



НАРОДНОЕ ІРО РОСНЕФТИ

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ
МАССОВОГО РАЗМЕЩЕНИЯ АКЦИЙ**

МОСКВА 2006

1. СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ НАРОДНОГО IPO

УНИКАЛЬНАЯ СДЕЛКА ДЛЯ РОССИИ

Самая крупная приватизационная сделка.

Первая общероссийская кампания массовой подписки на акции.

В рекламе акций Роснефти задействованы ведущие ТВ каналы, работающие на массовую аудиторию.

Задействована финансовая сеть Сбербанка, охватывающая всю территорию РФ.

Острая политическая и экспертная дискуссия вокруг Роснефти. Политические и юридические риски для Роснефти.

Массовое размещение акций госкомпании проходит почти за год до парламентских выборов.

МИССИЯ СОЦИОЛОГИИ

«Портрет инвестора». Кто и зачем покупает акции?

«Логика инвестора». Как поведет себя массовый инвестор в различных обстоятельствах?

Оценка ресурсов фондового рынка.
Покупатели акций: новая клиентская база.

Социология – инструмент «обратной связи» корпораций и инвесторов.

Поиск адекватного языка коммуникаций финансовой элиты и «простых инвесторов».

Инвестирование как мода и стиль жизни.

Оценка социальных рисков.

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС: МОЖЕТ ЛИ ВОЗНИКНУТЬ МАССОВОЕ ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОСЛОВИЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОКУПКИ АКЦИЙ НАСЕЛЕНИЕМ?

2. ЗАМЫСЕЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сегодня многие граждане РФ пересматривают базовые стратегии домохозяйств – где хранить деньги, как организовать сбережения. В 2006 году отмечен беспрецедентный приток частных инвесторов в паевые фонды и в брокерские компании. У банков, у инвестиционных компаний пока нет четкого социального портрета инвестора, нет адекватного языка коммуникаций с ним. Замысел исследования состоит в том, чтобы использовать массовое размещение акций Роснефти для прямого выхода на массового российского инвестора. Наш интерес к народному IPO связан исключительно с уникальностью данного события. Исследование выполнено по инициативе ФОМа и Сальвадора Д. независимо от Роснефти и Сбербанка.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ:

Диагностика ресурсов массовой клиентской базы российского фондового рынка

ЗАДАЧИ:

- Определить те социально-профессиональные группы, из которых наиболее активно рекрутируется инвестиционное сословие;
- Изучить стратегии поведения частных инвесторов в разных ситуациях;
- Изучить мотивацию выбора между альтернативными способами организации сбережений;
- Оценить эффективность различных каналов коммуникации с массовыми инвесторами.

Долгосрочные эффекты:

- Построение механизмов «обратной связи» с массовым инвестором.
- Повышение уровня доверия к фондовому рынку среди разных целевых групп.
- Построение системы социального мониторинга и тестирования различных финансовых инструментов.
- Расчет индексов массового инвестиционного поведения.
- Прогнозирование социальных рисков поведения инвесторов на фондовом рынке.

3. Инструментарий исследования

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ОПРОС

1 – 2 июля 2006 года, 3000 респондентов, 200 населенных пунктов

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ EXIT POLL, Москва, 28 июня – 6 июля 2006 года. Опрос на выходе из отделений Сбербанка граждан, подписавшихся на акции Роснефти

ФОКУС – ГРУППЫ с теми, кто подписался на акции Роснефти, а также с теми, кто принял решение не покупать Роснефть

ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ с финансовыми экспертами и представителями финансовой элиты

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ОПРОС

22 - 23 июля 2006 г., 1500 респондентов, 100 населенных пунктов

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИИ:

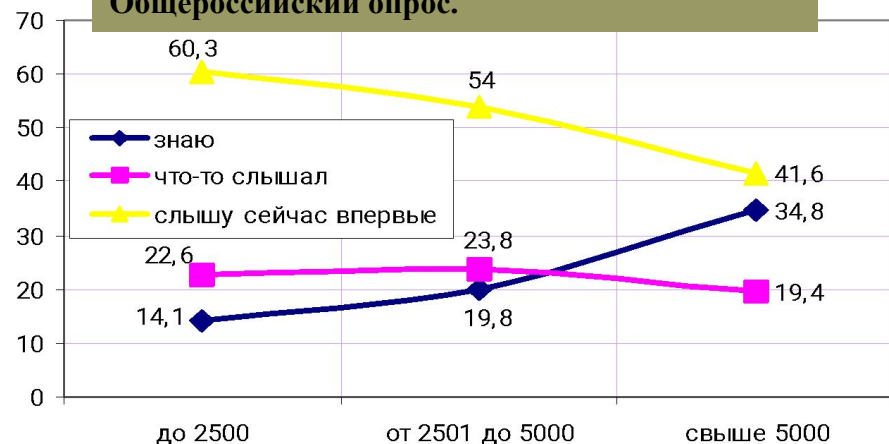
- Привлечение финансовых экспертов на этапе создания анкеты и в ходе интерпретации результатов.
- Пересекающиеся вопросы EXIT POLL и общероссийских опросов.
- Возвращение к ключевым темам финансового поведения в повторном общероссийском опросе после объявления результатов IPO

4. Уровень информированности

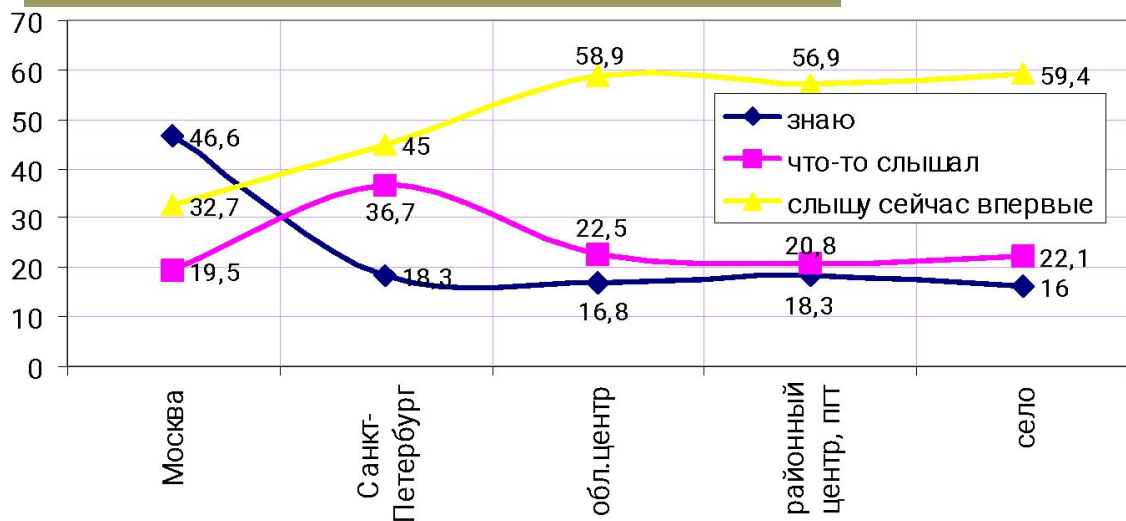
Роснефть начала продажу своих акций частным лицам. Знаете ли Вы об этом? Общероссийский опрос.



Информированность в зависимости от уровня ежемесячного дохода на члена семьи. Общероссийский опрос.



Информированность в разных населенных пунктах. Общероссийский опрос.

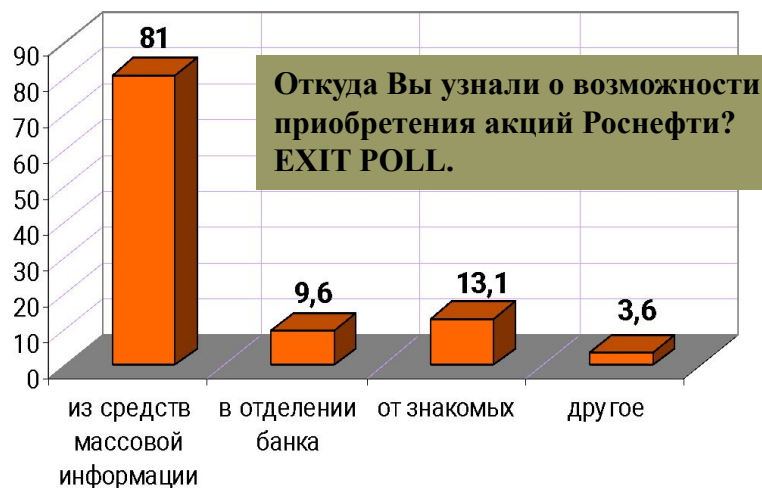


Большинство граждан (55,5%) оказалось незатронутым информационной кампанией по продаже акций Роснефти.

Чем выше уровень дохода, тем больше информированность.

Информационная кампания в наибольшей степени затронула Москву. Есть значительное отставание Санкт-Петербурга, областных центров от Москвы по уровню информированности.

5. Проблемы информационной кампании



СМИ остаются главным инструментом связи с массовым инвестором. Плюс кампании Роснефти в том, что она затронула массовую публику. Минус: информация была безадресной, поверхностной, «анонимной» (не обозначена личность ключевого спикера по данной теме), информация «растворялась» в общем рекламном потоке.

ОСНОВНЫЕ ПРЕПЯТСТВИЯ:

Невысокий интерес к экономической информации.

Низкая осведомленность о фондовом рынке и акциях.

Непонятен лексикон информационной кампании.

Ассоциации с финансовыми пирамидами 90-х годов.

Ассоциации с предвыборной агитацией.



ФАКТОРЫ УСПЕХА:

Открытые напоминания о рисках приобретения акций.

ФАКТОР ГОСУДАРСТВА. Использование государственного Сбербанка, создание ожиданий господдержки Роснефти.

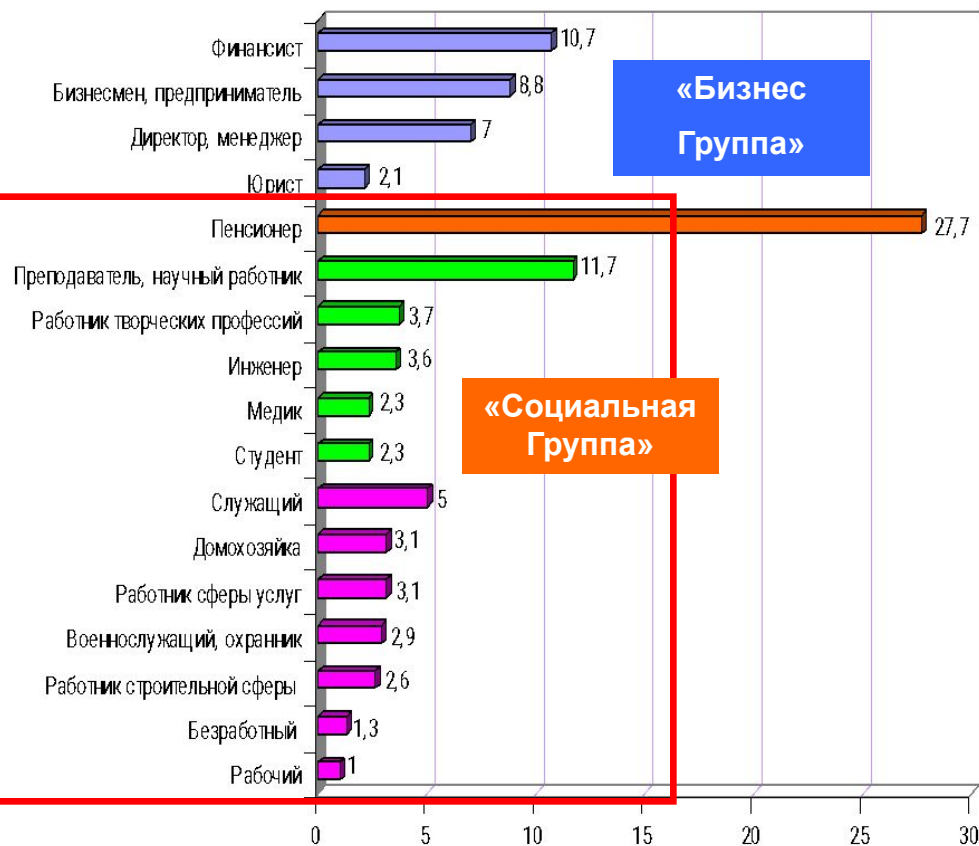
Апелляция к принципам справедливости: распределение нефтяных акций среди простых людей.

Привлекательность первичного размещения акций.

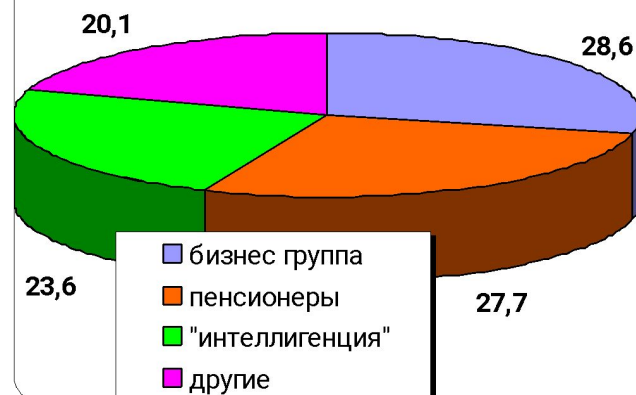
Возможность прямого «без посредников» владения акциями

6. Кто подписался на Роснефть

Основные социально-профессиональные группы в составе инвесторов. EXIT POLL



Кампания по подписке на Роснефть привлекла многочисленные группы людей с относительно невысокими доходами.

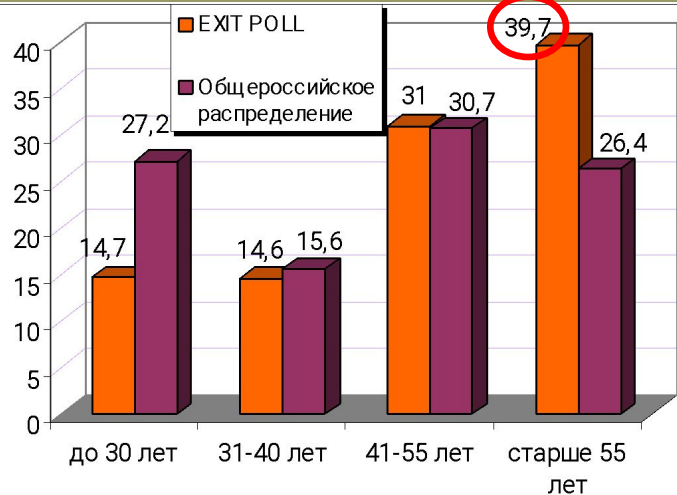


Крупнейшие социально-профессиональные группы в составе акционеров: бизнес-группа (28,6%), пенсионеры (27,7%), «интеллигенция» (люди умственного труда напрямую не работающие в бизнесе) (23,6%), другие (20,1%). В целом «социальная группа» составляет 71,4% инвесторов.

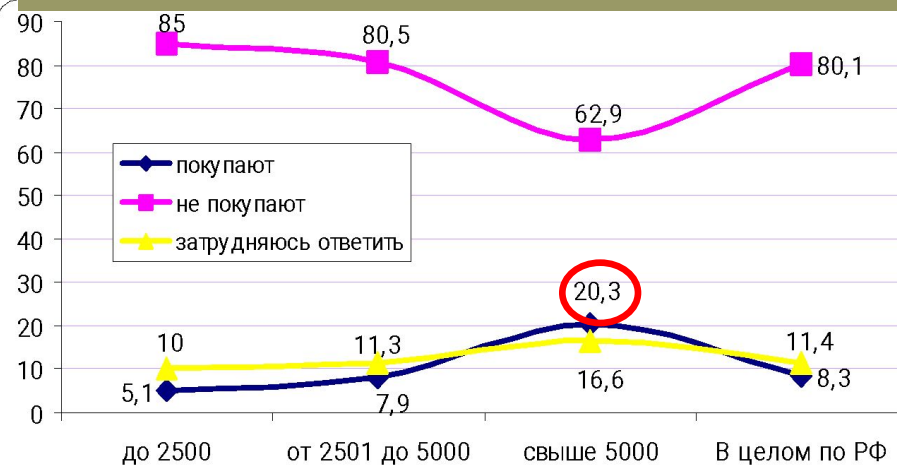
«Группа влияния» в развитии фондового рынка – это «интеллигенция», люди интеллектуального труда: преподаватели, научные работники, работники творческих профессий, инженеры, студенты, медики. Они способны вести за собой общественное мнение, создавать стереотипы, «моду финансового поведения».

7. Возраст, образование, доходы

Соотношение возрастных групп: инвесторы, подписавшие на Роснефть, и население РФ в целом.



Как Вы думаете, люди с такими доходами, как у Вас, покупают акции Роснефти? Общероссийский опрос.

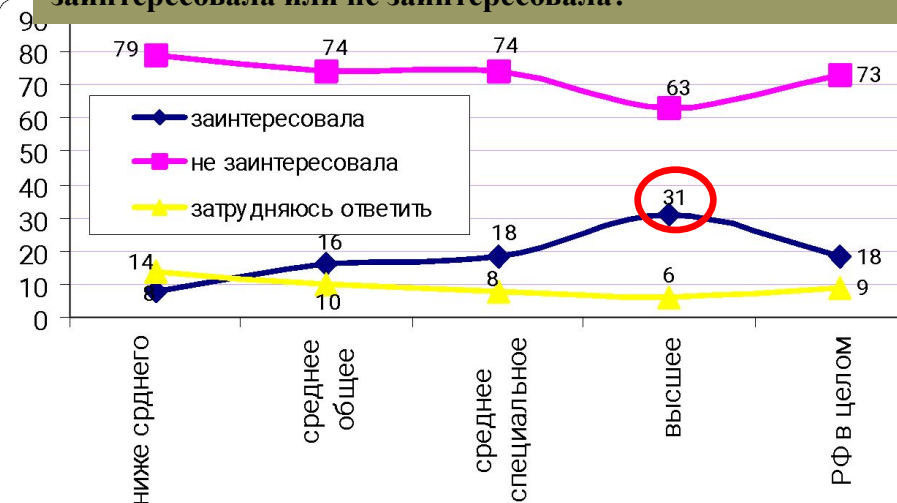


Рекламная кампания Роснефти способствовала росту интереса к акциям старших возрастных групп.

Чем богаче и чем образованнее граждане, тем больше они интересуются покупкой акций.

Ресурсы роста клиентской базы фондового рынка: старшие возрастные группы + состоятельные граждане + образованные

Информация о покупке акций Роснефти Вас заинтересовала или не заинтересовала?

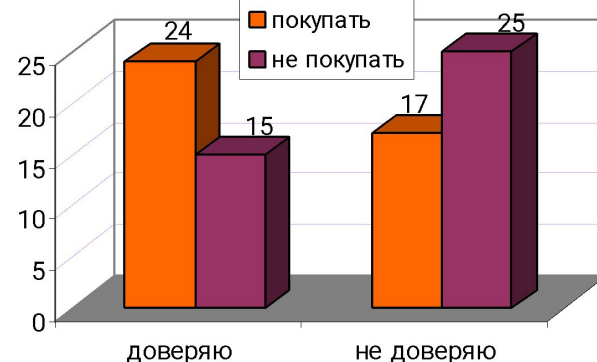


8. Фактор социального оптимизма

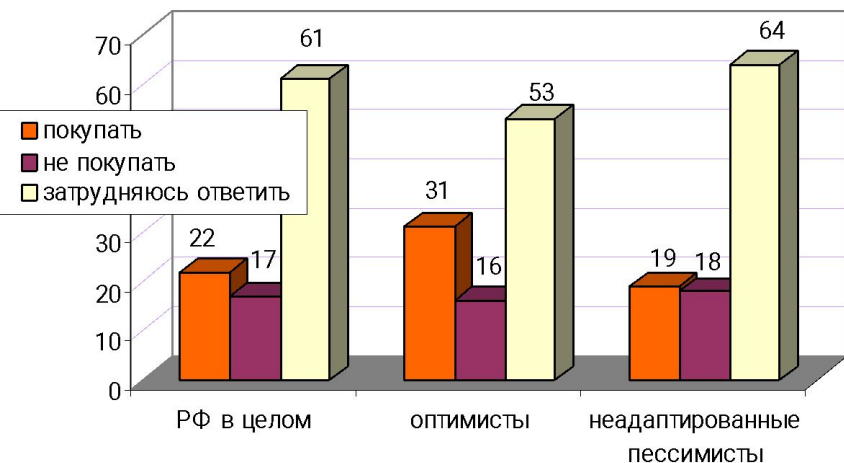
Как Вы думаете, в ближайшие два года в России будет или не будет финансовый кризис?



Что бы Вы посоветовали Вашему знакомому в отношении акций Роснефти? Позиции тех, кто доверяет В.Путину и тех, кто не доверяет В.Путину. Общероссийский опрос.

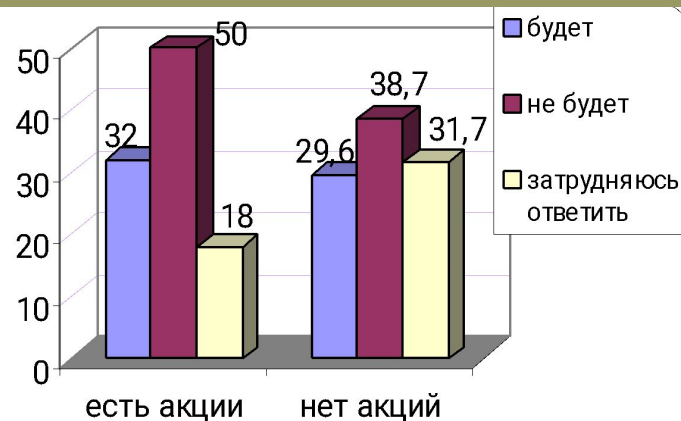


Что бы Вы посоветовали Вашему знакомому в отношении акций Роснефти? Общероссийский опрос.



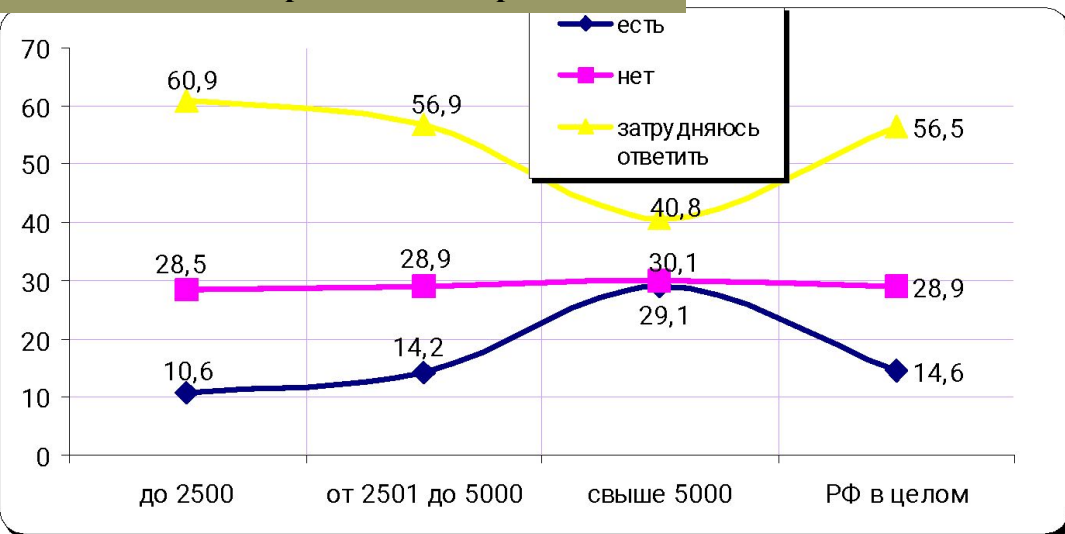
Оценка перспектив страны играет ключевую роль в решении о покупке акций.

В ближайшие два года будет финансовый кризис? Позиции тех, у кого есть акции российских компаний, и тех, у кого нет акций. Общероссийский опрос.



9. Восприятие Роснефти

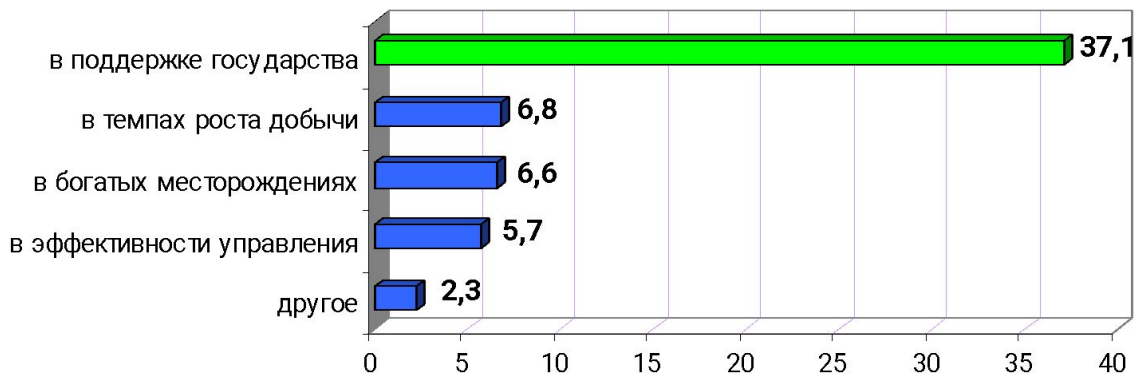
Между компанией Роснефть и другими крупными нефтяными компаниями РФ есть принципиальные отличия? Распределение ответов в зависимости от среднего дохода на члена семьи. Общероссийский опрос.



Как Вы думаете, Роснефть имеет конкурентные преимущества по сравнению с другими нефтяными компаниями? EXIT POLL



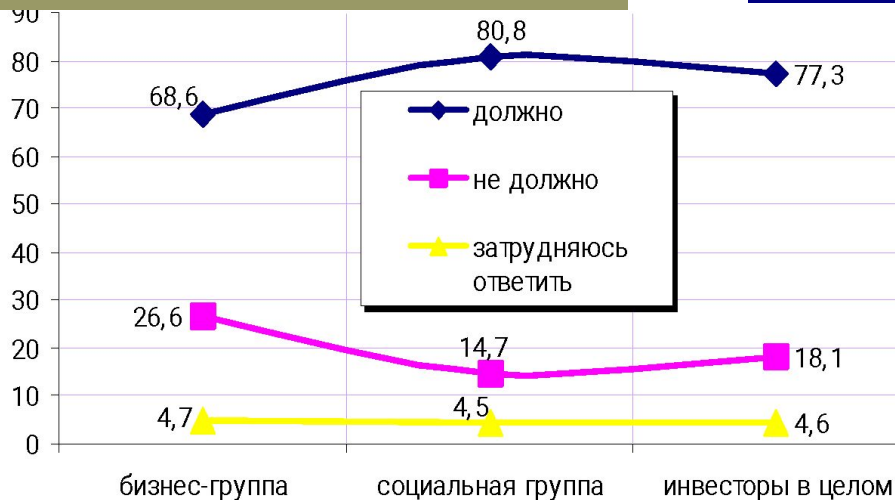
В чем Вы видите главное преимущество Роснефти? EXIT POLL



С точки зрения восприятия Роснефти инвесторы делятся на три большие группы:

1. «Государственники» (37,1%). Для них самый важный фактор – это поддержка государства.
2. «Производственники» (19,1%). Для них важнее экономические показатели компании.
3. Те, кто не видит у Роснефти принципиальных преимуществ, тем не менее, акции покупает.

В случае возникновения финансовых проблем у Роснефти, должно ли Правительство РФ поддержать ее за счет бюджетных средств? EXIT POLL



10. Стратегия инвесторов

● ставка на государство

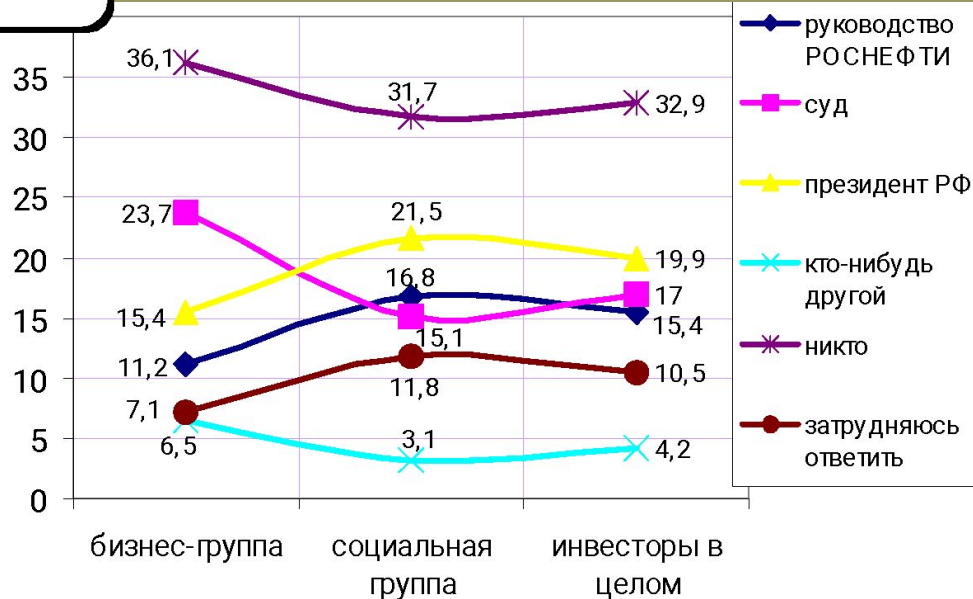
Статус госкомпании – один из важнейших факторов привлекательности акций Роснефти. Абсолютное большинство народных инвесторов (77,3%) считает, что государство несет финансовую ответственность за состояние Роснефти. Многие из них рассматривают акции Роснефти как аналог гособлигаций. В то же время, у инвесторов нет сильных надежд, что государство их защитит.

Кто лучше других защитит Ваши интересы как инвестора? EXIT POLL

Парадокс финансового поведения: большинство инвесторов (32,9%) считает, что их интересы никто не защитит, тем не менее, они акции покупают.

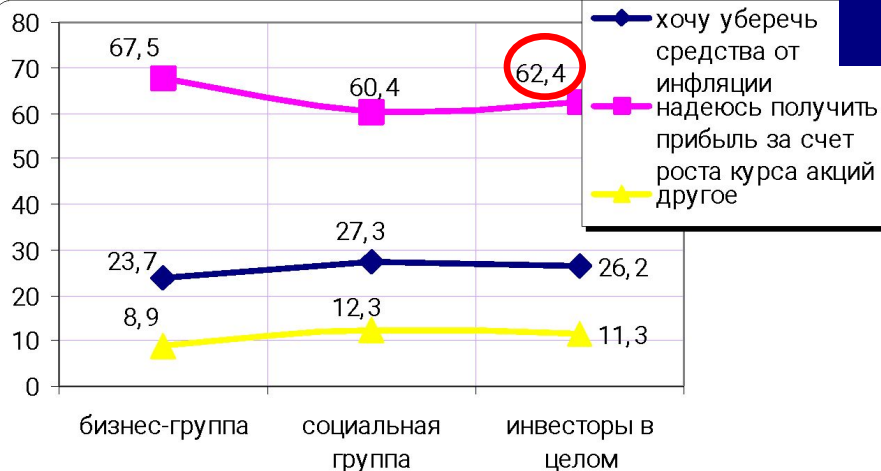
ВОСТРЕБОВАНА ОРГАНИЗАЦИЯ, КОТОРАЯ ОБЪЕДИНЯЛА БЫ ИНВЕСТОРОВ И ЗАЩИЩАЛА ИХ ИНТЕРЕСЫ.

Асимметрия во взглядах бизнес-группы и социальной группы: представители бизнеса в защите своих интересов больше рассчитывают на суды, меньше – на президента, представители социальной группы – наоборот.

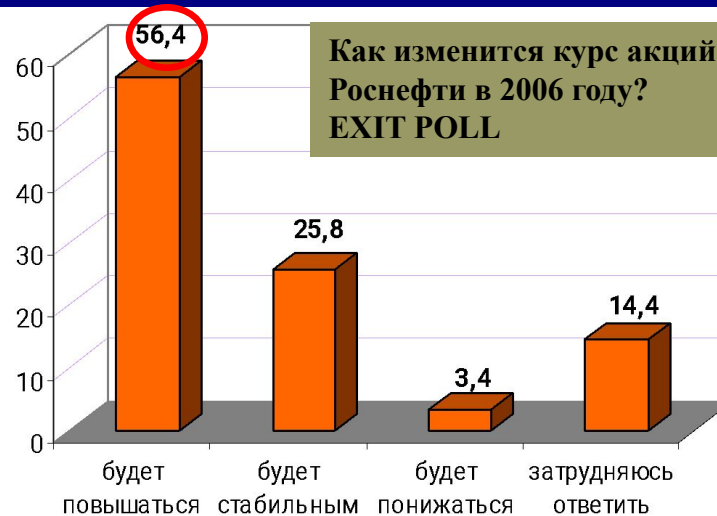


11. Стратегия инвесторов

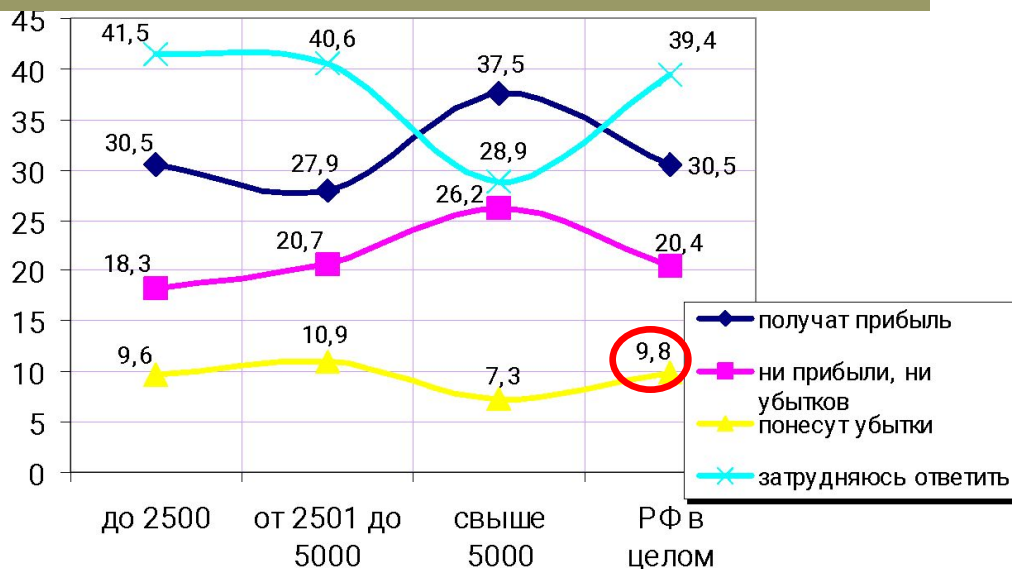
Зачем Вы покупаете акции Роснефти? EXIT POLL



• ставка на прибыль



Люди, которые покупают акции Роснефти, получают прибыль или понесут убытки? Распределение мнений в зависимости от уровня дохода на члена семьи. Общероссийский опрос



Абсолютное большинство инвесторов покупает акции ради прибыли, они надеются заработать на росте курса, а не просто уберечь средства от инфляции.

Население РФ в целом оптимистично смотрит на покупку акций Роснефти, только 9,8% считает, что покупатели Роснефти понесут убытки в ближайший год - два.

12. Стратегия инвесторов

- долгосрочная покупка

Если к Новому году курс акций Роснефти повысится на 40%, Вы продадите или не продадите свои акции?
EXIT POLL



Если к Новому году курс акций Роснефти понизится на 40%, Вы продадите или не продадите свои акции?
EXIT POLL



Абсолютное большинство инвесторов рассматривает покупку акций как долгосрочное стратегическое вложение средств на несколько лет и более. Для них акции - это не спекулятивная покупка, а способ организации домашних накоплений. В социальном плане для многих инвесторов акции выполняют роль «домашнего» пенсионного фонда.

Как показывают фокус-группы, для многих инвесторов важную роль играет пример акций Газпрома. Те люди, кто подписался на акции Газпрома в 90-ые годы, или приобрел их за деньги в последние 5 лет, смогли заработать на акциях. Пример мелких акционеров Газпрома – фактор доверия к фондовому рынку и популярности акций.

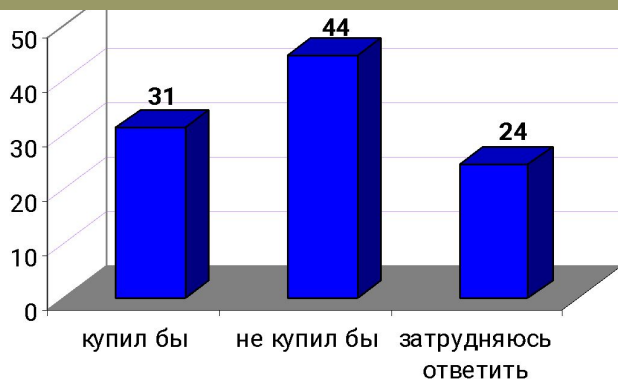
13. Стратегия инвесторов

• запрос на прямое владение акциями

Если бы у Вас была сумма денег, которую бы Вы решили не тратить в течение нескольких лет, какой из перечисленных вариантов Вы бы предпочли?
Общероссийский опрос



Если бы Вам позволяли финансовые возможности, Вы купили бы акции какой-нибудь российской компании?
Общероссийский опрос



11% граждан предпочитают покупку акций другим видам организации домашних сбережений.

Идея прямой покупки акций и владения акциями значительно популярнее идеи ПИФов.

Предложение Роснефти попало в «поле ожиданий»: госкомпания, покупка через государственный Сбербанк, владение конкретным активом, а не паем, расчет на долгосрочный рост.

Есть запрос на такие финансовые инструменты, которые обеспечивали бы прямое долгосрочное владение акциями без спекулятивной перепродажи

СОЦИАЛЬНЫЙ СТИМУЛ ПОКУПКИ АКЦИЙ – ИЗМЕНЕНИЕ СТАТУСА. ПРЕВРАЩЕНИЕ В СОБСТВЕННИКА КРУПНОЙ КОМПАНИИ.

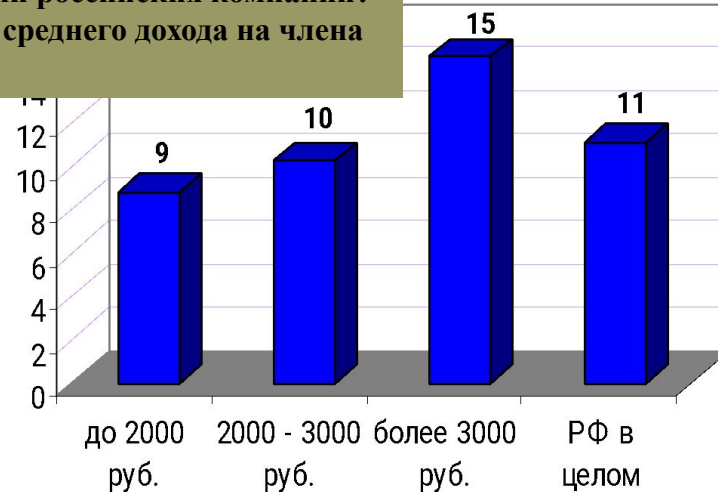
14. Сколько в стране акционеров

Вспомним начало 90-х годов. Вы вкладывали свои деньги в различные финансовые компании, потерпевшие крах? Если да, то как Вы оцениваете результат этих вложений? Общероссийский опрос



По разным общероссийским опросам около 10% граждан заявляет, что владеют акциями (сами, или члены семьи). Это не только те, кто приобретал акции на ваучеры, но также те, кто участвовал в корпоративных «подписках на акции» предприятий в 90-ые годы (в т.ч. Газпрома), а также те, кто купил акции за деньги.

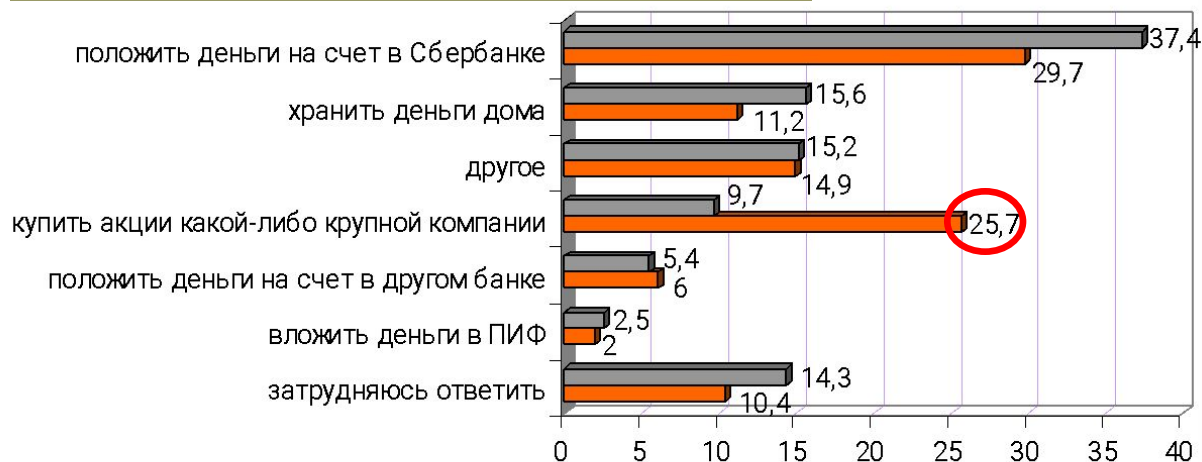
У Вас или членов Вашей семьи есть акции российских компаний? Распределение ответов в зависимости от среднего дохода на члена семьи. Общероссийский опрос



15. Рождение инвестиционного сословия

• как владение акциями меняет финансовое поведение

Если бы у Вас была сумма денег, которую бы Вы решили не тратить в течение нескольких лет, какой из перечисленных вариантов Вы бы предпочли?
Общероссийский опрос



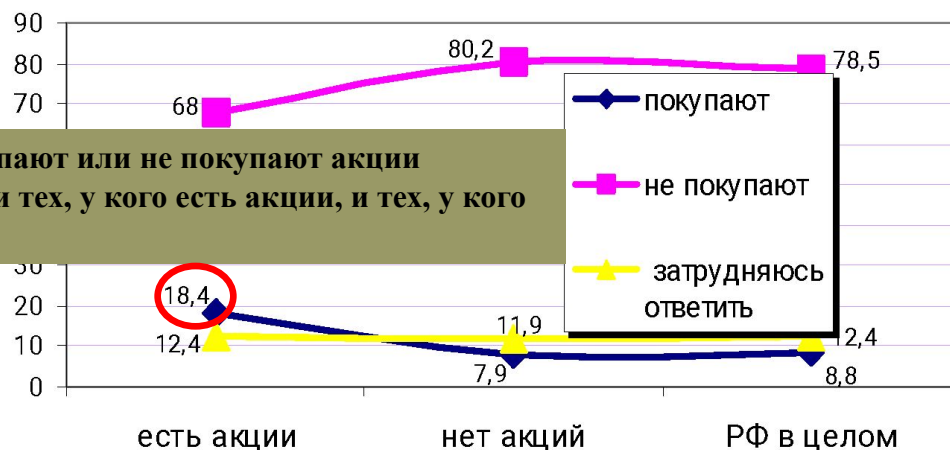
■ те граждане, у которых нет акций российских компаний
■ те граждане, у которых есть акции российских компаний

Человек, ставший владельцем акций, как правило, пересматривает стратегию сбережений .

Покупка акций – фактор изменения образа жизни и экономических предпочтений.

Покупка акций – саморасширяющийся социальный процесс: владение акциями подталкивает к дальнейшим покупкам.

Люди с такими доходами как у Вас, покупают или не покупают акции Роснефти? Распределение ответов – среди тех, у кого есть акции, и тех, у кого нет акций. Общероссийский опрос



16. Рождение инвестиционного сословия

- кризис традиционной системы домашних сбережений

ВЫЗОВЫ

Обесценивание доллара.

Дороговизна на рынке недвижимости.

Низкий процент по депозитам в банках.

Рост цен, тарифов, инфляционные ожидания.

Случаи массового обмана пайщиков при строительстве жилья.

Отсутствие эффективной пенсионной системы.

Массовое развитие потребкредитования и ипотеки.

2 АЛЬТЕРНАТИВЫ

ИНВЕСТИРОВАНИЕ

КЛЮЧЕВОЙ ВЫБОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ДОМОХОЗЯЙСТВ - ВЫБОР МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ И ИНВЕСТИРОВАНИЕМ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БУМ

СТИМУЛЫ К ПОКУПКЕ АКЦИЙ

Рост реальных доходов.

Пример акций Газпрома.

Рост финансовой компетентности граждан.

Стабильность политического режима.

Преодоление «синдрома 1998 года».

Заинтересованность компаний в приходе массового акционера.

Общественное одобрение покупки акций, «мода».

ПОКУПКА АКЦИЙ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ: ПОКА ЕДИНСТВЕННЫЙ НАДЕЖНЫЙ МЕХАНИЗМ ИНВЕСТИРОВАНИЯ МЕЛКОГО СЕМЕЙНОГО КАПИТАЛА

17. Социальные ресурсы фондового рынка

31% купили бы акции, если бы позволили финансовые возможности.

21% считают, что граждане, которые купят акции сегодня, через год – два получают прибыль.

Массовые подписки на акции по модели «народного IPO» способствуют «социализации» фондового рынка, созданию нового слоя собственников, отличающегося принципами финансового поведения.

10% обладают акциями (сами или члены семей)

10% предпочитают покупку акций другим видам сбережений

3 целевые адресные группы: люди старших возрастных групп, бизнес, люди с высоким образованием.

ЯДРО

3% те граждане, кто сам или члены семьи приобрели акции за деньги

2% те граждане, кто собирается купить акции в течение года

6% следят за курсом акций

18. Георейтинг как инструмент диагностики

Мега-опрос в 69 регионах России.

В каждом регионе - репрезентативная выборка 500 человек

Общая выборка - 34500 человек, возможность анализа «микро» групп

Графическое представление данных: «ментальные карты» России

Опрос 26 августа – 13 сентября 2005 г.

У 56% россиян люди, которые стараются иметь как можно больше денег, вызывают уважение.

43% считают, что если число богатых людей в России будет увеличиваться, для страны будет больше позитивных последствий

38% считают, что сегодня у людей, которые могут и хотят работать, достаточно возможностей прилично зарабатывать

32% уверены, что их материальное положение зависит от них самих - от их усилий, характера, трудолюбия, расчетливости

27% россиян считают, что у них есть шансы стать человеком, имеющим много денег

В ОБЩЕСТВЕ СКЛАДЫВАЕТСЯ БЛАГОПРИЯТНОЕ ОТНОШЕНИЕ К БОГАТСТВУ.

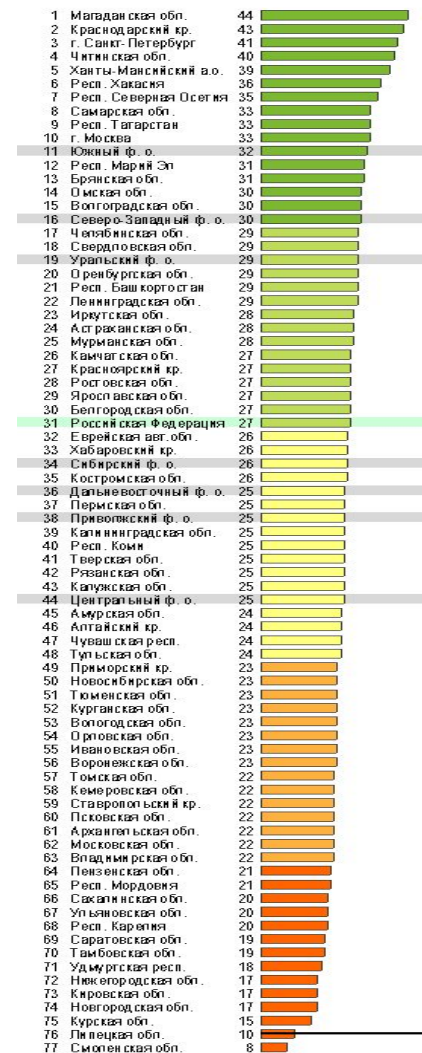
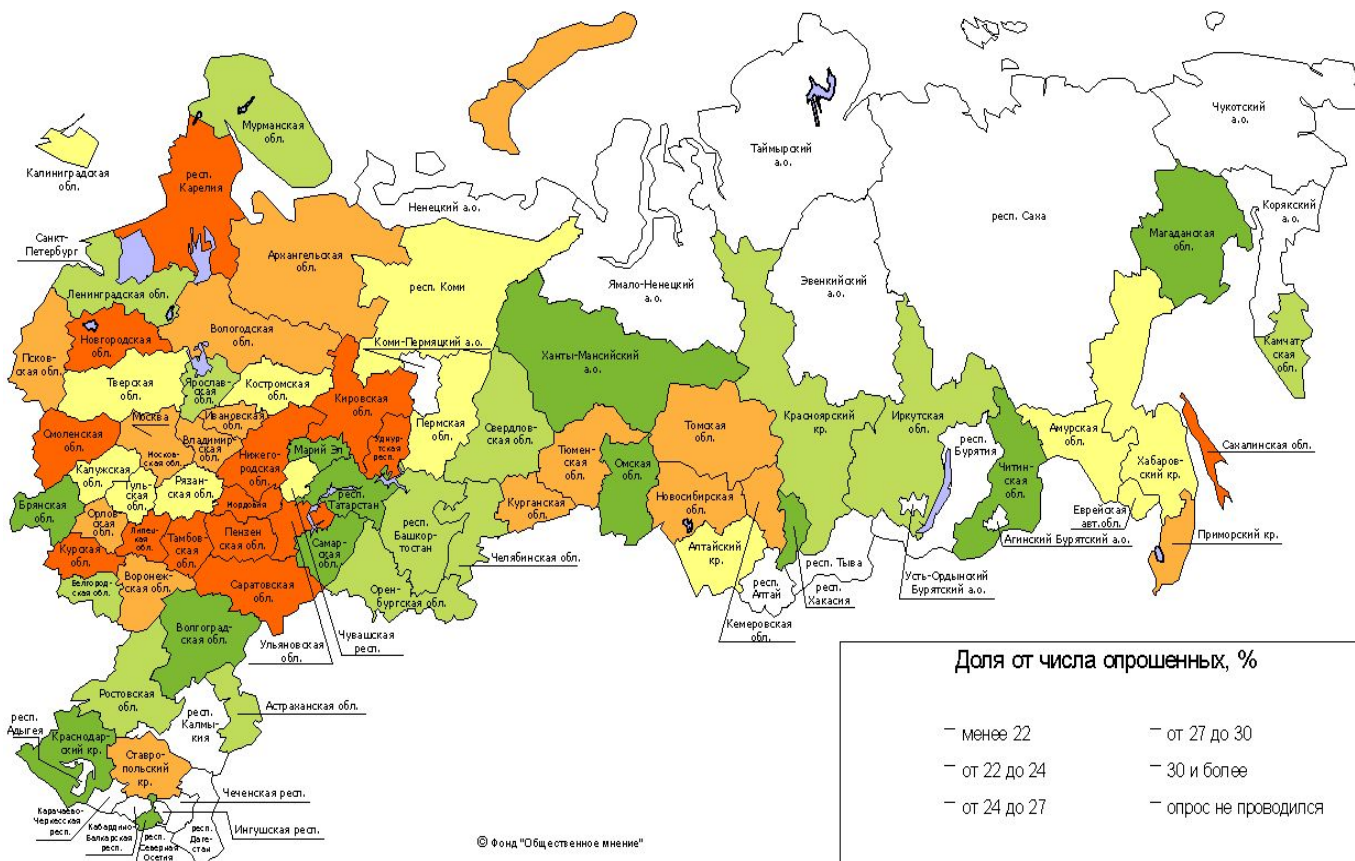
ФОРМИРУЕТСЯ МНОГОЧИСЛЕННАЯ ГРУППА ЛЮДЕЙ, ЖЕЛАЮЩИХ СТАТЬ БОГАТЫМИ И ГОТОВЫХ ПРИЛОЖИТЬ К ЭТОМУ УСИЛИЯ.

ЭТИ ЛЮДИ ОПТИМИСТИЧНО ОЦЕНИВАЮТ ВОЗМОЖНОСТИ ДОСТИЧЬ МАТЕРИАЛЬНОГО УСПЕХА В РОССИИ СЕГОДНЯ И СВОИ СОБСТВЕННЫЕ ШАНСЫ СТАТЬ БОГАТЫМИ.

19. «Обогащайтесь»: распространённость идеи

Проект «Георейтинг». Мега-опрос в 69 регионах России. Выборка: 34500 чел.

% граждан РФ, считающих, что у них есть шанс стать людьми, имеющими много денег



Опрос 26 августа – 13 сентября 2005 г.

20. «Гражданин инвестор»

Программа исследований

Целевые адресные группы:

Люди старшего возраста
Высокообразованные граждане
Люди имеющие дело с финансами

«Ядро» инвесторов: 2 - 3%

Остальные россияне

Что мы о них хотим узнать?

Как они воспринимают механизмы рыночной экономики?

Как различаются их стратегии инвестирования и почему?

Чего они ожидают и чего они опасаются?

Сколько денег они готовы инвестировать?

На какие риски готовы идти?

Как они «заражают» остальных «бациллой инвестирования»?

Кто эти люди: социально-демографический портрет, психологические особенности. Где живут эти люди: перспективные регионы

«Второй» эшелон «народных инвесторов»: какие они? Сколько их? Где они? Когда и как они выйдут на рынок?

ИЗУЧЕНИЕ «МАССОВОГО ИНВЕСТОРА» И ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП
РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА
АДЕКВАТНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Программа исследований

21. Преодоление «эпидемического порога»

- меры, способствующие массовому инвестированию

ЦЕЛЕВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ, АДЕКВАТНЫХ ЗАПРОСАМ КОНКРЕТНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП

ДОСТУПНЫЕ ПРОГРАММЫ «ФИНАНСОВОГО ЛИКБЕЗА», «ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИКБЕЗА»

НАЛАЖИВАНИЕ ПРЯМЫХ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ:

БИРЖА – ИНВЕСТОРЫ, РЕГУЛЯТОР – ИНВЕСТОРЫ, КОРПОРАЦИИ - ИНВЕСТОРЫ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТНОГО МАССОВОЙ ПУБЛИКЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЛЕКСИКОНА

МАССОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ В ЗАЩИТУ ИНТЕРЕСОВ ИНВЕСТОРОВ

ВЫДВИЖЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СПИКЕРОВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ЭЛИТЫ В КАЧЕСТВЕ НЬЮСМЕЙКЕРОВ И АНАЛИТИКОВ, ПОЛЬЗУЮЩИХСЯ ДОВЕРИЕМ МАССОВОЙ ПУБЛИКИ

ВОВЛЕЧЕНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ «НАРОДНЫХ ИНВЕСТОРОВ» В ОБЩИЕ ПРОГРАММЫ ПО СОЗДАНИЮ НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И ВЫРАБОТКЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

КИНО- И ТЕЛЕ- ПРОЕКТЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ «ФИНАНСОВОМУ ЛИКБЕЗУ», СОЦИАЛЬНОМУ ОДОБРЕНИЮ ПОКУПКИ АКЦИЙ, СОЦИАЛЬНОМУ ОДОБРЕНИЮ БОГАТСТВА