bulletin of the Vorone State University. Series: History. Political science. Sociology*], 2022, no. 2, pp. 86–89.
22. Saraev V.V. O matrice osnovopolagayushchih pravovyh ponyatij otraslevykh ob'ektov, vliyayushchih na processy upravleniya [About the matrix of fundamental legal concepts of industry objects affecting management processes]. *Istoriya upravlencheskoj mysli i biznesa. Menedzhment i roli menedzherov: vchera, segodnya, zavtra* [History of Management Thought and Business. Management and roles of managers: yesterday, today, tomorrow]. Moscow: MGU, 2019. P. 211–216.
23. Serebryakova A.A. Tradicionnye semejnye cennosti v sovremenном rossijskom obščestve [Traditional family values in modern Russian society], *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika* [*Law and the state: theory and practice*], 2019, no. 9, pp. 57–59.
24. Sosnovskaya N.I. Pedagogicheskoe ponimanie koncepta «semejnye cennosti» (na primere Rossii i Kitaya) [Pedagogical understanding of the concept of “family values” (for example, Russia and China)], *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [*Modern problems of science and education*], 2024, no. 1, pp. 55.
25. Ustinovich E.S. Gosudarstvennaya semejnaya politika v Rossijskoj Federacii: social'no-ekonomicheskoe polozhenie semej i tendencii ih zhiznedeyatel'nosti [State family policy in the Russian Federation: the socio-economic situation of families and the trends of their life], *Social'naya politika i social'noe partnerstvo* [*Social Policy and Social Partnership*], 2024, no. 1, pp. 6–15.
26. Fedorkova I.R. K istorii zarozhdeniya zhenskogo predprinimatel'stva v Rossii [To the history of the origin of women's entrepreneurship in Russia], *Znanie. Ponimanie. Umenie* [*Knowledge. Understanding. Skill*], 2019, no. 3, pp. 216–230.
27. Cheresheva I.A. Semejnoe predprinimatel'stvo: k postanovke problemy [Family Entrepreneurship: to forming a problem], *Yuridicheskie issledovaniya* [*Legal research*], 2023, no. 7, pp. 1–11.
28. Abramova O.A. Socio-psychological portrait of Russian IT entrepreneur, *Social Psychology and Society*, 2021, vol. 12, pp. 188–204.

29. Akume A., Jaupi F. Dilemma of Intergenerational Family Business among Albanian Students, *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 2023, vol. 16, pp. 35–50.
30. Anderson A., Clipa A.M., Fritzsche A., Clipa C.I., Agheorghiesei D.T. Entrepreneurship and family firms cofounders' familiness at work through rhetoric appeals, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 2023. URL: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2021-0271>.
31. Arz C. Bridging the micro-macro gap: A multi-layer culture framework for understanding entrepreneurial orientation in family firms, *Journal of Family Business Strategy*, 2019, vol. 10, pp. 100287.
32. Bagis M., Kryeziu L., Kurutkan M.N., Krasniqi B.A., Yazici O., Memili E. Topics, trends and theories in family business research: 1996–2020, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2023, vol. 19, pp. 1855–1891.
33. Bruno H., Charles B.C. Beyond the concept of 'getting big or getting out': Entrepreneurship strategies to survive as a farm family, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2008, vol. 6, pp. 479–495.
34. Dollinger M.J. Entrepreneurship: Strategies and Resources. Lombard: Marsh Publications, 2008. 589 p.
35. Fernandez V. Family entrepreneurship around the world, *International Review of Financial Analysis*, 2023, vol. 89, p. 102808.
36. Gergert D.V., Ponomareva T.V. Family business as an object of interdisciplinary research: methodological approach review, *Perm University Herald. Economy*, 2018, no. 1, pp. 90–105.
37. Heckman J.J. Policies to foster human capital, *Research in Economics*, 2000, vol. 54, pp. 3–56.
38. James H.S., Jr., Giwa-Daramola D. Do family ties and structure matter for ethical and moral values?, *International Journal of Social Economics*, 2023, vol. 50, pp. 491–508.
39. Marín-Palacios C. Female entrepreneurship in family business: bibliographic analysis, *Journal of Family Business Management*, 2023, vol. 13, pp. 552–578.
40. Máté D., Estiyanti N.M., Novotny A. How to support innovative small firms? Bibliometric analysis and visualization of start-up incubation, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2024, vol. 13, p. 5.
41. Murzina J.S., Pozniakov V.P., Mensh E.A. Entrepreneurs' specific value orientations into the business-family sphere, *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 2020, vol. 25, pp. 396–409.
42. Nguyen H.T., Hoang T.G., Nguyen L.T.Q., Nguyen G.T.N., Nguyen N.T. The influence of family culture on the development of corporate social responsibility (CSR) initiative of immigrant enterprise: a case of Korean business in Vietnam, *Social Responsibility Journal*, 2022, vol. 18, pp. 1342–1360.
43. Oro I.M., Lavarda C.E.F. Interface between management control systems and strategy and performance measures in a family business, *Revista Contabilidade e Financas*, 2019, vol. 30, pp. 14–27.
44. Pandaram A., Amosa D. Family business concerns in Fiji: An empirical investigation, *Pacific Economic Bulletin*, 2010, vol. 25, pp. 116–126.
45. Powers A., Zhao J. Staying alive: entrepreneurship in family-owned media across generations, *Baltic Journal of Management*, 2019, vol. 14, pp. 641–657.
46. Puspitaningtyas Z. Sustainability of family business in perspective of financial accounting, *International Journal of Scientific and Technology Research*, 2020, vol. 9, pp. 1585–1589.
47. Quagraine F.A. Family values and practices promoting entrepreneurial competencies among Ghanaian women, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2018, vol. 33, pp. 202–219.

48. Rim Y. Values, happiness and family structure variables, *Personality and Individual Differences*, 1993, vol. 15, pp. 595–598.
49. Samoedra A.D.A., Hermana D. Sustainability, competitive advantage and entrepreneurial orientation in Indonesian family culinary business groups, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 2019, vol. 6, pp. 314–326.
50. Singal M., Batra S. The role of socioemotional wealth and entrepreneurial orientation in family-managed hotels, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2021, vol. 49, pp. 204–213.
51. Stefan C.G. The Responsibility to Protect: Locating Norm Entrepreneurship, *Ethics and International Affairs*, 2021, vol. 35, pp. 197–211.
52. Thompson P. The family and child-rearing as forces for economic change: Towards fresh research approaches, *Sociology*, 1984, vol. 18, pp. 515–530.
53. Toledo-López A., Díaz-Pichardo R., Jiménez-Castañeda J.C., Sánchez-Medina P.S. Defining success in subsistence businesses, *Journal of Business Research*, 2012, vol. 65, pp. 1658–1664.
54. Vardaman J.M., Markin E.T., Penney C.R., Marler L.E., Mckee D.N. Willing and Able? The Screening and Adoption of Habitual Family Venture Opportunities, *Family Business Review*, 2022, vol. 35, pp. 126–139.
55. Von Schlippe A., Vienna H.F. The theory of social systems as a framework for understanding family businesses, *Family Relations*, 2013, vol. 62, pp. 384–398.
56. Wang B., Liang Q., Song L., Xu E. Institutional complexity and family business development: a case study of the Charoen Pokphand group, *Nankai Business Review International*, 2022, vol. 13, pp. 34–57.
57. Wang C., Pellegrini M.M., Czakon W., Gnan L., Flamini G. Opportunity recognition in family entrepreneurship: voluntaristic and deterministic orientations of individual cognitions, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 2020, vol. 32, pp. 101–122.
58. Yan J., Sorenson R. The effect of Confucian values on succession in family business, *Family Business Review*, 2006, vol. 19, pp. 235–250.
59. Zhang M., Li Y. Family fortunes: The persisting grandparents' effects in contemporary British society, *Social Science Research*, 2019, vol. 77, pp. 179–192.

Сведения об авторе:

Д.А. Рубан – кандидат геолого-минералогических наук, доцент Высшей школы бизнеса, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация. E-mail: ruban-d@mail.ru

Information about the author:

D.A. Ruban – Candidate of Geological and Mineralogical Sciences, Associate Professor of the Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation. E-mail: ruban-d@mail.ru

Статья поступила в редакцию	31.05.2024	The article was submitted	31.05.2024
Одобрена после рецензирования	31.08.2024	Approved after reviewing	31.08.2024
Принята к публикации	20.09.2024	Accepted for publication	20.09.2024