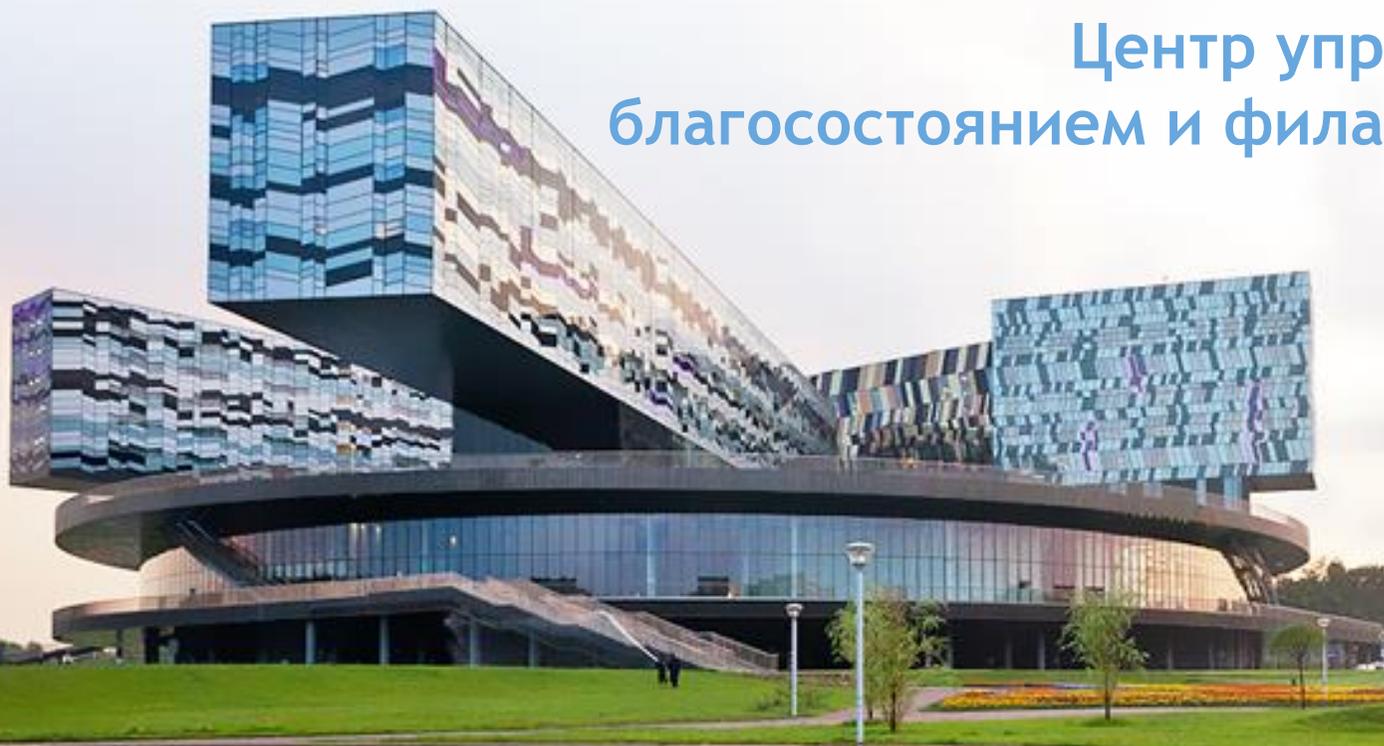


Московская школа управления СКОЛКОВО

Центр управления
благополучием и филантропии



ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КАПИТАЛОВ РОССИИ 2014



**«Богатство - вещь, без которой
можно жить счастливо, но
благосостояние - вещь,
необходимая для счастья»**

Чернышевский Николай Гаврилович

(1828-1889)

Писатель, критик, мыслитель



Руслан Юсуфов, Иван Климов, к. социол. н.

ЦЕЛИ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Содержание

1. Предпосылки
2. Цели и задачи
3. Методология

Предпосылки



1. История частного капитала в стране насчитывает всего лишь несколько десятилетий
2. В России частный капитал все еще находится на этапе становления
3. По мировой статистике лишь 30% компаний переходит ко второму поколению, до третьего поколения доживает одна из десяти

Предпосылки



4. Ограниченный выбор национальных инструментов планирования преемственности
5. Решение задач, связанных с преемственностью, становится особенно актуальным в связи с демографией российских владельцев капиталов
6. Отсутствие прозрачности в сфере благотворительности

Цель исследования



- I. Портрет владельца капитала
- II. Личные и семейные ценности
- III. Преемственность бизнеса и благосостояния
- IV. Филантропия
- V. Поставщики услуг

Исследование владельцев частных капиталов России 2014

ЦЕЛЬ: понимание демографии владельцев крупных состояний и выявление тенденций в управлении активами, преимственности и филантропии

Инструментарий

- Методическое и академическое сопровождение исследования со стороны РЭШ и ВШЭ
- Координация с исследовательской повесткой Центра изучения развивающихся рынков и NAIMA

Интеграция повестки академических институтов и бизнес-сообщества

Респонденты

- Владельцы частных капиталов, российское предпринимательское сообщество
- Запланировано до 100 участников



Рубен Варданян

другие партнеры Центра



План исследования

Кабинетное исследование



Разработка методологии и инструментов



Интервью с владельцами частных капиталов



Анализ полученных данных



Итоговый отчет

Целевая группа, или объект исследования – владельцы частных капиталов, собственники крупного бизнеса, которые ведут свою операционную деятельность в России.

Основа выборки

- Публичный список богатейших бизнесменов России по версии Forbes
- Представители предпринимательского сообщества бизнес-школы СКОЛКОВО
- Собственные контакты поставщиков услуг для владельцев частных капиталов

Инструментарий



✓ **Карточки**

✓ **Диктофон**

✓ **Анкета-объективка**

✓ **Вопросы о ценностях**

✓ **Вопросник интервью**

✓ **Вопросник ассистента**

✓ **Отчет интервьюера**

Характеристики исследования

- полевой этап: июль-ноябрь 2014 г.
- метод сбора данных: личное интервью, анкетирование
- продолжительность интервью: от 50 минут до 3,5 часов
- число опрошенных: 30 человек
- условия строгой конфиденциальности и анонимной обработки полученных данных

Иван Климов, к. социол. н.

I. ПОРТРЕТ ВЛАДЕЛЬЦА КАПИТАЛА

1. Мифы о российских предпринимателях
2. Социальный и демографический портрет
3. Бизнес-портрет
4. Ценности по методике *ESS*

Благодарности

Мы благодарны каждому нашему собеседнику,

... кто уделил нам время

... иронично снабжал нас «неудобными ответами»

... не дрогнул под напором неудобных вопросов

Данные исследования не описывают характеристики *всей* целевой группы – владельцев крупных частных капиталов

В первую очередь мы говорим о **совокупном портрете** опрошенных нами владельцев крупных состояний и бизнесов

Россияне о бизнесменах

- Сегодня созданы неблагоприятные условия для развития предпринимательства
- Доля россиян, уверенных в этом, выросла с 44% до 55% с 2009 по 2013 гг.

ВЦИОМ, июнь 2013



Россияне о бизнесменах

■ Крупное состояние невозможно было заработать честным путем (59%)

■ К крупным бизнесменам относятся плохо 33% россиян, тогда как мелким и средним бизнесменам – только 13%
(Левада-центр, ноябрь 2014)

■ 62% россиян пожелали бы своим детям, внукам стать предпринимателем, бизнесменом
(ВЦИОМ, февраль 2013)

■ Основные мотивы бизнесменов – заработать денег (77%) и быть независимым (49%). Третий мотив – самореализация (16%)
(ФОМ, июнь 2013)



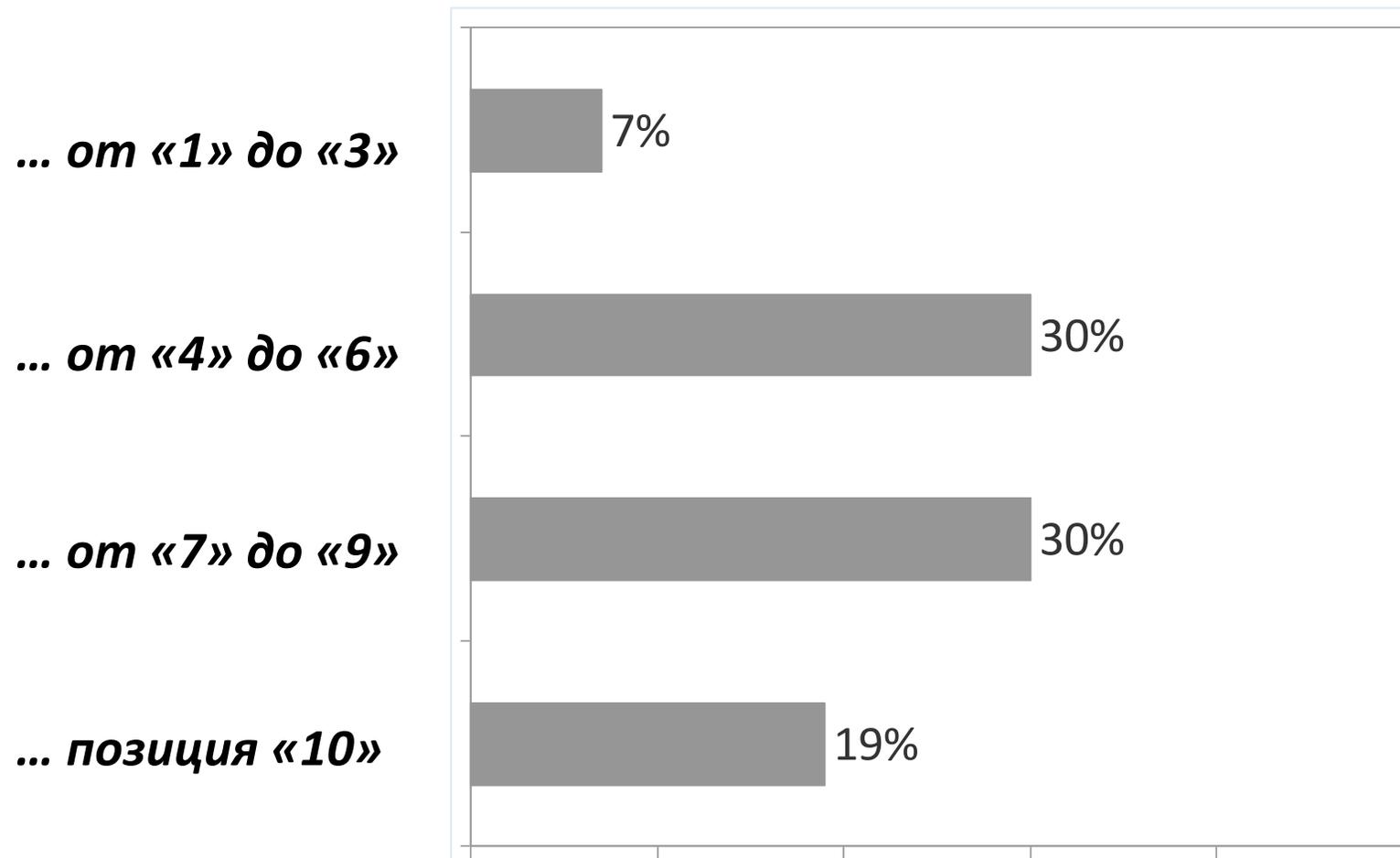
Бизнес-портрет HNWI

Знания, которыми обладает учредитель или руководитель семейного бизнеса, служат источником конкурентных преимуществ семейного бизнеса. Передача и защита «неявных знаний» посредством надлежащего обучения преемника имеют стратегическое значение

(Cabrera-suárez et al., 2001)



Размер состояний



Отраслевая специфика

Основной корпус отраслей включает:

- финансовые институты и инвестиции: 46%
- девелопмент, управление недвижимостью: 25%
- образование и научные исследования: 21%
- оптовая и розничная торговля: 21%



Владение и управление бизнесом

Бизнес был создан совместно с партнерами:	80%
Управляют бизнесом единолично:	25%
Управляют совместно с другими партнерами:	58%

... и еще 17 % передали текущее управление,
а сами лишь контролируют течение дел.



География бизнеса

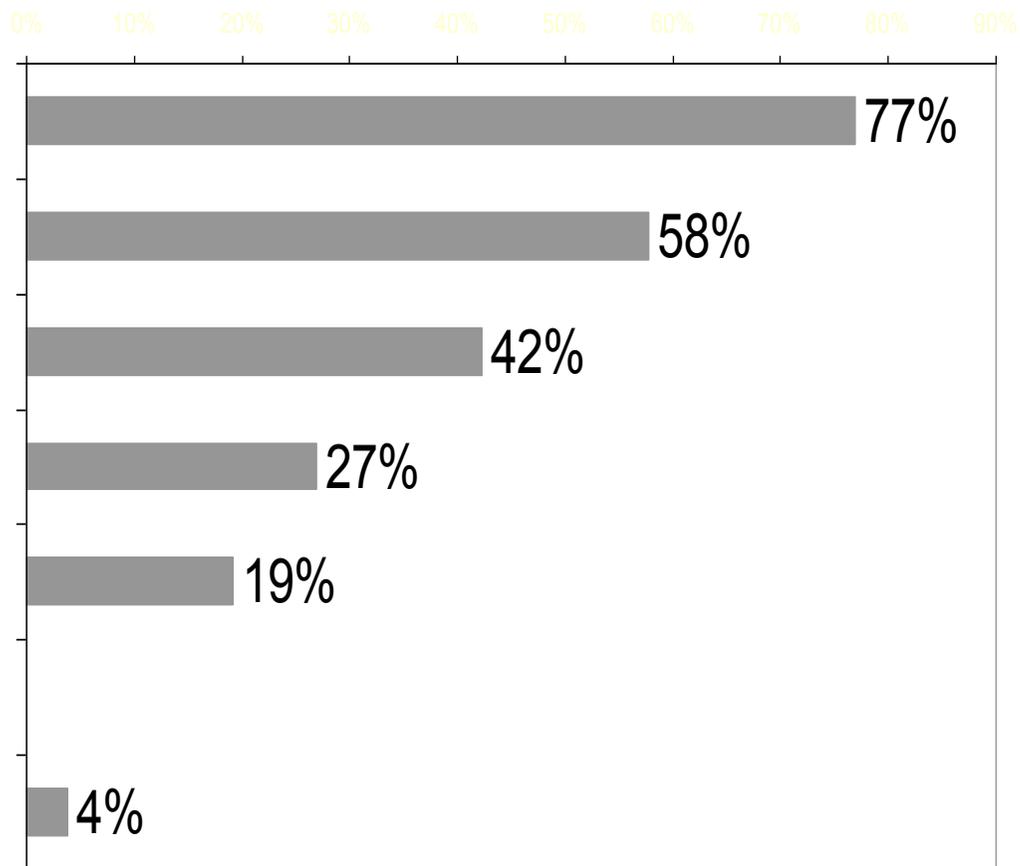
Более 10 регионов России:	50%
3-5 регионов страны:	21%
в масштабах 1 региона:	21%

Кроме того, у многих есть бизнесы за рубежом, включая европейские страны - 40%, страны СНГ - 24%, США - 20%



Успешность бизнеса

- › **Человеческий капитал**
- › **Мое личное участие в управлении**
- › **Наличие надежных деловых партнеров**
- › **Технологии, инновации**
- › **Удачная рыночная конъюнктура**
- ...
- › **Участие членов семьи в развитии бизнеса**



*«Чтобы увеличить шансы эффективной передачи бизнеса следующему поколению, детей следует привлекать к участию в бизнесе с малого возраста»
(Ambrose, 1983)*



Альбрехт Дюрер

«Предпринимательский стаж»

Начало бизнес-деятельности:

... 1991-1995 годы:	46%
... 1985-1990 годы:	33%
... до 1985 года:	8%

Первые деньги были заработаны либо в 13-17 лет (41%),
либо в 18-23 года (36%).



Основа благосостояния

Помимо основного бизнеса благосостояние составляют:

- доли в других компаниях: 82%
- земля и недвижимость: 73%
- банковские вклады вместе с денежными средствами: 68%
- ценные бумаги и другие финансовые инструменты: 50%



Где бизнесмены планируют жить в перспективе 10 лет?

... в России:	41%
... предполагаем уехать:	26%
... обсуждается, в зависимости от ситуации:	44%
... это неважно, чередуют разные страны:	32%



*«Предприниматели,
начинающие планировать
преемственность в 40-летнем
возрасте, имеют больше
возможностей для успешной
передачи бизнеса, чем те, кто
начал этим заниматься в 50
или в 60 лет»*

(Danco, 1982)



Практически все наши собеседники на момент опроса состояли в браке.

Большинство бизнесменов - многодетные родители, имеющие от 2 до 6 детей.

Дети дошкольного возраста:	50%
Школьники:	68%
Студенты:	32%
Дети уже взрослые:	50%



Социально-демографический состав опрошенных

Средний возраст - 46 лет

Большинство - 70% - относятся к категории 41-50 лет,
и еще 23% - старше 50 лет

Средний возраст богатейших бизнесменов России по
версии «Форбс» - 52 года.

В выборке много мужчин и одна женщина-
предприниматель.



Образовательный статус

Высшее образование: 96%

Российская или зарубежная ученая степень: 29%

Дипломы инженеров и физиков: 60%

Специальное образование в сфере бизнеса и менеджмента: 54%



Ценности по методике ESS



European *Values* Study 

В. Магун, М. Руднев, НИУ ВШЭ

- * Международное сравнительное исследование
- * Опрошено в европейских странах – 55532 человека
- * Опрошено в России – 2507 человек

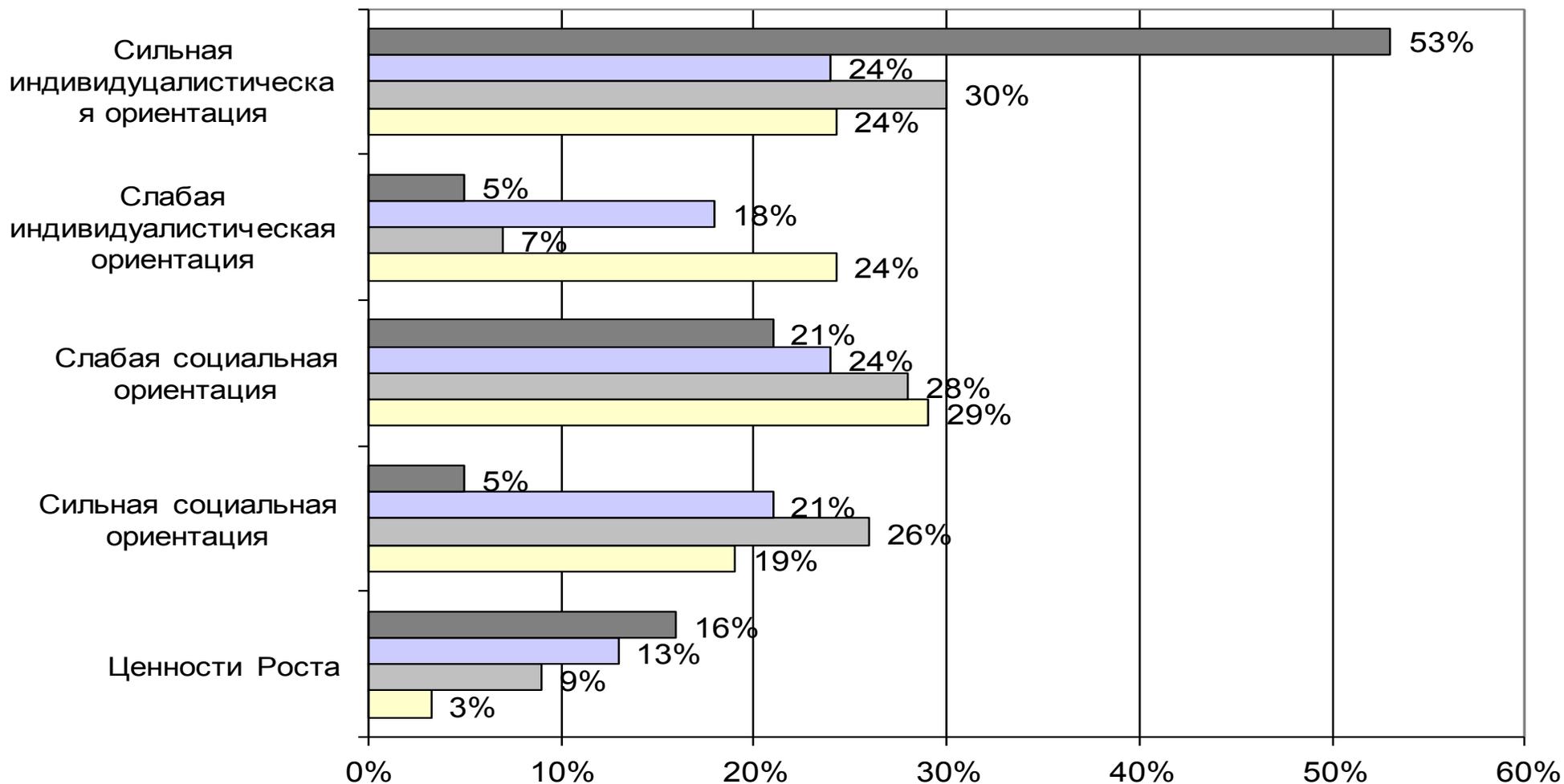
Ценности по методике ESS



Выделены пять типов людей – в зависимости от их специфических наборов ценностей



Ценности по методике ESS



Елена Рождественская, д. социол. н.

II. ЛИЧНЫЕ И СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ

1. Бизнес-мотивация и семейные ценности как два взаимодействующих пространства. Модели взаимодействия.
2. Как конфликтная природа двух пространств сказывается на преимуществах бизнеса и благосостояния и филантропии

Семья и бизнес



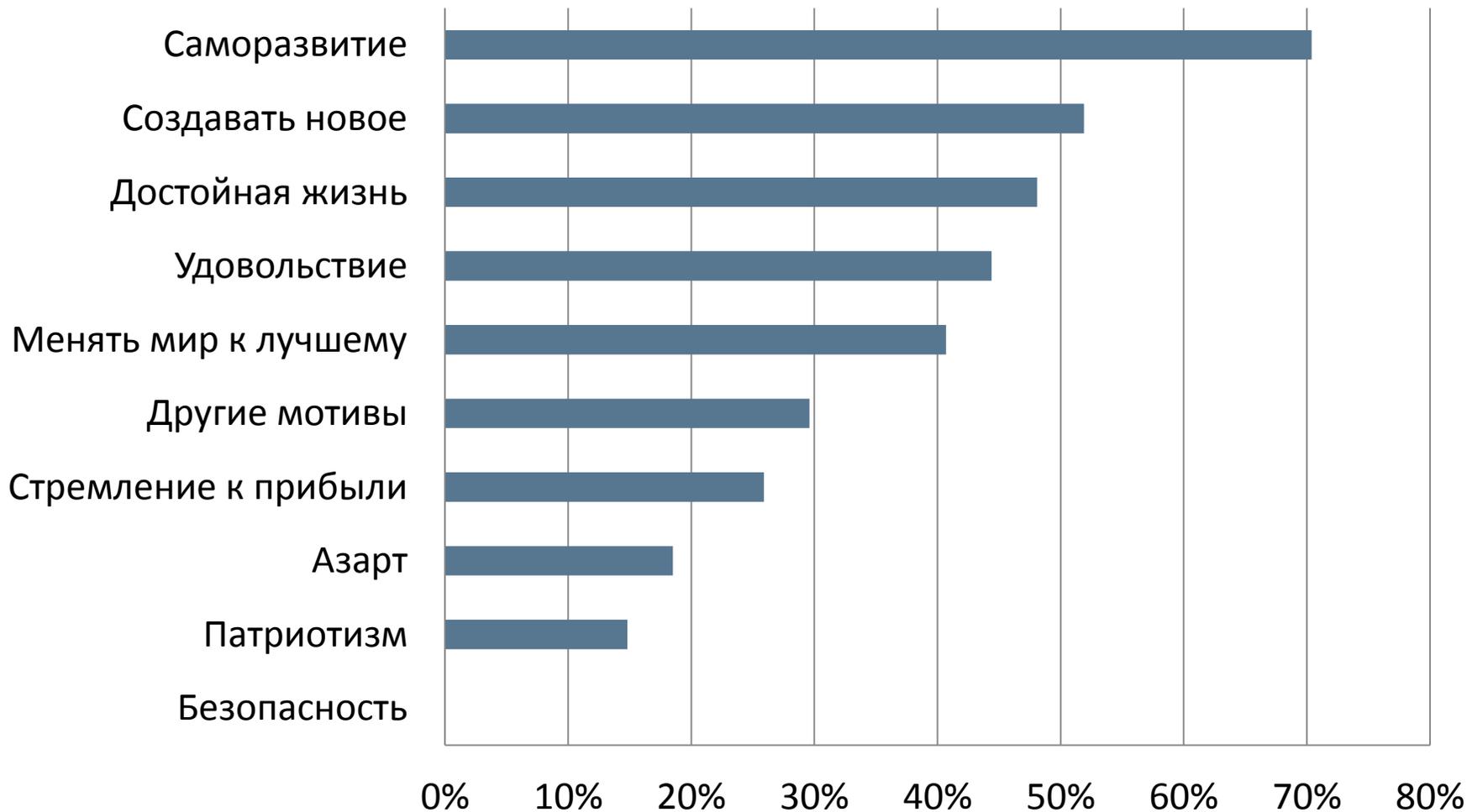
Двойственная роль семьи:

- с одной стороны, семья - это экономический актор,
- с другой стороны, внеэкономическая категория
- спрос на «оптимальные» стратегии и принципы сосуществования двух «арен» - бизнеса и семьи

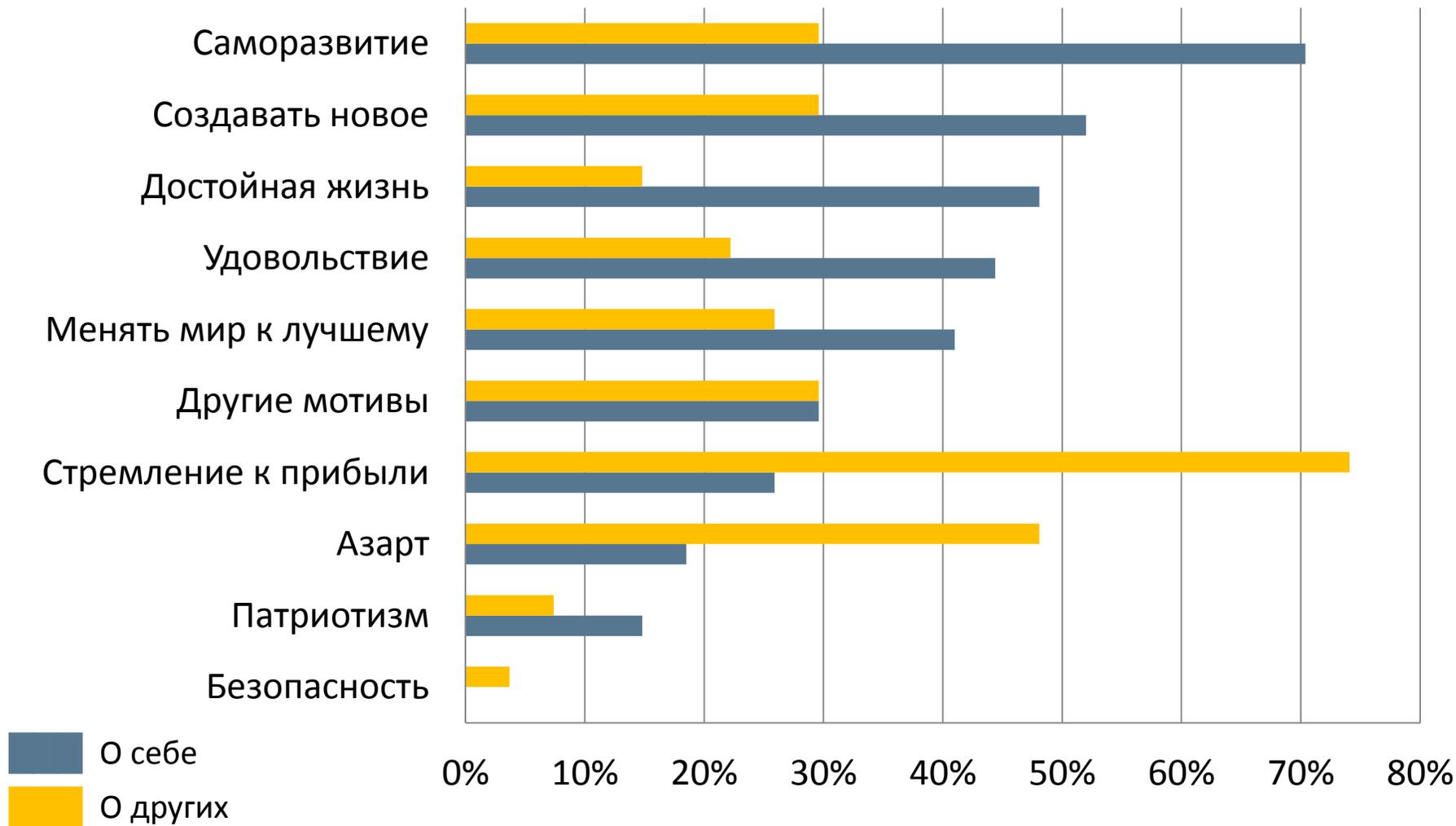
Успешность предпринимателя



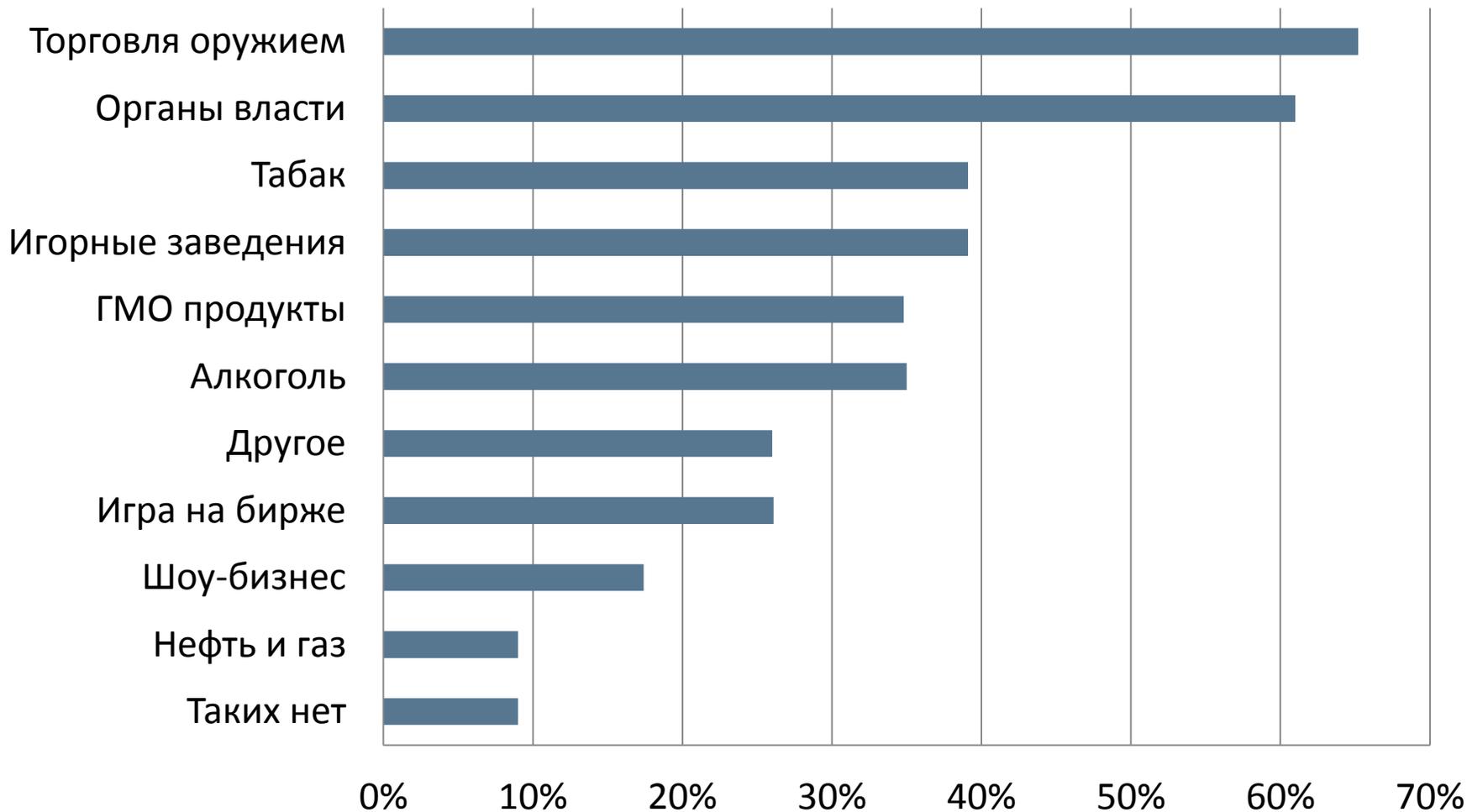
Ценности, побуждающие к бизнес-мотивации



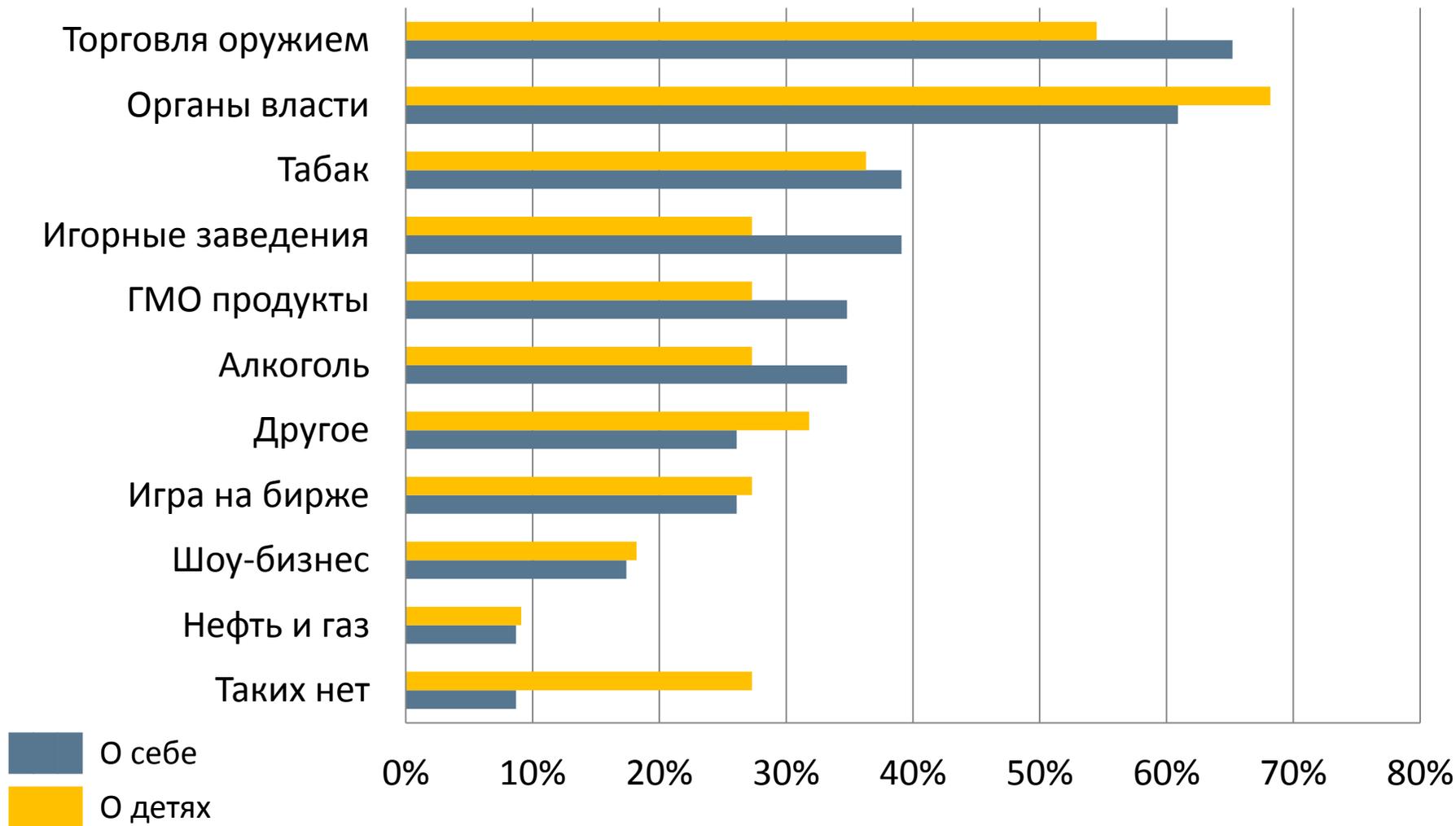
Ценности, побуждающие к бизнес-мотивации



Отклоняемые виды бизнес-деятельности как ценностная позиция

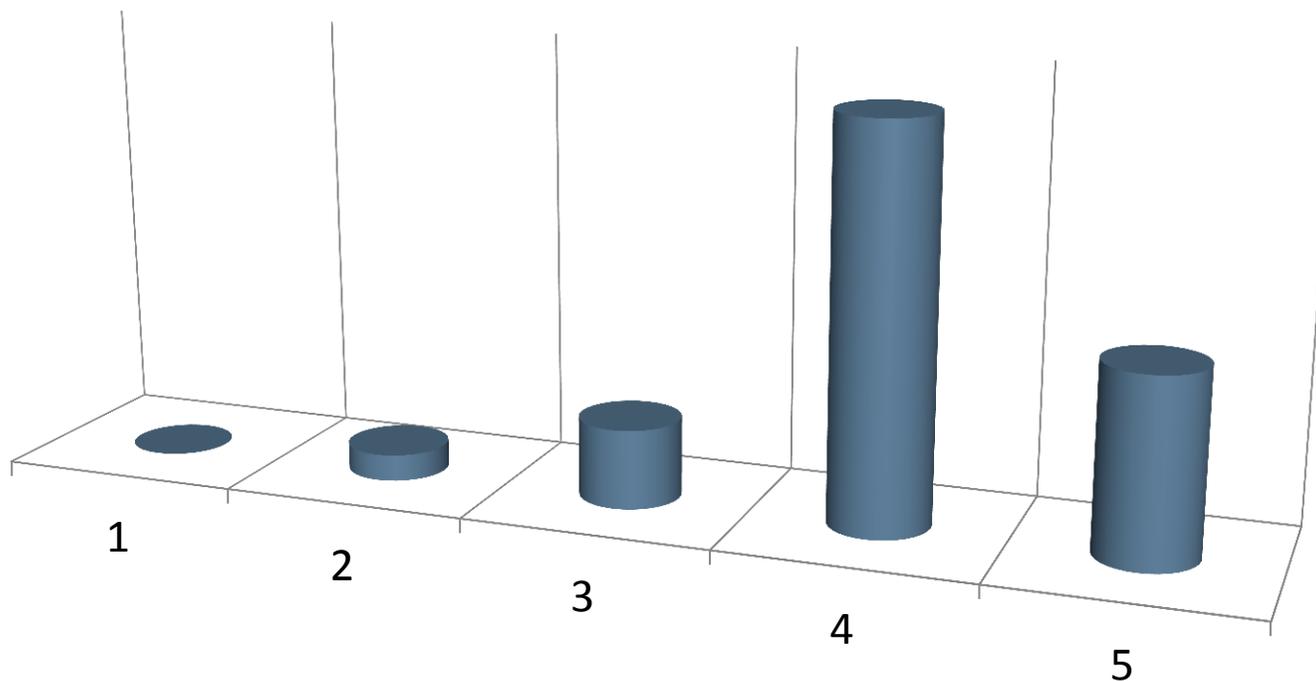


Отклоняемые виды бизнес-деятельности как ценностная позиция



Соответствие ценностей детей

- Степень близости собственного мировоззрения и ценностей и своих детей: 56% - на 4 балла и 26% - на 5 баллов (5 бальная шкала).



Носители семейных ценностей

- Ответственность за формулирование и передачу ценностей респонденты возлагают в первую очередь на себя.
- Основным носителем ценностей и источником образцов поведения предприниматели считают себя (59%), родителей (44%) и свою супругу (37%).

Условия успешной передачи ценностей детям

1. Лично **участвовать в воспитании детей** (84%):
 - вести разговоры о жизни и бизнесе,
 - обсуждать интересы детей и их проблемы,
 - выстраивать общий образ жизни.
2. Создавать **правильный контекст** для взросления и воспитания (69%):
 - подавать личный пример,
 - формировать опыт самостоятельности,
 - выстраивать правильную среду общения.
3. Только 19% упомянули особые процедуры:
 - объяснять ценности семьи,
 - вести “установочные разговоры”,
 - давать нужное образование,
 - вовлекать в участие в семейном совете.
4. При этом 12% отмечали, что видят свои **упущения** в воспитании детей.

1. **«Изоляция»**: семья как бенефициар бизнес-активности предпринимателя.
2. **«Кооперативная автономия»**: предприниматель участвует в делах семьи как инвестор
3. **«Клановая история»** как ресурс семейных и бизнес-связей
4. **«Бизнес-университет»**: предприниматель предоставляет возможности для реализации биографических задач членов семьи
5. **«Семейный бизнес»**: квази-организация, в которой трудятся, трудились и планируют получать азы бизнес-ремесла близкие люди разной степени родства.

- Вопрос преемственности бизнеса и благосостояния связан с открытым проектом ценностной близости членов семьи, особенно детей
- Ввиду многодетности актуализируется не только индивидуальный подход к профессиональному образованию детей, но фактору отношений между ними
- Условия ценностной близости отцов и детей – личностная вовлеченность, управляемый контекст передачи и свой семейный стиль

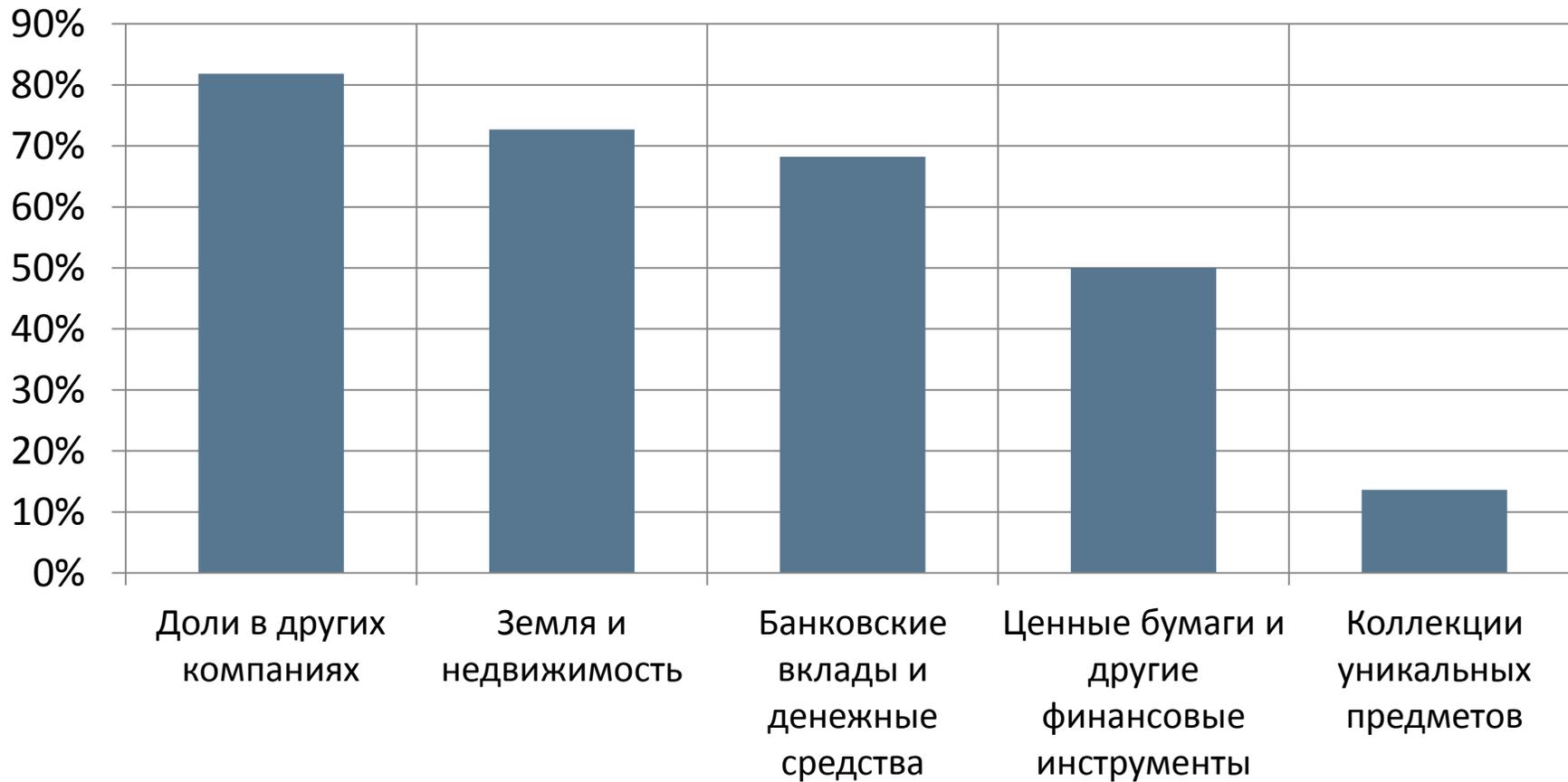
- Характер инвестиций в ценностную близость зависит от типа семейных стратегий
- Филантропическая деятельность отцов – один из каналов передачи ценностей последующему поколению
- Обладатели больших состояний сталкиваются с проблемой «социализации детей через деньги»: научить заработать, сохранить, поделиться, потратить, приумножить
- Объем задач по вовлечению следующего поколения в бизнес стимулирует к созданию свода правил или протокола взаимоотношений, степень формализации которого варьируется

Руслан Юсуфов

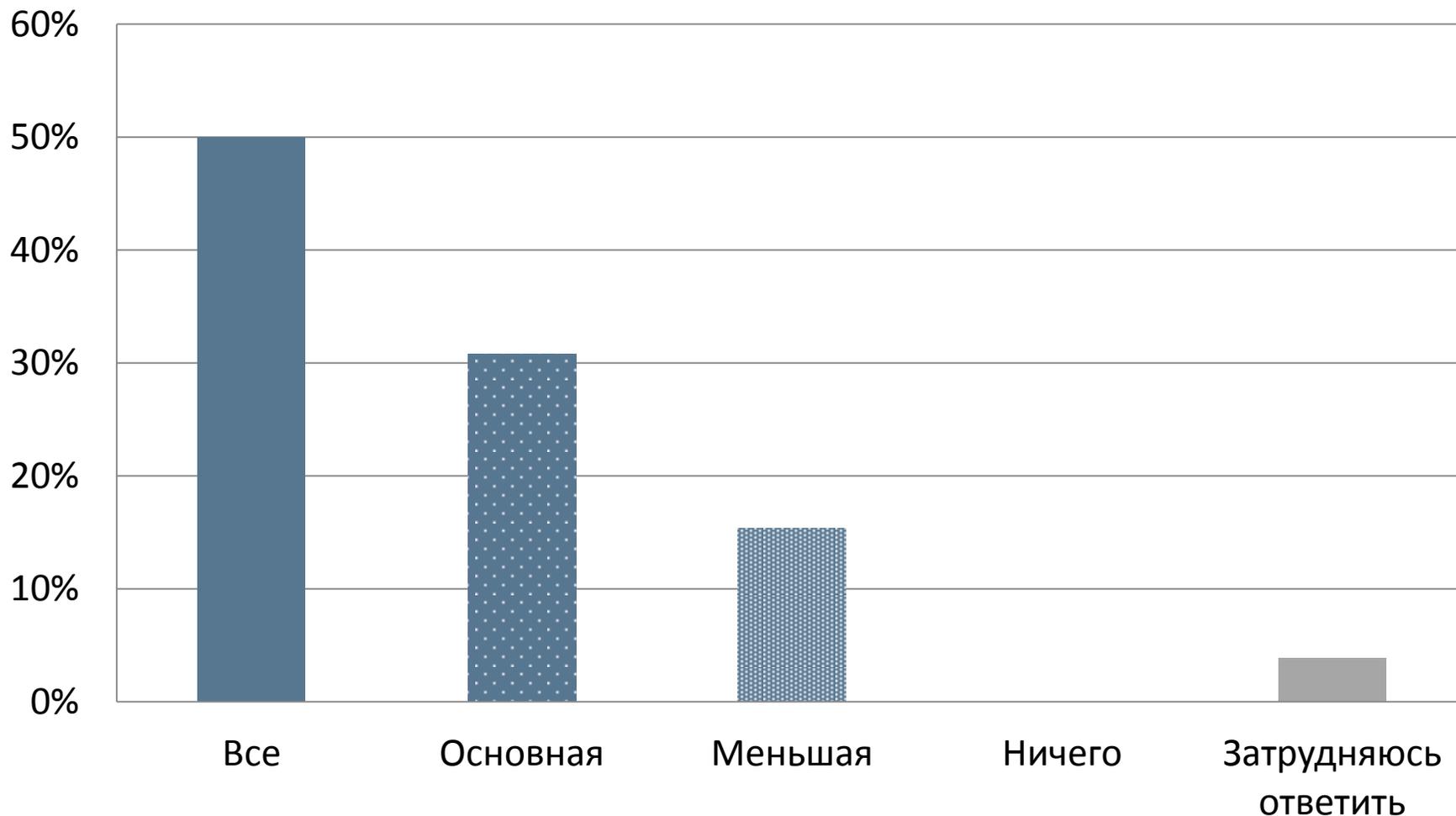
III. ПРЕИМУЩЕСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И БЛАГОСОСТОЯНИЯ

1. Типология богатства
2. Горизонт планирования
3. Проработка планов преемственности
4. Семейный бизнес в мире и в России
5. Бизнес: преемственность управления
6. Вовлечение членов семьи и семейные конфликты
7. Бизнес: преемственность владения
8. Барьеры
9. Возможные сценарии
10. Преемственность благосостояния

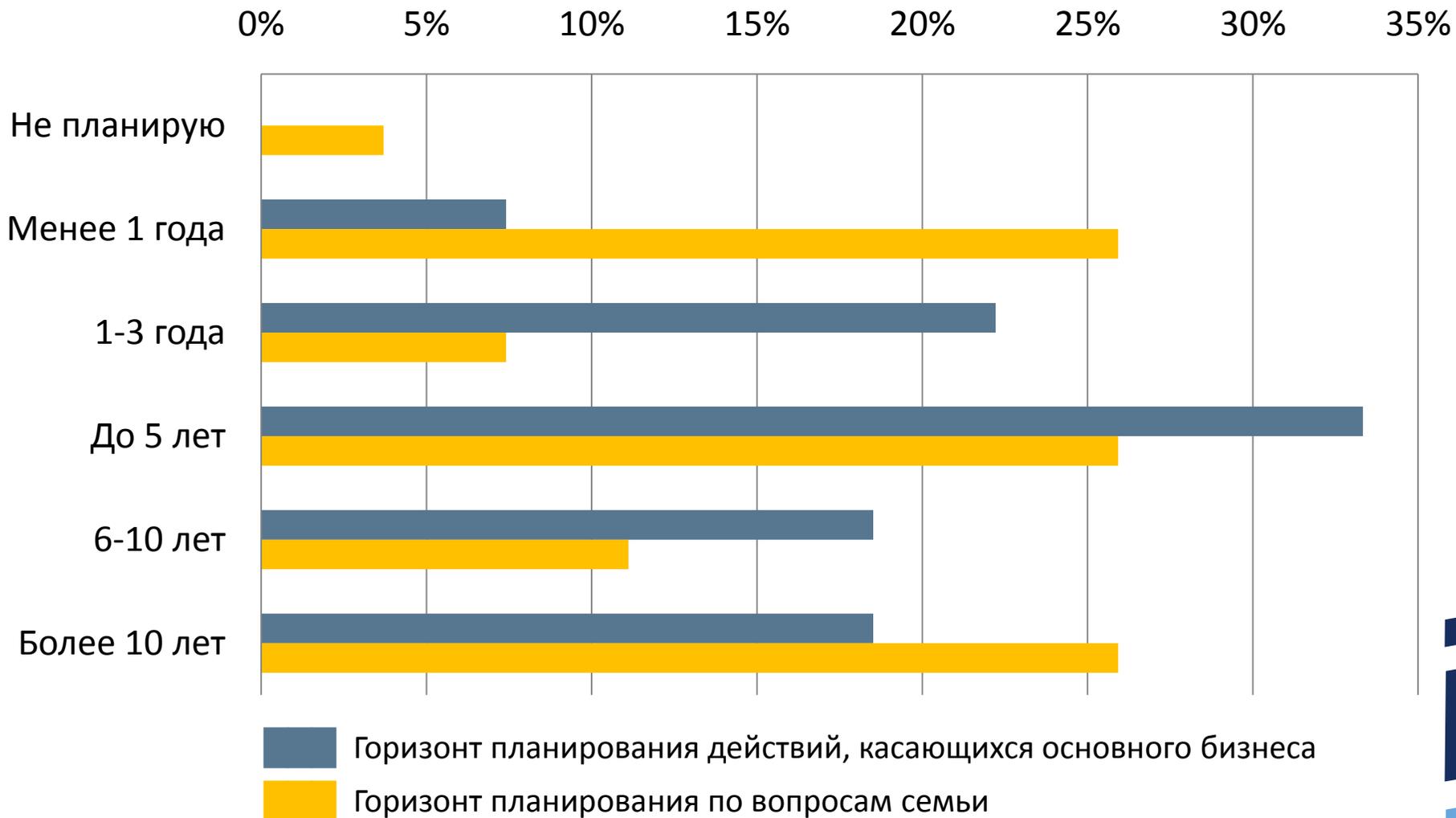
Типология богатства



Какая часть благосостояния перейдет детям и семье?



Горизонт планирования



Степень проработки планов преемственности



Семейный бизнес в мире

- Семейные компании составляют 2/3 всего мирового бизнеса (Harvard Business School)
- От 70% до 90% мирового ВВП создается семейными компаниями (Family Firm Institute 2013)
- В большинстве стран семейный бизнес создает 50%-80% рабочих мест (European Family Businesses, 2012).
- Китай: следующее поколение владельцев семейного бизнеса желает сохранить преемственность в семье (FT, 2014)
- Европа: 60% всех компаний семейные, оборот – 1 трлн. Евро, 5 млн. рабочих мест (40-50% всех рабочих мест) (KPMG, 2013)
- США: Семейными компаниями является чуть меньше половины всех компаний США. Большая половина публичных компаний также семейные (Harvard Business School)

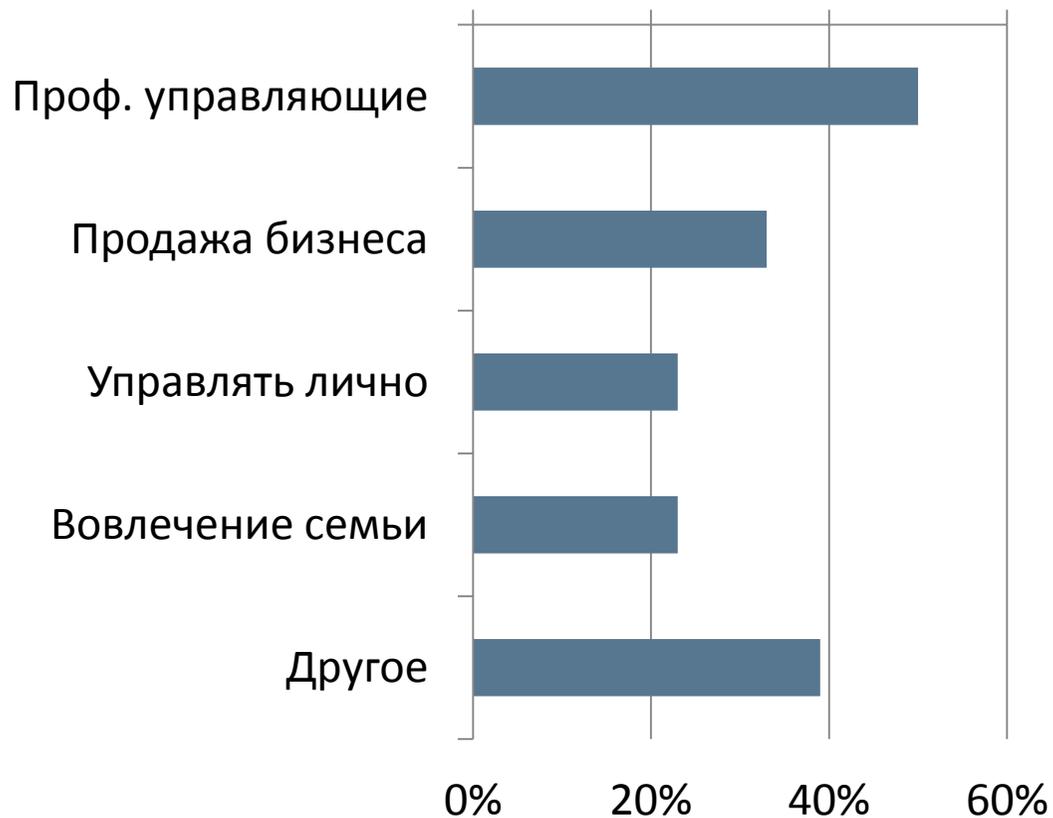
Преемственность бизнеса



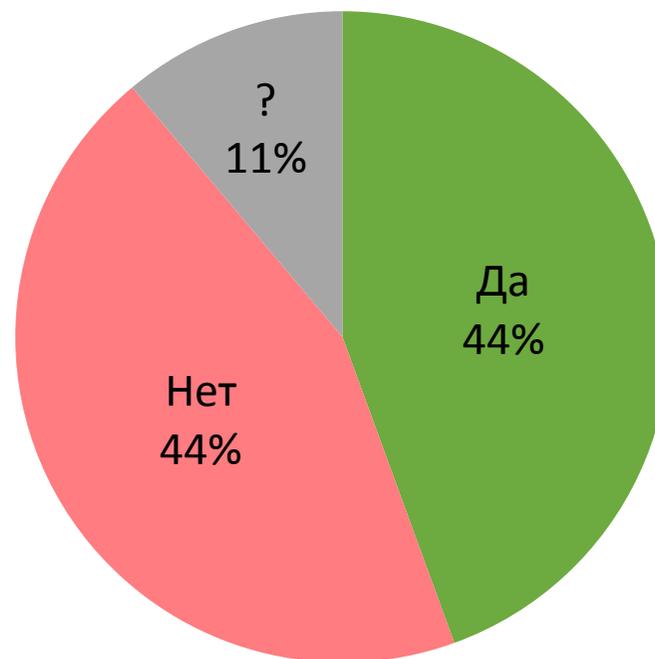
**Может ли семейный бизнес
быть передан следующему
поколению?**

- Наличие способных преемников
- Соответствие ценностей двух поколений
- Планирование преемственности

Предпочитаемая стратегия

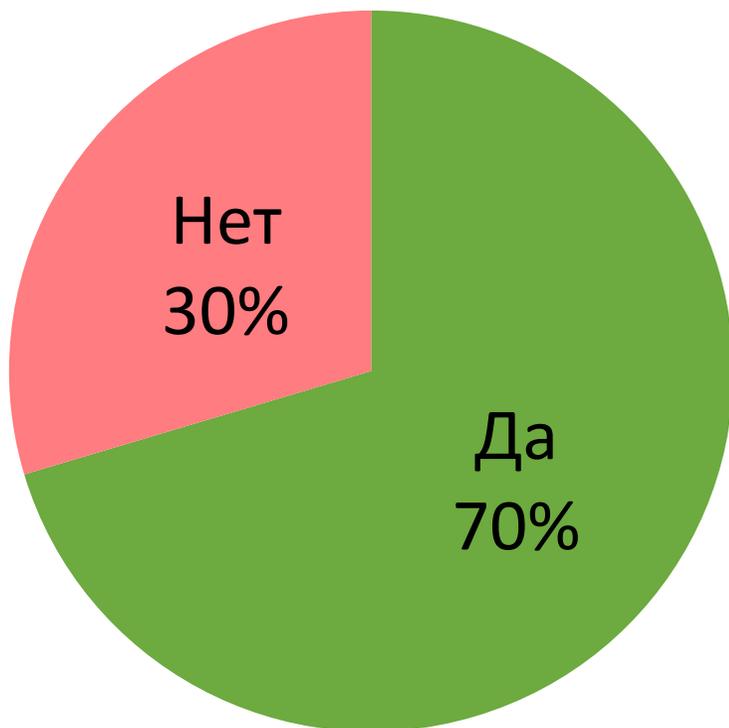


Принято ли передавать управление членам семьи?

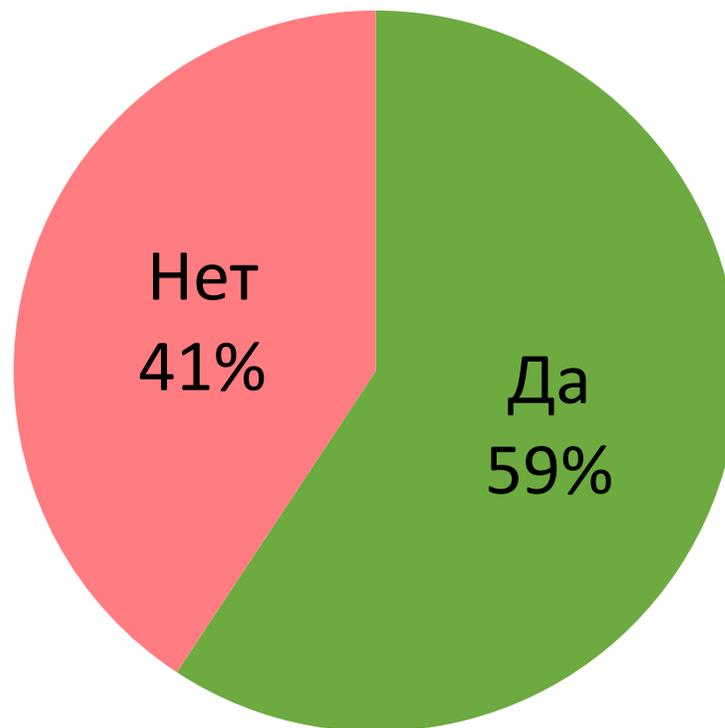


Вовлечение членов семьи в бизнес и семейные конфликты

**Члены семьи в бизнесе:
возможно и правильно?**



**Бывали ли конфликты в
отношении бизнеса?**

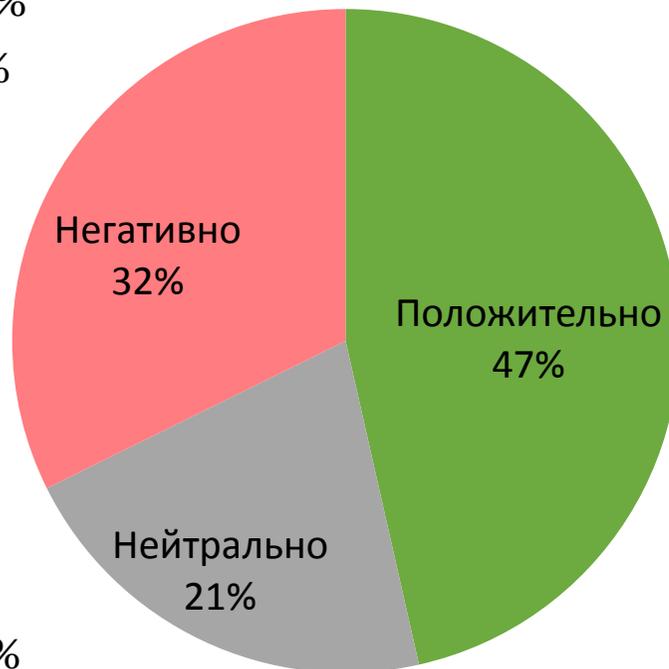


Члены семьи и управление бизнесом



Как это сказывается на отношениях в семье?

- Плохо для отношений (возникли проблемы) 23%
- Нужно разделять роли 19%
- Риски для отношений 12%
- Плохо для бизнеса 8%



- Никак не сказывается 19%
- Члены семьи не должны взаимодействовать на работе 4%

- Хорошо и важно для отношений 35%
- Передача опыта 23%
- Самостоятельность 23%
- Важно для воспитания 12%
- Причастность к делу отца 4%

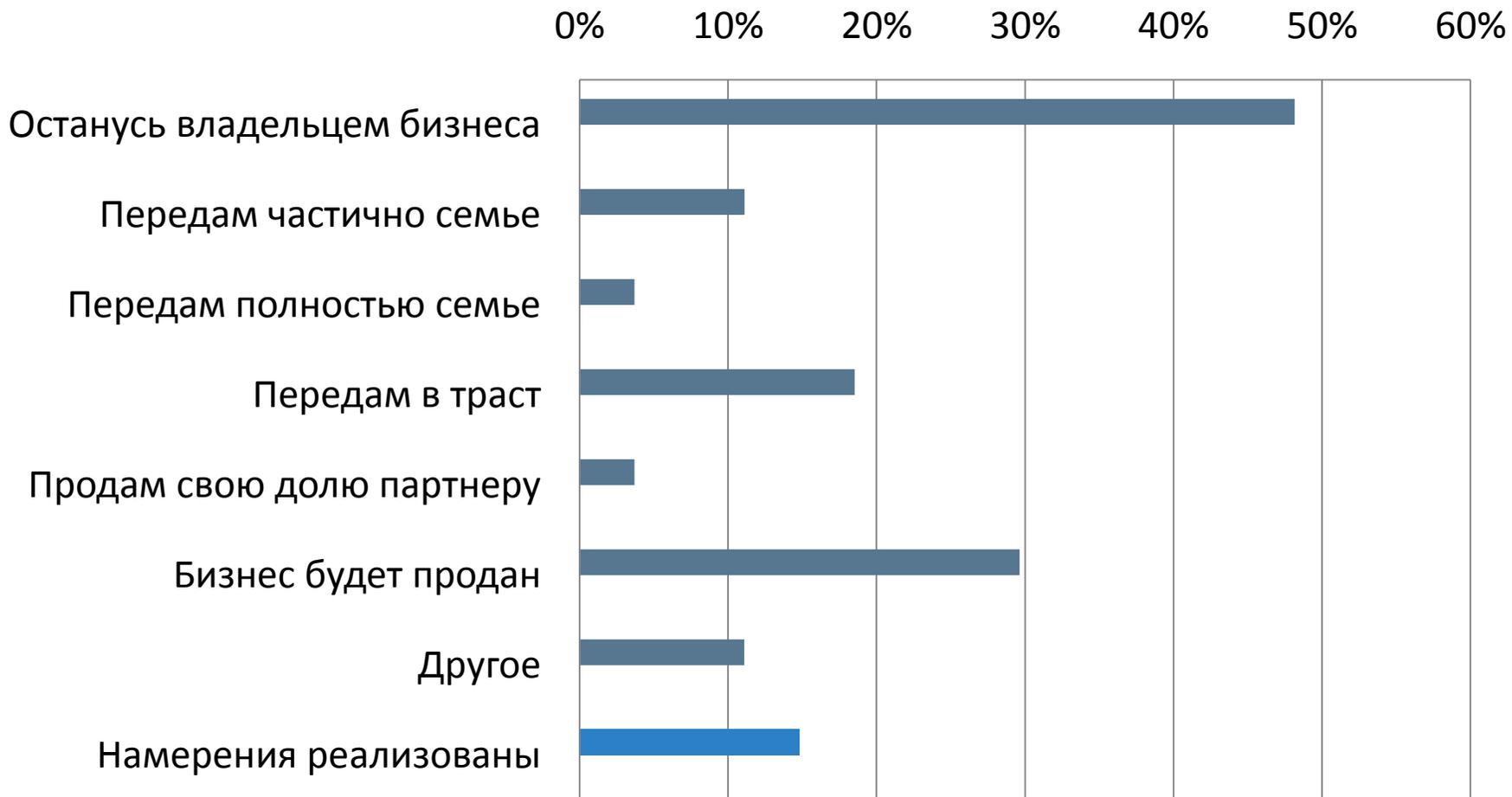
Семейный бизнес: перспективы в России



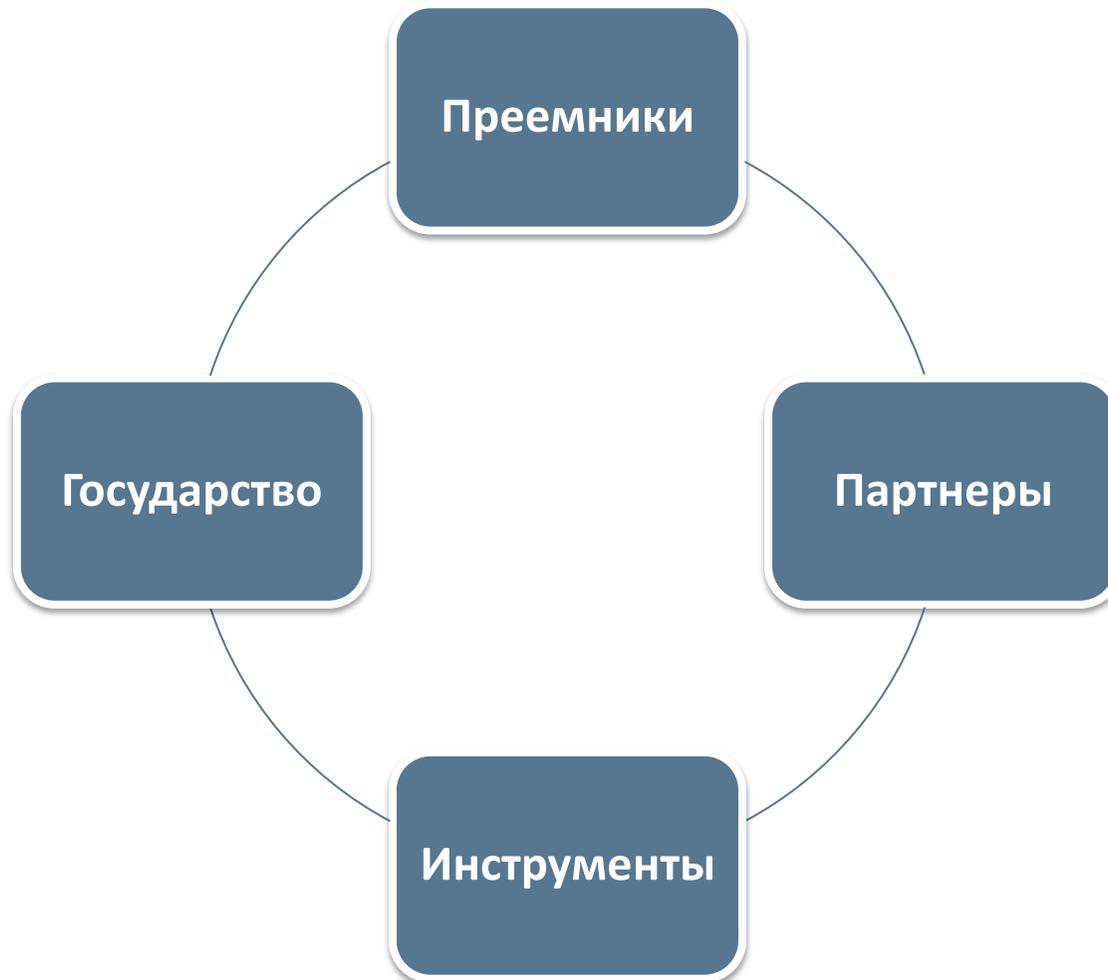
Российские предприниматели продают свой частный бизнес или передают его преемнику?

50% владельцев бизнеса планируют продать свою компанию, при этом аналогичный мировой показатель составляет лишь 20% (PwC, 2014)

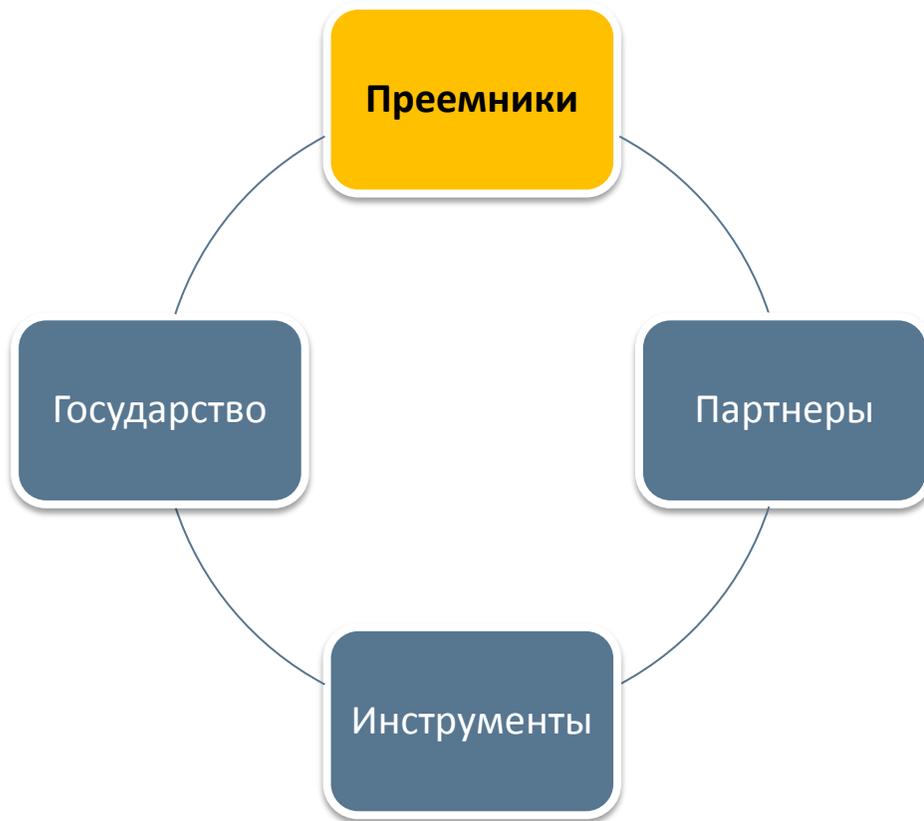
Владение бизнесом



Причины низкой степени проработки плана преемственности бизнеса

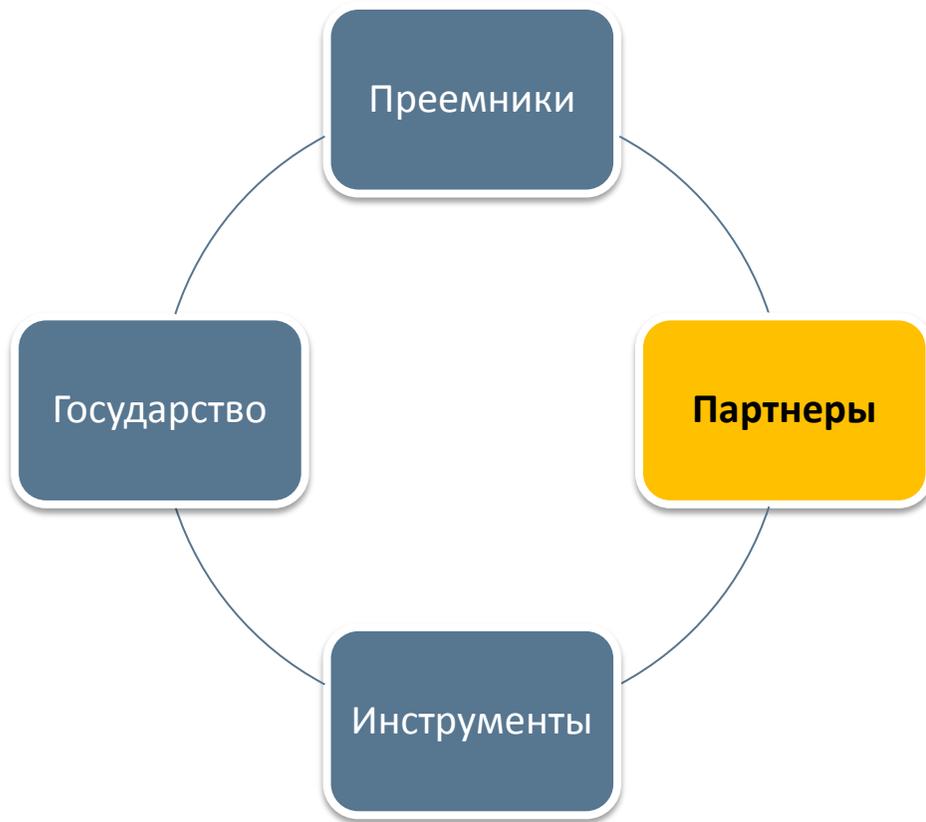


Преимники



- Интересы детей
- Отсутствие кандидатов среди членов семьи

Характер бизнеса и партнеры



- Обязательства перед партнерами, их собственная семейная и биографическая ситуация
- Бизнес неразрывно связан с личностью патриарха
- Роль партнеров как гарантов

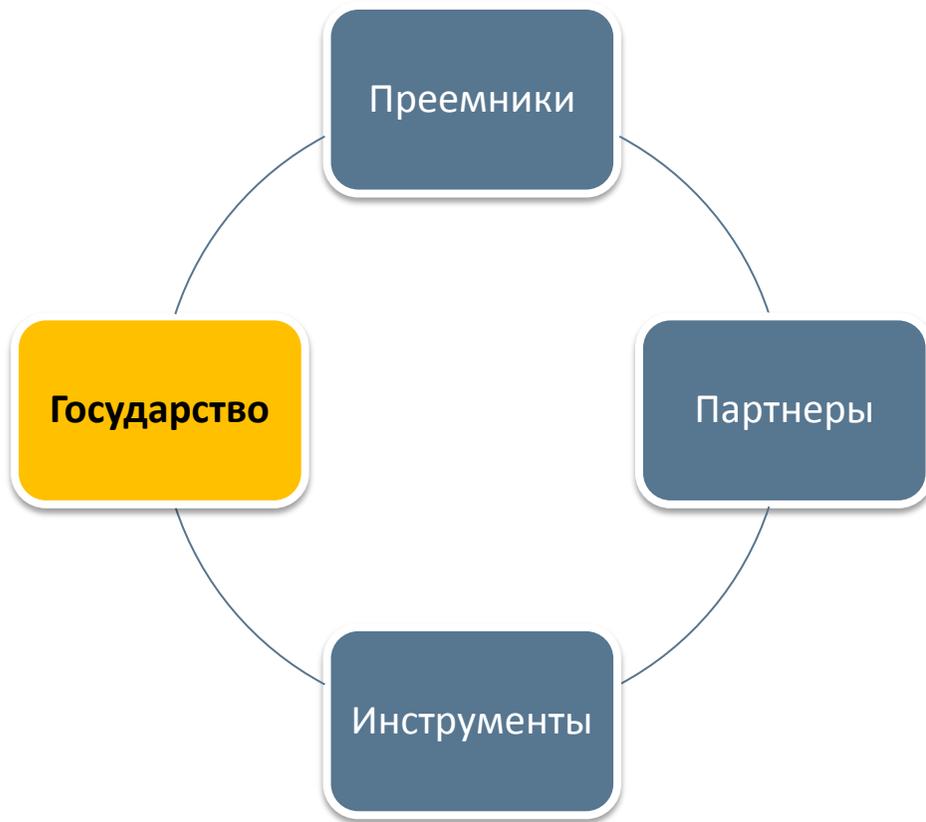
Инструменты



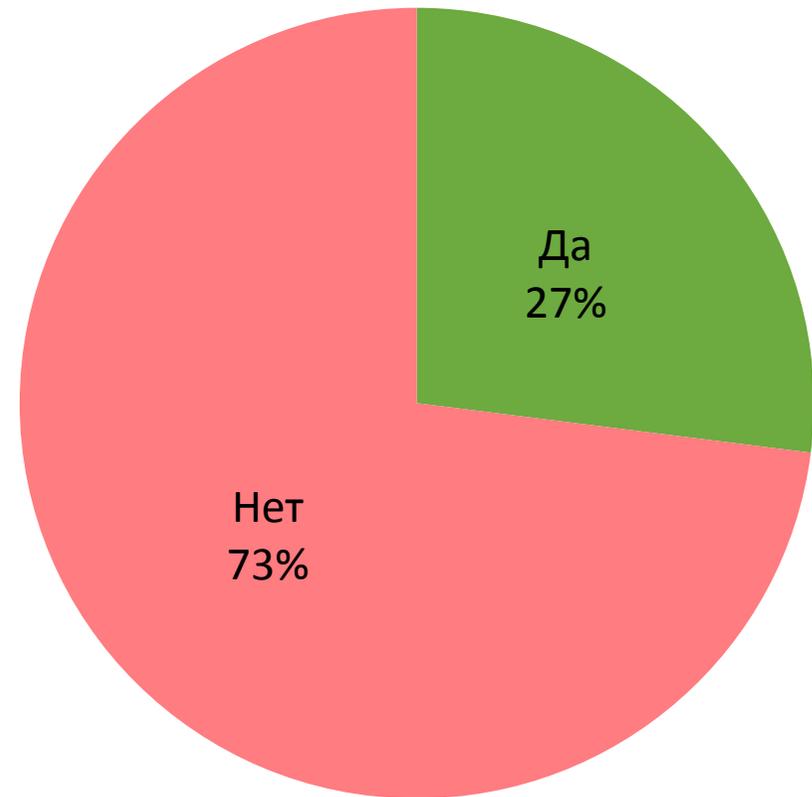
Наиболее известны (на 4 и 5):

- Иностранные трасты (74%)
- Завещание (70%)
- Структурирование прав собственности на доли в компаниях и другие активы с использованием иностранных юрисдикций (70%)

Государство



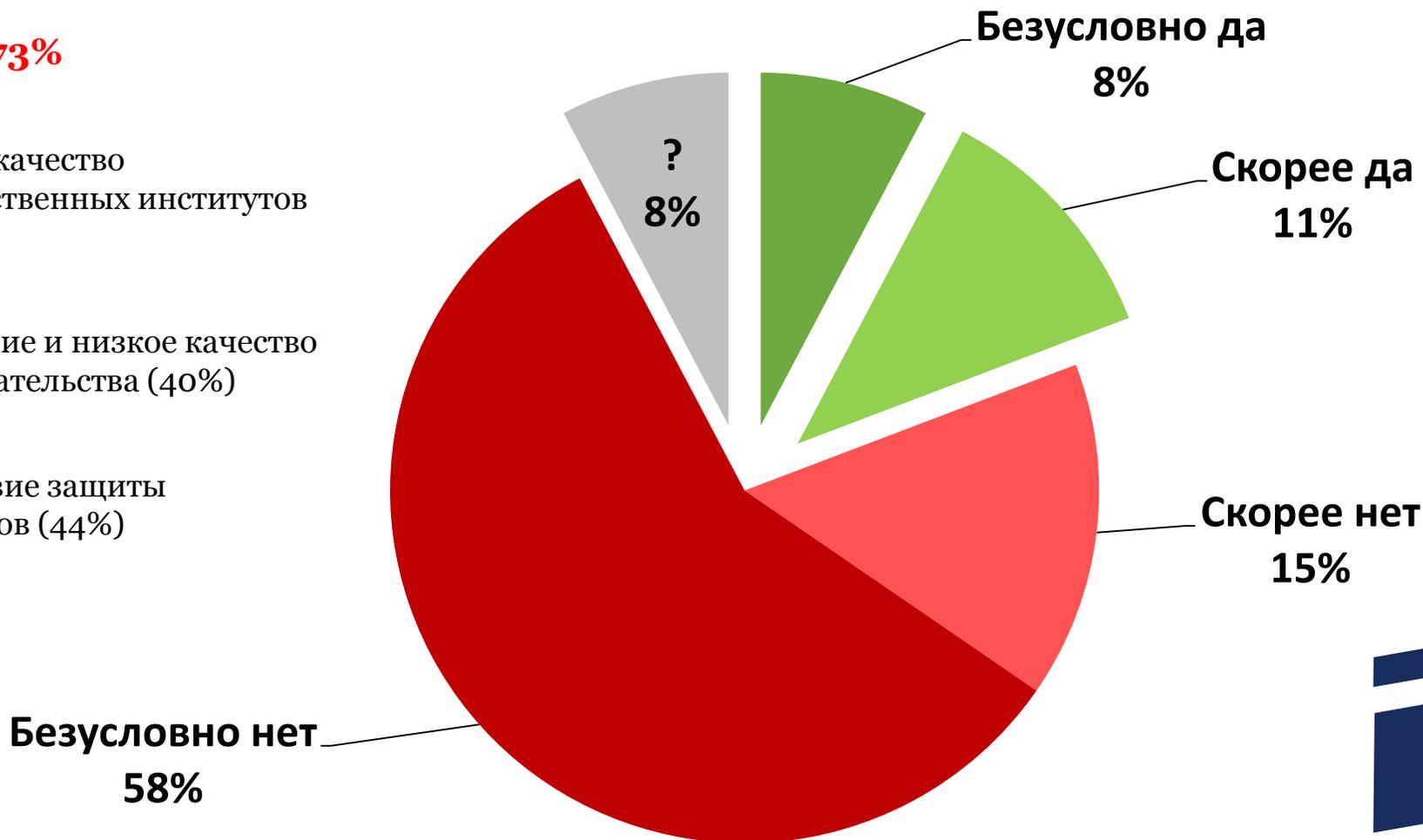
Семейные династии



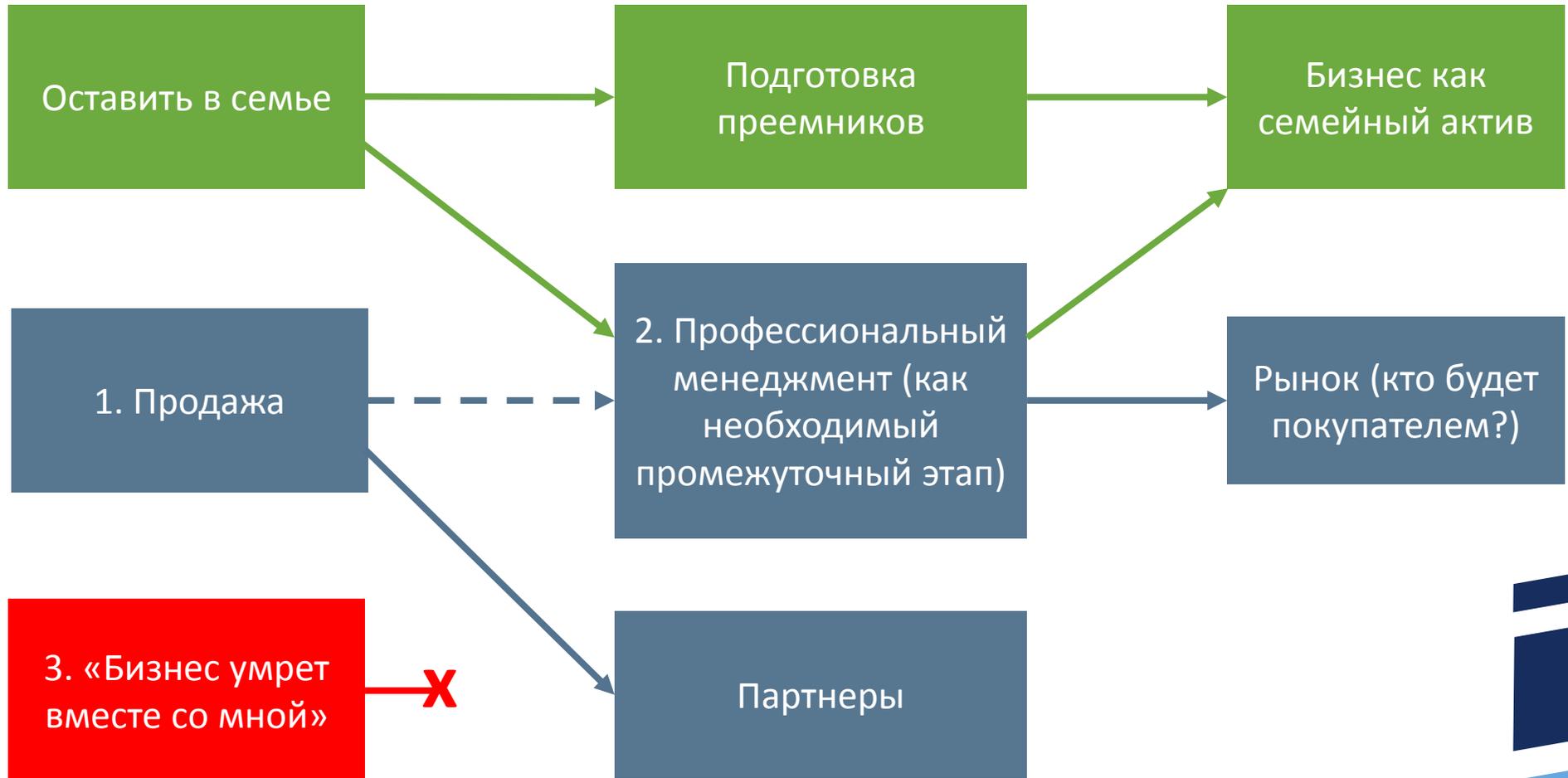
«Российский семейный фонд»

Против – 73%

- Низкое качество государственных институтов (48%)
- Недоверие и низкое качество законодательства (40%)
- Отсутствие защиты капиталов (44%)



Возможные сценарии



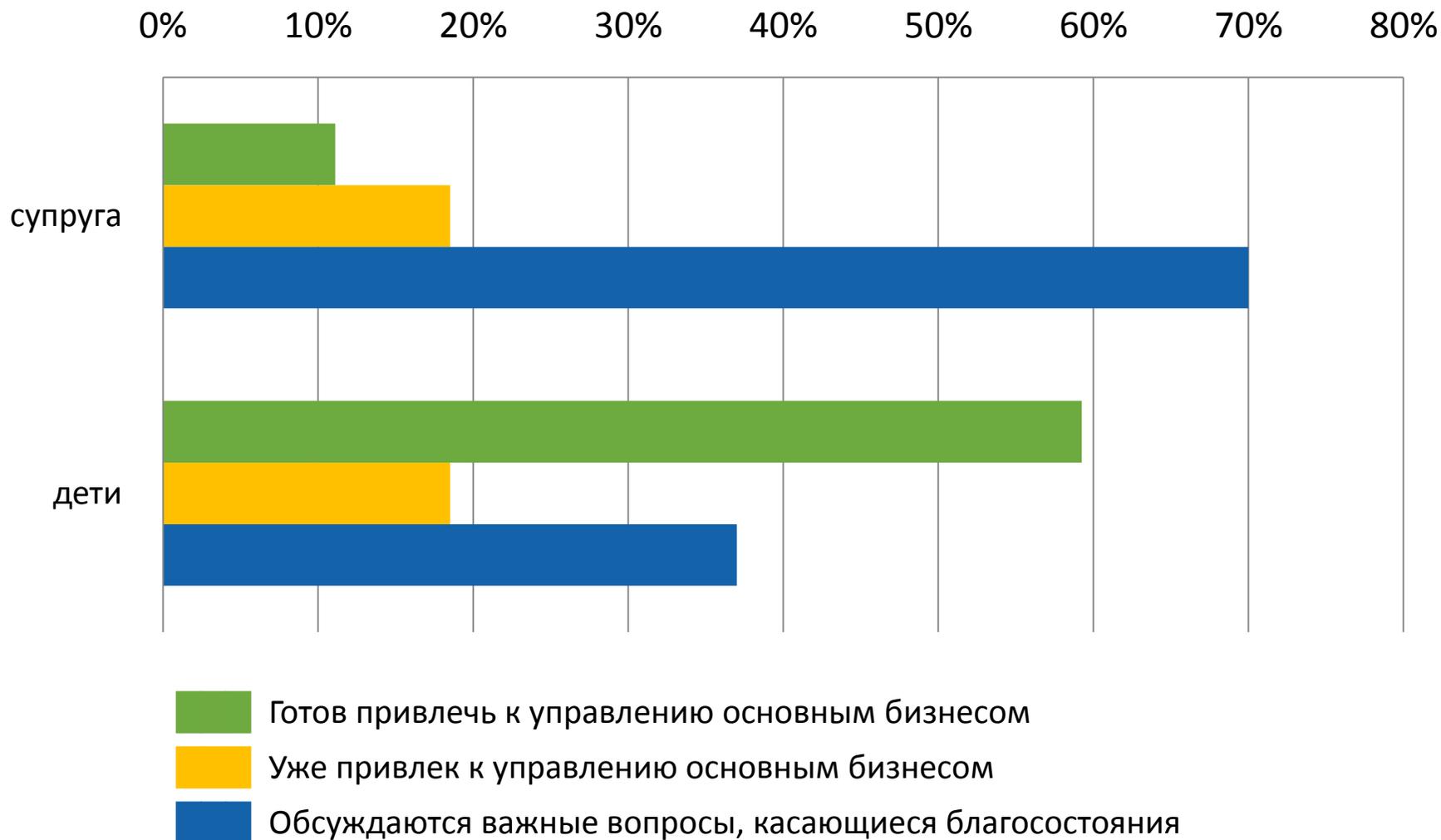
Как сохранить состояние в семье?

Осталось ли время для планирования преемственности?

- Средний возраст 200 богатейших бизнесменов России составляет 52 года, наших респондентов – 46 лет.
- Детей следует привлекать к участию в бизнесе с малого возраста



Участие семьи в вопросах, касающихся благосостояния



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Роман Абрамов, к. социол. н.

IV. ФИЛАНТРОПИЯ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

1. Мотивы участия в благотворительности
2. Вовлеченность российских владельцев капиталов в филантропию и их мотивация
3. Основные направления
4. Формы участия – традиционные и нетрадиционные
5. Вовлечение семьи и роль филантропии в сохранении семейных ценностей

Внешние и внутренние мотивы жертвователей



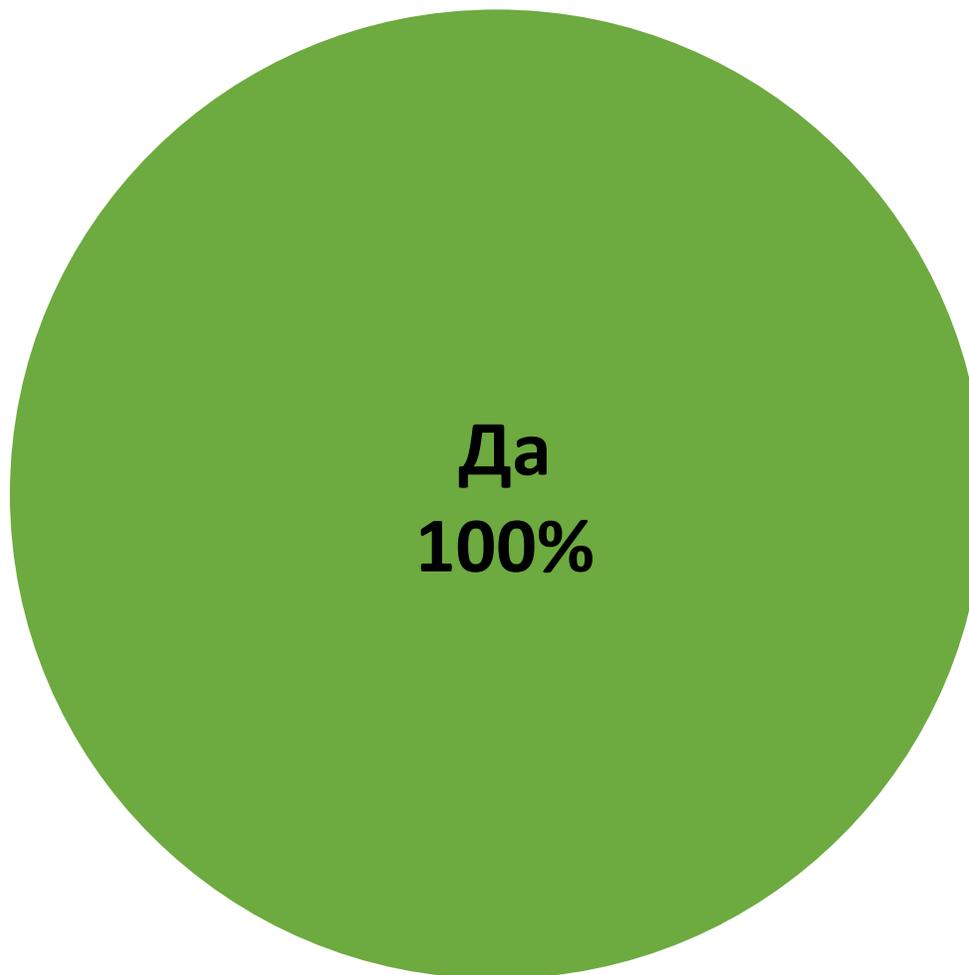
- Личный опыт и знание
- Просьбы и ходатайства
- Издержки и выгоды
- Альтруизм
- Репутация
- Психологические преимущества
- Ценностные ориентиры

Дополнительные мотивы HNWI участия в благотворительности



- Устойчивое финансовое положение
- Желание ограничить сумму, оставляемую наследникам/научить их ценить унаследованное имущество
- Стремление влиять на окружающий мир

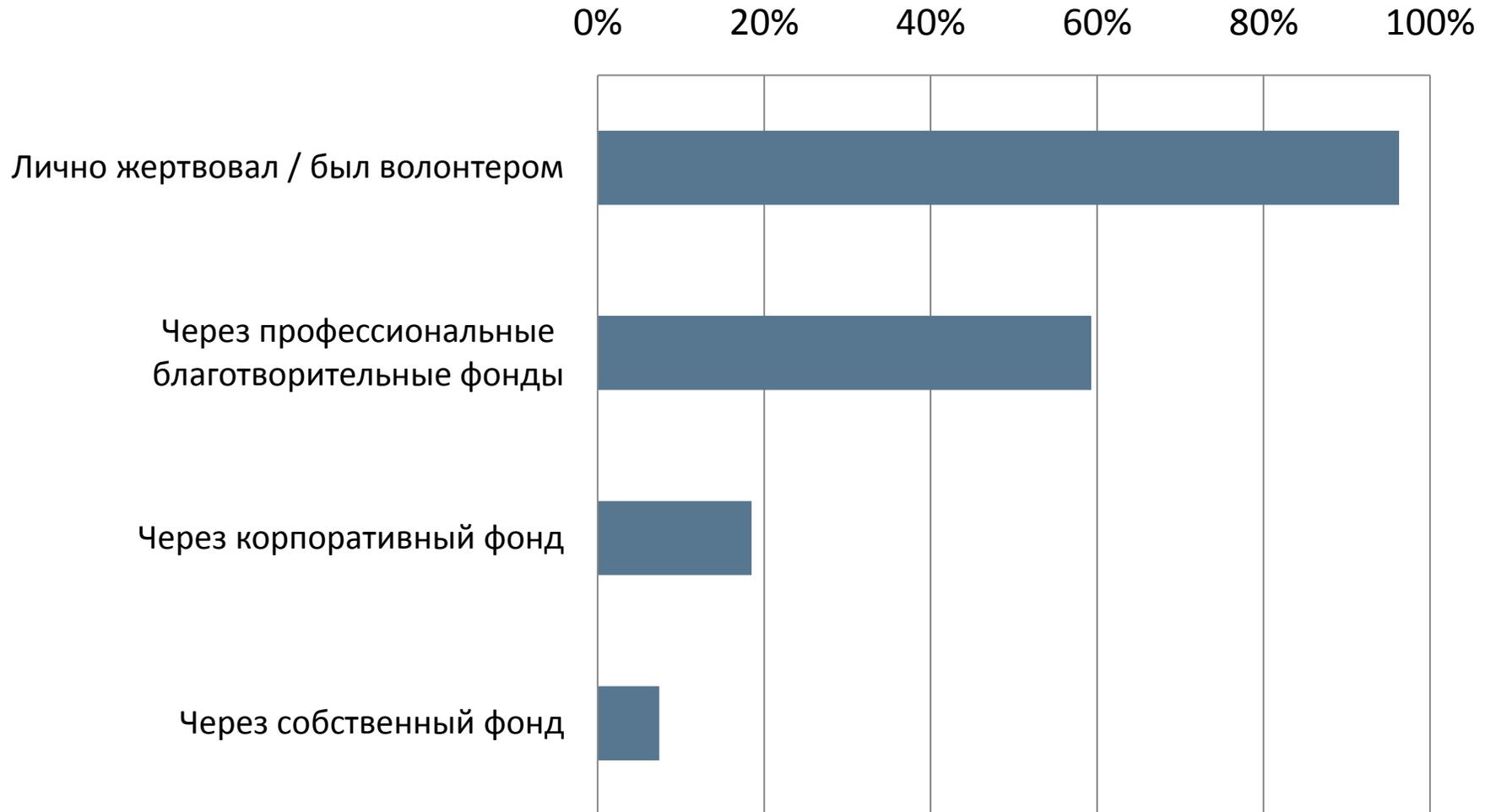
Участие в благотворительности



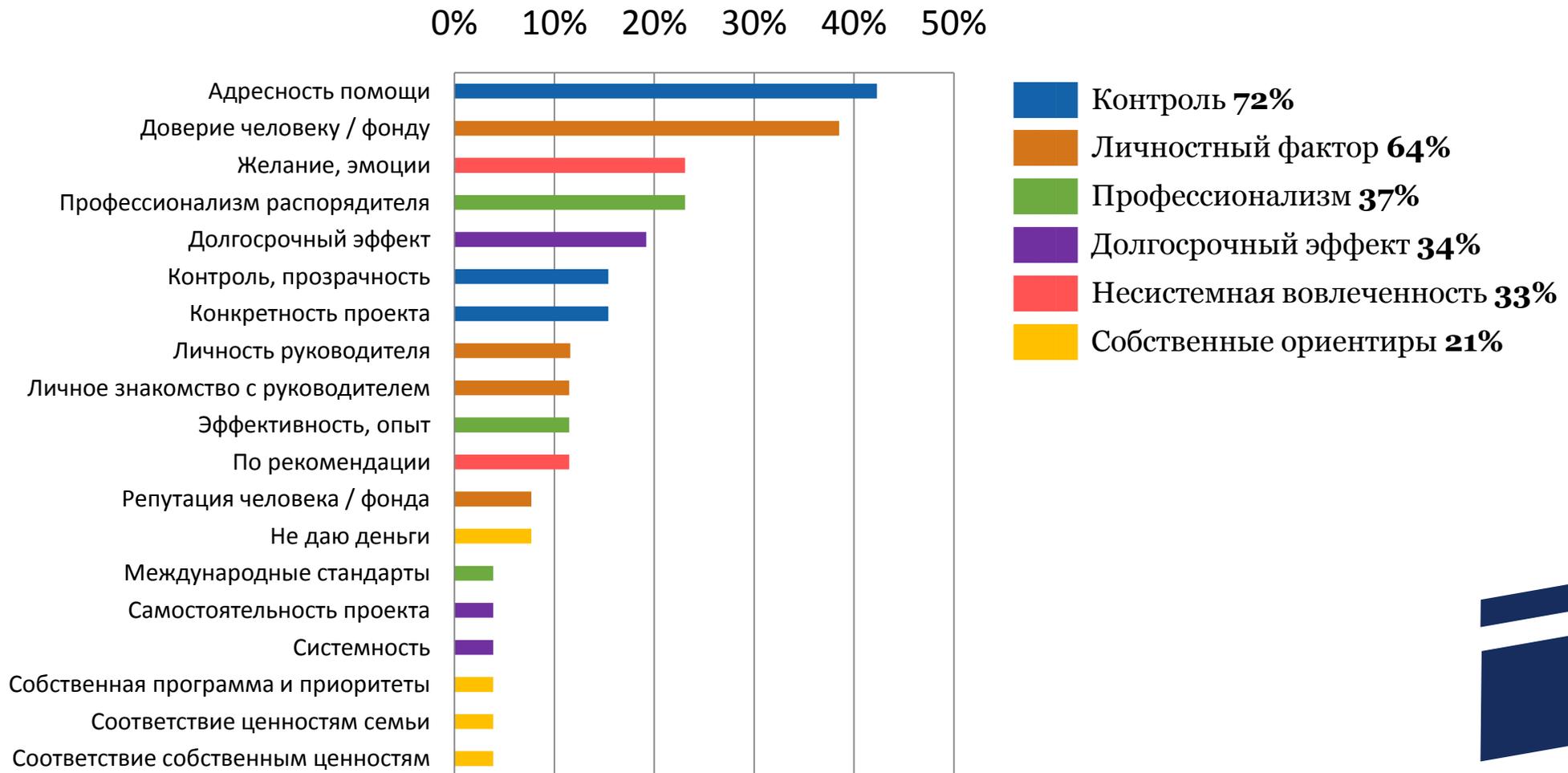
Основные направления благотворительности



Формы и инструменты



Принципы и мотивы



Метафоры восприятия важных форматов социальной ответственности



81,5%
Благотворительность и
филантропия



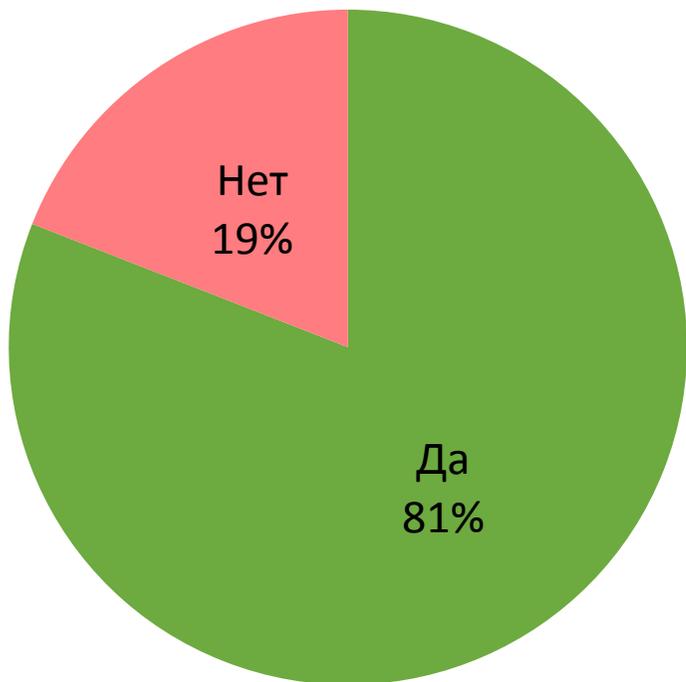
44,4%
Социальное
предпринимательство



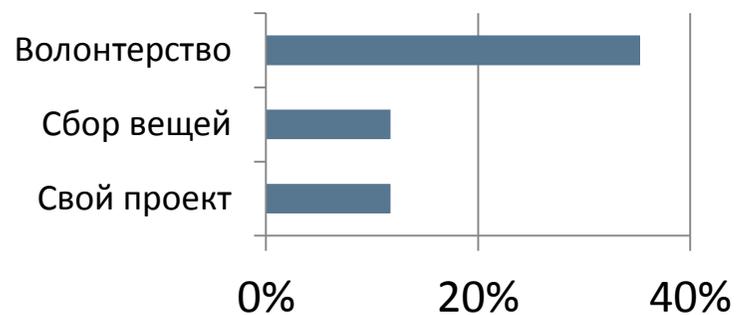
18,5%
Поддержка НКО и
общественных
объединений

Вовлечение детей

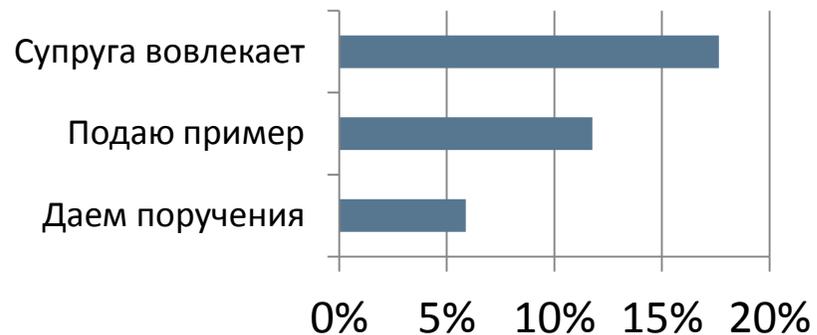
Вовлекаются ли дети?



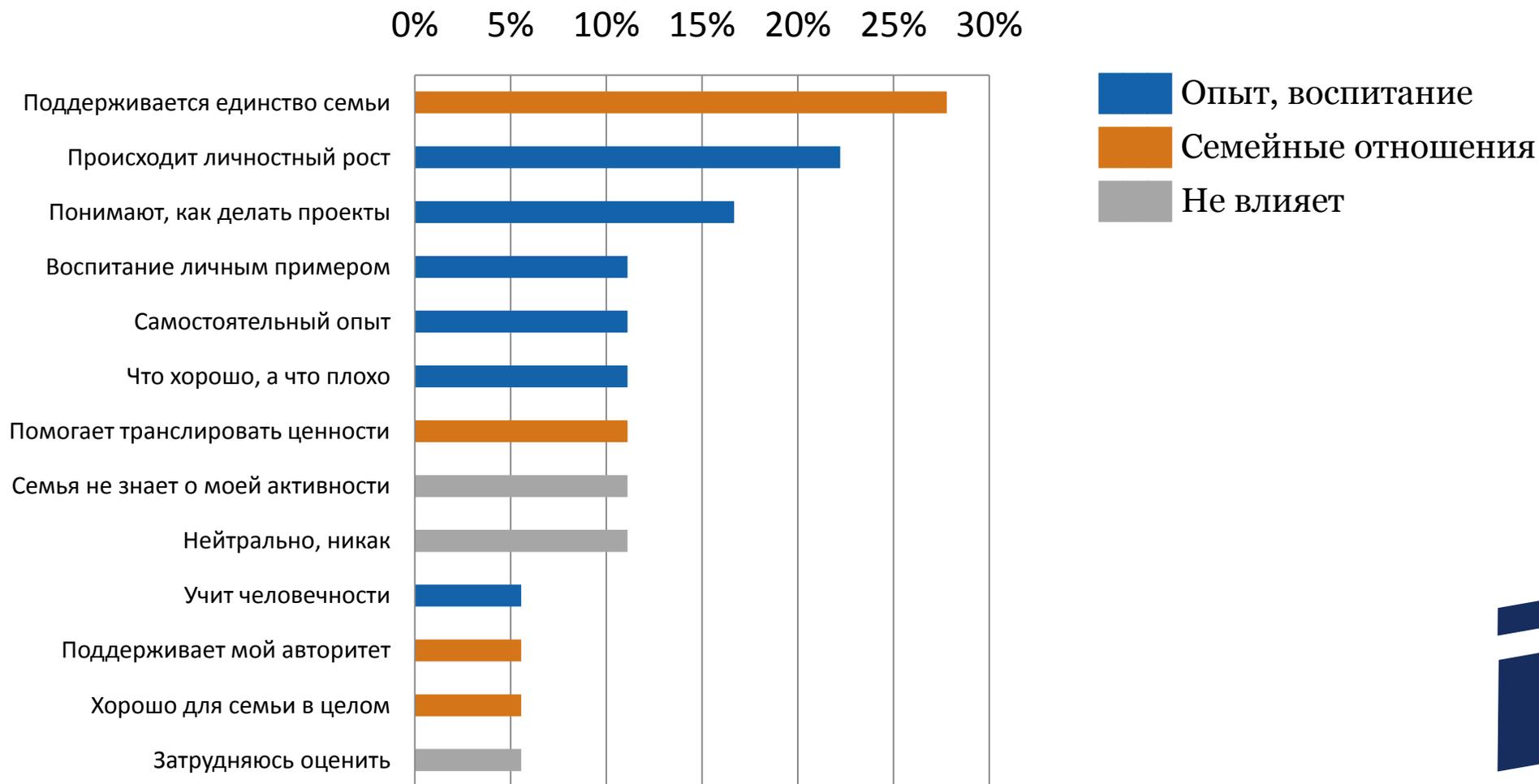
Самостоятельно



Взаимное вовлечение



Влияние на отношения в семье



Чья поддержка необходима

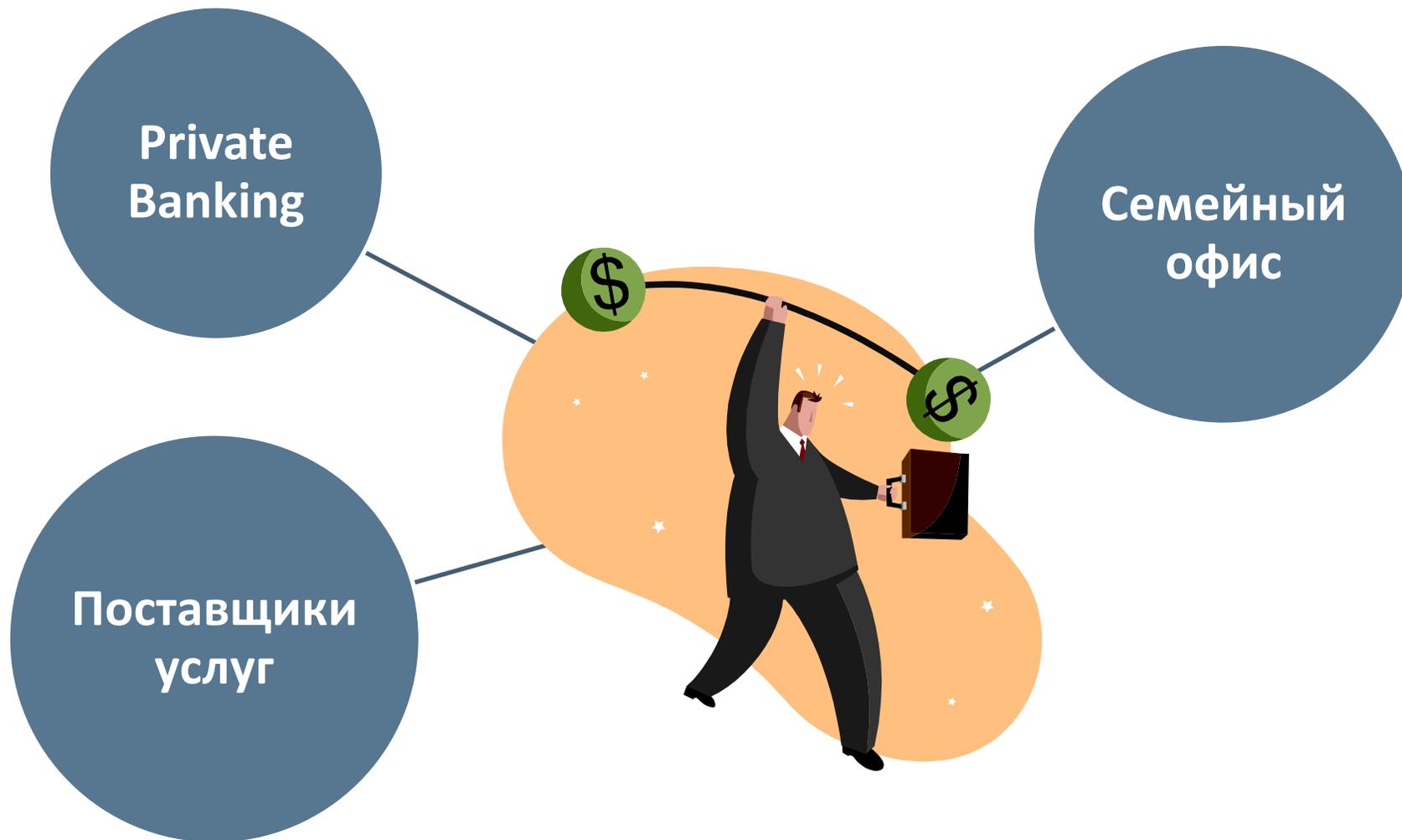


Руслан Юсуфов

V. ПОСТАВЩИКИ УСЛУГ

1. Типология сервис-провайдеров
2. Потребности владельцев капиталов
3. Оценка удовлетворенности оказываемых услуг
4. Критерии выбора управляющего благосостоянием
5. Запрос со стороны владельцев капиталов на собственных специалистов
6. Национальная индустрия управления благосостоянием

Поставщики услуг



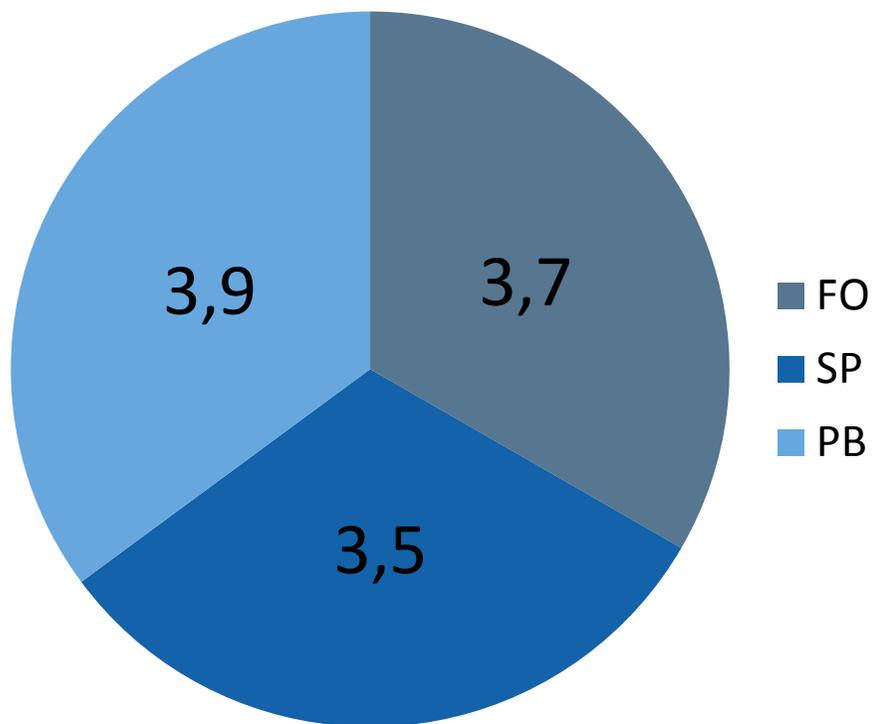
Потребности владельца капитала

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90%

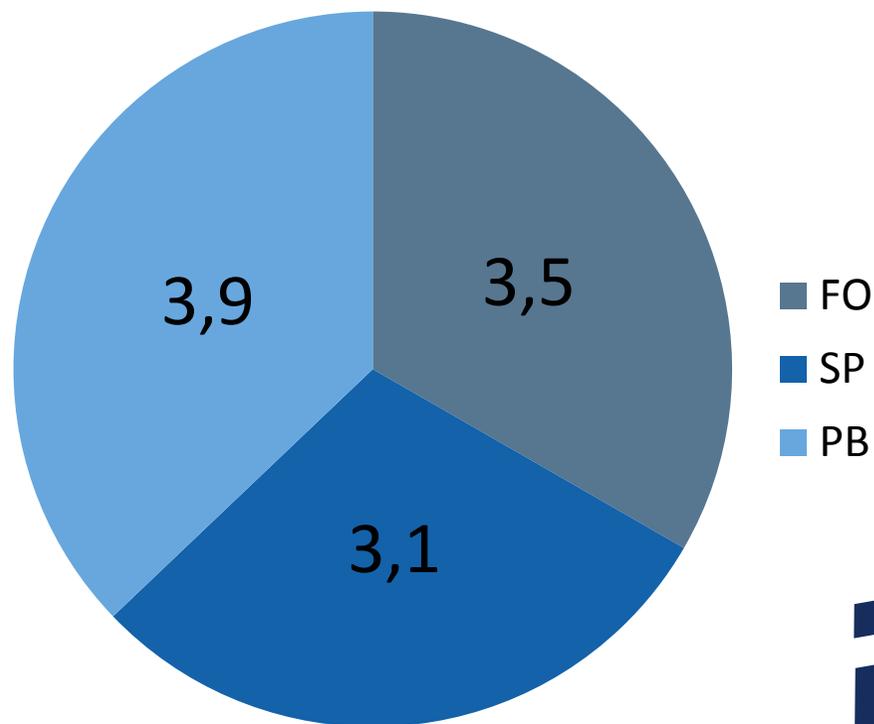


Оценка удовлетворенности

Финансовые консультации

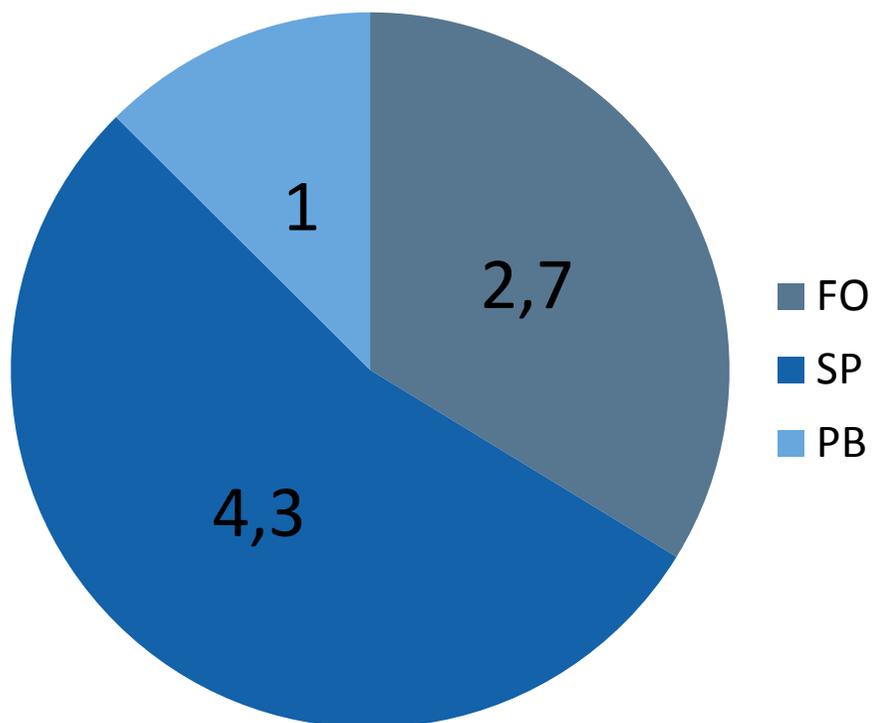


Управление активами

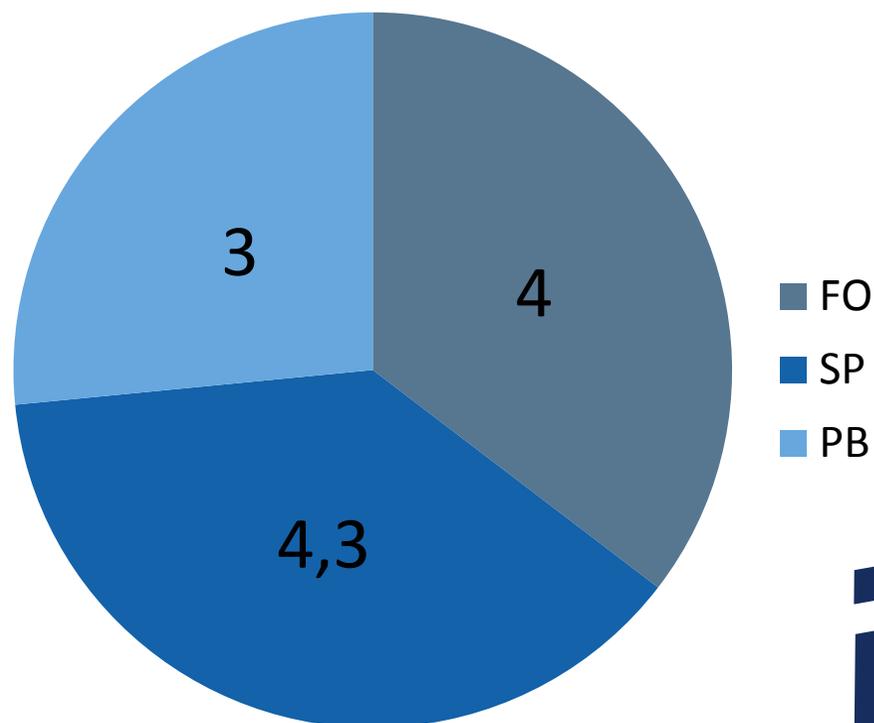


Оценка удовлетворенности

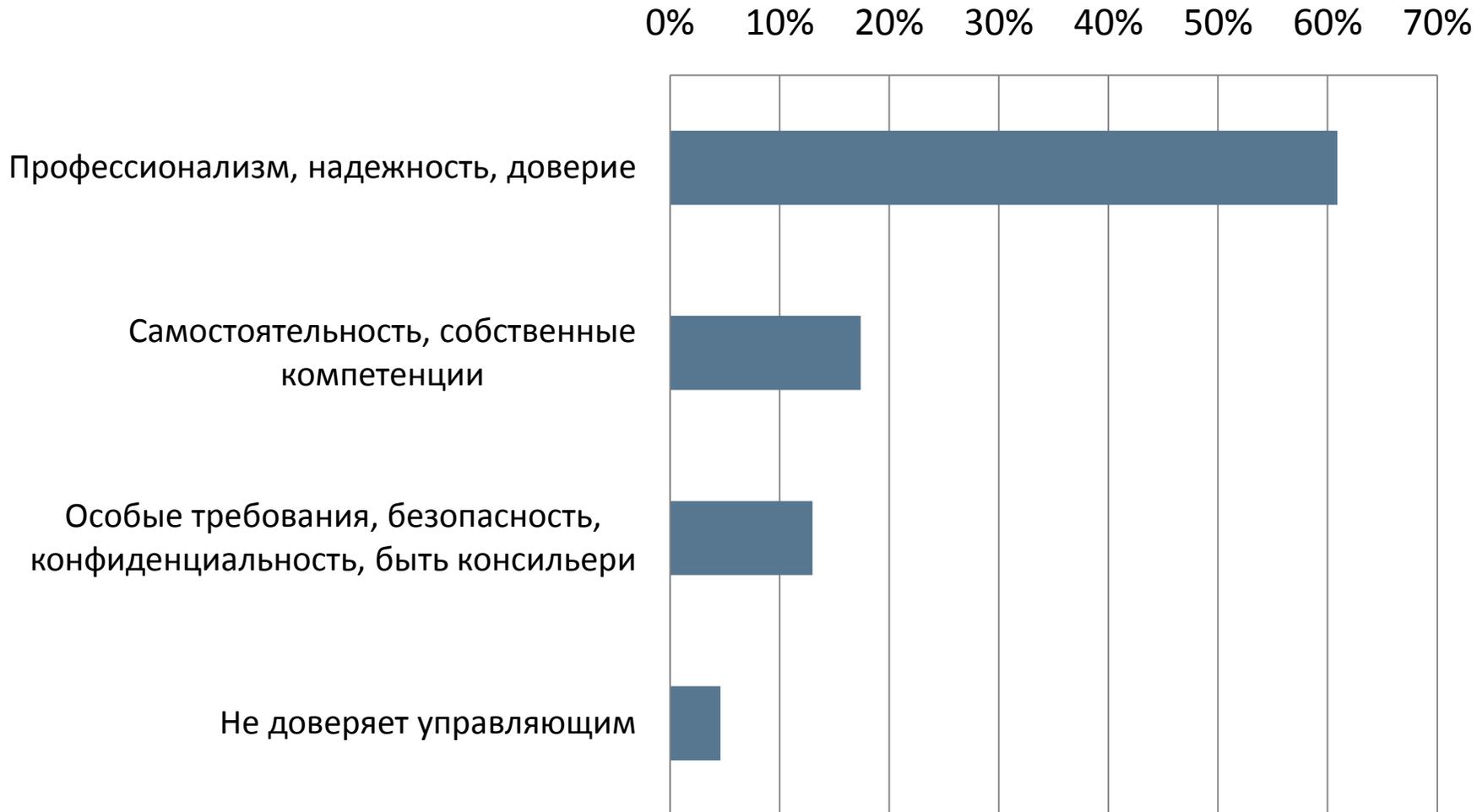
Образование и планирование карьеры



Организация досуга и отдыха



Критерии выбора управляющего



Собственные специалисты





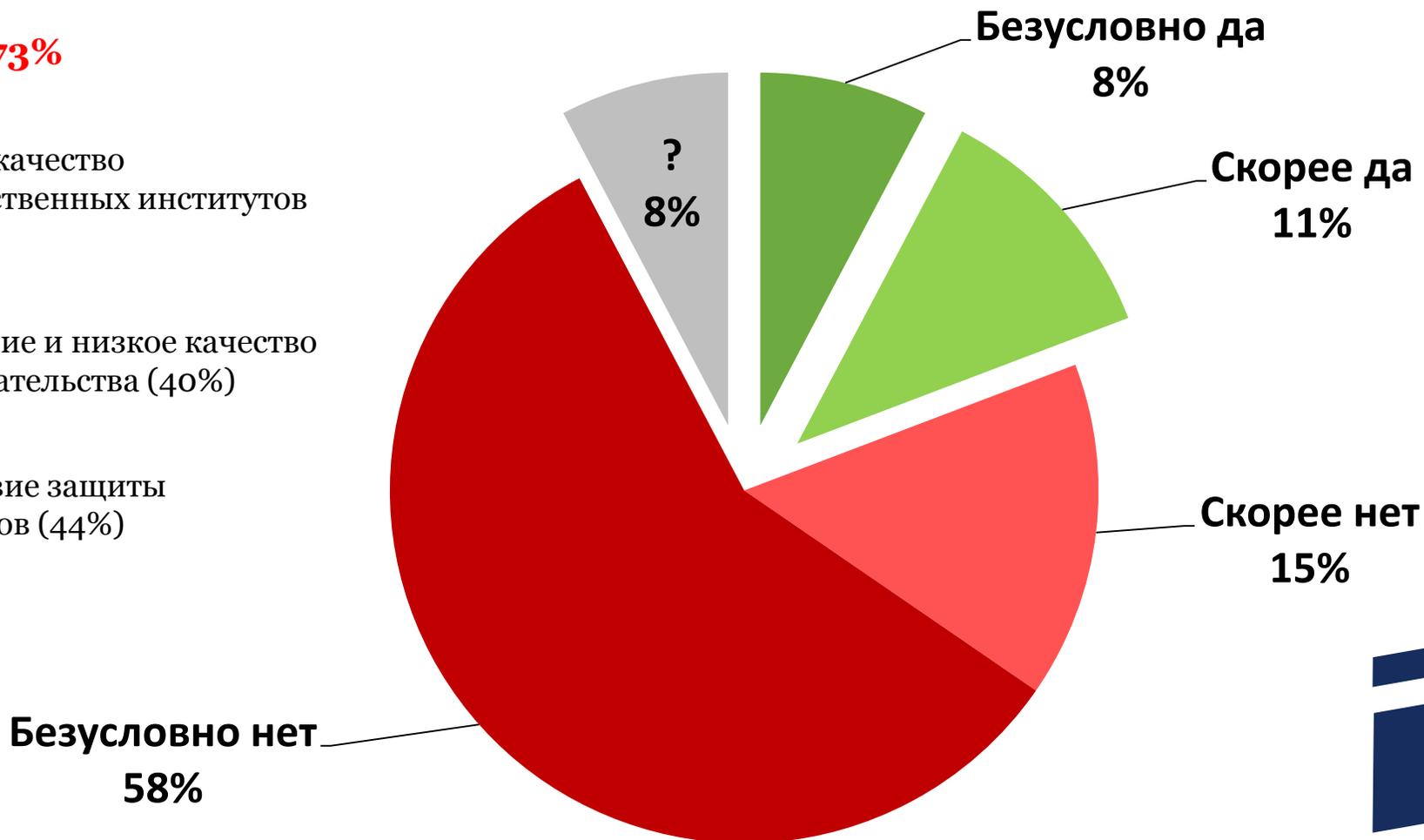
Могут ли поставщики услуг добиться успеха в развитии национальной индустрии управления благосостоянием?

- отсутствуют определенные правовые механизмы
- потребуется изменение законодательства и усилия по защите инвестиций

«Российский семейный фонд»

Против – 73%

- Низкое качество государственных институтов (48%)
- Недоверие и низкое качество законодательства (40%)
- Отсутствие защиты капиталов (44%)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!