



Часто путают такие понятия как финансовый продукт и финансовый инструмент. Чтобы разобраться обратимся к классикам. К.Маркс и Ф.Энгельс определяют продукт как предмет, который производится для собственно потребления. Товар же, наоборот, производится для обмена. На любом этапе цепочки товародвижения его участники покупают и продают товар. И только конечный потребитель приобретает не товар, а продукт, ту потребительскую стоимость, ценность, выражаемую в выгоде, пользе, благе, т.е. в необходимой ему услуге. При этом продукт остается носителем потенциальной меновой стоимости, товаром. Таким образом, может происходить метаморфоза, превращение «продукт - товар - продукт».

На финансовых рынках обращаются финансовые товары (базисные активы): кредиты, ссуды, займы, облигации, чеки, акции, векселя, ценные бумаги. Принято их называть финансовыми инструментами. Они возникали постепенно на протяжении веков и потому их называют первичными финансовыми инструментами. Все финансовые инструменты сперва появлялись в форме специально созданного для индивидуального случая финансового продукта и в случае его успеха получали массовое распространение, становясь из финансового продукта массовым финансовым инструментом (метаморфоза).

С развитием товарного производства обнаружилось, что имевшиеся финансовые инструменты не справляются с сильными сезонными колебаниями цен когда недостаток финансов у аграриев весной приводил к сильному росту цен на зерно при уборке урожая осенью. Чтобы сгладить эту проблему в середине XIX века в США придумали авансировать аграриев весной под гарантированную твердую цену на зерно осенью путем заключения фьючерсных контрактов, опционов, свопов и эти новые инструменты стали называться производными или вторичными финансовыми инструментами («производный» от английского «derivative» ) от базисного актива (основного товара).

**Финансовый продукт** - это конкретный, готовый к продаже конечному потребителю один из финансовых инструментов, существующих на рынке или вновь сконструированный. Перечень финансовых продуктов, предлагаемых инвестиционными банками сегодня, характеризуется значительным количеством и разнообразием. Основная роль по разработке финансовых продуктов принадлежит

нескольким крупнейшим мировым банкам. Например, один из крупнейших инвестиционных банков мира Merrill Lynch предлагает на сегодняшний день более 110 наименований финансовых продуктов, и с каждым годом этот список все расширяется.

Особый интерес для потребителей-инвесторов представляют структурированные, или структурные, финансовые продукты (СФП), впервые возникшие в конце 80-х годов XX века в США. СФП это комплексный финансовый продукт, выпускаемый преимущественно инвестиционными банками и обладающий нестандартными характеристиками, достигаемыми за счёт комбинирования в структуре продукта постоянных и переменных потоков активов (денежных и неденежных), дополненных различными дополнительными условиями что позволяет достичь желаемого уровня доходности при установленном уровне риска. Большую часть вложенных клиентом средств (порядка 80–90 %) инвестиционная компания вкладывает в высоконадежные инструменты (как правило, это облигации или банковские депозиты). Это позволяет сохранить базовые вложения клиента. На оставшиеся средства обычно компания приобретает производные финансовые инструменты, такие как опционы и фьючерсы. Они являются более рискованными, но и потенциальная доходность по ним очень высока. Такая комбинация при удачном стечении обстоятельств позволяет не только сохранить активы инвесторов, но и получить хорошую прибыль.

Данный сегмент финансового рынка с 2005 года находит своё применение и в России и на текущий момент находится в фазе активного роста. Среди российских инвестиционных компаний можно выделить такие как: «Открытие», «Тройка диалог», «БКС», «КИТ Финанс» и многие другие. Например компания «Открытие» предлагает следующие виды СФП: структурный продукт «Абсолютная защита» со 100 % защитой капитала, структурный продукт «Высокий потенциал» с частичной защитой капитала, фиксированный купон (купонный структурный продукт), депозит из акций. На этом список СФП не ограничивается и предлагается возможность разработки продукта с учётом индивидуальных инвестиционных целей потребителей-инвесторов.

Сегодня СФП, предлагаемые российскими банками и инвестиционными компаниями, становятся всё более привлекательными для потенциальных потребителей. Однако существует ряд проблем, препятствующих его развитию, среди которых: несовершенство законодательства, недостаточный уровень развития российского рынка деривативов, нехватка профессионалов в области производных финансовых инструментов и СФП, недостаточный спрос на СФП в

периоды активного роста фондового рынка и другие факторы.

В России сейчас нет единого регулирования рынка СФП, поэтому приходится идти к иностранному брокеру и выходить на международный рынок, но при покупке через иностранного брокера в случае потерь у ЦБ РФ нет оснований защищать российского потребителя. Поэтому Центробанк намерен создать нормативную базу, которая позволит выпускать СФП в российской юрисдикции. Этот вопрос периодически обсуждается участниками рынка с представителями ЦБ РФ, который ведет работу по подготовке концепции развития СФП в России с учетом международного опыта. Концепцию обсуждают лет десять и может быть представят ее на публичное обсуждение в 2018 году.

Развитие в России рынка СФП, позволяющих обеспечить возвратность вложенных средств, будет способствовать привлечению в российскую финансовую систему и, как следствие, в реальный сектор экономики новых инвестиций со стороны розничных инвесторов, не склонных к рискованным вложениям в фондовый рынок. Структурированные финансовые продукты наряду с деривативами способны эффективно решать задачи перераспределения рисков между участниками российского финансового рынка, тем самым повысив уровень стабильности и устойчивости экономики страны.