

банк практика

Подставляя плечо депозита

финансы

(Окончание. Начало на стр. 17)

В целом на долю десяти крупнейших FOREX-брокеров приходится около 95% рынка как по числу клиентов, так и по объему их оборотов, что характеризует данный сегмент финансового рынка как сегмент с очень высокой концентрацией участников.

Тихий диалог

Если сравнивать результаты нынешнего нашего исследования с результатами годичной давности, то можно отметить несколько существенных факторов.

Рынок FOREX, включая российский сектор, как и большинство других мировых финансовых рынков, находится в ситуации стагнации вследствие кризисных процессов в мировой экономике. Трейдеры, опасаясь возросших рисков, а также зачастую не имея свободных денег, вынуждены сокращать инвестиции на рынке FOREX.

2012 год ознаменовался низкой волатильностью рынка FOREX, что означает низкие доходы для FOREX-брокеров и отток клиентов. Такое неблагоприятное состояние рынка обострило конкуренцию, вынуждая брокеров инвестировать средства в развитие инфраструктуры (в том числе региональной), разработку новых клиентских продуктов, создание нового программного обеспечения.

Некоторые брокеры сумели воспользоваться ситуацией и даже существенно увеличить свое присутствие на рынке, как это сделала компания TeleTRADE.

С другой стороны, многие компании предпочли пойти по пути сокращения издержек. В недалеком будущем такие игроки будут вытеснены с рынка крупнейшими FOREX-брокерами, особенно с учетом перспективы введения государственного регулирования рынка.

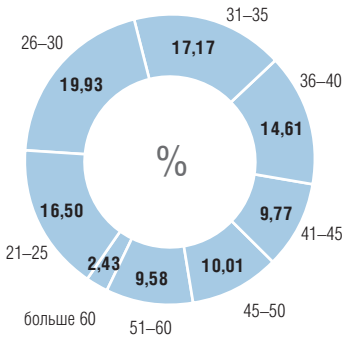


Рынок FOREX может стать доступным инструментом повышения финансовой грамотности населения
ФОТО ИЛНЫ ГРИВОВСКОЙ

В 2012 году стала очевидной тенденция интеграции бизнеса FOREX-брокеров с бизнесом банков и инвестиционных компаний. Так, о намерении предложить частным клиентам услуги на рынке FOREX

ВОЗРАСТ КЛИЕНТОВ (%)

источник: иф-цэа



объявил Сбербанк. ВТБ и Альфа-банк уже сейчас имеют дочерние структуры, весьма успешно наращивающие объемы своих операций в данном сегменте рынка. Также на рынке FOREX присутствуют и инвестиционные компании: «Финам», «Метрополь», БКС. Это закономерно, так как в последние годы сокращаются возможности работать на фондовом рынке.

2012 год запомнился открытым диалогом между участниками финансового рынка, активным обсуждением вопросов развития финансового рынка вообще, активным развитием модели саморегулирования, выработкой стандартов индустрии.

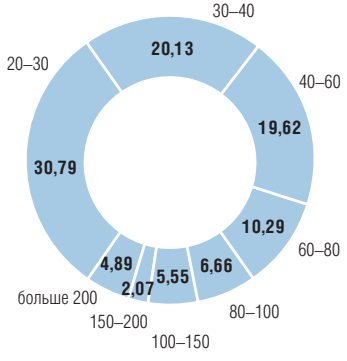
Сейчас завершается подготовительный период регулирования рынка FOREX, почти все предложения со стороны отрасли согласованы с большинством заинтересованных коллег, с министерствами и

ведомствами. С введением регулирования рынка FOREX появится возможность привлечь на этот рынок осторожных инвесторов, а их большинство. Регулирование упростит работу тем, кто пришел надолго, и осложнит тем, кто намерен быстро заработать и уйти с рынка.

Если рынку FOREX удастся получить официальное признание, найти место на финан-

ЗАРАБОТОК КЛИЕНТОВ (ТЫС. РУБ.)

источник: иф-цэа



совом рынке, как это есть в большинстве более развитых в финансовом плане государств, в России может произойти существенное увеличение рынка FOREX.

Потенциал роста рынка еще есть: рынок сможет продолжать расти ближайшие два-три года. Если же будет реализован механизм надзора и контроля и рынок станет более защищенным, надежным и прозрачным, горизонт его роста расширится.

История регулирования

Госрегулирование может существенно повысить доверие к рынку FOREX. Безусловно, введение госрегулирования окажет шоковое воздействие на российский рынок, что может дать как позитивные, так и негативные результаты.

В США, например, это привело к стагнации отрасли. Требования к капиталу FOREX-компаний в США росли стремительно: в 2007 году минимальный капитал составлял \$500 тыс., потом вырос до \$1 млн, сейчас он составляет \$20 млн. FOREX-компании в США закрываются или переходят в другие юрисдикции не только из-за повышения планки требований к минимальному капиталу, но и из-за ужесточения других требований, среди которых запрет на корректировку цен, запрет на плечо более чем 1 к 100, запрет на возможность открывать на клиентском счете встречные позиции. В Европе нет ограничений на размер плеча, но инвестиционная компания, которая ведет сделки FOREX для клиентов, должна уязвлять размер плеча с требованиями пруденциального надзора. В Канаде разрешено плечо 1 к 33, в Японии — 1 к 40.

Но в целом история регулирования рынка FOREX позитивна для рынка, поскольку вводит его в правовую форму, улучшает качество институтов, работающих на нем, увеличивает уровень защищенности клиентов, вследствие чего повышается доверие клиентов к рынку.

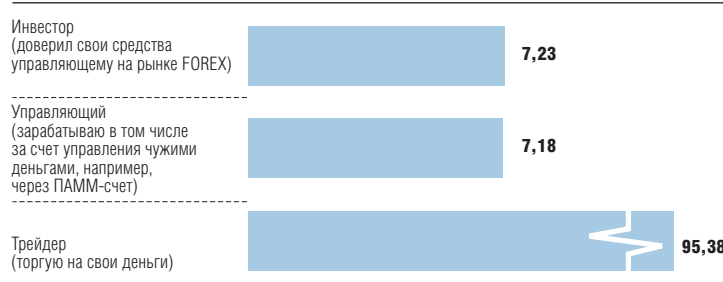
Рынок FOREX должен регулироваться федеральным законом. Для этого есть два пути: либо создавать новый закон, либо включать в закон о рынке ценных бумаг главу о дилерской деятельности на внебиржевом рынке FOREX.

Цель регулирования — сделать бизнес прозрачным, защищенным для инвесторов, вытеснить с рынка не только офшоры, но и компании, которые действуют недобросовестно.

С приходом на рынок FOREX инвестиционных компаний и банков может обостриться кон-

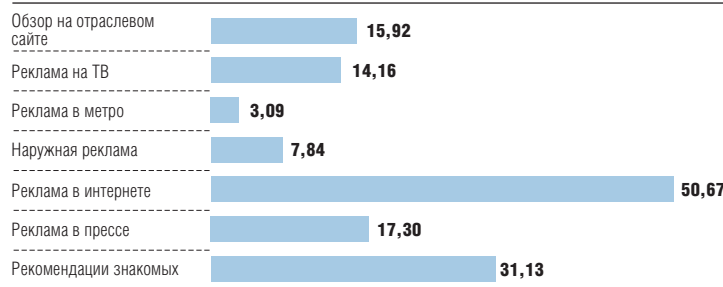
КАТЕГОРИИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА FOREX (%)

источник: иф-цэа



ОСНОВНОЙ КАНАЛ ИНФОРМАЦИИ О FOREX-БРОКЕРАХ (%)

источник: иф-цэа



Объемы операций форекс-брокеров

Компания Среднемесячный оборот

Компания	№	\$ млрд
Alpari	1	84,9
Forex Club	2	55,8
TeleTRADE	3	46,4
Forex4you	4	5,4
Insta Forex Companies Group	9	3,1
Admiral Markets	8	3,6
Finam	5	4,7
RoboForex	14	0,8
FxPro	6	4,2
AlfaBank	7	4,0
FOREX MMCIS group	16	0,5
Fibo	11	2,3
NordFX	13	0,9
VTB24	10	2,3
FreshForex	12	0,9
BCS	15	0,7
Hedge Total	17	0,5
Fx-Trend	18	0,3

Численность активных клиентов форекс-брокеров

Компания № тыс. человек

Компания	№	тыс. человек
Alpari	1	93,6
Forex Club	2	71,4
TeleTRADE	3	59,3
Forex4you	4	24,7
Insta Forex Companies Group	5	14,2
Admiral Markets	6	5,3
Finam	7	5,0
RoboForex	8	5,0
FxPro	9	4,5
AlfaBank	10	4,3
FOREX MMCIS group	11	4,0
Fibo	12	3,8
NordFX	13	2,8
VTB24	14	2,5
FreshForex	15	2,0
BCS	16	1,5
Hedge Total	17	1,5
Fx-Trend	18	1,0

куренция, но в этом есть позитивная сторона. Если клиенту нужны разные инструменты, то их необходимо предоставлять. И участники финансового рынка должны корректно с этим работать. Это приведет к росту конкуренции, но и к росту качества услуг.

Конкуренция на российском рынке услуг FOREX-брокеров может существенно обостриться и за счет прихода крупных иностранных компаний.

МОТИВ РАБОТЫ НА РЫНКЕ FOREX (%)

источник: иф-цэа



В настоящее время на рынке присутствует ряд зарубежных игроков, работающих преимущественно через интернет, но довольно сильных и обладающих хорошим потенциалом для последующего развития бизнеса в России. С введением норм регулирования эти компании могут физически прийти в Россию. Это IG Group (Великобритания), FXCM (США), Oanda, Gain (forex.com). Они уже обслуживают некоторых российских клиентов, но пока своих офисов в России у них нет.

Перспективы всеобща

Потери граждан России в 2012 году от участия в финансовых пирамидах оцениваются примерно в 32 млрд руб. По статистике, на ММВБ сейчас зарегистрировано 1,2 млн счетов частных клиентов, то есть менее 1% населения. Для сравнения: в Соединенных Штатах 58% сбережений населения прямо или косвенно во-

жены в инструменты фондового рынка, в том числе через коллективные инвестиции и FOREX. В Китае 60% денег на фондовом рынке составляют сбережения населения.

В целом это свидетельствует о весьма низкой финансовой грамотности наших сограждан. Такая некомпетентность зачастую является основой для мошеннических действий со стороны недобросовестных брокеров, что может выражаться в банальной краже средств со счетов клиентов, проскальзываниях, ложной рекламе, навязывании ненужного и дорогостоящего программного обеспечения, побуждении клиентов к чрезмерной торговой активности.

Предоставление услуг на рынке FOREX становится все более технологичным. В том числе это выражается в возможности пользоваться мобильными приложениями, работать через мобильные устройства.

На смену фиксированным платформам приходит набор приложений. Теперь на изменение торговой платформы уходит не месяцы, а несколько часов. Клиент может выбрать свой набор инструментов и платить только за то, что выбрал.

По своей сути, FOREX становится доступным финансовым инструментом для широких слоев населения. Рынок FOREX может быть хорошей точкой входа на финансовый рынок: через него гражданин может понять основы анализа, узнать, что собой представляет электронная торговая платформа, и после этого начать работать с классическими фондовыми инструментами. В этом смысле большой потенциал есть не только для FOREX, но и вообще для финансового рынка.

Повышение финансовой грамотности населения и осознание рисков, свойственных рынку FOREX, сделают этот рынок более популярным в России.

Алексей Буздалин, главный эксперт «Интерфакс-ЦЭА»

ПЕРИОДИЧНОСТЬ РАБОТЫ НА РЫНКЕ FOREX (%)

источник: иф-цэа



ГЕПАРД-ЭКСПРЕСС САМАЯ БЫСТРАЯ ДОСТАВКА В СТРАНЕ

- Гарантированная доставка банковских документов по РФ
- Централизованное хранение и дистрибуция расходных и рекламных материалов для всех отделений банка
- Уникальная технология доставки кредитных карт «КартаНаДом»



8-800-555-54-45

www.spsr.ru

Зазывная сила бренда

лояльность

(Окончание. Начало на стр. 17)

Еще один нестандартный игрок, пришедший из среднего бизнеса, — «Гинькофф» — в 2012 году даже вошел в тройку ведущих рекламодателей вместе с госбанками Сбербанком и ВТБ, хотя узнавания бренда ему это не добавило.

На рынке розничного кредитования интересную борьбу продолжают игроки, исторически первыми занявшие эту нишу, «Русский стандарт» и «Хоум Кредит». Последний лидирует по количеству оформленных потребкредитов — 5% против 3%, несмотря на то что «Русский стандарт» много инвестировал в продвижение этого продукта и предлагал более выгодные условия. Эксперты связывают это с более активным присутствием «Хоум Кредит» в местах продаж (в сетях, у дилеров) и привлекающей постсоветский менталитет фирменной красной бренд-уникальностью. Рекламу этого банка вспомнили 9%, с подсказкой — 23% (тогда как, например, занимающий второе место ВТБ 24 — 16%).

«Русский стандарт» лидирует по числу открывших в прошлом году кредитные карты людей — 4% против 3% у «Хоум Кредит».

Оба банка демонстрируют отличную конверсию, а это показатель эффективности именно маркетинговой деятельности, когда знание о бренде тол-

кает людей на пользование услугами: «Русский стандарт» — 14%, «Хоум Кредит» — 15%. Лучшее из них это сделали только Сбербанк (83%), ВТБ 24 (22%) и Альфа-банк (21%).

Зато с точки зрения рекламного бюджета, потраченного в четвертом квартале 2012 года на обеспечение каждого процента знания рекламы, наиболее эффективно это делали Альфа-банк, «Хоум Кредит» и Райффайзенбанк. По данным январской волны исследования, 81% опрошенных знают и 22% любят Альфа-банк, 12% привлекает Райффайзенбанк.

Мобильный клиент

В перенасыщенном предложениями коммуникационном шуму очень сложно распознать индивидуальность игроков.

«Конечно, банки все так же стоят с громким объявлением на главной странице поисковиков, но часто рекламному агентству приходится решать и более непростые задачи. Например, выловить по жестким критериям на маленьких сайтах молодых людей в возрасте от 18 до 22 лет, живущих в конкретном регионе, интересующихся мобильными телефонами определенной марки и искавших в сети кредитные предложения в последние две недели», — объясняет Ольга Шигорина, управляющий директор агентства Brandsience.

Банки в большей степени ведут не стратегическую игру,

а короткую тактику реагирования на ситуацию, где выигрывает тот, кто громче крикнет, а не интереснее расскажет. С эмоциями или ярким креативом не работает практически никто. В основном банки просто отзеркаливают в свою аудиторию (причем не реальную, а ту, какой хотят ее видеть маркетологи). А не имея идей, легко пролететь даже с самой выгодной услугой, особенно если конкурент обладает большим медиабюджетом», — поясняет Сергей Владимиров, директор по стратегическому планированию агентства Instinct.

Отражаются на клиентских предпочтениях и стремительное развитие технологий, проникновение интернета по стране, увеличение доли мобильного интернета.

Наличие интернет-банкинга является важным фактором вы-

бора банка уже для четверти потенциальных клиентов банков. Интернет-банкинг и мобильный банкинг используют уже 45% и 33% банковских клиентов.

Рост интернет-грамотности клиентов стимулирует многие банки сегодня перераспределять свои медиазатраты все больше в пользу цифровых медиа.

Банковская digital-реклама по сравнению с 2011-м в этом году выросла на 7%. Интернет позволяет не просто размещать рекламу по классической медийной модели (оптимизация сайтов под поисковые запросы, покупка баннеров и контекстной рекламы), а максимально таргетированно подходить к поиску целевой аудитории.

Инна Иванова, с использованием данных OMD MD/PHD Group

5 сорочек на заказ
всего за 35 000 рублей

Москва, Малая Дмитровка, 8
+7 (495) 933 3585
www.sartorial.ru