



XV Международный форум «Российский рынок производных финансовых инструментов», ПФИ-2020

**АЛЕКСАНДР  
ЗОЗУЛЯ**

со-руководитель  
Трейдинга,  
Сбербанк

**«Важно помнить, что хеджирование – не игра на бирже, а, наоборот, способ зафиксировать финансовые потоки, снизив зависимость от внешних факторов»**



Что отличает российский рынок ПФИ от мирового?

Какие из характерных особенностей российского рынка ПФИ следует сохранить, а от каких желательно отказаться?

Как, на ваш взгляд, должна выглядеть целевая модель функционирования российского рынка ПФИ?

Российский рынок ПФИ все еще значительно отстает по объемам и уровню инфраструктуры от развитых рынков. С одной стороны, это существенный недостаток, с другой — у нас есть хорошая возможность избежать ошибок, перенимая лучшие мировые практики. Важно соблюсти баланс между регуляторными барьерами и стимулированием практики хеджирования. Мы считаем, что на данном этапе развития, системным риском для финансовой системы и экономики является малая вовлеченность экономических агентов в хеджирование рисков. Таким образом, именно снятие барьеров решает и задачу развития, и задачу устойчивости.

Ожидаете ли вы повышенной волатильности на финансовых рынках в преддверие выборов в США и на фоне опасений по поводу второй волны COVID-19?

Какие, на ваш взгляд, инструменты или стратегии хеджирования могут быть востребованы российскими клиентами?

Рынки непредсказуемы, что еще раз доказала пандемия COVID-19. Для каждой индустрии и даже для каждой компании, в зависимости от финансовой модели, подходят разные стратегии хеджирования. На наш взгляд, важно помнить, что хеджирование — не игра на бирже, а, наоборот, способ зафиксировать финансовые потоки, снизив зависимость от внешних факторов.

---

Какие события, изменения или новые потребности могут выступить драйверами роста российского рынка ПФИ на горизонте 1 год (3 года)?

Какие меры и действия регулятора позволили бы увеличить объемы рынка и привлечь новых участников?

Волатильность последних лет наглядно показала необходимость хеджирования рисков. Среди основных мер можно выделить:

- налоговые — учет ПФИ в общей налоговой базе корпоративными клиентами;
- законодательные — доработка закона о банкротстве;
- регуляторные — расширение доступа экономических агентов к инструментам хеджирования — НПФ, смягчение обязательного клиринга.

А если помечтать, то признание НКЦ европейским центральным контрагентом существенно улучшило бы ликвидность локального рынка ПФИ.

---

Какие меры, на ваш взгляд, будут способствовать развитию практики клиентского хеджирования?

Какова роль регулятора и федеральных министерств в данном вопросе?

Можно ли в данном вопросе воспользоваться мировым опытом?

воспользоваться мировым опытом?

Помимо регуляторных, налоговых и законодательных изменений, о которых мы уже упоминали выше, важно стимулировать хеджирование рисков компаниями.

На уровне министерств, можно стимулировать внедрение политик хеджирования для отдельных отраслей и крупных компаний.

На уровне регулятора, смягчать требования к резервированию под сделки с компаниями с устойчивым денежным потоком. Вовлечение в рынок некредитных финансовых организаций.

На уровне банков, учитывать хеджирование в кредитных моделях.

---

Какова, на ваш взгляд, роль саморегулируемых организаций в развитии рынка ПФИ? Какие основные задачи вы бы предложили для СРО на ближайший год? На какие области следует обратить повышенное внимание?

Повышение уровня знаний участников, консолидация мнения сообщества в общении с регулятором, формулирование стандартов политик хеджирования и учёта рисков корпоративных клиентов, такими нам видятся базовые функции СРО. Отдельно нужно отметить необходимость консолидации сообщества перед грядущей реформой индикаторов. Это большая задача, которой необходимо заниматься уже сейчас.

---

Какова роль технологий на рынке ПФИ? Какие сегменты рынка, инструменты или отдельные этапы сделок в наибольшей степени выиграют от внедрения инноваций и новых технологий? Какие технологические изменения вы планируете внедрить в своей организации?

Решения, которые раньше были доступны только крупнейшим корпоративным клиентам, теперь — обычная практика для малого бизнеса.

Индивидуальный сервис, который получал клиент private bank, теперь — норма в формате click and trade в приложении телефона любого клиента.

Без преувеличения, все сегменты рынка подвержены технологической трансформации. Это не прихоть, а абсолютная необходимость в мире современных сервисов, предоставляемых технологическими гигантами. Чтобы не проиграть конкуренцию, нужно бежать с ними в ногу.