

The Intergenerational Small Family Enterprises as Strategic Entities for the Future of the European Civilization - A Point of View

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Faculty 'Business and Management'
University of Ruse 'Angel Kanchev', Bulgaria
E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Prof. DSc. Marina Sheresheva

Faculty of Economics
Lomonosov Moscow State University, Russia
E-mail: m.sheresheva@gmail.com

Michelle Perello, PhDD

CEO of Consulta Europa Projects and Innovation
Parque Científico y Tecnológico,
Las Palmas de Gran Canaria, Spain
E-mail: michelle.perello@consulta-europa.com

Малые межпоколенческие семейные предприятия как стратегические единицы будущего европейской цивилизации – Точка зрения

Доц. д-р эк. Даниел Павлов

Факультет "Бизнес и менеджмент"
Русенский Университет "Ангел Кънчев", Болгария
E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Проф. д.э.н. Марина Шерешева

Экономический факультет
Московский Государственный Университет
имени М.В. Ломоносова, Россия
E-mail: m.sheresheva@gmail.com

Мишел Перелло, д-р

CEO of Consulta Europa Projects and Innovation
Parque Científico y Tecnológico,
Las Palmas de Gran Canaria, Spain
E-mail: michelle.perello@consulta-europa.com

Abstract: *The article presents some theoretical elements of a new understanding about the role of the young people for the initiation of intergenerational family business. It is expected these new elements to be the mainstay of some further international scientific research on the development of small family business through intergenerational linkages and sets.*

Key words: *intergenerational family business, entrepreneurship, start-ups.*

Аннотация: *В статье представлены некоторые теоретические элементы нового понимания роли, которую играют молодые люди как инициаторы межпоколенческого семейного бизнеса. Представляется, что эти новые элементы могут в дальнейшем стать основой международных научных исследований в области развития малого семейного бизнеса с опорой на межпоколенческие связи.*

Ключевые слова: *межпоколенческий семейный бизнес, предпринимательство, стартапы*

JEL Classification: L26, M13

I. Introduction

The beginning of the 21-st century has been marked by great economic improvements in all European countries, but many of them also faced some heavy socio-demographic cataclysms, spread over huge territories from the Atlantic Ocean to the Pacific Ocean. More and more young people migrate from the province to the cities with over one million inhabitants. There is aging; old people, surviving by the support of their friends; small children living without their parents; broken families; empty homes; thousands of abandoned villages, etc. Is this the overture towards the next titanic disaster – the end of the European civilization as a result of the family collapse?

One of the main problems in the intergenerational family business is that usually the first generation starts the business, while the second generation is not interested to develop it or even to keep it. Thus, in many cases, the family business seems to be unsustainable. Especially in the non-capital regions, the younger generations prefer to migrate to the big cities, mostly to the capitals, or abroad. The younger family representatives abandon their parents and thus they create devastating effects on all public plans for any regional development.

The main goal of this paper is to present some conceptual foundations of the small family business as a strategic entity for the future of the non-capital regions. The main tasks of the article are:

- To observe the existing theoretical understanding about classical intergenerational family business
- To give some conceptual elements of a new understanding about the role of the young people for the initiation of intergenerational family business.

It is expected these new elements to be the mainstay of some further international scientific research on the development of small family business through intergenerational linkages and sets. Thus, it would contribute to the public efforts towards the revival of the non-capital regions in many

I. Введение

В начале 21-го века во всех европейских странах отмечался значительный экономический прогресс, но одновременно многие из них также оказались перед лицом серьезных социально-демографических катаклизмов, охвативших огромные территории, от Атлантики до Тихого океана. Все больше и больше молодых людей мигрируют из провинции в большие города-«миллионники». Налицо старение населения; пожилые люди, выживающие за счет поддержки своих друзей; маленькие дети, живущие без родителей; разбитые семьи; пустые дома; тысячи заброшенных деревень и т.д. Можно ли считать все это увертюрой к следующему громадному бедствию – закату европейской цивилизации в результате крушения семьи?

Одной из основных проблем межпоколенческого семейного бизнеса является тот факт, что обычно одно поколение начинает бизнес, а следующее поколение не заинтересовано в его развитии или даже просто в его сохранении. Поэтому во многих случаях семейный бизнес оказывается неустойчивым. Младшие поколения, особенно из далеких от столицы регионов, предпочитают мигрировать в большие города, главным образом в столицу, или уезжать за рубеж. Младшие представители семьи оставляют своих родителей, и это имеет разрушительные последствия для реализации любых государственных планов регионального развития.

Главная цель данной статьи – представить исходные концептуальные основы понимания малого семейного бизнеса как субъекта, имеющего стратегическое значение для будущего далеких от столицы регионов. Основные задачи статьи:

- Дать обзор сложившегося теоретического понимания межпоколенческого семейного бизнеса
- Ввести некоторые концептуальные элементы нового понимания роли молодежи как инициатора межпоколенческого семейного бизнеса.

Можно полагать, что эти новые элементы могут в дальнейшем лечь в основу международных научных исследований в области развития малого семейного бизнеса с опорой на межпоколенческие связи. Поскольку в 21-м веке возник

European regions, as the 21st century is also a period of great socio-economic disbalance between the capital cities and the provincial areas.

The capital region is the territory surrounding the national capital. In this article by "non-capital regions" we refer to the territories (both urban and rural), which are not in the capital region.

Main research methods for the design of this article: (1) Literature review (2) Observation and analysis of discussions during projects, described in the Acknowledgements chapter and (3) Synthesis.

II. Literature review on the classical theory about the intergenerational family business

Sustainable territorial development based on the activity of small and medium-sized businesses is one of the research fields currently being intensively developed in the world economic science. For example, a number of studies have shown that the support of non-agricultural employment in rural areas based on small-scale farming is one of the key factors that help to mitigate the risks of seasonality in agriculture (Lohmann & Liefner, 2009).

In addition, small-scale family farming is a great help for the poor, and contributes to the growth of production and services (Christiaensen et al., 2011; Thirtle et al., 2003). SMEs help to stimulate economic, political and social structural changes in rural areas, to reduce inequality and promote sustainable development of small cities and villages in a region (Dirven, Martine, 2011; Mingaleva et al., 2017; Reardon & Timmer, 2007).

Therefore, the development of entrepreneurial educational programmes in universities and their connection with the intentions of young people to run their own business attract more attention of researchers (Athayde, 2009, Fayolle, Gailly, 2015, Frestschnier, Weber, 2013, Pfeifer, Šarlija, Zekić Sušac 2014; Souitaris, Zerbinati, Al-Laham, 2007, Shirokova et al., 2016).

There are a number of studies devoted to the influence of institutional environ-

значительный социально-экономический дисбаланс между столичными и провинциальными городами, это один из способов поддержать усилия общества и государства по возрождению провинции во многих регионах Европы.

Столичный регион – территория, прилегающая к столице государства. В данной статье под «провинцией» понимаются территории (городские и сельские) за пределами столичного региона.

В статье использованы следующие методы исследования: (1) обзор научной литературы (2) наблюдение и анализ дискуссий по проектам, указанным в разделе «Благодарности» (3) синтез.

II. Обзор литературы: классические теоретические взгляды на межпоколенческий семейный бизнес

Устойчивое территориальное развитие, основанное на деятельности малого и среднего бизнеса, является одной из интенсивно развивающихся областей исследований в мировой экономической науке. Например, ряд исследований показывает, что поддержка несельскохозяйственной занятости в аграрных районах на основе малого предпринимательства является одним из ключевых факторов, которые помогают смягчить риски сезонности в сельском хозяйстве (Lohmann & Liefner, 2009).

Кроме того, маломасштабное семейное сельское хозяйство является серьезным подспорьем бедным слоям и способствует росту производства и услуг (Christiaensen et al., 2011; Thirtle et al., 2003). Малые и средние предприятия (МСП) важны для стимулирования экономических, политических и социальных структурных изменений в сельских районах, для смягчения неравенства, они способствуют устойчивому развитию малых городов и деревень в регионе (Dirven, Martine, 2011; Mingaleva et al., 2017; Reardon & Timmer, 2007).

Поэтому развитие предпринимательских образовательных программ в университетах и их связь с намерениями молодых людей вести собственный бизнес привлекают все большее внимание исследователей (Athayde, 2009, Fayolle, Gailly, 2015, Frestschnier, Weber, 2013, Pfeifer, Šarlija, Zekić Sušac 2014; Souitaris, Zerbinati, Al-Laham, 2007, Shirokova et al., 2016).

ment on SMEs activity and their sustainable development, as well as on the types of entrepreneurial initiatives (Smallbone, Welter, 2001, Bowen, De Clercq, 2008; Manolova, Yan, 2002; Peng, 2003; Vorley, Williams, 2015). Family entrepreneurial experience, entrepreneurial education and university environment are among the key factors (Chlosta et al., 2012; Bae et al., 2014, Pfeifer et al., 2016). Therefore, the development of entrepreneurial educational programs in universities and their connection with the intentions of young people to run their own business attract the growing attention of academic researchers (Athayde, 2009; Fayolle, Gailly, 2015; Frestschnier, Weber, 2013; Pfeifer, Šarlija, Zekić Sušac 2014; Souitaris, Zerbini, Al-Laham, 2007, Shirokova et al., 2016).

Recent studies of Russian students' interest in entrepreneurial activity revealed insufficient level of relevant knowledge and skills as the main barrier for starting an own business. The researchers note the need to develop a system of training entrepreneurship, to provide institutional and resource support, to offer consulting services in universities to boost the interest of young people in running their own SMEs (Khaustov, 2014; Shirokova et al., 2016). A significant positive effect of family social capital as a form of substitution of formal institutional support is also noted (Shirokova et al., 2016). Some researchers underline the role of family entrepreneurship experience as a key factor influencing students' intentions to organize their own business (Chlosta et al., 2012; Laspita et al., 2012).

In the last decade, the long-term development of family enterprises, including intergenerational interaction, has become an urgent and actively developed research topic (Bizri, 2016; Bozer et al., 2017; Gherardi, Perrotta, 2016; Hiebl, 2015; Woodfield et al., 2017; Kołodkiewicz, 2013; Mokhber et al., 2017). A theory of sustainable family business has been developed, according to which the human capital, social and financial capital are subject to transformation and interact with each other (Danes et al. 2008;

Ряд исследований посвящены влиянию институциональной среды на деятельность и устойчивое развитие МСП, а также на типы предпринимательских инициатив (Smallbone, Welter, 2001, Bowen, De Clercq, 2008; Manolova, Yan, 2002; Peng, 2003; Vorley, Williams, 2015). Среди ключевых факторов - семейный предпринимательский опыт, предпринимательское образование и университетская среда (Chlosta et al., 2012; Bae et al., 2014, Pfeifer et al., 2016). В этой связи развитие предпринимательских образовательных программ в университетах и их связь с намерениями молодых людей вести собственный бизнес привлекают все большее внимание ученых (Athayde, 2009; Fayolle, Gailly, 2015; Frestschnier, Weber, 2013; Pfeifer, Šarlija, Zekić Sušac 2014; Souitaris, Zerbini, Al-Laham, 2007, Shirokova et al., 2016).

Недавние исследования интереса российских студентов к предпринимательству говорят о нехватке нужных знаний и навыков как основном препятствии для старта собственного бизнеса. Ученые отмечают необходимость разработки системы обучения предпринимательству, предоставления институциональной и ресурсной поддержки, оказания консалтинговых услуг в университетах для повышения заинтересованности молодых людей в управлении собственными МСП (Khaustov, 2014, Shirokova et al., 2016). Также отмечен значимый положительный эффект социального капитала семьи как одной из форм замещения формальной институциональной поддержки (Shirokova et al., 2016). Ряд ученых подчеркивают роль опыта семейного предпринимательства как ключевого фактора, влияющего на намерения студентов создать бизнес (Chlosta et al., 2012; Laspita et al., 2012).

В последнее десятилетие актуальной исследовательской темой стало долгосрочное развитие семейных предприятий, в том числе межпоколенческих (Bizri, 2016; Bozer et al., 2017; Gherardi, Perrotta, 2016; Hiebl, 2015; Woodfield et al., 2017; Kołodkiewicz, 2013; Mokhber et al., 2017). Разработана теория устойчивого семейного бизнеса, согласно которой человеческий, социальный и финансовый капитал подвержены трансформации и взаимодействуют друг с другом (Danes et al. 2008; Danes et al. 2009).

Danes et al. 2009).

Family-owned firms are organized around a set of emotionally charged interpersonal relationships that can result in positive or negative consequences. An effective succession process is, therefore, important to ensure the sustainability of the family business (Buang et al., 2013; Carlock and Ward, 2005).

Challenges of continuity after establishment are a major concern, with many family-owned businesses failing along the way. Vera and Dean (2005, p. 323) have found that "only 30% are expected to survive the first generation, around 15% are expected to survive to the third generation, and less than 3% are expected to survive to the fourth generation".

Thus, succession issues always challenge and continue to be a threat to the success of family businesses in SMEs (Anderson et al., 2013; Brenes et al., 2011; Buang et al., 2013; Mokhber et al., 2017). Moreover, ineffective succession process has serious implications not only on family members and business partners but also on the economic development of the country (Buang et al., 2013; Peng, 2004).

Retaining the entrepreneurial behaviour across generations can be difficult and suggests the need to groom the next generation leaders to be entrepreneurial (Schwass, 2005). That's why many researchers stress the importance of succession planning in the sustainability of family businesses (Boyd et al., 2015; Ghee et al., 2015; Motwani et al., 2006; Sharma et al., 2003).

It is also worth to emphasize the role of kinship networks in mobilising resources necessary for starting and developing business (Steier, 2007). Not only social capital is an important resource of kinship networks (Aldrich, Cliff, 2003). Given the importance of access to financial resources, the financial participation of family members and other relatives can help start-up entrepreneurs in implementing their ideas (Lévesque, Minniti, 2011; Chua et al., 2011; Shirokova et al., 2016).

Семейные фирмы строятся с опорой на эмоционально заряженные межличностные отношения, которые могут вести и к положительным, и к отрицательным последствиям. Поэтому для обеспечения устойчивости семейного бизнеса важен эффективный процесс преемственности (Buang et al., 2013; Carlock and Ward, 2005).

Вызовы преемственности являются серьезной проблемой, и многие семейные предприятия терпят неудачу после создания именно по этой причине. Как показали Вера и Дин (2005, стр. 323), «можно ожидать, что только 30% выживут в первом поколении, порядка 15% будут сохранены в третьем поколении, и менее 3% сохранятся до четвертого поколения».

Таким образом, проблемы преемственности остаются постоянным вызовом и продолжают представлять угрозу для успеха малых и средних семейных предприятий (Anderson et al., 2013; Brenes et al., 2011; Buang et al., 2013; Mokhber et al., 2017). Более того, отсутствие такой преемственности имеет серьезные последствия не только для членов семьи и деловых партнеров, но и для экономического развития страны (Buang et al., 2013; Peng, 2004).

Поддержание предпринимательского поведения из поколения в поколение может быть затруднительно и предполагает необходимость бережного выращивания предпринимателей-лидеров последующих поколений (Schwass, 2005). Именно поэтому многие исследователи делают акцент на роли планирования преемственности для устойчивости семейных предприятий (Boyd et al., 2015; Ghee et al., 2015; Motwani et al., 2006; Sharma et al., 2003).

Также важно подчеркнуть роль родственных сетей в мобилизации ресурсов, необходимых для начала и развития бизнеса (Steier, 2007). Не только социальный капитал является важным ресурсом родственных сетей (Aldrich, Cliff, 2003), но и финансовое участие членов семьи и других родственников, с учетом необходимости доступа к финансовым ресурсам, может существенно помочь начинающим предпринимателям в реализации их идей (Lévesque, Minniti, 2011; Chua et al., 2011; Shirokova et al., 2016).

Entrepreneurial activity and the willingness to conduct business in the kinship network are highly influenced by the cultural environment and public assessment of this phenomenon (Davidsson, Wiklund, 1997; Hayton et al., 2002; Peng, 2004). It is widely accepted that reducing the level of uncertainty and perceived risk contributes to the development of SMEs (Li, Zahra, 2012); cultural environment primarily shapes perceptions and assessment of risks associated with running a family business and attitudes towards entrepreneurs who are ready to take these risks.

Thus, a study of recent literature indicates a significant focus on issues related to the development of small family businesses. At the same time, the literature review has not found any scientific concepts where the initiation of the intergenerational family business belongs to the younger family members, followed by the integration of the elder family members into the businesses.

III. Some conceptual elements of a new understanding about the role of the young people for the initiation of intergenerational family business

The world-wide theoretical approaches are focused on the classical intergenerational family businesses, established by the first generation and then leaving the legacy to the younger generations. Among the main problems is the fact that a small percentage of the second generation is willing to keep and develop this business. Therefore, the classic school on the intergenerational businesses puts among the main problems the factors, which have influence on the sustainability of the intergenerational businesses when they are transferred to the younger generations.

The fundamental classic research does not reveal the potential of the intergenerational businesses, in case the younger generation initiates them, while the elder generations are integrated to it. This inverted pyramid could be in the bottom of a new concept for intergenerational businesses, where namely the digital generation is the leading one, while the industrial

Предпринимательская активность и готовность вести бизнес в родственной сети сильно зависят от культурной среды и общественной оценки этого явления (Davidsson, Wiklund, 1997; Hayton et al., 2002; Peng, 2004). Широко признано, что снижение уровня неопределенности и воспринимаемого риска способствует развитию МСП (Li, Zahra, 2012); в первую очередь культурная среда формирует восприятие и оценку рисков, связанных с управлением семейным бизнесом, и отношение к предпринимателям, которые готовы взять на себя соответствующие риски.

Таким образом, обзор современной литературы указывает на значительное внимание к вопросам, связанным с развитием малых семейных предприятий. В то же время, при изучении литературы не удалось обнаружить научных концепций, в рамках которых младшие члены семьи выступают инициаторами межпоколенческого семейного бизнеса, за которыми в бизнес втягиваются старшие члены семьи.

III. Некоторые концептуальные элементы нового понимания роли молодых людей в инициировании межпоколенческого семейного бизнеса

Принятые в мире теоретические подходы сосредоточены на классических семейных бизнесах, созданных первым поколением, которое затем оставляет бизнес в наследство молодому поколению. Среди основных проблем - тот факт, что небольшая часть следующего поколения оказывается готова поддерживать и развивать семейный бизнес. Поэтому классическая школа, рассматривая вопросы семейного бизнеса, делает акцент на факторы, которые влияют на устойчивость межпоколенческого бизнеса при передаче его более молодым поколениям.

В фундаментальных классических исследованиях по межпоколенческому семейному бизнесу не рассматривается, каким может быть потенциал такого бизнеса, если его иницирует младшее поколение, а затем в бизнес интегрируются старшие поколения. Такая перевернутая пирамида может лечь в основу новой концепции межпоколенческого бизнеса, где именно «цифровое» поколение является ведущим, а «промышленное» и «аграрное»

and agricultural generations – supportive.

The next example illustrates the new role of the young people for the initiation of the intergenerational family business:

☞ the grandparents produce grapes (agrarian generation);

☞ the middle generation produces wine (industrial generation);

☞ the young generation develops a web-shop (digital generation) to sell the wine and the grapes on-line.

Using the inverted pyramid here is what each generation has done from the above example:

- The grandparents started their business many years ago. The production of grapes has been a way of living for years. They have expected their children to continue the family business, in accordance to the agrarian period, continued for thousands of years.

- Their children have decided to act differently – to establish a small firm for wine production, instead of dealing with any farming. This industrial start-up from the food processing industry has been a result from the educational system, where the children have learnt how to produce wine with modern technologies and standards. The children keep the linkages with their parents by buying their grapes. Thus the grandparents are integrated into the business of their children.

- The grandchildren live in the era of the information society, where the educational system gives priority to the knowledge than to the physical skills. The access to the internet and the usage of all kinds of smart phones and any ICT devices have created their digital skills.

As a result, the grandchildren prefer to start their digital business, rather than to continue the already existing family businesses. Their on-line shop is a good opportunity to sell the grapes of their grandparents and the wine of their parents. Thus (using the classification of Alvin Toffler, 1980) we may argue that the digital generation supports the economic activity of the agrarian and the industrial generations.

поколения - поддерживающими.

Новую роль молодежи в инициировании межпоколенческого семейного бизнеса можно показать на следующем примере:

☞ бабушки и дедушки производят виноград (аграрное поколение);

☞ среднее поколение занято производством вина (промышленное поколение);

☞ молодое поколение развивает интернет-магазин для продажи вина и винограда в онлайн-режиме (цифровое поколение).

В этом примере виден принцип перевернутой пирамиды – по сути, каждое поколение сделало следующее:

- Бабушки и дедушки начали свой бизнес много лет назад. Производство винограда было их жизненной стезей в течение многих лет. Они ожидали, что их дети продолжат семейный бизнес (в соответствии с понятиями аграрного периода, который длился тысячелетия).

- Их дети решили действовать иначе: не заниматься собственно сельским хозяйством, а создать небольшую фирму для производства вина. Этот стартап в области пищевой промышленности возник как результат образовательной системы, где дети научились производить вино с использованием современных технологий и стандартов. Дети сохраняют связь со своими родителями, покупая виноград. Таким образом, бабушки и дедушки интегрированы в дело своих детей.

- Внуки живут в эпоху информационного общества, где образовательная система отдает приоритет знаниям, а не физическим навыкам. Доступ к Интернету и использование всех видов смартфонов и многих других подобных устройств создали их цифровые навыки.

В результате внуки предпочитают начинать свой цифровой бизнес, а не продолжать уже существующие семейные предприятия. Онлайн магазин – хорошая возможность продать виноград бабушек и дедушек и вино родителей. Таким образом, согласно классификации Элвина Тоффлера (Alvin Toffler, 1980), мы можем утверждать, что цифровое поколение поддерживает экономическую активность аграрного и промышленного поколений.

It is possible to develop intergenerational business in one type of industry, too, for example – tourism: the parents have a tourist hotel; the younger generation establish a start-up for organization of local festivals to promote the regional folklore heritage, etc., and the tourists are accommodated in the hotels of their parents.

In order to develop the intergenerational businesses presented in this paper, it is necessary to identify some of the main factors for their support:

- Educational system: do the Secondary and High schools promote the idea for the intergenerational businesses or they produce workers for the companies? Are the HEIs capable of producing entrepreneurs (Pavlov, 2014) or the HEIs should be mostly consultants (Pavlov, 2009)?

- Family: do the family members encourage their children to choose the future of entrepreneurs or the “career of being employed”?

- Mass medias: what are the consequences from the promotion of some businesses as “stupid” and others as “intelligent”? Do the mass media direct the young generations in accordance to the needs from the human resources of the bigger companies?

- Public authorities: do they have plans, especially in the non-capital areas, to promote and encourage the intergenerational family businesses?

- Others.

Each of these factors should be studied by scientific teams, searching for interdisciplinary outcomes.

IV. EU funds in support of research on the family start-ups

The European Union supports entrepreneurship considering it fundamental for the economic growth in Europe and for increasing the number of new jobs in Europe without creating new debt. Entrepreneurship and self-employment are in fact recognized in the Europe 2020 strategy (European Commission, 2010) as key

Возможно развитие межпоколенческого бизнеса и в одной отрасли, например, в туризме: у родителей есть гостиница; молодое поколение создает стартап для организации местных фестивалей по продвижению регионального фольклорного наследия и т.д., при этом туристы размещаются в гостинице их родителей.

В целях развития рассматриваемых нами здесь межпоколенческих бизнесов необходимо определить ряд основных факторов их поддержки:

- Система образования: помогают ли средние школы и вузы созданию межпоколенческих предприятий или они формируют работников для компаний? Могут ли вузы формировать предпринимателей (Pavlov, 2014) или вузы, в основном, должны выступать как консультанты (Pavlov, 2009)?

- Семья: поощряют ли члены семьи намерения своих детей становиться в будущем предпринимателями или настаивают их делать «карьеру по найму»?

- Массмедиа: каковы последствия того, что в СМИ некоторые траектории пропагандируются как «глупые», а другие – как «умные»? Не действуют ли СМИ в интересах крупных компаний, направляя к ним молодые поколения в соответствии с их потребностями в человеческих ресурсах?

- Органы государственной власти: есть ли у них планы, продвигать и поощрять межпоколенческие семейные предприятия, особенно в далеких от столицы регионах?

- Другие возможные факторы.

Каждый из этих факторов должен изучаться исследовательскими командами, нацеленными на междисциплинарные результаты.

IV. Фонды ЕС, оказывающие поддержку в изучении семейных стартапов

Европейский союз поддерживает предпринимательство, считая его основополагающим для экономического роста и увеличения числа новых рабочих мест в Европе без создания новых долгов. Предпринимательство и самозанятость в стратегии «Европа 2020» (Европейская комиссия, 2010) рассматриваются в каче-

elements for achieving smart, sustainable and inclusive growth.

Many different funding sources are available to support entrepreneurs, startups and even more mature SMEs. Some of the available funds are managed directly by the European Commission, while others are managed by the Member States under the regional and cohesion policy framework. Structural funds – European Regional Development Fund – ERDF (Regulation 1301) and European Social Fund – ESF (Regulation 1304) – are in fact managed by the national or regional government and support companies in different ways. The ERDF supports the creation and internationalization of companies and their research and innovation activities through grants or loans. ESF instead provides support for training and capacity building of current and would be entrepreneurs.

Among funds, managed directly from Brussels, COSME (EASME, 2017) is the EU programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). It runs from 2014 to 2020 with a planned budget of €2.3bn. COSME supports better access to finance for SMEs, access to markets for SMEs, entrepreneurship and more favourable conditions for business creation and growth in general.

Although entrepreneurship is fully supported by the European Union, currently no dedicated funding programmes or lines exist for family start-ups. Special attention is instead paid to business start-ups by unemployed and people from vulnerable groups and to social entrepreneurs. There is the need to link research on family start-ups and policy making to raise the attention of EU decision-makers on the specific need for support of this type of businesses.

стве ключевых элементов для достижения устойчивого и всеобъемлющего роста.

Существует множество различных источников финансирования для поддержки предпринимателей, стартапов и даже более зрелых МСП. Некоторые из существующих фондов находятся под непосредственным управлением Европейской комиссии, другие управляются государствами-членами ЕС в рамках региональной политики и политики объединения. Структурные фонды – Европейский фонд регионального развития – ERDF (Regulation 1301) и Европейский социальный фонд – ESF (Regulation 1304) – фактически управляются национальными или региональными правительствами и оказывают разные формы поддержки компаниям. ERDF поддерживает создание и интернационализацию компаний, а также их исследовательскую и инновационную деятельность посредством грантов или займов. ESF обеспечивает поддержку для обучения и наращивания потенциала нынешних и будущих предпринимателей.

Среди прямых средств фондов, управляемых непосредственно из Брюсселя, – программа ЕС COSME (EASME, 2017) по конкурентоспособности предприятий, включая МСП. Она действует с 2014 по 2020 год с запланированным бюджетом в 2,3 млрд. Евро. COSME облегчает для МСП доступ к финансированию, доступ к рынкам, создает более благоприятные условия для предпринимательства и роста в целом.

Несмотря на то, что предпринимательство полностью поддерживается Европейским союзом, в настоящее время не существует специальных программ финансирования или линий для семейных стартапов. Вместо этого особое внимание уделяется стартапам безработных и незащищенных слоев населения, социальным предпринимателям. Необходимо связать исследования по созданию семейных стартапов и разработку политики, привлечь внимание лиц, принимающих решения в ЕС, к необходимости поддержки этого типа бизнеса.

V. Conclusions

The benefits from the specific intergenerational family economic linkages described in this paper could be in different directions:

1) More young people would stay in the non-capital regions and pay taxes both to the local and national tax agencies. Recently many rural areas have lost a tremendous percentage of their young tax-payers, which is quite risky for the sustainable regional development.

2) Fewer broken families, because the spouses are able to live and work together. The stress at work has led to serious damages on the society – many single people, divorced, etc., as a result of the corporative expectations towards their employees to be fully dedicated to the company mission and sacrifice their family life. Obviously, the society needs to find a new balance between the family life and the economic activity of the family members. Such example is the new organization of the intergenerational family businesses proposed.

3) More elderly people would live closer to their families. Many parents are abandoned due to the existing migration of the younger people to places with higher economic standards. In fact, the ideas proposed would lead to the better socialization of the elder people, but there could still be a room for the public services, too.

4) More children would live together with their parents, with the possibility to be involved in the family cluster. It is not enough just to declare that children are the future of any society. It is also important to give them a more normal family life. During the industrial period, the children spent their time in the educational sector, while their parents – at work. In the periods of huge socio-economic changes the parents even migrated to other regions to earn money for the survival of their families, losing the daily contacts with their children. The new organization of the family businesses proposed would bring together the parents and their small children, revealing the advantages of the family life and protecting the main element of any society – the family.

V. Заключение

Описанные здесь межпоколенческие семейные экономические связи могут создавать целый ряд выгод разного рода:

1) Большее число молодых людей будут оставаться в далеких от столицы регионах и платить налоги в местные и национальные налоговые органы. Многие сельские районы в последнее время потеряли огромную долю своих молодых налогоплательщиков, что представляет серьезную опасность для устойчивого регионального развития.

2) Снизится число разбитых семей, поскольку супруги смогут жить и работать вместе. Стресс на работе как результат ожидания от сотрудников полной отдачи, требующей от них жертвовать своей семейной жизнью в пользу дел компании, приводит к серьезному ущербу для общества, росту числа одиноких людей, разведенных и т.д. Обществу необходимо найти новый баланс между семейной жизнью и экономической деятельностью членов семьи. Организация межпоколенческого семейного бизнеса – пример такого баланса.

3) Большее число пожилых людей смогут жить ближе к своим семьям. Многие молодые люди оставляют родителей, уезжая в места с более высокими экономическими стандартами. Предлагаемые здесь идеи могут вести к лучшей социализации людей старших возрастов, хотя все равно останется место для деятельности общественных служб.

4) Больше детей смогут жить вместе со своими родителями, получив возможность участвовать в семейном кластере. Недостаточно простых заявлений, что дети – это будущее любого общества. Важно дать им нормальную семейную жизнь. В индустриальный период дети проводили время в образовательной сфере, а их родители – на работе. В периоды огромных социально-экономических изменений родители даже мигрировали в другие регионы, чтобы зарабатывать деньги на выживание своих семей, теряя ежедневные контакты со своими детьми. Предлагаемая здесь новая организация семейного бизнеса объединяет родителей и их маленьких детей, раскрывая преимущества семейной жизни, защищая основной элемент любого общества – семью.

5) General improvements of the non-capital regions: happy children; more spouses living together; more tax-payers in the region; fewer elderly people abandoned; improved inter-family linkages; new start-ups, etc. All of them could contribute to the sustainable development, especially in the rural areas.

Therefore, we can conclude that the development of intergenerational small family enterprises is capable of adding significantly to job creation, fairer income distribution and diversification, thus creating positive economic effects for regions, especially for small cities and rural areas.

Further scientific research should be focused on the development of small family businesses through intergenerational linkages and sets and more precisely:

- Elaboration of a methodological approach for estimation of the opportunities for establishment of intergenerational businesses, initiated by the younger generations.
- Research on the role of the HEIs in supporting students to establish intergenerational family businesses in the non-capital areas.

VI. Acknowledgement

This article has been written thanks to the successful implementation of:

- Bilateral Agreement under ERASMUS+, KA-107, between the University of Ruse "Angel Kanchev" (Bulgaria) and Lomonosov Moscow State University (Russia) in 2017.
- 544573-TEMPUS-1-2013-1-BG-TEMPUS-JPHES – the MATCHES project with the active participation of the University of Ruse "Angel Kanchev" and "Consulta Europa Projects and Innovation".
- ENT/CIP/09/E/N02S001 - START-ENT "Fostering Business-University Partnerships for Entrepreneurship Education in Europe" with the active participation of "Consulta Europa Projects and Innovation" and the University of Ruse "Angel Kanchev".

5) Общий рост качества жизни в регионах: более счастливые дети; больше супругов, живущих вместе; больше налогоплательщиков в регионе; меньше брошенных пожилых людей; укрепление внутрисемейных связей; новые стартапы; и т.д. Все это может способствовать устойчивому развитию, особенно в сельских районах.

Следовательно, мы можем заключить, что развитие малых семейных межпоколенческих предприятий может вносить заметный вклад в создание рабочих мест, более справедливое распределение доходов и диверсификацию, давая позитивный экономический эффект для регионов, особенно для малых городов и сельских районов.

Дальнейшие научные исследования должны быть сосредоточены на развитии малого семейного бизнеса на основе межпоколенческих связей, а именно:

- Разработка методологического подхода к оценке возможностей создания межпоколенческих предприятий, инициированных младшими поколениями.
- Исследование роли вузов в оказании поддержки студентам в создании межпоколенческого семейного бизнеса в регионах.

VI. Благодарности

Эта статья была написана благодаря успешной реализации:

- Bilateral Agreement under ERASMUS+, KA-107, between the University of Ruse "Angel Kanchev" (Bulgaria) and Lomonosov Moscow State University (Russia) in 2017.
- 544573-TEMPUS-1-2013-1-BG-TEMPUS-JPHES – the MATCHES project with the active participation of the University of Ruse "Angel Kanchev" and "Consulta Europa Projects and Innovation".
- ENT/CIP/09/E/N02S001 - START-ENT "Fostering Business-University Partnerships for Entrepreneurship Education in Europe" with the active participation of "Consulta Europa Projects and Innovation" and the University of Ruse "Angel Kanchev".

• Literature review has been written with financial support of Russian Science Foundation (project No. 17-18-01324).

• Обзор литературы выполнен за счет гранта Российского научного фонда (проект №17-18-01324).

Reference/Литература

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003).** The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing*, 18(5), 573-596.
- Anderson, A. R., Jack, S. L., & Dodd, S. D. (2005).** The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*, 18(2), 135-154.
- Athayde, R. (2009).** Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), pp. 481-500.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014).** The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Bizri, R. (2016).** Succession in the family business: drivers and pathways. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 22(1), 133-154.
- Bowen, H. P., & De Clercq, D. (2008).** Institutional context and the allocation of entrepreneurial effort. *Journal of International Business Studies*, 39(4), 747-767.
- Boyd, B., Royer, S., Pei, R. and Zhang, X. (2015).** Knowledge transfer in family business successions: implications of knowledge types and transaction atmospheres, *Journal of Family Business Management*, Vol. 5/ No. 1, pp. 17-37.
- Bozer, G., Levin, L., & Santora, J. C. (2017).** Succession in family business: multi-source perspectives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, JSBED-10-2016-0163.
- Brenes, E. (2011).** Complementary currencies for sustainable local economies in Central America. *International Journal of Community Currencies Research*, 15, pp. 32-38.
- Buang, N.A., Ganefri, G., & Sidek, S. (2013).** "Family business succession of SMEs and post-transition business performance", *Asian Social Science*, Vol. 9 No. 12, pp. 79-92.
- Carlock, R.S., & Ward, J.L. (2005).** Assuring a Healthy Business. In *Family Business*, Palgrave Macmillan, pp. 17-30.
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012).** Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), pp. 121-138.
- Christiaensen, L., Demery, L. & Kuhl, J. (2011).** The (evolving) role of agriculture in poverty reduction: an empirical perspective. *Journal of Development Economics*, 96(2): 239-254.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Kellermanns, F., & Wu, Z. (2011).** Family involvement and new venture debt financing. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 472-488.
- Danes, S. M., Lee, J., Stafford, K., & Heck, R. K. Z. (2008).** The effects of ethnicity, families and culture on entrepreneurial experience: An extension of sustainable family business theory. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(03), 229-268.
- Danes, S. M., Stafford, K., Haynes, G., & Amarapurkar, S. S. (2009).** Family capital of family firms: Bridging human, social, and financial capital. *Family Business Review*, 22(3), 199-215.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997).** Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic psychology*, 18(2), 179-199.
- Dirven, M. (2011).** Non-farm rural employment and rural poverty reduction: What we know in Latin America in 2010. IFAD Conference on New Directions for Smallholder Agriculture, Rome, January 24-25, 2011.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015).** The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Ghee, W.Y., Ibrahim, M.D. and Abdul-Halim, H. (2015).** "Family business succession planning: unleashing the key factors of business performance", *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 20 No. 2, pp. 103-126.
- Gherardi, S., & Perrotta, M. (2016).** Daughters taking over the family business. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(1), 28-47.
- Haustov M. Ju. (2014).** Predprinimatel'skij potencial studencheskoj molodjzhi. *Vlast' i upravlenie na Vostoke Rossii*. 1(66), 184-191. // Хаустов М. Ю. 2014. Предпринимательский потенциал студенческой молодёжи. *Власть и управление на Востоке России*. 1(66), 184-191.
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002).** National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 33-52.
- Hiebl, M. R. W. (2015).** Family involvement and organizational ambidexterity in later-generation family businesses. *Management Decision*, 53(5), 1061-1082.
- Kołodkiewicz, I. (2013).** The second generation in a family business: an agent of change or continuator of family tradition? *Journal of Technology Management*, 8(3), 155-173.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012).** Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
- Lévesque, M., & Minniti, M. (2011).** Age matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.

- Li, Y., & Zahra, S. A. (2012).** Formal institutions, culture, and venture capital activity: A cross-country analysis. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 95-111.
- Lohmann, C., & I. Liefner (2009).** "Location, non-agricultural employment, and vulnerability to poverty in rural Thailand", *Erdkunde*, Vol. 63/2, 141-160.
- Manolova, T. S., & Yan, A. (2002).** Institutional constraints and entrepreneurial responses in a transforming economy: The case of Bulgaria. *International Small Business Journal*, 20(2), 163-184.
- Mingaleva, Z., Sheresheva, M., Oborin, M., & Gvarliani, T. (2017).** Networking of small cities to gain sustainability, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 5(1), 140-156.
- Mokhber, M., Gi Gi, T., Abdul Rasid, S. Z., Vakilbashi, A., Mohd Zamil, N., & Woon Seng, Y. (2017).** Succession Planning and Family Business Performance in SMEs. *Journal of Management Development*, 36(3), 330-347.
- Motwani, J., Levenburg, N.M., Schwarz, T.V., & Blankson, C. (2006).** Succession planning in SMEs: an empirical analysis. *International Small Business Journal*, Vol. 24 No. 5, pp. 471-495.
- Pavlov, D. (2014).** "Academic production of entrepreneurs – myth or reality", IN: *Annals of „Eftimie Murgu” University Reșița, Romania, Fascicle II. Economic Studies*, No XXI, pp. 256-271, ISSN 2344-6315. http://www.analefseauem.ro/upload/arhiva-revista/2014/Volum_2014.pdf
- Pavlov, D. (2009).** "Financial Limits to Small Starters in Pellet Production – the Case of NIK-05 Ltd", IN: *Web Journal in Entrepreneurship and Innovation*, 2009, pp. 176-183, ISSN 1314-0175. <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-9-2009/16.pdf>
- Peng, M. W. (2003).** Institutional transitions and strategic choices. *Academy of management review*, 28(2), 275-296.
- Peng, Y. (2004).** Kinship networks and entrepreneurs in China's transitional economy. *American Journal of Sociology*, 109(5), 1045-1074.
- Pfeifer, S., Šarlija, N., & Zekić Sušac, M. (2016).** Shaping the entrepreneurial mindset: entrepreneurial intentions of business students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 102-117.
- Reardon, T. and C. P. Timmer (2007).** "Transformation of Markets for Agricultural Output in Developing Countries Since 1950: How Has Thinking Changed?" chapter 55 in R.E. Evenson, and P. Pingali (eds.). *Handbook of Agricultural Economics*, 3: Agricultural Development: Farmers, Farm Production and Farm Markets. Amsterdam: Elsevier Press: 2808-2855.
- Schwass, J. (2005).** *Wise Growth Strategies in Leading Family Businesses*, Palgrave MacMillan, Hampshire.
- Sharma, P., Chrisman, J.J. and Chua, J.H. (2003).** "Succession planning as planned behavior: some empirical results", *Family Business Review*, Vol. 16 No. 1, pp. 1-15.
- Shirokova G. V. (ed.) (2016).** *Факторы формирования предпринимательской активности студентов. С.-Петербург. гос. ун-т. СПб.* 2016.// Широкова Г.В. (ред.). Факторы формирования предпринимательской активности студентов. С.-Петербург. гос. ун-т. СПб.
- Smallbone, D., & Welter, F. (2001).** The distinctiveness of entrepreneurship in transition economies. *Small business economics*, 16(4), 249-262.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007).** Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Steier, L. (2007).** New venture creation and organization: A familial sub-narrative. *Journal of Business Research*, 60(10), 1099-1107.
- Thirtle, C., Lin, L. & Piesse, J. (2003).** The impact of Research-Led Agricultural Productivity Growth on Poverty Reduction in Africa, Asia and Latin America. *World Development*, 31(12), 1959-1975.
- Toffler, A. (1980).** *The Third Wave*. Publisher Bantam Books (USA).
- Vera, C.F., & Dean, M.A. (2005).** "An examination of the challenges daughters face in family business succession", *Family Business Review*, Vol. 18 No. 4, pp. 321-345.
- Vorley, T., & Williams, N. (2016).** Between petty corruption and criminal extortion: How entrepreneurs in Bulgaria and Romania operate within a devil's circle. *International Small Business Journal*, 34(6), pp. 797-817.
- Woodfield, P. J., Shepherd, D., & Woods, C. (2017).** How can family winegrowing businesses be sustained across generations? *International Journal of Wine Business Research* Woods International Journal of Wine Business Research, 29(23), pp. 29-12.
- European Commission (2010).** EUROPE 2020 A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Published at <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLETE%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
- Executive Agency for Small and Medium-Sized Enterprises (EASME).** Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises (COSME). Published at <https://ec.europa.eu/easme/en/cosme>, consulted on 15 Nov 2017.
- REGULATION (EU) No 1301/2013 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL** of 17 December 2013 on the European Regional Development Fund and on specific provisions concerning the Investment for growth and jobs goal and repealing Regulation (EC) No 1080/2006. Published at http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/legislation/regulations/
- REGULATION (EU) No 1304/2013 of the European Parliament and of the Council** of 17 December 2013 on the European Social Fund and repealing Council Regulation (EC) No 1081/2006. Published at http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/legislation/regulations/