

УДК: 338.1; 339.9

JEL: F000; F230; M510; M540

### РОЛЬ ПОКОЛЕНИЙ В ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ СЕМЕЙНЫХ ФИРМ: СИСТЕМАТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

*А. А. Крикливец*

Санкт-Петербургский государственный университет,  
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

**Для цитирования:** Крикливец А. А. 2023. Роль поколений в интернационализации семейных фирм: систематический обзор литературы. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент* 22 (3): 391–421. <http://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2023.306>

Основная цель исследования — обобщение знаний о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса и определение перспективных направлений для дальнейшего изучения рассматриваемой области. Поиск статей для анализа проводился с помощью двух баз данных — Web of Science и EBSCO. В финальную выборку исследования включена 51 статья, опубликованная в период с 2000 по 2021 г. Статьи были сгруппированы в пять кластеров в соответствии с темой исследования. Обнаружено, что в каждом из кластеров имеется ряд областей для будущих исследований. Кроме того, применение теории поколений к исследованию интернационализации семейного бизнеса было выделено как важная траектория для развития данной проблематики. Ключевой вывод работы заключается в том, что систематическое изучение тем, определенных в процессе анализа, позволит обогатить и углубить знания об интернационализации семейного бизнеса. Основным ограничением исследования является то обстоятельство, что роль поколений рассматривается только в процессе интернационализации семейных компаний. Владельцы семейного бизнеса могут использовать полученные результаты при планировании выхода на международные рынки при принятии более эффективных решений. Процесс интернационализации семейных фирм сложен и многогранен, поскольку эти фирмы уникальны и значительно отличаются от несемейных. Понимание того, как на него влияет участие членов семьи из разных поколений, помогает расширить имеющиеся знания по рассматриваемой теме.

*Ключевые слова:* семейные фирмы, семейный бизнес, интернационализация, международный семейный бизнес, поколения, преемственность поколений в семейном бизнесе, обзор литературы.

---

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

## ВВЕДЕНИЕ

Согласно отчету PwC, около 70% мировой экономики приходится на семейный бизнес<sup>1</sup>. Несмотря на существенную роль семейных компаний в мировой экономике, феномен семейного бизнеса имеет множество трактовок [Волков, 2013а]. Авторы ряда исследований доказывают, что каждая семейная фирма уникальна и обладает специфическими возможностями для развития, которые могут быть недоступны для других предприятий [Gersick et al., 1997; Carr et al., 2016; Lu, Kwan, Ma, 2021]. Актуальность интернационализации для развития семейного бизнеса широко признается в мире в связи с глобализацией мировой экономики [Zahra, George, 2002], необходимостью повышения и поддержания конкурентоспособности семейных фирм [Autio, Sapienza, Almeida, 2000; Sapienza et al., 2006], а также снижения их зависимости от национального рынка [Ciravegna, Majano, Zhan, 2014]. В связи с этим процесс принятия решения о выходе семейного бизнеса на международный рынок наряду с факторами, которые могут на это повлиять, требует внимания со стороны научного сообщества.

Семейный бизнес начинает играть все более важную роль в крупнейших мировых экономиках, таких как США и Китай, и вопрос передачи бизнеса новому поколению стоит крайне остро [Ли, 2019]. Например, в западных компаниях уже получила широкое распространение практика планирования процесса преемственности и составления специального плана передачи бизнеса, что помогает обеспечить плавный и контролируемый переход [Волков, 2013b]. Кроме того, следует принимать во внимание различные индивидуальные факторы (отношение к предпринимательской карьере, эмоциональную приверженность семейному бизнесу, реакцию родителей на предпринимательские планы детей и т. д.) для обеспечения сохранения бизнеса внутри семьи и его успешной передачи [Волков, Ильин, 2017]. Авторы научных работ отмечают необходимость консультационной поддержки для семейных компаний, стоящих на пороге передачи семейного дела следующему поколению, так как компаниям трудно самостоятельно преодолеть сложности, связанные с быстрыми изменениями внешней среды, налоговыми и юридическими аспектами, а также финансированием [Мурзина, 2015].

Согласно результатам исследований, несмотря на то что количество научных работ о выходе семейных фирм на международные рынки значительно увеличилось за последние несколько лет, многие важные аспекты остаются неизученными [Kontinen, Ojala, 2010; Rienda, Claver, Andreu, 2020; Debellis et al., 2021]. Например, интернационализация семейного бизнеса в основном рассматривается как стратегическое решение, а не как процесс выхода фирмы на международный рынок, и результаты, которые следуют за принятием этого решения, часто остаются вне фокуса современных исследований [Debellis et al., 2021]. Следовательно, существуют возможности для дальнейшего изучения различных факторов, влияющих

---

<sup>1</sup> PwC's 11th Global Family Business Survey, 2023. URL: <https://www.pwc.com/familybusinesssurvey> (дата обращения: 20.06.2023).

на результаты интернационализации (например, роли в этом процессе определенного человека, вовлеченного в управление семейным бизнесом).

Кроме того, в связи с масштабными социокультурными и экономическими трендами, такими как глобализация, увеличение средней продолжительности жизни населения и растущее внимание к увеличению многообразия сотрудников, деловое общество активно изучает способы управления разнообразием рабочей силы [Bernard, Anandan, RaviKumar, 2019]. Среди них находятся и межпоколенческие различия между членами команды топ-менеджмента.

Недавно проведенный обзор литературы по интернационализации семейного бизнеса [Debellis et al., 2021] показал, что необходимо более глубокое изучение факторов, которые могут способствовать либо сдерживать развитие интернационализации семейных фирм. Особое внимание предлагается уделить тем из них, которые связаны с семьей, владеющей фирмой, и индивидуальными характеристиками ее членов. Было обнаружено, что в настоящее время имеется достаточно много исследований о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса, и этот пласт литературы требует систематизации и комплексного анализа [Debellis et al., 2021].

Цель статьи — систематизация исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм для того, чтобы определить степень изученности темы и сформулировать перспективные направления ее дальнейшего изучения. Основной вопрос исследования таков: что известно о роли поколений в интернационализации семейных фирм на сегодняшний день и какие вопросы требуют дальнейшего изучения?

Статья структурирована следующим образом. В первом разделе описаны результаты исследований, посвященных интернационализации семейного бизнеса и роли поколений в этом процессе. Во втором представлена методика формирования выборки статей для обзора литературы, приводится описательная статистика анализируемых работ. В третьем разделе рассмотрены основные направления исследований о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса, а также применяемые методологические и теоретические подходы. В заключении обобщаются результаты систематического обзора литературы о роли поколений в интернационализации семейных фирм, формулируются основные выводы и перспективные направления дальнейших исследований в этой области.

## **ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА И РОЛЬ ПОКОЛЕНИЙ**

**Процесс интернационализации семейного бизнеса.** В настоящем исследовании под семейным бизнесом понимается бизнес, «руководство и (или) управление которым осуществляется с намерением сформулировать и реализовать концепцию развития бизнеса, находящегося во владении доминирующей коалиции, управляемой членами одной семьи или небольшим количеством семей таким образом, чтобы обеспечивать потенциальную устойчивость на протяжении не-

скольких поколений этой семьи или семей» ([Chua, Chrisman, Sharma, 1999] — цитируется по: [Корчагина, 2015, с. 39]). Данное определение является наиболее релевантным для целей работы, так как учитывает аспекты не только владения и управления бизнесом, но и его преемственности.

В [Debellis et al., 2021] отмечается, что количество исследований по интернационализации семейного бизнеса значительно увеличилось за последние годы. В период с 2006 по 2010 г. число опубликованных статей возросло более чем в два раза и удваивается каждые пять лет. Этот факт свидетельствует о повышенном интересе к данной области знаний со стороны ученых. Результаты исследований показывают, что некоторые факторы могут позитивно повлиять на намерение семейного бизнеса выйти на международный рынок. Среди них — рост доли институциональной собственности [Chen, Hsu, Chang, 2014], лидирующее положение на рынке [Chen et al., 2015], стратегические цели генерального директора [Chen et al., 2015], участие в совете директоров внешних экспертов и консультантов [Mitter et al., 2014].

Вместе с тем были обнаружены и факторы, сдерживающие международную экспансию семейных фирм. В отличие от несемейных предприятий семейные фирмы при планировании интернационализации всегда сталкиваются с дилеммой. Выбор собственников сдерживается их неэкономическими личными переживаниями о сохранении социально-эмоционального благосостояния (socioemotional wealth) семьи [Gomez-Mejia, Makri, Larraza-Kintana, 2010]. Установлено, что семейные предприятия менее охотно подходят к процессу интернационализации, чем несемейные [Gallo, Sveen, 1991], и с точки зрения экономического цикла жизни предприятия обычно начинают международную экспансию позднее [Gallo, Pont, 1996]. Отказ от внешних экспертных знаний, страх потерять полный контроль над фирмой, чрезмерное избегание рисков [Casillas, Aceda, 2005] и недостаток финансовых ресурсов оказались наиболее существенными организационными факторами, сдерживающими интернационализацию семейного бизнеса [Gallo, Sveen, 1991; Kontinen, Ojala, 2010]. Следовательно, интернационализация семейного бизнеса — это нелинейный процесс, который зависит от множества переменных на каждом из его этапов — от решения о выходе на международный рынок до формы управления в каждой стране присутствия [Aharoni, Tihanyi, Connelly, 2011].

Несмотря на свою значимость, роль поколений в интернационализации семейного бизнеса еще не получила достаточной оценки со стороны научного сообщества. На протяжении нескольких лет ученые, проводящие систематические обзоры литературы по вопросам интернационализации семейных фирм, указывают на необходимость дальнейших исследований роли поколений в этом сложном и многогранном процессе [Kontinen, Ojala, 2010; Pukall, Calabrò, 2014; Debellis et al., 2021]. Известно, что семейный контроль может влиять на принятие фирмой рисков [Gomez-Mejia et al., 2007; Gomez-Mejia, Makri, Larraza-Kintana, 2010] и нередко семейные фирмы воспринимают интернационализацию как весьма рискованное решение [Claver, Rienda, Quer, 2009].

Таким образом, если представители различных поколений имеют предрасположенность к принятию или непринятию на себя дополнительных рисков, то можно предположить, что их личные убеждения способны повлиять и на интернационализацию семейного бизнеса. Роль поколений в интернационализации семейных фирм требует дальнейшего обсуждения и детального изучения. Важно понять, как различия и взаимодополняемость индивидуальных особенностей и опыта членов семьи из разных поколений влияют на процесс интернационализации семейных фирм.

**Роль поколений в интернационализации семейного бизнеса.** В настоящее время приводится множество определений понятия «поколение». Трактовка, получившая наибольшее распространение, была предложена В. Штрауссом и Н. Хове: поколение — это группа людей, которые обладают уникальным набором индивидуальных особенностей и жизненным опытом, формирующими их мировоззрение, ценности и поведенческие особенности [Strauss, Howe, 1991; 1997]. Исследования показывают, что представители разных поколений оказывают непосредственное влияние на бизнес-процессы, эффективность и результаты деятельности компаний [Grund, Westergaard-Nielsen, 2008; Wegge, Meyer, 2020].

В контексте семейного бизнеса влияние межпоколенческих различий на развитие фирмы является еще более ощутимым из-за существующей преемственности — передачи управления бизнесом из поколения в поколение [Calabrò et al., 2018]. Представители различных поколений способны воздействовать на траекторию развития семейного бизнеса посредством тех или иных форм участия в его управлении. Например, они могут входить в состав топ-менеджмента, владеть значительным пакетом акций компании, а также занимать в ней определенную должность. Высокое положение в фирме (участие в акционерном капитале или в непосредственном управлении бизнесом) оказывает особое влияние, так как оно позволяет принимать и претворять в жизнь важные бизнес-решения, в частности решение о выходе фирмы на международный рынок. В данном обзоре литературы под ролью поколений понимается принятие стратегических решений владельцами семейных фирм, относящихся к различным поколениям, и то влияние, которое они оказывают на развитие семейного бизнеса.

В настоящее время предприятия работают в условиях масштабной смены поколений на рынке труда: «традиционалисты» и «бэби-бумеры» приближаются к своему выходу на пенсию, в то время как поколение Z (молодые люди до 20–22 лет) начинают активно занимать рабочие места. В исследованиях отмечается, что семейный бизнес может стать возможностью для реализации собственных проектов и идей для наследников [Волков, 2013с]. Эффективное взаимодействие между основателями и наследниками семейного бизнеса — один из ключевых факторов развития семейного предпринимательства [Календжян, Волков, 2011; Ли, 2019], что обуславливает важность изучения поколенческих аспектов в вопросах семейного предпринимательства.

Исследования интернационализации семейного бизнеса становятся более комплексными с позиции как факторов, оказывающих влияние на этот процесс, так и прикладных теоретических идей, позволяющих объяснить его логику (см., напр.: [Zellweger et al., 2012; Liu, 2014; Dou et al., 2019; Shi, Graves, Barbera, 2019; Rienda, Claver, Andreu, 2020]). Вместе с тем полученные результаты достаточно противоречивы [Calabrò, Brogi, Torchia, 2016].

С одной стороны, в ряде работ показано, что вовлечение членов семьи из разных поколений в управление семейным бизнесом положительно влияет на его интернационализацию [Zahra, 2003; Chen, Hsu, Chang, 2014; Rienda, Claver, Andreu, 2020]. С другой стороны, есть свидетельства того, что более высокая степень участия в бизнес-процессах представителей различных поколений из семьи, владеющей фирмой, может негативно отражаться на международном развитии фирмы [Fernandez, Nieto, 2005; 2006; Graves, Thomas, 2006]. Кроме того, некоторые авторы не подтверждают существование связи между вовлечением представителей различных поколений в семейный бизнес и его международной экспансией (см., напр.: [Cerrato, Piva, 2012]) или приходят к выводу о том, что эта связь не является линейной (см., напр.: [Sciascia et al., 2012]). Следовательно, важно обобщить и систематизировать эти выводы, чтобы сформировать собственное мнение о текущем состоянии знания в рассматриваемой области.

Таким образом, роль поколений в семейном бизнесе — актуальная тема, требующая внимания исследователей. Влияние поколений на интернационализацию семейного бизнеса может быть как положительным, так и отрицательным. Положительное влияние заключается в передаче ценных знаний и опыта, а также внедрении инноваций и разработке стратегий представителями молодого поколения, что способствует развитию компании на международном уровне. При этом устаревшие методы управления и конфликты между поколениями могут стать преградой для интернационализации семейного бизнеса. Исследование данной проблемы позволяет более глубоко понять влияние поколений и разработать стратегии, способствующие успешной экспансии семейных компаний на глобальном рынке.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для оценки темпов развития исследований о роли поколений в международной экспансии семейного бизнеса были проанализированы статьи из двух баз данных — Web of Science и EBSCO. Для поиска использовались три группы ключевых слов. Первая группа — “family firm\*”, “family enterprise\*” и “family business\*” — характеризует объект исследования; вторая — “\*generation\*” и “\*succession\*” — добавляет аспект присутствия в бизнесе различных поколений; третья группа — “international\*”, “\*global\*” и “MNE\*” — сфокусирована на интернационализации бизнеса. Для попадания статьи в выборку в ее заголовке должно быть хотя бы одно ключевое слово из каждой группы. Фильтр по дате публикации не при-

менялся и был выбран период с 2000 по 2020 г. В результате в выборку вошли 143 статьи из Web of Science и 45 — из EBSCO.

Затем статьи были проверены на предмет их соответствия исследуемой теме посредством анализа их заголовков и аннотаций. После такой первоначальной проверки в выборке осталось 36 статей из Web of Science и 4 — из EBSCO. Далее анализировались полные тексты работ, а также списки литературы с целью найти дополнительные исследования. В результате было выявлено еще 11 статей. Таким образом, в выборку для исследования попала 51 работа. На рис. 1 показана динамика количества публикаций в рассматриваемый период.

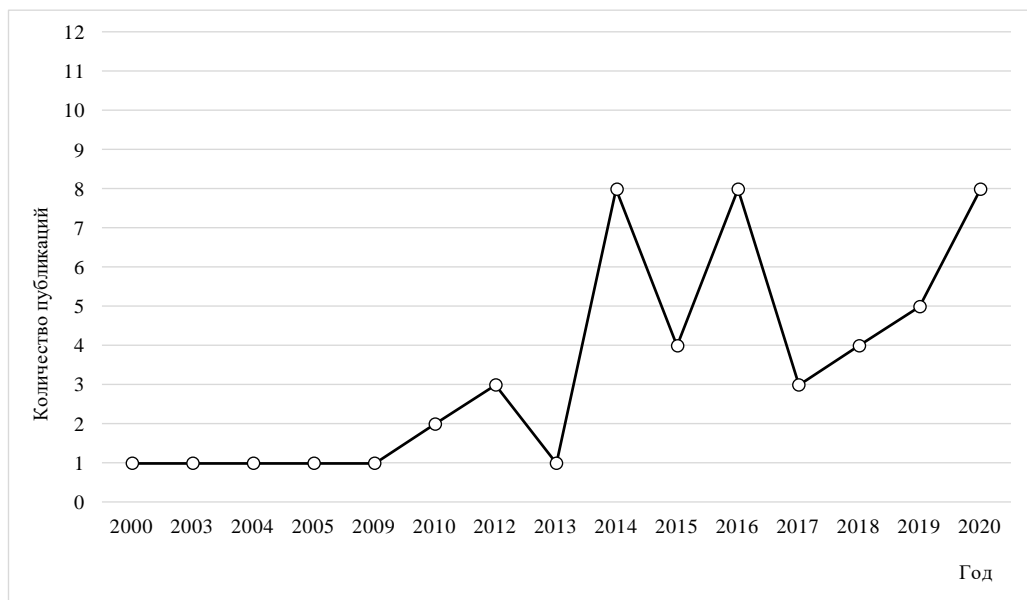


Рис. 1. Динамика количества публикаций о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса, 2000–2020 гг.

В 2000–2013 гг. количество исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм было достаточно низким. Первое значительное увеличение числа опубликованных работ наблюдалось в 2014–2016 гг. В 2017 г. количество исследований снизилось до уровня 2012 г., а затем продолжало расти. В целом можно сделать вывод о том, что роль поколений в интернационализации семейного бизнеса как область знаний в последние годы вызывает интерес у научного сообщества.

Статьи из выборки для целей настоящего исследования издавались в различных научных журналах (всего 37 периодических изданий). Полный перечень журналов с указанием их рейтинга и количества соответствующих публикаций приведен в табл. 1.

Таблица 1. Перечень журналов: рейтинг и количество публикаций

Журнал	Рейтинг*	Количество публикаций
<i>Acta oeconomica</i>	Нет	1
<i>Anthropologist</i>	Нет	2
<i>Applied Economics</i>	2	1
<i>Asia Pacific Journal of Management</i>	3	2
<i>Business Research and Practice</i>	Нет	1
<i>Business History</i>	4	2
<i>Cognitive Systems Research</i>	Нет	1
<i>Corporate Governance: An International Review</i>	3	1
<i>Economic Research — Ekonomska istrazivanja</i>	Нет	1
<i>Economics and Management Research Projects: An International Journal</i>	Нет	1
<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	4	1
<i>European Business Review</i>	2	1
<i>European Journal of International Management</i>	2	1
<i>European Management Journal</i>	2	1
<b><i>Family Business Review</i></b>	3	<b>4</b>
<i>Global Strategy Journal</i>	4	2
<i>International Business Review</i>	3	2
<i>International Business Research</i>	Нет	1
<i>International Journal of Economics and Finance</i>	Нет	1



<i>International Journal of Entrepreneurship and Innovation</i>	2	1
<i>The Journal of Indian Management &amp; Strategy</i>	Нет	1
<i>Journal of Business Economics and Management</i>	2	1
<b><i>Journal of Business Research</i></b>	3	<b>3</b>
<i>Journal of Business Venturing</i>	4	1
<b><i>Journal of Family Business Management</i></b>	1	<b>3</b>
<i>Journal of Family Business Strategy</i>	2	1
<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	1	1
<i>Journal of International Financial Markets Institutions &amp; Money</i>	3	1
<i>Journal of Management and Governance</i>	1	1
<i>Journal of Management Studies</i>	4	1
<i>Journal of Public Affairs</i>	1	1
<i>Journal of Small Business and Enterprise Development</i>	2	1
<i>Journal of Small Business Management</i>	3	1
<i>Long Range Planning</i>	3	2
<i>Review of Managerial Science</i>	2	2
<i>Revista de cercetare si interventie sociala</i>	Нет	1
<i>Strategic Management Journal</i>	4*	1

Примечания: 1) \* — Chartered Association of Business Schools Academic Journals Guide (ABS list). URL: <https://charteredabs.org/academic-journal-guide-2021/> (дата обращения: 28.04.2022); 2) полужирным шрифтом выделены журналы с наибольшим количеством статей о роли поколений в интернационализации семейных фирм.

Как видно, половина статей из выборки опубликованы в журналах, имеющих рейтинги 3, 4 и 4\* согласно рейтингу Ассоциации бизнес-школ. Следовательно, рассматриваемая тема актуальна в современном научном сообществе и статьи издаются в ведущих международных журналах. Тем не менее в выборку попали 17 исследований, напечатанных в журналах, которые не входят в рейтинг Ассоциации бизнес-школ. Однако выводы этих статей рассматриваются в целях настоящего исследования, поскольку изучаемая проблема носит многоаспектный характер и из них могут быть извлечены интересные идеи.

Таким образом, можно выделить три наиболее популярных журнала, в которых публикуются статьи о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса: *Family Business Review* — 4 статьи, *Journal of Business Research* — 3, *Journal of Family Business Management* — 3 статьи.

Далее необходимо рассмотреть содержательную составляющую исследований — контекст проведения исследований, методологические и теоретические подходы к изучению феномена, а также основные тенденции, прослеживаемые в работах о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Основные направления теоретических исследований.** В результате анализа статей из выборки были сформированы пять основных направлений исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм.

1. Влияние факторов, связанных с семьей, владеющей фирмой (в частности, передачи бизнеса из поколения в поколение и межпоколенческих различий между лидерами фирмы), на интернационализацию семейного бизнеса. Этим вопросам посвящена самая многочисленная группа исследований в выборке — в нее входят 34 статьи (см., напр.: [Martínez, Báez, Salinas, 2000; Bobillo, Rodríguez-Sanz, Tejerina-Gaite, 2013; Amatori, 2016; Clinton et al., 2016; Baranyai, Kozma, 2019; Dou et al., 2019]). Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время наибольшее внимание со стороны научного сообщества уделяется исследованию факторов, так или иначе связанных с особенностями семей, владеющих бизнесом.

Результаты анализа показывают, что индивидуальные особенности наследника являются определяющими для международного развития семейной фирмы (см., напр.: [Coutinho, Moutinho, 2012; Clinton et al., 2016]). Кроме того, смена поколения во главе семейной фирмы как один из ключевых моментов в жизненном цикле компании оказывает существенное влияние на ее интернационализацию [Baranyai, Kozma, 2019]. Альтруизм и доверие к представителям различных поколений, основанные на их компетенциях [Calabrò, Brogi, Torchia, 2016], долгосрочное видение развития бизнеса [Stieg et al., 2017; Claver, Rienda, Quer, 2009] и наличие у наследника семейной фирмы международного образования [Zhao et al., 2020] позитивно влияют на решение семейных фирм о выходе на международный рынок.

Результаты исследований влияния поколения основателей семейного бизнеса на его интернационализацию оказались противоречивы: обнаружено, что, с одной стороны, семейные фирмы чаще выходят на международный рынок, когда находятся под управлением поколения основателей [Arrondo-García, Fernández-Méndez, Menéndez-Requejo, 2016; Kohli, Gill, 2019], а с другой — наоборот, реже [Fang et al., 2018]. Такие выводы могут быть связаны с различиями в контексте проведения исследований и анализа временного интервала. Семейные фирмы нередко осваивают зарубежные рынки за счет инвестиций в абсолютно новые проекты (greenfield investments), когда ими руководят непосредственно учредители [Mariotti, Marzano, Piscitello, 2021]. Это объясняется их эмоциональной привязанностью к фирме и отсутствием реальных организационных возможностей для приобретения зарубежных активов и управления ими.

Предметом исследований становятся и такие факторы, как семейный активизм и длительность жизненного цикла семейной фирмы, и, согласно анализу, проведенному в [Bobbillo, Rodríguez-Sanz, Tejerina-Gaite, 2013], оба этих фактора положительно влияют на интернационализацию семейного бизнеса. Взаимоотношения между учредителем и наследником семейного бизнеса также значимы при принятии решения об освоении международных рынков [Shi, Graves, Barbera, 2019].

2. Влияние вовлечения представителей разных поколений и их различий в предрасположенности к предпринимательской деятельности на интернационализацию семейного бизнеса. На эту тему издано 10 статей, в том числе [Claver, Rienda, Quer, 2009; Huang et al., 2014; Tung et al., 2014; Alonso, 2016; Alayo et al., 2019; Floris et al., 2020].

Склонность к предпринимательству (entrepreneurial orientation) членов семьи — основателей семейных фирм получила наибольшее внимание исследователей. Она подразумевает проактивный стиль принятия решений, способность брать на себя ответственность и риски, связанные с бизнесом, и реализовывать свои бизнес-идеи [Miller, 1983; Covin, Slevin, 1991]. Согласно результатам исследований, склонность к предпринимательству оказывает существенное влияние на степень интернационализации семейных фирм [Alayo et al., 2019], что может проявляться в таких аспектах, как изменение видения бизнеса, его стратегии, ключевых идей, а также инноваций [Alonso, 2016]. В связи со значимостью склонности к предпринимательству у членов семьи — основателей бизнеса для успеха семейного бизнеса проведено исследование, направленное на выявление лучших практик по сохранению предпринимательского духа в сложные периоды жизни компании [Floris et al., 2020].

3. Систематические обзоры литературы о роли представителей различных поколений в интернационализации семейных фирм. Этой теме посвящены две публикации, систематизирующие исследования об интернационализации семейного бизнеса. Первая статья [Carr et al., 2016] является введением для ноябрьского выпуска журнала *Entrepreneurship Theory & Practice* 2016 г., посвященного трудно-

стям, с которыми сталкиваются семейные фирмы в процессе передачи бизнеса из поколения в поколение. Вторая статья [Liu, 2014] — это систематический обзор литературы о факторах, способствующих интернационализации семейных фирм. В их числе также фигурируют индивидуальные особенности членов семьи — основателей бизнеса.

4. Причины, связанные с межпоколенческими различиями членов команды топ-менеджмента, по которым семейные фирмы принимают решение о выходе на международный рынок. На данную тему написаны две статьи [Walton, 2014; Mitter, Emprechtner, 2015]. Результаты исследований показывают, что семейные фирмы выходят на международный рынок либо при включении в управление бизнесом нового поколения из семьи основателей, либо пассивно-реактивным образом, по инерции [Mitter, Emprechtner, 2015]. Важно отметить, что спектр причин, по которым семейные фирмы выходят на зарубежный рынок, гораздо шире и не ограничивается названными.

В связи с тем, что целью настоящего исследования является рассмотрение роли представителей различных поколений в интернационализации семейного бизнеса, статьи, анализирующие причины, не относящиеся к поколениям, не попали в изучаемую выборку.

5. Сравнение процесса интернационализации семейных и несемейных фирм с учетом присутствия в семейном бизнесе аспектов, связанных с передачей бизнеса по наследству из поколения в поколение. Анализ трех статей [Van Essen et al., 2015; Marin et al., 2017; Forcadell, Úbeda, Zúñiga-Vicente, 2018] показывает, что с точки зрения приобретения и использования ресурсов для международной экспансии у семейных фирм есть конкурентное преимущество перед другими компаниями: они могут использовать как уникальные ресурсы семьи-учредителя, так и ресурсы свободного рынка [Forcadell, Úbeda, Zúñiga-Vicente, 2018]. Кроме того, на интернационализацию семейных фирм положительно влияет снижение финансового рычага в процессе выхода на международный рынок [Marin et al., 2017]. Установлено, что семейные фирмы США показывают более высокие итоговые показатели эффективности ведения бизнеса, чем фирмы с другими формами собственности [Van Essen et al., 2015].

Данные о количестве публикаций по пяти указанным направлениям исследования содержатся в табл. 2.

Наибольшее количество статей о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса, опубликованных в период с 2000 по 2020 г., фокусируется на влиянии факторов, связанных с передачей бизнеса из поколения в поколение, межпоколенческими различиями и склонностью членов семьи к предпринимательской деятельности, на международное развитие семейных фирм. В то же время причины интернационализации и различия в процессе интернационализации семейных и несемейных фирм пока не получили такого же внимания со стороны научного сообщества. Таким образом, эти области представляют большой интерес для дальнейших исследований.

Таблица 2. Роль поколений в интернационализации семейного бизнеса: направления исследований и количество публикаций в журналах, 2000–2020 гг.

Направление исследования	Количество публикаций																				
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Acta Oeconomica, Asia Pacific Journal of Management, Business History, Cognitive Systems Research, European Journal of International Management, European Management Journal, Family business Review, Global Strategy Journal, International Business Review, Journal of Management Studies, Journal of Small Business Management, Long Range Planning, Review of Managerial Science, Strategic Management Journal</i>	1	—	—	1	1	1	—	—	—	1	2	—	3	1	3	1	6	2	3	4	4
Влияние факторов, связанных с владеющей фирмой семьей (в частности, передачи бизнеса из поколения в поколение и межпоколенческих различий между лидерами фирмы), на интернационализацию семейного бизнеса																					
<i>Anthropologist, European Business Review, Family Business Review, International Business Review, Journal of Business Research, Journal of Small Business and Enterprise Development, Review of Managerial Science</i>																					
Влияние вовлечения в семейный бизнес представителей различных поколений и их различий в предрасположенности к предпринимательской деятельности на его интернационализацию	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	1	1	—	—	1	4
<i>Entrepreneurship Theory and Practice, Revista de cercetare si interventie sociala</i>																					
Систематические обзоры литературы о роли представителей различных поколений в интернационализации семейных фирм	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	1	—	—	—	—
<i>Business History, Business Research and Practice</i>																					
Исследования причин, по которым семейные фирмы принимают решение о выходе на международный рынок	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1	—	—	—	—	—
<i>Applied Economics, Corporate Governance — An International Review, Long Range Planning</i>																					
Сравнение процесса интернационализации семейных и несемейных фирм с учетом присутствия в семейном бизнесе аспектов, связанных с передачей бизнеса по наследству из поколения в поколение	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	1	1	—	—

**Контекст эмпирических исследований.** Исследования по вопросам интернационализации семейных фирм проводились в ряде стран, различающихся по культурным традициям и установкам, связанным в том числе и с институтом семьи. Как утверждает в [Arregle et al., 2021], у авторов в целом отсутствуют единое понимание контекста и подход к его определению в ходе эмпирического анализа. Во многих случаях это может являться причиной противоречивых выводов. Сопоставление контекста текущих эмпирических исследований с их результатами позволит определить, что может изучаться в дальнейшем и в каких условиях лучше тестировать ту или иную гипотезу. Семейные предприятия уникальны по своей природе [Arregle et al., 2017], поэтому существенное значение имеет то, в какой стране проводится исследование их интернационализации и какую роль в этом процессе играют владельцы фирмы из разных поколений. В данном разделе статьи анализируются 47 эмпирических исследований из выборки. Они составляют более 90% рассматриваемых журнальных публикаций и имеют широкий страновой охват.

Эмпирические исследования о роли поколений в интернационализации семейных фирм проводились в Европе — Венгрии [Németh, Piyés, Németh, 2017; Baranyai, Kozma, 2019], Австрии [Mitter et al., 2014; Mitter, Emprechtinger, 2015], Италии [Amatori, 2016; Calabrò, Brogi, Torchia, 2016; Floris et al., 2020; Mariotti, Marzano, Piscitello, 2021], Испании [Fernandez, Nieto, 2005; Claver, Rienda, Quer, 2009; Bobillo, Rodríguez-Sanz, Tejerina-Gaite, 2013; Walton, 2014; Arrondo-García, Fernández-Méndez, Menéndez-Requejo, 2016; Clinton et al., 2016; Marin et al., 2017; Forcadell, Úbeda, Zúñiga-Vicente, 2018; Alayo et al., 2019; Hernández-Perlines, Ariza-Montes, Araya-Castillo, 2020; Rienda, Claver, Andreu, 2020, 2020; Sánchez-Marín, Pemartín, Monreal-Pérez, 2020], Португалии [Coutinho, Moutinho, 2012; Meneses, Coutinho, Carlos Pinho, 2014], Турции [Harris, Ozdemir, 2020] и немецкоговорящих странах [Stieg et al., 2017]; в Латинской Америке — Уругвае [Alonso, 2016] и Чили [Martínez, Báez, Salinas, 2000]; в Северной Америке — США [Zahra, 2003; Sonfield, Lussier, 2004; Okoroafo, Koh, 2010; Okoroafo, Perry, 2010; Michael-Tsabari, Labaki, Zachary, 2014; Strike et al., 2015; Van Essen et al., 2015; Fang et al., 2018; Dou et al., 2019]; в Азии — Китае [Shao, Tang, 2016; Shi, Graves, Barbera, 2019; Yang et al., 2020; Zhao et al., 2020], Тайване [Lin, 2012; Chung, 2014; Chen et al., 2015] и Индии [Ray, Mondal, Ramachandran, 2018; Kohli, Gill, 2019]. Наибольшая концентрация эмпирических исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм наблюдается в Испании (12 статей), США (9 статей) и Китае (4 статьи). Этот факт можно объяснить структурой экономики указанных стран с большой долей семейных предприятий, а также значительными межпоколенческими связями внутри семей, которые обусловлены культурными особенностями и традициями. В выборке также присутствует 3 статьи, авторы которых не обозначили контекст, в котором было проведено исследование [Huang et al., 2014; Tung et al., 2014; Lam, Sone, Walsh, 2018].

**Методологические подходы в исследованиях.** В работах, посвященных роли поколений в интернационализации семейных фирм, применяются различные ме-

годы анализа. В большинстве эмпирических статей, вошедших в выборку (29 статей), используются количественные методы либо для тестирования гипотез о прямой связи поколений с международными инициативами семейной компании (см., напр.: [Zahra, 2003; Sonfield, Lussier, 2004; Claver, Rienda, Quer, 2009]), либо для обнаружения новых факторов, влияющих на эту связь (см., напр.: [Stieg et al., 2017; Dou et al., 2019; Yang et al., 2020; Zhao et al., 2020]).

Во второй по величине (и постоянно растущей в последнее время) группе исследований (18 статей) используются качественные методы исследования, а именно кейс-стади. В 12 статьях (см., напр.: [Alonso, 2016; Clinton et al., 2016; Floris et al., 2020]) рассматриваются единичные кейсы семейных компаний, в то время как в остальных (см., напр.: [Mitter, Emprechtinger, 2015; Baranyai, Kozma, 2019]) представлены более обширные выборки и анализируются от четырех [Calabrò, Brogi, Torchia, 2016] до 20 [Stieg et al., 2017; Harris, Ozdemir, 2020] семейных фирм. Значит, данная методология привлекает внимание современного сообщества исследователей семейных предприятий. Это обусловлено тем, что указанный подход дает возможность выявить новые закономерности в сложных с точки зрения внутренней организации компаниях.

Кроме того, в выборке присутствуют две теоретические статьи [Segaro, 2012; Laffranchini et al., 2016]. В [Laffranchini et al., 2016] предпринята попытка объяснить, как восприятие того или иного события на домашнем и/или международном рынках руководителем семейного бизнеса играет роль в принятии решения об интернационализации компании. В [Segaro, 2012] основное внимание уделяется обсуждению взаимосвязи между структурой собственности, моделью управления, индивидуальными характеристиками членов семьи и интернационализацией их семейного предприятия. Таким образом, эти концептуальные исследования описывают внешние и внутренние факторы, которые могут повлиять на интернационализацию семейного бизнеса.

**Теоретические подходы в исследованиях.** Некоторые теории получили широкое признание в ходе исследований интернационализации семейного бизнеса. Ресурсный подход [Barney, 1991; Peng, 2001], теория ответственного управления [Davis, Schoorman, Donaldson, 1997], агентская теория [Jensen, Meckling, 1976], а также теория социально-эмоционального благосостояния [Berrone, et al., 2010; Berrone, Cruz, Gomez-Mejia, 2012] имеют наибольшее количество последователей среди авторов статей в выборке (от 6 до 9 статей).

Согласно ресурсному подходу (resource-based view) [Barney, 1991; Peng, 2001], устойчивое конкурентное преимущество компании зависит от ее доступа к каким-либо уникальным ресурсам, которые конкурирующим фирмам сложно скопировать. Он широко используется для оценки наличия взаимосвязи между вовлечением членов семьи из разных поколений и интернационализацией семейного бизнеса. При его применении в качестве ресурсов рассматриваются знания, навыки, компетенции и прочие индивидуальные характеристики членов семьи владельцев семейного бизнеса.

В большинстве исследований, использующих ресурсный подход в качестве теоретической базы, авторы подтверждают наличие положительной взаимосвязи между вовлечением в семейных бизнес членов семьи из новых поколений и международной экспансией семейных фирм (см., напр.: [Fernandez, Nieto, 2005; Németh, Ilyés, Németh, 2017; Dou et al., 2019; Shi, Graves, Barbera, 2019]). Лишь немногие исследователи утверждают, что вовлечение разных поколений препятствует интернационализации [Claver, Rienda, Quer, 2009; Van Essen et al., 2015]. Такие выводы могут быть связаны с отсутствием в настоящее время четкого определения термина «поколение» в контексте изучения семейного бизнеса.

Теория ответственного управления (stewardship theory) [Davis, Schoorman, Donaldson, 1997] предполагает, что у руководителей и сотрудников компании есть личные цели, которые согласуются с задачами бизнеса. Этот подход широко применяется при изучении особенностей семейного бизнеса, потому что руководители семейных фирм нередко преследуют цели, которые важны для бизнеса, так как имеют сильную личную привязанность к компании, созданной членами их семьи. Однако результаты исследований оказываются противоречивыми. Высказывается мнение, что вовлечение последующих поколений в управление семейным бизнесом оказывает положительное влияние на интернационализацию и способствует ей [Zahra, 2003; Mitter et al., 2014; Calabrò, Brogi, Torchia, 2016; Clinton et al., 2016; Rienda, Claver, Andreu, 2020].

Благодаря взаимному доверию и общему видению процесса интернационализации может быть разработана успешная стратегия международного развития семейной фирмы, которая будет затем воплощаться в жизнь различными поколениями владельцев [Calabrò, Brogi, Torchia, 2016]. В то же время ряд исследователей указывают на обратную зависимость [Claver, Rienda, Quer, 2009; Kohli, Gill, 2019], полагая, что вовлечение различных поколений препятствует международному развитию семейного бизнеса. Разнородность исследований может быть объяснена различиями в контексте анализа и отсутствием единого подхода к определению поколений.

Результаты исследований, применяющих агентскую теорию (agency theory) [Jensen, Meckling, 1976], согласно которой люди имеют свои личные цели вне зависимости от приоритетов бизнеса в целом, в основном демонстрируют либо негативное влияние вовлечения членов семьи из разных поколений на интернационализацию семейных фирм, либо полное отсутствие такой взаимосвязи. Например, обнаружено, что преемники семейного бизнеса более консервативны в принятии стратегических решений, чем его основатели, и сдерживают интернационализацию семейного бизнеса [Van Essen et al., 2015; Kohli, Gill, 2019]. Однако наличие намерения сохранить контроль над бизнесом в руках семьи основателей объясняет, почему одни члены семьи выступают в роли «ответственных управляющих» (“stewards”) в рамках семейного бизнеса, в то время как другие действуют в качестве его «агентов» (“agents”) [Zellweger et al., 2012].

Согласно теории социально-эмоционального благосостояния (socioemotional wealth perspective) [Berrone et al., 2010; Berrone, Cruz, Gomez-Mejia, 2012], члены



семьи основателей семейного бизнеса имеют сильную психологическую связь с созданной фирмой, что способствует сохранению непрерывного контроля за бизнесом в руках семьи. Семейные фирмы, которые располагают высоким уровнем социально-эмоционального благосостояния, достигают высокой эффективности деятельности [Miller, Le Breton-Miller, 2006] и более склонны к назначению наследника семьи в качестве будущего лидера бизнеса [Calabrò et al., 2018] и сохранению преемственности поколений.

Кроме того, социально-эмоциональное благосостояние, как правило, усиливается из поколения в поколение [Hernández-Perlines, Ariza-Montes, Araya-Castillo, 2020], и семейные фирмы с более высокой ориентацией на социально-эмоциональное благосостояние в основном существуют дольше, чем те, у которых такая ориентация отсутствует [Mariotti, Marzano, Piscitello, 2021]. В ряде исследований (см., напр.: [Alayo et al., 2019; Hernandez-Perlines et al., 2020]) обнаружено, что социально-эмоциональное благосостояние способствует формированию склонности к предпринимательству у членов семьи, что, в свою очередь, способствует развитию международных инициатив семейного бизнеса.

Все вышеперечисленные теории позволяют взглянуть на роль преемственности поколений в процессе интернационализации семейного бизнеса с нового ракурса. Интересно, что авторы, использующие различные теории, достаточно часто приходят к неодинаковым выводам. Таким образом, для обеспечения полноты и надежности результатов исследований о роли поколений в семейном бизнесе необходимо применение новых теоретических подходов и/или их комбинаций.

В настоящее время прослеживается тенденция к использованию новых теоретических подходов для объяснения влияния представителей разных поколений на международную экспансию семейных фирм. Это происходит вследствие того, что устоявшиеся теории часто претерпевают неудачу в попытках объяснить связь между результатами интернационализации и различными факторами, оказывающими на нее влияние [Reuber, 2016]. Также они не позволяют понять механизмы, с помощью которых семьи воспитывают и поддерживают лидерство в своих наследниках и преемниках бизнеса [Jaskiewicz, Combs, Rau, 2015].

Например, в [Reuber, 2016] для анализа интернационализации семейного бизнеса использована теория ассамбляжей (assemblage theory) [Deleuze, Guattari, 1987; DeLanda, 2006a; 2006b], согласно которой мир состоит из множества разрозненных, нестабильных и изменчивых компонентов. Семейная фирма может рассматриваться как набор различных компонентов, взаимодействующих друг с другом и постоянно меняющихся. Например, речь может идти о членах семьи, владеющей бизнесом, их межпоколенческих особенностях, инициативах по интернационализации бизнеса, результатах деятельности фирмы и т. д. Теория ассамбляжей позволяет сформировать представление о взаимодействии между этими компонентами на основе процессов, происходящих внутри системы. Система семейного бизнеса не изменяется, когда люди присоединяются к компании или покидают ее [Reuber, 2016]. Таким образом, исследование на основе теории

ассамбляжей позволяет рассматривать семейную фирму как стабильную систему, состоящую из сменяющих друг друга компонентов, взаимная замена которых не влечет за собой разрушение самой фирмы.

Еще один альтернативный теоретический подход — теория высших эшелонов (*upper echelons theory*), в соответствии с которой стратегические решения, принимаемые на уровне компании, — это прямое отражение когнитивных и управленческих способностей топ-менеджмента [Hambrick, Mason, 1984]. Данный теоретический подход использован в [Zhao et al., 2020] для изучения влияния представителей различных поколений на интернационализацию семейного бизнеса. Авторы приходят к заключению о том, что преемственность поколений часто приводит семейный бизнес к существенным изменениям на стратегическом уровне. Кроме того, значительное влияние на траекторию этих изменений оказывает наличие международного образования у наследника.

При изучении процесса интернационализации семейных фирм также применяется когнитивный подход (*cognitive science*) (см., напр.: [Bergmann et al., 2017]). Опираясь на эту теорию, в [Shao, Tang, 2016] построен психологический портрет наследника семейного бизнеса и проанализировано его возможное влияние на интернационализацию бизнеса. В исследуемом кейсе китайской семейной фирмы, которая столкнулась с необходимостью выбора наследника, изучены характеристики трех возможных преемников для определения того, кто из них лучше всего подходит для продолжения управления фирмой. Построенная модель проранжировала кандидатов в соответствии с их профессиональной пригодностью для данной роли и определила наследника, обладающего наибольшим потенциалом.

Концепция динамических способностей (*concept of dynamic capabilities*) [Teese, Pisano, Shuen, 1997] тоже привлекла внимание ученых из области семейного бизнеса, так как она позволяет объяснить связь между предпринимательским подходом и результатами деятельности фирмы на международном рынке [Alayo et al., 2019; Hernandez-Perlines, Ariza-Montes, Araya-Castillo, 2020]. Данная концепция подразумевает наличие непрерывного процесса обновления и развития навыков, компетенций и взглядов, присутствующих в арсенале семейной фирмы, за счет вовлечения в нее представителей новых поколений. В [Hernandez-Perlines, Ariza-Montes, Araya-Castillo, 2020] утверждается, что высокий уровень социально-эмоционального благосостояния повышает предпринимательскую ориентацию членов семьи, которая оказывает положительное влияние на результаты деятельности семейных фирм на международных рынках. В [Alayo et al., 2019] авторы пришли к выводу о том, что привлечение сторонних специалистов в топ-менеджмент семейной фирмы может обеспечить более высокие результаты интернационализации.

Ролевая теория (*role theory*) [Sieber, 1974] используется для объяснения тех ролей, которые основатель и преемник семейной фирмы играют в ее работе в международной деловой среде [Alonso, 2016]. Подчеркивается важность роли предпринимателя в развитии семейного бизнеса. Если член семьи, управляющий семейным бизнесом, имеет склонность к предпринимательству, то он в основном

концентрируется на стратегических возможностях компании, способен делать более смелые шаги и успешно развивать фирму на международном рынке.

Теория способностей и готовности к деятельности (*ability and willingness perspective*), разработанная в [De Massis et al., 2014], применяется для того, чтобы подчеркнуть важность наличия согласованности между желанием членов семьи сделать свой бизнес международным и реальными возможностями компании для этого. Ее суть заключается в том, что для достижения поставленных бизнес-целей собственникам семейных фирм необходимы два элемента — способность действовать нестандартно и самобытно и намерение к поддержанию эффективности деятельности семейного бизнеса [De Massis et al., 2014]. Подход позволяет продемонстрировать, что семейные фирмы, которыми управляет первое поколение основателей, могут извлечь полезные уроки для будущей интернационализации из экспортной деятельности [Sanchez-Marin, Pemartín, Monreal-Pérez, 2020]. Данная теория также становится важным дополнением к ресурсному подходу [Barney, 1991; Peng, 2001] и применяется для изучения роли поколений в интернационализации семейных фирм в сочетании с теорией фирмы, основанной на знаниях (*knowledge-based theory of the firm*) [Habbershon, Williams, 1999].

Согласно теории фирмы, знания — ключевой стратегический ресурс фирмы в силу своей социальной сложности и невозможности копирования конкурентами. Совместное применение теории способностей и готовности к деятельности и теории фирмы, основанной на знаниях, позволяет установить, как уровень интеллектуальных ресурсов фирмы влияет на связь между интернационализацией семейного бизнеса и поколением, которое управляет бизнесом в данный момент (поколение основателей или поколение преемников). Следовательно, несмотря на то, что поколение основателей достаточно часто препятствует интернационализации семейного бизнеса, высокий уровень интеллектуальных ресурсов может радикально изменить эту ситуацию [Fang et al., 2018]. Кроме того, обмен знаниями между поколениями может способствовать интернационализации семейного бизнеса [Meneses, Coutinho, Carlos Pinho, 2014].

Таким образом, в современных исследованиях семейного бизнеса различные гипотезы тестируются с помощью множества теорий, что позволяет приходить к неожиданным и важным для развития этой области науки выводам. В изучении влияния представителей различных поколений на интернационализацию семейных фирм широко распространено сочетание устоявшихся, широко известных теорий с новыми теоретическими подходами (см., напр.: [Chung, 2014; Clinton et al., 2016; Shi, Graves, Barbera, 2019; Hernández-Perlines, Ariza-Montes, Araya-Castillo, 2020]).

Основная цель данного обзора литературы — систематизация исследований о роли представителей различных поколений в интернационализации семейного бизнеса. На рис. 2 показаны результаты обзора исследований.

**Перспективные направления дальнейших исследований.** В ходе анализа были выявлены направления дальнейших исследований о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса (табл. 3)

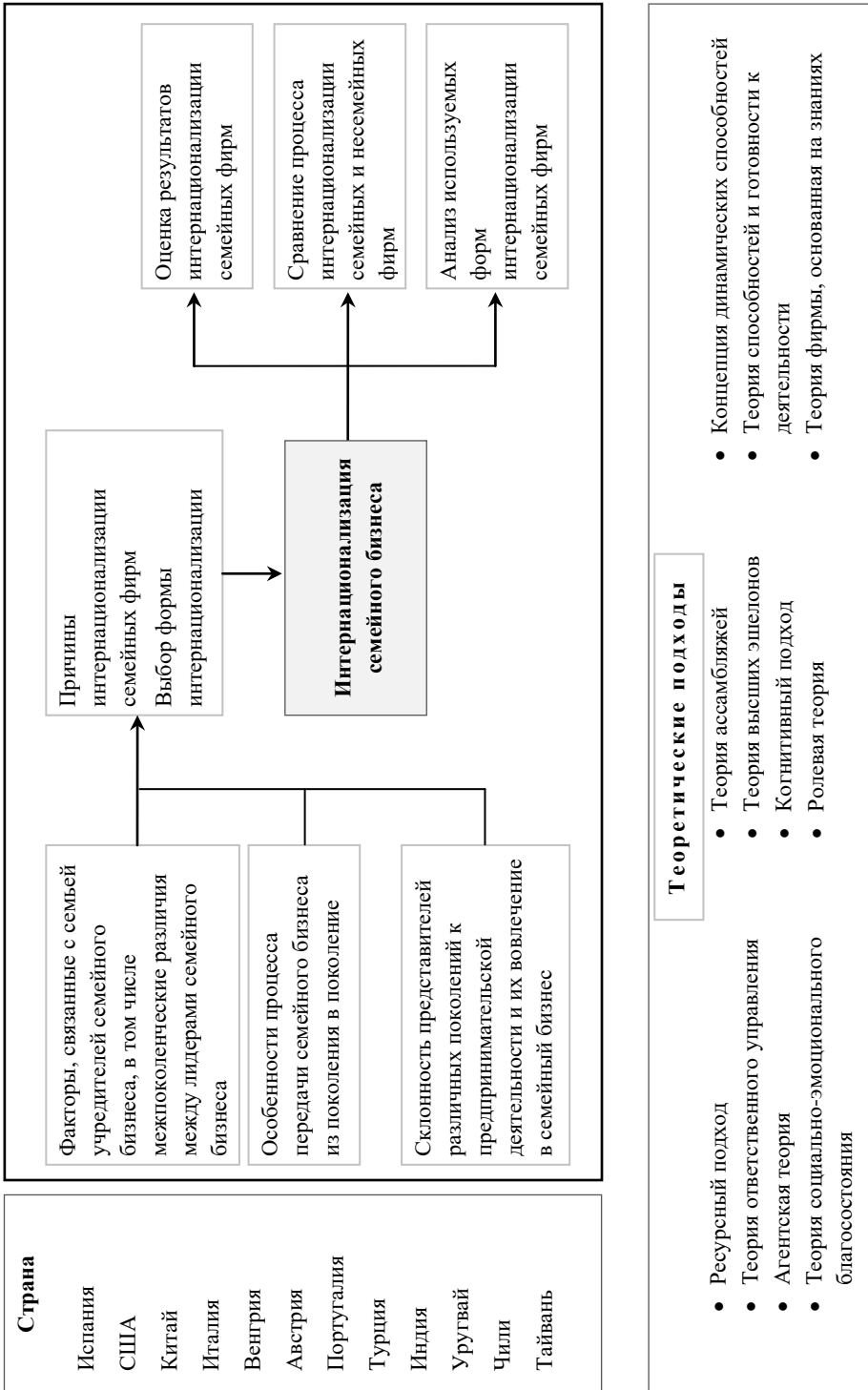


Рис. 2. Систематизация результатов обзора исследований о роли поколений в интернационализации семейного бизнеса

Таблица 3. Направления и задачи дальнейших исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм

Направление исследования	Задачи исследования
1	2
Влияние факторов, связанных с семьей, владеющей фирмой (в частности, передачи бизнеса из поколения в поколение и межпоколенческих различий между лидерами фирмы), на интернационализацию семейного бизнеса	Определение типовых схем передачи собственности/ прав управления в семейных фирмах и их влияния на решение об интернационализации семейных фирм Разработка критериев для объективного сравнения степени влияния межпоколенческих особенностей на международное развитие семейного бизнеса [Debellis et al., 2021]
Влияние факторов, не связанных с семьей, владеющей фирмой (например, склонности к предпринимательской деятельности), на интернационализацию семейного бизнеса	Влияние географического контекста, в котором была основана семейная фирма, на ее интернационализацию [Dou et al., 2019]. В выборке не было обнаружено исследований о роли поколений в интернационализации семейных предприятий, проведенных в России или странах СНГ, несмотря на то, что в данном регионе существует большое количество семейных фирм. В этой связи важно обратить внимание научного сообщества на изучение семейных предприятий в географическом контексте
Систематические обзоры литературы об интернационализации семейных фирм	Добавление в фокус исследований тем, являющихся основополагающими для проведения исследований о роли представителей различных поколений в интернационализации семейных фирм (например, выработка единого подхода к определению ключевых понятий, используемых в исследованиях, в частности понятия «поколение») [Debellis et al., 2021]
Исследование причин, по которым семейные фирмы принимают решение о выходе на международный рынок	Количественный анализ причин выхода семейных фирм на международные рынки на большой выборке разнородных семейных фирм с целью выявления возможных закономерностей. Например, причина выхода семейного предприятия на международный рынок может зависеть от размера фирмы, ее возраста, лидера компании и его/ее специфических индивидуальных характеристик, связанных в том числе и с принадлежностью к определенному поколению [Bobillo, Rodríguez-Sanz, Tejerina-Gaite, 2013; Calabrò, Brogi, Torchia, 2016]
Сравнение различных аспектов, связанных с интернационализацией бизнеса, в семейных и несемейных фирмах	Разработка критериев для оценки и сравнения эффективности деятельности семейных и несемейных фирм по различным параметрам (например, по финансовым показателям, корпоративной культуре, удовлетворенности сотрудников работой в фирме, выбору формы выхода на международные рынки и т. д.) и дальнейший анализ роли представителей поколений в различиях между фирмами по этим параметрам [Strike et al., 2015]

1	2
Другие направления исследований	<p>Что такое «поколение»? Какими особенностями обладают представители различных поколений? Чем они руководствуются при принятии решений? Какое влияние они оказывают на современный бизнес? В исследованиях, входящих в выборку, поколения рассматриваются исключительно хронологически — по их порядку в истории семейного бизнеса. Авторы называют их «первое», «второе», «третье», «четвертое поколение» или «поколение основателя», «поколение преемника» и т. д. [Okoroafo, Koh, 2010; Harris, Ozdemir, 2020]</p> <p>Использование новых теоретических и методологических подходов для обеспечения полноты описания и разъяснения существующих взаимосвязей в семейных фирмах [Debellis et al., 2021]</p> <p>Теория паттернов семейной коммуникации (family communication patterns theory — FCPT) [Fitzpatrick, Ritchie, 1994; Koerner, 2006] обладает большим потенциалом для изучения семейного бизнеса, так как позволяет объяснить то, каким образом члены семьи общаются друг с другом и что важно в этих коммуникациях для формирования единого взгляда на стратегическое развитие семейной фирмы. Наличие таких общих представлений о том или ином процессе (в данном случае интернационализации семейного бизнеса) имеет важное значение для успешной интернационализации семейного бизнеса [Koerner, 2006]</p> <p>Теория поколений (generational theory), которая была предложена в [Strauss, Howe, 1991; 1997]. Крупные социальные, экономические и политические события оказывают влияние на ценности, взгляды и убеждения людей, которые с ними сталкиваются [Kupperschmidt, 2000]. Владельцы семейных предприятий не являются исключением — каждый новый владелец живет в определенных условиях, переживает ряд определенных событий и подвергается влиянию изменчивой внешней среды. В связи с этим более широкий и комплексный подход к определению поколения в контексте изучения семейного бизнеса, учитывающий особенности поведения и мировосприятия представителей различных поколений, может способствовать выявлению новых закономерностей при помощи более глобального взгляда на смену поколений в обществе</p>

Таким образом, существует ряд перспективных направлений дальнейших исследований о роли поколений в интернационализации семейных фирм. Помимо

расширения знаний в рамках тем, выявленных в ходе рассмотрения публикаций из представленной выборки, предлагается использовать комплексный подход к определению поколения в контексте изучения семейного бизнеса, а также обратить внимание на возможности применения более широкого спектра теоретических подходов.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведенный обзор литературы о роли поколений в международной деятельности семейных фирм позволяет обобщить имеющиеся знания, а также определить перспективные направления дальнейших исследований. Научная дискуссия о том, какое воздействие оказывает преемственность поколений в семейном бизнесе на его интернационализацию, все еще продолжается.

Некоторые исследователи считают, что новое поколение, вступающее в управление семейным бизнесом, может существенно изменить траекторию его развития [Zhao et al., 2020], так как преемники, как правило, эмоционально менее привязаны к фирме (см., напр.: [Zellweger et al., 2012; Fang et al., 2018]) и могут принимать более рациональные и смелые стратегические решения. Другое объяснение, поддерживающее мнение о положительном влиянии представителей различных поколений на интернационализацию семейного бизнеса, основывается на наличии общности взглядов у владельцев бизнеса из разных поколений и проведении тщательного совместного стратегического планирования [Baranyai, Kozma, 2019]. Международное образование [Zhao et al., 2020], база знаний [Fang et al., 2018], репутация семейной фирмы [Clinton et al., 2016], стратегические взгляды генерального директора [Chen et al., 2015] и высокая степень вовлечения будущих преемников в деятельность фирмы до момента передачи прав управления [Coutinho, Moutinho, 2012] также положительно влияют на интернационализацию семейных фирм. Тем не менее внешние факторы, связанные с интернационализацией бизнеса (например, общая открытость региона для международной деятельности), оказывают существенное воздействие на международную деятельность семейных фирм [Baranyai, Kozma, 2019] и не должны игнорироваться при проведении исследований.

Однако авторы ряда исследований приходят к выводу о том, что преемники семейных предприятий, наоборот, проявляют бóльшую консервативность в принятии стратегических бизнес-решений и не стремятся к интернационализации бизнеса (см., напр.: [Van Essen et al., 2015; Kohli, Gill, 2019]). Кроме того, в [Yang et al., 2020] указывается, что наличие семейного владения обычно оказывает негативное влияние на интернационализацию фирмы.

Согласно выводам авторов, присутствие основателя фирмы на посту генерального директора, намерение поддерживать семейное управление [Yang et al., 2020] и количество поколений, последовательно руководящих семейным бизнесом [Marin et al., 2017], не оказывают на эту связь никакого влияния. Также было

проведено исследование с целью выяснить, существуют ли различия в восприятии процесса интернационализации семейного бизнеса у представителей разных поколений [Okoroafo, Perry, 2010]. Оказалось, что восприятие интернационализации несильно меняется среди поколений семейных менеджеров. Было обнаружено, что члены семьи последовательны и скоординированы в принятии стратегических решений на уровне фирмы. Значит, вероятность принятия смелых и неожиданных стратегических решений может значительно снизиться с появлением третьего поколения преемников в семейном бизнесе.

Потеря семейного владения также может стать следствием жесткой традиции преемственности. Например, неверный стратегический шаг Леопольдо Пирелли — управленца в третьем поколении компании Pirelli, специализирующейся на производстве резины, — по приобретению немецкой фирмы Continental, производящей шины, привел семейную фирму к финансовой катастрофе [Amatori, 2016]. Это событие впоследствии заставило его уйти из семейного бизнеса, передав управление внешним экспертам. Эта история — яркий пример того, как молодые и амбициозные лидеры могут ненадлежащим образом применить свою открытость, смелость и готовность к переменам в контексте управления семейным предприятием.

Проведенный систематический обзор литературы позволяет сделать вывод о том, что межпоколенческие различия членов семей — учредителей семейных фирм играют существенную роль при принятии решения о выходе фирмы на международные рынки. Именно систематическое обобщение результатов исследований позволяет четко и ясно понять, какие теории наиболее широко используются для объяснения того или иного феномена, каковы тенденции в научной области и какие пробелы в ней до сих пор существуют и требуют изучения.

Данная статья вносит вклад в развитие знаний об интернационализации семейного бизнеса через понимание межпоколенческих различий в контексте семейного бизнеса, которое может способствовать успешной интернационализации бизнеса, а также определяет перспективные области дальнейших исследований. Использование различных теоретических подходов (и их комбинаций), проведение исследований в неизученных географических и отраслевых контекстах, расширение методологической базы исследований — все это может позволить современным ученым расширять знания о роли поколений в интернационализации семейных фирм.

#### Литература на русском языке

- Волков Д. А. 2013а. Анализ ключевых направлений развития теории семейного предпринимательства и преемственности. *Экономика и предпринимательство* (11): 905–907.
- Волков Д. А. 2013б. Преемственность в семейном бизнесе. *Российское предпринимательство* (1): 36–41.
- Волков Д. А. 2013с. Мотивационные аспекты преемственности в семейном бизнесе. *Российское предпринимательство* (16): 89–96.



- Волков Д. А., Ильин А. Б. 2017. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций. *Российское предпринимательство* 18 (3): 439–450.
- Календжян С. О., Волков Д. А. 2011. Семейное предпринимательство: анализ российской практики. *Российский внешнеэкономический вестник* (9): 17–29.
- Корчагина Е. В. 2015. Исследования семейного бизнеса в России: подходы к определению и концептуальные особенности. *Вопросы регулирования экономики* 6 (4): 37–45.
- Ли Г. 2019. Преемственность в семейном бизнесе как фактор устойчивого развития общества в Китае. *Историческая и социально-образовательная мысль* 11 (2): 214–223.
- Мурзина Ю. С. 2015. Будущее семейного бизнеса в России: передача бизнеса преемникам. *Лидерство и менеджмент* 2 (2): 141–158.

## References in Latin Alphabet

- Aharoni Y., Tihanyi L., Connelly B. L. 2011. Managerial decision-making in international business: A forty-five-year retrospective. *Journal of World Business* 46 (2): 135–142.
- Alayo M., Maseda A., Iturralde T., Arzubiaga U. 2019. Internationalization and entrepreneurial orientation of family SMEs: The influence of the family character. *International Business Review* 28 (1): 48–59.
- Alonso A. D. 2016. The entrepreneurial role within a global firm operating in a niche market. *European Business Review* 28 (2): 118–136.
- Amatori F. 2016. The burden of the family company: Leopoldo Pirelli and his times. *Business History* 58 (7): 1008–1033.
- Arregle J. L., Duran P., Hitt M., Van Essen P. 2017. Why is family firms' internationalization unique? A meta-analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice* 41 (5): 801–831.
- Arregle J.-L., Chirico F., Kano L., Kundu S. K., Majocchi A., Schulze W. S. 2021. Family firm internationalization: Past research and an agenda for the future. *Journal of International Business Studies* 52 (6): 1159.
- Arrondo-García R., Fernández-Méndez C., Menéndez-Requejo S. 2016. The growth and performance of family businesses during the global financial crisis: The role of the generation in control. *Journal of Family Business Strategy* 7 (4): 227–237.
- Autio E., Sapienza H. J., Almeida J. G. 2000. Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal* 43 (5): 909–924.
- Baranyai T., Kozma M. 2019. Family firms with new leaders in the global market — A potential success story? *Acta Oeconomica* 69 (2): 131–162.
- Barney J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99–120.
- Bernard N. J., Anandan C. C., RaviKumar A. 2019. Challenges of human resource managers due to workforce diversity. *International Research Journal of Engineering and Technology* 6 (7): 3030–3034.
- Bergmann T., Dale R., Sattari N., Heit E., Bhat H. 2017. The interdisciplinarity of collaborations in cognitive science. *Cognitive Science* 41 (5): 1412–1418.
- Berrone P., Cruz C., Gomez-Mejia L. R. 2012. Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review* 25 (3): 258–279.
- Berrone P., Cruz C., Gomez-Mejia L. R., Larraza-Kintana M. 2010. Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less? *Administrative Science Quarterly* 55 (1): 82–113.
- Bobillo A. M., Rodríguez-Sanz J. A., Tejerina-Gaite F. 2013. Shareholder activism and internationalization in the family firm. *Journal of Business Economics & Management* 14 (5): 867–885.
- Calabrò A., Minichilli A., Amore M. D., Brogi M. 2018. The courage to choose! Primogeniture and leadership succession in family firms. *Strategic Management Journal* 39 (7): 2014–2035.

- Calabrò A., Brogi M., Torchia M. 2016. What does really matter in the internationalization of small and medium-sized family businesses? *Journal of Small Business Management* **54** (2): 679–696.
- Carr J. C., Chrisman J. J., Chua J. H., Steier L. P. 2016. Family firm challenges in intergenerational wealth transfer. *Entrepreneurship: Theory & Practice* **40** (6): 1197–1208.
- Casillas J. C., Acedo F. J. 2005. Internationalisation of Spanish family SMEs: An analysis of family involvement. *International Journal of Globalisation and Small Business* **1** (2): 134–151.
- Cerrato D., Piva M. 2012. The internationalization of small and medium-sized enterprises: The effect of family management, human capital, and foreign ownership. *Journal of Management & Governance* **16** (4): 617–644.
- Chen H. L., Hsu W. T., Chang C. Y. 2014. Family ownership, institutional ownership, and internationalization of SMEs. *Journal of Small Business Management* **52** (4): 771–789.
- Chen Y. M., Liu H. H., Ni Y. T., Wu M. F. 2015. A rational normative model of international expansion: Strategic intent perspective, market positions, and founder CEOs/family-successor CEOs. *Journal of Business Research* **68** (7): 1539–1543.
- Chua J. H., Chrisman J. J., Sharma P. 1999. Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship: Theory & Practice* **23** (12): 19–40.
- Chung H. M. 2014. The role of family management and ownership on semi-globalization pattern of globalization: The case of family business groups. *International Business Review* **23** (1): 260–271.
- Ciravegna L., Majano S. B., Zhan G. 2014. The inception of internationalization of small and medium enterprises: The role of activeness and networks. *Journal of Business Research* **67** (6): 1081–1089.
- Claver E., Rienda L., Quer D. 2009. Family firms' international commitment: The influence of family-related factors. *Family Business Review* **22** (2): 125–135.
- Clinton E., Diaz-Moriana V., Faherty C. M., Craig J. B. 2016. Big boots to fill — The next generation continuing differently. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation* **17** (2): 133–139.
- Coutinho R. J. F., Moutinho R. M. 2012. Generational succession as a trigger for family business internationalization. *Economics and Management Research Projects: An International Journal* **2** (1): 1–17.
- Covin J., Slevin D. 1991. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice* **16**: 7–25.
- Davis J. H., Schoorman F. D., Donaldson L. 1997. Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management Review* **22** (1): 20–47.
- Debellis F., Rondi E., Plakoyannaki E., De Massis A. 2021. Riding the waves of family firm internationalization: A systematic literature review, integrative framework, and research agenda. *Journal of World Business* **56** (1): 1–17.
- DeLanda M. 2006a. *A New Philosophy of Society*. London: Continuum International Publishing Group.
- DeLanda M. 2006b. Deleuzian social ontology and assemblage theory. In: M. Fuglsang, B. Meier Soerensen (eds). *Deleuze and the Social*. Edinburgh: Edinburgh University Press; 250–266.
- Deleuze G., Guattari F. 1987. *A Thousand Plateaus*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- De Massis A., Kotlar J., Chua J., Chrisman J. 2014. Ability and willingness as sufficiency conditions for family-oriented particularistic behaviour: Implications for theory and empirical studies. *Journal of Small Business Management* **52** (2): 344–364.
- Dou J., Jacoby G., Li J., Su Y., Wu Z. 2019. Family involvement and family firm internationalization: The moderating effects of board experience and geographical distance. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money* **59** (1): 250–261.
- Fang H., Kotlar J., Memili E., Chrisman J. J., De Massis A. 2018. The pursuit of international opportunities in family firms: Generational differences and the role of knowledge-based resources. *Global Strategy Journal* **8** (1): 136–157.
- Fernandez Z., Nieto M. J. 2005. Internationalization strategy of small and medium-sized family businesses: Some influential factors. *Family Business Review* **18** (1): 77–89.

- Fernandez Z., Nieto M. J. 2006. Impact of ownership on the international involvement of SMEs. *Journal of International Business Studies* 37 (3): 340–351.
- Fitzpatrick M. A., Ritchie L. D. 1994. Communication schemata within the family: Multiple perspectives on family interaction. *Human Communication Research* 20 (3): 275–301.
- Floris M., Dettori A., Melis C., Dessì C. 2020. Entrepreneurial orientation and the role of the context. The case of the firm “Sa Panada Srl”. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 27 (3): 349–363.
- Forcadell F. J., Úbeda F., Zúñiga-Vicente J. Á. 2018. Initial resource heterogeneity differences between family and non-family firms: Implications for resource acquisition and resource generation. *Long Range Planning* 51 (5): 693–719.
- Gallo M. A., Pont C. G. 1996. Important factors in family business internationalization. *Family Business Review* 9 (1): 45–59.
- Gallo M. A., Sveen J. 1991. Internationalizing the family business: Facilitating and restraining factors. *Family Business Review* 4 (2): 181–190.
- Gersick K. E., Davis J. A., Hampton M., Lansberg M. I. 1997. *Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business*. Boston: Harvard Business Press.
- Gomez-Mejia L. R., Haynes K. T., Nunez-Nickel M., Jacobson K. J. L., Moyano-Feuntes J. 2007. Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly* 52 (1): 106–137.
- Gomez-Mejia L. R., Makri M., Larraza-Kintana M. 2010. Diversification decisions in family-controlled firms. *Journal of Management Studies* 47 (2): 223–252.
- Graves C., Thomas J. 2006. Internationalisation of Australian family businesses: A managerial capabilities perspective. *Family Business Review* 19 (3): 207–224.
- Grund C., Westergaard-Nielsen N. 2008. Age structure of the workforce and firm performance. *International Journal of Manpower* 29 (5): 410–422.
- Habbershon T. G., Williams M. L. 1999. A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review* 12 (1): 1–25.
- Hambrick D. C., Mason P. A. 1984. Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review* 9 (2): 193–206.
- Harris P., Ozdemir O. 2020. Turkish delight a public affairs study on family business: The influence of owners in the entrepreneurship orientation of family-owned businesses. *Journal of Public Affairs* 20 (1): 1–11.
- Hernández-Perlines F., Ariza-Montes A., Araya-Castillo L. 2020. Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation, and international performance of family firms. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja* 33 (1): 3125–3145.
- Huang K. P., Lo S. C., Liu C.-M., Tung J. 2014. Internationalisation of family business: The effect of ownership and generation involvement. *Anthropologist* 17 (3): 757–767.
- Jaskiewicz P., Combs J. G., Rau S. B. 2015. Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 30 (1): 29–49.
- Jensen M. C., Meckling W. H. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4): 305–360.
- Koerner A. F. 2006. Family communication patterns theory: A social cognitive approach. In: D. O. Braithwaite, L. A. Baxter (eds). *Engaging Theories in Family Communication: Multiple Perspectives*. Thousand Oaks: Sage; 50–65.
- Kohli M., Gill S. 2019. Impact of family involvement on strategy and CEO compensation: Evidence from the Indian pharmaceutical industry. *Journal of Family Business Management* 10 (3): 189–212.
- Kontinen T., Ojala A. 2010. The internationalization of family businesses: A review of extant research. *Journal of Family Business Strategy* 1 (2): 97–107.
- Kupperschmidt B. R. 2000. Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager* 19 (1): 65–76.

- Laffranchini G., Hadjimarcou J. S., Kim S. H., Braun M. 2016. The internationalization of family-firms: a signal detection approach. *Journal of Family Business Management* 6 (3): 291–309.
- Lam J., Sone H., Walsh J. 2018. Innovation culture in a family business: The case of Suzuki Motor Corporation. *The Journal of Indian Management & Strategy* 23 (3): 42–49.
- Lin W. T. 2012. Family ownership and internationalization processes: Internationalization pace, internationalization scope, and internationalization rhythm. *European Management Journal* 30 (1): 47–56.
- Liu C. M. 2014. Internationalisation of family firm: The role of entrepreneurial orientation, ownership and generational involvement. *Revista de cercetare si interventie sociala* 47 (1): 180–191.
- Lu F. F., Kwan H. K., Ma B. 2021. Carry the past into the future: the effects of CEO temporal focus on succession planning in family firms. *Asia Pacific Journal of Management* 39 (2): 763–804.
- Marin Q., Hernandez-Lara A. B., Campa-Planas F., Sanchez-Rebull M. V. 2017. Which factors improve the performance of the internationalization process? Focus on family firms. *Applied Economics* 49 (31–33): 3181–3194.
- Mariotti S., Marzano R., Piscitello L. 2021. The role of family firms' generational heterogeneity in the entry mode choice in foreign markets. *Journal of Business Research* 132 (1): 800–812.
- Martínez J. E., Báez R. K., Salinas F. P. 2000. Virutex-Ilko S.A. *Journal of Business Research* 50 (1): 83–95.
- Meneses R., Coutinho R., Carlos Pinho J. 2014. The impact of succession on family business internationalisation: The successors' perspective. *Journal of Family Business Management* 4 (1): 24–45.
- Michael-Tsabari N., Labaki R., Zachary R. K. 2014. Toward the cluster model: The family firm's entrepreneurial behaviour over generations. *Family Business Review* 27 (2): 161–185.
- Miller D. 1983. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29: 770–792.
- Miller D., Le Breton-Miller I. 2006. Lessons from family firms about managing for the long run. *Leader to Leader* 39 (1): 13–17.
- Mitter C., Duller C., Feldbauer-Durstmüller B., Kraus S. 2014. Internationalization of family firms: The effect of ownership and governance. *Review of Managerial Science* 8 (1): 1–28.
- Mitter C., Emprechtinger S. 2015. Internationalisation of family firms — A multiple case study approach. *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis* 67 (2): 137–153.
- Németh K., Ilyés C., Németh S. 2017. Intergenerational succession (generational change): Strategic renewal? The emergence of familiness in the business life of Dudits hotels. *Strategic Management* 22 (1): 30–43.
- Okoroafo S. C., Koh A. C. 2010. Family businesses' views on internationalization: Do they differ by generations? *International Business Research* 3 (1): 22–28.
- Okoroafo S. C., Perry M. 2010. Generational perspectives of the export behavior of family businesses. *International Journal of Economics and Finance* 2 (3): 15.
- Peng M. W. 2001. The resource-based view and international business. *Journal of Management* 27 (6): 803–829.
- Pukall T. J., Calabrò A. 2014. The Internationalization of family firms a critical review and integrative model. *Family Business Review* 27 (2): 103–125.
- Ray S., Mondal A., Ramachandran K. 2018. How does family involvement affect a firm's internationalization? An investigation of Indian family firms. *Global Strategy Journal* 8 (1): 73–105.
- Reuber A. R. 2016. An assemblage-theoretic perspective on the internationalization processes of family firms. *Entrepreneurship Theory and Practice* 40 (6): 1269–1286.
- Rienda L., Claver E., Andreu R. 2020. Family involvement, internationalisation, and performance: An empirical study of the Spanish hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 42 (1): 173–180.
- Sánchez-Marín G., Pemartín M., Monreal-Pérez J. 2020. The influence of family involvement and generational stage on learning-by-exporting among family firms. *Review of Managerial Science* 14 (1): 311–334.

- Sapienza H. J., Autio E., George G., Zahra S. A. 2006. A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of Management Review* 31 (4): 914–933.
- Sciascia S., Mazzola P., Astrachan J. H., Pieper T. M. 2012. The role of family ownership in international entrepreneurship: Exploring nonlinear effects. *Small Business Economics* 38 (1): 15–31.
- Segaro E. 2012. Internationalization of family SMEs: The impact of ownership, governance, and top management team. *Journal of Management and Governance* 16 (1): 147–169.
- Shao J., Tang X. 2016. Psychological model of the successor of the family business based on cognitive process simulation. *Cognitive Systems Research* 58 (1): 114–122.
- Shi H. X., Graves C., Barbera F. 2019. Intergenerational succession and internationalisation strategy of family SMEs: Evidence from China. *Long Range Planning* 52 (4): 1–18.
- Sieber S. D. 1974. Toward a theory of role accumulation. *American Sociological Review* 39 (4): 567–578.
- Sonfield M. C., Lussier R. N. 2004. First-, second-, and third-generation family firms: A comparison. *Family Business Review* 17 (3): 189–202.
- Stieg P., Hiebl M. R. W., Kraus S., Schussler F., Sattler S. 2017. Born-again globals: Generational change and family business internationalization. *European Journal of International Management* 11 (5): 581–605.
- Strauss W., Howe N. 1991. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Perennial.
- Strauss W., Howe N. 1997. *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books.
- Strike V. M., Berrone P., Sapp S. G., Congiu L. 2015. A socioemotional wealth approach to CEO career horizons in family firms. *Journal of Management Studies* 52 (4): 555–583.
- Teece D. J., Pisano G., Shuen A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal* 18 (7): 509–533.
- Tung J., Lo S. C., Chung T., Huang K. P. 2014. Family business internationalisation: The role of entrepreneurship and generation involvement. *Anthropologist* 17 (3): 811–822.
- Van Essen M., Carney M., Gedajlovic E. R., Heugens P. P. M. A. R. 2015. How does family control influence firm strategy and performance? A meta-analysis of US publicly listed firms. *Corporate Governance: An International Review* 23 (1): 3–24.
- Walton J. K. 2014. Family firm, health resort, and industrial colony: The Grand Hotel and Mineral Springs at Mondariz Balneario, Spain, 1873–1932. *Business History* 56 (7–8): 1037–1056.
- Wegge J., Meyer B. 2020. Age diversity and age-based faultlines in teams: Understanding a Brezel phenomenon requires a Brezel theory. *Work, Aging and Retirement* 6 (1): 8–14.
- Yang X., Li J., Stanley L. J., Kellermanns F. W., Li X. 2020. How family firm characteristics affect internationalization of Chinese family SMEs. *Asia Pacific Journal of Management* 37 (2): 417–448.
- Zahra S. A., George G. 2002. Absorptive capacity: A review, reconceptualization and extension. *Academy of Management Review* 27 (2): 185–203.
- Zahra S. A. 2003. International expansion of U.S. manufacturing family businesses: The effect of ownership and involvement. *Journal of Business Venturing* 18 (4): 495–512.
- Zellweger T. M., Kellermanns F. W., Chrisman J. J., Chua J. H. 2012. Family control and family firm valuation by family CEOs: The importance of intentions for transgenerational control. *Organization Science* 23 (3): 851–868.
- Zhao J., Carney M., Zhang S., Zhu L. 2020. How does an intra-family succession effect strategic change and performance in China's family firms? *Asia Pacific Journal of Management* 37 (2): 363–389.

### Russian Language References Translated into English

- Volkov D. A. 2013a. Analysis of key directions in the development of family entrepreneurship theory and succession. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* (11): 905–907. (In Russian)
- Volkov D. A. 2013b. Succession in family business. *Rossijskoe predprinimatel'stvo* (1): 36–41. (In Russian)

- Volkov D. A. 2013c. Motivational aspects of succession in family business. *Rossijskoe predprinimatel'stvo* (16): 89–96. (In Russian)
- Volkov D. A., Il'in A. B. 2017. The development of family entrepreneurship as a synergy of entrepreneurial competencies. *Rossijskoe predprinimatel'stvo* 18 (3): 439–450. (In Russian)
- Kalendzhjan S. O., Volkov D. A. 2011. Family entrepreneurship: Analysis of Russian practices. *Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik* (9): 17–29. (In Russian)
- Korchagina E. V. 2015. Research on family business in Russia: Approaches to definition and conceptual features. *Voprosy regulirovanija jekonomiki* 6 (4): 37–45. (In Russian)
- Li G. 2019. Succession in family business as a factor for sustainable development of society in China. *Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysľ* 11 (2): 214–223. (In Russian)
- Murzina Ju. C. 2015. The future of family business in Russia: Transferring business to successors. *Liderstvo i menedzhment* 2 (2): 141–158. (In Russian)

Статья поступила в редакцию 27 мая 2022 г.

Статья рекомендована к печати 11 мая 2023 г.

Контактная информация

Крикливец Анна Алексеевна — аспирант; annakriklivetc@gmail.com

---

## THE ROLE OF GENERATIONS IN FAMILY FIRMS' INTERNATIONALIZATION: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

A. A. Kriklivetc

St. Petersburg State University,  
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

**For citation:** Kriklivetc A. A. 2023. The role of generations in family firms' internationalization: Systematic literature review. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management* 22 (3): 391–421. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2023.306> (In Russian)

The purpose of this study is to summarize the existing knowledge on the role of generations in the internationalization of family businesses and to outline promising future research directions in the field. The search for relevant papers was conducted in two major databases — Web of Science and EBSCO. The final sample consists of 51 articles published from 2000 to 2021. The articles were grouped into 5 major clusters, according to the research focus. Every cluster revealed several further research directions. Also there has been found an important research gap in the application of the theory of generations to the family business internationalization research. The main implication of this research is that the investigation of the topics identified in this paper would enrich and deepen our knowledge about family business internationalization in a systematic manner. The main limitation of this research is that the role of generations is considered only in the process of internationalization. Family business owners can use the results of this research when planning to launch their businesses on international markets. The process of internationalization of family firms is complex and multifaceted since these firms are unique and significantly differ from non-family firms. Thus, the understanding of how this process is influ-

enced by the involvement of family members from different generations would help to advance the existing knowledge on the topic.

*Keywords:* family firms, family business, internationalization, international family business, generations, family firm's succession, literature review.

Received: May 27, 2022

Accepted: May 11, 2023

**C o n t a c t   i n f o r m a t i o n**

*Anna A. Kriklivetc* — Postgraduate Student; [annakriklivetc@gmail.com](mailto:annakriklivetc@gmail.com)