

**DOI 10.31558/2307-2318.2020.1.13**

УДК 334.722.24:001(09)

**Солоненко Ю.В.**, старший викладач кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені В. Стуса

### **СІМЕЙНИЙ БІЗНЕС ЯК НАУКОВА ДИСЦИПЛІНА: ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ТРАЄКТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ**

У статті розглянуто етапи становлення сімейного бізнесу як наукової дисципліни. Представлено характеристику кожного етапу, особливості формування та змістове наповнення. У 50-х роках 20 століття сімейний бізнес став об'єктом наукових досліджень, а на кінець другого десятиліття 21 століття уже досяг стадії нормальної науки. Окреслено основні теоретичні та практичні засади наукової дисципліни. Визнана необхідність подальшої розробки базової теорії та методології сімейного бізнесу як найпоширенішої та найстійкішої форми підприємницької діяльності.

**Ключові слова:** сімейний бізнес, сімейний бізнес як наукова дисципліна, етапи розвитку наукової дисципліни, дослідження сімейного бізнесу.

Рис. – 2, Табл. – 5, Літ. – 13

**Солоненко Ю.В.**

### **СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА: ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ**

В статье рассмотрены этапы становления семейного бизнеса как научной дисциплины. Представлена характеристика каждого этапа, особенности формирования и содержательное наполнение. В 50-х годах 20 века семейный бизнес стал объектом научных исследований, а на конец второго десятилетия 21 века уже достиг стадии нормальной науки. Определены основные теоретические и практические основы научной дисциплины. Признана необходимость дальнейшей разработки базовой теории и методологии семейного бизнеса как наиболее распространенной и самой стойкой формы предпринимательской деятельности.

**Ключевые слова:** семейный бизнес, семейный бизнес как научная дисциплина, этапы развития научной дисциплины, исследование семейного бизнеса

**Solonenko Y.**

### **FAMILY BUSINESS AS A SCIENTIFIC DISCIPLINE: AN INTELLECTUAL TRAJECTORY OF FORMATION AND DEVELOPMENT**

The stages of becoming a family business as a scientific discipline are considered in the article. The characteristics of each stage, features of formation and content filling are presented. In the 1950s, family business became the subject of scientific research, and by the end of the second decade of the 21st century it had reached the stage of normal science. The basic theoretical and practical achievements of the scientific discipline are outlined. The need to further develop the basic theory of family business as the most widespread and sustainable form of business activity is recognized.

**Keywords:** family business, family business as a scientific discipline, stages of scientific discipline development, family business research

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Сімейний бізнес як предмет дослідження стрімко розвивається та стверджується в інтелектуально незалежний домен знань світового інтелектуально-наукового простору. Сімейний бізнес як окрема самостійна наукова дисципліна має відображати поєднання новизни (набір нових,

унікальних знань), спадкоємність (зв'язок з існуючим об'ємом знань) та своє поле діяльності (спектр феномену, який охоплюється теорією цієї дисципліни).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить**, що вивчення формування сімейного бізнесу як наукової дисципліни знаходиться у полі зору таких провідних зарубіжних науковців як: Brigham Keith H., Davis J. A., Farrington S. M., Gedajlovic E. R., Gersick K. E., Hoy F., Klein S. B., Lansberg I., Le Breton-Miller I., Lumpkin G. T., McCollom Hampton M., Moores K., Miller D., Pieper T. M., Schulze W. S., Sharma P., Sorenson R. L. Yu A. та інших. Українські вчені поки що не досліджували заявлену тему.

**Невирішені частини проблеми:** подальша розробка базової теорії сімейного бізнесу, методології та методів дослідження.

При роботі над статтею використано **такі методи дослідження** як аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, емпіричне спостереження, застосовано системний підхід.

**Мета статті.** Виявити, узагальнити та охарактеризувати основні етапи дослідження сімейного бізнесу та ствердження його як наукової дисципліни з перспективою використання результатів у національному науковому, освітньому, соціокультурному та підприємницькому середовищах.

**Результати дослідження.** Згідно теорії американського історика та філософа 20 ст. Т. S. Kuhn наукові знання розвиваються стрибкоподібно, за допомогою наукових революцій. В основі наукової революції лежить епістемологічна (об'єкт-знання) зміна парадигми. Термін "парадигма" був введений Т. S. Kuhn, який визначив його наступним чином: «Під парадигмами я маю на увазі визнані всіма науковими досягнення, які протягом певного часу дають науковому співтовариству модель постановки проблем і їх вирішення» [1]. Тож парадигма зазначає систему ідей, поглядів і понять, вихідну концепцію, моделі постановки проблем і їх вирішення, методи дослідження, які панують протягом конкретного історичного періоду у науковому середовищі. Окремі галузі науки, як і наука в цілому сформовані на певних парадигмах. Визнаними парадигмами в історії науки були погляди Аристотеля, Коберника, механіка Ньютона та інші інноваційні ідеї і теорії.

Існуюча парадигма визначає:

1. Методологію дослідження, тобто систему принципів дослідження, яка базується на діалектичному методі та системному підході.
2. Набір методів проведення досліджень, які представляють собою способи збору, обробки та аналізу даних.
3. Принципи організації процесу дослідження.

Згідно теорії Т. S. Kuhn еволюція наукової дисципліни включає наступні стадії розвитку (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Етапи еволюції наукової дисципліни**

Етап	Особливість	Характеристика етапу
1	2	3
Стадія 1	Етап попередньої або початкової парадигми	Протягом цієї стадії феномен, який з'явився, досліджується вченими, які просувають різноманітні думки конкуруючих шкіл, без формування спільної позиції
Стадія 2	Розвиток консенсусу (загальної узгодженості) парадигми	Поява спільної точки зору серед практикуючих вчених у даній галузі. У сімейному бізнесі – це формування теорії, заснованої на загальновизнаній парадигмі. Такою парадигмою є узагальнена Модель 3-х кругів та Тривимірна модель розвитку сімейного бізнесу. Основний обсяг знань розвивається

*Продовження таблиці 1*

1	2	3
Стадія 3	Нормальна наука	Подальше вдосконалення парадигми для кращого пояснення феномену (сімейного бізнесу). Формування теоретичної бази
Стадія 4	Криза, пов'язана з аномаліями	Встановлення, відстеження фактів (явищ), які не з'ясовані у межах існуючої парадигми або вступають в протиріччя з нею
Стадія 5	Нова парадигма	Формалізація нової парадигми, яка замінює стару, на основі дебатів між прихильниками та противниками нової парадигми
Стадія 6	Відновлення нормальної науки на основі нової парадигми	Формування оновленої теоретичної бази
Стадія 7	Нові витки в еволюції наукової дисципліни (стадії з 4 по 6)	Пошук протиріч в оновленій теорії

*Джерело: адаптовано за К. Moores, 2009 [2]*

На думку К. Moores (2009), сімейний бізнес у першому десятилітті 21 століття досяг парадигми консенсусу (стадія 2), тому, що домен характеризувався концептуальним узагальненням у вигляді Моделі 3-х кругів як фундаментальне представлення сімейного бізнесу, який включає три інтегровані підсистеми, сім'ю, власність та бізнес, що функціонують як єдина система [2].

Для кращого розуміння стану наукової дисципліни необхідно знати і чітко уявляти хронологію процесу розвитку сімейного бізнесу як науки. Оскільки сімейний бізнес відносно молода наука, вік якої визначається лише десятками років (для порівняння, бухгалтерський облік існує вже понад 400 років), тому етапи його розвитку пов'язані з кожним пройденим десятиліттям, які характеризувались певними змінами як у суспільстві, так і у становленні досліджень феномену сімейного бізнесу.

Сучасні знання про сімейний бізнес є результатом процесу пізнання, тому без розумінням етапів розвитку (генезису) неможливе його сьогоденне вивчення.

Для загального розуміння стану речей на момент зародження сімейного бізнесу як науки, необхідно переміститись в 50-ті роки 20 століття.

*Період 50-х років 20 ст. – зародження.* Численні свідчення виявляють присутність сімейного бізнесу у структурі господарств економічно розвинутих країн світу, і, в першу чергу – США та Європи. Привертають до себе увагу назви компаній у вигляді прізвищ та імен членів сім'ї. Ці назви вказують на тісний зв'язок бізнесу з сім'єю, а також демонструють чоловіче домінування у найменуванні сімейних фірм.

Незважаючи на ці назви, багато власників компаній заперечували і не ототожнювали себе з сімейними підприємствами. Це, перш за все, – наслідок відношення соціуму до сімейного бізнесу як такого. Домінувала думка, що сімейний бізнес є менш професійним, ніж несімейний. Також узагальненим стереотипом характеристики діяльності сімейних підприємства того часу було непотизм (вид сімейного фаворитизму) і, відповідно, мало місце негативне ставлення до сімейного бізнесу. Відомі дослідники управління в економіці вважали втручання сім'ї, і, зокрема, сімейний бізнес анахронізмом, чимось недосконалим, пережитком минулого. Таким чином, науковою спільнотою ігнорувався сам факт існування сімейного бізнесу. Однак,

поряд з цим з'являються поодинокі наукові праці, які започатковують об'єкт дослідження "сімейний бізнес" у науковому просторі. Серед них – перша докторська дисертація Н. Grant (1953) з вивчення сімейного бізнесу у Північній Америці під назвою: "Деякі проблеми управління невеликим сімейним виробничим бізнесом", книга Christensen C. R. (1954) "Спадкоємність керівництва у малих і зростаючих організаціях підприємців", перша спеціалізована книга з сімейного бізнесу – "Питання управління невеликим сімейно-контрольованим виробничим бізнесом", видана в університеті Індіани (США, 1954).

*Період 60-х років 20 ст. – епоха формування групи науковців, стійких першопрохідців, піонерів у вивченні сімейного бізнесу.* У цей період суттєвих змін відносно сімейного бізнесу як у суспільстві, так і у науковому світі не відбулося. Більш того, А. D. Chandler (1962) у своїй праці навіть звинуватив сімейний контроль багатьох великих підприємств Британії в якості причин економічного спаду на початку 20-го століття [3]. Думка вченого відносно негативного впливу "сімейного управління" була підтримана більшістю вчених, і на певний час утвердилась у науковій літературі.

У науковому співтоваристві зусилля були спрямовані на розробку наукових знань, які б ґрунтувались на строгих емпіричних дослідженнях і використовувалися б і в навчальному процесі. Студентів навчали бути аналітичними у своєму підході до управління. В аудиторії питання сімейного бізнесу могли виникнути лише в процесі вивчення або обговорення поточного загального матеріалу. Більшість викладачів заохочували студентів до знаходження об'єктивних даних і застосування інструментів кількісного аналізу. У той же час з'являються вчені, які започатковують перші системні дослідження сімейного бізнесу, такі як D. Trow, R. G. Donnelley, L. A. Danco. Вони працюють, незважаючи на переважаючі норми і тенденції. Визначальними науковими роботами цього десятиріччя є статті – D. Trow "Управління наступністю у невеликих компаніях", R. G. Donnelley "Сімейний бізнес", книги – С.W. Churchman "Системний підхід", А. Lief "Сімейний бізнес" [4]. Leon A. Danco, як один із основоположників вивчення сімейного бізнесу у США, проводить в 1968 році перший міждисциплінарний семінар з сімейного бізнесу.

*Період 70-х років 20 ст. характеризується входженням консультантів-практиків у сімейний бізнес.* Першими практикуючими консультантами у сімейному бізнесі були психологи та сімейні консультанти, які розпочинають заповнювати порожнечу знань з навчання щодо функціонування сімейного бізнесу. Знання, які надавалися консультантами, включали право, бухгалтерський облік, психологію, фінансове планування, загальне керівництво та інше. Великою підмогою стає поява цілої низки спеціалізованих книг для власників сімейного бізнесу, які значно підвищили потенціал ринку з навчання та консалтингу. Для багатьох консультантів, книги стали елементом маркетингової стратегії для просування себе в якості експертів з консалтингу чи як фахівців з питань сімейного бізнесу. Широкого розповсюдження набуває читання лекцій, які проводились для торгових асоціацій та керівників сімейних підприємств. На цьому етапі розвитку започатковується розробка і культивування освітніх програм для сімейних власників-менеджерів в існуючому сегменті ринку. Відмічаються перші зусилля зі створення спільноти вчених, які цікавляться дослідженнями у сфері сімейного бізнесу. З'являються перші наукові обґрунтування, які вказують на складність і міждисциплінарний характер досліджень. Основні хронологічні події цього етапу розвитку представлені в (табл. 2).

Таблиця 2

**Основні хронологічні події розвитку досліджень сімейного бізнесу  
у 70-ті роки 20 ст.**

Рік	Зміст події	Місце події, публікації
1971	Стаття Н. Levinson “Конфлікти, які переживає сімейний бізнес”	Harvard Business Review, № 49 (2), США
1972	Книга А. J. I. Francis “Сімейний бізнес”	Russell Sage Foundation, New York, США
1974	Стаття Н. Levinson “Не вибирайте свого власного наступника”	Harvard Business Review, № 52 (6), США
1975	Книга Leon A. Danco “За межею виживання: керівництво для успіху підприємця”	Reston Publishing, США
1975	S. A. Hershon, кандидатська дисертація на тему: “Проблема управління спадкоємністю у сімейному бізнесі”	Harvard University, США
1976	Стаття L. B. Barnes і S. A. Hershon “Передача влади у сімейному бізнесі”	Harvard Business Review, № 53 (4), США
1978	Створення кафедри сімейного бізнесу в Baylor University. Перший завідувач: Nancy Upton.	Waco, штат Техас, США
1978	Книга В. М. Becker і F. A. Tillman “Сімейний Бізнес”	Commerce Clearing House, Chicago, США
1978	Стаття J. G. Longenecker і J. E. Schoen “Керівництво спадкоємністю в сімейному бізнесі”	Journal of Small Business Management, № 16 (3), США

*Джерело: адаптовано за Ноу F., Sharma P., (2006) [4]*

*Період 80-х років 20 ст. – розбудова структури.* На початок 80-х виникло усвідомлення необхідності розбудови системи навчання і викладання сімейного бізнесу як навчальної дисципліни у системі професійної освіти. Ціла низка бізнес-програм з сімейного бізнесу з'являється в університетах США та Канади, серед яких першою була “The Wharton Family Business Program” в університеті штату Пенсільванія (1982), програма сімейного бізнесу в Oregon State University (1985) та Kennesaw State College (1986).

Для багатьох університетів, створення таких програм було обумовлено зовнішнім тиском. Успішні підприємці та особи, які безпосередньо брали участь у вирішенні проблем сімейних підприємств звертаються до навчальних закладів з закликом вийти за межі стандартної бізнес-освіти і запропонувати допомогу і поради для бізнес-спільноти у сегменті сімейного бізнесу. Тому досить швидко подібні програми почали поширюватися в більшості університетів США і інших країнах, де вони були спочатку зорієнтовані на власників бізнесу і їх найближчих членів сім'ї.

Більшість керівників бізнес-шкіл передбачили, що існує прихований ринок для студентів, майбутніх випускників, у сфері сімейного бізнесу. Це могли бути майбутні власники, науковці для цього сегменту, фахівці з обслуговування ділових потреб сімейного бізнесу в якості клієнтів, а також студенти, які бажали працевлаштуватися "несімейними" працівниками у сімейні підприємства.

Структурна розбудова відбувається і в науковому середовищі. У 1987 році був заснований Інститут сімейної фірми (Family Firm Institute, FFI) [5]. У склад FFI входять консультанти, адвокати, бухгалтери, сімейні лікарі та психологи, фінансові консультанти, вчені та особи, які співпрацюють з сімейними фірмами. У 1988 році FFI започаткував “Огляд сімейного бізнесу” (Family Business Review, FBR) – перший

спеціалізований науковий журнал, присвячений сімейному бізнесу. З його появою вчені та практики отримали можливість публікувати результати досліджень сімейних підприємств з перспективою обміну інформацією, відкритої полеміки та аналізу. Основні хронологічні події цього етапу розвитку представлені в (табл. 3).

Таблиця 3

**Основні хронологічні події розвитку досліджень сімейного бізнесу  
у 80-ті роки 20 ст.**

Рік	Зміст події	Місце події, публікації
1	2	3
1981	Кафедра приватного підприємництва в Kennesaw State College. Перший завідувач: Craig Aronoff	Kennesaw, Джорджія, США
1981	Elaine Kerper – презентація курсу “Динаміка сім’ї та сімейна організація”	На конференції в Gestalt Institute, США
1982	Започатковано програму “Сімейний бізнес” в Wharton Applied Research Center. Засновник і директор: Peter Davis	Центр фундаментальних досліджень Wharton, США
1982	John A. Davis, кандидатська дисертація “Вплив етапу життєвого циклу на трудові відносини “батько–син” у сімейних компаніях”. Модель 3-х кругів	Harvard University, США
1982	John Davis і Renato Tagiuri. Перший збірник літератури з сімейного бізнесу під назвою “Бібліографія по сімейному бізнесу”	Harvard Business School, США
1983	Richard Beckhar, Warner Burke. Спеціальний випуск з дослідження сімейного бізнесу	Harvard Business Review, Вип. 61, С. 30–51, США
1983	L. Karen, дисертація “Малий сімейний бізнес: унікальна організаційна культура ”	University of Utah, США
1983	Gibb W. Duer, кандидатська дисертація “Культурна еволюція в організації: відносно сімейної фірми ”	Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, США
1984	J. Astrachan, I. Lansberg, S. Rogolsky. Запускають програму з вивчення сімейних фірм	Yale Institute for Social and Political Studies, США
1985	Стартує друга програма з вивчення сімейного бізнесу в США. Засновник Patricia A. Frishkoff	The College of Business, Oregon State University, США
1985	Вперше пропонуються кредити на вивчення сімейного бізнесу.	США
1985	Книга D. Rosenblatt, L. de Mik “Сімейний бізнес”	Jossey-Bass, США
1985	John Davis. Перша науково-практична конференція з сімейного бізнесу	University of Southern California, США
1986	Засновано Інститут сімейної фірми (Firm Institute Inc. (FFI)). Засновник і президент: Barbara Hollander	Бостон, штат Массачусетс, США
1986	Книга John Ward “Утримуйте сімейний бізнес здоровим”	Jossey-Bass, серія Management of Family Owned Businesses
1986	Відкриття першого Бізнес-центру і першого сімейного Бізнес-Форуму. Розробник: Craig Aronoff	Kennesaw State College, Kennesaw, Джорджія, США
1986	Книга Andrew Errington “Ферма в якості сімейного бізнесу: Анотована бібліографія”	University of Reading Farm Management Unit, США

*Продовження таблиці 3*

1	2	3
1987	Відкривається перша кафедра сімейного бізнесу в Європі, в Іспанії. Завідувач: Miguel Ángel Gallo	University of Navarra, Barcelona, Іспанія
1987	Заснований Інститут сімейного підприємництва (Institute for Family Enterprise). Директор: Nancy Upton	Baylor University, Waco, штат Техас, США
1988	Засновано журнал “Огляд сімейного бізнесу”. (“Family Business Review”). Головний редактор: Ivan Lansberg	Jossey-Bass publication, США
1988	Перша конференція під егідою Інституту сімейної фірми – Firm Institute Inc. (FFI). Головуючий: Marion McCollom Hampton (20 учасників)	School of Management, Boston University, США
1988	Carl R. Zwerner отримав звання професора з сімейного бізнесу	Georgia State University, США
1989	Перша конференція з сімейного бізнесу. Головуючий: Nancy Upton	Baylor University, Waco, штат Техас, США
1989	Стаття Thomas A. Teal і Geraldine E. Willigan “The outstanding outsider and the fumbling family”, де друкується перший випадок дослідження сімейного бізнесу	Harvard Business Review, США
1989	FFI засновує щорічні нагороди за кращу докторську дисертацію (Перший отримувач нагороди: Colette Dumas), та за краще неопубліковане дослідження у сегменті сімейного бізнесу. (Перший отримувач нагороди: Stewart Malone)	Бостон, штат Массачусетс, США
1989	Wendy Handler, дисертація на тему: “Управління сімейною фірмою у процесі наступності: досвід наступного представника сімейного покоління”	Boston University, США
1990	Заснування мережі сімейного бізнесу (Family Business Network (FBN))	Світова мережа із понад 30 відділеннями по всьому світу, яка організовує власні програми і заходи, для спілкування, просвіти і навчання під девізом: “Сім’ї для сімей. Через покоління”

*Джерело: адаптовано за Hoу F., Sharma P., (2006) [4]*

У таблиці відображено лише ті явища та події, які на думку експертів вважаються суттєвими на даному етапі розвитку сімейного бізнесу.

*Період 90-х років 20 ст. – подальше зростання та поглиблення досліджень.* Інтерес до вивчення сімейного бізнесу продовжує зростати з 1990-х років, з проведенням досліджень про стан та вплив сімейних фірм на економіку різних країн. В США проводиться перше соціологічне опитування Gallup як зразок дослідження сімейного бізнесу. Створено відділення при Асоціації Малевого підприємництва Сполучених Штатів (USASBE), яке зосередилося на вивченні сімейної справи. Відмічається збільшення кількості докторів наук з сімейного бізнесу, особливо в Європі та Північній Америці, що зумовило появу серйозних емпіричних досліджень сімейного бізнесу. Створюються нові можливості для обміну результатами досліджень, наприклад, започатковуються: Міжнародна академія досліджень с сімейного підприємництва (The International Family Enterprise Research Academy, IFERA), Теорії сімейного підприємства (Theories of Family

Enterprise, ToFE) та Науково-дослідна конференція сімейного підприємства (The Family Enterprise Research Conference, FERC). Вчені, спеціалісти з різних галузей знань, розпочинають концентрувати свої дослідження на сімейних фірмах [2; 6], з'являються спеціалізовані випуски журналів з питань сімейного підприємництва (Entrepreneurship Theory and Practice, 27 (4), 28 (4), 29 (3); Journal of Business Venturing, 18 (4), 18 (5) [4]. Відбувається осмислення методології і предметного поля вивчення сімейного бізнесу та ревізія наукових надбань з розвитку його теоретичної бази. Формуються питання майбутніх досліджень. Основні хронологічні події цього етапу розвитку представлені в (табл. 4).

Таблиця 4

**Хронологічні події розвитку досліджень сімейного бізнесу у 90-ті роки 20 ст.**

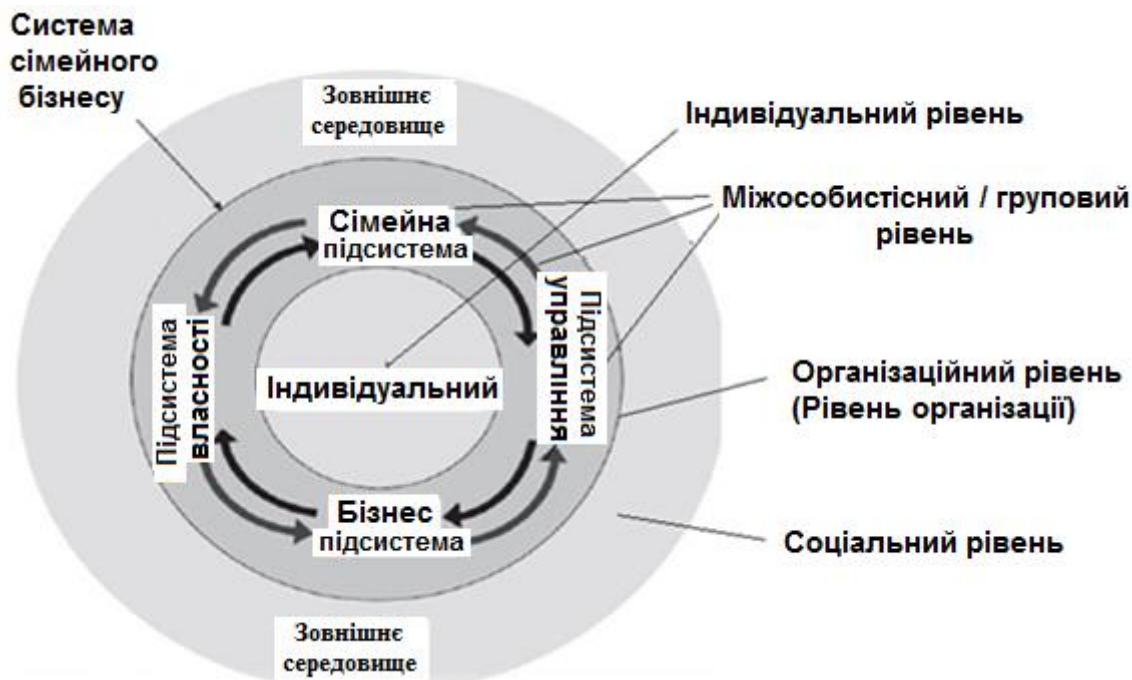
Рік	Зміст події	Місце події, публікації
1992	Перша конференція FFI для викладачів сімейного бізнесу	Northeastern University Center for Family Business, Boston, США
1993	Перше опитування Gallup з сімейного бізнесу. (Перший великий зразок дослідження сімейного бізнесу в США)	Опитування Gallup, США
1994	Створення відділення сімейного бізнесу при Асоціації малого підприємництва США (United States Association of Small Business Enterprise - USASBE)	Асоціація малого підприємництва США
1994	Спеціальний випуск. Gibb W. Dyer і Wendy Handler "Теорія підприємництва та практика".	Entrepreneurship and Family Business, № 23, США
1994	Запущена "Series Project" під егідою FFI. Редактор: Jane Hilburt-Davis	Бостон, штат Массачусетс, США
1994	Розсилка "FAMILYBIZ", заснована Scott Kunkel	University of San Diego США
1994	Перша велика стаття Max Wortman з узагальнення огляду досліджень сімейного бізнесу	Family Business Review, США
1995	Перша щорічна конференція з психодинаміки сімейного бізнесу – Psychodynamics of Family Businesses (PDFB). Головуючий: Ken Kaye	Northwestern University, США
1995	Створена цільова група – FFIs Body of Knowledge (ВОК)	Бостон, штат Массачусетс, США
1996	Книга P. Sharma, J. J. Chrisman, J. H. Chua "Огляд і анотована бібліографія досліджень сімейного бізнесу"	Kluwer Academic, США
1996	Відкриття спеціалізації "Сімейний бізнес"	Texas Tech University, США
1997	Перше Національне дослідження сімейного бізнесу	Family Business Review, Special issue, № 7 (3), США
1997	K. E. Gersick, J. A. Davis, M. M. Hampton, I. Lansberg: "З покоління в покоління: Життєвий цикл сімейного бізнесу"	Harvard Business Review, США
1998	Дисертація P. Sharma отримує нагороду The NFIB Best Dissertation award (перша дисертація про сімейний бізнес, яка визнана відділом підприємництва Академії управління)	Entrepreneurship division of the Academy of Management, США
1999	Перша докторантура створена у Північній Європі. Керівник: Matti Koironen	University of Jyväskylä, Фінляндія
2000	Створена перша докторська програма з досліджень сімейного бізнесу	University of Jyväskylä, Фінляндія

Джерело: адаптовано за Ноу F., Шарма P., (2006) [4]



*Перше десятиліття 21 ст. – розвиток консенсусу.* З моменту свого існування поле дослідження сімейного бізнесу в значній мірі було сформовано шляхом запозичень з інших дисциплін: психології, соціології, економіки, права, теорії сімейних систем та інших. В доповненні до теорії агентства і ресурсно-базисного аналізу (RBV) фірми, за ці роки було застосовано і інші теорії у сфері дослідження сімейного бізнесу: інституційну теорію (Institutional theory), організаційної екології (Organizational ecology), теорію зацікавлених сторін (Stakeholder theory), теорію управління (Stewardship theory), теорію перспектив (Prospect theory), теорію трансакційних витрат (Transaction cost economics), теорію систем (System theory), теорію запланованої поведінки (Theory of planned behavior), теорію соціальних мереж (Social network theory), теорію соціального капіталу (Social capital theory), теорію соціального обміну (Social exchange theory) і теорію мереж (Network theory) [7]. Цей підхід зробив свій внесок у розробку концептуальних та теоретичних засад сімейного бізнесу. Серед них – єдина теорія систем (The unified systems theory, Habbershon, William, MacMillan, 2003), теорія стійкого сімейного бізнесу (The Sustainable Family Business Theory, Danes, Lee, Stafford, Heck, 2008), модель структурних ризиків (The structural risk model, Gimeno, Baulenas, Coma-Cross, 2010) та інші. Таким чином, у науковому просторі складається спільнота науковців, які цілеспрямовано займаються дослідженням та розвитком теорії сімейного бізнесу. Та це стало можливим завдяки розвитку і визнанню центральною парадигмою Модель 3-х кругів сімейного бізнесу (Tagiuri R., Davis D. J., 1996.) та Тривимірну модель розвитку сімейного бізнесу (Gersick K. E., Davis J. A., McCollom Hampton M., Lansberg I., 1997) [8; 9]. Саме ці моделі створюють систему ідей, поглядів і понять, базову концепцію, на якій ґрунтуються усі дослідження сімейного бізнесу та формуються основи теорії, а стан сімейного бізнесу визначається як досягнення загальної узгодженості парадигми, тобто розвитку консенсусу. Наявність фрагментарних даних та теоретичних знань ставить питання про підвищення методологічної чіткості та послідовності у дослідженні сімейного бізнесу. У 2007 році Т. М. Рієгер і С. В. Клейн застосували *системний підхід* у розробленій моделі “The Bulleye” вивчення сімейного бізнесу, яка визначає чотири рівні аналізу, а саме: індивідуальний, груповий, рівень організації (організаційний) та соціальний (рівень навколишнього середовища) [10]. Модель системного підходу “The Bulleye” у вивченні сімейного бізнесу представлена (на рис. 1).

Значно збільшилась загальна кількість наукових статей з дослідження сімейного бізнесу у рецензованих журналах, які не тільки поглибили вивчення традиційних тем, а й започаткували нові вектори досліджень, чим значно розширили наукове поле сімейного бізнесу. Тенденція до збільшення об’ємів досліджень невинно зростає. За даними бібліометричного методу на основі глобального пошуку (ABI Inform Global), який проводиться з певною регулярністю, кількість надрукованих статей з проблематики сімейного бізнесу у рецензованих журналах в 1970-ті роки склала 135, у 1980-ті роки їх кількість зросла до 306. В 1990-ті роки цей показник становив уже 2281 статей, і за перше десятиріччя нашого століття він збільшився більше, ніж у два рази до 5646 [11]. У Європейському Союзі та на рівні окремих країн розробляються нормативно-правові та соціальні заходи з підтримки сімейного бізнесу та приходять усвідомлення важливості цього сектору економіки. Подібні кроки простежуються і в інших регіонах планети. Хронологічні події першого десятиліття 21 століття представлені в (табл. 5).



**Рисунок 1 - Модель системного підходу “The Bulleye” у вивченні сімейного бізнесу.**  
*Джерело: адаптовано за Т. М. Pieper, S. В. Klein, 2007 [10]*

**Таблиця 5**

**Хронологічні події розвитку досліджень сімейного бізнесу  
у перше десятиліття 21 ст.**

Рік	Зміст події	Місце події, публікації
1	2	3
2001	Заснована Міжнародна сімейна академія досліджень підприємства - International Family Enterprise Research Academy (IFERA). Перший президент: Albert Jan Thomassen. Перша конференція IFERA відбулась в науковому центрі INSEAD в Фонтенбло (Франція, 35 учасників).	Протокол про створення ухвалений у Барселоні в січні 2000 р.. Функціонує в країнах Західної Європи, Уругваї та США
2001	Перша теоретична конференція сімейного підприємництва - Theories of Family Enterprise (ToFE). Співорганізатори: Jim Chrisman, Jess Chua and Lloyd Steier	Організована групою навчальних закладів: Universities Alberta (UoA), Calgary (UoC), School of Business, UoA, Edmonton, США
2002	Стаття J. H., Astrachan, S. B. Klein, K. X. Smyrnios. F-PEC шкала впливу сім'ї: пропозиція для вирішення проблеми визначення сімейного бізнесу	Family Business Review
2003	Два спеціалізованих випуски з вивчення сімейного бізнесу. (Співредактори: 18 (4), Jim Chrisman, Jess Chua and Lloyd Steier, 18 (5), співредактори: Rogoff and Ramona Heck)	Journal of Business Venturing, 18 (4), 1 8 (5)
2005	Міжнародна магістерська програма з сімейного бізнесу (викладається англійською та фінською мовами)	University of Jyväskylä, Фінляндія.

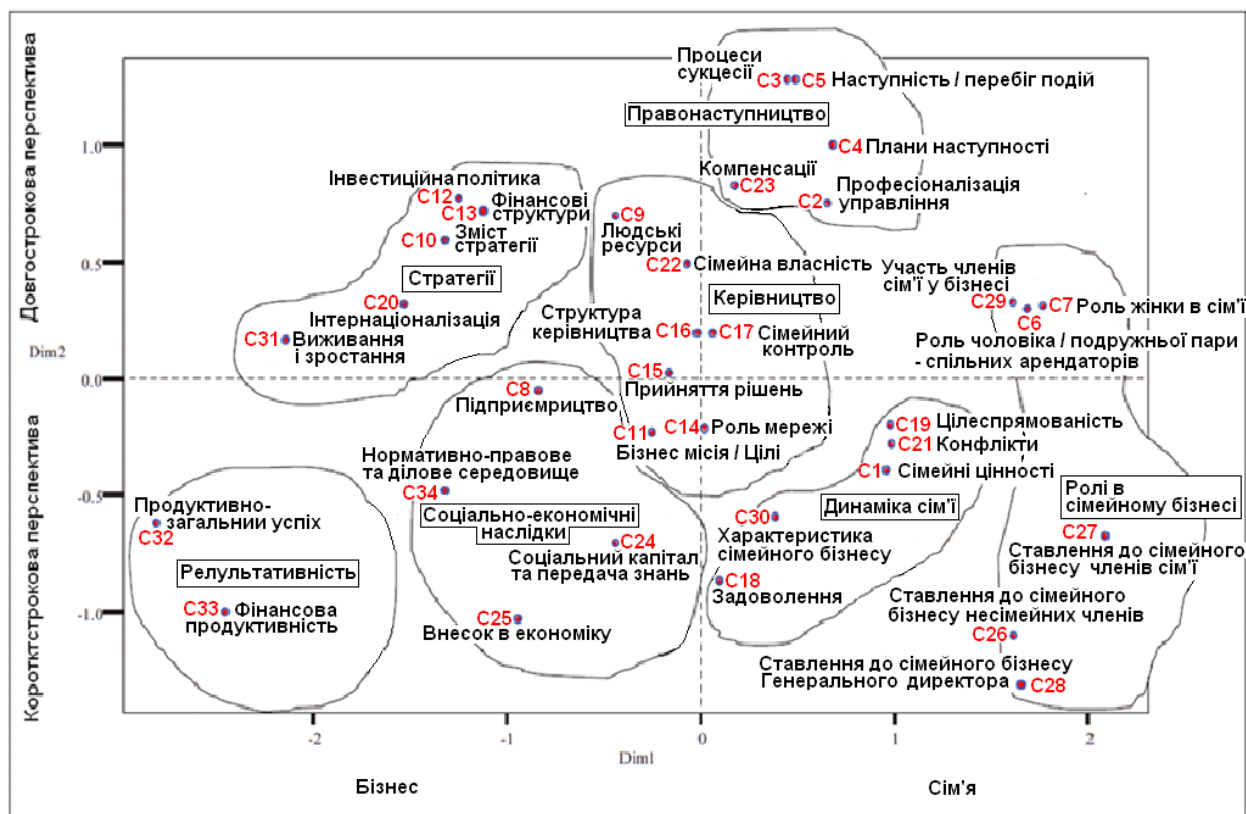
*Продовження таблиці 5*

1	2	3
2005	Проект Альянсу з для докторантури з сімейного бізнесу між університетами Європи	Між Finnish (Jyväskylä), Italian (Bocconi), Swiss (Lugano)
2005	Перша науково-практична конференція з сімейного підприємництва (Співорганізатори: Mark Green, Pramodita Sharma , 55 учасників)	Заснована Austin Family Business Program, Portland, США
2005	Книга Miller D., Le Breton-Miller I. "Управління у довгостроковій перспективі"	Harvard Business School Press, США
2005	Огляд цитувань сімейного бізнесу за індексом Social Science Citation Index (SSCI) в контексті соціальних і поведінкових наук. Редактор: Joe Astrachan	Family Business Review
2006	Стаття D. Miller, I. Le Breton-Miller Управління сім'єю та діяльність фірми: агенство, опікунство та можливості	Family Business Review
2007	Стаття T. M. Pieper, S.B. Klein. Bullseye: системний підхід до моделювання сімейних фірм. Сімейний діловий огляд	Family Business Review
2009	Заключний звіт експертної групи. Огляд проблем, пов'язаних із сімейним бізнесом: дослідження мережі, політичні заходи та існуючі дослідження	Європейська комісія

*Джерело: розроблено автором*

*Друге десятиліття 21 ст. – стан нормальної науки.* Відбувається подальший розвиток сімейного бізнесу як нормальної науки. Структурні об'єкти з сімейного бізнесу, окрім Європи і США, представлені в Африці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні, Південній Америці, Австралії, Новій Зеландії та на Близькому Сході. Сімейний бізнес викладається у багатьох престижних університетах світу. Значно зростає кількість опублікованих статей з сімейного бізнесу, і за перші чотири роки цього десятиліття їх кількість склала 4021. В 2010 році з'явився новий спеціалізований журнал сімейного бізнесу – "Стратегія сімейного бізнесу" (Journal of Family Business Strategy, JFBS). Журнал "Огляд сімейного бізнесу" ("Family Business Review") на 2014 року мав 9599 передплатників у 187 країнах світу і увійшов у п'ятірку кращих бізнес-журналів [12].

Значно розширився спектр наукових досліджень сімейного бізнесу, де окрім традиційних тем, таких, як наступність, стратегічне планування, корпоративне управління, роль власника-менеджера, вплив сім'ї, – дослідження охоплюють питання міжособистісної сімейної та бізнесової динаміки, продуктивності фірми, показники успішності сімейної компанії, організаційної культури, професіоналізації, інтернаціоналізації, інституалізації, інновацій, консультування сімейного бізнесу, питання статі і етнічної приналежності, конкурентних переваг, етики сімейних підприємств, збереження підприємництва, лідерство, стратегічне планування тощо. Група дослідників, у складі Yu A., Lumpkin G. T. і Sorenson R. (2011), проаналізували 212 емпіричних статей з дев'яти провідних наукових збірників з дослідження сімейного бізнесу за період 1998 по 2009 роки та систематизували їх у 7 кластерів, які відображають ландшафт досліджень сімейного бізнесу на сучасному етапі розвитку. Кластери розташовані в осях координат: бізнес, сім'я – (вісь X), короткострокова і довгострокова перспективи (вісь Y), (рис.2) [13].



**Рисунок 2 - Карта ландшафту досліджень сімейного бізнесу на сучасному етапі розвитку**

*Адаптовано за Yu A., Lumpkin G. T., Sorenson R. (2011) [13]*

Перспективними подальшими дослідженнями сімейного бізнесу є явища “familiness” (сімейності), соціально-емоційного багатства, організаційно-економічного механізму управління сімейними компаніями, адаптивності сімейного бізнесу тощо.

**Висновки.** Сімейний бізнес за 60 років досліджень еволюціонував від майже невідомої у науці сфери економічної діяльності до стану окремої наукової дисципліни з власною теорією, сферою практичного застосування та методами дослідження. Таким чином, більшістю науковців визнається, що сімейний бізнес як наукова дисципліна, на сьогодні, позиціонує себе як нормальна наука. Теперішній стан характеризується подальшим поглибленим вивченням сімейного бізнесу з формуванням основних теоретичних та практичних базових знань, щоб краще зрозуміти сутність явищ, які узгоджуються з домінуючою парадигмою, інтелектуальним пошуком та спробами подальшої розробки базової теорії сімейного бізнесу.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kuhn T. S. The Structure of Scientific Revolutions. Foundations of the Unity of Science. International Encyclopedia of Unified Science. Second Edition, Enlarged. 1962. Vol. 2, № 2. P. 210.
2. Moores K. Paradigms and Theory Building in the Domain of Business Families. Family Business Review. 2009. Vol. 22 (2). P.167-180.
3. ISchulze, W. S., Gedajlovic, E. R. Whither Family Business? Journal of Management Studies. 2010. № 47. P.191–204.

4. Hoy F., Sharma P. Navigating the family business education maze. Handbook of Research on Family Business, 2006. P. 11-24.
5. Sharma P., Chrisman J. J. Gersick K. E. 25 Years of Family Business Review: Reflections on the Past and Perspectives for the Future. Family Business Review. 2012. Vol.25 (1). P. 5-15.
6. Miller D., Le Breton-Miller I. Family Governance and Firm Performance: Agency, Stewardship, and Capabilities. Family Business Review. 2006.Vol. 19, № 1. P. 73-87. DOI: 10.1111/j.1741-6248.2006.00063.
7. Farrington S. M. Family business: A legitimate scholarly field. Inaugural lecture in the Nelson Mandela Metropolitan University, South Africa, 25 July 2016. 46 p.
8. Gersick K. E., Davis J. A., McCollom Hampton M., Lansberg I. Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business. Publisher: Harvard Business Review Press, 1997. 302 p.
9. Tagiuri R., Davis D. J. 1996. Bivalent Attributes of the Family Firm. Family Business Review, 1996. Vol. 9 (2). P. 199-208.
10. Pieper T. M. Klein S. B. The Bulleye: A Systems Approach to Modeling Family Firms. Family Business Review. 2007. Vol. 20 (4). P.301-319.
11. Farrington S. M. Family business: A legitimate scholarly field. Inaugural lecture in the Nelson Mandela Metropolitan University, South Africa, 25 July 2016. 46 p.
12. Sharma P. Editor's Notes: 2014 - A Year in Review. Family Business Review. 2015. Vol. 28. P. 4-9.
13. Yu A., Lumpkin G. T., Sorenson R. L., Keith H. Brigham The Landscape of Family Business Outcomes: A Summary and Numerical Taxonomy of Dependent Variables. Entrepreneurship Faculty Publications. Family Business Review. 2012. Vol. 25 (1). P. 33-57. DOI: 10.1177/0894486511430329