

ПОРТРЕТ КЛИЕНТА БРОКЕРА

Москва
2022



По итогам первого полугодия 2021 года Банк России провел обследование по определению основных характеристик портрета клиента брокера. В обследовании приняли участие 29 крупнейших брокеров, которые охватывали практически всю клиентскую массу физических лиц: 14,7 млн физических лиц с совокупным объемом брокерского портфеля в 6,2 трлн руб. активов.

Данные для обследования отражают портрет клиента брокера – физического лица, актуальный на 30.06.2021.

Ранее Банком России было проведено [исследование](#) инвестиционного поведения и инвестиционных ожиданий начинающего инвестора по результатам опроса самих инвесторов. Настоящее исследование продолжает данную работу и описывает портрет инвестора со стороны брокерских компаний.

Используемые сокращения:

ЕСИА – единая система идентификации и аутентификации

ИИР – индивидуальная инвестиционная рекомендация

КО – кредитные организации с брокерской лицензией

НФО – некредитные финансовые организации с брокерской лицензией

СМЭВ – система межведомственного электронного взаимодействия





Портрет среднестатистического клиента российского брокера



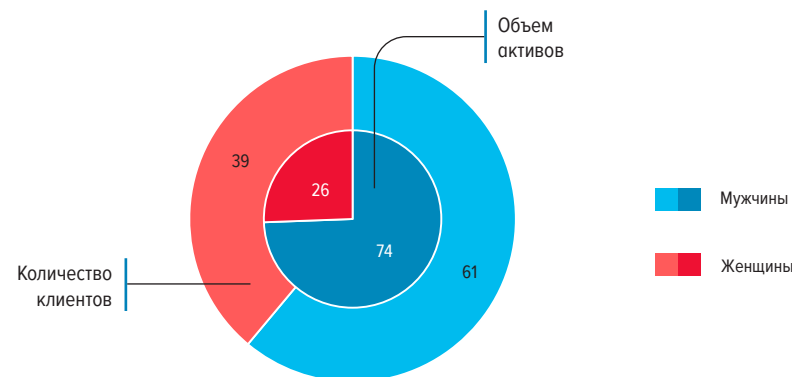
Клиенты на брокерском обслуживании

На 30.06.2021 на брокерском обслуживании находилось **14,8 млн физических лиц** (+147% по сравнению с 30.06.2020), совокупный **объем портфеля которых составил 7193 млрд руб.** (+61% по сравнению с 30.06.2020).

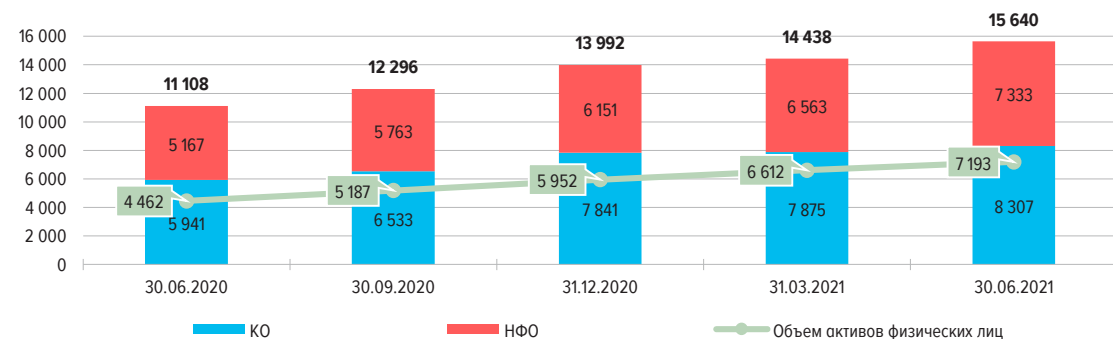
61% клиентов на брокерском обслуживании – мужчины, на них приходится 74% активов. В целом по населению России соотношение мужчин и женщин находится на уровне 45/55%.

С начала 2019 года количество клиентов – физических лиц и их активов растет со средним темпом 37 и 11% в квартал соответственно.

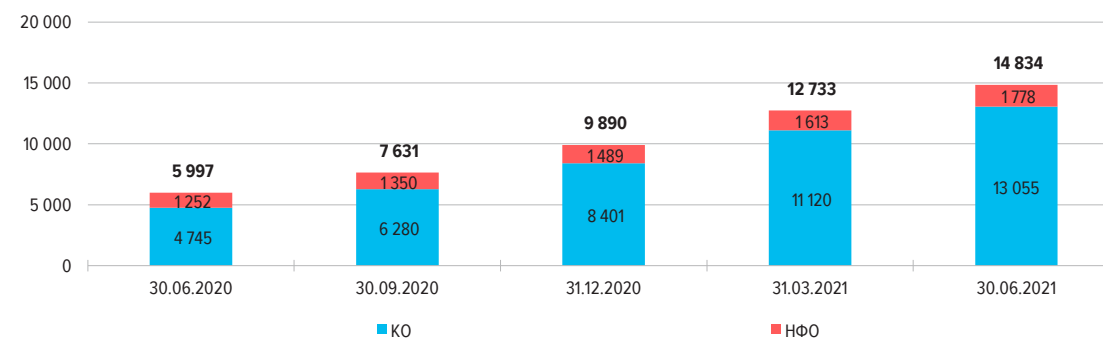
ГЕНДЕРНАЯ СТРУКТУРА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КЛИЕНТОВ И ОБЪЕМА АКТИВОВ (%)



ДИНАМИКА АКТИВОВ (МЛРД РУБ.)



ДИНАМИКА КЛИЕНТОВ (ТЫС. ЛИЦ)



АКТИВЫ КЛИЕНТОВ

С возрастом уменьшается количество клиентов, при этом увеличивается объем их активов

≈ 80%

совокупных активов мужчин приходится на 31% мужчин в возрасте от 40 лет

≈ 79%

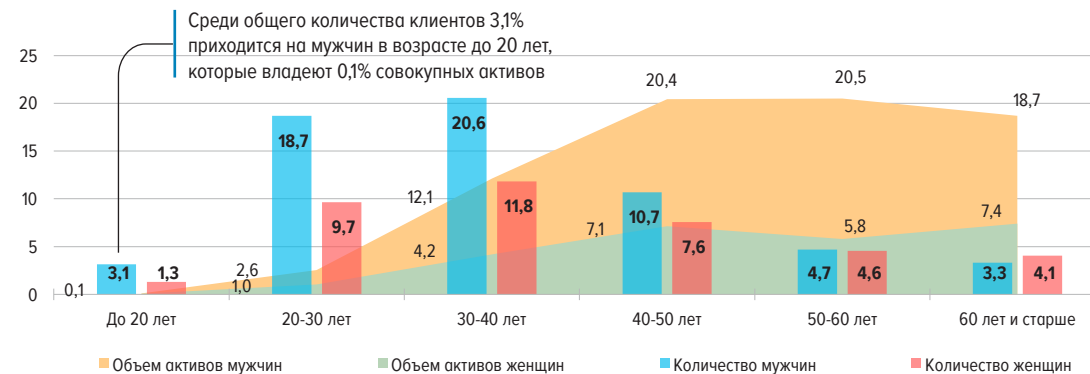
совокупных активов женщин приходится на 42% женщин в возрасте от 40 лет

В самой многочисленной возрастной группе от 20 до 40 лет наибольшая доля клиентов приходится на мужчин (порядка 39% от совокупного количества клиентов), при этом доля их активов составляет 15% от совокупного объема. В данной возрастной группе женщин в 2 раза меньше (21% от совокупного количества клиентов), на них приходится всего 5% совокупных активов. [Исследования](#) показывают, что мужчины более уверены в своих знаниях, чем женщины, когда дело касается вложения денег на фондовом рынке, также женщины сильнее обеспокоены результатом вложений, поэтому мужчины чаще становятся инвесторами.

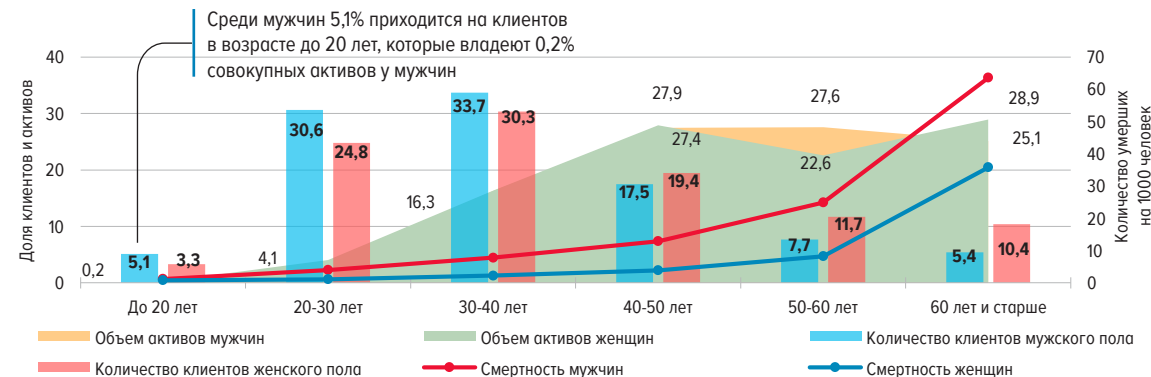
Распределение мужчин и женщин по возрастным группам примерно одинаковое, при этом именно за счет мужчин в возрастной группе от 20 до 40 лет общее количество мужчин существенно превышает общее количество женщин на брокерском обслуживании.

Объем активов последовательно растет в возрастных группах до 40–50 лет и в более старших группах остается уже на достигнутом уровне.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ И ОБЪЕМА АКТИВОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЛА И ВОЗРАСТА (% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ / ОБЪЕМА АКТИВОВ)



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ И ОБЪЕМА АКТИВОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА / ОБЪЕМА АКТИВОВ)



Размер счета клиентов

Активы распределены крайне неравномерно среди клиентов

64,2% средняя доля клиентов с пустыми счетами

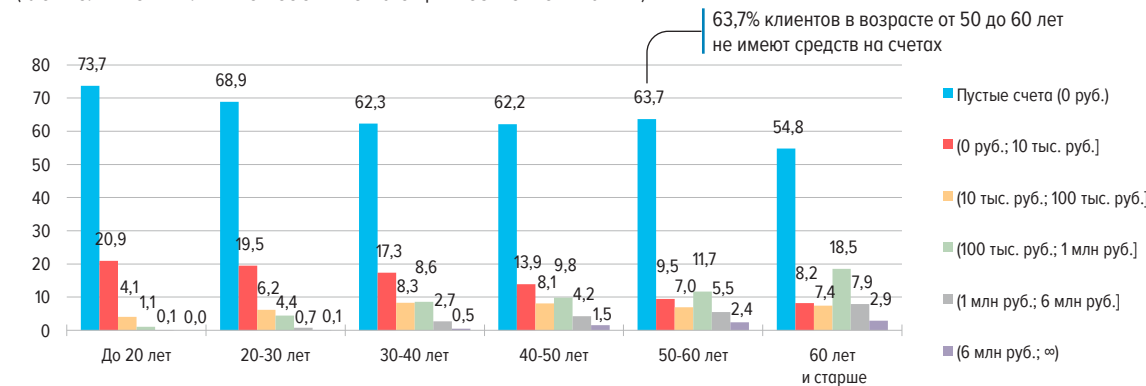
1% крупнейших клиентов \approx **76%** активов

1% активов \approx **88%** клиентов (в том числе пустые счета)

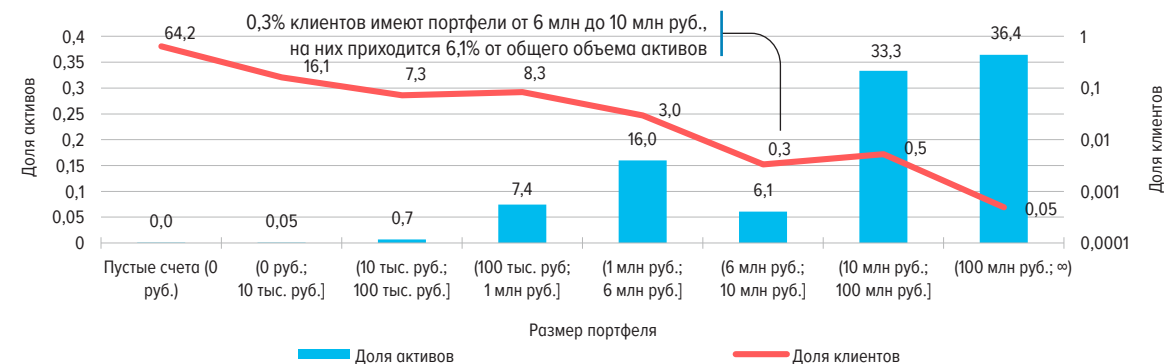
Прослеживается прямая зависимость между возрастом и размером счета: с возрастом уменьшается доля клиентов с пустыми счетами и счетами от 0 до 10 тыс. руб., зато заметно увеличивается доля клиентов с размером портфеля от 100 тыс. до 1 млн руб. Это логичная иллюстрация факта накопления личного богатства с возрастом и увеличения свободных средств, направляемых на инвестирование.

Активы распределены по счетам различных размеров крайне неравномерно: на группу наиболее состоятельных граждан, размер портфеля которых превышает 100 млн руб., приходится всего 0,05% клиентов и 36,4% совокупных активов, зато на 23,4% клиентов с активами до 100 тыс. руб. приходится 0,75% активов (без учета клиентов с пустыми счетами).

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ С РАЗЛИЧНЫМ РАЗМЕРОМ СЧЕТА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ)



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АКТИВОВ И КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ В РАЗРЕЗЕ СЧЕТОВ РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕМОВ (% ОТ ОБЩЕГО РАЗМЕРА ПОРТФЕЛЯ И КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ)



Торговая активность клиентов*

Мужчины совершают сделки чаще и активнее, чем женщины

≈ 3 дня

в месяц мужчины уделяют заключению сделок

35%

мужчин в среднем заключают более 6 сделок в месяц

≈ 2 дня

в месяц женщины уделяют заключению сделок

24%

женщин в среднем заключают более 6 сделок в месяц

Подавляющее количество клиентов во всех возрастных группах совершают не более 5 сделок в месяц, что подтверждает факт выбора большинством инвесторов стратегии buy and hold. При этом в возрастных группах 40–60 лет наблюдается пик торговой активности как по количеству «торговых» дней, так и склонности к совершению большего количества сделок в месяц.

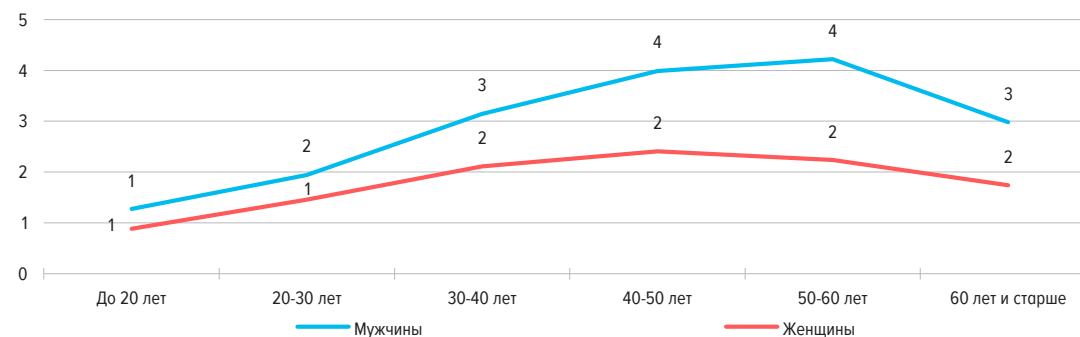
Интересно, что только 8% мужчин и 4% женщин (от количества клиентов каждого пола) совершают более 50 сделок в месяц.

Количество дней в месяц, уделяемых совершению сделок, растет как у мужчин, так и у женщин примерно до 60 лет.

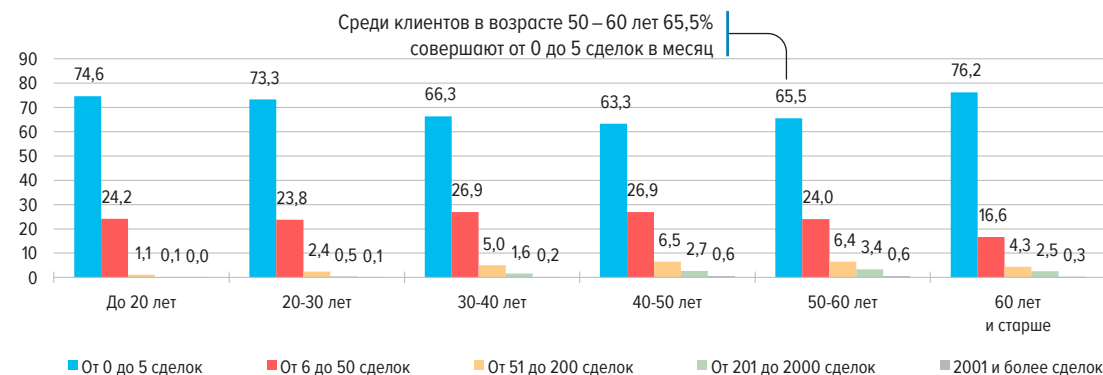
В КО клиенты склонны совершать меньше сделок, чем клиенты в НФО: более 5 сделок в месяц совершают 43% клиентов НФО и только 30% клиентов КО.

* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ В МЕСЯЦ, КОГДА КЛИЕНТЫ ЗАКЛЮЧАЛИ ХОТЯ БЫ ОДНУ СДЕЛКУ



ТОРГОВАЯ АКТИВНОСТЬ КЛИЕНТОВ РАЗЛИЧНЫХ ВОЗРАСТОВ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ВОЗРАСТА)



Диверсификация клиентских портфелей*

Диверсификация портфеля зависит прежде всего от размера портфеля и возраста клиентов и практически не зависит от пола

≈ 6 инструментов в среднем в портфеле мужчин ≈ 6 инструментов в среднем в портфеле женщин

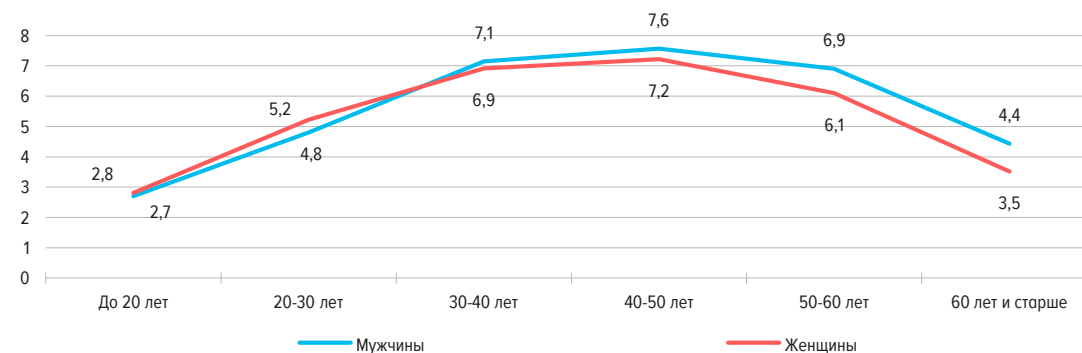
Диверсификация портфеля увеличивается с возрастом клиента, достигая максимума в среднем по всем клиентам в возрасте 40–50 лет, после чего наблюдается снижение. При этом если рассматривать не только пол, но и размер портфеля, то наибольшая диверсификация внутри отдельных групп клиентов различного благосостояния приходится на клиентов в возрасте 30–40 лет.

Наблюдается **прямая зависимость между размером портфеля клиента и его диверсификацией**: если в портфелях до 10 тыс. руб. в среднем находится два инструмента, то в наиболее крупных портфелях от 100 млн руб. – 18 инструментов, что логично, так как большой размер портфеля позволяет лучше диверсифицировать его.

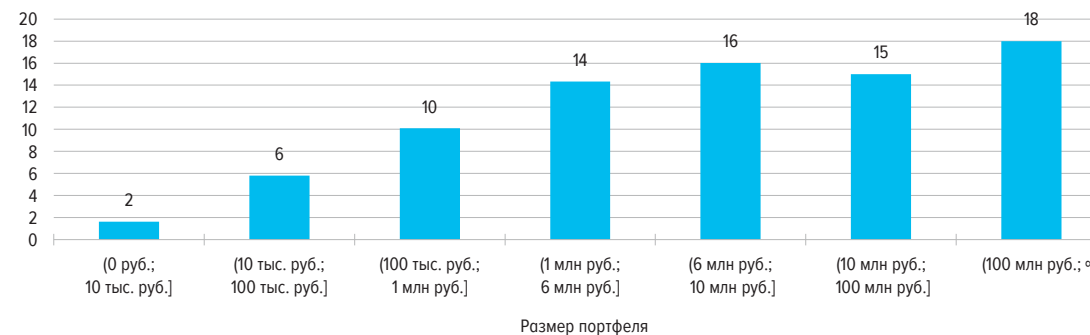
* Без учета клиентов с пустыми счетами.

** Под инструментами понимается конкретный выпуск ценной бумаги, производный финансовый инструмент или иностранная валюта конкретного государства.

СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ИНСТРУМЕНТОВ** В ПОРТФЕЛЕ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЛА И ВОЗРАСТА КЛИЕНТОВ (ЕД.)



СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ИНСТРУМЕНТОВ В ПОРТФЕЛЕ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕГО РАЗМЕРА (ЕД.)



Иностранные активы* в портфелях клиентов**

С возрастом доля иностранных активов в портфелях клиентов уменьшается

≈ 40%

активов мужчин представлены иностранными ценными бумагами

≈ 36%

активов женщин представлены иностранными ценными бумагами

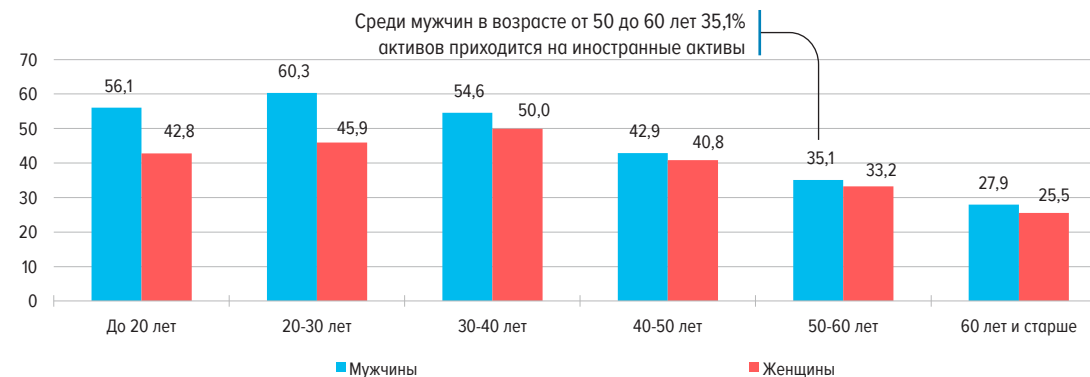
Наибольшая доля иностранных активов наблюдается у самых массовых с точки зрения количества клиентов категорий: **у мужчин и женщин до 40 лет**. Мужчины по сравнению с женщинами отдают большее предпочтение иностранным активам, что, вероятно, связано с их более выраженным предпочтением приобретать ценные бумаги более известных компаний.

Объем портфеля не так сильно влияет на долю иностранных активов: в портфелях от 10 тыс. до 100 млн руб. она колеблется в пределах 40–44%. Низкая доля в портфеле до 10 тыс. руб. обуславливается тем, что данный размер портфеля не позволяет сильно диверсифицировать его, а низкая доля иностранных активов в портфеле более 100 млн руб., вероятно, объясняется наличием портфельных инвестиций в отечественные предприятия.

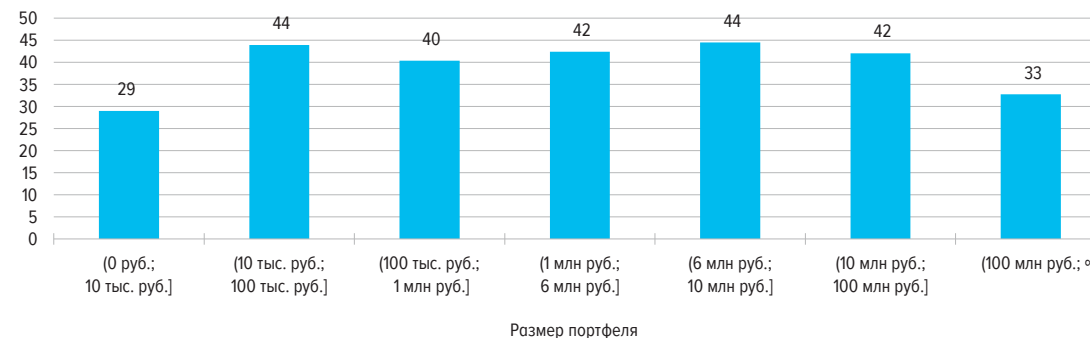
* В том числе квазииностранные активы (Полиметалл, Яндекс и др.).

** За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ ПО ОБЪЕМУ ИНОСТРАННЫХ АКТИВОВ (% ОТ ОБЪЕМА АКТИВОВ КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)



ОБЪЕМ ИНОСТРАННЫХ АКТИВОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ РАЗМЕРА ПОРТФЕЛЯ (% ОТ ОБЪЕМА АКТИВОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО РАЗМЕРА ПОРТФЕЛЯ)



Инструменты коллективного инвестирования (ETF/ПИФ)*

Женщины активнее мужчин используют инструменты коллективного инвестирования

47%

клиентов используют инструменты коллективного инвестирования

45%

мужчин имеют инструменты коллективного инвестирования в портфеле

52%

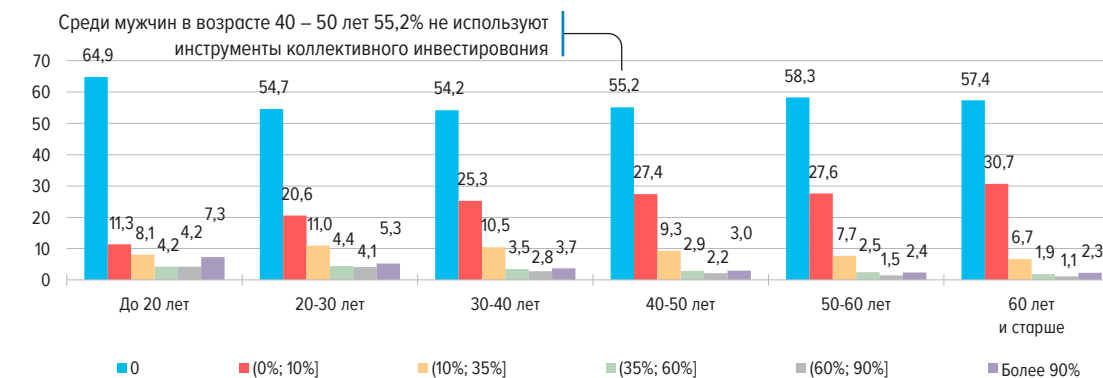
женщин имеют инструменты коллективного инвестирования в портфеле

Среди мужчин и женщин **в возрасте 30–40 лет – наибольшая доля** лиц, имеющих в своем портфеле хотя бы минимальную долю инструментов коллективного инвестирования.

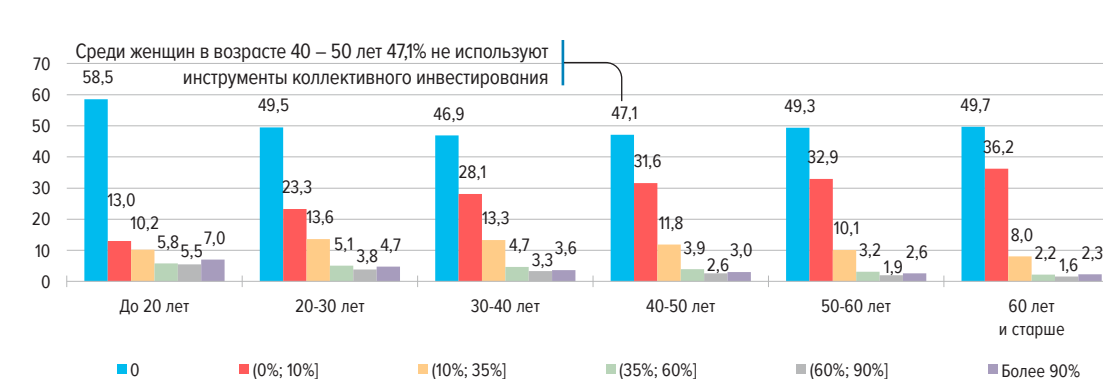
Среди клиентов **в возрасте до 20 лет наблюдается максимальная доля лиц, в чьих портфелях инструменты коллективного инвестирования занимают более 90%**: вероятно, это связано тем, что представители данной категории, обладая портфелями минимального размера, активно используют сервисы автоматической подписки на приобретение паев за кешбэк.

* Без учета клиентов с пустыми счетами.

ДОЛЯ МУЖЧИН, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ИНСТРУМЕНТЫ КОЛЛЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ, ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА МУЖЧИН В ОПРЕДЕЛЕННОМ ВОЗРАСТЕ)



ДОЛЯ ЖЕНЩИН, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ИНСТРУМЕНТЫ КОЛЛЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА ЖЕНЩИН В ОПРЕДЕЛЕННОМ ВОЗРАСТЕ)



Маржинальные сделки и короткие продажи*

7%

клиентов заключили хотя бы одну **маржинальную сделку** в течение первого полугодия 2021 года

5%

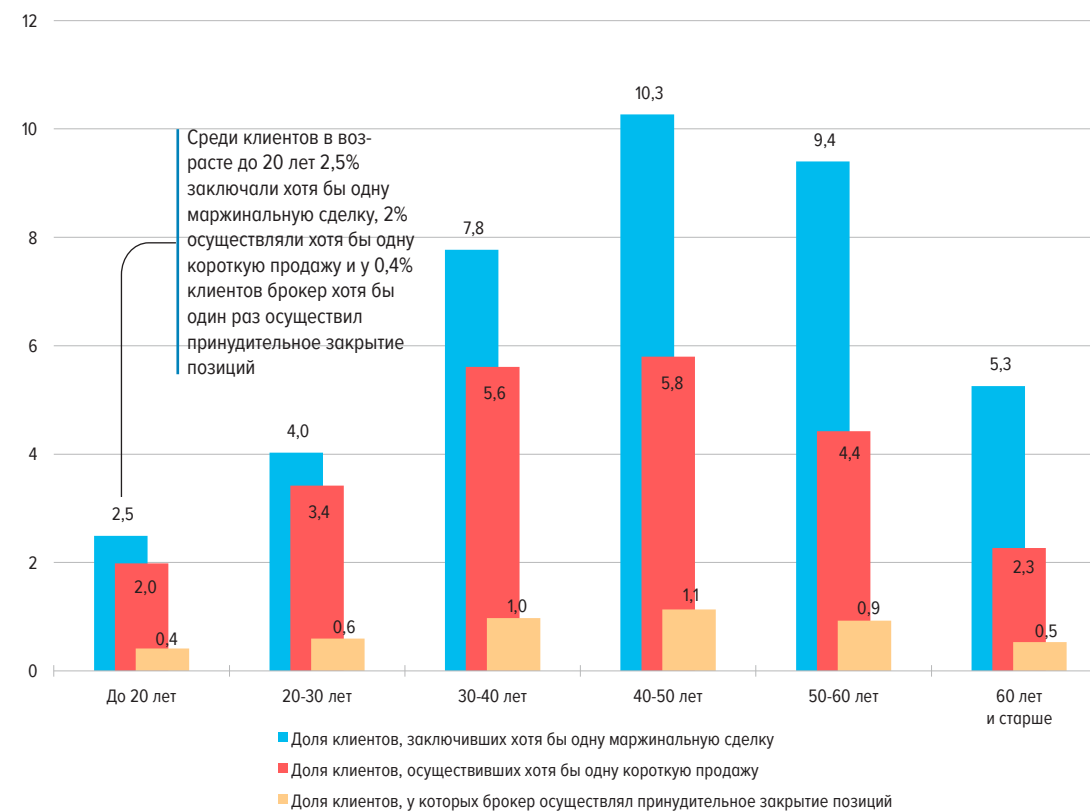
клиентов осуществили хотя бы одну **короткую продажу** в течение первого полугодия 2021 года

1%

клиентов, у которых брокер хотя бы раз **принудительно закрывал позиции** в течение первого полугодия 2021 года

Интерес клиентов к совершению маржинальных сделок и коротких продаж с возрастом и по мере накопления опыта работы на рынке постепенно увеличивается, достигая пика в 40–50 лет.

ДОЛЯ КЛИЕНТОВ, СОВЕРШИВШИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ МАРЖИНАЛЬНУЮ СДЕЛКУ, КОРОТКУЮ ПРОДАЖУ И/ИЛИ У КОТОРЫХ БРОКЕР ХОТЯ БЫ РАЗ ПРИНУДИТЕЛЬНО ЗАКРЫВАЛ ПОЗИЦИИ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ В ОПРЕДЕЛЕННОМ ВОЗРАСТЕ)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.
Сделки с плечом – сделки, в которых используются не только собственные, но и заемные средства.
Короткие продажи – продажа актива, которым клиент на момент продажи не владеет.

Маржинальные сделки*

Мужчины более склонны к совершению маржинальных сделок по сравнению с женщинами.
С увеличением размера портфеля растет склонность его владельца к совершению маржинальных сделок

8%

мужчин совершали хотя бы одну маржинальную сделку в течение первого полугодия 2021 года

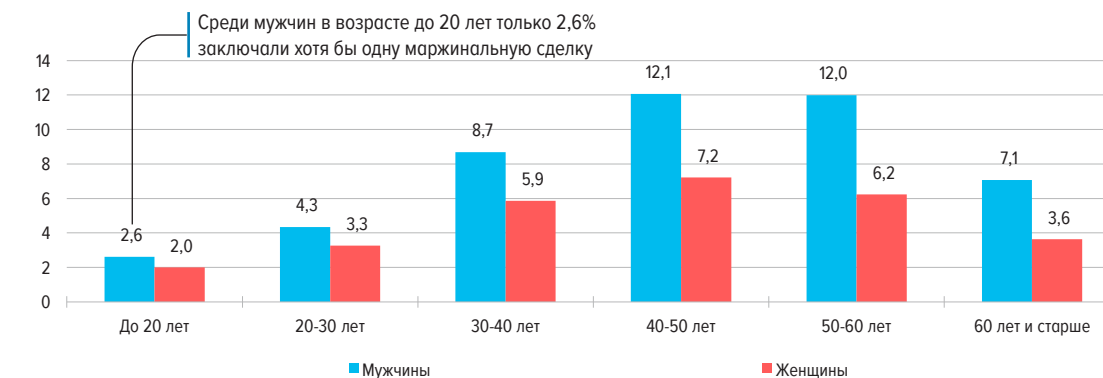
5%

женщин совершали хотя бы одну маржинальную сделку в течение первого полугодия 2021 года

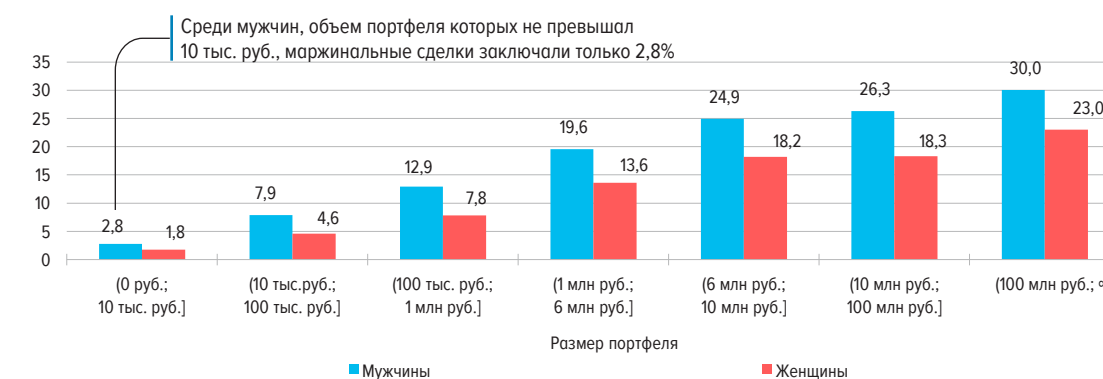
Интерес клиентов брокеров к маржинальным сделкам растет с возрастом и существенно снижается только после 60 лет. При этом доля мужчин, совершивших маржинальные сделки, с возрастом растет быстрее: если до 20 лет доля таких мужчин составляет 2,6%, а доля женщин – 2%, то в возрастной группе 50–60 лет доля мужчин почти в 2 раза превышает долю женщин.

Интерес к маржинальным сделкам увеличивается и с ростом размера портфеля клиента, причем как у мужчин, так и у женщин: наибольшая доля клиентов, которые заключали хотя бы одну маржинальную сделку (28,6%), приходится на клиентов с размером портфеля от 100 млн рублей.

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ, ЗАКЛЮЧИВШИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ МАРЖИНАЛЬНУЮ СДЕЛКУ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)



ДОЛЯ КЛИЕНТОВ С РАЗЛИЧНЫМИ ПОРТФЕЛЯМИ, ЗАКЛЮЧИВШИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ МАРЖИНАЛЬНУЮ СДЕЛКУ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ С СООТВЕТСТВУЮЩИМ РАЗМЕРОМ ПОРТФЕЛЯ)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

Короткие продажи ценных бумаг*

Мужчины гораздо более склонны к осуществлению коротких продаж по сравнению с женщинами

6%

мужчин осуществляли короткие продажи в течение первого полугодия 2021 года

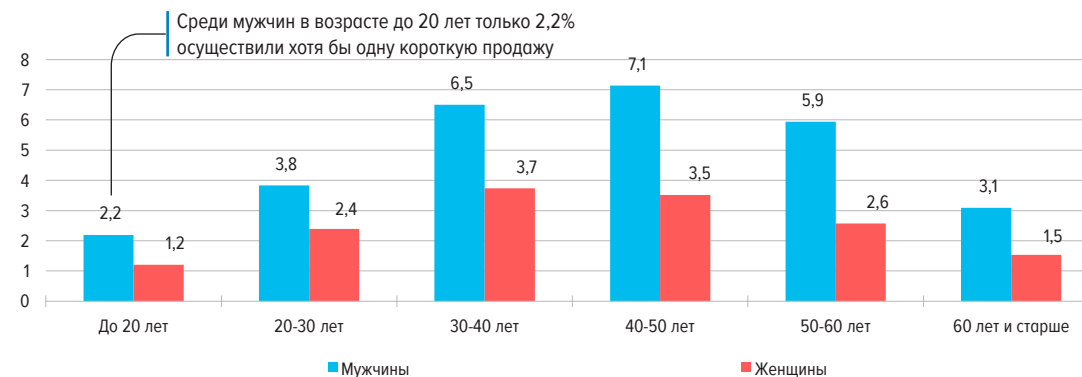
3%

женщин осуществляли короткие продажи в течение первого полугодия 2021 года

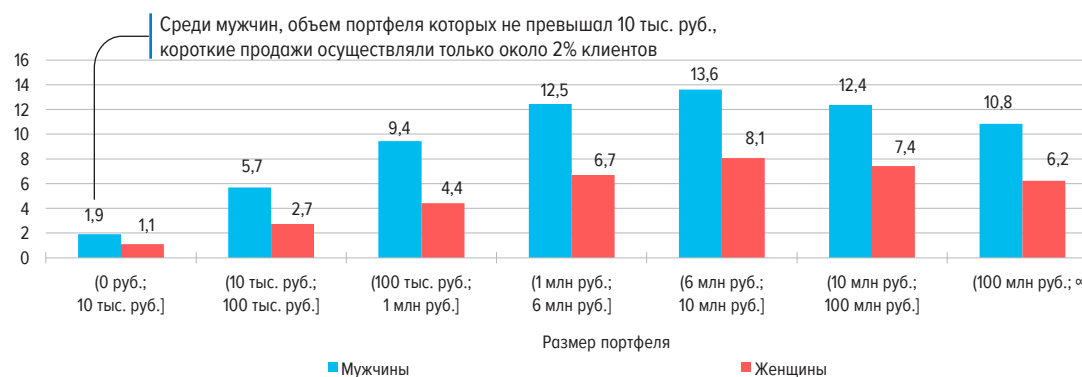
С возрастом увеличивается доля клиентов, осуществивших хотя бы одну короткую продажу, достигая пика в 30–40 лет у женщин и 40–50 лет у мужчин. Доля мужчин, осуществивших хотя бы одну короткую продажу, превышает долю женщин почти в 2 раза по всем возрастным группам.

В отличие от линейной зависимости совершения маржинальных сделок от размера портфеля, в случае с короткими продажами наблюдается иная картина: к совершению коротких продаж наиболее склонны как мужчины, так и женщины с размером портфеля от 6 до 10 млн руб., и далее с ростом портфеля интерес к коротким продажам снижается.

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ, ОСУЩЕСТВИВШИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ КОРОТКУЮ ПРОДАЖУ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)



ДОЛЯ КЛИЕНТОВ С РАЗЛИЧНЫМИ ПОРТФЕЛЯМИ, ОСУЩЕСТВИВШИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ КОРОТКУЮ ПРОДАЖУ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ С СООТВЕТСТВУЮЩИМ РАЗМЕРОМ ПОРТФЕЛЯ)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

Принудительное закрытие позиций*

Брокер чаще принудительно закрывал позиции мужчин, чем женщин

1%

мужчин, у которых брокер принудительно закрывал позиции в течение первого полугодия 2021 года

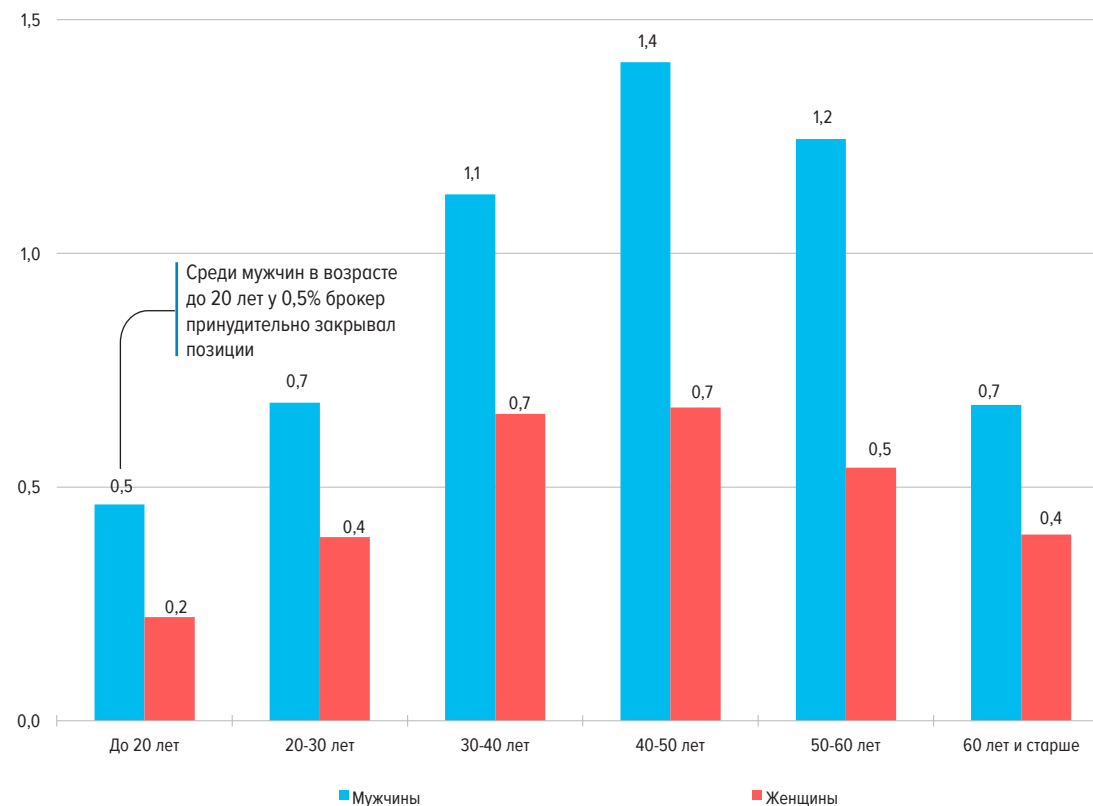
0,5%

женщин, у которых брокер принудительно закрывал позиции в течение первого полугодия 2021 года

Наибольшая доля клиентов, у которых брокер принудительно закрывал позиции, приходится на клиентов в возрасте 40–50 лет, что коррелирует с пиком интереса к заключению маржинальных сделок и коротких продаж.

Интересно, что в НФО по сравнению с КО в 2 раза больше доля клиентов, у которых брокер принудительно закрывал позиции, как у мужчин, так и у женщин.

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ, У КОТОРЫХ БРОКЕР ПРИНУДИТЕЛЬНО ЗАКРЫВАЛ ПОЗИЦИИ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

Результаты инвестирования клиентов*

51%

клиентов в целом имеют положительную доходность

50,7%

мужчин имели положительную доходность

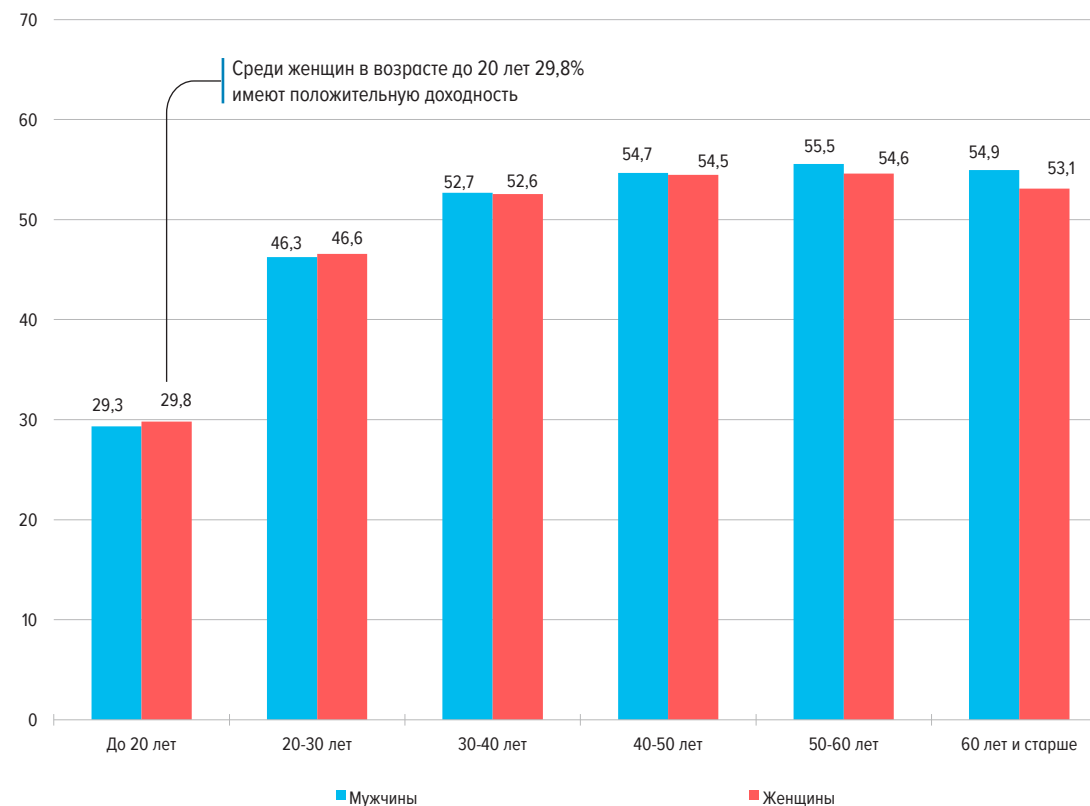
51,5%

женщин имели положительную доходность

В течение первого полугодия 2021 года наименее успешной группой клиентов с точки зрения результатов инвестирования были клиенты в возрасте до 20 лет. После 30 лет более 50% всех клиентов имели положительные результаты по итогам первого полугодия 2021 года (порядка 54%).

В целом, несмотря на то что мужчины более активно торгуют, в большем объеме осуществляют маржинальные сделки, меньше интересуются инструментами коллективного инвестирования, доля мужчин с положительной доходностью немного меньше, чем женщин. Можно предположить, что основным фактором, определяющим доходность клиентского портфеля, является правильный выбор активов, а комиссии даже небольшого размера на длительном горизонте начинают оказывать влияние на доходность портфеля.

ДОЛЯ КЛИЕНТОВ, ИМЕЮЩИХ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДОХОДНОСТЬ, В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТА И ПОЛА (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ВОЗРАСТА И ПОЛА)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

Торговые сервисы брокеров*

30%

клиентов подписаны на сервис инвестиционных рекомендаций

1%

клиентов используют стратегии автоследования

0,03%

клиентов используют алгоритмическую торговлю

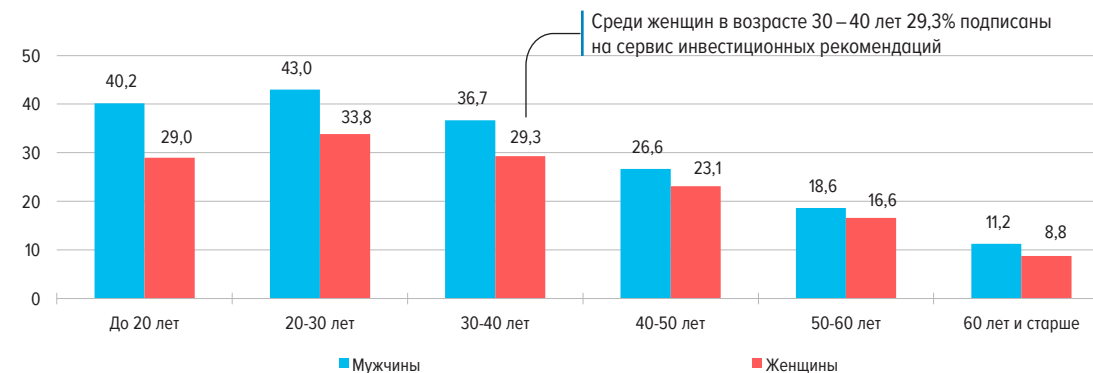
Чем старше клиент, тем ниже вероятность того, что он подпишется на сервис инвестиционных рекомендаций. Можно предположить, что это является следствием того, что с возрастом, имея большой багаж опыта и знаний, получение инвестиционных рекомендаций становится для клиента менее актуальным. Кроме того, факт выдачи более 99% ИИР в электронной форме и уменьшающейся с возрастом доли лиц, пользующихся Интернетом и смартфоном, также снижает интерес в возрастных группах к использованию данного сервиса.

При этом стоит отметить, что **менее 25% клиентов, подписанных на инвестиционные рекомендации, пользуются ими.**

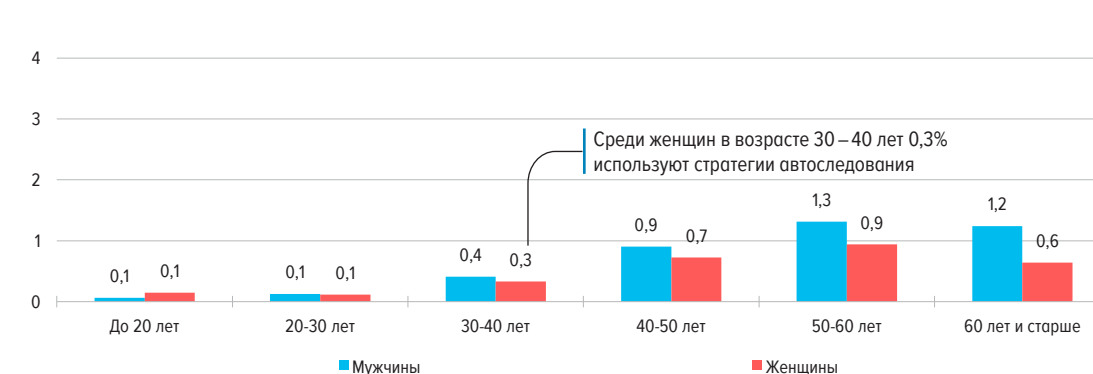
Интересно, что во всех возрастных группах мужчины более склонны к использованию сервисов инвестиционных рекомендаций, автоследования или алгоритмической торговли.

* По состоянию на 30.06.2021.

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ, ПОДПИСАННЫХ НА СЕРВИС ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)



ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КЛИЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ СТРАТЕГИИ АВТОСЛЕДОВАНИЯ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА И ВОЗРАСТА)





Способы подачи торговых поручений брокеру*

Клиенты предпочитают взаимодействовать с брокером через приложение для смартфона

75%

мужчин хотя бы раз взаимодействовали с брокером через приложение для телефона

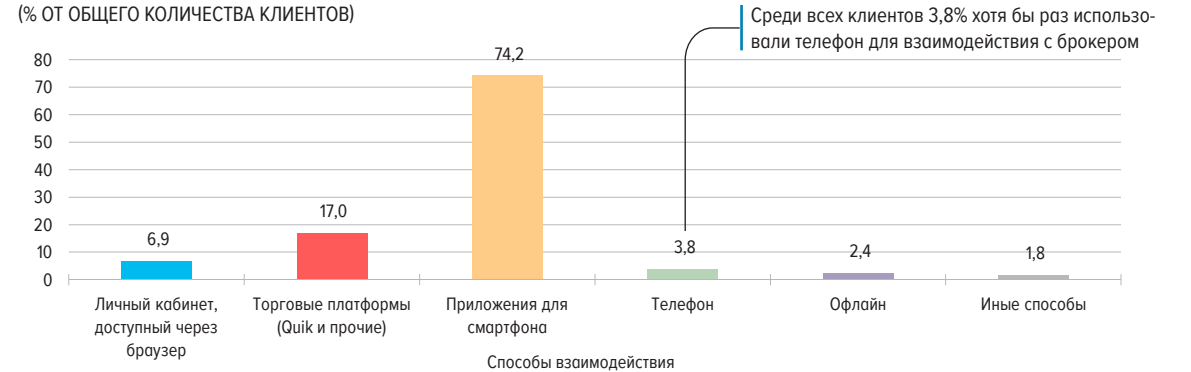
73%

женщин хотя бы раз взаимодействовали с брокером через приложение для телефона

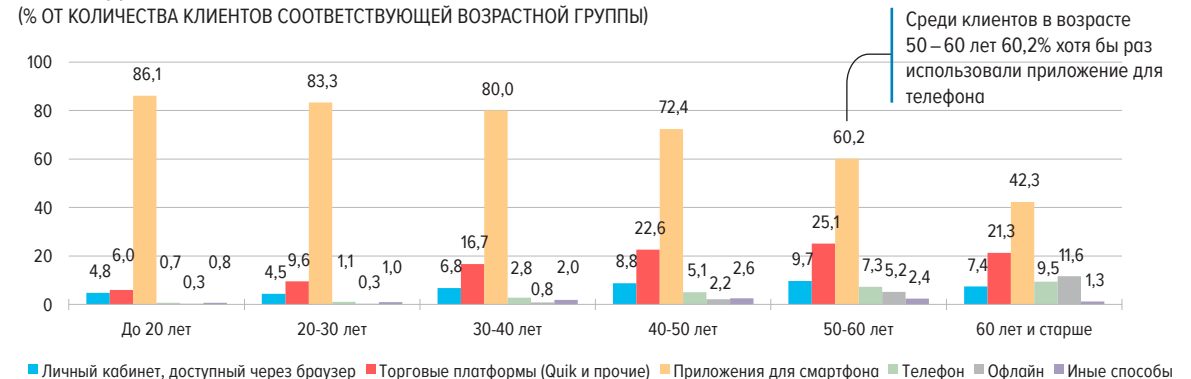
С развитием технологий развиваются также и способы взаимодействия с брокером. **Молодые клиенты уже практически не используют телефон или личное общение** с менеджером для подачи торговых поручений: почти все поручения по покупке/продаже ценных бумаг и вводу/выводу денежных средств осуществляются с помощью мобильных приложений.

С возрастом уменьшается доля клиентов, использующих мобильное приложение, и в возрастных группах **50 – 60 лет и 60 лет и старше резко возрастает доля клиентов, использующих телефон или офлайн-каналы** для общения с брокером.

ДОЛЯ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ХОТЯ БЫ РАЗ ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ОДНИМ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ СПОСОБОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БРОКЕРОМ (% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ)



ДОЛЯ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ХОТЯ БЫ РАЗ ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ОДНИМ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ СПОСОБОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БРОКЕРОМ (% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ)



* За период с 01.01.2021 по 30.06.2021. Без учета клиентов с пустыми счетами.

Способы заключения договора и идентификация клиентов*

Онлайн-связь становится основным каналом для заключения брокерского договора

73%

клиентов заключали договор на брокерское обслуживание онлайн

31,7%

доля использовавших СМЭВ

0,8%

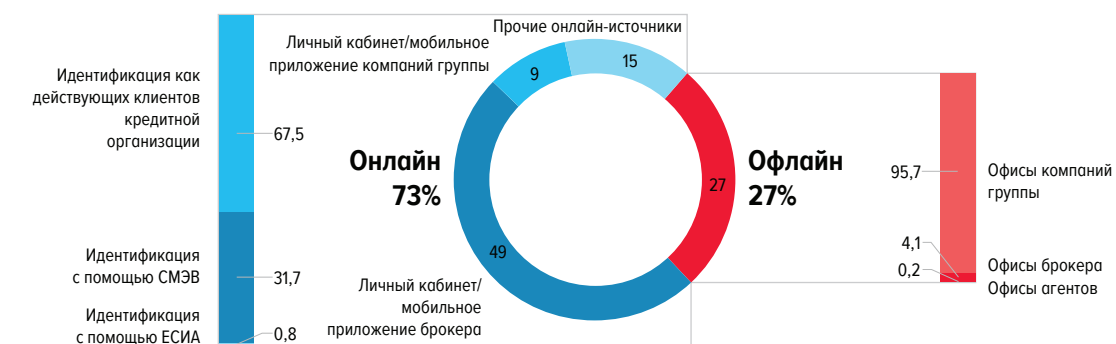
доля использовавших ЕСИА

Клиентов, которые заключали договор на брокерское обслуживание онлайн, в 67% случаев идентифицировали как действующих клиентов кредитной организации и 33% с помощью СМЭВ и ЕСИА (32% с помощью СМЭВ и 1% с помощью ЕСИА). При заключении договора офлайн 96% клиентов обращались в офисы компаний группы и 4% – в офисы брокера или его агентов.

К прочим онлайн-источникам относится заключение договора по реферальным программам (например, «Приведи друга»), а также путем обзвонов и рассылок. С возрастом увеличивается доля клиентов, которые таким способом заключали договор на брокерское обслуживание, и уменьшается доля тех, кто заключал его через личный кабинет/мобильное приложение брокера.

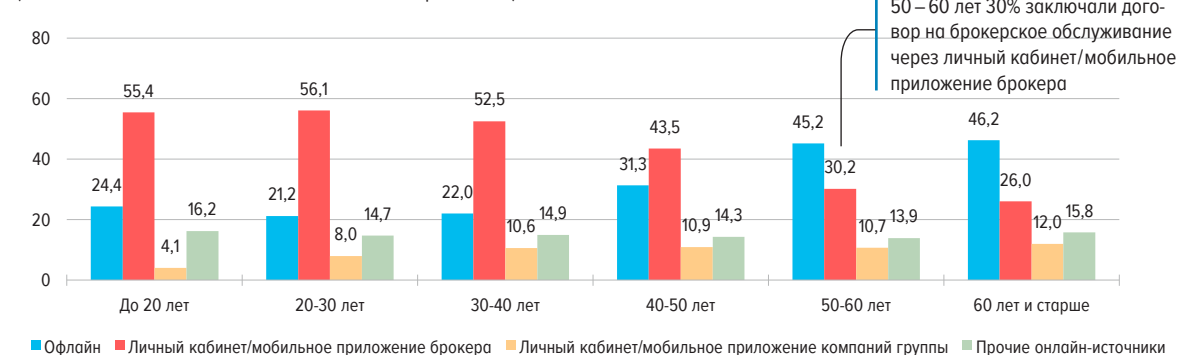
* Среди клиентов, заключивших договор в период с 01.01.2021 по 30.06.2021.

КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ, ЗАКЛЮЧИВШИХ ДОГОВОРЫ НА БРОКЕРСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ И ИДЕНТИФИЦИРОВАННЫХ ОПРЕДЕЛЕННЫМ СПОСОБОМ (%)



СПОСОБЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ НА БРОКЕРСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА КЛИЕНТА

(% ОТ КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ПОЛА)



■ Офлайн ■ Личный кабинет/мобильное приложение брокера ■ Личный кабинет/мобильное приложение компаний группы ■ Прочие онлайн-источники

Пополнение* брокерских счетов**

Как минимум каждый пятый клиент, который открыл счет в 2021 году или ранее, хотя бы раз пополнял его в течение первого полугодия 2021 года

41,5%

клиентов, которые открыли счет в первом полугодии 2021 года, хотя бы один раз пополнили его в течение первого полугодия 2021 года (включая пополнение при открытии счета)

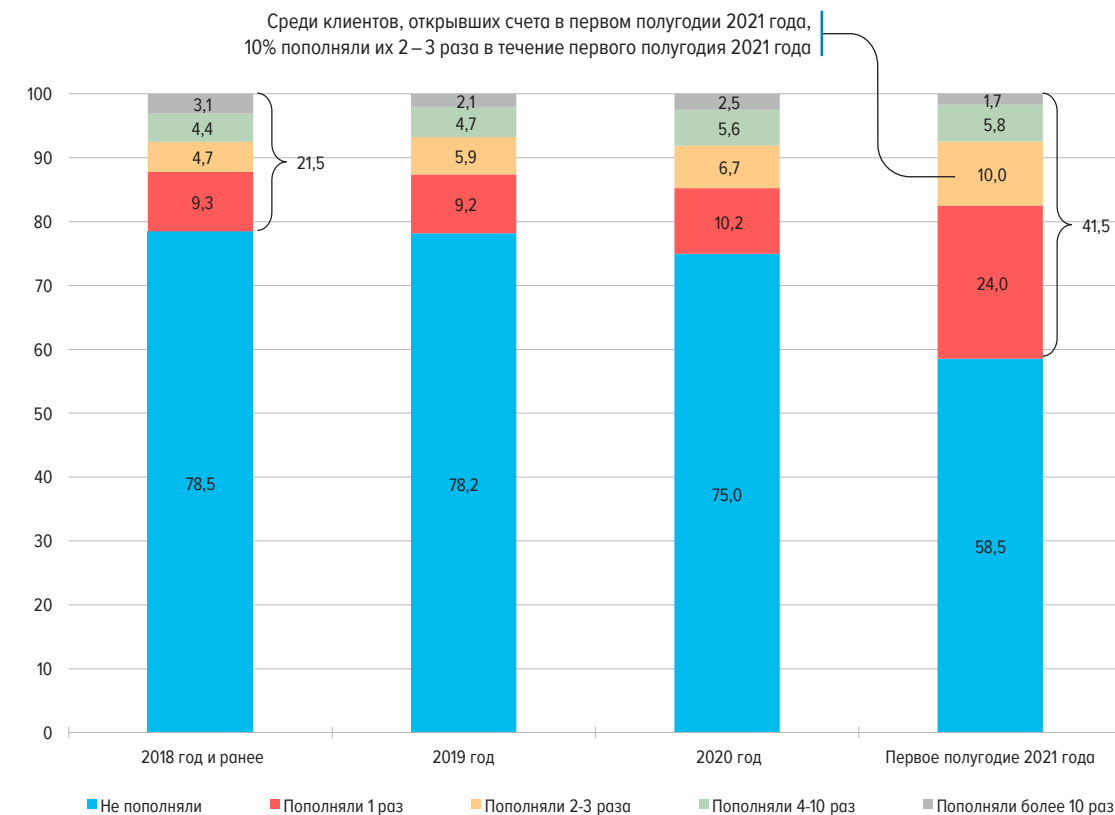
Интересно, что доля клиентов, которые пополнили свои счета более 4 раз в течение первого полугодия 2021 года, минимально зависит от даты открытия счета и колеблется в пределах 6,8–8,1%. Вероятно, для данной группы клиентов инвестирование уже является привычкой.

С увеличением срока жизни счета увеличивается доля счетов, которые ни разу за первое полугодие 2021 года не пополнялись (с 58,5 до 78,5%), и в целом эта картина соответствует 62% пустых счетов на брокерском обслуживании. При этом заслуживает внимания факт, что более половины брокерских счетов, открытых в 2021 году, вообще ни разу не пополнялись с момента открытия.

* Пополнением считается пополнение как денежными средствами, так и ценными бумагами.

** Пополнение в течение первого полугодия 2021 года.

ДОЛЯ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ПОПОЛНЯЛИ СВОИ СЧЕТА ОПРЕДЕЛЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО РАЗ, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ГОДА ОТКРЫТИЯ БРОКЕРСКОГО СЧЕТА (%)



Материал подготовлен Департаментом инвестиционных финансовых посредников.

Фото на обложке: Shutterstock/FOTODOM

107016, Москва, ул. Неглинная, 12

Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru

© Центральный банк Российской Федерации, 2022