



СКОЛКОВО

Московская школа управления

ВТОРОЕ ПОКОЛЕНИЕ РОССИЙСКИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КАПИТАЛА

НЕДОСТАТОК ИНФОРМАЦИИ И ОПАСЕНИЯ ЗА СВОЁ БУДУЩЕЕ

Андрей ШПАК
Вероника МИСЮТИНА
Марианна СЛУЦКАЯ
Астхик ОГАНЕСЯН



ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЕМ
И ФИЛАНТРОПИИ МОСКОВСКОЙ
ШКОЛЫ УПРАВЛЕНИЯ СКОЛКОВО

2018

Содержание

Введение	2
Благодарности	5
Основные выводы исследования	6
Что второе поколение знает о благосостоянии семьи?	7
Вовлечение второго поколения в управление семейными активами	9
Личные проекты и мотивация второго поколения	11
Что нужно для счастья?	14
Гендерные различия	16
Где жить?	17
Заключение	18
Приложение 1. Методология исследования, источники данных и проектная группа	19
Приложение 2. Результаты опроса	21
Ссылки и примечания	36

Введение

Одним из результатов рыночных реформ, проводимых в нашей стране с конца восьмидесятых годов, стал значительный рост частного благосостояния: по оценкам известного экономиста Томаса Пикетти, если в конце восьмидесятых частное благосостояние в России оценивалось примерно в 100% ВВП, то к 2015-му году его размер превысил 350% ВВП¹.

Степень концентрации богатства в России – одна из самых высоких среди крупнейших экономик мира². И значительная его часть по-прежнему находится в руках тех, кто его создавал – т.е. первого поколения предпринимателей и владельцев капитала.

Рано или поздно это первое поколение неизбежно отойдёт от дел. Часть из них успешно передаст своё благосостояние семье – следующему поколению владельцев капитала. У другой части благосостояние может быть потеряно в силу наследственных споров, корпоративных конфликтов, или отсутствия у преемников навыков по управлению капиталами.

Успех передачи частного благосостояния следующему поколению представляет интерес не только для тех, кто обслуживает эти активы, но и для экономики в целом: устойчивое развитие частного капитала и частной собственности – это важный элемент успешного развития страны, способствующий большей ответственности людей за собственные решения, экономическому росту и самореализации человека.

Этот процесс наверняка будет непростым. Ведь Россия – практически единственная страна в мире (за исключением некоторых соседних стран бывшего СССР, таких как Украина и Казахстан), где не было прецедентов передачи крупных состояний по наследству в течение практически ста лет.

Это совершенно уникальная ситуация: в тех же странах Восточной Европы перерыв в институте частной собственности был гораздо короче – всего сорок лет (с конца сороковых до конца восьмидесятых годов двадцатого века). И после падения Берлинской стены во многих из этих стран ещё были живы те, кто помнил, «как оно было при старом режиме», и кто мог поделиться традициями передачи состояний следующим поколениям.

А в Китае жёсткие ограничения на частную собственность просуществовали еще меньше – всего лишь около тридцати лет (до конца семидесятых годов). Кроме того у китайцев под боком был Гонконг, Тайвань, а также многочисленная китайская диаспора во многих странах

Юго-Восточной Азии, которые способствовали сохранению и передаче традиций управления крупными состояниями.

В отсутствие устоявшихся принципов каждая российская состоятельная семья вынуждена сама для себя определять, что же значит для неё преемственность, и в какой форме должны передаваться семейные материальные и нематериальные ценности, если вообще должны.

Этот вопрос – источник «головной боли» для подавляющего большинства состоятельных людей: по некоторым оценкам, 70-80%³ обеспокоены проблемами преемственности, и считают это одним из самых главных вызовов, стоящих перед состоятельными людьми в ближайшие десять лет.

В отсутствие сложившейся модели преемственности, по нашему опыту и наблюдениям, большинство российских владельцев капитала используют подход, позаимствованный ими из своего советского детства. В то время, в силу ограничений, накладываемых общественно-политической системой, советский родитель, даже самый высокопоставленный, вряд ли мог дать своему ребенку существенно больше, нежели обеспечить его квартирой, автомобилем, некоторой суммой на сберкнижке, местом в престижном вузе, и ограниченным содействием при последующем трудоустройстве.

В современном варианте это обычно приводит к фокусу на финансировании качественного образования своим детям (как в России, так и за рубежом) и обеспечении им «стартового капитала» – в виде квартиры, машины, «подъёмных» и т.п. – без каких-либо конкретных намерений по их вовлечению в бизнес. На этом владелец капитала, как правило, считает свою миссию выполненной, а переход активов по наследству доверяет, в лучшем случае, завещанию (а временами обходится и без него).

Вместе с тем, опыт показывает, что для детей в состоятельных семьях «советская» парадигма помощи следующему поколению не является столь же очевидной, как для их родителей. Мешает и отсутствие взаимного понимания «критериев успеха», и высокая планка, которую дети в обеспеченных семьях, глядя на родителей, имеют привычку себе ставить, и разница в жизненном опыте, ценностях и приоритетах между поколениями.

И если в части понимания отношения самих владельцев капитала к проблематике преемственности уже начали появляться исследования (в том числе проведённые нашим Центром управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО⁴), то систематизированных объективных данных по отношению к данной проблеме второго поколения (их детей) до сих пор не было.

Настоящим исследованием мы намерены восполнить этот пробел. В рамках данного исследования, на базе анализа данных опроса 52-х представителей второго поколения российских владельцев капитала⁵, нас интересовали следующие аспекты восприятия ими проблемы преемственности⁶:

- Насколько второе поколение информировано о благосостоянии семьи в целом и о наличии и содержании семейных планов преемственности в отношении этого благосостояния, и удовлетворены ли они получаемой информацией?
- Вовлекаются ли дети в состоятельных семьях в управление активами семьи, и как и в какой момент это происходит?
- Что мотивирует детей состоятельных семей заниматься бизнесом или филантропическими проектами?
- Что они считают важным для счастья, и чего боятся?
- Есть ли гендерные различия среди детей состоятельных семей (т.е. между юношами и девушками) в вовлечении в семейные проекты? Ощущают ли девушки какую-либо «дискриминацию» в этой области?
- Связывает ли второе поколение свои жизненные планы с Россией или больше смотрит за рубеж?

Необходимо оговориться, что учитывая ограниченное количество респондентов и их неоднородность, приводимые в исследовании цифры следует оценивать с осторожностью, и рассматривать их, скорее, как тенденцию, а не как абсолют.

Благодарности

Это исследование не могло бы состояться без участия и помощи респондентов. Мы благодарны им за готовность уделить время для ответов на вопросы нашего исследования по столь сложной и щекотливой теме.

Мы выражаем признательность Марату Атнашеву, ректору Московской школы управления СКОЛКОВО, Рубену Варданяну, партнеру-учредителю, заместителю председателя Международного попечительского совета Московской школы управления СКОЛКОВО и председателю экспертного совета Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО, Ивану Климову, доценту социальных наук НИУ ВШЭ, Хелен Мешин, исполнительному директору Управления по работе с частным капиталом банка UBS, Илье Солареву, главе подразделения по управлению частным капиталом в России банка UBS, Андре Томасини, руководителю департамента по работе с рынком России / СНГ и Израиля Управления по работе с частным капиталом банка UBS, Олегу Царькову, генеральному директору Phoenix Advisors, Александре Черниковой, бизнес-партнеру по работе с выпускниками Московской школы управления СКОЛКОВО, Андрею Шаронову, президенту Московской школы управления СКОЛКОВО и Елене Яковлевой, руководителю проекта «Академия преемников» Московской школы управления СКОЛКОВО за ценные практические комментарии, полученные в процессе работы над исследованием.

Отдельно мы хотели бы поблагодарить банк UBS, фонд RVVZ и лично Рубена Варданяна за многолетнюю поддержку деятельности Центра, без которой это исследование не смогло бы состояться.

Основные выводы исследования

- Во многих российских состоятельных семьях отсутствует системный подход к обсуждению вопросов передачи благосостояния. Только в каждой пятой семье есть механизм регулярного семейного обсуждения и принятия решений по этим вопросам. Не принято такие вопросы обсуждать и со сверстниками. В отсутствие традиций передачи благосостояния следующему поколению это создаёт психологически непростой для второго поколения информационный вакуум.
- Потенциальных преемников мужского пола вовлекают в управление семейными активами в два раза чаще, чем девушек (примерно в 60-70% случаев против 30-40% для девушек), а три четверти респондентов также согласились с утверждениями, что мужчинам в России достичь успеха в бизнесе легче, чем женщинам, и что от женщин ожидают, что они, прежде всего, будут заниматься семьёй.
- Если молодое поколение вовлекают в управление семейным благосостоянием, то делают это достаточно поздно – после окончания учёбы и получения университетского образования.
- Второе поколение владельцев капитала участвует в благотворительных проектах в несколько раз реже, чем первое поколение. Если со стороны первого поколения в благотворительности участвует более 90% владельцев капитала, то со стороны второго поколения – менее половины.
- Около трети потенциальных преемников опасаются, смогут ли они в достаточной мере обеспечить свою семью в будущем. Возможная причина – отсутствие ясности в финансовых взаимоотношениях с семьёй и неуверенности в возможности достичь самостоятельного успеха, достаточного для обеспечения привычного уровня жизни.
- С точки зрения ценностей, второе поколение российских владельцев капитала ориентируется, прежде всего, на самореализацию и профессиональный рост. Важное место также занимают семейные ценности и важность поддержания хороших отношений с семьёй.

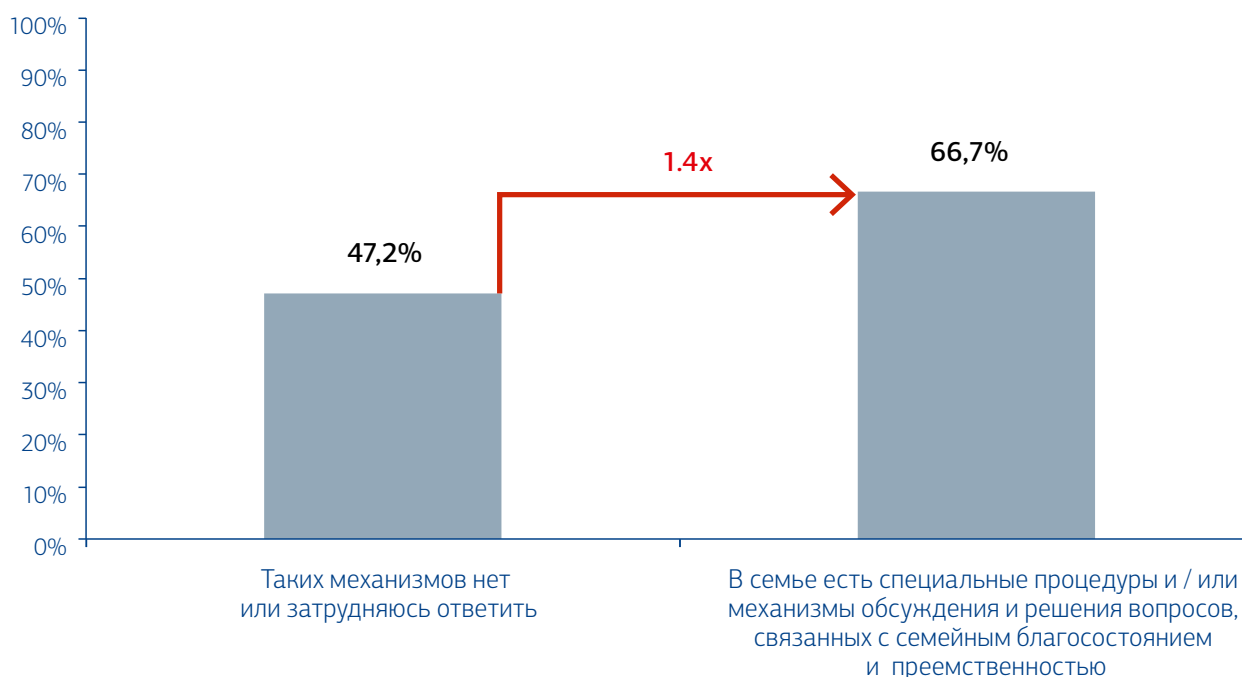
Что второе поколение знает о благосостоянии семьи?

Первый естественный вопрос, который возникает при обсуждении темы преемственности: а что, собственно, второе поколение в состоятельных семьях знает о благосостоянии своей семьи?

Вопрос непростой – в нашей практике встречались трагикомические случаи: например, когда подросток узнавал, что он потенциальный наследник миллиардного состояния не от своих родителей, а из свежего номера журнала Forbes, увидев среди фигурантов списка Forbes фото своего отца.

В рамках настоящего опроса менее трети респондентов оценили своё знание состава благосостояния семьи как «детальное»⁷. При этом уверенно о наличии в семье плана преемственности смог сказать только каждый шестой респондент⁸.

ГРАФИК 1. ПРОЦЕНТ РЕСПОНДЕНТОВ, КОТОРЫХ ПОЛНОСТЬЮ УСТРАИВАЕТ ИХ СТЕПЕНЬ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ В ЧАСТИ ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С БЛАГОСОСТОЯНИЕМ СЕМЬИ



Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 13

Это неудивительно, так как оказалось, что почти в двух третях случаев родители в состоятельных семьях либо никогда не обсуждают со своими детьми вопросы благосостояния, либо делают это «редко»⁹.

При этом только каждый пятый¹⁰ признал наличие специальных процедур или механизмов для регулярного обсуждения и решения вопросов, связанных с семейным благосостоянием и преемственностью.

Наличие именно регулярного формата для обсуждения вопросов, связанных с благосостоянием, крайне важно. Оказалось, что сама по себе частота обсуждения вопросов, связанных с благосостоянием, не влияет на степень удовлетворенности второго поколения информацией о благососто-

янии: довольных уровнем своей информированности – примерно половина как среди тех, кто обсуждает эти вопросы с родителями «часто», так и тех, кто обсуждает их «редко»¹¹. Но степень удовлетворенности резко – на 40% – повышается среди тех, у кого такие обсуждения проводятся в рамках специальных регулярных процедур.

Интересно, что второе поколение практически не обсуждает вопросы семейного бла-

госостояния и преемственности и со своими друзьями и сверстниками – менее 10% делают это «часто».

Это непростая с психологической точки зрения ситуация – получается, что в условиях отсутствия традиций передачи благосостояния и какого-либо устоявшегося нарратива о возможной роли для второго поколения, потенциальным преемникам приходится домысливать и пытаться догадываться о той роли в управлении благосостоянием, которая им уготована родителями. А обсудить эту проблему и варианты её решения им толком не с кем.

Но, невзирая на это, на нашей выборке НЕ подтвердился нередко встречающийся в литературе тезис о сложных отношениях между родителями и детьми в состоятельных семьях¹². Среди опрошенных нами представителей второго поколения в целом отмечен высокий уровень доверия родителям: почти 90% «всегда» или «часто» советуются с членами семьи, принимая важные решения¹³, а на сложные отношения с родителями пожаловалось только 10% респондентов¹⁴.

В большинстве российских состоятельных семей родители либо никогда не обсуждают со своими детьми вопросы благосостояния, либо делают это редко.

Вовлечение второго поколения в управление семейными активами

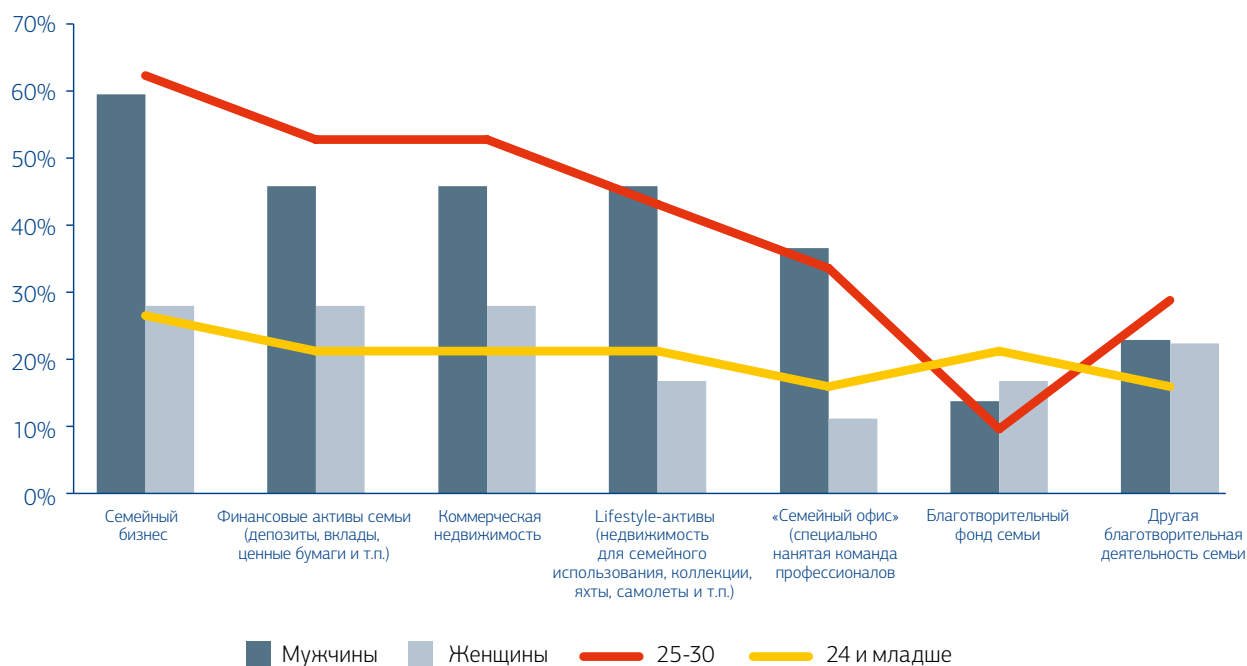
А как обстоит дело с фактическим вовлечением в управление семейными активами?

Если одним словом, то – неравномерно: уровень вовлечения сильно зависит как от пола, так и от возраста. Уровень вовлечения мужчин примерно в два раза превышает уровень вовлечения потенциальных наследниц¹⁵. Схожим образом, уровень вовлечения тех, кто старше 25-и лет, практически в два раза превышает уровень вовлечения тех, кто младше 25-и¹⁶.

Последний тезис означает, что второе поколение по большей части начинают вовлекать в управление семейным бизнесом или активами только после окончания обучения в университете, тем самым упуская возможность соотнести получаемые в университете знания с практикой.

Такой подход вряд ли можно назвать оптимальным, особенно в сравнении с подходом к воспитанию преемников, который можно наблюдать в

ГРАФИК 2. ВОВЛЕЧЕНИЕ ВТОРОГО ПОКОЛЕНИЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КАПИТАЛА В СЕМЕЙНЫЕ ПРОЕКТЫ



Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 16

странах с устоявшимися традициями передачи благосостояния. Например, одно из исследований предпринимательских фирм в Германии показало, что в немецких фирмах потенциальные наследники активно вовлекаются в дела с раннего возраста, тесно взаимодействуя и перенимая опыт у представителей предыдущих поколений¹⁷.

Интересно, что в отличие от ответов на вопрос об участии в управлении семейным благосостоянием, выявивших большую гендерную и возрастную разницу в таком участии, в ответах между представителями разных полов и возрастов практически не было различий в степени участия в благотворительной или филантропической деятельности.

Из этого можно сделать вывод, что более активное, по сравнению со своими сверстницами, участие преемников мужского пола в управлении семейным благосостоянием – это, вероятно, целенаправленная политика родителей. Тот факт, что в большинстве опрошенных семей в качестве «создателя благосостояния» был назван отец или отчим (83%), а мать была названа в этом качестве только 13% респондентов¹⁸, также, наверняка, повлиял на эту ситуацию.

Удивительно, но уровень фактического участия в управлении активами семьи практически не оказал влияния на степень удовлетворенности степенью такого участия: во всех рассмотренных сегментах удовлетворенными оказалось примерно половина, а треть желала бы большего участия.

Встречается мнение, что у представителей второго поколения из семей, владеющих собственным бизнесом, может складываться менее ясное понимание своих способностей, талантов и интересов в карьере, чем у подростков из семей, не имеющих семейного бизнеса. Работа в семейном бизнесе может ограничить молодым людям доступ к реализации их личных и профессиональных интересов: по некоторым оценкам, многие из тех, кого родители вовлекли в управление семейным бизнесом в раннем возрасте, жалеют о том, что не имели возможности реализовать себя в других сферах.

Насколько эти тезисы справедливы в отношении второго поколения российских владельцев капитала? Уверенно об этом можно будет сказать через какое-то время по мере появления данных об «успешности» (или «неуспешности») представителей второго поколения российских владельцев капитала в зависимости от выбранных преемнических и карьерных траекторий. Но уже сейчас можно сказать, что такие истории действительно имеют место быть: один из авторов исследования встречал потенциальную преемницу в региональной фирме, которая после 15-и лет относительно успешной работы в семейной фирме в качестве директора по маркетингу резко бросила это занятие с тем, чтобы начать работать в области кино. Рассказывая об этом, она говорила, что жалеет о потраченном на маркетинг времени, что не бросила это раньше, и что поддалась в юности на уговоры отца.

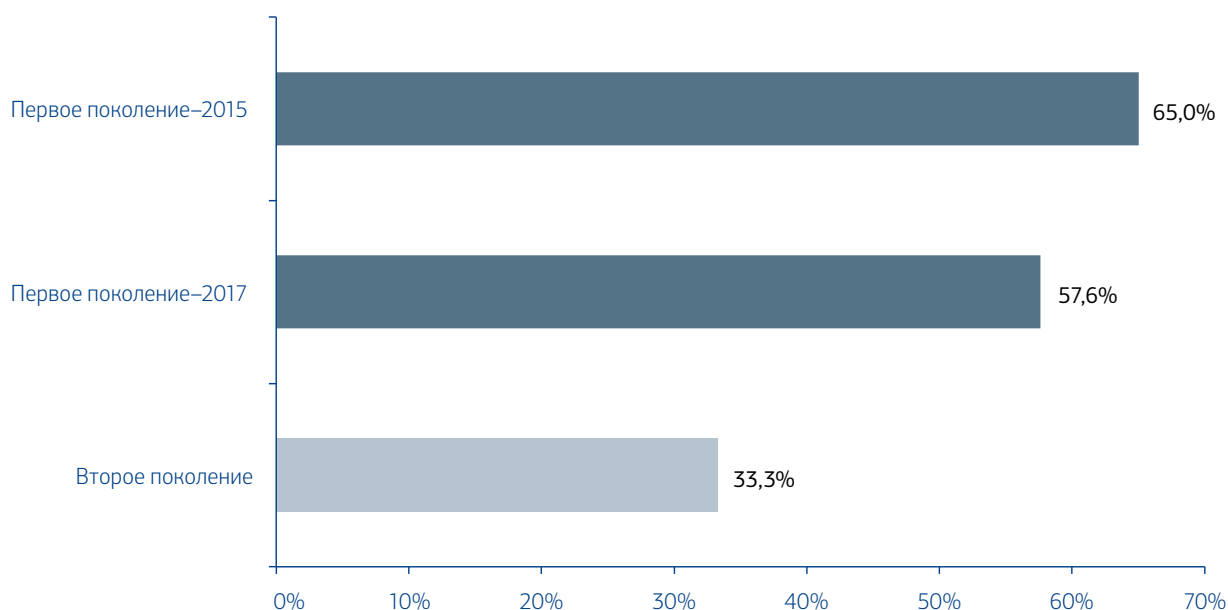
Личные проекты и мотивация второго поколения

Отмеченный выше фокус на образовании проявил себя и в ответе на вопрос о личных проектах – три четверти тех, кому младше 25-и лет, в качестве основного своего проекта назвали получение образования. Менее 10% респондентов этой возрастной категории занимаются бизнесом или управлением инвестициями¹⁹.

А среди тех, кто старше 25-и, примерно половина работает по найму, а половина – занимается собственным бизнесом (при этом в целом по выборке мужчины занимаются бизнесом в три раза чаще, чем женщины). То есть, классическая карьерная траектория, подразумевающая ставку на корпоративную карьеру, менее востребована детьми состоятельных родителей.

Интересно, что только четверть назвала в качестве одного из своих направлений деятельности управление инвестициями. Это может

ГРАФИК 3. ПРОЦЕНТ РЕСПОНДЕНТОВ С ГОРИЗОНТОМ ПЛАНИРОВАНИЯ В БИЗНЕСЕ СВЫШЕ 3-Х ЛЕТ



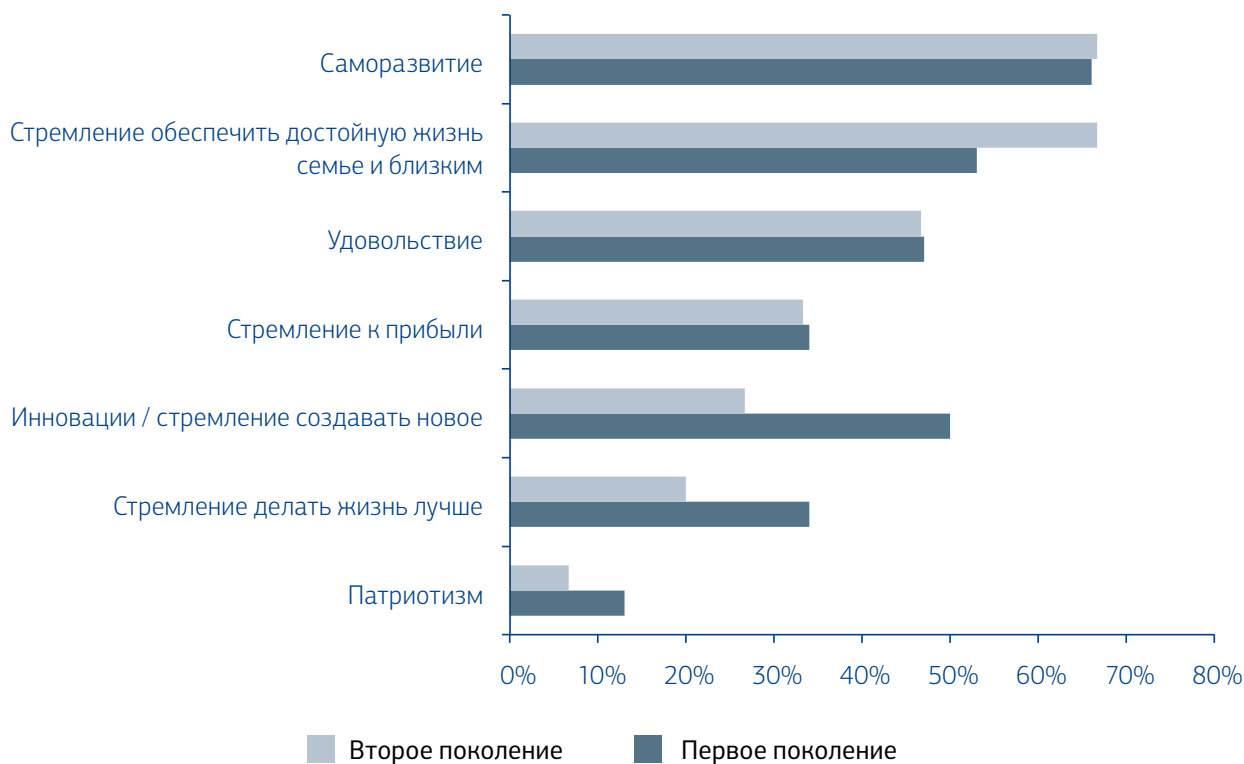
Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 19 и исследование «Инвестиционные предпочтения российских владельцев капитала» (2017, МШУ СКОЛКОВО)

свидетельствовать как о том, что родители не доверяют это направление деятельности своим потенциальным преемникам, так и о недостатке соответствующей подготовки у второго поколения.

При этом среди тех, кто занимается бизнесом, горизонт планирования – более короткий по сравнению с первым поколением: горизонт планирования свыше трех лет отметила только треть представителей второго поколения против примерно двух третей для первого поколения²⁰.

Но, при этом, аналогично результатам нашего исследования владельцев капиталов России 2015 года²¹, для второго поколения прибыль не является главной причиной для занятия бизнесом или инвестированием. В качестве трех главных мотиваций для занятия бизнесом/инвестирования респонденты выделяли: стремление обеспечить достойную жизнь и будущее своей семьи и близких, саморазвитие и собственное удовольствие²².

ГРАФИК 4. ЧТО ВАС МОТИВИРУЕТ ЗАНИМАТЬСЯ БИЗНЕСОМ / ИНВЕСТИЦИЯМИ



Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 20, а также «Исследование владельцев капиталов России» (2015, МШУ СКОЛКОВО) с.56

При этом по сравнению с первым поколением, для преемников владельцев капиталов стремление обеспечить достойную жизнь и будущее своей семьи и близких оценивается выше, а инновации и стремление делать жизнь вокруг себя лучше – относительно ниже по сравнению с первым поколением. Одно из объяснений может заключаться в том, что второе поколение, по понятным причинам, чувствует себя менее уверенно, по сравнению с первым поколением, в своем финансовом будущем и сильнее ориентировано на создание надежной финансовой базы для своей собственной семьи.

Что же касается филантропической деятельности, то поразительно, что среди представителей второго поколения владельцев капитала три четверти мужчин и половина женщин никак не вовлечены в какую-либо благотворительную деятельность. Это контрастирует с результатами

как нашего прошлогоднего опроса²³, так и нашего исследования владельцев капиталов России 2015 года, в которых более 90% респондентов подтвердили своё участие в филантропической деятельности. Также показательно в этой связи, что только 5% представителей второго поколения отметили, что благотворительность считается нормой в их кругу.

Это вряд ли можно назвать хорошей новостью – получается, что состоятельным родителям в среднем не удаётся пока в полной мере транслировать свои нематериальные ценности своим потенциальным наследникам.

Как и для их родителей, для второго поколения прибыль не является главной причиной для занятия бизнесом.

Что нужно для счастья?

Согласно известной русской поговорке «не в деньгах счастье». Это вдвойне применимо к респондентам нашего исследования, не испытывающих финансовых проблем в привычном для большинства остальных россиян формате.

Что же они считают важным для собственного счастья? Наиболее популярными ответами на этот вопрос оказались развитие своих способностей и реализация поставленных целей²⁴.

Полученные данные совпадает с представлениями о том, что для поколения так называемых «миллениалов» или «миллениумов»²⁵ самореализация является одной из ключевых ценностей. С другой стороны, среди популярных ответов оказалось и «быть профессионалом», что обычно считается отличительной чертой предыдущего поколения – так называемого «поколения Икс»²⁶.

Интересными оказались и ответы на вопрос о самых больших страхах и опасениях. Хотя первое место страха, что человек «не реализует свои цели», можно было ожидать на базе предыдущего вопроса о том, что необходимо для счастья, высокое место страха «не обеспечить свою семью» неожиданно, учитывая, что мы опрашивали детей тех, кого можно назвать сверхобеспеченными людьми по среднероссийским меркам. Откуда этот страх?

ТАБЛИЦА 1. ЧТО ВАМ НЕОБХОДИМО ДЛЯ СЧАСТЬЯ?

МУЖЧИНЫ	ЖЕНЩИНЫ
1. Развивать свои способности, учиться чему-то новому (67,9%)	1. Создать семью (62,5%)
2. Реализовать свои цели (67,9%)	2. Развивать свои способности, учиться чему-то новому (58,3%)
3. Поддерживать хорошие отношения с семьей (57,1%)	3. Реализовать свои цели (58,3%)
4. Создать семью (39,3%)	4. Поддерживать хорошие отношения с семьей (50,0%)
5. Быть профессионалом в своем деле (39,3%)	5. Быть профессионалом в своем деле (45,8%)
6. Найти своё призвание (35,7%)	6. Знакомиться с новыми людьми (45,8%)

Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 22.

Вероятно, вследствие отсутствия ясности в финансовых взаимоотношениях между родителями и детьми в таких семьях, высокими стандартами потребления, а также сомнениями, что удастся выстроить карьеру столь же успешную, как у родителей.

Также обращает на себя внимание страх именно девушек, что они «не знают, как управлять благосостоянием семьи». Сложно не заметить его взаимосвязь с гораздо меньшим, по сравнению с преемниками мужского пола, вовлечением женщин в управление семейным благосостоянием, которое мы отметили выше.

ТАБЛИЦА 2. ЧТО ВАС БОЛЬШЕ ВСЕГО БЕСПОКОИТ?

МУЖЧИНЫ	ЖЕНЩИНЫ
1. Не реализую свои цели (40%)	1. Не реализую свои цели (50%)
2. Не смогу обеспечить себе / близким достойный образ жизни (35%)	2. Не смогу обеспечить себе / близким достойный образ жизни (35%)
3. Не смогу найти свое призвание (35%)	3. Не знаю, как управлять благосостоянием семьи (35%)
4. Мне не хватает профессиональных навыков и компетенций (30%)	4. Мне не хватает профессиональных навыков и компетенций (30%)
5. Не оправдаю ожидания семьи / разочарую семью (30%)	5. Не смогу найти своё призвание (25%)
6. Не достигну успехов в карьере (25%)	6. Не удастся создать собственную семью (25%)

Источник: Данные и анализ Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО; подробнее см. Приложение 2, вопрос 23

Гендерные различия

Учитывая отмеченную выше разницу в вовлечение представительниц прекрасного пола по сравнению с представителями сильного пола, неудивительно, что 76% мужчин и 95% женщин полностью или частично согласились с заявлением о том, что «в России от женщины ожидают, что она, в первую очередь, будет заниматься семьей, а не бизнесом и профессиональной деятельностью». Кроме того, 75% мужчин и 77% женщин в нашем опросе

Молодые женщины в состоятельных семьях ощущают значительное давление, чтобы соответствовать стереотипам поведения, отводимым женщине традицией.

полностью или частично согласились и с утверждением, что «в России мужчинам легче достичь успехов в бизнесе, чем женщинам». Соотношение тех, кто согласен с последним утверждением, растёт с увеличением возраста, даже несмотря на отсутствие существенных различий в ответах на этот вопрос между полами.

Ответы на эти два вопроса указывают на то, что молодые женщины в состоятельных семьях ощущают значительное давление,

чтобы соответствовать стереотипам поведения, отводимым женщине традицией (заниматься семьёй и т.п.).

Интересно, что это происходит на фоне иных настроений в обществе в целом – например, исследование Grant Thornton Women in Business 2016 показало, что в России доля женщин, занимающих руководящие должности, составляет 45% – что является самым высоким показателем в мире.

Где жить?

Пресса нередко приписывает представителям второго поколения российских состоятельных людей имидж «лондонских жителей» – якобы немалую часть своей жизни они проводят за границей, отрываясь от российских реалий.

Насколько этот образ соответствует реальности? Только частично: больше половины – 60% – респондентов нашего исследования живут преимущественно в России (в том числе 47% респондентов в возрасте младше 25-и лет, и 70% тех, кто в возрасте 25-30 лет), и только треть проживает преимущественно за рубежом. Здесь надо также отметить, что жизнь за рубежом частично связана с учебой в зарубежных университетах (прежде всего в Великобритании и США), и по завершении учёбы многие возвращаются в Россию.

Когда мы спросили респондентов об их планах относительно того, где они намереваются жить в течение следующих 5-10 лет, 57% мужчин, но лишь 36% женщин заявили, что намерены продолжать жить в России. В среднем эта доля (47%) оказалась меньше, чем показатели, выявленные в ходе исследования владельцев капиталов России 2015 года для первого поколения (56%).

Обращает на себя внимания гораздо меньшая доля собирающихся жить в России среди респондентов-женщин. Связано ли это с их меньшим вовлечением в управление благосостоянием семьи и тем ощущаемым ими психологическим давлением, чтобы соответствовать традиционным стереотипам поведения, отмеченным выше? Вполне возможно.

Как и возможно, что на значительную долю тех, кто связывает свою дальнейшую жизнь с заграницей, оказывает влияние их недостаточная информированность о планах родителей по вовлечению их в управление семейным благосостоянием.

Заключение

Картина, которая складывается на базе проведенного исследования, не слишком оптимистична: второе поколение владельцев капитала вовлекается в управление благосостоянием семьи поздно (если вовлекается), и многие ощущают явный недостаток информации об управлении благосостоянием семьи. В большинстве семей эти вопросы если и обсуждаются, то обсуждаются нерегулярно и несистемно. Не сильно помогает и отсутствие во многих российских семьях проработанного плана преемственности.

Отсутствие четкого плана в области преемственности и целенаправленной подготовки преемников увеличивает риск того, что немалая часть российских состояний может быть со временем фактически потеряна в результате наследственных споров или корпоративных конфликтов, или растратчена в силу отсутствия у преемников навыков по управлению капиталами.

Не сомневаемся, что в ближайшие десятилетия лет нам придётся стать свидетелем множества драматических ситуаций в состоятельных семьях, не уделяющих должного внимания этому вопросу.

Приложение 1. Методология исследования, источники данных и проектная группа

Исследование было задумано в марте 2016-го года с целью понять отношение представителей второго поколения российских владельцев капитала⁵ к проблеме преемственности.

В качестве первого шага для уточнения проблематики было проведена фокус-группа с участием представителей второго поколения, специалистов Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО, а также экспертов по управлению благосостоянием, имеющих опыт обслуживания представителей разных поколений российских владельцев капитала.

На базе полученных данных был составлен онлайн-вопросник из 27-и вопросов, ориентированный на прояснение следующих аспекты восприятия вторым поколением российских владельцев капитала проблемы преемственности:

- Насколько второе поколение информировано о благосостоянии семьи в целом и о наличии и содержании семейных планов преемственности в отношении этого благосостояния, и удовлетворены ли они получаемой информацией?
- Вовлекаются ли дети в состоятельных семьях в управление активами семьи, и как и в какой момент это происходит?
- Что мотивирует детей состоятельных семей заниматься бизнесом или филантропическими проектами? Что они считают важным для счастья, и чего боятся?
- Есть ли гендерные различия среди детей состоятельных семей (т.е. между юношами и девушками) в вовлечении в семейные проекты? Ощущают ли девушки какую-либо «дискриминацию» в этой области?
- Связывает ли второе поколение свои жизненные планы с Россией или больше смотрит за рубеж?

Учитывая специфическую целевую группу – члены семей российских владельцев частных капиталов и предпринимателей, – которая в социологической классификации относится к высокостатусной и труднодоступной категории информантов, подготовленный опросник был разослан в первую очередь потенциальным респондентам по собственным «контактным листам» экспертов Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО. Респонденты отвечали на вопросы анонимно.

Для преодоления ограничений первоначального «контактного листа» нами были использованы элементы методологии выборки, управляемой респондентом²⁷: потенциальных респондентов просили помимо самостоятельного заполнения опросника приглашать к участию к исследованию знакомых им представителей целевого сегмента.

По результатам рассылки опросника в период с декабря 2016-го по апрель 2017-го года было получено 54 ответа. Так как только 2 респондента оказались старше 30-и лет, мы сфокусировали наш анализ на 52-х респондентах младше 30-и лет. Детальные результаты обработки полученных ответов представлены в Приложении 2.

Исследовательская группа, работавшая над проектом:

- Андрей Шпак, к.э.н., руководитель исследовательско-консультационного направления Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО
- Вероника Мисютина, Глава Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО
- Марианна Слуцкая, аналитик Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО
- Астхик Оганесян, аналитик Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО

Приложение 2. Результаты опроса

Результаты представлены с сегментированием респондентов по полу и возрасту. Если выявлялась существенная разница в ответах между сегментами, такая разница отмечена подчёркиванием. Учитывая, что среди респондентов 25-30 лет доля мужчин была выше, мы также отметили символом «звёздочка» (*) случаи, когда было сложно однозначно отнести выявленную разницу на счет разницы в возрасте или поле.

А. Демография

1. ПОЛ И ВОЗРАСТ

	Всего	Пол		Количество ответов
		Мужчины	Женщины	
Всего		53,8%	46,2%	52
24 и младше	42,3%	50,0%	50,0%	22
25-30	57,7%	56,7%	43,3%	30
Количество ответов	52	28	24	

2. СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Холост / не замужем	61,9%	55,0%	68,2%	88,9%	41,7%	-13,2%	<u>-47,2%</u>
Разведен(а)	2,4%	0,0%	4,5%	0,0%	4,2%	-4,5%	4,2%
Состою в «гражданском браке» (в незарегистрированном союзе)	11,9%	15,0%	9,1%	5,6%	16,7%	5,9%	<u>11,1%</u>
Женат / замужем (в первом браке)	21,4%	25,0%	18,2%	0,0%	37,5%	6,8%	<u>37,5%</u>
Другое	2,4%	5,0%	0,0%	5,6%	0,0%	5,0%	-5,6%
Количество ответов	42	20	22	18	24		

3. ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Да	4,7%	4,8%	4,5%	0,0%	8,3%	0,2%	8,3%
Нет	95,3%	95,2%	95,5%	100,0%	91,7%	-0,2%	-8,3%
Количество ответов	43	21	22	19	24		

4. ОБРАЗОВАНИЕ

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Среднее (школьное)	20,9%	14,3%	27,3%	36,8%	8,3%	<u>-13,0%</u>	<u>-28,5%</u>
Высшее (бакалавр / ВА)	46,5%	57,1%	36,4%	63,2%	33,3%	<u>20,8%</u>	<u>-29,8%</u>
Высшее (магистр, специалист / МА / MS)	46,5%	47,6%	45,5%	5,3%	79,2%	2,2%	<u>73,9%</u>
Бизнес-образование (МВА, EMBA)	4,7%	4,8%	4,5%	0,0%	8,3%	0,2%	8,3%
Другое	2,3%	4,8%	0,0%	5,3%	0,0%	4,8%	-5,3%
Количество ответов	43	21	22	19	24		

5. ЕСТЬ ЛИ У ВАС БРАТЯ ИЛИ СЕСТРЫ?

Нет	17,5%
Есть родные братья или сёстры	80,5%
Есть сводные братья или сёстры	17,5%
Количество ответов	40

6. КЕМ ВАМ ПРИХОДИТСЯ ОСНОВНОЙ СОЗДАТЕЛЬ БЛАГОСОСТОЯНИЯ СЕМЬИ?

Отец	76,6%
Мать	12,8%
Отчим	6,4%
Другое	4,3%
Количество ответов	47

В. Информированность о семейном благосостоянии
7. КАК ЧАСТО ВЫ ОБСУЖДАЕТЕ ВОПРОСЫ СЕМЕЙНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ В СЕМЬЕ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Часто	39,1%	43,5%	34,8%	35,0%	42,3%	8,7%	7,3%
Редко	52,2%	47,8%	56,5%	50,0%	53,8%	-8,7%	3,8%
Никогда	4,3%	8,7%	0,0%	5,0%	3,8%	8,7%	-1,2%
Затрудняюсь ответить	4,3%	0,0%	8,7%	10,0%	0,0%	-8,7%	-10,0%
Количество ответов	46	23	23	20	26		

8. ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ БЛАГОСОСТОЯНИЕ СЕМЬИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Знаю детально	31,1%	39,1%	22,7%	26,3%	34,6%	<u>16,4%*</u>	8,3%
Знаю в общих чертах	62,2%	56,5%	68,2%	63,2%	61,5%	<u>-11,7%</u>	-1,6%
Плохо знаю, нет общего понимания	4,4%	4,3%	4,5%	5,3%	3,8%	-0,2%	-1,4%
Затрудняюсь ответить	2,2%	0,0%	4,5%	5,3%	0,0%	-4,5%	-5,3%
Количество ответов	45	23	22	19	26		

9. ВХОДИТ ЛИ БИЗНЕС В СОСТАВ БЛАГОСОСТОЯНИЯ СЕМЬИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Да	67,4%	78,3%	55,0%	72,2%	64,0%	<u>23,3%</u>	-8,2%
Нет	18,6%	17,4%	20,0%	16,7%	20,0%	-2,6%	3,3%
Затрудняюсь ответить	14,0%	4,3%	25,0%	11,1%	16,0%	<u>-20,7%</u>	4,9%
Количество ответов	43	23	20	18	25		

10. УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, РАЗМЕР ОСНОВНОГО БИЗНЕСА ВАШЕЙ СЕМЬИ

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Малый (годовая выручка менее 800 млн. рублей)	16,0%						
Средний (годовая выручка от 800 млн. рублей до 2000 млн рублей)	28,0%						
Крупный (годовая выручка более 2000 млн рублей)	28,0%						
Затрудняюсь ответить	28,0%	26,7%	30,0%	42,9%	9,1%	-3,3%	<u>-33,8%</u>
Количество ответов	25	15	10	14	11		

11. ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ И / ИЛИ МЕХАНИЗМЫ ОБСУЖДЕНИЯ И РЕШЕНИЯ ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С СЕМЕЙНЫМ БЛАГОСОСТОЯНИЕМ И ПРЕЕМСТВЕННОСТЬЮ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Есть	19,6%	8,7%	30,4%	30,0%	11,5%	-21,7%*	-18,5%*
Нет	69,6%	73,9%	65,2%	65,0%	73,1%	8,7%	8,1%
Затрудняюсь ответить	10,9%	17,4%	4,3%	5,0%	15,4%	13,0%*	10,4%*
Количество ответов	46	23	23	20	26		

12. ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ ПРОРАБОТАННЫЙ ПЛАН ПРЕЕМСТВЕННОСТИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Есть	17,8%	13,0%	22,7%	20,0%	16,0%	-9,7%	-4,0%
Есть, но степень проработанности мне не известна	31,1%	39,1%	22,7%	25,0%	36,0%	16,4%*	11,0%*
Нет	26,7%	26,1%	27,3%	35,0%	20,0%	-1,2%	-15,0%
Затрудняюсь ответить	24,4%	21,7%	27,3%	20,0%	28,0%	-5,5%	8,0%
Количество ответов	45	23	22	20	25		

13. ВАС УСТРАИВАЕТ ВАША СТЕПЕНЬ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ОТНОСИТЕЛЬНО ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С БЛАГОСОСТОЯНИЕМ СЕМЬИ?

В зависимости от возраста и пола							
	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Полностью устраивает	51,1%	50,0%	52,2%	60,0%	44,0%	-2,2%	-16,0%
Хотелось бы знать больше	48,9%	50,0%	47,8%	40,0%	56,0%	2,2%	16,0%
Количество ответов	45	23	22	20	25		

В зависимости от степени обсуждения вопросов благосостояния в семье						
	В среднем	Есть ли специальные процедуры для обсуждения		Как часто в семье обсуждаются вопросы благосостояния		
		Есть	Нет или затрудняюсь ответить	Часто	Редко	Никогда или затрудняюсь ответить
Полностью устраивает	51,1%	66,7%	47,2%	50,0%	52,2%	50,0%
Хотелось бы знать больше	48,9%	33,3%	52,8%	50,0%	47,8%	50,0%
Количество ответов	45	9	36	18	23	4

14. КАК ЧАСТО ВЫ ОБСУЖДАЕТЕ ВОПРОСЫ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ И СЕМЕЙНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ С ВАШИМИ ДРУЗЬЯМИ И СВЕРСТНИКАМИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Часто	8,9%	4,5%	13,0%	10,0%	7,7%	-8,5%	-2,3%
Редко	44,4%	59,1%	30,4%	45,0%	42,3%	<u>28,7%</u>	-2,7%
Никогда	48,9%	40,9%	56,5%	45,0%	50,0%	<u>-5,6%</u>	5,0%
Количество ответов	46	23	23	20	26		

15. ПРИНИМАЯ ВАЖНЫЕ РЕШЕНИЯ, ВЫ СОВЕТУЕТЕСЬ С ЧЛЕНАМИ СЕМЬИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Всегда	28,3%	21,7%	34,8%	35,0%	23,1%	<u>-13,0%*</u>	<u>-11,9%*</u>
Часто	60,9%	60,9%	60,9%	60,0%	61,5%	0,0%	1,5%
Редко	10,9%	17,4%	4,3%	5,0%	15,4%	<u>13,0%*</u>	<u>10,4%*</u>
Количество ответов	46	23	23	20	26		

С. Вовлечение в семейные проекты

16. ЯВЛЯЮСЬ ВЛАДЕЛЬЦЕМ / СОВЛАДЕЛЬЦЕМ, ДИРЕКТОРОМ / УПРАВЛЯЮЩИМ / СОТРУДНИКОМ, ИЛИ ВЫСТУПАЮ СОВЕТНИКОМ ПО СООТВЕТСТВУЮЩЕМУ НАПРАВЛЕНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМЬИ

	В среднем	Пол		Возраст		24 и младше		25-30	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Семейный бизнес	45,0%	59,1%	27,8%	26,3%	61,9%	40,0%	11,1%	75,0%	44,4%
Финансовые активы семьи (депозиты, вклады, ценные бумаги и т.п.)	37,5%	45,5%	27,8%	21,1%	52,4%	20,0%	22,2%	66,7%	33,3%
Коммерческая недвижимость	37,5%	45,5%	27,8%	21,1%	52,4%	30,0%	11,1%	58,3%	44,4%
Lifestyle-активы (недвижимость для семейного использования, коллекции, яхты, самолеты и т.п.)	32,5%	45,5%	16,7%	21,1%	42,9%	30,0%	11,1%	58,3%	22,2%
Семейный офис (специально нанятая команда профессионалов)	25,0%	36,4%	11,1%	15,8%	33,3%	20,0%	11,1%	50,0%	11,1%
Благотворительный фонд семьи	15,0%	13,6%	16,7%	21,1%	9,5%	20,0%	22,2%	8,3%	11,1%
Другая благотворительная деятельность семьи	22,5%	22,7%	22,2%	15,8%	28,6%	20,0%	11,1%	25,0%	33,3%
Количество ответов	40	22	18	19	21	10	9	12	9

17. УДОВЛЕТВОРЕННЫ ЛИ ВЫ СТЕПЕНЬЮ ВАШЕЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ПРОЕКТЫ СЕМЬИ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Моя роль меня полностью устраивает	47,6%	45,5%	50,0%	45,0%	50,0%	-4,5%	5,0%
Хотелось бы большего вовлечения	35,7%	36,4%	35,0%	35,0%	36,4%	1,4%	1,4%
Хотелось бы меньшего вовлечения	2,4%	4,5%	0,0%	5,0%	0,0%	4,5%	-5,0%
Хотелось бы вовлечения в другую сферу	7,1%	9,1%	5,0%	10,0%	4,5%	4,1%	-5,5%
Затрудняюсь ответить	7,1%	4,5%	10,0%	5,0%	9,1%	-5,5%	4,1%
Количество ответов	42	22	20	20	22		

D. Личные проекты

18. КАКОЙ ЛИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ВЫ СЕЙЧАС ЗАНИМАЕТЕСЬ И КАКИЕ ЛИЧНЫЕ ПРОЕКТЫ РЕАЛИЗУЕТЕ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Получаю высшее образование	36,4%	31,8%	40,9%	72,7%	0,0%	-9,1%	-72,7%
Работаю по найму	27,3%	27,3%	27,3%	4,5%	50,0%	0,0%	45,5%
Занимаюсь собственным бизнесом	27,3%	40,9%	13,6%	9,1%	45,5%	27,3%	36,4%
Занимаюсь инвестициями (депозиты, вклады, ценные бумаги, венчурные инвестиции т.п.)	18,2%	22,7%	13,6%	9,1%	27,3%	9,1%	18,2%*
Занимаюсь поиском работы	9,1%	4,5%	13,6%	9,1%	9,1%	-9,1%	0,0%
Прохожу стажировку/практику	6,8%	9,1%	4,5%	13,6%	0,0%	4,5%	-13,6%
Занимаюсь другой благотворительной деятельностью	2,3%	0,0%	4,5%	0,0%	4,5%	-4,5%	4,5%
Другое	11,4%	13,6%	9,1%	4,5%	18,2%	4,5%	13,6%
Таких активностей/проектов нет	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	0,0%	0,0%
Количество ответов	44	22	24	22	22		

19. НА СКОЛЬКО ЛЕТ ВПЕРЕД ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СВОИ ДЕЙСТВИЯ, КАСАЮЩИЕСЯ ВАШЕГО ОСНОВНОГО БИЗНЕСА?

Менее 1 года	25,0%
1 – 3 года	41,7%
3 – 5 лет	25,0%
6 – 10 лет	8,3%
Количество ответов	12

Е. Мотивация

20. ЧТО ВАС МОТИВИРУЕТ ЗАНИМАТЬСЯ БИЗНЕСОМ / ИНВЕСТИЦИЯМИ?

	Всего	Пол		Разница
		Мужчины	Женщины	
Саморазвитие	66,7%	90,0%	20,0%	<u>70,0%</u>
Стремление обеспечить достойную жизнь и будущее своей семьи и близких	66,7%	60,0%	80,0%	<u>-20,0%</u>
Удовольствие	46,7%	40,0%	60,0%	<u>-20,0%</u>
Стремление к прибыли	33,3%	30,0%	40,0%	-10,0%
Инновации	26,7%	40,0%	0,0%	<u>40,0%</u>
Стремление делать жизнь вокруг себя лучше	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Патриотизм, желание помочь возрождению своей страны	6,7%	0,0%	20,0%	<u>-20,0%</u>
Количество ответов	15	10	5	

21. ЕСЛИ ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ / ФИЛАНТРОПИЕЙ, ЧТО ВАС МОТИВИРУЕТ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Не занимаюсь	64,1%	73,7%	55,0%	63,2%	59,1%	18,7%	-4,1%
Хочу заниматься чем-то еще помимо бизнеса / делать что-то для души	15,4%	10,5%	20,0%	4,5%	22,7%	-9,5%	18,2%
Объединяет семью, способствует общению	10,3%	5,3%	15,0%	9,1%	9,1%	-9,7%	0,0%
Хочу обеспечить стабильную окружающую среду для общества в целом	7,7%	5,3%	10,0%	4,5%	9,1%	-4,7%	4,5%
Я узнаю много нового / Это способствует моему личностному развитию	7,7%	5,3%	10,0%	4,5%	9,1%	-4,7%	4,5%
В моем кругу общения так принято	5,1%	0,0%	10,0%	4,5%	4,5%	-10,0%	0,0%
Делаю это вместе с семьей или близкими / по просьбе семьи или близких	5,1%	5,3%	5,0%	4,5%	4,5%	0,3%	0,0%
Занимаюсь темой, которой сам был затронут / близкие мне люди были затронуты	5,1%	0,0%	10,0%	4,5%	4,5%	-10,0%	0,0%
Позволяет мне влиять на то, на что я бы не смог повлиять через бизнес	5,1%	0,0%	10,0%	4,5%	4,5%	-10,0%	0,0%
Помогает самореализоваться вне рамок семьи	5,1%	0,0%	10,0%	4,5%	4,5%	-10,0%	0,0%
У меня на это есть достаточно свободного времени	5,1%	0,0%	10,0%	0,0%	9,1%	-10,0%	9,1%
Мне приятно получать признания	2,6%	0,0%	5,0%	0,0%	4,5%	-5,0%	4,5%
Поддерживаю и сохраняю культурное достояние	2,6%	5,3%	0,0%	0,0%	4,5%	5,3%	4,5%
Другое	2,6%	0,0%	5,0%	0,0%	4,5%	-5,0%	4,5%
Количество ответов	39	19	20	19	20		

22. ЧТО ИЗ НИЖЕПЕРЕЧИСЛЕННОГО ВАМ НЕОБХОДИМО ДЛЯ СЧАСТЬЯ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Развивать свои способности, учиться чему то новому	63,5%	67,9%	58,3%	54,5%	70,0%	9,5%	<u>15,5%*</u>
Реализовать свои цели	63,5%	67,9%	58,3%	59,1%	66,7%	9,5%	7,6%
Поддерживать хорошие отношения с семьей	53,8%	57,1%	50,0%	54,5%	53,3%	7,1%	-1,2%
Создать семью	50,0%	39,3%	62,5%	59,1%	43,3%	<u>-23,2%*</u>	<u>-15,8%*</u>
Быть профессионалом в своем деле	42,3%	39,3%	45,8%	36,4%	46,7%	-6,5%	<u>10,3%</u>
Знакомиться с новыми людьми / иметь широкий круг общения	36,5%	28,6%	45,8%	50,0%	26,7%	<u>-17,3%*</u>	<u>-23,3%*</u>
Найти свое призвание	36,5%	35,7%	37,5%	45,5%	30,0%	-1,8%	<u>-15,5%</u>
Иметь поддержку семьи и близких в осуществлении моих проектов/ целей	26,9%	28,6%	25,0%	27,3%	26,7%	3,6%	-0,6%
Оправдать ожидания семьи	21,2%	25,0%	16,7%	27,3%	16,7%	8,3%	<u>-10,6%</u>
Баловать себя и близких	17,3%	21,4%	12,5%	22,7%	13,3%	8,9%	-9,4%
Достичь общественного признания	17,3%	25,0%	8,3%	13,6%	20,0%	<u>16,7%</u>	6,4%
Прозрачность / стабильность (в политических и экономических процессах)	17,3%	14,3%	20,8%	9,1%	23,3%	-6,5%	14,2%
Безопасная окружающая среда	9,6%	3,6%	16,7%	4,5%	13,3%	<u>-13,1%</u>	8,8%
Размеренный, спокойный ритм жизни	5,8%	0,0%	12,5%	4,5%	6,7%	<u>-12,5%</u>	2,1%
Чувствовать себя частью культуры / страны в которой я живу	5,8%	3,6%	8,3%	9,1%	3,3%	-4,8%	-5,8%
Количество ответов	52	28	24	22	30		

23. ЧТО ИЗ НИЖЕПЕРЕЧИСЛЕННОГО ВАС БОЛЬШЕ ВСЕГО БЕСПОКОИТ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Не реализую свои цели	45,0%	40,0%	50,0%	36,8%	52,4%	-10,0%	<u>15,5%</u>
Не смогу обеспечить себе / близким достойный образ жизни (еда, жилье, и т.п.)	35,0%	35,0%	35,0%	26,3%	42,9%	0,0%	<u>16,5%</u>
Мне не хватает профессиональных навыков и компетенций	30,0%	30,0%	30,0%	31,6%	28,6%	0,0%	-3,0%
Не могу найти свое призвание	30,0%	35,0%	25,0%	36,8%	23,8%	10,0%	<u>-13,0%</u>
Не оправдаю ожидания семьи / разочарую семью	25,0%	30,0%	20,0%	31,6%	19,0%	10,0%	<u>-12,5%</u>
Не достигну успехов в карьере	22,5%	25,0%	20,0%	26,3%	19,0%	5,0%	-7,3%
Не знаю, как управлять благосостоянием семьи (сберечь / сохранить / приумножить / передать следующему поколению, и т.п.)	22,5%	10,0%	35,0%	26,3%	19,0%	<u>-25,0%</u>	-7,3%
Не развиваюсь, не учусь новому	17,5%	15,0%	20,0%	10,5%	23,8%	-5,0%	<u>13,3%</u>
Не удастся создать собственную семью	15,0%	5,0%	25,0%	10,5%	19,0%	<u>-20,0%</u>	8,5%
Сложные отношения с родителями	10,0%	15,0%	5,0%	10,5%	9,5%	10,0%	-1,0%
Не чувствую себя частью культуры / страны в которой я живу	7,5%	5,0%	10,0%	15,8%	0,0%	-5,0%	<u>-15,8%</u>
Родители не делятся своим опытом / не получается у них учиться	7,5%	15,0%	0,0%	5,3%	9,5%	<u>15,0%</u>	4,3%
Сложные отношения с братьями/сестрами	5,0%	5,0%	5,0%	5,3%	4,8%	0,0%	-0,5%
Семья меня не поддерживает / не понимает	2,5%	0,0%	5,0%	0,0%	4,8%	-5,0%	4,8%
Затрудняюсь ответить	5,0%	5,0%	5,0%	5,3%	4,8%	0,0%	-0,5%
Количество ответов	40	20	20	19	21		

F. Гендерные стереотипы

24. «В РОССИИ МУЖЧИНАМ ЛЕГЧЕ ДОСТИЧЬ УСПЕХОВ В БИЗНЕСЕ, ЧЕМ ЖЕНЩИНАМ» – СОГЛАСНЫ ЛИ ВЫ С ЭТИМ УТВЕРЖДЕНИЕМ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Согласен / согласна	26,2%	25,0%	27,3%	11,1%	37,5%	-2,3%	<u>26,4%</u>
Частично согласен / согласна	50,0%	50,0%	50,0%	66,7%	37,5%	0,0%	<u>-29,2%</u>
Не согласен / не согласна	23,8%	25,0%	22,7%	22,2%	25,0%	2,3%	2,8%
Количество ответов	42	20	22	18	24		

25. «В РОССИИ ОТ ЖЕНЩИНЫ ОЖИДАЮТ, ЧТО ОНА, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, БУДЕТ ЗАНИМАТЬСЯ СЕМЬЕЙ, А НЕ БИЗНЕСОМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ» - СОГЛАСНЫ ЛИ ВЫ С ЭТИМ УТВЕРЖДЕНИЕМ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Согласен / согласна	32,6%	23,8%	40,9%	26,3%	37,5%	<u>-17,1%</u>	<u>11,2%</u>
Частично согласен / согласна	53,5%	52,4%	54,5%	63,2%	45,8%	-2,2%	<u>-17,3%</u>
Не согласен / не согласна	14,0%	23,8%	4,5%	10,5%	16,7%	<u>19,3%</u>	6,1%
Количество ответов	43	21	22				

Г. Страна проживания

26. В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНЕГО ГОДА, В КАКОЙ СТРАНЕ ИЛИ СТРАНАХ ВЫ ПОСТОЯННО ИЛИ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПРОЖИВАЕТЕ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
Преимущественно в России	60,0%	60,0%	60,0%	47,1%	69,6%	0,0%	<u>22,5%</u>
Преимущественно за рубежом	30,0%	35,0%	25,0%	35,3%	26,1%	10,0%	-9,2%
Провожу существенное время и в России, и за рубежом	10,0%	5,0%	15,0%	17,6%	4,3%	-10,0%	<u>-13,3%</u>
Количество ответов	40	20	20	17	23		

27. ГДЕ ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ ЖИТЬ В БУДУЩЕМ, В ПЕРСПЕКТИВЕ СЛЕДУЮЩИХ 5-10 ЛЕТ?

	В среднем	Пол		Возраст		Разница	
		Мужчины	Женщины	24 и младше	25-30	Между мужчинами и женщинами	«25-30» по сравнению с «24 и младше»
В России	46,5%	57,1%	36,4%	47,4%	45,8%	<u>20,8%</u>	-1,5%
Не в России	30,2%	23,8%	36,4%	26,3%	33,3%	<u>-12,6%</u>	7,0%
Затрудняюсь ответить	23,3%	19,0%	27,3%	26,3%	20,8%	-8,2%	-5,5%
Количество ответов	43	21	22	19	24		

Ссылки и примечания

- 1 Novokmet F., Piketty T., Zucman G. / From Soviets to Oligarchs: Inequality and Property in Russia, 1905–2016 // NBER Working Paper No 23712, 2017
- 2 Там же
- 3 Knight Frank Wealth Report (2016)
- 4 «Исследование владельцев капиталов России» (2015, МШУ СКОЛКОВО), «Семейные офисы в России: мифы и факты» (2016, МШУ СКОЛКОВО), «Инвестиционные предпочтения российских владельцев капитала» (2017, МШУ СКОЛКОВО)
- 5 Как и в предыдущих исследованиях, под российским владельцем капитала (далее – «владелец капитала» или «капиталист») мы понимали человека, который имеет более 1 млн долларов США инвестируемых активов (капитала) и который удовлетворяет одному или нескольким из нижеприведенных критериев:
 - российское происхождение капитала за последние 25 лет;
 - его/ее ключевые активы сосредоточены в России;
 - его/ее основная бизнес-деятельность осуществляется в пределах России
- 6 Подробнее с методологией исследования можно ознакомиться в Приложении 1.
- 7 Приложение 2, вопрос 8
- 8 Приложение 2, вопрос 12
- 9 Приложение 2, вопрос 7
- 10 Приложение 2, вопрос 11
- 11 Приложение 2, вопрос 13
- 12 см. например, Мелия М.: Наши богатые бедные дети. – М.: «Альпина нон-фикшн», 2017
- 13 Приложение 2, вопрос 15
- 14 Приложение 2, вопрос 23
- 15 Приложение 2, вопрос 16
- 16 Там же
- 17 Jaskiewicz P., Combs J., Rau S. / Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship // Journal of Business Venturing 30 (2015) 29–49 <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.001>
- 18 Приложение 2, вопрос 6
- 19 Приложение 2, вопрос 18
- 20 Приложение 2, вопрос 19, «Инвестиционные предпочтения российских владельцев капитала» (2017, МШУ СКОЛКОВО)

- 21 «Исследование владельцев капиталов России» (2015, МШУ СКОЛКОВО)
- 22 Приложение 2, вопрос 20
- 23 готовится к публикации
- 24 Приложение 2, вопрос 22
- 25 В России к ним обычно относят людей, родившихся между 1985-м и 2003-м годами. См., например, Шамис Е., Никонов Е.: Теория поколений. Необыкновенный Икс. – М: Издательский дом Университета «Синергия», 2017
- 26 В России к нему обычно относят людей, родившихся между 1964-м и 1984-м годами
- 27 Выборка, управляемая респондентом (respondent-driven sampling) – выборка, считающаяся в социологической литературе более строгим вариантом выборки типа «снежный ком», более корректной по своей процедурной части и лучше подходящей для исследования трудно достижимых целевых групп с неизвестной генеральной совокупностью). При использовании этого метода (выборки, управляемой респондентом), анкетированные, в свою очередь, привлекают новых респондентов из исследуемой популяции. Наличие неформальных связей между представителями целевой труднодоступной группы позволяет компенсировать тот факт, что система отбора респондентов не была случайной, и получить более валидные результаты

Московская школа управления СКОЛКОВО – одна из ведущих частных бизнес-школ в России и СНГ, основанная по инициативе делового сообщества. В состав партнеров-учредителей школы входят 8 российских и международных компаний и 11 частных лиц – лидеров российского бизнеса. Программы школы ориентированы на все стадии развития бизнеса – от стартапа до крупной корпорации, выходящей на международные рынки.

Адрес:
Московская область,
Одинцовский район,
Сколково, ул. Новая, д.100
www.skolkovo.ru

WTC.SKOLKOVO.RU

ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ
БЛАГОСОСТОЯНИЕМ
И ФИЛАНТРОПИИ
МОСКОВСКОЙ ШКОЛЫ
УПРАВЛЕНИЯ СКОЛКОВО