«Компании-блокбастеры»: как выигрывать конкуренцию за розничных инвесторов

В 2021 году зафиксирован бум розничных инвесторов на фондовом рынке. Ресурс их роста, тем не менее, ограничен, а объем инвестиций большинства из них крайне мал. Компании так или иначе будут конкурировать за эту группу, и эта конкуренция отразит – не хуже рейтингов – преимущества одних брендов и слабость других. Генеральный директор Центра социального проектирования Платформа **Мария Макушева** *– о наиболее эффективных инструментах конкурентной борьбы.*

На фондовом рынке в 2021 году продолжился бум розничных инвесторов. Резкому притоку частных инвесторов на фондовые рынки способствовало несколько факторов – низкие процентные ставки по депозитам, разработка специальных интерфейсов банками и биржами для улучшения доступа инвесторов на рынок, а также налоговые льготы по индивидуальным инвестиционным счетам.

С начала 2021 года число физлиц, имеющих брокерские счета на Московской бирже, увеличилось на 6,2 млн. человек и составило 15 млн. Рост сохраняется все последние годы: в 2020 году брокерские счета открыли 5 млн. человек, в 2019 – 1,9 млн. Тенденция роста частных инвестиций наблюдается во всем мире.

Портрет новой категории инвесторов

Ядро розничных инвесторов – молодая и менее экспертная аудитория со своими моделями поведения и принципами выбора компаний на рынке. Эта категория инвесторов смотрит не только на текущую доходность, но и на ценности, репутацию, устойчивость бизнеса, опирается на симпатии и веру в будущее компаний. Среди них нарастает интенсивность коммуникаций

(более 80% читают отзывы других инвесторов, более трети обсуждают фондовый рынок на онлайн площадках), а также вера в свои способности повлиять на компании.

Наш опрос показал, что этот сегмент обладает потенциалом роста влияния на рынок.

Инструменты конкуренции

Публичные компании так или иначе будут конкурировать за эту группу инвесторов, она уже сейчас вносит свой вклад в рост их капитализации. Один из самых очевидных инструментов конкуренции – дивиденды, которые для значительной части «физиков» стали альтернативой депозиту. Поэтому акции таких комапний как «Сургутнефтегаз», «Северсталь», НЛМК, «Норникель», дающие лучшую дивидендную доходность по сумме трех последних лет, будут давать психологическое чувство устойчивости, важное для новичков.

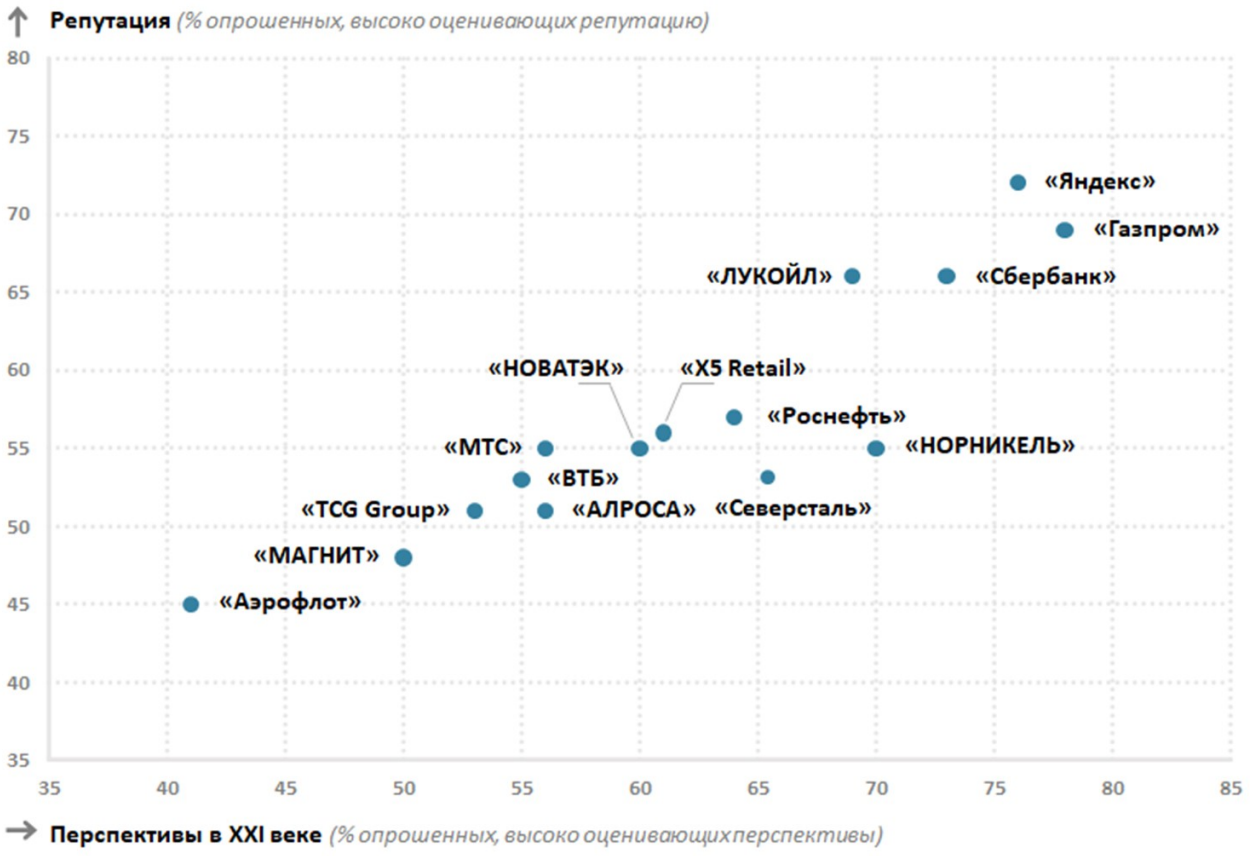
Из опроса розничных инвесторов мы видим, что приоритетными критериями для них являются устойчивость бизнеса (63% от общего числа респондентов) и масштаб компании (55%). Однако при долгосрочном планировании возрастает роль нефинансовых факторов. В большинстве случаев инвесторы рассматривают: перспективность отрасли и общую репутацию компании.

Формула «компании-блокбастера» на фондовом рынке такова: масштаб + перспектива + близость (понятность продукта, близость к повседневной жизни) + уникальность (компания делает продукт, которому нет аналогов).

Наиболее перспективные сектора с точки зрения инвесторов: IT (89% опрошенных считают, что компании имеют хорошие перспективы развития в XXI веке), энергетика (84%), газовые (80%), цветная металлургия (77%). Для российского рынка в целом характерно, что технологические компании не оторвались от реального сектора: сказывается и дефицит брендов в секторе новой экономики, и более высокое доверие российского обывателя

к материальным подтверждениям (инвесторы не против покупать будущее, если для него уже есть надежная основа). Поэтому в первой пятерке лидеров предпочтений среди наиболее ликвидных компаний мы видим «Яндекс», «Газпром», «Сбер», ЛУКОЙЛ, «Норникель». «Многие инвестируют в цветную металлургию, потому что понимают: электромобилям нужны батареи, батареям, в свою очередь, нужны никель и другие цветные металлы, а у «Норникеля» их 20% мировых запасов», — поясняет один из инвесторов. Другой уверен, что даже в ситуации энергоперехода газовый сектор еще десятилетия сохранит свою привлекательность.

ЦСП Платформа создал карту лидеров российского рынка, куда вошли ТОП-15 компаний с высокой капитализацией, высокой ликвидностью, с высокой оценкой репутационного капитала. Оказалось, что большие перспективы и хорошая репутация — это связанные для инвесторов аспекты. Они формируют общий вектор привлекательности/непривлекательности компаний. Выстраивая репутацию для честных инвесторов нельзя обходить стороной вопрос перспективы



Карта лидеров российского рынка

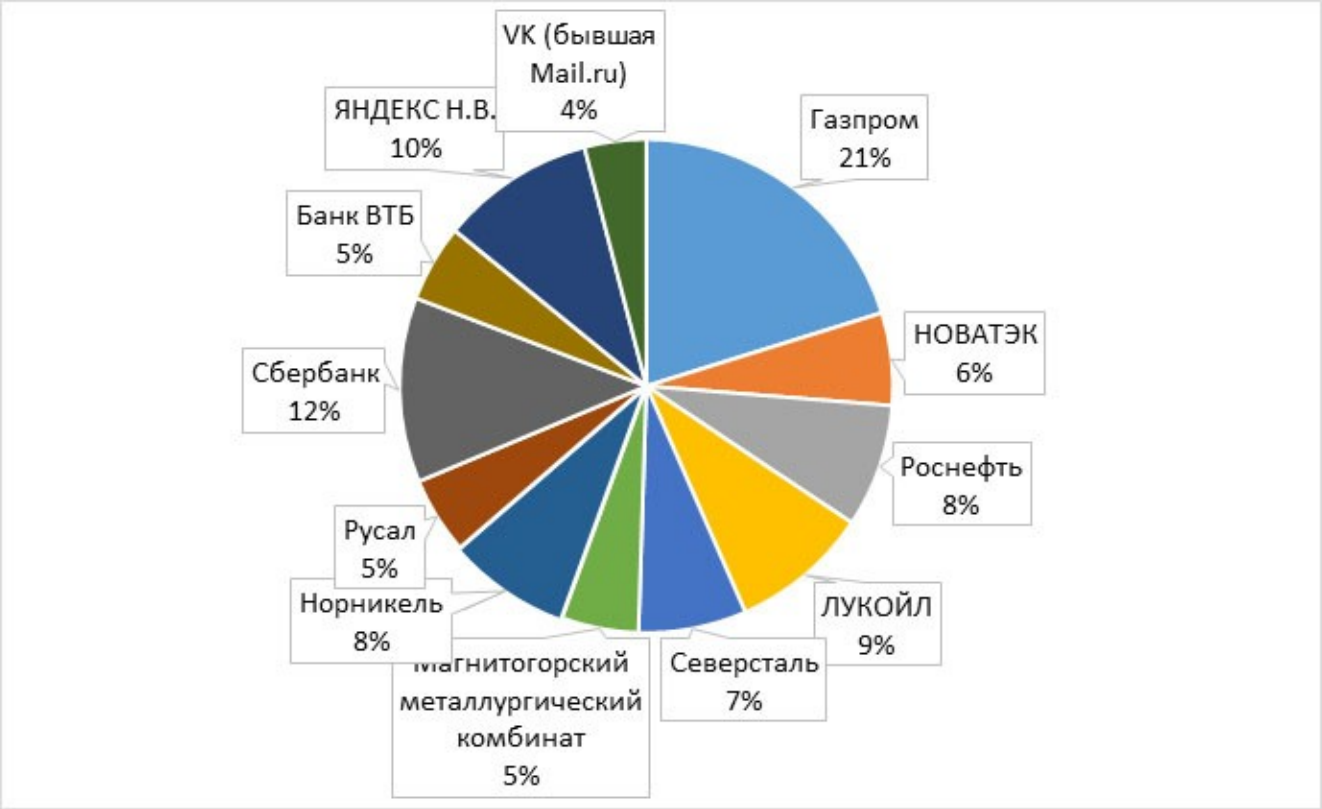
Перспективы роста стоимости

Для достоверной оценки перспектив роста стоимости важно учитывать не только то, у кого самые сильные позиции сегодня, но и то, кто выиграет в перспективе. При всех сложившихся стереотипах фокус внимания инвесторов постепенно смещается с масштаба и текущей стабильности на перспективу.

Ощущение перспективы у инвесторов формирует сочетание факторов: соответствие отрасли/компании актуальной повестке, в первую очередь забота об экологии; разработка/производство продукции high tech, в том числе цифровых продуктов, добыча редкоземельных металлов и т.д.; традиционные представления о значимости отраслей для российской экономики, важность ресурсных компаний. Самая молодая группа инвесторов до 25 лет, ниже оценивает все традиционные сектора. Индустриальному бизнесу необходимо работать с образом в молодежной аудитории — демонстрация трансформации может повысить интерес к ним.

Показателен эксперимент, в котором мы предложили респондентам распределить 1 млн рублей по акциям компаний, в числе которых мы выбрали отличающиеся по корпоративной культуре и профилю бренды.

Вот такая получилась картина:



На что еще обращают внимание инвесторы

Вот, что нужно учесть компаниям, которые рассчитывают привлечь внимание розничных клиентов.

> Примерно 11% инвесторов при выборе эмитента в больше степени ориентированы на нефинансовые критерии, хорошую общественную репутацию и «этичность» бизнеса. При этом значимость ESG-критериев признает большинство.
>
> Самый важный с точки зрения инвесторов нефинансовый фактор — корпоративное управление — прозрачность (88% опрошенных считают критерий важным), рациональная структура управления (78%), отсутствие коррупции (78%). Экологическая ответственность и влияние бизнеса на общество пока не в приоритете у инвесторов. Но тренд — на повышение значимости влияния на окружающую среду и общество.
>
> Негативная репутация, резонансы, пока влияют сильнее, чем хорошая

репутация. 29% опрошенных инвесторов бывали в ситуации, когда вложения в акции компании казались финансово выгодными, но они не сделали этого потому что их не устраивала репутация компании.

Читать на сайте журнала: Financial One