С гарантией в будущее

Почему банки и family office обязаны принимать участие в образовании наследников

Передача капитала — это не только деньги. Это передача культурного кода, навыков обращения с капиталами и умения участвовать в бизнесе

Текст
АЛЕКСЕЙ ПАВЛЕНКО,
ЭКСПЕРТ В ОБЛАСТИ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ,
СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ **«Б.О»**



Банки и family office сегодня формируют траектории от детских курсов до executive-программ, потому что понимают: завтра решения будут принимать те, кому сегодня от 6 до 25 лет.

От однотипного класса 90-х — к многообразию траекторий

Когда в 1990-е формировался российский капитал, многое было неясно, но сам класс капиталмейкеров был относительно однотипен. За три десятка лет картина изменилась: появились новые поколения предпринимателей, криптоинвесторы, частные инвесторы разных возрастов и различного происхождения — айтишники, представители промышленности, торговцы, финансисты. Это не просто демографическая перемена; это смена ожиданий, ценностей и образа жизни.

Наследники — от 6 до 25 лет — уже завтра будут принимать решения. Их «вливание» в культурный код семьи и в финансовую практику становится одной из центральных задач банков и family office.

Что такое «образование наследников» в терминологии private

Когда мы говорим об «образовании наследников», мы имеем в виду не классическую школу или вуз. Речь идет о междисциплинарном, зачастую внешкольном, обучении — о сочетании практики и смысла, которое дает человеку способность быть частью семейного капитала.

На стыке дисциплин и компетенций формируются те качества, которые необходимы наследникам. В современной терминологии их можно разбить на три крупных блока:

- **hard skills** — базовая финансовая грамотность; понимание структуры инвестиций, экономики доходов и расходов, основ налогообложения, простейших механик фондового рынка; прикладные знания, необходимые для ведения бизнеса или инвестирования. Это не абстрактная теория — это инструменты, которые пригодятся в повседневных финансовых делах семьи;
- **soft skills** — коммуникация; умение строить и поддерживать сеть контактов; критическое мышление; способность разрешать деловые и семейные конфликты; умение вести переговоры и представлять интересы семьи в публичных и закрытых средах;
- **практика** — реальная проектная работа: летние проекты, стажировки в стартапах и семейных предприятиях, практика в фондах и инвестиционных командах. Практика — то, что превращает знания в навык и привычку управлять капиталом.

Сочетание этих трех уровней формирует культурный код, дающий наследнику возможность сохранить и приумножить капитал, а банку — шанс работать с семьей «сквозь поколения».

Зарубежный опыт: форматы и практики

На Западе банки и богатые семьи пошли по этому пути раньше и тестируют разные форматы: от широких саммитов до узких клубных сообществ.

Например, международные саммиты HSBC в 2024–2025 годах демонстрировали значительный охват аудитории и выделенные private-форматы для wealth-аудитории; в 2025 году мероприятия HSBC собрали около 4 тыс. делегатов, при этом в рамках частных сессий участвуют сотни клиентов.

Standard Chartered развивает форматы, в которых сочетаются инвестиционные возможности и закрытая клубная атмосфера — private markets-клубы, ориентированные на co-investing и создание непрерывной среды взаимодействия клиентов и экспертов.

Нельзя забывать и о том, что многие российские семьи массово используют западные интенсивы и краткосрочные программы: это не всегда полное образование за границей, часто — недельные или двухнедельные интенсивы в Швейцарии, Нидерландах и других центрах, где ребенок получает «атмосферу» и опыт, который сложно воспроизвести локально. Такие поездки играют роль дополнительного образовательного импульса и становятся частью траектории формирования навыков и кругозора.

Что уже есть в России — практики и фрагментация

В России инфраструктура для таких программ существует: крупные образовательные экосистемы, площадки и инициативы — SberUniversity, Skolkovo и профильные программы в вузах. При этом сами банки и инвестиционные компании периодически запускают собственные форматы.

Из личного опыта отмечу, что есть, пусть не масштабные, но весьма удачные примеры отдельных программ: «Альфа-Капитал 6+» — с игровыми и развлекательными элементами для младших; «Альфа-Капитал 12+» — с базовой финансовой грамотностью; «ВТБ Инвестиции 12+/14+» — с практическими задачами и кейс-разбором.

Нередко крупные игроки снимают площадку и на один-два дня собирают экспертов рынка или приглашают аниматоров и специалистов для младших групп — все в зависимости от задачи. Эти штучные проекты полезны, но чаще остаются точечными.

Главная проблема сегодня — не в отсутствии программ, а в их разрозненности: многие инициативы существуют как отдельные акции, но не связаны в единую, сквозную траекторию «от ребенка к взрослому». Именно здесь открывается окно для стратегического преимущества тех, кто захочет выстроить полноценную линейку продуктов.

Дорожная карта

Коротко и по делу — есть четыре приоритета.

1. Разделять продукты по возрасту и по смыслу:
   - 6+ — игровые, визуальные форматы с аниматорами и простыми заданиями;
   - 12+ — базовая финансовая грамотность, простые задачки;
   - 14–18 — более серьезные кейсы, знакомство с инструментами рынка;
   - 18+ / executive — internships, mentorship и программы по управлению семейными активами.
2. Связывать форматы в такие траектории, чтобы окончание одного этапа гарантировало доступ к следующему.
3. Партнерства с площадками (Skolkovo, SberUniversity, профильные вузы и международные школы) для совместных треков и обмена экспертизой.
4. Пытаться измерять эффект: метрики — доля семей, продолжающих сотрудничество сквозь поколения; вовлеченность наследников в проекты семьи; качество и количество поступлений в профильные программы.

Маленькие жесты — большая роль бренда

Фирменные наборы: блокноты, карточки-игры, мягкие игрушки, визуальные пособия — это не просто мерч. Это точечные инструменты ранней социализации, которые формируют у ребенка ассоциацию: «Этот банк и этот бренд помогают мне понять деньги». Верное дозирование таких точек контакта — честная стратегия win-win: ребенок получает радость и ощущение заботы, банк — долгосрочную узнаваемость и эмоциональную связь.

Вызов: почему промедление дорого обходится

Можно считать, что рынок уже поделен; многие семьи держат несколько банковских связок. Следующая волна перераспределения активов зависит от решений молодого поколения. Дети 6+, 12+, 14–18 через 3–10 лет будут принимать ключевые решения: их лояльность — не «плюшка», а стратегический, коммерческий актив. Банк, ограничивающийся единичными акциями, рискует упустить целое поколение клиентов.

Образование наследников — это не пиар-ход с раздачей блокнотов. Это стратегическая инвестиция в устойчивый клиентский сегмент. Россия располагает ресурсами и площадками; задача — связать их в архитектуру, которая будет работать через поколения. Тот, кто сделает это первым, обеспечит себе устойчивый клиентский сегмент завтра. Б.О