

## Особенности семейного предпринимательства в различных отраслях экономики

### Современное состояние правового регулирования семейного предпринимательства и цифровизация торгового оборота

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию вопросов современного состояния правового обеспечения семейного предпринимательства в условиях усиления цифровизации торгового оборота. В наши дни семейный бизнес в России представлен преимущественно малыми и средними предприятиями, его можно отнести к разряду массового предпринимательства. Присутствуют недостаточность и фрагментарность правового регулирования данной сферы общественных отношений. В этой связи необходимо продолжить работы по разработке положений федерального законодательства о семейном предпринимательстве.

Показано, что в современных условиях торговый оборот все больше будет перемещаться в сферу электронной коммерции. Развитие семейного предпринимательства в контексте цифровизации торгового оборота сталкивается с проблемой электронных коммуникаций, например, в области информационного обмена и переговоров с ведущими онлайн-платформами. Сделан вывод, что положение предприятий семейного бизнеса на рынке во многих случаях следует характеризовать как «заведомо слабое» по сравнению с позицией крупных экономических игроков. Поэтому семейный бизнес остро нуждается в специальной государственной поддержке, формы, условия и порядок которой должны быть закреплены в законодательстве. Ввиду того, что виртуальные рынки в обозримом будущем будут только укреплять свои позиции в деловом мире, законодательство о семейном предпринимательстве уже сейчас необходимо выстраивать с акцентом на цифровые технологии ведения бизнеса.

**Ключевые слова:** семейное предпринимательство, правовое регулирование, цифровизация торгового оборота, субъекты малого и среднего предпринимательства, законодательство о семейном предпринимательстве, электронная торговля, стандарты, маркетплейсы, электронные коммуникации, электронные транзакции, цифровые технологии ведения бизнеса



**Альбина Сергеевна ПАНОВА,**  
профессор кафедры  
предпринимательского  
и корпоративного права  
Университета имени  
О.Е. Кутафина (МГЮА),  
доктор юридических наук,  
доцент  
[albina\\_2005@rambler.ru](mailto:albina_2005@rambler.ru)  
125993, Россия, г. Москва,  
ул. Садовая-Кудринская,  
д. 9

**Albina S. PANOVA,**

*Professor of the Entrepreneurial and Corporate Law Department  
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),*

*Dr. Sci. (Law), Associate Professor*

***albina\_2005@rambler.ru***

*9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993*

### **The current state of legal regulation of family entrepreneurship and the digitalization of trade turnover**

**Abstract.** *The article is devoted to studying the current state of legal support for family entrepreneurship amid the increasing digitalization of trade turnover. Today, family businesses in Russia are predominantly represented by small and medium-sized enterprises, which can be classified as “mass entrepreneurship.” There remains an ongoing insufficiency and fragmentation in the legal regulation of this sphere of public relations. In this regard, further work is needed to develop provisions in federal legislation regarding family entrepreneurship.*

*The study highlights that in modern conditions, trade turnover will increasingly shift into the realm of e-commerce. The development of family entrepreneurship in the context of digitalization faces challenges related to electronic communications, such as information exchange and negotiations with major online platforms. The article concludes that the market position of family businesses is often “deliberately weak” compared to large economic players. Therefore, family businesses urgently require special state support, the forms, conditions, and procedures of which should be established in legislation. Given that virtual markets will only strengthen their positions in the business world in the foreseeable future, family entrepreneurship legislation must already be structured with an emphasis on digital business technologies.*

**Keywords:** *family entrepreneurship, legal regulation, digitalization of trade turnover, small and medium-sized enterprises, family entrepreneurship legislation, e-commerce, standards, marketplaces, electronic communications, electronic transactions, digital business technologies*

**В** настоящее время население проявляет значительный интерес к сфере семейного предпринимательства. Интерес основан прежде всего на существующем предпринимательском опыте целого ряда семей. В информационно-телекоммуникационной сети Интернет можно встретить значительное число публикаций об успехе семейного бизнеса. Данные опросов также свидетельствуют о благосклонном отношении россиян к семейному предпринимательству. Например, согласно опросу, проведенному в сентябре 2024 г. Банком «ВТБ» в преддверии Восточного экономического форума, каждый четвертый россиянин хотел бы открыть собственное дело, при этом 40 % опрошенных предпочли бы

заняться бизнесом вместе со своей семьей<sup>1</sup>. По подсчетам Торгово-промышленной палаты РФ, на начало 2025 г. больше 74 % предприятий малого и среднего бизнеса в стране — семейные компании. Речь идет о тех организациях, в которых заняты два и более членов одной семьи. Всего на начало 2025 г. в России зафиксировано 6,6 млн предприятий малого и среднего бизнеса, из них почти 4,9 млн — семейные<sup>2</sup>.

Популярность семейного бизнеса следует связывать в первую очередь с возможностью создания собственного общего дела, стремлением воплотить в жизнь общие бизнес-проекты, идеи. Увлекать может интерес к созданию собственного семейного бренда как особой семейной ценности. Вместе с тем, как справедливо отмечено в специальной литературе, «реально оценить масштабы семейного предпринимательства в России не позволяет отсутствие официальных статистических данных»<sup>3</sup>, несмотря на то, что «в современной правовой действительности члены семьи принимают самое активное и непосредственное участие в предпринимательских правоотношениях»<sup>4</sup>.

В подавляющем большинстве случаев семейный бизнес представлен субъектами малого и среднего предпринимательства, поэтому семейный бизнес можно отнести к разряду массового предпринимательства. Существуют исследования, доказывающие «особую роль массового предпринимательства как фактора экономического роста»<sup>5</sup>. Необходимо полностью согласиться с тем, что «главным условием успешного развития предпринимательства является не неограниченная частная собственность, а свободный доступ к продукции, информации и кредитам в правовой экономике»<sup>6</sup>. В этой связи одна из задач законодателя «видится в создании комфортной правовой среды для семейного предпринимательства»<sup>7</sup>.

Несмотря на активное развитие в России семейного предпринимательства, приходится констатировать сохраняющуюся недостаточность, фрагментарность правового регулирования семейного бизнеса. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (далее — Стратегия) как правовой документ стратегического планирования предусматривает, что «развитие семейного торгового бизнеса является одним из направлений совершенствования потребительского рынка, здесь семейный

<sup>1</sup> Опрос: каждый четвертый россиянин хочет иметь собственный бизнес // URL: <https://ria.ru/20240903/opros-1970257204.html> (дата обращения: 15.03.2025).

<sup>2</sup> URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/666720> (дата обращения: 20.03.2025).

<sup>3</sup> *Ершова И. В.* Семейное предпринимательство: в поисках баланса интересов семьи и государства // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2024. № 8. С. 27.

<sup>4</sup> *Левушкин А. Н.* Реорганизация семейных компаний в Великобритании и Испании как вектор прогрессивного развития семейного предпринимательства в России // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2023. № 8. С. 146.

<sup>5</sup> См. подробнее: *Жиголоуев А. П.* Массовое предпринимательство как база модернизации экономики // Проблемы современной экономики. 2010. № 2. С. 536.

<sup>6</sup> Курс переходной экономики / под ред. Л. И. Абалкина. М., 1997. С. 276.

<sup>7</sup> *Ершова И. В.* Семейный бизнес — явление уникальное и не до конца изученное // Семейный бизнес в правовом пространстве России : монография / отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. М. : Проспект, 2020. С. 53.



бизнес увязан с работой булочных, кондитерских, мясных лавок, рыбных магазинов и др.»<sup>8</sup>. В части раскрытия потенциала малого и среднего предпринимательства в Стратегии отмечается необходимость «проработки совместно с ведущими предпринимательскими объединениями дополнительных направлений пропаганды и популяризации семейного предпринимательства и женского предпринимательства».

Имеется некоторая неясность в соотношении положений Стратегии и Плана мероприятий («дорожной карты») по ее реализации (далее — План) в вопросе, касающемся развития семейного предпринимательства<sup>9</sup>. План не предполагает осуществления «специальных мер по развитию торгового семейного бизнеса, не предусматривает он и мероприятий, направленных на популяризацию семейного предпринимательства». Представляется в этой связи обоснованным утверждение о том, что «анализ планов мероприятий, изданных во исполнение концепций и стратегий, показывает, что в разных случаях субъекты их разработки по-разному решают содержательные и технико-юридические вопросы их соотношения между собой»<sup>10</sup>.

Изучение хозяйственной практики в области семейного предпринимательства показывает, что если ранее малое семейное предпринимательство сосредоточивалось в значительной степени на приобретении товаров у изготовителей и последующей их перепродаже, то в настоящее время приоритет имеют изготовление собственной продукции и ее последующая реализация, а также выполнение работ, оказание услуг. Наиболее востребованными направлениями семейного предпринимательства в наши дни являются: «выращивание фермерской продукции и ее реализация; оказание образовательных услуг, их продвижение на рынок; создание и продажа антивирусных продуктов IT-среды; оказание услуг в сфере туризма, гостиничного дела; изготовление и реализация косметической продукции; выпечка хлеба»<sup>11</sup>. Распространен сегодня пошив одежды, осуществляемый семейными ателье.

Несомненно, созданные в рамках семейного предпринимательства товары (работы, услуги) требуют продвижения к потребителям. На этом этапе востребованной становится такая отрасль материального производства, как торговля. Специалистами обоснованно утверждается, что «хотя операции товародвижения носят и при любых условиях будут носить реальный характер, документальное оформление и сопровождение этих операций неизменно будет перенесено в сеть Интернет. <...> Можно ожидать, что в ближайшем будущем все договоры торгового

<sup>8</sup> Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р) // СЗ РФ. 2016. № 24. Ст. 3549.

<sup>9</sup> План мероприятий («дорожная карта») по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р) // СЗ РФ. 2016. № 24. Ст. 3549.

<sup>10</sup> Мушинский М. А. Стратегии, концепции, доктрины в правовой системе Российской Федерации: проблемы статуса, юридической техники и соотношения друг с другом // Юридическая техника. 2015. № 9. С. 494.

<sup>11</sup> В России растет число семейных компаний // URL: <http://novorossiysk.tpprf.ru/ru/news/537817/> (дата обращения: 06.03.2025).

оборота будут заключаться главным образом в сети Интернет. Исполняться они будут хотя и реально, но с электронным документооборотом»<sup>12</sup>.

Таким образом, во-первых, очевидным представляется ожидаемое усиление цифровизации процессов торгового оборота, во-вторых, торговый оборот все больше будет перемещаться в сферу электронной торговли (*e-commerce*). Данные особенности всецело характерны и для семейного предпринимательства.

Несколько слов скажем о понятии «электронная торговля». Прежде всего отметим, что данное понятие до сих пор не имеет нормативного закрепления. Определенный вклад в развитие понятийного аппарата в области электронной торговли вносит ГОСТ Р 51303-2023 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (далее — Стандарт)<sup>13</sup>, являющийся правовым документом всеобщего применения, не обладающим признаком общеобязательности. По смыслу Стандарта (п. 75), электронная торговля является формой торговли, осуществляемой с использованием информационных систем и процедур. Разновидностью электронной торговли выступает интернет-торговля — форма электронной торговли, реализуемая посредством сети Интернет (п. 78 Стандарта). Российский законодатель в вопросах правового регулирования электронной торговли стремится проявлять осторожность и «идет по пути внесения частичных изменений в многочисленные нормативные акты» при этом «во многих странах формирование национального законодательства в сфере электронной торговли затягивается, ученые даже в рамках одного правового порядка расходятся во взглядах»<sup>14</sup>.

«В свою очередь глобальные электронные платформы заинтересованы в сохранении *статус-кво* и стремятся к саморегулированию»<sup>15</sup>. Так, в Российской Федерации разработаны и действуют Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с продавцами товаров<sup>16</sup>, Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов<sup>17</sup>. Стандарты приняты в целях саморегулирования интернет-торговли. По мнению экспертов, с одной стороны, «принятие стандартов о маркетплейсах — реакция рынка на попытку госрегулирования

<sup>12</sup> Цветков И. В., Филиппова С. Ю. Договорное регулирование товарного рынка: тенденции и перспективы в свете цифровизации экономики и использования современных технологий // Закон. 2019. № 5. С. 66—75.

<sup>13</sup> ГОСТ Р 51303-2023 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст). М., Российский институт стандартизации, 2023.

<sup>14</sup> Сергеева О. В. Электронная торговля в архитектуре нормативного регулирования: поиск баланса интересов // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2024. № 2. С. 45—46.

<sup>15</sup> Сергеева О. В. Указ. соч. С. 44—45.

<sup>16</sup> Подписаны крупными участниками российского рынка интернет-торговли 07.06.2022 (URL: [https://minpromtorg.gov.ru/storage/common/standart\\_30062022.pdf](https://minpromtorg.gov.ru/storage/common/standart_30062022.pdf) (дата обращения: 10.03.2025)).

<sup>17</sup> Утверждены Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации (протокол от 03.10.2023 № 15-381), подписаны крупными участниками российского рынка интернет-торговли 10.10.2023 (URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=459916&dst=100001#3mX0jfUO6Tbe6bXm> (дата обращения: 10.03.2025)).



отрасли»<sup>18</sup>, с другой — «они призваны защищать продавцов, большинство из которых — представители малого и среднего бизнеса, у многих низкий уровень квалификации при взаимодействии с ритейлом»<sup>19</sup>.

Считается, что стандартизация в серьезной степени может улучшить качество работы маркетплейсов, снизить их конфликты с поставщиками и контрагентами, улучшить взаимодействие с потребителями. В этой связи в настоящее время разрабатываются семейства национальных стандартов (ГОСТов) для работы маркетплейсов<sup>20</sup>. Как верно утверждается в специальной литературе, «нужно установить “прозрачные” правила для владельцев маркетплейсов, выступающих сильной стороной в договорных отношениях с другими участниками онлайн-продаж на цифровых платформах»<sup>21</sup>.

С учетом сказанного подчеркнем, что развитие семейного предпринимательства в России в определенной мере осложнено не только имеющейся *фрагментарностью* правового регулирования семейного бизнеса, но и недостаточностью правового регулирования электронной коммерции. Представляется, что данное законодательство должно отвечать требованиям времени.

Отметим, что электронная торговля характеризуется применением новых технологий в коммуникациях участников оборота<sup>22</sup>. Создание доверия к электронной коммуникации, вероятно, является самой большой проблемой современной эпохи. Это ключевой элемент для достижения широкого использования новых технологий в торговле и извлечения максимальной выгоды из электронной коммерции и других современных явлений, таких как электронное правительство и электронный банкинг<sup>23</sup>. Несомненно, электронные коммуникации играют важную роль в национальных и международных электронных транзакциях. Многие национальные правовые системы столкнулись с юридическими проблемами в контексте электронных коммуникаций, и в первую очередь с неопределенностью правового статуса электронных агентов при заключении электронных контрактов<sup>24</sup>.

<sup>18</sup> Маркетплейсы договорились о новых правилах работы с ПБЗ // URL: <https://secrets.tbank.ru/novosti/marketplejsy-i-pvz-podpisali-standarty-sovmestnoj-raboty/> (дата обращения: 10.03.2025).

<sup>19</sup> Маркетплейсы вызовут на комиссию // Коммерсант. 26.07.2022.

<sup>20</sup> ГОСТы для маркетплейсов появятся в России в 2025 г. // URL: [https://www.alt.ru/external\\_news/111215/](https://www.alt.ru/external_news/111215/) (дата обращения: 11.03.2025).

<sup>21</sup> Андреева Л. В. Согласование интересов участников товарных цифровых платформ (маркетплейсов): правовые проблемы // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2024. № 8. С. 151.

<sup>22</sup> Синицын С. А. Российское и зарубежное гражданское право в условиях роботизации и цифровизации. Опыт междисциплинарного и отраслевого исследования. М. : Инфотропик Медиа, 2021.

<sup>23</sup> Balboni P. Liability of certification service providers towards relying parties and the need for a clear system to enhance the level of trust in electronic communication // Information & Communications Technology Law. 2004. Vol. 13 (3). P. 211—242.

<sup>24</sup> Habibzadeh T. Analysing legal status of electronic agents in contracting through interactive websites: comparative study of American, English and EU laws developing Iranian legal system // Information & Communications Technology Law. 2016. Vol. 25 (2).

Развитие семейного предпринимательства в свете цифровизации торгового оборота также сталкивается с проблемой электронных коммуникаций, например, в области информационного обмена и переговоров с ведущими онлайн-платформами. Нельзя не учитывать и тот факт, что «стратегическая информация, которая необходима для определения и реализации технических и финансовых стратегий компаний, находится сегодня в центре глобальной конкуренции между предприятиями и становится реальным экономическим товаром. Индустрия информации стремительно расширяется, особенно через сеть Интернет. Электронные транзакции между предприятиями характеризуются куплей-продажей стратегической информации. Но возможность доступа к такой информации зависит от количества человеческих и финансовых ресурсов, которые позволяют прежде всего крупным компаниям приобретать, обрабатывать и защищать информацию. Поэтому электронная коммерция находится преимущественно в руках крупных компаний»<sup>25</sup>.

Ввиду того, что семейный бизнес в России, как уже было отмечено, в большинстве своем представлен малыми и средними предприятиями (причем велика доля именно малых предприятий), его положение на рынке следует характеризовать как *заведомо слабое* по сравнению с позицией крупных экономических игроков. В этой связи семейный бизнес остро нуждается в специальной государственной поддержке, формы, условия и порядок которой должны быть закреплены в законодательстве. К тому же, как известно, использование информационных технологий в торговле сопровождается резким снижением транзакционных издержек поиска информации, повышением организационной эффективности торговых процессов. Данные факторы будут склонять баланс сил на виртуальных рынках в сторону спроса<sup>26</sup>. Соответственно, виртуальные рынки в обозримом будущем будут развиваться и только укреплять свои позиции в деловом мире.

Таким образом, законодательство о семейном предпринимательстве в России уже сейчас необходимо выстраивать с акцентом на цифровые технологии ведения бизнеса.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Андреева Л. В. Согласование интересов участников товарных цифровых платформ (маркетплейсов): правовые проблемы // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2024. — № 8. — С. 149—157.
2. Ершова И. В. Семейное предпринимательство: в поисках баланса интересов семьи и государства // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2024. — № 8. — С. 26—34.
3. Ершова И. В. Семейный бизнес — явление уникальное и не до конца изученное // Семейный бизнес в правовом пространстве России : монография / отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. — М. : Проспект, 2020. — С. 44—55.

<sup>25</sup> Laperche B. The Hidden Face of Electronic Commerce Between Enterprises // Information & Communications Technology Law. 2001. Vol. 10 (3).

<sup>26</sup> Reisch A. L. Potentials, pitfalls and policy implications of electronic consumption // Information & Communications Technology Law. 2003. Vol. 12 (2).



4. *Жигунов А. П.* Массовое предпринимательство как база модернизации экономики // Проблемы современной экономики. — 2010. — № 2. — С. 534—536.
5. Курс переходной экономики / под ред. Л. И. Абалкина. — М., 1997. — 631 с.
6. *Левушкин А. Н.* Реорганизация семейных компаний в Великобритании и Испании как вектор прогрессивного развития семейного предпринимательства в России // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2023. — № 8. — С. 145—154.
7. *Мушинский М. А.* Стратегии, концепции, доктрины в правовой системе Российской Федерации: проблемы статуса, юридической техники и соотношения друг с другом // Юридическая техника. — 2015. — № 9. — С. 488—499.
8. *Сергеева О. В.* Электронная торговля в архитектуре нормативного регулирования: поиск баланса интересов // Право. Журнал Высшей школы экономики. — 2024. — № 2. — С. 23—50.
9. *Синицын С. А.* Российское и зарубежное гражданское право в условиях роботизации и цифровизации. Опыт междисциплинарного и отраслевого исследования. — М. : Инфотропик Медиа, 2021. — 212 с.
10. *Цветков И. В., Филиппова С. Ю.* Договорное регулирование товарного рынка: тенденции и перспективы в свете цифровизации экономики и использования современных технологий // Закон. — 2019. — № 5. — С. 66—75.
11. *Balboni P.* Liability of certification service providers towards relying parties and the need for a clear system to enhance the level of trust in electronic communication // Information & Communications Technology Law. — 2004. — Vol. 13 (3). — P. 211—242.
12. *Habibzadeh T.* Analysing legal status of electronic agents in contracting through interactive websites: comparative study of American, English and EU laws developing Iranian legal system // Information & Communications Technology Law. — 2016. — Vol. 25 (2). — P. 150—172.
13. *Laperche B.* The Hidden Face of Electronic Commerce Between Enterprises // Information & Communications Technology Law. — 2001. — Vol. 10 (3).
14. *Reisch A. L.* Potentials, pitfalls and policy implications of electronic consumption // Information & Communications Technology Law. — 2003. — Vol. 12 (2).