

Pro:

PRO.RBC.RU

Финансы

→ 8

Медицина

→ 10

# БИЗНЕС

Сбербанк зафиксировал отставание экосистем от самостоятельных онлайн-продавцов в приросте безналичных платежей

Минэкономразвития предлагает провести эксперимент по дистанционной постановке врачебных диагнозов

МИНПРОМТОРГ ЗАФИКСИРОВАЛ В РЕГИОНАХ НЕДОСТАТОЧНЫЙ ЗАПАС МЕДИЦИНСКОГО КИСЛОРОДА

## Четвертая волна не дает промышленникам вздохнуть свободно

Из-за роста заболеваемости COVID в некоторых регионах возникают проблемы с запасами медицинского кислорода. Министерство рассчитывает на «АКТИВНУЮ РАБОТУ» С КРУПНЫМИ КОМПАНИЯМИ по передаче кислорода от них в пользу медучреждений.

→ 6



С началом осеннего роста заболеваемости коронавирусом Минпромторг вновь, как и во время третьей волны пандемии, стал просить металлургов нарастить производство кислорода, необходимого для больниц, рассказал собеседник РБК

Фото: Ольга Смольская/РИА Новости

## Финансы

В третьем квартале 2021 года основным ДРАЙВЕРОМ РОСТА БЕЗНАЛИЧНЫХ платежей стала ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ. При этом ЛЬВИНУЮ ДОЛЮ прироста обеспечили САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ, а не участники экосистем.

СБЕРБАНК ПРЕДСТАВИЛ СВЕЖЕЕ КВАРТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

# Экосистемы споткнулись на купюрах



↑ Больше всего безналичных платежей проходит через бары и рестораны

ЕВГЕНИЯ ЧЕРНЫШОВА

Сбербанк зафиксировал отставание экосистем от самостоятельных игроков онлайн-торговли в приросте безналичных платежей. Об этом говорится в исследовании рынка безналичных платежей, подготовленном лабораторией «СберИндекс» и «Платформой ОФД» (есть у РБК).

КАК РАСТУТ БЕЗНАЛИЧНЫЕ ПЛАТЕЖИ

Согласно исследованию, в третьем квартале 2021 года доля безналичного торгового оборота составила 58,8% от всех расходов россиян. В интернете было совершено 20,6% безналичных трат. «Львиная доля прироста интернет-оборотов приходится на самостоятельных игроков. Доля безналичных трат на товары и услуги экосистем,

по нашим оценкам, держится чуть выше 3% от всего безналичного оборота», — подчеркивают авторы исследования. Таким образом, доля самостоятельных онлайн-игроков в безналичном обороте составляет 17,3%. При этом показатели экосистем стагнировали первые три квартала 2020 года на уровне 2,5%, а с четвертого квартала прошлого года по третий квартал 2021-го держатся в диапазоне 3–3,4%.

В целом показатель безналичных платежей на 5,2 п.п. выше показателей прошлого года и на 0,8 п.п. выше показателей второго квартала текущего года. Динамика роста безналичных платежей в 2021 году соответствует динамике 2016–2017 годов, хотя в 2019 году наблюдались признаки ее замедления, отмечается в исследовании: «Это примечательно, ведь с тех пор значительная

Фото: Константин Кокоскин/Коммерсантъ



## От Wildberries или Ozon «Яндекс» и «Сбер» отстают как минимум из-за цен на товары на площадках: Wildberries и Ozon продают товары значительно дешевле. Где стоимость ниже, там пользователи и покупают

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПРОДАЖ В РОССИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ПЛАТЕЖНОГО ПРОВАЙДЕРА ЕСОМТРАУ МАКСИМ МАКАРОВ

часть экономики уже перешла на картонные платежи. Казалось бы, эффект базы должен затормозить процесс». Однако после пандемии новым драйвером роста безналичных платежей стала онлайн-торговля. Для сравнения: в третьем квартале 2020 года, после первой волны пандемии, когда бизнес уже освоил продажи в сети, на них приходилось лишь 16,3% от картонного оборота, а во втором квартале 2020 года, когда действовал локдаун, — около 16%. Доля онлайн-оборота во всех расходах по итогам третьего квартала 2021 года составила 12,6% — это также максимум с начала 2018 года.

### ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ ДЛЯ КАРТОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Наибольшая доля безналичных платежей зафиксирована в ресторанах — 79,6%, магазинах одежды — 75,5%, кафе и столовых — 73,6%, фастфуде — 69,5%, магазинах электроники — 68,2%, супермаркетах — 65,6%, гипермаркетах — 62,3%, магазинах строительных и хозяйственных товаров — 57,7% и в магазинах у дома — 56,6%.

В магазинах электроники, строительных и хозяйственных товаров доля «безнала» упала по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 0,4 и 1,2 процентного пункта соответственно. «Причиной стал аномально быстрый рост объема наличных средств в экономике в 2020 году. Эти деньги еще не вернулись в банковскую систему и, по всей видимости, обслуживают оборот в указанных категориях», — объясняют авторы исследования. Однако в этих же «деградирующих категориях» в третьем квартале за год заметно выросла доля онлайн-оборота в безналичном обороте. Так, в «электронике» показатель увеличился с 14,4 до 19,1%, в «строительных и хоз. товарах» — с 11,3 до 19,2%. «Это подразумевает сокращение офлайн-покупок, оплаченных картой. Большая часть мигрировала в интернет, а оставшаяся часть ушла «в нал», — говорится в исследовании. Эти категории занимают второе и третье место по доле онлайн-оборота в безналичных платежах. На первом месте «одежда» — 31,3% (за год показатель вырос с 25,2%), на четвертом месте — «фастфуд» (11,6%),

на пятом — «кафе и столовые» (9,9%), на шестом — «продуктовые магазины» — 3,3%.

Самый крупный чек традиционно зафиксирован в категории «Электроника» — 12,1 тыс. руб. За год его размер вырос на 48% — это максимальное значение по сравнению с другими категориями. Во втором квартале 2021 года он составлял 10,6 тыс. руб. «Это является прямым следствием социальных выплат, которые россияне получили в августе и сентябре 2021 года», — отмечают авторы исследования.

### ПРИЧИНЫ ОТСТАВАНИЯ ЭКОСИСТЕМ

Самостоятельные игроки онлайн-торговли находятся на более продвинутом этапе развития, чем соответствующие участники экосистем — они уже успели сформировать удобный клиентский сервис и вырастить лояльную аудиторию, объясняет руководитель практики по оказанию консультационных услуг компаниям финансового сектора КРМГ в России и СНГ Наталия Ракова.

Сейчас маркетплейсы с товарами есть по сути только в двух экосистемах — у «Яндекса» и «Сбера». Все остальные маркетплейсы и интернет-магазины — это самостоятельные игроки, рассказывает руководитель отдела продаж в России международного платежного провайдера Esomtraу Максим Макаров. Их лидеры — Wildberries и Ozon — уже давно на рынке и научились работать так, чтобы комиссия площадки была не очень высокой для

### ИГРОКИ РЫНКА

Крупнейшими онлайн-магазинами в России по итогам 2020 года являются маркетплейсы Wildberries (оборот 413,2 млрд руб.) и Ozon (197 млрд руб.), магазины электроники и бытовой техники «Ситилинк» (132,7 млрд руб.), DNS (116,7 млрд руб.), «М.Видео» (113,2 млрд руб.) и т.д.

Среди экосистем крупными игроками являются «Сбер», VK (бывшая Mail.ru Group), «Яндекс» и т.д. В их экосистемы входят сервисы электронной торговли, например магазины продуктов, доставка готовой еды из кафе и ресторанов, сервисы такси и каршеринга и т.п.

продавцов, чтобы это не сказывалось на стоимости товаров. «Яндекс» и «Сбер» отстают от Wildberries или Ozon как минимум из-за цен на товары на площадках: Wildberries и Ozon продают товары значительно дешевле. Где стоимость ниже, там пользователи и покупают», — рассуждает эксперт. По его мнению, удешевить стоимость товара до уровня Wildberries или Ozon экосистемам не помогает и единая подписка на свои сервисы, которая дает пользователям дополнительные скидки.

Экосистемы будут наращивать свою долю в безналичном обороте при условии роста их бизнеса, продолжает Ракова: «Им придется соревноваться с независимыми игроками, в том числе с состоявшимися лидерами рынка. Делать это можно за счет стандартных методов цифрового маркетинга, развития отношений с клиентами, улучшения клиентского опыта и уровня сервиса». Например, «Сбер» хочет к 2023 году войти в топ-3 игроков на рынке электронной коммерции с оборотом 500 млрд руб.

В целом онлайн-торговля безусловно стала драйвером роста безналичных платежей, поскольку в данном случае они являются наиболее удобным способом оплаты, говорит Ракова. Пандемия коронавируса сформировала новую потребительскую привычку покупать онлайн даже те продукты и услуги, которые раньше традиционно были офлайн-новыми, добавляет основатель и генеральный директор сер-

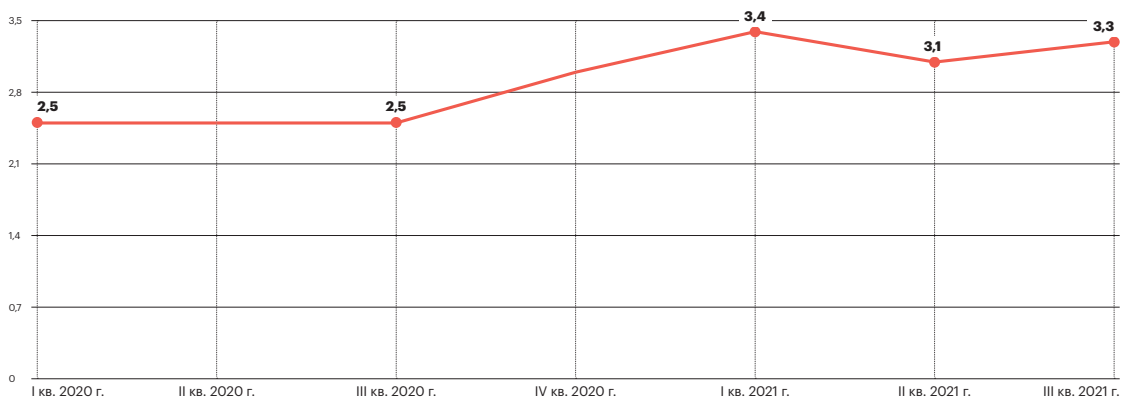
виса подписки «Огонь» Владимир Начев. «Онлайн выступает драйвером безнала, потому что любой интернет-магазин заинтересован в создании простого и быстрого клиентского пути. Самый правильный с точки зрения конверсии подход — когда у клиента есть возможность привязать к интернет-магазину свое платежное средство, то есть карту», — добавил президент Ассоциации компаний интернет-торговли Артем Соколов.

По словам Соколова, доля онлайн-магазинов во всем розничном обороте России по итогам первого полугодия 2021 года составляет 8,5%, а доля безналичных расчетов в них — больше 76%, в некоторых магазинах она достигает 100%. Например, лидер рынка онлайн-торговли — Wildberries — отказался от наличных платежей весной 2020 года. ■

Доля онлайн-магазинов во всем розничном обороте России по итогам первого полугодия 2021 года составляет 8,5%

ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ АРТЕМ СОКОЛОВ

Доля экосистем в безналичном обороте, %



Источники: лаборатория «СберИндекс», «Платформа ОФД»