За счет чего в прошлом году почти вдвое вырос рынок страхования жизни? | 11

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Итоги года. Юг России

Среда 28 февраля 2018 №35 (6273 с момента возобновления издания)

ug.kommersant.ru 16+

10 | Как менялся рынок микрофинансирования и что его ждет в 2018 году?

12 | Какие тенденции на рынке труда повлияют на карьеру миллионов россиян?

Онлайн-торговля в России продолжает стремительно развиваться. При этом новые-площадки все чаще запускают в регионах, в том числе и на юге страны. Большую популярность получили иностранные онлайн-магазины. По словам экспертов, одержать победу в борьбе за потребителя отечественным интернет-площадкам помогут высокое качество услуг, широкий ассортимент и уникальность товаров.

Покупатель попал в интернет-сети

— торговля —

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

Средний чек в российском онлайн-магазине приблизился к 7340 рублям

Пока впереди

По итогам 2017 года Ассоциация компаний интернет-торговли оценила объем российского онлайн-рынка в 1,150 трлн руб. Это на 22% больше, чем в прошлом году. Несмотря на растущую популярность иностранных интернет-магазинов, 68% покупок россияне по-прежнему делают на отечественных площадках.

По словам специалистов «Яндекс. Маркета» и Gfk Rus, россияне приходят в интернет-магазины ради экономии времени для совершения покупок и сравнительно низких цен на онлайн-товары. Сегодня средний чек в российском онлайн-магазине приблизился к 7340 руб., что на 880 руб. больше, чем годом ранее.

Половину интернет-покупок россияне забирают самостоятельно. Что касается оплаты, то больше половины клиентов предпочитают платить за заказ в момент его получения. Однако постепенно такой способ оплаты становится менее популярным, что связано с повсеместным распространением банковских карт.

По мнению специалистов АКИТ, лидеры по числу продаж онлайне — категория товаров «бытовая техника и электроника». В интернете покупают 18,8% продукции от общей доли рынка БТиЭ, что составляет 230 млрд руб. Во многом таких показателей удалось достичь за счет роста продаж компьютеров и ноутбуков — 28%, а также телефонов и смартфонов — 24%.

Ситуация на интернет-рынке в ЮФО не сильно отличается от средних показателей по стране. Однако у местных потребителей есть свои особенности. По словам генерального менеджера федеральной сети магазинов электроники «Позитроника» Сергея Крбашьяна, в регионе смещена сезонность потребительской активности. «Высокий» сезон покупок начинается в середине лета, пик же приходится на сентябрь. При этом по интенсивности он практически равен декабрьскому. Также большей популярностью на Юге пользуются премиальные бренды. Особенно высокий спрос на товары категории «дорогие модные бренды» наблюдается на Кавказе. Охотно на Юге покупают детские товары и косметику, считает директор по продажам DPD в России и SPSR Express Наталья Плетнева. При этом в регионе с большим недоверием относятся к товарам из Китая.

Конкуренты отовсюду

Несмотря на то что большую часть заказов россияне делают на отечественных площадках, трансграничная торговля развивается быстрыми темпами. По итогам 2017 года доля трансграничных покупок в России составила 37% от общего числа покупок, что равно 420 млрд руб. Как отмечают специалисты «Яндекс. Маркета» и Gfk Rus, главными мотивами для покупки за рубежом остаются более низкая стоимость товара, широкий ассортимент и отсутствие нужного товара на российских площадках.

Обычно покупатели заказывают на иностранных площадках товары из шести ключевых категорий: «одежда и обувь», «смартфоны», «товары для детей», «косметика и парфюмерия», «товары для дома и сада» и «электроника». Их суммарная доля превышает 80% от числа всех заказов.

В прошлом году средний чек европейских и американских магазинов прибавил сразу 1890 руб., перейдя рубеж в 10 тыс. руб. Заметно выросло количество заказов на китайских интернет-магазинах. Так, на долю товаров из Поднебесной приходится 38% от всех трансграничных сделок россиян. Средний чек китайских площадок заметно ниже других. В 2017-м он равнялся 3438 руб., прибавив за год 935 руб.

Увеличение числа трансграничных покупок вызывает беспокойство части местных игроков. В АКИТ считают, что российские и иностранные площадки находятся в неравных условиях ведения бизнеса, что приводит к неравномерному развитию онлайн-торговли. Специалисты полагают, что выйти из сложившейся ситуации можно с введением НДС-регистрации иностранных компаний на отечественном рынке. «Российские магазины имеют маржинальность бизнеса на 30% меньше, чем иностранные, поскольку обязаны уплачивать в нашей стране все налоги и пошлины. Иностранные магазины от этого освобождены, поэтому могут предлагать более приятную цену»,— рассказывает президент АКИТ Алексей Федоров. По его словам, введение НДС-регистрации никак не отразится на потребителе, поскольку маржинальность бизнеса иностранных онлайн-ритейлеров позволяет сохранять цены на существующем уровне, включив в них стоимость налога. По оценкам специалистов АКИТ, внедрение этого механизма позволит государству ежегодно пополнять казну на 300 млрд руб.

По мнению коммерческого директора Pony Express по южному региону Анатолия Едемского, НДС-регистрация иностранных площадок действительно повлияет на конкурентоспособность отечественных магазинов, но только в части сегментов одежды и обуви. В других категориях основной проблемой является отсутствие производства таких товаров на территории России. Например, чехлов

с 10

Деловых туристов зовут на Юг

— тенденции —

Бизнес-туризм и MICE-сегмент на юге России пока еще не дотягивают до уровня Москвы и Санкт-Петербурга. Эксперты полагают, что с улучшением инфраструктуры многие южные города, особенно на черноморском побережье, смогут перетянуть на себя спрос деловых туристов. Сейчас по MICE-сегменту на Юге лидирует Сочи, у которого осталась инфраструктура после Олимпиады-2014, однако уже в ближайшее время другие города Краснодарского края и Крыма смогут занять свою устойчивую нишу в сфере бизнес-туризма.

Инфраструктурные проблемы

Улучшение экономической ситуации, по мнению экспертов, повлияло на бизнес-активность компаний и количество совершаемых их сотрудниками командировок в 2017 году. Рынок делового туризма был стабилен в городах Южного федерального округа, при этом MICE-сегмент в ЮФО, как и во всей стране, прирос на 5–10% по сравнению с 2016 годом, отмечает Елена Лысенкова, генеральный директор Hospitality Income Consulting. В целом по стране увеличилось число корпоративных мероприятий, при этом немного уменьшился размер средней группы гостей: с 80–100 до 60–70 человек.

Тенденцией 2017 года в деловом туризме эксперты называют снижение среднего чека. Наталья Розенблюм, управляющий партнер, директор компании Top Hotel Experts, говорит о сокращении количества участников различных выездных мероприятий, и их продолжительности пребывания в командировке. Для гостиничной индустрии в прошлом году было характерно и сокращение расходов гостей на дополнительные услуги, так как клиенты стремятся заранее определить бюджет мероприятия и тратить минимальную сумму денег на необязательные сервисы.

При этом игроки туристического рынка заинтересованы в MICE больше, чем в частных гостях, считает Светлана Макарова, бренд-менеджер сети семейных курортов Alean Family Resort Collection. Бизнес-поездки востребованы круглый год, поэтому, по сути, отсутствует понятие сезонности. Кроме того, корпоративный сегмент значительно прибыльнее для туристических компаний, поскольку он тратит гораздо больше денег, чем единичный путешественник.

Деловых туристов тянет к морю

Лидирующее положение в деловом туризме на юге России — у Краснодара, Ростова-на-Дону и Сочи, говорит Анджей Зеленцов, генеральный директор отеля Azimut Freestyle и апартаментов «Valset Роза Хутор» от Azimut. По проведению MICE-мероприятий среди городов юга России лидирует Сочи. «Там проводится большое количество всевозможных конгрессов, конференций. Это обусловлено популярностью самого города, высокой информированностью о его инфраструктуре и количестве отелей»,— рассказывает гендиректор агентства делового туризма IBC Corporate Travel Анатолий Курюмов.

Тем не менее мнения экспертов насчет Сочи разделились. По словам Алексея Астанина, гендиректора компании дистрибуции электронных железнодорожных билетов и онлайн-сервиса для путешествий UFS.Travel, за прошедшие два года Сочи потерял четверть бизнес-туристов. Качество сервиса, который предлагают конгресс-площадки в Сочи, все еще уступает другим городам, и не только Москве и Санкт-Петербургу. «Например, в Грузии и Армении туристический продукт делового класса можно получить на 10–20% дешевле, чем в Сочи. Для того чтобы привлечь в Краснодарский край новый поток деловых туристов, стоит преодолеть существующие инфраструктурные ограничения и реструктуризировать ценообразование. После зимней Олимпиады-2014 осталось большее количество объектов и гостиничных комплексов, которые можно было бы переоборудовать под высокооснащенные конгрессные центры»,— полагает господин Астанин.

В то же время Андрей Зинковецкий, управляющий директор компании корпоративных мероприятий «Аэроклуб Тур», говорит о том, что в Сочи нет существенного спада активности, некоторым из желающих провести деловые мероприятия в городе в феврале или марте приходится отказывать, так как все уже забронировано. Эксперт согласен, что ажиотажа, который был сразу после Олимпийских игр, уже нет, но все объекты стабильно загружены в течение всего года.

с 12

Банк новый, «одомашненный»

— финансы —

Развитие цифровых технологий вносит серьезные изменения в бизнес-модели банков. Преимущество в конкурентной борьбе получат те банки, которые смогут «доставить офис на дом», предложив клиенту весь спектр услуг. Главные задачи на этом пути — обеспечить простоту проведения банковских операций и безопасность финансов клиентов. Игроки из топ-10, представленные на юге России, отмечают, что сегодня их клиенты проводят до 90% банковских операций дистанционно, пользуясь ПК и гаджетами.

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

Треть клиентов банков постоянно пользуются услугами онлайн

Не хуже, чем в Европе

Российская банковская система по уровню использования новых технологий не отстает от мировой, считают эксперты.

Управляющий директор Национального рейтингового агентства (НРА) Павел Самиев уверен, что внедрение в российскую банковскую систему элементов, отвечающих за трансформацию банковских услуг в цифровой формат, часто происходит активнее, чем в Европе. В качестве примеров эксперт называет электронный документооборот и интернет-банкинг. «Уже сегодня больше половины клиентов не приходят в офисы банков и финансовых компаний, так как пользуются их услугами удаленно. И финсектор сам понимает, что предоставлять услуги клиенту нужно в любое удобное для него время»,— отмечают специалисты ЦБ РФ. Важная особенность процесса состоит в том, что снижается влияние регионального фактора. Сегодня клиент из отдаленных районов Ростовской области или Ставропольского края может проделать те же банковские операции, что и клиент в Москве. Главное условие — доступность сети Интернет или сотовой связи.

Банки из топ-100 видят в развитии цифровых технологий свое главное конкурентное преимущество в условиях развития цифровой экономики. «Банковский сектор сегодня — один из самых активных пользователей продвинутых IT-технологий. Большинство технологий, на мой взгляд, приносят extra value в виде экономии средств, либо в виде дополнительного дохода, либо в виде улучшения сервиса для клиента,— рассказывает Андрей Люшин, заместитель председателя правления Локо-банка.— К примеру, использование API (Application Program Interface — программный интерфейс приложения, позволяет внешнему приложению обращаться к программным системам внутри самого банка.— Прим. ред.) позволяет получить выгоду всем трем сторонам (концепция win-win-win): двум интегрирующимся партнерам и клиенту, который пользуется продуктами обоих партнеров. Например, если API используется для организации платежного сервиса, то клиент получает возможность моментального перевода/зачисления средств, а партнеры — онлайн-расчетов между собой. Есть технологии, которые сегодня называют „хайп“,— это, скорее, дань моде. Но стратегически ИТ — это то, что приносит существенную экономию ресурсов и улучшение продукта по сравнению с конкурентами».

Игроки рынка уверены, что инвестировать в новые технологии сегодня — насущная необходимость. «ИТ-технологии полностью изменили банковскую сферу, банки инвестируют в них большие средства, поскольку без фокуса на ИТ банк уже не является конкурентоспособным,— согласен Виктор Носов, директор департамента развития дистанционных каналов обслуживания Юникредит-банка.— Уже сейчас многие операции клиенты могут проводить дистанционно; соответственно, можно сказать, что ИТ-технологии используются вполне эффективно».

Эксперты отмечают, что качественный цифровой продукт требует немалых вложений, и позволить себе его могут только крупные и стабильные игроки. Поэтому IT-сервисы — опосредованно — это еще и подтверждение надежности и устойчивости банка. «Порядка трети клиентов всех банков постоянно пользуются дистанционными каналами, а если говорить о топовых клиентских сегментах (affluent), то здесь мы наблюдаем 60% пользования онлайн-банкингом, что сопоставимо с европейским уровнем. Так что инвестиции во все IT-сервисы уже окупаются»,— комментирует региональный директор операционного офиса «Ростовского» Южного филиала Промсвязьбанка Лариса Чураева.

Банк на диване

Банки стремятся к тому, чтобы любая услуга была доступна клиенту в любом месте в любой момент времени.

«Более 90% типовых операций сегодня доступны клиентам в удаленных каналах обслуживания, а именно — в интернет-банке и мобильном банке. Например, сегодня каждый четвертый вкладчик Бинбанка размещает средства через интернет-банк или мобильное приложение, в то время как еще несколько лет назад таким способом предпочитал пользоваться лишь каждый 12-й клиент»,— рассказывает Денис Лавриненко, начальник управления развития интернет-банкинга Бинбанка.

«Сегодня практически все операции можно совершать в интернет- и мобильном банке, как физическим лицам, так и юридическим, которые активно пользуются интернет-банком при совершении платежей и открывают расчетные счета онлайн»,— комментирует Лариса Чураева. Юридические лица через интернет имеют возможность совершать различные операции по своим счетам, а также дистанционно оформлять документы для соответствия требованиям валютного контроля. Компании могут получить гарантии, подключить овер-