



Эмпирический анализ социально-психологического портрета преемника в семейном предпринимательстве

МУРЗИНА Юлия Сергеевна

ORCID: 0000-0002-8616-4422

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

ПОЗНЯКОВ Владимир Петрович

ORCID: 0000-0003-4524-4589

Институт психологии Российской академии наук, Москва, Россия

УТЕГЕНОВА Виктория Бахтияровна

ORCID: 0009-0005-7451-9221

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

КУЛАГИН Артём Владимирович

ORCID: 0009-0007-7604-6880

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. В условиях, когда 74% малого и среднего бизнеса России составляют семейные предприятия, проблема преемственности приобретает особую актуальность. Однако в отечественной науке фактически отсутствуют работы, в которых изучаются социально-психологические особенности потенциальных преемников. *Цель.* Целью работы стало выявление специфики психологических характеристик преемников семейного бизнеса, выражающих готовность продолжить семейное дело. Методологическую основу составил субъектно-деятельностный подход, системный подход, теория коллективного субъекта. *Метод.* Эмпирическая база включала 230 преемников семейного бизнеса и 728 студентов из семей, не связанных с предпринимательством. Применялся комплекс методик: «Опросник Большая Пятёрка-2» (*Big Five Inventory-2*) К. Сото, опросник «Якоря карьеры» Э. Шейна, «Шкала монетарных аттитюдов» Т. и Б. Клонц, «Шкала семейной сплочённости и адаптации» Д. Олсона. *Результаты.* Эмпирическое исследование показало, что преемники, желающие продолжить семейный бизнес, отличаются более выраженными экстраверсией, добросовестностью, креативностью, предпринимательской ориентацией, «инструментальным» отношением к деньгам, их семьи имеют высокий уровень сплочённости и эмоциональной связи. Преемники, не желающие продолжать семейный бизнес, отличаются повышенным уровнем нейротизма и отношением к деньгам как к статусу. Была выявлена специфика взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик: для преемников семейного бизнеса — это взаимосвязь с семейными отношениями; а для молодых людей из семей не предпринимателей — с карьерными ориентациями. Этот результат показал, что семейный бизнес — это коллективный субъект совместной жизнедеятельности, основой которого является построение сплочённых семейных отношений в совместной трудовой деятельности, благодаря чему формируется групповая идентичность и чувство «Мы». *Ценность результатов.* Исследование вносит вклад в реализацию государственных программ развития предпринимательства и может быть использовано для разработки образовательных программ подготовки преемников семейного бизнеса.

Ключевые слова: семейный бизнес, преемственность семейного бизнеса, преемник семейного бизнеса, социально-психологические характеристики преемников семейного бизнеса.

Введение

Вопрос преемственности в семейном бизнесе становится всё более актуальным для современной России. По оценкам Торгово-промышленной палаты РФ (далее ТПП) в 2021 г. численность семейных компаний от общего числа предприятий малого и среднего бизнеса достигла 74 %, что составляет около 6,59 млн компаний (Сайт Торгово-промышленной палаты, 2025). Результаты опроса, проведённого банками «ВТБ» и «Открытие», показали, что «каждый третий россиянин хотел бы вести собственный бизнес с членами семьи, а 70 % — передать по наследству или вовлечь в семейное дело детей» (Каждый третий россиянин... 2024, с. 7).

В рамках федеральной инициативы по развитию семейного предпринимательства каждый год открываются Центры семейного бизнеса. Вице-президент Торгово-промышленной палаты Е. Дыбова считает, что «стабильный семейный бизнес решает целый ряд важных государственных задач: обеспечение финансовой самостоятельности семьи; наставничество и преемственность; вовлечение молодого поколения в трудовую деятельность; создание устойчивых предприятий и семейных династий; формирование качественных условий для жизни всех ее членов» (Успешная семья как национальная идея, 2022).

Вместе с тем, в отечественном научном поле изучения семейного бизнеса (далее СБ) отсутствуют социально-психологические исследования характеристик преемников СБ. При этом международные данные указывают на важную роль личностных и мотивационных особенностей преемников в успешности передачи бизнеса (Basco, Gómez González, 2022). В России, по данным анализа базы e-Library, преемственность в бизнесе изучается, в основном, в экономическом и правовом контексте. Вопросы мотивации, идентичности, ролевых установок и ценностных ориентаций зачастую остаются вне поля внимания (Мурзина, Позняков, Шохов, 2025).

Развитие СБ напрямую связано с задачами устойчивого развития, это важно как для отдельных регионов России, так и для всей страны. Преемники СБ — это не просто кадровый ресурс, а носители особого «психологического кода», сочетающего в себе ценности семьи и предпринимательства. Их мотивация, отношение к риску, карьерные ожидания и поведенческие паттерны определяют будущее как конкретных предприятий, так и локальных сообществ. Поэтому изучение их социально-психологических характеристик критически важно для минимизации внутрисемейных конфликтов и формирования условий эффективной передачи управления.

Настоящее исследование направлено на восполнение обозначенного пробела в эмпирических исследованиях и создание научной базы для поддержки преемственности в компаниях СБ. Оно имеет не только теоретическое значение, но и выраженный практический потенциал — в контексте реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ до 2030 года (Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 №1083-р), а также программ ТПП и субъектов Федерации. *Цель исследования* — выявить и описать специфику социально-психологических характеристик преемников СБ, выражающих готовность к продолжению семейного дела.

Семейный бизнес есть сложная система, образованная как результат соединения двух генетически независимых систем (семьи и бизнеса), поэтому изучение портрета преемника будет происходить, в том числе, с учётом внутрисемейных отношений. Мы предлагаем рассматривать СБ как коллективный субъект, то есть как группу, состоящую из членов одной

семьи, которые ведут совместную трудовую деятельность и действуют как единое целое для достижения как семейных, так и целей бизнеса. Наиболее последовательно концепция «коллективного субъекта» была представлена в работах А. Л. Журавлёва. Автор выделил критерии, уровни развития и типы коллективного субъекта, а также рассмотрел формально-структурные и процессуальные характеристики коллективного субъекта (Журавлев, 2009).

Под *социально-психологическими характеристиками* понимаются психологические отношения преемников к себе (как субъекту предпринимательской деятельности), к самой предпринимательской деятельности и к внутрисемейным отношениям. Таким образом, психологические отношения — это феномены или характеристики сознания личности, осознаваемые психические явления, которые предшествуют реальному поведению личности и выражают готовность к этому поведению (Позняков, 2018). В нашем исследовании предполагается комплексное изучение отношений преемников в системе взаимосвязанных и взаимовлияющих элементов: (1) личность — (2) деятельность — (3) групповой субъект.

Таким образом, изучению подлежат три вида психологических отношений:

- 1) отношение к себе (личностные особенности) преемников,
- 2) отношение к предпринимательской деятельности (мотивы профессиональной деятельности, монетарные установки),
- 3) отношение к бизнес-семье (сплочённость и адаптивность семейной структуры).

Теоретический обзор

Проблема преемственности в СБ является актуальной для семейных компаний во всем мире, поскольку многие из них сталкиваются с трудностями при передаче дел следующему поколению. Эмпирические данные свидетельствуют о резком снижении показателей преемственности по мере смены поколений: около 30 % семейных компаний переходят от основателя ко второму поколению, около 13 % — к третьему, и менее 3–5% продолжают функционировать в четвёртом поколении (Aronoff, 2016; Family Business Facts, 2022). По данным опросов российских предпринимательских семей, примерно пятая часть молодых наследников не планирует принимать бизнес родителей, мотивируя это отсутствием интереса к сфере деятельности или недостатком знаний и компетенций для управления фирмой (Демешкин, 2022).

Несмотря на значительный вклад СБ в экономику большинства стран мира, устойчивость семейных предприятий во временной перспективе остаётся крайне ограниченной. Приостановка деятельности связывается, прежде всего, с утратой преемственности. Однако дети из семей предпринимателей, всё же чаще выбирают предпринимательскую карьеру по сравнению с детьми из семей наёмных работников. В некоторых случаях потенциальные преемники сознательно избегают продолжения профессиональной деятельности родителей (Li, Wang, 2024). Это указывает на важность изучения условий формирования у молодёжи — наследников бизнеса — готовности и стремления принять семейное дело. Настоящий обзор обобщает зарубежные исследования (за последние пять лет) внутренних и внешних (средовых) социально-психологических факторов, способствующих развитию преемственного поведения у детей из бизнес-семей.

Как считают исследователи, низкие показатели выживаемости СБ объясняются сложной взаимосвязью между внутрисемейными и бизнес-факторами. Согласно данным глобального исследования компании KPMG¹ по проекту «Успешные практики предпринимательства, передающиеся из поколения в поколение» (*The Successful Transgenerational Entrepreneurship*

¹ В 2022 году российское подразделение KPMG вышло из международной сети и продолжило работу в России как самостоятельная отечественная компания. Новое название: Акционерное общество «Кэпт» (Kept). — *Прим. редактора.*

Practices, STEP Project), более 70 % владельцев семейных предприятий не располагают формализованной стратегией передачи управления и собственности. Это критически снижает готовность компаний к переходу на новый этап жизненного цикла (KPMG, 2019). Согласно Н. Чанчотиян и К. Асаванант, основными факторами низкой готовности преемников к принятию управления являются как семейные (отсутствие обучения, плана преемственности), так и бизнес-факторы (отсутствие профессионального управления, использование бизнес-ресурсов для личных нужд семьи) (Chanchotiyana, Asavanant, 2020).

Результаты сравнительного анализа позволяют выделить три группы факторов, определяющих успешность передачи бизнеса:



Рисунок 1. Факторы успешной передачи бизнеса. Источник: Basco, Gómez González, 2022

Таким образом, проблема межпоколенческой передачи СБ требует комплексного подхода, сочетающего социально-психологический анализ, институциональные преобразования и стратегическую подготовку как основателя, так и будущего преемника. Такой комплексный подход позволяет учитывать не только экономические и правовые аспекты, но и глубинные личностные, внутрисемейные процессы, влияющие на успешность передачи бизнеса.

В предыдущем нашем теоретическом исследовании был представлен анализ научных направлений в изучении социально-психологических особенностей преемников СБ (Мурзина, Позняков, Шохов, 2025). С опорой на интегративную модель И. Ле Бретон-Миллер, были описаны четыре группы изучаемых характеристик преемников СБ: отношения в бизнес-семьях, мотивация, компетентность, личностные характеристики. В настоящей работе мы расширим ранее предложенный перечень (пункты 1-3) и включим в типологию внешние социально-психологические факторы, формирующие преемственное поведение (пункты 4-6).

1. Отношения в бизнес-семье. Открытое обсуждение дел фирмы в семье, вовлечение детей в принятие решений по мере взросления способствует развитию у них чувства принадлежности. Когда родители делятся с детьми своим видением, успехами и даже проблемами бизнеса, у молодых людей формируется более реалистичное и позитивное представление о предпринимательстве. Напротив, скрытность или авторитарный стиль общения могут приводить к отчуждению наследников. Исследования подчёркивают, что именно сочетание доверительных отношений и уважение к семейным ценностям транслирует «предпринимательский дух». В таких семьях дети с юных лет усваивают как практические навыки управления, так и ценности — всё это побуждает их принять бизнес-эстафету (Soleimanof, Morris, Jang, 2021).

2. *Личностные характеристики преемников.* Исследователи отмечают, что успешное вхождение молодого поколения в бизнес во многом зависит от определённых черт личности преемника. К таким чертам относят высокие показатели экстраверсии, открытости новому опыту, доброжелательности и добросовестности. Эти черты положительно коррелируют с успешной реализацией сценария преемственности, тогда как высокий уровень нейротизма, напротив, снижает шансы на удачный переход фирмы (Ahmad, Chan, Oon, 2023).

Среди личностных предикторов успешной преемственности авторы также выделяют проактивность, психологический капитал. Концепция проактивной личности характеризует людей, которые сами ищут возможности и берут инициативу, а не пассивно реагируют на обстоятельства. Высокая проактивность у молодых людей связана с более выраженными предпринимательскими намерениями и большей вероятностью реализовать их на практике. Психологический капитал — это совокупность личностных ресурсов, включающая уверенность в себе, оптимизм, настойчивость и жизнестойкость (Baluku et al., 2020). Исследования показывают, что у молодых людей с высоким уровнем этих ресурсов намерения заняться бизнесом формируются легче и чаще воплощаются в реальные действия. Как показывают авторы, проактивность и психологический капитал можно развивать, например, через образовательные программы по предпринимательству, что делает их важной точкой приложения усилий для обеспечения преемственности.

Классические психологические характеристики личности предпринимателя также находят подтверждение и для наследников СБ: к ним относят высокую потребность в достижении, склонность к оправданному риску, внутренний локус контроля (убеждённость в своей способности влиять на исход событий). Наличие у молодого человека здоровой готовности идти на обоснованный риск и стремления добиваться результатов рассматривается как важный фактор, побуждающий его выбрать путь предпринимателя. Авторы отмечают, что уверенность в собственных управленческих навыках, ощущение самоэффективности в контексте СБ оказывают существенное влияние на намерение принять бразды правления фирмой (Mousa, Wales, Harper, 2023).

3. *Идентификация с родителями.* Родители-предприниматели служат для детей первыми ролевыми моделями бизнеса. Эмоциональное отношение родителей к своему делу способно передаваться следующему поколению. Если ребёнок воспринимает своего родителя как страстно увлечённого своим бизнесом, у него формируется более позитивное отношение к предпринимательской деятельности. В семьях с открытой коммуникацией и одновременно чёткими ценностями влияние родительской ролевой модели на установки детей усиливается (Zhang, Liu, 2023). Напротив, отсутствие в семье доверительного диалога о бизнесе, профессиональные стрессы родителей формируют отрицательное восприятие предпринимательства.

Качественные исследования показали, что ключевым фактором, определяющим выбор карьерного пути наследников СБ, является их «предпринимательское осмысление» опыта детства — совокупность выводов и смыслов, которые ребёнок вынес из наблюдения за бизнесом семьи (Burrows, 2023). Индивидуальные особенности ребёнка (например, сильный тип нервной системы) в сочетании с особенностями семейной системы (ценностями, стилем воспитания, вовлечением в дела фирмы) определяют, будет ли это осмысление носить позитивный характер и вдохновлять, либо окажется негативным и оттолкнёт от карьеры предпринимателя (там же). Таким образом, семейная атмосфера, в которой бизнес преподносится как ценность и возможность, а не как бремя, во многом предопределяет преемственность.

4. *Инструментальная поддержка семьи* — материально-техническая поддержка, которую родители-предприниматели оказывают молодому поколению. Исследования подтверждают, что инструментальная поддержка со стороны родителя-предпринимателя (предоставле-

ние материальных ресурсов) значительно повышает намерение детей продолжать бизнес. В частности, анализ выборки из 7798 дочерей владельцев компаний показал, что поддержка родителей положительно сказывается на намерениях дочерей стать преемницами в бизнесе (Clinton et al., 2024). Кроме этого, предоставление организационных ресурсов и рекомендаций (Nisa, Padmalia, 2024), обучение бизнесу и наставничество значимо формируют предпринимательские намерения (Cater, Young, 2022).

5. *Социальные ожидания.* В формировании преемственного поведения значима оценка социального окружения: если важные для молодого человека социальные группы одобряют идею продолжения им СБ, то бизнес-намерения усиливаются. Так, ожидания семьи о продолжении династии в сочетании с уверенностью наследника в своих силах образуют благоприятный фон для преемственных намерений (Porfirio, Felício, Carrilho, 2021). В целом, если предпринимательство в обществе ценится и поощряется, дети предпринимателей получают положительное подкрепление своему выбору от широкой среды и с большим желанием продолжают семейное дело. Иначе, никакие семейные ожидания и традиции не выдержат давления негативных социальных стереотипов (там же).



Рисунок 2. Социально-психологические факторы, формирующие преемственное поведение.
Источник: составлено авторами

6. *Гендерные стереотипы.* В семьях с традиционными устоями дочери могут изначально рассматриваться как менее предпочтительные преемники, что снижает их мотивацию. Международные данные подтверждают существование «гендерного разрыва» в странах с высоким неравенством полов. Намерения дочерей продолжить СБ заметно ниже в таких странах. Например, в Китае существует предпочтение сыновей и игнорирование дочерей при передаче бизнеса (Su, Dou, 2025). При благоприятных условиях и поддержке семьи дочери способны столь же успешно вступить в дело, как и сыновья (Clinton et al., 2024).

Визуализируем описанные нами факторы на Рисунке 2. В завершение теоретического анализа подчеркнём, что перечисленные качества преемников формируются и проявляются во взаимодействии с социальной средой (микро, мезо-, макро). Так, находит своё воплощение идея Б. Ф. Ломова о том, что психическое может быть понято только на основе системного подхода — рассмотрения во множестве внешних и внутренних отношений (Ломов, 1984). Например, одобрение значимых людей способно усилить действие личностных факторов, а высокий семейный капитал (знания, связи, репутация) может компенсировать отдельные

пробелы в индивидуальных компетенциях наследника (Basco, Gómez González, 2022). В идеале, когда сочетаются благоприятная внешняя среда и определённые личностные характеристики преемника, результатом почти неизбежно становится готовность продолжить династию в СБ.

Таким образом, психологический портрет успешного преемника зависит от ряда социально-психологических факторов, способных усилить или ослабить преемственное поведение. Проведённый нами анализ литературы показывает, что формирование готовности продолжить СБ у детей предпринимателей носит комплексный характер, обусловленный взаимосвязью разноуровневых факторов: от государственной политики в области поддержки предпринимательства до особенностей воспитания, отношений в семье, а также индивидуальных черт личности. Представленные теоретические положения позволяют сформулировать эмпирические гипотезы исследования:

Н1: существуют значимые различия между социально-психологическими характеристиками преемников с разным уровнем готовности продолжать СБ: молодые люди, демонстрирующие высокие показатели по экстраверсии, добросовестности, эмоциональной связи с семьей и предпринимательскую ориентацию, будут чаще выражать готовность к продолжению СБ.

Н2: в группах сравнения характер взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик различен: для преемников желание продолжать СБ значимо взаимосвязано с особенностями семейных отношений, в то время как для молодых людей из семей не предпринимателей — с мотивацией профессиональной деятельности.

С теоретической точки зрения данное исследование направлено на составление социально-психологического портрета российского преемника СБ, готового продолжать семейное дело. Это позволит углубить понимание психологических условий формирования предпринимательских намерений молодежи именно в нашей стране, с учётом национальной специфики. С точки зрения практики, полученные знания помогут в работе с бизнес-семьями на этапе выбора и последующего обучения преемников.

Материалы и методы

Выборка

Выборка исследования составила 958 молодых людей — студентов вузов. В логике проверки выдвинутых гипотез выборка была поделена на две группы:

«Потенциальные преемники» — 230 человек (70,43% женского и 29,57% мужского пола) — студенты вузов, которые являются членами семьи действующих предпринимателей. Возраст респондентов: 18-20 лет (56,09%), 20-25 лет (39,13%), старше 30 лет (4,78%). Место проживания (вуз обучения): Тюмень, ТюмГУ (66,52%); Нижний Новгород, ННГУ (12%); Тобольск, ТюмГУ (9,57%); Краснодар, КубГУ (5,21%); Москва и Московская область, МГЛУ, ВШЭ, РАНХиГС (2,61%); Ярославль, Ярославская область, ЯрГУ (2,17%) и другие города и вузы (1,92%).

«Группа сравнения» — 728 человек (72,94% женского и 27,06% мужского пола) – студенты вузов, чьи семьи никак не связаны с предпринимательской деятельностью. Возраст респондентов: 18- 20 лет (64,97%), 20-25 лет (32,01%), старше 30 лет (3,02%). Место проживания (вуз обучения): Тюмень, ТюмГУ (62,54%); Нижний Новгород, ННГУ (14,74%); Тобольск, ТюмГУ (9,89%); Краснодар, КубГУ (2,75%); Москва и Московская область (МГЛУ, ВШЭ, РАНХиГС (4,95%); Ярославль, Ярославская область, ЯрГУ (3,98%) и другие города и вузы (1,15%).

Методы исследования

Пятифакторный личностный опросник **«Опросник Большая пятёрка-2»** (*Big Five Inventory-2*) К. Сото и О. Джон, психометрическую проверку которой провёл А. Ю. Калугин с коллегами (Soto, John, 2017; Калугин и др., 2021).

Методика **«Якоря карьеры»** (*Career Anchors*) Э. Шейна, перевод и адаптация В. А. Чикер, В. Э. Винокурова (Schein, 1966; Чикер, 2003).

«Шкала монетарных аттитюдов» (*Klontz Money Script Inventory*) Б. и Т. Клонц, адаптированный Д. А. Баязитовой и Т. А. Лапшовой (Klotz et al., 2011; Баязитова, Лапшова, 2017).

«Шкала семейной сплочённости и адаптации» (*FACES-3*) Д. Олсона, Дж. Портнера и И. Лави, переведённая и адаптированная Э. Г. Эйдемиллером (Olson et al., 1985; Эйдемиллер и др., 2006).

Для исследования предпринимательских намерений был включён закрытый вопрос **«Хотели ли бы Вы продолжить существующий семейный бизнес (стать преемником)? Если бизнеса нет, то хотели ли бы Вы сами создать семейный бизнес?»**. Оценка осуществлялась через выбор одного из пяти вариантов: нет; скорее нет; не уверен; скорее да; да.

Дополнительно собирались данные по контролируемым переменным: пол; возраст; образование, место проживания, вуз обучения, образовательная программа.

Схема проведения исследования

Сбор данных происходил в виде онлайн-опроса на платформе «Я-формы». Опрос проводился в учебных аудиториях под наблюдением педагога и занимал около 40 минут. Обработка первичных данных проходила в программе MS Excel, последующая статистическая и математическая обработка — с использованием объектно-ориентированного языка программирования *Python* (библиотеки: *pandas*, *numpy*, *scipy*). В целях удобства математической обработки была проведена предварительная нормировка исходных данных на 100-бальную шкалу. Чтобы корректно выбрать последующие методы обработки данных, был проведён тест Колмогорова — Смирнова для проверки нормальности распределения. Результаты проверки выявили, что данные не близки к теоретическому нормальному распределению. В связи с этим принято решение использовать непараметрические методы обработки. Проверка гипотезы о различиях осуществлялась с применением критерия Манна — Уитни; проверка гипотезы о взаимосвязи — с помощью критерия Спирмена. Оценка величины эффекта при сравнении групп вычислялась коэффициентом d Коэна.

Результаты

Для оценки предпринимательских намерений молодых людей из семей предпринимателей были подсчитаны частоты выбора вариантов ответа на вопрос **«Хотели ли бы Вы продолжить существующий СБ?»**. Частота выбора представлена на Рисунке 3.

На основе ответов (Рисунок 3) испытуемые были поделены на две группы сравнения:

1) те, кто выразил нежелание к продолжению СБ (ответы «нет» и «скорее нет»), были отнесены в группу *потенциальных преемников СБ* ($N = 50$);

2) выразившие желание к продолжению СБ (ответы «да», «скорее да») — в группу *реальных преемников* ($N = 146$).

Данные испытуемых, выразивших неуверенность (ответ «не уверен»), не использовались в статистической обработке при проверке гипотезы 1.

Для проверки первой гипотезы оценка значимости различий социально-психологических характеристик преемников СБ с разным уровнем предпринимательских намерений

происходила с применением критерия Манна — Уитни и расчётом силы эффекта критерием d Коэна (Табл. 1).

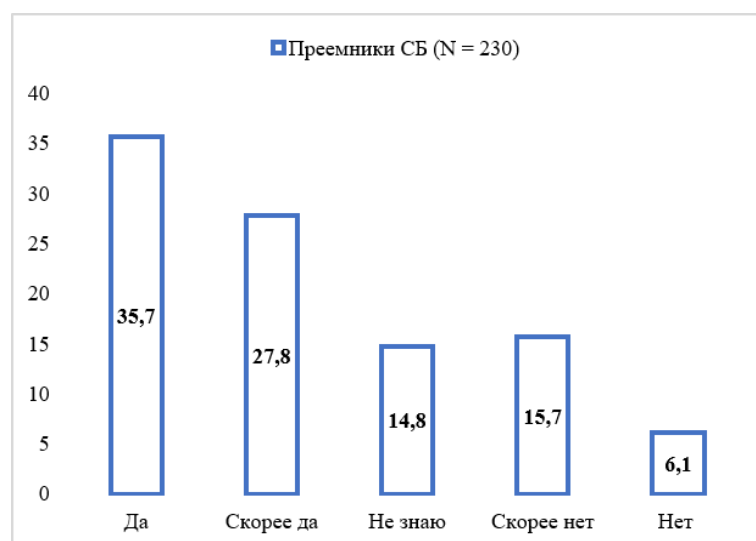


Рисунок 3. Оценка предпринимательских намерений (желания продолжать СБ), %.
Источник: составлено авторами

Таблица 1. Сравнение значимости различий социально-психологических характеристик преемников СБ тестом Манна — Уитни

Переменные	Реальные преемники СБ, M (SD) N = 146	Потенциальные преемники СБ, M (SD) N = 50	U-test, p-level	Coehen's d
Личностные черты				
Экстраверсия (Е)	66.00 (16.33)	6.30 (16.63)	u = 101035. p < .001	.35
Общительность (Е 1)	63.05 (22.22)	59.81 (21.21)	u = 91416. p = .03	.15
Настойчивость (Ассертивность) (Е 2)	67.61 (18.17)	59.49 (19.91)	u = 103546. p < .001	.43
Энергичность (Е 3)	67.33 (19.03)	61.62 (19.17)	u = 97895. p < .001	.30
Доброжелательность (Склонность к согласию) (А)	7.45 (13.30)	69.78 (14.17)	u = 84736. p = .78	.05
Сочувствие (А 1)	73.92 (19.04)	74.92 (18.14)	u = 81113. p = .47	-.05
Уважительность (А 2)	79.90 (14.20)	77.11 (16.45)	u = 9059. p = .06	.18
Доверие (А 3)	57.55 (17.59)	57.32 (17.87)	u = 83897. p = .96	.01
Добросовестность (Контроль импульсивности) (С)	66.23 (13.92)	62.86 (15.05)	u = 93175. p = .01	.23
Организованность (С 1)	73.31 (18.75)	7.29 (2.07)	u = 90458. p = .0642	.16
Продуктивность (С 2)	69.24 (18.84)	64.42 (19.41)	u = 94224. p = .004	.25
Ответственность (С 3)	56.15 (11.93)	53.87 (13.16)	u = 91365. p = .03	.18
Негативная эмоциональность (Нейротизм) (N)	37.74 (17.98)	42.31 (18.50)	u = 71337. p = .0007	-.25
Тревожность (N 1)	47.07 (22.79)	5.86 (23.82)	u = 76153. p = .04	-.16
Депрессивность (N 2)	29.35 (2.79)	34.75 (21.71)	u = 7155. p = .0008	.09
Эмоциональная изменчивость (Эмоциональная волатильность) (N 3)	36.79 (22.20)	41.31 (22.23)	u = 74557. p = .01	-.20
Открытость опыту (О)	69.69 (14.64)	66.98 (15.21)	u = 92341. p = .02	.18
Эстетичность (О 1)	67.01 (24.00)	67.27 (22.84)	u = 83149. p = .88	-.01
Любознательность (О 2)	69.89 (15.42)	68.55 (15.88)	u = 87118. p = .35	.09
Творческое воображение (Личностная креативность) (О 3)	72.17 (19.69)	65.13 (2.43)	u = 100482. p < .001	.35

Ценностные ориентации в карьере

Профессиональная компетентность	47.10 (21.88)	45.69 (15.50)	$u = 3836, p = .59$	.06
Менеджмент	66.33 (23.00)	63.11 (19.18)	$u = 3998, p = .32$	.12
Автономия (независимость)	7.81 (2.02)	64.80 (2.95)	$u = 432, p = .05$	.18
Стабильность работы	57.79 (27.88)	58.96 (25.99)	$u = 3698, p = .89$	.05
Служение	72.79 (21.47)	68.44 (2.58)	$u = 4204, p = .11$	.16
Вызов	58.81 (24.13)	57.69 (2.97)	$u = 3764, p = .74$	-.03
Интеграция стилей жизни	71.23 (19.20)	69.51 (14.79)	$u = 4146, p = .15$	.09
Предпринимательство	73.67 (23.86)	57.33 (2.74)	$u = 527, p < .001$	.44
Стабильность места жительства	41.70 (26.56)	39.69 (2.53)	$u = 3822, p = .62$	.15

Отношение к деньгам

Избегание денег	21.39 (22.43)	22.64 (19.16)	$u = 5358, p = .45$	-.06
Деньги как статус	32.35 (21.75)	37.48 (22.34)	$u = 2946, p = .04$	-.23
Поклонение деньгам	55.66 (21.32)	59.86 (2.34)	$u = 548, p = .60$	-.20
Обеспокоенность деньгами	53.39 (22.00)	57.34 (14.94)	$u = 527, p = .35$	-.21

Семейные отношения

Семейная сплочённость	67.53 (11.43)	58.50 (16.11)	$u = 4866, p < .001$	.65
Эмоциональная связь	82.19 (18.11)	63.66 (28.66)	$u = 5062, p < .001$	.77
Контроль	69.52 (15.89)	64.50 (26.85)	$u = 3774, p = .72$	.23
Друзья	79.79 (2.96)	75.00 (25.50)	$u = 3978, p = .31$	.20
Дисциплина	62.50 (21.60)	53.00 (22.99)	$u = 455, p = .008$	.43
Семейные границы	42.81 (23.58)	4.50 (23.79)	$u = 3708, p = .87$	.10
Семейная адаптация	6.00 (14.38)	5.00 (16.09)	$u = 4814, p = .0008$	.66
Лидерство	6.45 (25.59)	41.00 (2.47)	$u = 5142, p = .0000$	.84
Роли	55.14 (2.16)	46.66 (21.08)	$u = 4392, p = .03$	.41
Время	72.26 (23.61)	58.00 (34.44)	$u = 4434, p = .02$	.48
Интересы и отдых	55.31 (18.73)	57.00 (23.74)	$u = 3294, p = .29$	-.08
Правила	49.66 (27.60)	43.00 (3.43)	$u = 4128, p = .15$	.23
Принятие решений	8.48 (22.38)	66.00 (32.31)	$u = 460, p = .003$	.52

Примечание: жирным шрифтом отмечены статистические значимые различия с умеренной силой эффекта.



Рисунок 4. Социально-психологический портрет преемника, желающего продолжить СБ (с указанием силы эффекта d Коэна). Источник: составлено авторами. **Примечание:** курсивом отмечены отрицательные эффекты Коуэна, то есть характеристики несвойственные реальным преемникам

Согласно обозначенной в начале работы методологии субъектно-деятельностного подхода визуализируем данные Табл. 1 в логике взаимодействия трёх систем: (1) личность — (2) деятельность — (3) групповой субъект. Для построения Рисунка 4 будут использованы только значимые различия между двумя группами, измеряемые силой эффекта критерия d Коуэна.

Для проверки второй гипотезы о различии характера взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик статистическая обработка производилась отдельно по двум группам сравнения: молодые люди из бизнес-семей и их сверстники из семей, не связанных с бизнесом. Результаты обработки методом ранговой корреляции R_s Спирмена приведены в Табл. 2 А и Б.

Таблица 2. Коэффициенты ранговой корреляции для двух групп сравнения

А. Респонденты из семей предпринимателей ($N = 230$)		Б. Респонденты из семей не предпринимателей ($N = 728$)	
Социально-психологические характеристики	Предпр. намерения (желание продолжать СБ)	Социально-психологические характеристики	Предпр. намерения (желание создавать СБ)
Предпринимательство	$R_s = .427^*$	Предпринимательство	$R_s = .388^*$
Эмоциональная связь	$R_s = .304^*$	Менеджмент	$R_s = .273^*$
Семейная сплочённость	$R_s = .256^*$	Вызов	$R_s = .196^*$
Лидерство	$R_s = .252^*$	Служение	$R_s = .184^*$
Принятие решений	$R_s = .251^*$	Продуктивность (С 2)	$R_s = .155^*$
Творческое воображение (Личн. креативность) (О 3)	$R_s = .212^*$		
Время	$R_s = .209^*$		
Семейная адаптация	$R_s = .203^*$		
Роли	$R_s = .171^*$		
Энергичность (Е 3)	$R_s = .17^*$		
Открытость опыту (О)	$R_s = .167^*$		
Дисциплина	$R_s = .162^*$		
Автономия (независимость)	$R_s = .153^*$		
Общительность (Е 1)	$R_s = .152^*$		
Организованность (С 1)	$R_s = .149^*$		
Сочувствие (А 1)	$R_s = .148^*$		
Добросовестность (Контроль импульсивности) (С)	$R_s = .148^*$		
Тревожность (N 1)	$R_s = -.162^*$		
Депрессивность (N 2)	$R_s = -.162^*$		
Стабильность работы	$R_s = -.162^*$		
Негат. эмоциональность (Нейротизм) (N)	$R_s = -.168^*$		

Примечание: * — $p \leq 0,05$. В таблицу 2 вошли только коэффициенты корреляции, значения которых приближаются к 0,2 и уровень значимости достаточный для рассмотрения ($p \leq 0,05$). Жирным шрифтом в таблице выделены коэффициенты $R_s \geq 0,20$.

Обсуждение результатов

Как было показано в исследовании И. А. Демешкина (2022), лишь пятая часть молодых наследников не планирует принимать бизнес родителей. В нашем исследовании данная

статистика подтверждается — 21% опрошенных молодых людей из семей предпринимателей не хотели бы продолжить семейное дело (Рисунок 3: ответы «Нет», «Скорее нет»). Сравнивая эти данные с мировыми показателями, можно сделать вывод, что российские преемники всё же более ориентированы на включение в семейные компании.

Так, исследование компании ПрайсуотерхаусКупер показало, что только 30–50% представителей нового поколения в деловых семьях выражают заинтересованность в продолжении СБ (Family Business Survey, 2021). Результаты нашего исследования показывают, что 63,4% преемников готовы продолжить СБ (Рисунок 3: ответы «Да», «Скорее да»). Выявленную закономерность можем объяснять предположением, что российские бизнес-семьи более эмоционально связаны, сплоченны по сравнению с европейскими. Сравнительное исследование семейных отношений производилось в проекте академического консорциума InterGen, в котором было показано, что именно особенности семейных отношений («семейная поддержка») значимо коррелируют с желанием молодёжи продолжать СБ в разных странах (Murzina, Pavlov, 2022).

Проверка первой гипотезы

Перейдем к описанию личностных особенностей преемников СБ и проверке первой гипотезы. Для удобства структурируем описание значимых различий (Табл. 1), выделив семь содержательных блоков:

1. Экстраверсия

Реальные преемники демонстрируют более высокие показатели по общей экстраверсии (E), а также по субшкалам: настойчивость (E2), энергичность (E3) ($p < 0,01$; $d = 0,35$; $0,43$ и $0,30$ соответственно). Величина эффекта d Коэна варьируется от $0,30$ до $0,43$, что указывает на умеренную и устойчивую разницу между группами. Полученные результаты аналогичны эмпирическим выводам М. А. Ахмеда, М. С. Хаттака, М. Анвара, показавшим, что у студентов из Пакистана экстраверсия значимо взаимосвязана с предпринимательскими намерениями (Ahmed, Khattak, Anwar, 2022). З. Ахмад с коллегами также отмечают, что экстраверсия является ключевым предиктором успешности в бизнес-среде, поскольку включает такие важные компоненты, как коммуникативные навыки, социальную активность и лидерский потенциал (Ahmad, Chan, Oon, 2023). В контексте СБ эти качества приобретают особое значение, так как преемнику необходимо постоянно взаимодействовать как с членами семьи, так и с внешними партнёрами.

Более высокие показатели по субшкале настойчивости (E2) у реальных преемников можно объяснить их активной вовлечённостью в бизнес-процессы. Как показывают исследования М. Н. Медина-Крэйвен, Э. Г. Маретт и С. Э. Дэвис, ассертивность напрямую связана с готовностью брать на себя ответственность и отстаивать свою позицию в сложных управленческих ситуациях (Medina-Craven, Marett, Davis, 2022). Энергичность (E3), в свою очередь, отражает общий уровень вовлечённости и энтузиазма, что критически важно для долгосрочного управления семейным предприятием.

2. Добросовестность

Реальные преемники имеют более высокие баллы по добросовестности (C) и продуктивности (C2) ($p < 0,001$; $d = 0,23$; $0,25$ соответственно). Величина эффекта указывает на устойчивую, хотя и не очень большую разницу между группами. Конструкт добросовестности, включающий такие аспекты, как самодисциплина, организованность и ориентация на достижения, неоднократно признавался исследователями ключевым предиктором успешности в предпринимательской деятельности (Antoncic et al., 2018). М. А. Ахмед, М. С. Хаттак,

М. Анвар также подтверждают этот вывод (Ahmed, Khattak, Anwar, 2022). В контексте СБ эти качества приобретают особую значимость, так как преемнику необходимо совмещать множество ролей и обязанностей. Более высокие показатели продуктивности (С2) у реальных преемников могут объясняться их непосредственным участием в операционном управлении бизнесом. Как отмечает И. Ле Бретон-Миллер, именно практический опыт работы в семейной компании способствует развитию таких качеств, как целеустремленность и работоспособность (Le Breton-Miller, 2004). Потенциальные преемники, не желающие принимать СБ, демонстрируют меньшую выраженность добросовестности (С) и продуктивности (С2).

3. Нейротизм

Потенциальные преемники, не стремящиеся работать в семейных компаниях, демонстрируют более высокий уровень нейротизма (N) ($p < 0,01$, $d = -0,25$). Величина эффекта d Коэна $-0,25$ указывает на небольшую, но устойчивую разницу между группами. Эти данные согласуются с результатами исследования З. Ахмада с коллегами, где нейротизм выделяется как фактор, снижающий успешность передачи СБ преемнику (Ahmad, Chan, Oon, 2023). Показано также, что нейротизм отрицательно связан с предпринимательскими намерениями и является значимым предиктором избегания риска при принятии решений (Ahmed, Khattak, Anwar, 2022). В контексте СБ это особенно важно, поскольку преемнику приходится сталкиваться с повышенной ответственностью и необходимостью балансировать между семейными и деловыми интересами. Исследования подтверждают, что потенциальные преемники оценивают себя как менее счастливых и более тревожных, что может быть связано с неопределённостью их будущей роли в бизнесе (Bakracheva et al., 2020). Не показали значимого эффекта ($d < 0,2$), но обнаружили достаточный уровень значимости различий ($p \leq 0,05$) субшкалы N1, N2, N3. Это может означать, что потенциальные преемники имеют большую неуверенность в собственной компетентности, боясь подвести семью (N1); больше подвержены печальным мыслям, грусти, унынию, разочарованию (N2) и испытывают эмоциональную изменчивость (N3), что свидетельствует, скорее всего, о трудностях в регуляции эмоций и подверженности стрессовым ситуациям.

4. Креативность

Реальные преемники показывают более высокие результаты по субшкале творческого воображения (O3). Величина эффекта составляет 0,35 при $p < 0,001$, что указывает на умеренную разницу между группами. Теоретический анализ показывает, что креативность играет важную роль в стимулировании инноваций в бизнесе: создаются новые предложения товаров или услуг; разрабатываются эффективные стратегии управления бизнесом (Badrun, Syukur, 2024). В целом, креативность предпринимателя обеспечивает лучшее выживание компании и больший финансовый результат (Sya'bania et al., 2022). Как отмечает М. Дух, именно креативность позволяет преемникам находить нестандартные решения проблем, с которыми сталкивается семейное предприятие при переходе управления (Duh, 2014). Эмпирические результаты подтверждают эти выводы: открытость опыту положительно взаимосвязана с предпринимательскими намерениями у молодёжи (Ahmed, Khattak, Anwar, 2022). Высокие показатели по субшкале творческое воображение (O3) у реальных преемников могут объясняться их вовлечением в предпринимательскую деятельность, что естественным образом стимулирует их познавательную активность и готовность к экспериментам, позволяет переосмысливать традиционные подходы к ведению бизнеса и предлагать новые идеи.

5. Предпринимательская ориентация в карьере

Реальные преемники демонстрируют значительно более выраженную ориентацию на предпринимательство ($p < 0,001$, $d = 0,44$). Разница между группами является статистически значимой и имеет существенную величину эффекта. Эти результаты полностью согласуются с тем, что в группу реальных преемников были отнесены именно молодые люди, выразившие желание продолжить СБ. Важно, что именно этот мотив профессиональной деятельности стал столь существенно значимым при делении преемников на группы — это подтверждает правомерность использования нами вопроса-фильтра о желании продолжить СБ (Рисунок 3). Результат согласуется с теорией якорей карьеры Э. Шейна, где предпринимательская ориентация рассматривается как ключевой фактор готовности брать на себя риски и ответственность. Исследование С. Р. Сардешмух и А. К. Корбетт подчёркивало, что именно «предпринимательский дух» отличает успешных преемников, позволяя им не просто сохранять, но и развивать СБ (Sardeshmukh, Corbett, 2011). Как выше показывал теоретический анализ, выраженная предпринимательская ориентация может быть следствием раннего вовлечения преемника в бизнес-процессы (Nisa, Padmalia, 2024; Cater, Young, 2022); наличия позитивных ролевых моделей (Zhang, Liu, 2023); возможности реализовывать собственные инициативы в рамках СБ (Ahmad, Chan, Oon, 2023).

6. Отношение к деньгам как к статусу

Потенциальные преемники, не желающие продолжать СБ, относятся к деньгам как к статусу ($p < 0,05$, $d = -0,23$). Величина эффекта d Коэна, равная $-0,23$, показывает небольшую, но устойчивую разницу между группами. Следовательно, молодые люди, отказывающиеся от работы на благо семьи, больше склонны оценивать людей в зависимости от их социально-экономического статуса. Авторы методики «Шкала монетарных аттитюдов» Б. Клонц и Т. Клонц полагают, что высокий уровень данного фактора может быть связан с низким экономическим уровнем в прошлом. Для преемников СБ это может быть выражено в ограничении или недостаточном финансировании со стороны семьи в детском и подростковом возрасте. В таком случае, как указывают авторы методики, стремление к личному финансовому обогащению сопровождается большей готовностью идти на риск и чрезмерной трате денег (при их появлении). В целом, такие люди абсолютизируют ценность денег: считают, что именно деньги придают смысл их жизни, а успех измеряют в размере полученного дохода. Соответственно, для реальных преемников СБ эти характеристики менее свойственны. Предыдущие наши исследования показали, что для успешных владельцев СБ как раз характерно «спокойное» отношение к деньгам — они не воспринимают деньги как самоцель ведения бизнеса — это помогает им сохранить бизнес в сложные экономические периоды (Мурзина, 2021). Согласно религиозной традиции христианства, в том числе и православного предпринимательства, ценность личного богатства (его накопительство и избыточность) является антиценностью (Мурзина, Шитиков, Иброгимов, 2020). Поэтому не возвеличивание денег реальными преемниками СБ вполне укладывается в эту логику: для них успех измеряется не в быстрых заработках, а в добром имени СБ, долгосрочных отношениях с клиентами и качественно выполненной работе. Напомним, что именно эти ценности являются «базовыми» для СБ. В связи с этим, предлагаем ввести понятие «инструментальное отношение» к деньгам, что подчёркивает их утилитарность — деньги являются средством платежа; результатом честно выполненной работы.

7. Семейные отношения

Реальные преемники демонстрируют значительно более высокие показатели по шкалам семейной сплочённости, эмоциональной связи, адаптации и лидерства ($p < 0,001$, $d = 0,41$

— 0,84). Величина эффекта является очень существенной, особенно для показателей эмоциональной связи ($d = 0,77$) и лидерства ($d = 0,84$). Эти данные согласуются с результатами Г. Бозер, который отмечает, что личные отношения членов СБ имеют большое влияние на преемственность: для эффективной передачи бизнеса необходимы сплочённость членов бизнес-семьи, адаптируемость семейной культуры и высокая семейственность (групповая идентификация) (Bozer et al., 2017). Исследования С. Рахмани подчёркивают, что именно эмоциональная связь между поколениями создает основу для передачи не только бизнеса, но и семейных ценностей и традиций (Rahmani et al., 2023).

Вероятно, в показателях высокой эмоциональной связи мы видим проявление идентификации с родителем-предпринимателем, что и способствует желанию продолжать СБ. Как было показано выше, открытая коммуникация и понятные ценности помогают родителям передавать свою «страсть» к работе и вовлекать в эту деятельность детей (Zhang, Liu, 2023). Подтверждает этот вывод и С. Солейманов с коллегами, которые показали, что сочетание доверительных отношений и уважение к семейным ценностям позволяет передавать «предпринимательский дух» (Soleimanof, Morris, Jang, 2021). Столь существенные различия в показателях семейных отношений у реальных и потенциальных преемников могут объясняться более тесным и регулярным взаимодействием реальных преемников с членами семьи, наличием семейных ритуалов, совместным поиском креативных решений и выполняемых бизнес-рутин.

Представленное описание семи групп характеристик реальных преемников позволяет нам подтвердить первую гипотезу: существуют значимые различия между социально-психологическими характеристиками преемников с разным уровнем готовности продолжать СБ: молодые люди, демонстрирующие высокие показатели по экстраверсии, добросовестности, эмоциональной связи с семьей и предпринимательскую ориентацию, будут чаще выражать готовность к продолжению СБ. Полученные нами эмпирические данные согласуются с международными исследованиями (Ahmed, Khattak, Anwar, 2022; Ahmad, Chan, Oon, 2023). Однако нам удалось несколько расширить описание иностранных коллег: реальные преемники СБ в России также отличаются более высоким уровнем креативности и «инструментальным» отношением к деньгам.

Психологические характеристики группового субъекта

Обратившись к Таблице 1 и Рисунку 4, можно констатировать, что мотивированный преемник является не просто индивидом с определёнными чертами, а продуктом и одновременно носителем психологии зрелого коллективного субъекта (своей бизнес-семьи). Его характеристики можно системно интерпретировать через три ключевых признака коллективного субъекта, выделенных А. Л. Журавлёвым (Журавлев, 2009).

1. Взаимосвязанность и взаимозависимость — прочная основа «Мы-единства». Семейные отношения преемника характеризуются высочайшим уровнем взаимосвязанности, что является базовым качеством коллективного субъекта.
 - Эмоциональная связь (0,77) и Семейная сплочённость (0,65) — это содержательные показатели глубины и качества отношений. Чувство близости и единства создает мощное психологическое поле, которое и формирует желание сохранить и продолжить общее дело.
 - Стремление проводить время вместе (0,48) и Гибкость семейных ролей (0,41) — это динамические показатели, свидетельствующие о высокой интенсивности и гибкости связей. Семья функционирует не как совокупность индивидов, а как целостный организм.

2. Совместная активность: демократическая организация и общая цель

- Способность к совместной активности — генеральный признак субъектности — находит свое прямое отражение в характеристиках семьи и личности преемника.
- Совместное принятие решений (0,52) и Демократическая дисциплина (0,43) — это прямые индикаторы того, что активность семьи организована как совместная, а не диктуемая авторитарно. Это формирует у преемника опыт равноправного участия в коллективном волеизъявлении, что критически важно для будущего лидера.
- Карьерная ориентация на предпринимательство (0,44) у преемника — это личностное воплощение готовности включиться в совместную активность семьи — управление бизнесом. Его личные профессиональные цели полностью совпадают с групповыми.
- Лидерство каждого члена семьи (0,84) — важнейший результат. Это говорит о том, что субъектность в семье не персонифицирована в одном лидере, а распределена. Группа способна проявлять активность через разных своих членов, что является признаком высокой зрелости коллективного субъекта.

3. Групповая саморефлексия: осознанное управление развитием

- Этот наиболее сложный признак проявляется в характеристиках:
- Семейная адаптация (0,66) в данном контексте — это не просто поведенческая гибкость, а результат приспособления семьи через анализ внешних условий и осознанного изменения правил, ролей для сохранения цельности и эффективности.
- Демократическая дисциплина (0,43), где наказания обсуждаются, а дети могут выбирать форму поведения, — это практика постоянного рефлексивного обсуждения групповых норм и границ. Такая семья не просто действует по шаблону, а осмысливает и регулирует саму основу своих взаимоотношений.
- Отрицательная связь с установкой «Деньги как статус» (–0,23) — крайне важный показатель. Он свидетельствует, что содержанием групповой саморефлексии являются не утилитарные ценности, а нечто более глубокое — смыслы, отношения и общая жизнедеятельность. Бизнес для такой семьи — не инструмент обогащения, а форма реализации общей миссии и ценностей, что и является продуктом зрелой рефлексии.
- Интересно отметить, что черты личности преемника (настойчивость, экстраверсия, креативность) имеют заметно меньшие веса эффектов Коуэна (0,23 – 0,43). Следовательно, личностные характеристики — это ресурс и результат, а не причина формирования желания продолжить СБ. Личность формируется и проявляется в деятельности, а деятельность в данном случае изначально носит совместный, групповой характер. Выявленные различия в личностных чертах молодых людей из двух групп сравнения хорошо согласуются с требованиями совместной деятельности:
- Настойчивость (0,43), Энергичность (0,30), Добросовестность (0,23), Креативность (0,35) — это ресурсы для осуществления совместной активности, управления бизнесом.
- Экстраверсия (0,35) обеспечивает качество коммуникации (открытость к диалогу).
- Низкая негативная эмоциональность (–0,25) способствует стабильности групповых процессов, снижая конфликтность и облегчая процессы саморефлексии.

Таким образом, портрет успешного преемника, представленный на Рис. 4, является целостным отражением психологии его бизнес-семьи как рефлексизирующего коллективного субъекта. Желание продолжить дело — это не индивидуальное решение, а закономерное

проявление зрелости семейной системы, где гармонично развиты и взаимно подкрепляют друг друга взаимосвязанность, совместная активность и групповая саморефлексия. Наше исследование эмпирически подтверждает, что трансляция бизнеса в семье — это в первую очередь трансляция особого типа групповой субъектности.

Проверка второй гипотезы

Таблицы 2 А и 2 Б показывают, что предпринимательские намерения респондентов из бизнес-семей, прежде всего, связаны с характеристиками семейных отношений: эмоциональная связь ($R_s = 0,34$), семейная сплочённость ($R_s = 0,26$), распределённая роль лидера ($R_s = 0,25$) и др. Это свидетельствует о том, что не столько личностные характеристики преемников, а именно социальное окружение (семья) имеет первостепенное значение для формирования преемственного поведения. Отсюда можем заключить, что бизнес-семья по праву может называться групповым субъектом совместной жизнедеятельности, так как характер отношений формирует групповую идентификацию — так называемую «семейственность» (Bozer et al., 2017). При высокой сплочённости и эмоциональной связи происходит формирование социально-психологического чувства «Мы» принадлежности к группе, актуализация групповой рефлексии (Журавлев, 2009).

Для Таблицы 2Б, где представлены результаты молодых людей, чьи семьи не занимаются бизнесом, наблюдается принципиально другая взаимосвязь: выявлена взаимосвязь предпринимательских намерений и трёх карьерных ориентаций: менеджмент ($R_s = 0,27$), вызов ($R_s = 0,196$) и служение ($R_s = 0,18$). Карьерная ориентация «менеджмент» указывает на стремление к управлению другими людьми, «служение» — помощь людям; «вызов» — стремление к конкуренции, преодолению препятствий. Таким образом, желание создавать СБ для молодых людей из семей не предпринимателей — это построение карьеры в бизнесе: управление сотрудниками, достижение конкурентных преимуществ, обслуживание клиентов, решение сложных задач. Респонденты из этой группы не в состоянии отрефлексировать саму суть СБ — принципиальную значимость семейных отношений в совместной трудовой деятельности. Очевидно, отсутствие опыта ведения совместного бизнеса не позволяет осознать эту специфику. Происходит «усеченное» понимание СБ как индивидуальной траектории карьерного развития, с потерей ценности «семейственность».

Таким образом, предпринимательские намерения у детей из бизнес-семей взаимосвязаны, прежде всего, с характеристиками семейных отношений — доминируют микро-социальные психологические факторы. Для молодых людей из семей, не связанных с предпринимательской деятельностью, готовность создавать СБ связана с индивидуальными карьерными ориентациями. Недооценка значимости семейных отношений в построении СБ, безусловно, может стать причиной конфликтов. В связи с этим, целесообразно в самом начале обучения для членов СБ формировать ощущение группового единства, дать навыки эффективной коммуникации с сотрудниками-родственниками. Это поможет в профилактике семейных конфликтов — защитит как семью, так и бизнес.

Итак, суть СБ может быть сформулирована тезисом: приоритетность межличностных отношений внутри семьи перед бизнесом и личной карьерой. Наше исследование показало, что для формирования преемственного поведения у детей из семей предпринимателей первостепенными являются отношения внутри бизнес-семьи. Вторая гипотеза доказана: мы обнаружили принципиально разный характер взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик преемников из различных семей. Так, для преемников желание продолжать СБ значимо взаимосвязано с особенностями семейных отношений, в то время как для молодых людей из семей не предпринимателей — с мотивацией профессиональной деятельности.

Выводы

В настоящее время для обеспечения экономического роста страны необходимы новые внутренние ресурсы, которые смогут не только стимулировать инновационное развитие и повышать конкуренцию, но и решать социальные вопросы — повышать уровень семейных доходов, обеспечивать преемственность поколений и способствовать экономической социализации молодежи. СБ способен стать тем видом трудовой активности, которая поможет решить и финансовые, и социальные вопросы. Как показывают опросы последних лет, СБ в нашей стране имеет хорошую перспективу для дальнейшего роста, так как его популярность среди россиян достаточно высокая (Каждый третий россиянин..., 2024). Вместе с тем, теоретический анализ показал, что пока исследований в области социально-психологических особенностей преемников СБ в российском поле научных работ недостаточно. Целью данной работы стало описание специфики социально-психологических характеристик преемников СБ, желающих и не желающих продолжать семейное дело.

В методологическом плане работа опирается на субъектно-деятельностный подход (С. Л. Рубинштейна), теорию психологических отношений (В. Н. Мясищева), системный подход (Б. Ф. Ломова), теорию коллективного субъекта (А. Л. Журавлёва), теорию психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности (В. П. Познякова). Ключевыми аспектами изучения стали три вида отношений преемников действующего СБ: 1 — к себе (личностные особенности), 2 — к предпринимательской деятельности (мотивы профессиональной деятельности, монетарные установки), 3 — к бизнес-семье (сплочённость и адаптивность семейной структуры). Проведённый теоретический анализ иностранных источников в области психологии преемственного поведения позволил выделить шесть основных социально-психологических факторов, определяющих это поведение (Рис. 2). В результате теоретического анализа были выдвинуты эмпирические гипотезы.

Базой эмпирического исследования стала выборка студентов разных городов РФ, представленная 230 преемниками СБ (дети из семей предпринимателей) и 728 их сверстников, чьи семьи не связаны с бизнесом. Методическая база исследования содержала: пятифакторный личностный «Опросник «Большая Пятёрка-2» К. Сото; методику «Якоря карьеры» Э. Шейна; «Шкалу монетарных аттитюдов» Б. и Т. Клонц; «Шкалу семейной сплочённости и адаптации» Д. Олсона. Статистическая и математическая обработка данных проводилась с использованием объектно-ориентированного языка программирования Пайтон (*Python*).

Проверка первой гипотезы показала, что преемники, желающие продолжить СБ, отличаются более выраженными экстраверсией, добросовестностью, креативностью, предпринимательской ориентацией, «инструментальным» отношением к деньгам, а также меньшим уровнем нейротизма. Однако самые сильные различия были выявлены в области семейных отношений: молодые люди, желающие продолжить СБ, оценивают свои родительские семьи как сплочённые с высокой эмоциональной связью, распределённым лидерством и ролями, что подтверждает важность семейных отношений для формирования преемственного поведения. Потенциальные преемники, выражающие нежелание включаться в бизнес, чаще испытывают тревожность и негативные эмоции, а деньги для них — это способ самоутверждения.

Проверка второй гипотезы подтвердила принципиально разный характер взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик молодых людей из разных семей. Так, для молодых людей из бизнес-семей взаимосвязь обнаружена с характеристиками семейных отношений; а для молодых людей из семей, не связанных с предпринимательством, — с индивидуальными карьерными ориентациями. Вторая гипотеза

доказана: характер взаимосвязи предпринимательских намерений и социально-психологических характеристик в двух группах сравнения различен.

Полученный результат обнаружил глубокое психологическое содержание: мощное, эмоционально насыщенное поле группового субъекта (семейные отношения) является тем «тиглем»¹, в котором формируется соответствующая личность и задаются смысловые координаты деятельности. Преемник хочет продолжать бизнес не потому, что он по характеру «настойчивый экстраверт», а потому, что он является неотъемлемой частью «Мы-субъекта», чья совместная жизнь и деятельность наполнена глубоким смыслом и взаимной связью. Следовательно, ключ к трансляции бизнеса лежит не в подборе преемников с «правильным» профилем личности, а в целенаправленном воспитании и поддержании семьи как зрелого, рефлексующего коллективного субъекта.

Ограничения

Сбор данных для исследования осуществлялся на выборке студентов, возраст которых находится в интервалах 18-20 лет — около 50%, 20-25 лет — около 40%, старше 30 лет — около 5%. Это накладывает ограничения на характер полученных данных и их интерпретацию, так как вступление в наследство и получение прав собственности на бизнес осуществляется в диапазоне от 18 до 50 лет и старше. В связи с этим, для более старшей группы наследников потребуются дополнительное исследование. Полученные данные будут адекватны для наследников возрастной группы до 25 лет. Кроме этого, с желанием продолжать СБ могут быть связаны и другие факторы, которые остались за пределами нашего исследования, например, прибыльность бизнеса, сфера бизнеса и личностные характеристики владельцев бизнеса. Изучение этих факторов может стать темой отдельного исследования.

Рекомендации

Проведённое исследование позволяет сделать ряд предложений для развития преемственности на разных системных уровнях. Итак, для формирования преемственности *на уровне семьи как коллективного субъекта* можно рекомендовать следующее.

1. Укрепление эмоциональной связи и сплочённости: создание традиций, праздников и ритуалов, не связанных с бизнесом. Поддержка открытой коммуникации, где ценятся не только успехи, но и искренние эмоции.

2. Организация практик распределённого лидерства и совместной активности: для наследников с подросткового возраста создавать проекты и задачи, требующие совместной деятельности с другими членами семьи; поощрение инициативы, признание «прав на ошибку»; внедрение «демократической дисциплины».

3. Культивирование в бизнес-семье ценностной, а не утилитарной основы: прописывание в «Семейной конституции» не финансовых целей, а сущностных ценностей, которые транслирует СБ (например, создание фамильного бренда, реализация семейного таланта). Это формирует содержательную взаимосвязанность и превращает бизнес в общее дело, а не просто в актив.

4. Внедрение практик семейной саморефлексии: помимо операционных совещаний, организовывать семейные советы с обсуждением таких тем, как: истории и «легенды» семьи и бизнеса (для формирования групповой «автобиографии»); стратегические цели и их согласование с ценностями семьи; роли, ответственность и границы между семьей и бизнесом.

1 Тигель — крепкий, огнеупорный сосуд, используемый в металлургии.

Для формирования преемственности *на уровне системы подготовки кадров (вузов, сузов)* можно рекомендовать следующее.

1. Разработку магистерской программы или спецкурса «Психология бизнес-семьи и управление преемственностью», а также внедрение в учебные планы дисциплин, включающих теоретические и практические модули: теория коллективного субъекта, жизненный цикл бизнес-семьи, модели преемственности; методы диагностики семейных бизнес-систем, фасилитация семейных советов, кейсы успешных и неудачных трансляций бизнеса.

2. Создание «Лаборатории семейного предпринимательства» на базе вуза, суза. Организация площадки, где студенты из бизнес-семей и студенты, изучающие консалтинг, могут работать над реальными проектами под руководством преподавателей и практиков. Например: провести диагностику для семьи одnogруппника; разработать проект «Семейной конституции» для реального или модельного кейса; подготовить и провести модельный «Семейный совет».

3. Введение в программу «Мастер делового администрирования» (МВА) дисциплины «Управление групповыми субъектами»: для действующих руководителей и владельцев бизнеса предложить курс, который учит управлять сложными субъектами (командами, семейными кланами, сетевыми объединениями). В основе курса — теория коллективного субъекта, управление ценностями и групповой динамикой.

4. Организацию регулярных нетворкинг-форумов для разных поколений бизнес-семей. Вуз может выступать нейтральной и авторитетной площадкой для проведения форумов, где основатели, преемники и непрофильные члены семей могут общаться, делиться опытом и учиться друг у друга. Можно приглашать в качестве спикеров представителей успешных семейных династий.

Для создания благоприятной экосистемы *на уровне государства*, которая направлена на поддержку бизнес-семей как ключевых субъектов малого и среднего предпринимательства можно рекомендовать следующее.

1. Разработка и финансирование образовательных программ для бизнес-семей, а не только для отдельных предпринимателей: создавать государственные гранты и аккредитованные программы (на базе университетов, центров компетенций) по темам: «Психология бизнес-семьи и управление преемственностью»; «Инструменты семейной саморефлексии: фасилитация семейных советов»; «Построение Семейной конституции».

2. Стимулирование консультационной поддержки, ориентированной на работу с групповым субъектом: ввести налоговые вычеты или субсидии для бизнес-семей, которые привлекают внешних консультантов (психологов) для работы со всей семьей по вопросам коммуникации, преемственности и тому подобного.

3. Создание сетевых сообществ бизнес-семей (клубов, ассоциаций): поддержка на региональном уровне таких клубов, где несколько поколений бизнес-семей могут общаться, делиться опытом преодоления кризисов и практиками воспитания преемников.

4. Адаптация законодательства с учётом долгосрочных интересов бизнес-семей: разработка механизмов льготного налогообложения при передаче активов следующему поколению, если семья может представить план развития. Государству выгодно поддерживать устойчивые коллективные субъекты, которые обеспечивают долгосрочные инвестиции и стабильность.

Данные мероприятия позволяют перевести теорию из академической плоскости в практическую, создавая условия для осознанного формирования зрелого субъекта бизнес-семьи, способного к устойчивой передаче своего дела через поколения.

Финансирование

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта № 24-28-01571 «Социально-психологические характеристики преемников семейного бизнеса» https://rscf.ru/prjcard_int?24-28-01571

Литература

- Баязитова, Д. А., Лапшова, Т. А. (2017). Адаптация опросника монетарных аттитюдов Б. и Т. Клонц на русскоязычной выборке. *Петербургский психологический журнал*, 19, 112–132.
- Демешкин, И. А. (2022). Отношение к наследованию бизнеса в предпринимательских семьях. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, 2.
- Журавлев, А. Л. (1998). Социально-психологическая динамика в изменяющихся экономических условиях. *Психологический журнал*, 19(3), 3–16.
- Журавлев, А. Л. (2009). Коллективный субъект: основные признаки, уровни и психологические типы. *Психологический журнал*, 30(5), 72–80.
- Каждый третий россиянин хотел бы вести семейный бизнес (опрос ПАО «Банк ВТБ» и ПАО Банк «ФК Открытие» от 10–15 декабря 2023 г.). (2024). *Библиодосье. Семейный бизнес* (7–8). Государственная Дума.
- Калугин, А. Ю., Щебетенко, С. А., Мишкевич, А. М., Сото, К. Д., Джон, О. П. (2021). Психометрика русскоязычной версии Big Five Inventory-2. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 18(1), 7–33.
- Ломов, Б. Ф. (1984). *Методологические и теоретические проблемы психологии*. М.: Наука.
- Мурзина, Ю. С. (2021). Ценностные ориентации владельцев семейного бизнеса как ресурс адаптации к ограничительным мерам в условиях пандемии. В сб. *Психология управления персоналом и экосистема наставничества в условиях изменения технологического уклада. Материалы второй международной научно-практической конференции. г. Нижний Новгород, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского* (465–470).
- Мурзина, Ю. С., Шитиков, П. М., Иброгимов, М. А. (2020). Ценность богатства в экономическом поведении предпринимателей: сравнительный анализ религиозных текстов христианства и ислама. В сб. *Психология труда, организации и управления в условиях современных технологий: состояние и перспективы развития. Материалы международной научно-практической конференции, г. Тверь, Тверской государственный университет* (210–215).
- Мурзина, Ю. С., Позняков, В. П., Шохов, К. О. (2025). «Проклятие трёх поколений»: теоретический обзор исследований социально-психологических особенностей преемников семейного бизнеса. *Организационная психология*, 15(2), 92–123.
- Мясищев, В. Н. (1995). *Психология отношений*. Воронеж: НПО «МОДЭК».
- Позняков, В. П. (2018). Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. М.: Институт психологии РАН.
- Чикер, В. А. (2003). *Психологическая диагностика организации и персонала*. СПб.: Речь.
- Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 №1083-р (2016). «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года». *Сайт Правительства России*. URL: <https://government.ru/docs/23354/> (дата обращения 23.06.2025)
- Рубинштейн, С. Л. (1997). *Человек и мир*. М.: Наука.

- Сайт Торгово-промышленной палаты РФ. URL: <https://www.tpprf.ru/ru> (дата обращения 20.06.2025).
- Успешная семья как национальная идея. 10.10.2022. Сайт Московский комсомолец. URL: <https://sochi.mk.ru/social/2022/10/10/uspeshnaya-semya-kak-nacionalnaya-ideya.html> (дата обращения 17.06.2025).
- Эйдемиллер, Э. Г., Добряков, И. В., Никольская, И. М. (2006). *Семейный диагноз и семейная психотерапия*. СПб.: Речь.
- Ahmad, Z., Chan, W. M., Oon, E. Y. N. (2023). Does congruence between a descendant entrepreneur's personality traits and family business values matter for succession? *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1043270. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1043270>
- Ahmed, M. A., Khattak, M. S., Anwar, M. (2022). Personality traits and entrepreneurial intention: The mediating role of risk aversion. *Journal of Public Affairs*, 22(1), e2275.
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(4), 305–328.
- Antoncic, J. A., Antoncic, B., Gantar, M., Hisrich, R. D., Marks, L. J., Bachkirov, A. A., ... Kakkonen, M. L. (2018). Risk-taking propensity and entrepreneurship: The role of power distance. *Journal of Enterprising Culture*, 26(01), 1–26.
- Aronoff, C. E. (2016). *Family business survival: Understanding the statistics. The family business consulting group*. URL: https://www.thefbcg.com/wp-content/uploads/2021/06/FBA_Family-Business-Survival-Understanding-the-Statistics_CA.pdf (дата обращения: 01.06.2025).
- Badrun, L. O. M., Syukur, L. O. A. (2024). The role of creativity in entrepreneurship development. *Journal of Education Research*, 5(2), 1792–1797.
- Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, A., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., ... Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Vol. 1)*. Ruse: Academic Publisher University of Ruse «Angel Kanchev».
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., Bajwa, N. U. H. (2020). Positive psychological attributes and entrepreneurial intention and action: the moderating role of perceived family support. *Frontiers in psychology*, 11, 546745.
- Basco, R., Gómez González, J. M. (2022). Antecedents of next generation succession intention in family businesses: A cross-country analysis. *European Journal of International Management*. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2022.10051782>
- Bozer, G., Levin, L., Santora, J. C. (2017). Succession in family business: multi-source perspectives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 753–774.
- Burrows, S. (2023). *The distribution of entrepreneurship within and across generations of enterprising families*. Electronic Theses and Dissertations, 2020–2023, 1853. URL: <https://stars.library.ucf.edu/etd2020/1853> (дата обращения 23.06.2025).
- Cater, J. J., Young, M. (2022). Successfully preparing daughters as successors in family firms. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 27(03), 2250017.
- Chanchotiyan, N., Asavanant, K. (2020). The factors of family business successor readiness and how their impact on the business transition from successors' perspectives. *Journal of Administrative and Business Studies*, 6(5). DOI:10.20474/jabs-6.5.4.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., Sharma, P. (2005). Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 555–576.
- Clinton, E., Uddin Ahmed, F., Lyons, R., O'Gorman, C. (2024). The drivers of family business succession intentions of daughters and the moderating effects of national gender inequality. *Journal of Business Research*, 184, Article 114876. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114876>

- Duh, M. (2014). Family business succession as knowledge creation process. *Kybernetes*, 43(5), 699–714.
- Family Business Facts. Family Business Center. (2022). URL: <https://www.familybusinesscenter.com/resources/family-business-facts/> (дата обращения: 01.06.2025).
- Family business survey: From trust to impact. *PricewaterhouseCoopers*. (2021). URL: <https://www.pwc.com/gx/en/services/family-business/family-business-survey.html> (дата обращения 18.06.2025).
- Klontz, B., Britt, S. L., Mentzer, J., Klontz, T. (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz money script inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.4148/jft.v2i1.451>
- KPMG (2019). *STEP Project. Global Family Business Survey*. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/sa/pdf/2020/step-2019-global-family-business-survey-report.pdf> (дата обращения: 01.06.2025).
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(4), 305–328.
- Li, X., Wang, Y. (2024). The apple doesn't fall far from the tree: Parenting styles and its effects on family business succession intentions. *Journal of Business Research*, 172, 114429. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114429>
- Medina-Craven, M. N., Marett, E. G., Davis, S. E. (2022). The willing successor: an exploration of grit and situational cues in family firms. *Journal of Family Business Management*, 12(4), 1081–1095.
- Mousa, F. T., Wales, W. J., Harper, S. R. (2023). The risk of innovation: The role of risk perception, risk propensity, and locus of control in family business succession intentions. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, Article 33. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Murzina, J., Pavlov, D. (2022). Psychological support within the family as a factor stimulating the development of family business. In *Proceedings of the International May Conference on Strategic Management (IMCSM – 22)* (377–382). Bor: University of Belgrade.
- Nisa, P., Padmalia, M. (2024). The influence of parental support dimensions in shaping the intention to continue the family business daughter successors with self-efficacy as a mediator. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 174–187.
- Olson, D. H., Portner, J., Lavee, Y. (1985). *"Faces III": Family Adaptability & Cohesion Evaluation Scales. Family Social Science*. St. Paul: University of Minnesota.
- Porfírio, J. A., Felício, J. A., Carrilho, T. (2021). Family business succession: Analysis of the drivers of success based on entrepreneurship theory. *Journal of Business Research*, 128, 450–461. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.058>
- Rahmani, S. S. A., Dewi, R., Pintaanawati, S., Nurfitriya, M., Fauziyah, A. (2024). The effect of family harmony on family business succession. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 15, 110–114. <https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.937>
- Sardeshmukh, S. R., Corbett, A. C. (2011). The duality of internal and external development of successors: Opportunity recognition in family firms. *Family Business Review*, 24(2), 111–125.
- Schein, E. H. (1966). Career Anchors, discovering your real values.
- Soleimanof, S., Morris, M. H., Jang, Y. (2021). Following the footsteps that inspire: Parental passion, family communication, and children's entrepreneurial attitudes. *Journal of Business Research*, 128, 450–461. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.018>
- Soto, C. J., John, O. P. (2017). The next Big Five Inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113, 117–143. doi:10.1037/pspp0000096

- Su, E., Dou, J. (2025). How does the Parent-Child Relationship Influence a Child's Intentions for Internal Succession Versus External Entrepreneurship in a Family Firm? *Journal of Family and Economic Issues*. <https://doi.org/10.1007/s10834-024-10026-4>
- Sya'bania, A. F., Febriani, A. W., Supeno, B., Sudarmiati, S. (2022). Innovation and creativity in entrepreneurship: A bibliometric analysis. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 7(2), 226–239. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v7i2.1099>
- Zellweger, T., Sieger, P., Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>
- Zhang, L., Liu, H. (2023). Identities of the incumbent and the successor in the family business succession: Review and prospects. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1062829. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1062829>
- Zhao, H., Seibert, S. E., Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>

Поступила 23.06.2025



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Empirical analysis of the socio-psychological portrait of the successor in family entrepreneurship

Julia S. MURZINA

ORCID: 0000-0002-8616-4422

University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

Vladimir P. POZNIAKOV

ORCID: 0000-0003-4524-4589

Institute of Psychology RAS, Moscow, Russian Federation

Viktoria B. UTEGENOVA

ORCID: 0009-0005-7451-9221

University of Tyumen Tyumen, Russian Federation

Artem V. KULAGIN

ORCID: 0009-0007-7604-6880

University of Tyumen. Tyumen, Russia

Abstract. In conditions where 74% of small and medium-sized businesses in Russia are family enterprises, the problem of continuity is of particular relevance. However, in Russian science, there are practically no works that study the socio-psychological characteristics of potential successors. *Purpose.* The purpose of the work was to identify the specifics of the psychological characteristics of the successors of the family business (FB), expressing their readiness to continue the family business. *Method.* The empirical base included 230 successors of the FB and 728 students from families not related to entrepreneurship. A set of methods was used: "Big Five Inventory-2" by C. Soto, "Career Anchors" by E. Schein, "Scale of Monetary Attitudes" by T. and B. Klonz, "Scale of Family Cohesion and Adaptation" by D. Olson. *Findings.* Empirical research has shown that successors who want to continue the FB are distinguished by more pronounced extroversion, conscientiousness, creativity, entrepreneurial orientation, "instrumental" attitude to money, and their families have a high level of cohesion and emotional connection. Successors who do not want to continue the FB are distinguished by an increased level of neuroticism and an attitude towards money as a status symbol. In addition, the specifics of the relationship between entrepreneurial intentions and socio-psychological characteristics were revealed: for the successors of FB, this is the relationship with family relations; for young people from families who are not entrepreneurs have career orientations. This result showed that the FB is a collective subject of joint life, the basis of which is the construction of cohesive family relations in joint labor activity, due to which group identity and a sense of "We" are formed. *Value of results.* The study contributes to the implementation of state programs for the development of entrepreneurship and can be used to develop educational programs for the training of successors of the FB.

Keywords: family business; continuity of the family business, successor of the family business, socio-psychological characteristics of the successors of the family business.

References

- Ahmad, Z., Chan, W. M., Oon, E. Y. N. (2023). Does congruence between a descendant entrepreneur's personality traits and family business values matter for succession? *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1043270. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1043270>
- Ahmed, M. A., Khattak, M. S., Anwar, M. (2022). Personality traits and entrepreneurial intention: The mediating role of risk aversion. *Journal of Public Affairs*, 22(1), e2275.
- Antonicic, J. A., Antonicic, B., Gantar, M., Hisrich, R. D., Marks, L. J., Bachkirov, A. A., ... Kakkonen, M. L. (2018). Risk-taking propensity and entrepreneurship: The role of power distance. *Journal of Enterprising Culture*, 26(01), 1–26.
- Aronoff, C. E. (2016). *Family business survival: Understanding the statistics. The family business consulting group*. URL: https://www.thefbcg.com/wp-content/uploads/2021/06/FBA_Family-Business-Survival-Understanding-the-Statistics_CA.pdf (дата обращения: 01.06.2025).
- Badrun, L. O. M., Syukur, L. O. A. (2024). The role of creativity in entrepreneurship development. *Journal of Education Research*, 5(2), 1792–1797.
- Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, A., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., ... Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Vol. 1)*. Ruse: Academic Publisher University of Ruse «Angel Kanchev».
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., Bajwa, N. U. H. (2020). Positive psychological attributes and entrepreneurial intention and action: the moderating role of perceived family support. *Frontiers in psychology*, 11, 546745.
- Basco, R., Gómez González, J. M. (2022). Antecedents of next generation succession intention in family businesses: A cross-country analysis. *European Journal of International Management*. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2022.10051782>
- Bayazitova, D. A., Lapshova, T. A. (2017). Adaptatsiya oprosnika monetarnykh attityudov B. i T. Klonts na russkoyazychnoy vyborke [Adaptation of the B. and T. Klontz Monetary Attitudes Questionnaire to a Russian-speaking sample]. *Peterburgskiy psikhologicheskii zhurnal*, 19, 112–132. (in Russian)
- Bozer, G., Levin, L., Santora, J. C. (2017). Succession in family business: multi-source perspectives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 753–774.
- Burrows, S. (2023). The distribution of entrepreneurship within and across generations of enterprising families. *Electronic Theses and Dissertations, 2020–2023*, 1853. URL: <https://stars.library.ucf.edu/etd2020/1853> (дата обращения 23.06.2025).
- Cater, J. J., Young, M. (2022). Successfully preparing daughters as successors in family firms. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 27(03), 2250017.
- Chanchotiyan, N., Asavanant, K. (2020). The factors of family business successor readiness and how their impact on the business transition from successors' perspectives. *Journal of Administrative and Business Studies*, 6(5). DOI:10.20474/jabs-6.5.4.
- Chiker, V. A. (2003). *Psikhologicheskaya diagnostika organizatsii i personala* [Psychological Diagnostics of the Organization and Personnel]. SPb.: Rech'. (in Russian)
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., Sharma, P. (2005). Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 555–576.
- Clinton, E., Uddin Ahmed, F., Lyons, R., O'Gorman, C. (2024). The drivers of family business succession intentions of daughters and the moderating effects of national gender inequality. *Journal of Business Research*, 184, Article 114876. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114876>
- Demeshkin, I. A. (2022). Otnosheniye k nasledovaniyu biznesa v predprinimatel'skikh sem'yakh [Attitudes toward business inheritance in entrepreneurial families]. *Gosudarstvennoye i munitsipal'noye upravleniye. Uchenyye zapiski*, 2. (in Russian)

- Duh, M. (2014). Family business succession as knowledge creation process. *Kybernetes*, 43(5), 699–714.
- Eidemiller, E. G., Dobryakov, I. V., Nikolskaya, I. M. (2006). *Semeynyy diagnoz i semeynaya psikhoterapiya* [Family diagnosis and family psychotherapy]. SPb.: Rech'. (in Russian)
- Family Business Facts (2022). *Family Business Center*. URL: <https://www.familybusinesscenter.com/resources/family-business-facts/> (дата обращения: 01.06.2025).
- Family business survey: From trust to impact (2021). *PricewaterhouseCoopers*. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/services/family-business/family-business-survey.html> (дата обращения 18.06.2025).
- Kalugin, A. Yu., Shchebetenko, S. A., Mishkevich, A. M., Soto, K. D., Dzhon, O. P. (2021). Psikhometrika russkoyazychnoy versii Big Five Inventory-2 [Psychometrics of the Russian-language version of the Big Five Inventory-2]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 18(1), 7–33. (in Russian)
- Kazhdyy tretiy rossiyanin khotel by vesti semeynyy biznes (opros PAO «Bank VTB» i PAO Bank «FK Otkrytiye» ot 10–15 dekabrya 2023 g.). (2024). Bibliodos'ye. *Semeynyy biznes* (7–8) [Bibliodosye. Family Business (7–8)]. *Gosudarstvennaya Duma*. (in Russian)
- Klontz, B., Britt, S. L., Mentzer, J., Klontz, T. (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz money script inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.4148/jft.v2i1.451>
- KPMG (2019). *STEP Project. Global Family Business Survey*. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/sa/pdf/2020/step-2019-global-family-business-survey-report.pdf> (дата обращения: 01.06.2025).
- Le Breton–Miller, I., Miller, D., Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(4), 305–328.
- Li, X., Wang, Y. (2024). The apple doesn't fall far from the tree: Parenting styles and its effects on family business succession intentions. *Journal of Business Research*, 172, 114429. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114429>
- Lomov, B. F. (1984). *Metodologicheskiye i teoreticheskiye problemy psikhologii* [Methodological and theoretical problems of psychology]. M.: Nauka. (in Russian)
- Medina-Craven, M. N., Marett, E. G., Davis, S. E. (2022). The willing successor: an exploration of grit and situational cues in family firms. *Journal of Family Business Management*, 12(4), 1081–1095.
- Mousa, F. T., Wales, W. J., Harper, S. R. (2023). The risk of innovation: The role of risk perception, risk propensity, and locus of control in family business succession intentions. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, Article 33. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Murzina, J., Pavlov, D. (2022). Psychological support within the family as a factor stimulating the development of family business. In *Proceedings of the International May Conference on Strategic Management (IMCSM – 22)* (377–382). Bor: University of Belgrade.
- Murzina, Yu. S. (2021). Tsennostnyye oriyentatsii vladel'tsev semeynogo biznesa kak resurs adaptatsii k ogranichitel'nyim meram v usloviyakh pandemii [Value orientations of family business owners as a resource for adaptation to restrictive measures during a pandemic]. In *Psikhologiya upravleniya personalom i ekosistema nastavnichestva v usloviyakh izmeneniya tekhnologicheskogo uklada. Materialy vtoroy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Nizhniy Novgorod, Natsional'nyy issledovatel'skiy Nizhegorodskiy gosudarstvennyy universitet im. N. I. Lobachevskogo* (465–470). (in Russian)
- Murzina, Yu. S., Poznyakov, V. P., Shokhov, K. O. (2025). «Proklyatiye trokh pokoleniy»: teoretiche-skiy obzor issledovaniy sotsial'no-psikhologicheskikh osobennostey preymnikov semeynogo biznesa [“The curse of three generations”: A theoretical review of research on the socio-psychological characteristics of family business successors]. *Organizational Psychology*, 15(2), 92–123. (in Russian)

- Murzina, Yu. S., Shitikov, P. M., Ibrogimov, M. A. (2020). Tsennost' bogatstva v ekonomicheskom povedenii predprinimateley: sravnitel'nyy analiz religioznykh tekstov khristianstva i islama [The value of wealth in the economic behavior of entrepreneurs: a comparative analysis of christian and islamic religious texts]. In *Psikhologiya truda, organizatsii i upravleniya v usloviyakh sovremennykh tekhnologiy: sostoyaniye i perspektivy razvitiya. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, g. Tver', Tverskoy gosudarstvennyy universitet* (210–215). (in Russian)
- Myasishchev, V. N. (1995). *Psikhologiya otnosheniy* [Psychology of relationships]. Voronezh: NPO «MODEK». (in Russian)
- Nisa, P., Padmalia, M. (2024). The influence of parental support dimensions in shaping the intention to continue the family business daughter successors with self-efficacy as a mediator. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 174–187.
- Olson, D. H., Portner, J., Lavee, Y. (1985). *"Faces III": Family Adaptability & Cohesion Evaluation Scales, Family Social Science*. St. Paul: University of Minnesota.
- Porfírio, J. A., Felício, J. A., Carrilho, T. (2021). Family business succession: Analysis of the drivers of success based on entrepreneurship theory. *Journal of Business Research*, 128, 450–461. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.058>
- Poznyakov, V. P. (2018). *Psikhologicheskiye otnosheniya individual'nykh i gruppovykh sub'yektov sov-mestnoy ekonomicheskoy deyatel'nosti* [Psychological relationships of individual and group entities in joint economic activity]. M.: Institut psikhologii RAN. (in Russian)
- Rahmani, S. S. A., Dewi, R., Pintangawati, S., Nurfitriya, M., Fauziyah, A. (2024). The Effect of Family Harmony on Family Business Succession. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 15, 110–114. <https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.937>
- Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 02.06.2016 №1083-r (2016). «Strategiya razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiyskoy Federatsii na period do 2030 goda» ["Strategy for the Development of Small and Medium-Sized Entrepreneurship in the Russian Federation through 2030"]. *Sayt Pravitel'stva Rossii*. URL: <https://government.ru/docs/23354/> (data obrashcheniya 23.06.2025)
- Rubinshtein, S. L. (1997). *Chelovek i mir* [Man and the world]. M.: Nauka. (in Russian)
- Sardeshmukh, S. R., Corbett, A. C. (2011). The duality of internal and external development of successors: Opportunity recognition in family firms. *Family Business Review*, 24(2), 111–125.
- Sayt Torgovo-promyshlennoy palaty RF. URL: <https://www.tpprf.ru/ru> (data obrashcheniya 20.06.2025). (in Russian)
- Schein, E. H. (1966). *Career Anchors, discovering your real values*.
- Soleimanof, S., Morris, M. H., Jang, Y. (2021). Following the footsteps that inspire: Parental passion, family communication, and children's entrepreneurial attitudes. *Journal of Business Research*, 128, 450–461. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.018>
- Soto, C. J., John, O. P. (2017). The next Big Five Inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113, 117–143. doi:10.1037/pspp0000096
- Su, E., Dou, J. (2025). How does the Parent-Child Relationship Influence a Child's Intentions for Internal Succession Versus External Entrepreneurship in a Family Firm? *Journal of Family and Economic Issues*. <https://doi.org/10.1007/s10834-024-10026-4>
- Sya'bania, A. F., Febriani, A. W., Supeno, B., Sudarmiatin, S. (2022). Innovation and creativity in entrepreneurship: A bibliometric analysis. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 7(2), 226–239. <https://doi.org/10.30736/jpens.v7i2.1099>

- Uspeshnaya sem'ya kak natsional'naya ideya [A successful family as a national idea]. 10.10.2022. *Sayt Moskovskiy komsomolets*. URL: <https://sochi.mk.ru/social/2022/10/10/uspeshnaya-semya-kak-nacionalnaya-ideya.html> (in Russian)
- Zellweger, T., Sieger, P., Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>
- Zhang, L., Liu, H. (2023). Identities of the incumbent and the successor in the family business succession: Review and prospects. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1062829. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1062829>
- Zhao, H., Seibert, S. E., Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>
- Zhuravlev, A. L. (1998). Sotsial'no-psikhologicheskaya dinamika v izmenyayushchikhsya ekonomicheskikh usloviyakh [Socio-psychological dynamics in changing economic conditions]. *Psikhologicheskij zhurnal*, 19(3), 3–16. (in Russian)
- Zhuravlev, A. L. (2009). Kollektivnyy sub'yekt: osnovnyye priznaki, urovni i psikhologicheskiye tipy [The collective subject: main features, levels, and psychological types]. *Psikhologicheskij zhurnal*, 30(5), 72–80. (in Russian)

Received 23.06.2025