

Сервисы Buy Now Pay Later – новый способ покупать по- старому

— Развитие BNPL-сервисов и возможные пути их эволюции в России на основе анализа локальных трендов и зарубежного опыта

Приветствие

Коллеги,

в марте 2023 года наша команда завершила исследование BNPL-сервисов, действующих на российском рынке. Наш отчет – это первая попытка независимо и всесторонне проанализировать BNPL-сервис. Для этого мы опросили клиентов, поговорили с экспертами, собрали бенчмарк и изучили международный опыт.

Мы разобрались, что представляет из себя настоящий BNPL-сервис и каковы его основные составляющие, а также попытались оценить влияние, которое уже оказывает BNPL-сервис на поведение клиентов. Для того, чтобы понять, по какому сценарию может эволюционировать BNPL на российском рынке, мы детально исследовали опыт 10 различных стран с точки зрения клиентского опыта, регулирования и надзора.

Мы благодарим представителей BNPL-провайдеров за экспертизу и открытость при проведении интервью. Спасибо, что помогли нам погрузиться в тонкости и нюансы продукта, без вашей поддержки данный отчет был бы невозможен.

Мы считаем, что понимание, как работает BNPL, как воспринимают его клиенты и опыт других стран помогут данному сервису развиваться, а также упростит коммуникацию между всеми стейкхолдерами этого зарождающегося рынка. Поэтому часть результатов исследования и основные выводы мы публикуем бесплатно. Предлагаем вам прочесть наш отчет и, возможно, вы проникнетесь идеей Buy Now Pay Later так же, как это сделали мы в последние три месяца.

Команда Frank RG



Юрий Грибанов

Генеральный директор Frank RG



Анастасия Кудрякова

Старший проектный лидер



Анна Стогниенко

Старший проектный лидер



Алексей Сергеев

Аналитик



Даниил Тимошин

Аналитик



Петр Шматко

Ассистент аналитика

Методика и цели исследования



1 130

респондентов
приняли участие
в опросе

В феврале 2023 года был проведен онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, для того чтобы оценить реальное проникновение BNPL-сервисов и клиентский опыт на российском рынке среди всех категорий по благосостоянию, региону и возрасту.



5

BNPL - провайдеров
приняли участие в
интервью

BNPL-провайдеры, принявшие участие в исследовании, представляют 5 основных компаний, действующих на текущий момент на российском рынке.

Представители BNPL-провайдеров приняли участие в экспертных интервью и поделились своим видением рынка, его трендов, перспектив и точек роста.

Данные бенчмарк-исследования использовались для оценки рынка, а также расчета среднего размера покупки с помощью BNPL-сервиса по итогам 2022 года.

4

BNPL - провайдера
приняли участие в
бенчмарк-
исследовании

10

стран было исследовано в рамках раздела по международному опыту регулирования BNPL-сервисов

В исследовании было проанализировано 10 стран, различных с точки зрения развития BNPL-сервиса и e-commerce:

- Австралия
- Великобритания
- Германия
- Индия
- Китай
- ОАЭ
- Сингапур
- США
- Швеция
- Япония

В рамках исследования мы поставили следующие цели:

- Определить, какой продукт называют BNPL и какие основные базовые характеристики он имеет.
- Оценить емкость рынка BNPL-сервисов.
- Проанализировать зарубежные практики в части регулирования BNPL-услуг.
- Исследовать российский клиентский опыт в части покупок с помощью BNPL-сервисов.

Основные выводы исследования (1/2)

Россия

BNPL-провайдеры и емкость рынка

- Компоненты BNPL-сервиса в его классическом определении включают в себя: (1) срок до 1,5 месяцев, (2) наиболее частые покупки – в диапазоне 10 тысяч рублей, (3) минимум данных от клиента, (4) не является кредитом/займом, поэтому при оформлении не требуются паспортные данные, подтверждение доходов и нет взаимодействия с БКИ, (5) отсутствие переплат и процентов в случае соблюдения условий, (6) равные платежи, (7) сервис предоставляется отдельным BNPL-провайдером, с которым клиент заключает договор.
- BNPL-провайдеры действуют на рынке розничных товаров и услуг через партнеров – магазины и маркетплейсы. BNPL-сервисы эффективно встраиваются в путь клиента, занимая свою уникальную нишу – отложенного во времени платежа на определенных условиях.
- Frank RG оценивает долю транзакций с помощью BNPL-сервисов около 1% от всего объема e-commerce за 2022 год. По сравнению с международным бенчмарком в странах, где покупки с помощью BNPL начали развиваться более 8 лет назад и могут составлять до четверти покупок онлайн, доля РФ крайне мала. Рост до значимого уровня от продаж в e-commerce, как правило, занимает около 5-7 лет. С ростом значимости объемов в течение этого периода, растет и внимание регулятора к данному рынку.

Клиентский опыт

- Несмотря на этап зарождения рынка и новизну продукта, 20% тех, кто слышал о BNPL и заявлял о возможности использования продукта, в результате совершили покупку с помощью BNPL-сервиса. 60% пользователей BNPL готовы совершить покупку повторно.
- Среди причин, почему российские клиенты пользуются или хотят воспользоваться BNPL, в основном фигурируют экономические выгоды, при этом 35% респондентов, прошедших опрос, предпочитают сервис из-за возможности контролировать расходы.
- Более половины покупок с помощью BNPL-сервисов совершаются в диапазоне 10 тысяч рублей. В этом ценовом диапазоне BNPL-сервис конкурирует с оплатой собственными средствами с дебетовых карт, использованием кредитной карты, предоплаченных сертификатов, POS-кредитами и рассрочками со средним чеком покупки около 10 тысяч рублей. При этом пока что российские покупатели предпочитают, в первую очередь, классические рассрочки от магазина и кредиты в точках продаж от банков и МФО. При невозможности оформить покупку с помощью BNPL-сервиса более обеспеченные клиенты используют кредитную карту, но не отказываются от покупки.

Регулирование

- В последний год Банк России начал разработку подходов к регулированию рассрочки в сотрудничестве с представителями BNPL-провайдеров. Основной фокус в предложениях Банка России – это баланс между контролем системных рисков, возникающих с возможным ростом платежной нагрузки клиента, и желанием сохранить простоту, прозрачность и удобство продукта для пользователя.

Основные выводы исследования (2/2)

Международный опыт

BNPL-провайдеры и емкость рынка

- В странах, где рынок BNPL-покупок уже вошел в стадию зрелости, BNPL-провайдеры имеют вариативность предложений для клиента, включая предложения на срок, превышающий классический BNPL (1,5 месяца). В базовый сервис входят (1) отсутствие переплат в случае соблюдения условий, (2) регулярные платежи (7, 14 или 30 дней – в зависимости от страны) и (3) отсутствие передачи данных в бюро кредитных историй при осуществлении мягкой кредитной проверки.
- Объем транзакций с помощью BNPL-сервисов в мире к 2022 году достиг 277 млрд долларов США. На рынках, где BNPL как продукт присутствует более 5-7 лет, доля BNPL в e-commerce может достигать 26%; в странах, где BNPL не так популярен или начинает развиваться, его доля в e-commerce может колебаться в пределах 3-7%.
- В рамках исследования мы отобрали ряд стран, которые одними из первых начали развивать на своем рынке подобные услуги. Поскольку популярность продукта растет по всему миру, вклад этих стран в общую динамику рынка снижается от года к году и на 2021 год их доля в общем объеме мировых BNPL-транзакций составляет 72%.

Клиентский опыт

- В европейских странах клиентское поведение при покупке с помощью BNPL-сервиса практически повторяет тренды e-commerce как с точки зрения средних чеков покупки, так и предпочтений. Многие пользователи отмечают, что у них есть возможность оплатить покупки сразу, но им интересен сам факт того, что платеж отложен во времени, другие были прагматичнее и использовали BNPL из-за того, что эти платежи не заносятся в кредитную историю.
- В странах с высокой долей проникновения BNPL партнерская связка BNPL-провайдер и продавец (магазин, маркетплейс) очень сильна. Покупатели отмечали, что отсутствие такого способа оплаты, как BNPL, может повлиять на выбор клиентом магазина.

Регулирование

В рамках исследования, кроме России, было изучено 10 стран с разным уровнем проникновения BNPL-сервисов в экономику и покупательским опытом потребителей. Все страны мы разделили на три группы.

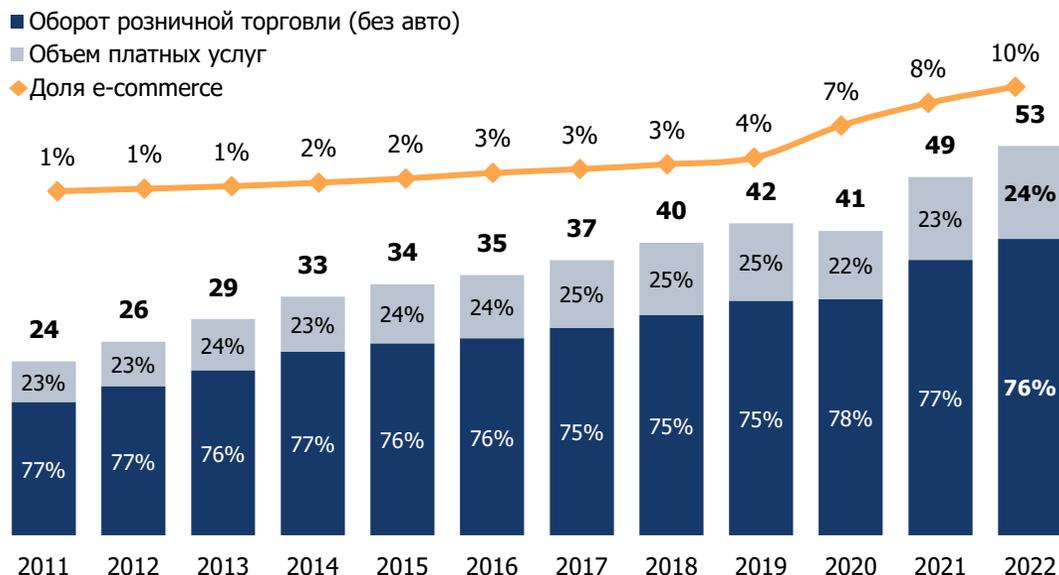
Первая группа – страны, где отрасль развивается в течение 5-8 лет и регуляторы, в случае негативной динамики показателей долговой нагрузки населения, стремятся ее ограничить. Самая продвинутая с точки зрения регулирования страна из этой группы – Великобритания.

Вторая группа – страны с невысоким уровнем проникновения BNPL-сервисов в e-commerce и более мягким регулированием.

Третья группа – страны, к которым мы отнесли и Россию, и куда также входят США и Китай, где BNPL-сервисы начали активно развиваться в последние годы и где покупки с помощью BNPL занимают менее 10% от e-commerce. В этих странах регуляторы обычно поддерживают диалог с провайдерами и стремятся повысить прозрачность работы инструмента для пользователей на ранних этапах формирования рынка.

Доля e-commerce среди трат российских потребителей за последние три года выросла более чем в два раза и составляет 10%

Оборот розничной торговли и объем платных услуг населению в динамике, трлн руб., %



Источник: Росстат (оборот розничной торговли за исключением покупки авто- и мототранспорта, объем платных услуг населению); Data Insight, март 2022 года; прогноз e-commerce за 2022 год – АКИТ, декабрь 2022.

Российские потребители потратили на товары и услуги в 2021 году 49 трлн рублей. Согласно первым оценкам за 2022 год, эти траты выросли на 8% и составили 53 трлн рублей. Больше половины товаров – это продукты питания.

Пандемия повлияла на покупательское поведение: в 2020 году объем трат клиентов снизился впервые за 10 лет, а доля трат на услуги сократилась до рекордных с 2011 года 22%. Доля электронной коммерции во время пандемии значительно выросла с 4% до 7% и продолжает расти.

Структура объема платных услуг

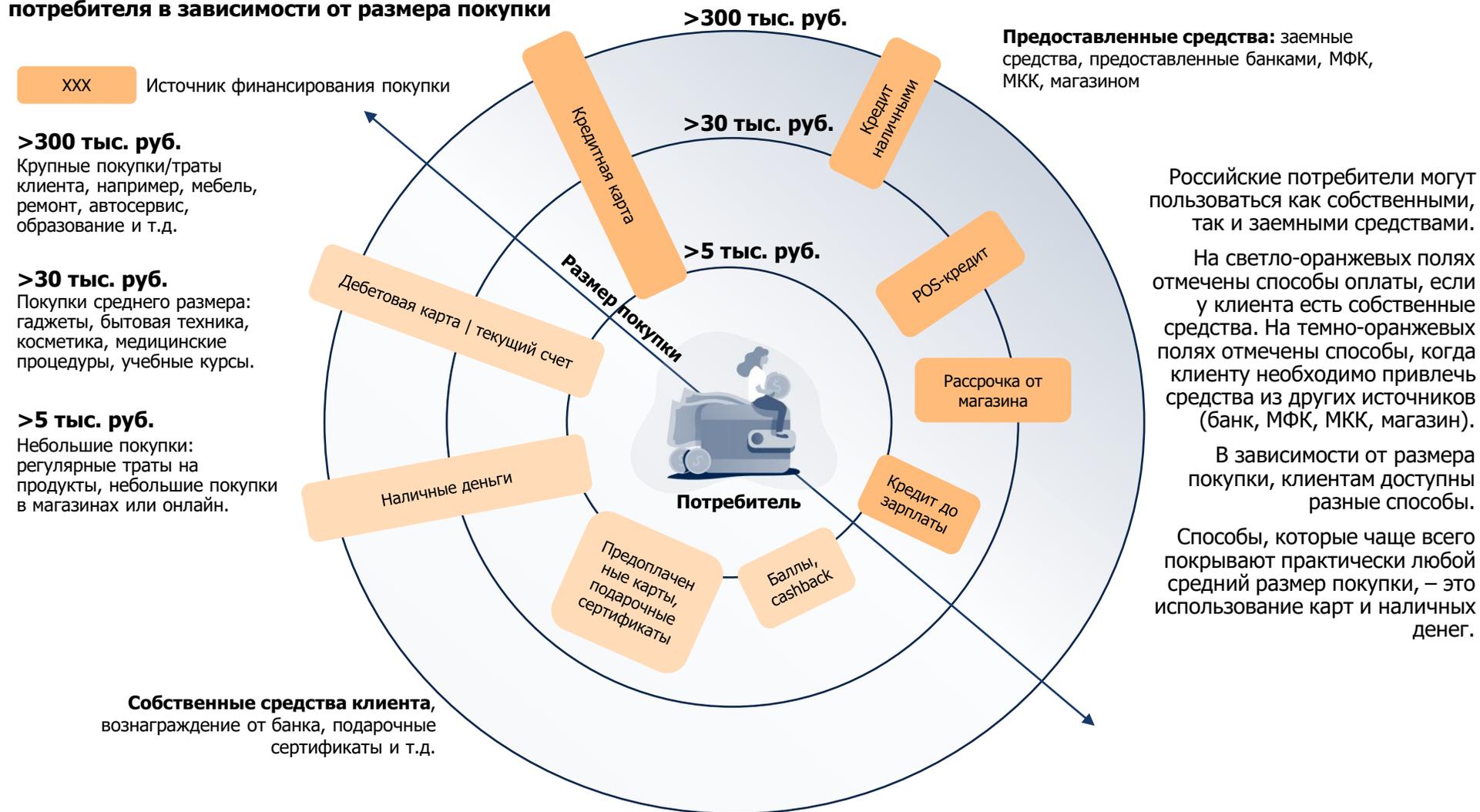


Структура оборота розничной торговли



Российскому потребителю доступны разные способы для оплаты товаров и услуг

Карта способов оплаты покупок для российского потребителя в зависимости от размера покупки



BNPL встроился в схему покупок российских потребителей, заняв свою нишу

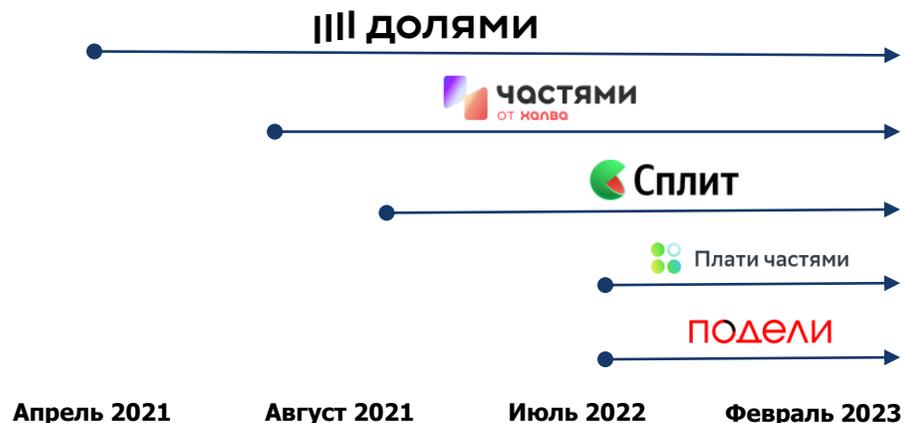
Для небольших покупок до 5 тысяч рублей с помощью привлеченных средств долгое время российским клиентам была доступна только кредитная карта. При этом доля клиентов с активной кредитной картой составляет 31%, тогда как с дебетовой картой – 97%.

В 2021 году на российском рынке появился новый продукт – способ оплаты покупки равными частями «Купи сейчас – плати потом» (Buy Now Pay Later, сокращенно – BNPL). Этот сервис позволяет оплачивать онлайн-покупки (часть сервисов также работает в оффлайн) равными частями в течение короткого периода (1,5 месяца). Как правило, платежи осуществляются каждые две недели.

(!) При оплате покупки с помощью BNPL для списания регулярных платежей клиенту необходимо привязать данные карты или счета. У клиента списывается первая часть платежа в рамках покупки (как правило, 25%). Затем, с карты/счета клиента провайдером будут списываться очередные платежи в течение следующих недель.

Поэтому на карте способов оплаты покупок для российского потребителя BNPL занимает следующее место (см. рисунок справа).

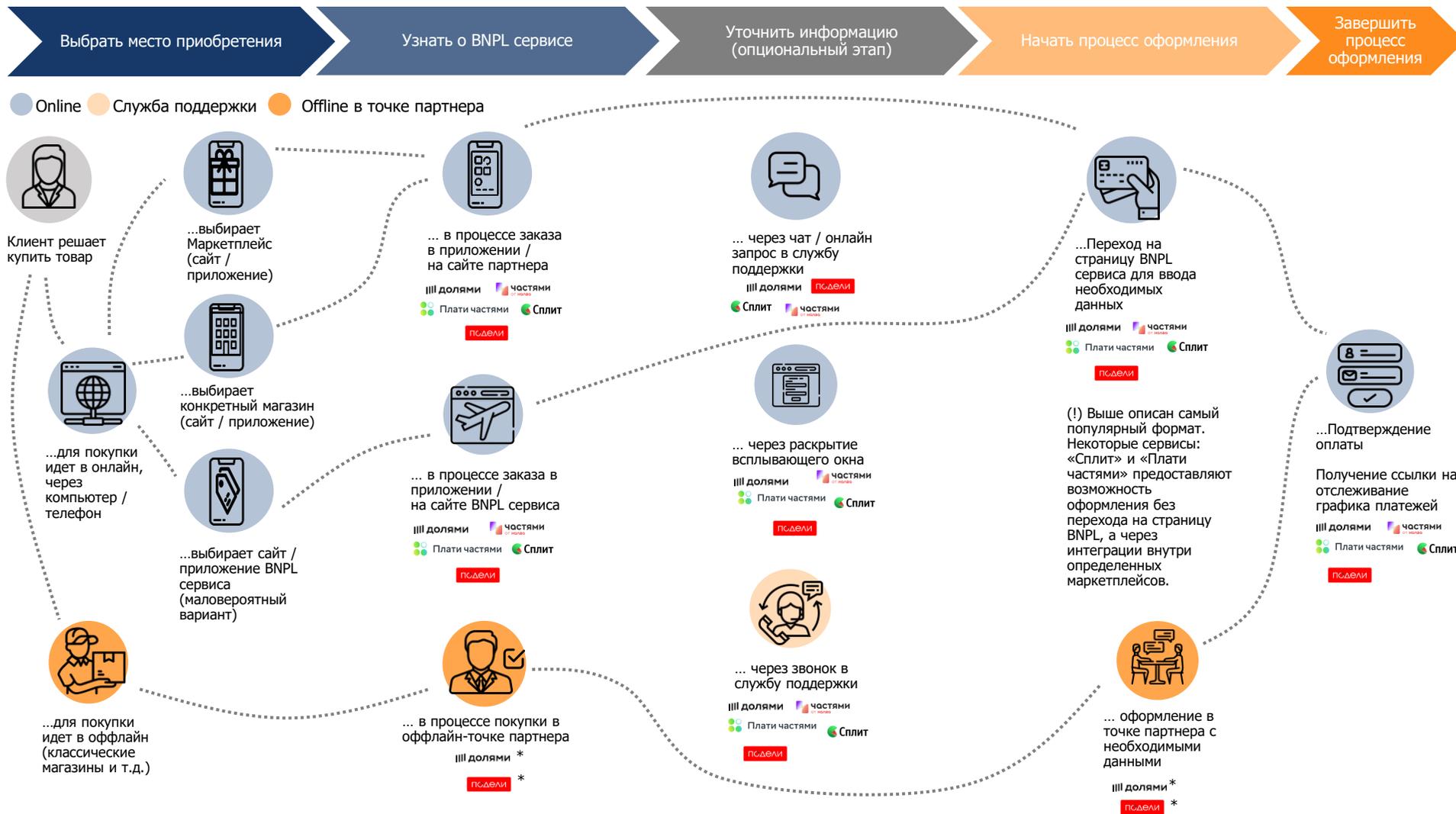
Основные BNPL-провайдеры в России на 2023 год



Карта способов оплаты покупок для российского потребителя в зависимости от размера покупки



BNPL-сервисы эффективно встраиваются в клиентский путь в РФ



* Возможно оформление BNPL через приложение в офлайн-точке партнера, просканировав QR-код.

Название BNPL иногда используется для описания клиенту механики платежей, однако BNPL-сервис как продукт уже имеет свои обязательные составляющие

Основные компоненты базового* BNPL-сервиса для клиента



Компоненты BNPL-сервиса в его классическом определении включают в себя:

1. Срок до 1,5 месяцев
2. Наиболее частый чек покупки в диапазоне 10 тыс. руб.
3. Минимум данных от клиента: ФИО, телефон, реквизиты платежного инструмента (карта/счет).
4. Не является кредитом/займом, поэтому при оформлении не требуются паспортные данные, подтверждение доходов и нет взаимодействия с БКИ
5. Отсутствие переплат и процентов в случае соблюдения базовых* условий
6. Равные платежи
7. Сервис предоставляется отдельным BNPL-провайдером, с которым клиент заключает договор

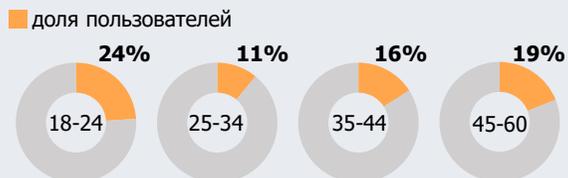
Понятие BNPL на российском рынке может использоваться и в качестве описания любых схожих по механике продуктов. Некоторые МФК и МКК используют понятие BNPL и для своих продуктов, которые не охватывают все основные компоненты BNPL-сервиса.

Такой подход помогает потребителю понять формат списания будущих платежей, однако клиент сервиса все равно будет оформлять краткосрочный займ.

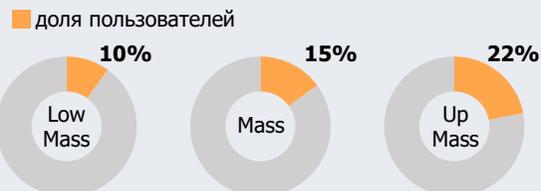
*Базовый BNPL-сервис – сервис, при котором платежи клиента списываются согласно графику, клиент не продляет срок и имеет необходимые средства на карте/счете в момент списания очередного платежа, тем самым обеспечивая принцип отсутствия переплаты.

В России более 60% опрошенных клиентов знают о таком сервисе как BNPL

Пользователи BNPL¹ по возрастным группам² в %



Пользователи BNPL по группам по доходу² в %



Сколько раз покупали товар с помощью BNPL?



Число пользователей-BNPL, которые хорошо понимают условия предоставления сервиса.

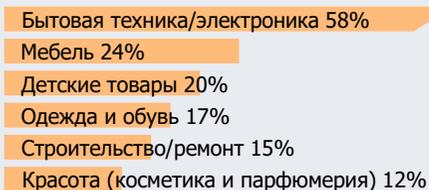
65% опрошенных на вопрос: «Насколько хорошо вы понимаете условия оформления BNPL-услуги?» ответили, что в общих чертах понимают условия услуги.

43% 57%



Доля пользователей BNPL, %

ТОП товаров по покупкам с помощью BNPL, опрос³



25% тех, кто слышал о BNPL-сервисах, считают, что оплата небольшими платежами в течение месяца-двух помогает контролировать расходы.

6% респондентов в итоге сделали покупку BNPL

7 025 рублей⁴

средний размер покупки с помощью BNPL-сервиса

Пункты 1-3 – Источник: Frank RG, онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, февраль 2023.

¹Пользователи BNPL – респонденты, которые воспользовались или планируют воспользоваться BNPL-сервисом. n=189.

² **18-24** – n=115. **Low Mass** – респонденты, выбравшие «Не хватает денег даже на еду», «Денег хватает на еду, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно», n=185.
25-34 – n=231. **Mass** – «Денег хватает на еду и одежду, но не могу позволить себе покупку товаров длительного пользования», n=582.
35-44 – n=392. **Up Mass** – «Денег хватает на еду, одежду и товары длительного пользования, но не могу позволить себе покупку автомобиля, квартиры, дачи», «Средств достаточно, чтобы купить все, что считаю нужным», n=363.
45-60 – n=381.

³Респонденты, воспользовавшиеся BNPL-сервисом. n=66.

⁴Оценка Frank RG на основе открытых данных, а также данных бенчмарк-исследования BNPL-провайдеров: Долями, Плати частями, Подели, Яндекс Сплит.

Преимущественно BNPL используют ради экономических выгод

Основная часть пользователей* предпочитает BNPL за то, что благодаря этому инструменту получается экономить средства за счёт контроля трат и использования бонусных программ и акций, которые предоставляются BNPL. Также пользователи оформляют BNPL ради интереса и близости самой идеи оплатить частями, часто без какой-либо финансовой необходимости в этом инструменте.



Множественный вариант ответа.

Источник: Frank RG, онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, февраль 2023.

*Пользователи BNPL – респонденты, которые воспользовались или планируют воспользоваться BNPL-сервисом. n=189.

Удобство и информированность клиента – норма для BNPL-сервисов в РФ

4/5 Список партнеров сервиса на сайте

В основном провайдеры активно делятся информацией о партнерах и используют ее в своих коммуникациях. Если этой информации нет на сайте, ее можно уточнить у оператора call-центра.

2/5 Наличие мобильного приложения

Менее половины BNPL-провайдеров имеют собственное мобильное приложение. Один из экспертов подтвердил нам, что их приложение находится в разработке, сервис другого провайдера имеет интеграцию в иные приложения компаний.

4/5 Онлайн-чат для общения с поддержкой

80% исследуемых игроков имеют чат для общения с поддержкой. Часть реализует данное решение через другие приложения компании, было отмечено экспертами на интервью. Служба поддержки одного сервиса подтвердила, что для уточнения деталей стоит обращаться только в контакт-центр.

5/5 Можно связаться с call-центром

Благодаря call-центру клиент может уточнить информацию и задать вопросы по продукту. В одном из сервисов – это единственный вариант для коммуникации с клиентом.



5/5 Возможность изучить текст договора

При оформлении договора в любом сервисе клиент имеет возможность изучить текст документа. У большей части провайдеров с текстом можно ознакомиться на сайте и при подписании, у кого-то только в момент подписания.

4/5 Возможность досрочно погасить платеж

Для удобства пользователей провайдеры добавили возможность досрочно оплатить покупки, эта функция доступна на сайте / в приложении, чтобы покупатель максимально контролировал процесс оплаты и прозрачность работы с BNPL-сервисом.

4/5 Опция онлайн изменить карту для оплаты

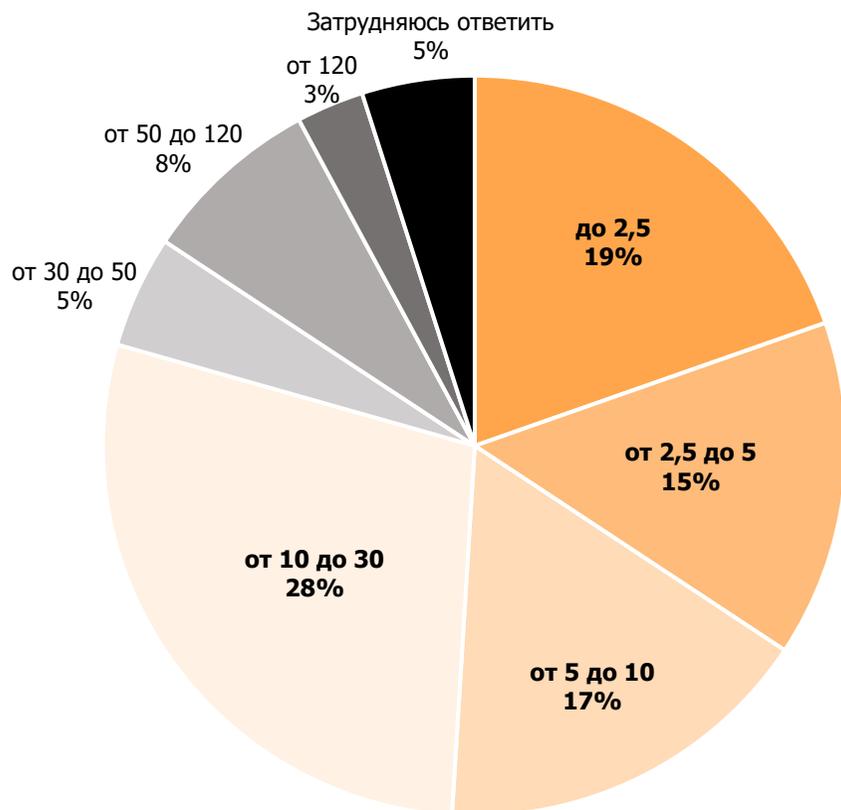
В большинстве сервисов можно без проблем изменить способ оплаты, ряд из них включает возможность использования новых «Рау» сервисов. Один участник предлагает такую возможность только после просрочки платежа, через переход по уникальной ссылке.

5/5 Уведомление в случае просрочки платежа

Все эксперты отмечали, что в случае просрочки платежа клиент уведомляется, коммуникация строится через электронные письма и смс, в отдельных случаях возможны телефонные звонки, чтобы напомнить пользователю о платеже.

Покупки до 30 тысяч рублей занимают больше половины среди всех BNPL-покупок

«Укажите средний размер суммы вашей планируемой или совершенной покупки с помощью BNPL-сервиса?»*



* в тысячах рублей.

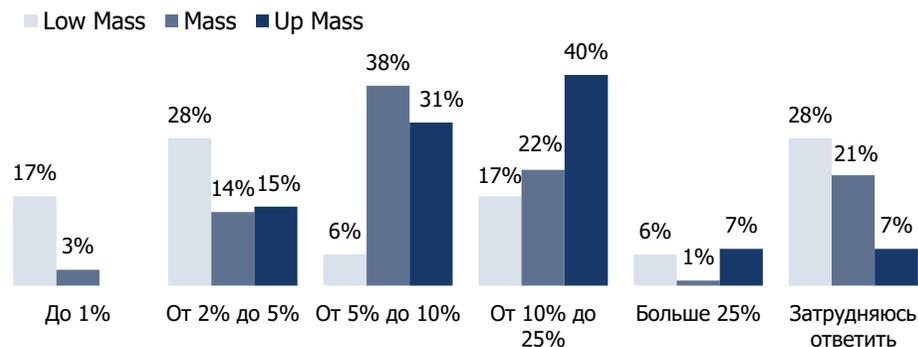
Источник: Frank RG, онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, февраль 2023. n=189.

Low Mass – респонденты, выбравшие «Не хватает денег даже на еду», «Денег хватает на еду, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно»,

Mass – «Денег хватает на еду и одежду, но не могу позволить себе покупку товаров длительного пользования»,

Up Mass – «Денег хватает на еду, одежду и товары длительного пользования, но не могу позволить себе покупку автомобиля, квартиры, дачи», «Средств достаточно, чтобы купить все, что считаю нужным».

«Какую долю дохода в месяц вы можете выделить на платежи в рамках покупки с помощью BNPL-сервиса? Укажите долю в процентах?»



Согласно опросу, проведенному Frank RG, больше половины покупок с помощью BNPL-сервисов совершаются в диапазоне 10 тысяч рублей. В сегменте Low Mass и Mass большая часть клиентов готова отдавать на платежи в рамках BNPL не более 10% дохода.

Более состоятельные клиенты, в основном, готовы тратить от 5% до 25% своего дохода на платежи в рамках покупки с помощью BNPL-сервиса.

~ 10 тысяч рублей

Чаще всего именно этот средний чек упоминали эксперты, говоря о покупках с помощью BNPL

Источник: Frank RG, онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, февраль 202. n=189.

6% пользователей проявляют интерес к категории образование, которую эксперты считают перспективной

Распределение самых популярных категорий при оплате BNPL, согласно опросу пользователей

Бытовая техника/электроника 58%

Мебель 24%

Детские товары 20%

Одежда и обувь 17%

Строительство/ремонт 15%

Красота (косметика и парфюмерия) 12%

Образование 6%

Медицинские услуги 6%

Ювелирные изделия 6%

Другое 6%

Спортивные товары 5%

Авиабилеты 2%

Товарные категории (по мнению клиентов и экспертов):



Самые популярные категории



Согласно опросу потребителей, самой популярной категорией является покупка бытовой техники и электроники.

BNPL-провайдеры указывают, что в данной категории высокая нагрузка на один платеж и ликвидность товара, что может привлекать в данную категорию недобросовестных пользователей сервисов. Также среди подобных категорий эксперты упомянули ювелирные изделия.



Набирающие популярность сейчас



Эксперты отмечали популярность товаров из категории fashion и beauty. Потребители также отдают предпочтение этим категориям и активно используют BNPL для оплаты товаров.



С большим потенциалом



Потенциал часть экспертов видит в категории туризма (покупка билетов) и образования (обучающие курсы).

Среди потребителей также заметен интерес к данным категориям.

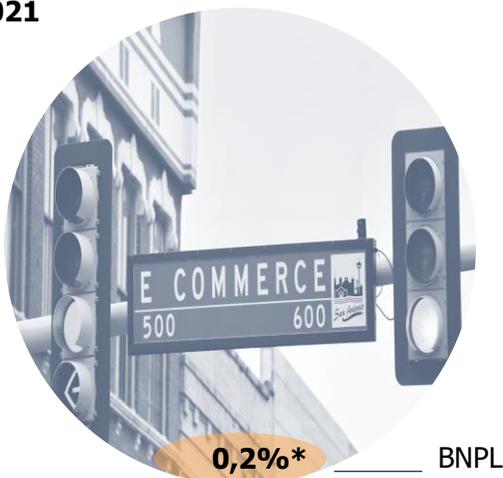
Источник: Frank RG, онлайн-опрос, РФ, 1130 респондентов, февраль 2023. n=66.

*Поскольку количество респондентов невысокое, результаты опроса стоит трактовать не как устоявшийся тренд, а как справочную информацию. Подобные результаты опроса объясняются тем, что BNPL-сервисы, несмотря на высокое знание клиента о них, еще не проникли в полной мере в пользовательский опыт клиента (доля респондентов, воспользовавшихся услугой, по результатам данного опроса – 6%). По мере развития рынка и роста проникновения BNPL-сервисов, результаты последующих опросов будут репрезентативнее.

Объем покупок с помощью BNPL на текущий момент составляет менее 1% от e-commerce по оценке Frank RG

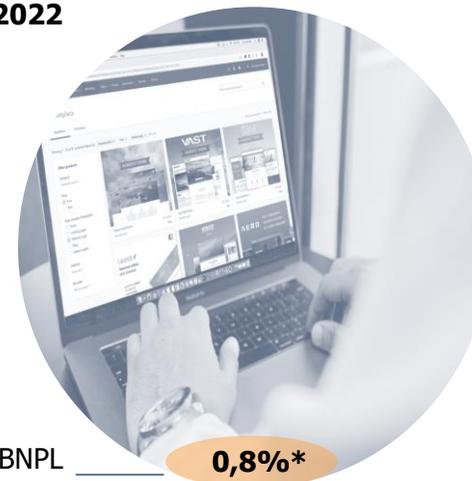
Доля объема покупок с помощью BNPL-сервиса в e-commerce, оценка за период, 2021-2022 гг., %

2021



BNPL

Е2022



BNPL

По оценкам Frank RG доля покупок с помощью BNPL в общем объеме электронной коммерции составляет не более 1%. По сравнению с международным бенчмарком в странах, где рынок уже вошел в стадию зрелости и где доля BNPL от e-commerce может составлять до четверти покупок онлайн, эта доля мала.

При этом короткий средний срок возврата платежей и отсутствие переплаты в базовом сервисе BNPL дают возможность клиентам не наращивать платежную нагрузку в течение года.

- Ключевые игроки отрасли предпочли не давать каких-либо конкретных оценок, однако динамику роста рынка оценивали, как умеренную.
- При этом отмечалось, что это молодой рынок, на котором любые новые вводные (изменение состава участников рынка, политика регулятора и т.д.) могут оказать существенное влияние на дальнейшее развитие рынка.

* Оценка Frank RG на основе открытых данных, а также данных бенчмарк-исследования BNPL-провайдеров: Долями, Плати частями, Подели, Яндекс Сплит.

Для партнеров в России подключение оплаты с помощью BNPL-сервиса расширяет возможности по развитию бизнеса



Рост продаж



Простота и удобство инструмента стимулируют рост объемов продаж.

В результате растет оборачиваемость товаров.

В перспективе рост оборота может компенсировать затраты на комиссии BNPL-провайдером.

Невысокие потенциальные риски



Ряд экспертов подчеркивали, что партнер не несет финансовых рисков, поскольку получает оплату сразу же, за вычетом комиссии от провайдера.

BNPL-провайдеры отмечают наличие конкуренции за партнеров. В конкурентной среде провайдеры стремятся предложить наилучшее решение.

Привлечение новых клиентов



Возможность оплаты по BNPL привлекает новых клиентов и повышает возвратность старых, поскольку делает товар доступным для больших групп населения и стоимость товара ощущается «дешевле».

Увеличение среднего чека на покупку / среднего размера трат клиента



Как правило, у партнера растет средний чек, поскольку:

- клиент может позволить себе более дорогую покупку из-за деления платежа;
- клиент возвращается после позитивного опыта использования BNPL-сервиса.

Рост малого и среднего бизнеса



BNPL-провайдеры:

- заинтересованы в росте популярности партнеров;
- реализуют на своих площадках маркетинговые активности вместе с партнерами;
- могут использовать отдельные стратегии по взаимодействию с малым и средним бизнесом.

Для продавцов в мире преимущества BNPL-сервиса заключаются не только в привлечении новых клиентов



В рамках опроса, проведенного RFI в начале 2022 года, 51% компаний-продавцов, которые уже предлагают BNPL-сервис, ответили, что число покупателей увеличилось. Почти все опрошенные компании отмечают хотя бы одно преимущество из перечисленных выше. При этом не существует прямой корреляции между размерами бизнеса и типами преимуществ, которые компании отметили как важные.

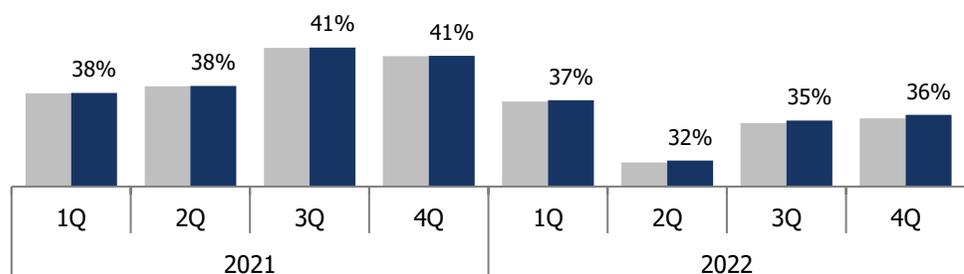
В другом исследовании RFI на примере США указывает, что преимущества по-разному воспринимаются двумя группами компаний – компаниями, уже имеющими опыт в предоставлении BNPL-сервиса, и компаниями, которые только знакомятся с новой услугой. Как правило, реальные положительные результаты превосходят ожидания второй группы. Поэтому провайдером BNPL-услуг важно на фактических примерах пояснять, какой экономический результат принесет внедрение сервиса BNPL.

На текущей стадии развития BNPL оказывает несущественное влияние на уровень долговой нагрузки населения

Сравнение динамики платежной нагрузки по всем розничным кредитам vs сумма с платежной нагрузки с учетом BNPL (PTI*), %

- PTI (все кредиты)
- PTI (все кредиты+BNPL)

0,01 п.п. 0,02 п.п. 0,04 п.п. 0,04 п.п. 0,1 п.п. 0,16 п.п. 0,21 п.п. 0,27 п.п.



*Payment-to-Income (PTI) – рассчитывается как сумма всех ежеквартальных платежей всех клиентов банков по каждому продукту исходя из среднегодовой ставки и среднего фактического срока выплаты кредита. Доходом в данной оценке считается общая сумма пенсионных выплат и фонда оплаты труда.

Frank RG на основе экспертных данных рассчитал, как клиенты обслуживают банковские** кредиты. В оценке учтено стремление клиентов погасить кредиты быстрее указанного в договоре срока и снизить объем процентных выплат по кредиту. Также в оценке учтены клиенты, которые используют кредитные карты для транзакций, а затем погашают их без процента в грейс-период.

По оценке Frank RG, население во 2 квартале 2022 года отдало 32% своего дохода на обслуживание платежей по кредитам. Значительную часть платежей составляют платежи по обслуживанию необеспеченных кредитов. При этом ипотека занимает не первое место, так как при высоком среднем размере кредита также имеет и более длительный срок фактического погашения, а платежи растянуты во времени.

На текущем этапе развития рынка BNPL-платежи несущественно влияют на долговую нагрузку населения. При этом сам продукт при соблюдении базовых условий позволяет клиентам не оформлять кредитные продукты на недорогие покупки и не платить проценты и комиссии при досрочном погашении платежей, что в долгосрочном периоде может способствовать снижению платежной нагрузки в некоторых сегментах покупателей.

** В оценке учтены только банковские кредиты. *** Средний срок возврата платежей в рамках BNPL-сервиса клиентом – 1,5 месяца, портфель – оценка Frank RG.

Источник: Мониторинг рынка розничных банковских услуг РФ, Frank RG. Мониторинг тарифов, Frank RG. Экспертная оценка Frank RG.

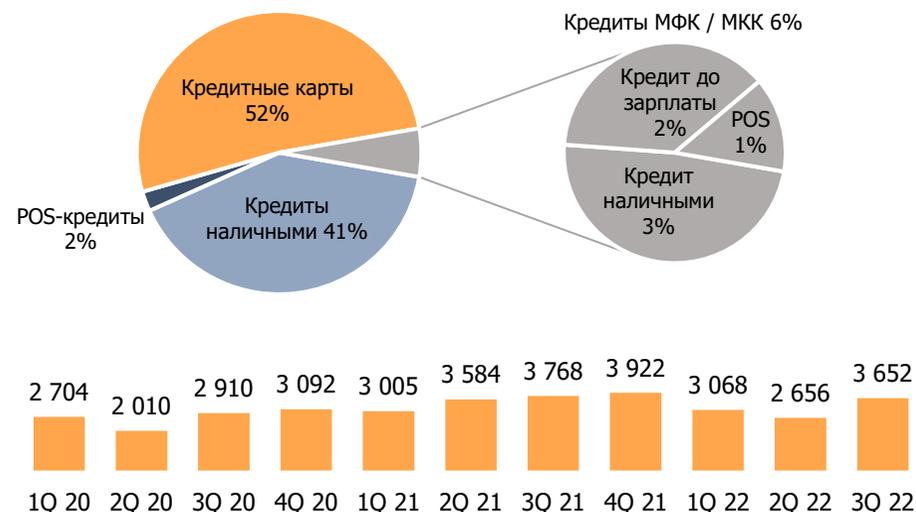
Структура платежей в разбивке по типам кредитных продуктов VS BNPL, %



Необеспеченные кредиты составляют треть от оборота розничной торговли и объема платных услуг, и эта доля стабильна в течение последних трех лет

Динамика и структура объема выданных необеспеченных кредитов, млрд руб., %

Структура необеспеченных кредитов, 3Q 22



Источник: Frank RG, Росстат (оборот розничной торговли за исключением покупки авто- и мототранспорта).

Доля необеспеченных кредитов в обороте розничной торговли и объеме платных услуг населению, %



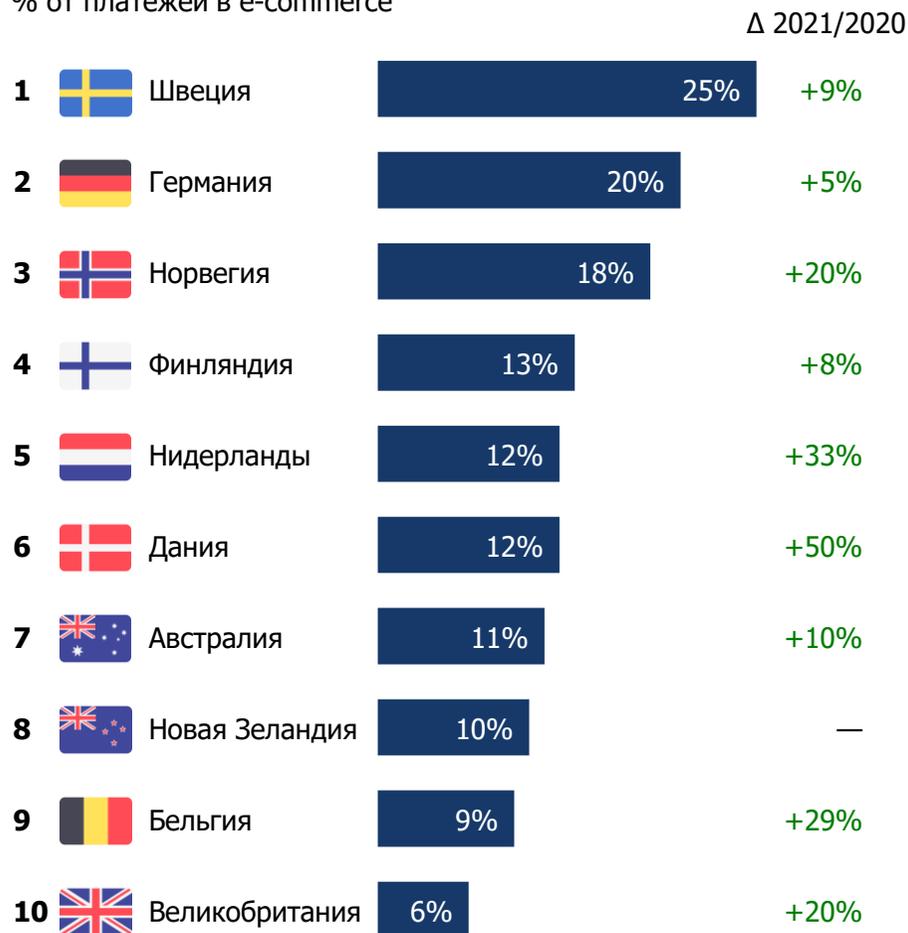
К необеспеченным кредитам кроме банковских продуктов (кредитов наличными, кредитных карт и POS-кредитов, карт рассрочки) также относят кредиты, выдаваемые населению микрофинансовыми и микрокредитными компаниями (МФК/МКК).

Отношение объема выданных необеспеченных кредитов к суммарному объему розничной торговли и платных услуг составляет, по расчетам Frank RG, 28%. Это отношение колеблется в пределах 21%-31% на протяжении 3 лет. У части населения сохраняется необходимость финансировать покупки с помощью кредитных инструментов, однако в целом доля таких покупок не растет.

BNPL-сервисы отвечают на сохраняющийся запрос клиентов на использование предоставленных средств и создают альтернативу привычной для клиентов схеме покупки с помощью кредита.

Прирост проникновения сервисов BNPL сопоставим с ростом e-commerce

Частота использования сервисов BNPL в разных странах,
% от платежей в e-commerce



Сервис buy now, pay later (BNPL) постепенно обретает популярность за счет роста электронной коммерции. На данный момент в России BNPL-решения слабо развиты в отличие от Швеции, Германии и Норвегии, в которых 18-25% покупок в e-commerce осуществляется с помощью BNPL-сервисов.

Шведская Klarna, которой в 2021 году воспользовалось 147 миллионов человек, является гигантом в сфере BNPL. Вероятно, из-за широкого распространения и продвижения в рамках Швеции и Европейского союза, в данных странах наблюдается высокая частота использования сервиса при оплате покупок в e-commerce.

На австралийском рынке, помимо сервиса Klarna, есть собственные крупные провайдеры Buy Now, Pay Later, такие как AfterPay и Zip.

В среднем по миру на e-commerce приходится 1/5 всех розничных продаж. В разных странах данные варьируются: в Швеции доля продаж в e-commerce составила 9%, в Германии – 22%, в Нидерландах – 24%, в Великобритании – 29%.

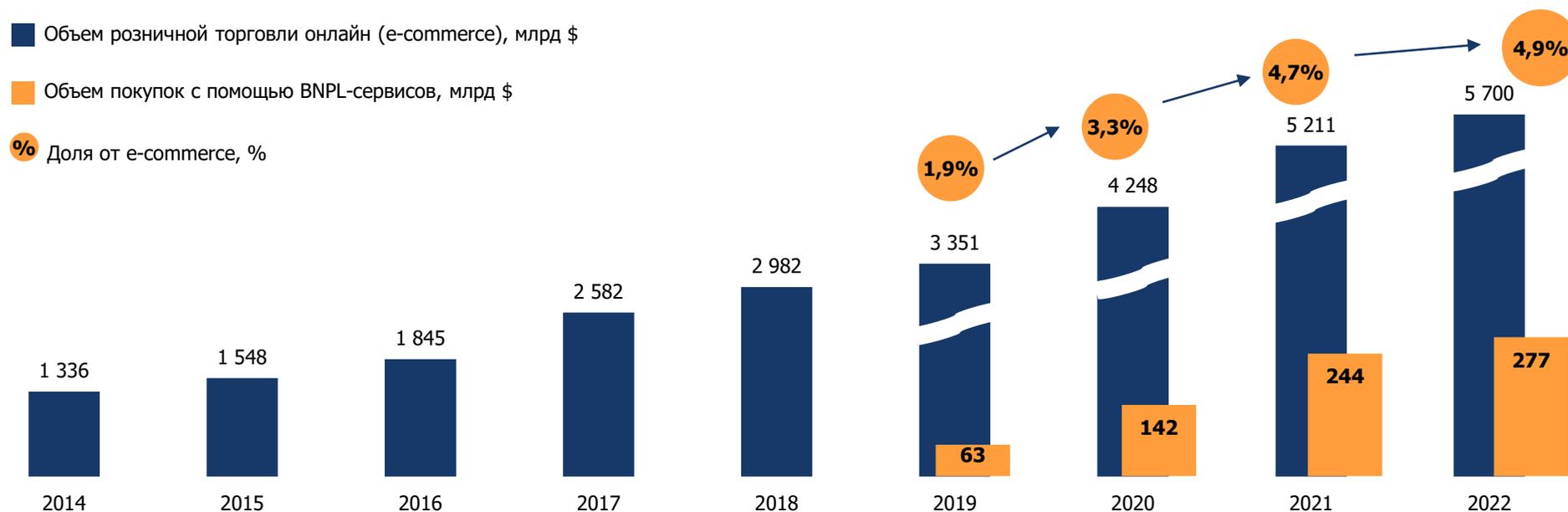
Объем покупок в e-commerce вырос на 14% к 2022 году, частота использования BNPL-сервисов растет схожими темпами.

Доля e-commerce в розничных продажах, %



В мире объем покупок с помощью BNPL-сервисов в 2021 году вырос в два раза

Мировой объем розничной торговли онлайн и объем транзакций, проведенных с помощью BNPL-сервисов, млрд \$



Поскольку розничная торговля в онлайн продолжает активно расти по всему миру и на 2021 год составляет около 20% от оборота розничной торговли, в этой среде начинают развиваться новые способы оплаты товара, в том числе и за периметром банковской отрасли. Одним из таких способов оплаты, отложенной во времени и разделенной на равные части (чаще всего, 4 равные части), является BNPL-сервис. BNPL-провайдеры по всему миру активно развиваются. Такие сервисы могут использоваться не только в онлайн-торговле, однако клиенты сталкиваются с такими сервисами чаще всего оформляя покупки онлайн.

По оценке Frank RG, доля транзакций клиентов с помощью BNPL в общем объеме онлайн-торговли на 2021 год составляет 4,7% (по предварительным оценкам, 4,9% на 2022 год).

В рамках исследования мы отобрали 10 стран, которые одними из первых начали развивать на своем рынке подобные услуги. Это Австралия, Великобритания, Германия, Индия, Китай, ОАЭ, Сингапур, США, Швеция, Япония.

Основные игроки в исследуемых странах занимают 72% мирового рынка BNPL



Ответственный подход к развитию – сильная сторона BNPL рынка в РФ

В мире рынок BNPL-сервисов активно развивается с 2014-2015 гг. Первые попытки регулирования рынка отмечаются в 2019-2021 гг., когда в ряде стран рынок переходит в фазу зрелости. Россия начала развивать подобные сервисы на 7-9 лет позже и сейчас находится на стартовом этапе развития рынка.



BNPL-сервисы в России и других странах схожи по условиям

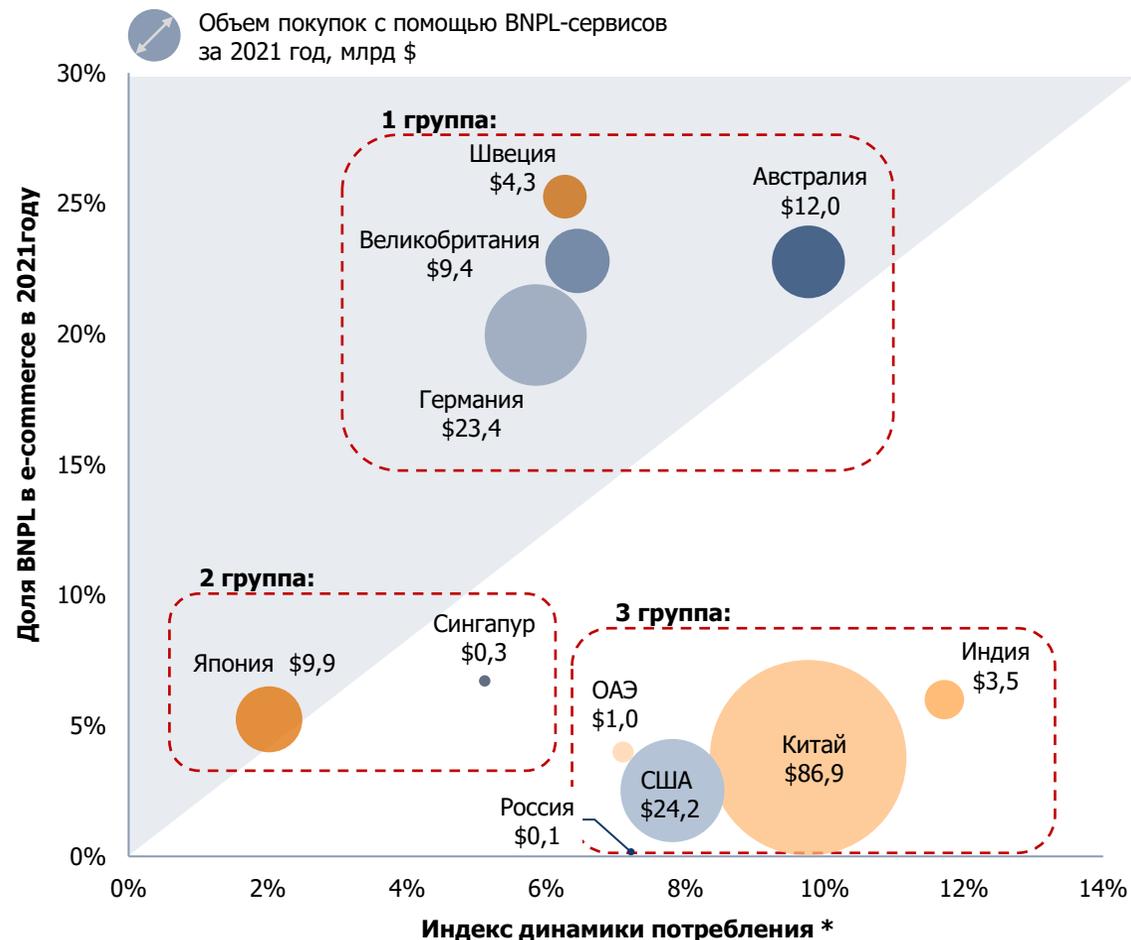
	Россия <small>III долями</small> <small>частями</small> <small>Сплит</small> <small>Плати частями</small> ПОДЕЛИ	Германия <small>Klarna.</small>	Австралия <small>afterpay</small>	Великобритания <small>Klarna.</small> <small>LAYBUY</small>	США <small>ZIP</small> <small>affirm</small>	Индия <small>zest</small>
Возрастные ограничения	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Наличие штрафов и санкций в случае просрочки платежа	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Лимит по возможным покупкам	✓	—	✓	—	✓	✓
Время между платежами*	14 дней	14 дней	14 дней	7 дней <small>LAYBUY</small> 30 дней <small>Klarna.</small>	14 дней	30 дней
Возможность поставить платежи на паузу	Решается индивидуально	Решается индивидуально	✓	Решается индивидуально	✓	✓
Запрос данных у кредитного бюро**	—	✓	✓	✓	✓	✓
Передача данных кредитному бюро (влияние на кредитный рейтинг)	—	—	—	Да, в случае проблем с оплатой	Да <small>affirm</small> Нет <small>ZIP</small>	✓

*Рассматривается только классический BNPL, продвигаемый по умолчанию.

**Мягкая кредитная проверка (soft credit check).

Россия входит в одну группу по уровню развития BNPL-сервисов с Китаем и США

Группировка стран по уровню развития BNPL-сервисов, 2021 год



Кроме России в рамках исследования было изучено 10 стран с разными уровнем проникновения BNPL-сервисов в экономику и покупательским опытом потребителей. Все страны можно разделить на три группы исходя из доли покупок с помощью BNPL-сервисов в e-commerce и динамики развития розничной торговли, включая e-commerce.

1 группа: в первую группу входят Великобритания, Швеция, Германия и Австралия. Это страны с высоким и средним уровнем проникновения e-commerce в розничную торговлю, развитыми BNPL-сервисами и высоким проникновением BNPL в e-commerce.

2 группа: Япония и Сингапур. Это страны с развитой экономикой и средней долей e-commerce, небольшим уровнем проникновения BNPL (не более 10%), где отрасль BNPL только начала регулироваться.

3 группа: Китай, США, Индия, ОАЭ. Это группа стран, к которой мы также отнесли и Россию. Страны с чаще высоким, реже средним уровнем проникновения e-commerce в оборот розничной торговли и небольшой долей BNPL в e-commerce.

* Индекс динамики потребления = 20% * 5 Y-o-Y CAGR Доли e-commerce в объеме розничной торговли + 80% * 5 Y-o-Y CAGR Годового объема розничной торговли. Показатели по всем странам приведены к абсолютным значениям в долларах США по курсу на конец исследуемого периода.

1 группа: регулирование отрасли в странах с высокой долей покупок с помощью BNPL в e-commerce

Страна	Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля клиентов, не справившихся с платежом на 2020-2021 год
Великобритания	BNPL / e-commerce, %			1%	3%	10%	23%	13%
	e-commerce / розничная торговля, %	4%	4%	5%	5%	8%	8%	
	Прирост объема розничной торговли, %	-9%	0%	8%	-1%	-2%	16%	
Швеция	BNPL / e-commerce, %	12%			25%	23%	25%	5%
	e-commerce / розничная торговля, %	8%	10%	11%	12%	15%	17%	
	Прирост объема розничной торговли, %	3%	2%	2%	-5%	7%	14%	
Германия	BNPL / e-commerce, %	3%			18%	19%	20%	1,3%
	e-commerce / розничная торговля, %	11%	11%	12%	13%	14%	17%	
	Прирост объема розничной торговли, %	3%	6%	7%	-2%	8%	5%	
Австралия	BNPL / e-commerce, %	9%	17%	23%	26%	21%	23%	19%
	e-commerce / розничная торговля, %	5%	6%	7%	10%	16%	19%	
	Прирост объема розничной торговли, %	2%	6%	0%	-4%	5%	15%	

В странах с высокой долей электронной коммерции в обороте розничной торговли и высоким проникновением BNPL-сервисов в объеме электронной коммерции, регулирование BNPL-сервисов имеет схожие черты.

В 2019 году в каждой из представленных стран BNPL-провайдеры активно встраивались в партнерскую сеть, тем самым популяризуя продукт и расширяя его известность среди всех слоев населения. Регуляторы обращали пристальное внимание на комплекс следующих факторов:

- доля оплат с помощью BNPL в электронной коммерции (пики в Швеции и Австралии приходятся на 2019 год, затем наблюдается спад);
- рост долговой нагрузки населения;
- доля людей, не справившихся с очередным платежом BNPL.

В Германии, несмотря на активный рост, только 1,3% клиентов BNPL не смогли справиться с платежом, что привело к более мягкому регулированию. В Швеции этот показатель составил 5%, тогда как в Австралии – 19%. Несмотря на схожие ситуации, поведение пользователей отличалось в представленных странах, что привело к наиболее жесткому (среди данных стран) регулированию в Австралии, где под контроль попала реклама, предлагаемая BNPL, а также был создан орган саморегулирования и предложены варианты по дальнейшей трансформации в этой отрасли.

2 группа: регулирование отрасли в странах с невысокой высокой долей покупок с помощью BNPL в e-commerce

Страна	Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля клиентов, столкнувшихся с проблемой* при оформлении BNPL, 2021 год
Япония	BNPL / e-commerce, %	2%	3%	3%	4%	5%	5%	27%
	e-commerce / розничная торговля, %	11%	12%	12%	13%	13%	14%	
	Прирост объема розничной торговли, %	11%	-1%	3%	1%	3%	0%	
Сингапур	BNPL / e-commerce, %				5%	3%	7%	10%
	e-commerce / розничная торговля, %	4%	5%	6%	7%	15%	16%	
	Прирост объема розничной торговли, %	4%	2%	2%	-4%	-18%	16%	

*Доля клиентов, столкнувшихся с проблемами при оформлении покупки с помощью BNPL различного характера – например, не справились с очередным платежом, имели технические проблемы, остались недовольным товаром/услугой, остался негативный опыт от использования сервиса.

В странах с высокой долей электронной коммерции в обороте розничной торговли и небольшим проникновением BNPL в электронную коммерцию, растущим медленно, регулирование носит предупредительный характер и направлено в первую очередь на предотвращение излишнего вовлечения клиентов в пользование BNPL, информирование клиентов об ответственности при пользовании продуктом.

Регуляторы в представленных странах активно начали взаимодействовать в рабочих группах с представителями отрасли в 2021 году. Они обращают внимание на:

- представленность BNPL-сервиса на площадках;
- рекламу BNPL-провайдеров (насколько хорошо информирует клиента об условиях и обязательствах);
- динамику рынка (при высоких приростах свыше 100% за год – регулятор начинает внимательнее смотреть на деятельность провайдеров).

3 группа: плавный рост доли покупок с помощью BNPL в e-commerce, защита потребителя и взаимодействие с регулятором

Страна	Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля клиентов, не справившихся с платежом на 2020-2021 год
Китай	BNPL / e-commerce, %					3%	4%	8%*
	e-commerce / розничная торговля, %	20%	25%	29%	31%	32%	31%	
	Прирост объема розничной торговли, %	13%	10%	11%	6%	14%	9%	
США	BNPL / e-commerce, %	0,1%	0,2%	0,4%	1%	1%	3%	3%
	e-commerce / розничная торговля, %	10%	11%	13%	14%	19%	19%	
	Прирост объема розничной торговли, %	2%	4%	5%	3%	5%	17%	
Россия	BNPL / e-commerce, %						0,2%	-
	e-commerce / розничная торговля, %	3%	4%	4%	5%	8%	10%	
	Прирост объема розничной торговли, %	23%	11%	-12%	19%	-16%	16%	
Индия	BNPL / e-commerce, %					2%	6%	9%
	e-commerce / розничная торговля, %	4%	4%	4%	4%	6%	5%	
	Прирост объема розничной торговли, %	7%	24%	19%	19%	-22%	36%	
ОАЭ	BNPL / e-commerce, %						4%	14%
	e-commerce / розничная торговля, %	6%	8%	9%	12%	20%	24%	
	Прирост объема розничной торговли, %	6%	3%	1%	2%	-15%	17%	

* Данные получены с помощью обращения к нейросети.

В эту группу входят страны с различными периодами начала развития отрасли – США, Китай (2014), Индия (2020), ОАЭ (2017-2019), Россия (2021). Все эти страны отличает растянутый во времени старт развития отрасли. Мы отнесли Россию к данной группе, так как общая динамика покупательского поведения, вовлечение покупателей в e-commerce и доля BNPL в e-commerce на старте развития рынка схожа с аналогичными показателями в странах данной группы.

В странах с высокой и средней долей электронной коммерции в обороте розничной торговли регулятор пристально следит за количеством пользователей данных сервисов. Активный прирост клиентской базы в части стран из группы простимулировал регулятора начать диалог с представителями отрасли и повлек за собой несколько законов, цель которых – указать потребителям на кредитную природу инструмента, а также защитить самого потребителя от дополнительных начислений со стороны продавцов.

В России рынок BNPL-сервисов только начинает развиваться

ВВП, трлн рублей

131
2021

+23%
за год

Розничная торговля, трлн рублей

37,5
2021

+17%
за год

Доля e-commerce в розничной торговле, %

10%
2021

+2 п.п.
за год

Российская Федерация – страна с высокой долей проникновения цифровизации в финансовый сектор.

В последнее десятилетие в России произошел значительный скачок развития банковских сервисов. Удобное и функциональное приложение стало нормой.

Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в России до 2022 года, включая прогноз до 2024 года

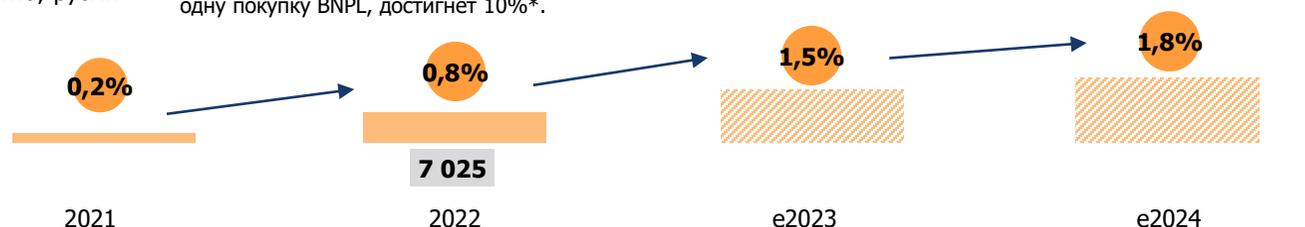
Прогноз: среди предпосылок динамики **2023 года** – рост e-commerce на 25% по данным АКИТ, связанный с ростом инфляционных ожиданий населения в сочетании с притоком денежных средств в экономику (соцвыплаты, продажа валюты, зарубежных активов и т.д.); прирост среднего чека по BNPL-покупкам около 6%; частота BNPL-покупок – 4; доля активных онлайн-покупателей, совершивших BNPL-покупку – 8%.

В **2024 году** ожидается синхронизации темпа роста e-commerce (+13%) с темпом роста номинальных зарплат (+10..+11%). В целом, к 2024 году рынок BNPL замедлит свой прирост с трехзначных процентов (на фоне эффекта низкой базы) до двузначных. В 2024 году доля активных онлайн-покупателей, совершивших хотя бы одну покупку BNPL, достигнет 10%*.

■ Объем транзакций, млрд рублей

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, рубли

● Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2020

Covid-19 помог развитию онлайн-торговли в РФ

С началом пандемии Covid-19 в России началось бурное развитие онлайн-торговли. У россиян появилась новая покупательская привычка, которая с этого момента начала расти год от года. Начиная с середины 2020 стали появляться новости о новом продукте.

2021

Появление первых BNPL-провайдеров и первые покупатели

В апреле 2021 года запускается первый BNPL-сервис – «Долями». В этом же году на рынок выходят проекты «Сплит» и «Частями». Компании начинают активно продвигать продукт и подключают новых партнеров для сервиса.

2022

BNPL привлекает внимание пользователя и регулятора

На рынке BNPL в РФ представлены 5 крупных игроков. ЦБ начинает обращать внимание на продукт. Между участниками рынка и ЦБ идет открытый диалог. Пользователи начинают больше узнавать о продукте. Растет база лояльных клиентов.

2023

Рост конкуренции за партнеров, более половины покупателей знают о BNPL

Ряд крупных магазинов встраивают по несколько BNPL-сервисов как возможность оплаты. Сервисы активно развивают партнерскую сеть. Параллельно совершенствуются алгоритмы оценки покупателей.

В США наблюдается самый быстрый рост пользователей BNPL

ВВП, \$ млрд

22 996 +10%
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

5 085 +17%
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

19% +1 п.п.
2021 за год

США – страна с самым высоким объемом онлайн-торговли, который в 2022 году превысил отметку в \$1 трлн, почти удвоившись за пандемийный период с \$570 млрд в 2019 году. Несмотря на высокие объемы, доля BNPL-транзакций в e-commerce все еще достаточно низкая (3%).

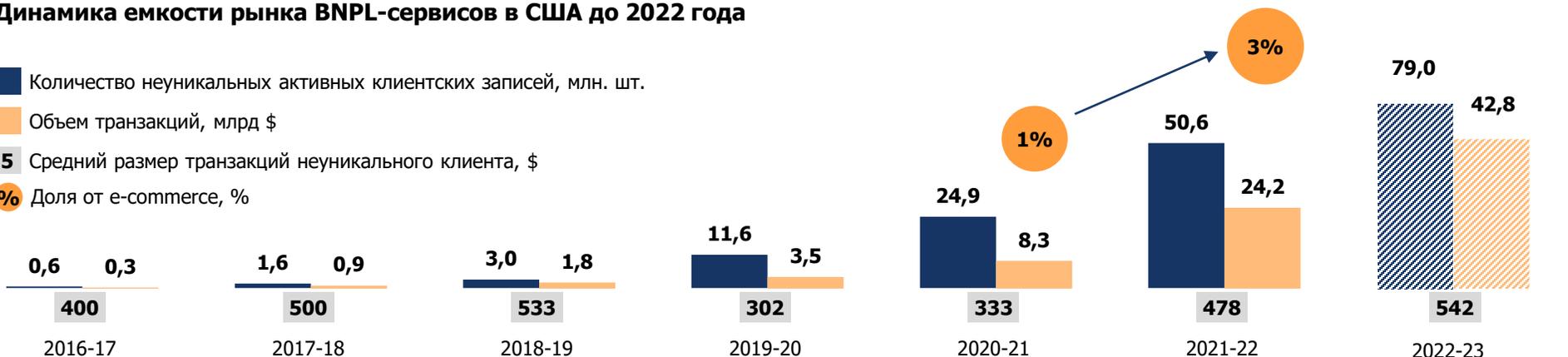
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в США до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

○ Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2014

Новый формат рассрочки платежей

Еще с 2012 году существовали фирмы, предлагающие беспроцентные рассрочки. Affirm была одной из них, пока в 2015 году не переосмыслила клиентский путь, представив приложение для BNPL. В 2016 году также на рынке США появляются Klarna и Sezzle, которые набирают популярность в своих нишах retail рынка.

2017

2018

Инвестиции в отрасль, всплеск популярности среди молодежи

BNPL-провайдеры активно заключают партнерства с мерчантами, растягивают клиентскую базу и рекламируют BNPL в качестве способа снижения финансовой нагрузки. Закрываются крупные раунды инвестиций в десятки миллионов долларов. BNPL начинает привлекать внимание регулирующих органов.

2019

2020

COVID-19 как инципатор роста, поднимается вопрос о регулировании

Количество BNPL-провайдеров значительно возрастает, на рынок США выходят основные иностранные игроки, а также Бигтехи, банки и PayPal, благодаря которому воспользоваться BNPL становится возможно практически везде. Рынок растет трехзначными темпами, вследствие чего правительством начинают применяться первые меры по регулированию BNPL-провайдеров.

2021

2022

Великобритания – лидер по адаптации BNPL среди европейских стран



ВВП, \$ млрд

3 187 +16%
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

497 +16%
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

8% +8 п.п.
2021 за год

В Великобритании высокая степень диджитализации банковских услуг, а также гибкое законодательство. Несмотря на кризис Brexit и COVID-19, правительству удалось в 2021 году сломить тренд на снижение ВВП и розничной торговли, увеличив оба показателя на 16% за 2021 год.

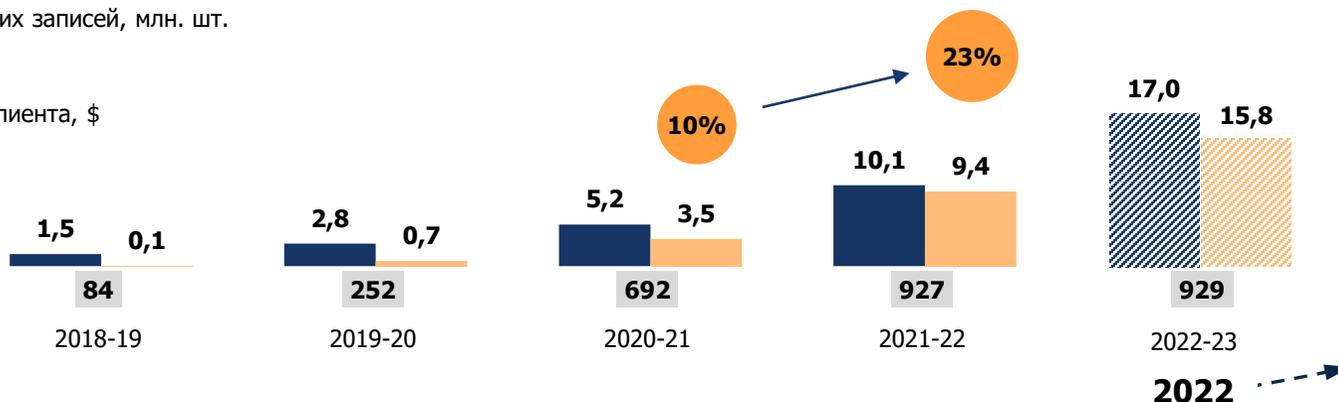
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Великобритании до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

○ Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

Большие возможности для роста беспроцентных рассрочек

В Великобритании одним из первых BNPL-провайдеров становится фирма **Clearpay**. Позже к ней присоединяется **LayBuy** и **OpenPay**. BNPL-провайдеры работают на основе исключения в законе о потребительском кредитовании о рассрочках до 12 месяцев, что позволяет им предлагать рассрочку на более длительное время по сравнению с конкурентами в других странах.

2017

2018

Выход на рынок иностранных BNPL, активный рост пользователей

В 2018 году **Klarna** запускает свои продукты на рынке Великобритании. Благодаря яркой рекламе быстро набирает клиентскую базу. В этом же году австралийская **Afterpay** выходит на рынок, поглощая местного лидера **Clearpay**. В связи с быстрым ростом пользователей, правительство вводит первые ограничения в отрасли.

2019

2020

COVID-19 как инциатор роста, конкретные предложения регулирования

В пандемию BNPL становится популярным. В 2020 году уже более 15% населения хотя бы раз пользовались услугами. Стремительно растет средний чек операций. Выходит документ с предложениями о регулировании **Woolard Review**, на который будут ссылаться и брать во внимание ведомства других стран при разработке собственных политик в отношении BNPL.

2021

2022

В Японии специфика рынка BNPL отличается от стран запада

ВВП, \$ млрд

4 937 **-2%**
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

1 371 **+0%**
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

14% **+5 п.п.**
2021 за год

Япония с 2019 года наблюдает снижение своего ВВП, однако рост розничной торговли не прекращался. По структуре платежей отличается от европейских стран высоким уровнем (65-70%) использования наличных и недоверием к онлайн-платежам по кредитным картам в связи с высокой частотой утечек данных.

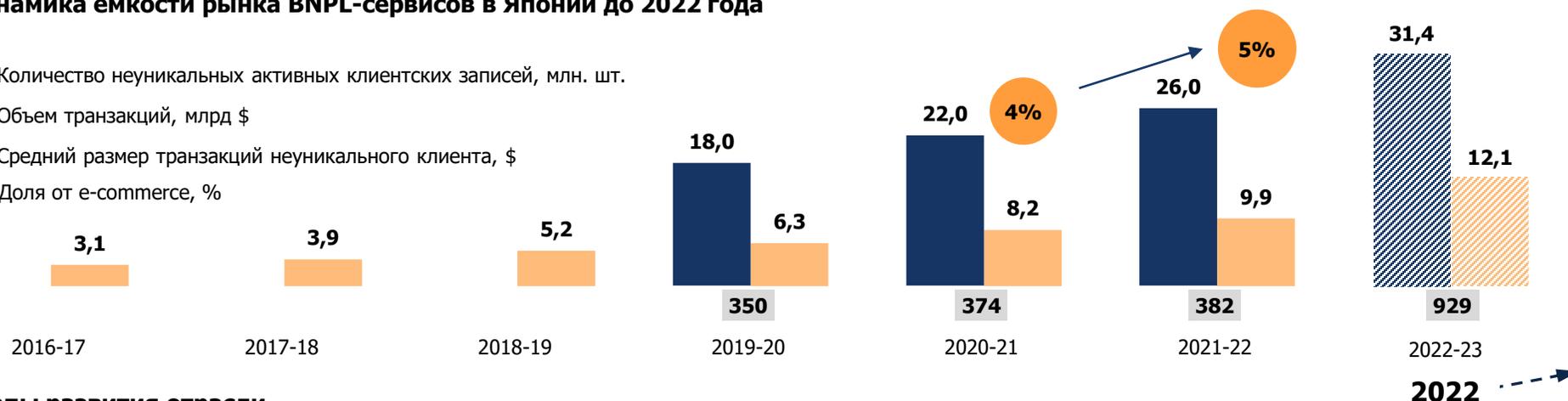
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Японии до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

○ Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

atobarai вместо BNPL, структура рынка отличная от европейской

В Японии кредитный рынок отличается большим количеством небанковских организаций, а также альтернативными способами кредитования (p2p-кредитование). Термин BNPL также отличается, он шире и его называют atobarai. Под ним понимают все сервисы, которые могут отсрочить платеж клиента. Например, BNPL и payment after delivery.

Насыщение рынка BNPL-провайдерами, сложности привлечения клиентов

Многие маркетплейсы, такие как Mercari, Rakuten, добавляют в свои платежные системы функцию беспроцентной рассрочки, в связи с чем другим BNPL-провайдерам становится труднее развиваться. Кроме того, в Японии на наличные приходится 75% платежей, что ограничивает возможный рост объема BNPL.

Оптимизация клиентского пути, соперничество с кредитными картами

В связи с высоким уровнем использования пользователями наличных, BNPL-провайдеры предоставляют новые возможности погашения платежей через банкоматы, на кассах офлайн-магазинов, банковским переводом по QR-коду, прямым дебетом через партнерства с банками. Данные действия, одновременно с возросшим онлайн-потреблением в пандемийный период, способствуют органическому росту объема BNPL-сферы.

Треть сингапурцев используют BNPL, однако на малые суммы денежных средств

ВВП, \$ млрд

397
2021

+15%
за год

Розничная торговля,
\$ млрд

28
2021

+16%
за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

16%
2021

+5 п.п.
за год

Сингапур – страна с высокими показателями роста BNPL, маленьким населением (менее 6 млн чел.) и высоким уровнем законодательного развития. Город – один из лидеров сектора финансовых технологий с высокоразвитым сектором венчурного инвестирования.

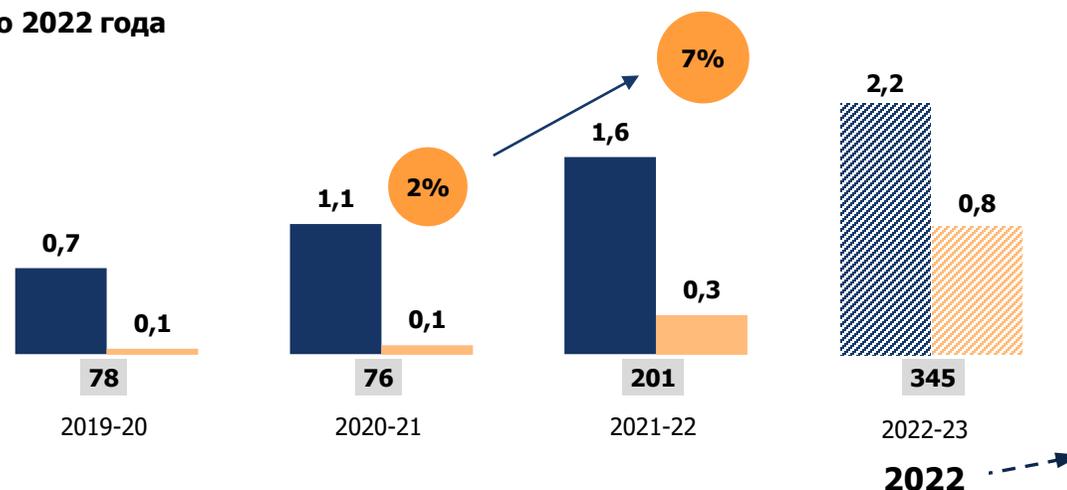
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Сингапуре до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

○ Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

Новый формат рассрочки платежей

В Сингапуре первый стартап в сфере BNPL, **Rely**, появился в 2017 году. Идея о сервисе пришла его сооснователю во время работы над другим стартапом в сфере подбора и сравнения кредитных предложений. Сервис развивался благодаря партнерству с несколькими крупными e-commerce площадками Сингапура: Qoo10 и Zalora.

2017

2018

Период выхода новых игроков на рынок BNPL

В период с 2018 по 2019 года появляются новые игроки на рынке BNPL-платежей, такие как **Atome** и **Hoolah**. Позже **Grab** в своем приложении запускает услугу "Pay Later" сначала для оплаты за услуги мобильности, а в дальнейшем распространяющуюся на все платежи, производимые при помощи цифрового кошелька Grab.

2019

2020

Рост пользователей, поглощение сервисов, вопросы о регулировании

С начала 2020 года рынок e-commerce стабильно растет. Успешные индонезийские BNPL-стартапы пробуют выходить на рынок Сингапура. Банки также предоставляют свои новые решения. 2021 год для BNPL знаменуется новостями о поглощениях крупнейших сервисов: Rely выкупает локальный BNPL-стартап **Pace**, а Hoolah кешбек-сервис – **ShopBack**. Также в 2021 году правительство создает рабочую группу для обсуждения вопросов, связанных с регулированием BNPL-сервисов, при непосредственном их участии.

2021

2022

Германия – один самых динамичных и стабильных BNPL-рынков

ВВП, \$ млрд

4 223 **+10%**
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

693 **+5%**
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

17% **+3 п.п.**
2021 за год

Германия – страна с устойчивой экономикой, диверсифицированной по отраслям. Один из экономических лидеров Европы.

Высокая доля e-commerce в розничной торговле и развитая индустрия способствует стабильному росту рынка BNPL (+ 17п.п. за 5 лет).



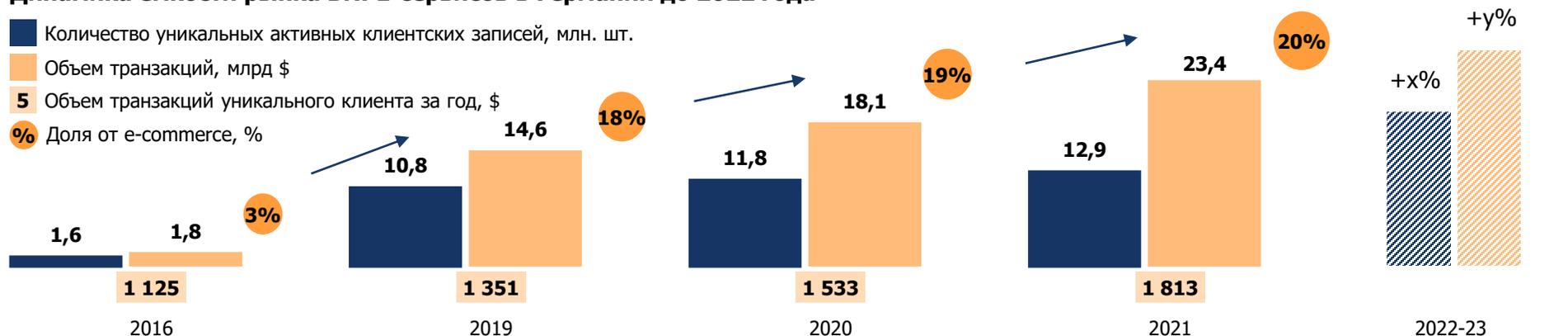
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Германии до 2022 года

■ Количество уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

5 ■ Объем транзакций уникального клиента за год, \$

○% Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2010

Развитие нового способа оплаты благодаря e-comm

Первыми компаниями, которые стали продвигать BNPL в Германии, были **Klarna, Raterpay и Billie**. В основном такой метод оплаты предлагался для покупателей интернет-магазинов, и пользовались им из любопытства, не рассматривая основным методом оплаты.

2019

Больше партнёров – больше возможностей

С развитием отрасли онлайн-торговли BNPL-провайдеры начали наращивать партнёрскую сеть, увеличивая количество магазинов, предлагающих новый способ оплаты покупателям.

Доля BNPL в общем объёме транзакций выросла на 15 п.п. за 3 года.

2020

Бурный рост привлекает внимание регулятора

С 2021 года усиливается риторика о необходимости начать строже регулировать отрасль.

2021

Выход крупных игроков на рынок

В 2022 году на рынок выходят крупные игроки: PayPal с сервисом "Pay in 30" и Santander с дочерним провайдером "Zinia", который привлёк более 2 млн. пользователей за первый год.

20% онлайн-магазинов предлагают BNPL как способ оплаты.

2022

В Швеции 25% e-commerce платежей приходится на BNPL

ВВП, \$ млрд

627
2021

+16%
за год

Розничная торговля,
\$ млрд

98
2021

+14%
за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

17%
2021

+2 п.п.
за год

Швеция – экономически развитое государство ЕС.

В 2005 году в стране появился финтех стартап Klarna, известный сейчас во всём мире как крупнейший BNPL-провайдер, предоставляющий услуги в 45 странах по всему миру для более 150 млн пользователей.

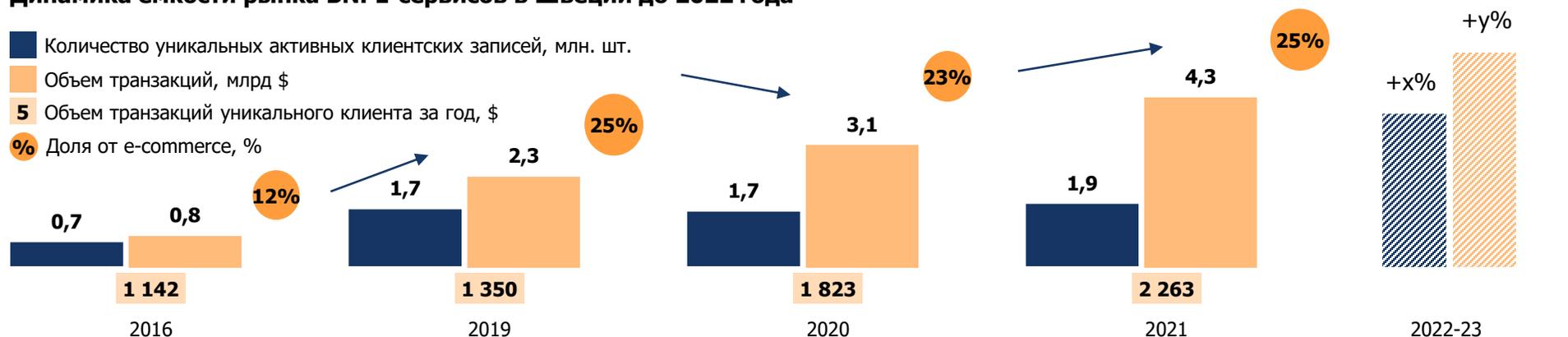
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Швеции до 2022 года

■ Количество уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ 5 Объем транзакций уникального клиента за год, \$

● % Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

Родина крупнейшего BNPL-проекта

К 2016 году в Швеции уже был уверенный тренд на развитие BNPL, во многом благодаря стартапу из Швеции, который после стал мировым лидером в этой отрасли, - Klarna (2005).

Также на рынке представлены: Stripe (2010) и Sweetpay (2013).

2019

¼ платежей в e-commerce приходится на BNPL

Компании активно развивают сеть партнёров не только в e-commerce, но и среди instore магазинов, Klarna проводит крупные маркетинговые кампании, направленные на развитие BNPL.

2020

Рост BNPL - рост долгов домохозяйств

В 2020 году прирост долга Шведских домохозяйств достиг 7% - это стало одной из причин введения поправок в закон о платёжных услугах, теперь BNPL не мог предлагаться клиентам первым в списках на оплату.

2021

Больше доля рынка – больше критики со стороны регулятора

55% онлайн-магазинов предлагают BNPL как возможный способ оплаты. Значительно усиливается критика со стороны регулятора как на уровне страны, так и на уровне ЕС, появляются статьи независимых экспертов о важности усилить контроль BNPL и риске популяризации.

2022

В Индии регулятор быстро среагировал на активный рост BNPL-сервисов

ВВП, \$ млрд

3 173 **+19%**
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

1 200 **+36%**
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

5% **-1 п.п.**
2021 за год

Индия – один из мировых лидеров в производстве с динамично развивающейся экономикой (+89% ВВП 2010 vs 2021).

Страна с самой большой численностью населения на январь 2023 года, обладающая значительным потенциалом для развития BNPL.

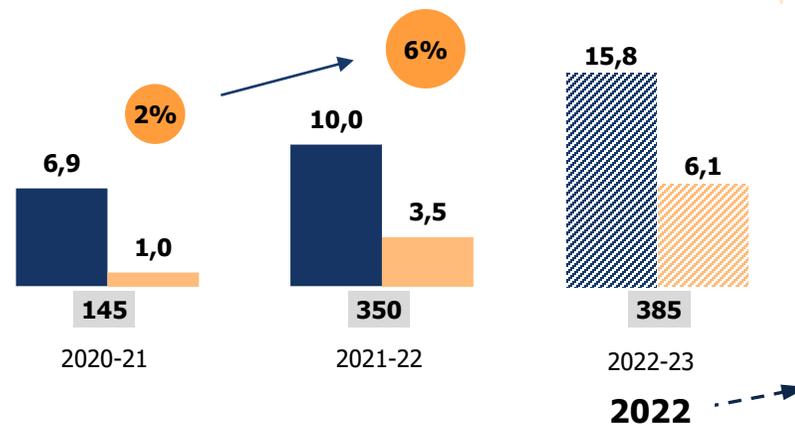
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Индии до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

○ Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

Пользователей меньше, чем компаний

В Индии к 2016 году существует ряд компаний, предоставляющих подобие того, что назовут BNPL: Simpl, ZestMoney, Paytm, LazyPay, Capital Float, MobiKwik, Flexmoney.

2017

2018

2019

Крупные игроки развивают интерес, подъем рынка BNPL

Пандемия показала удобство e-comm, также став новым этапом развития BNPL-сервисов, в том числе благодаря приходу крупных игроков: Amazon (Pay Later), Flipkart (Walmart).

В 2021 году появляется крупный off-line BNPL игрок – компания Pine Labs.

70% BNPL-платежей в онлайн приходится на ZestMoney.

2020

2021

2022

Регулятор сразу реагирует на рост

С августа 2021 года по июнь 2022 года Резервный Банк Индии ведёт активную работу по усилению контроля над деятельностью BNPL, издавая руководства по регулированию и отчёты о деятельности BNPL.

Также банк ведёт разъяснительную работу с населением, объясняя риски использования такого метода оплаты.

Совместная работа BNPL-компаний повышает узнаваемость в ОАЭ

ВВП, \$ млрд

420
2021

+17%
за год

Розничная торговля,
\$ млрд

47
2021

+18%
за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

24%
2021

+4 п.п.
за год

ОАЭ – Государство с одним из самых высоких показателей ВВП на душу населения (9 место на 2021 год).

Большой поток мигрантов и высокая доля проникновения e-com в розничную торговлю способствуют развитию BNPL в стране.

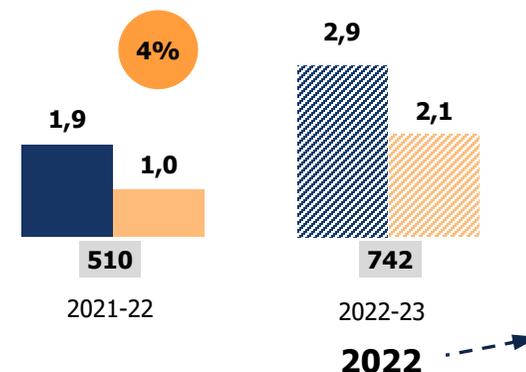
Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в ОАЭ до 2022 года

■ Количество не уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Средний размер транзакций не уникального клиента, \$

● Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2016

Появление будущих лидеров рынка

В промежутке 2017-2019 года начали появляться компании, которые станут одними из крупнейших BNPL-провайдеров в ОАЭ: Rise, Tabby, Postpay, Cashew.

2017

2018

Приход новых игроков и масштабирование рынка

Пандемия поспособствовала новому витку развития e-com и появлению новых BNPL сервисов – Spotii, Tamara и внедрению этого продукта в уже известные компании, например, в ARAMEX SMART.

2019

2020

Популяризация общими усилиями

Стратегическое партнерство BNPL-сервиса Postpay совместно с Коммерческим Банком Дубая и платежной системой MasterCard, направленное на развитие цифровых платежей.

87% покупателей знают о механике работы BNPL, 46% уже воспользовались услугами сервиса.

2021

Мягкие шаги к жёсткому регулированию

В августе 2022 Управление Финансовых услуг Дубая выпускает пояснительную записку с опасениями по поводу роста популярности BNPL.

В декабре 2022 начинается активная работа для решения проблем регулирования в отношении BNPL.

2022

В Австралии BNPL-услуги становятся привычным средством платежа

ВВП, \$ млрд

1 543 **+16%**
2021 за год

Розничная торговля, \$ млрд

277 **+15%**
2021 за год

Доля e-commerce в розничной торговле, %

19% **+3 п.п.**
2021 за год

Австралия – страна с активно растущими ВВП и оборотом розничной торговли. Объем товаров и услуг, реализуемых онлайн, значительно вырос за последний год (+29%). Среди стран Азиатско-Тихоокеанского региона в Австралии самая высокая доля BNPL-транзакций в e-commerce (24%).

Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Австралии до 2022 года

■ Количество уникальных активных клиентских записей, млн. шт.

■ Объем транзакций, млрд \$

■ Объем транзакций уникального клиента в год, \$

● Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2014

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

Второе рождение: новый старый BNPL

Первыми компаниями стали Certegy (2000) и Openpay (2013). С 2015 года на рынок вышли Afterpay и ZIP и отрасль начала активно расти. Покупки характеризовались невысокими чеками, а клиенты использовали сервисы для покупки одежды и модных аксессуаров.

Всплеск популярности сервисов, первые оценки отрасли

Клиенты активно вовлекаются провайдерами в пользование услуг, не всегда точно понимая условия и последствия дополнительных нагрузок по платежам. Выходят первые исследования отрасли, подготовленные государственными институтами.

Необходимость регулирования сферы для защиты клиентов

20% пользователей BNPL-сервисов, согласно опросам, имеют трудности с очередным платежом. Государство обращает более пристальное внимание на регулирование сферы. Появляется первый отраслевой кодекс - BNPL Industry Code.

Поможет ли отрасли саморегулирование?

Сейчас на рынке действуют около 20 BNPL-провайдеров.

У государства появились полномочия частично контролировать работу BNPL-провайдеров и соблюдение ими кодекса. Правительство предлагает новые пути реформирования отрасли.

На Китайском рынке регулирование BNPL носит рекомендательный характер

ВВП, \$ млрд

17 734 **+21%**
2021 за год

Розничная торговля,
\$ млрд

6279 **+9%**
2021 за год

Доля e-commerce в
розничной торговле, %

32% **+1 п.п.**
2021 за год

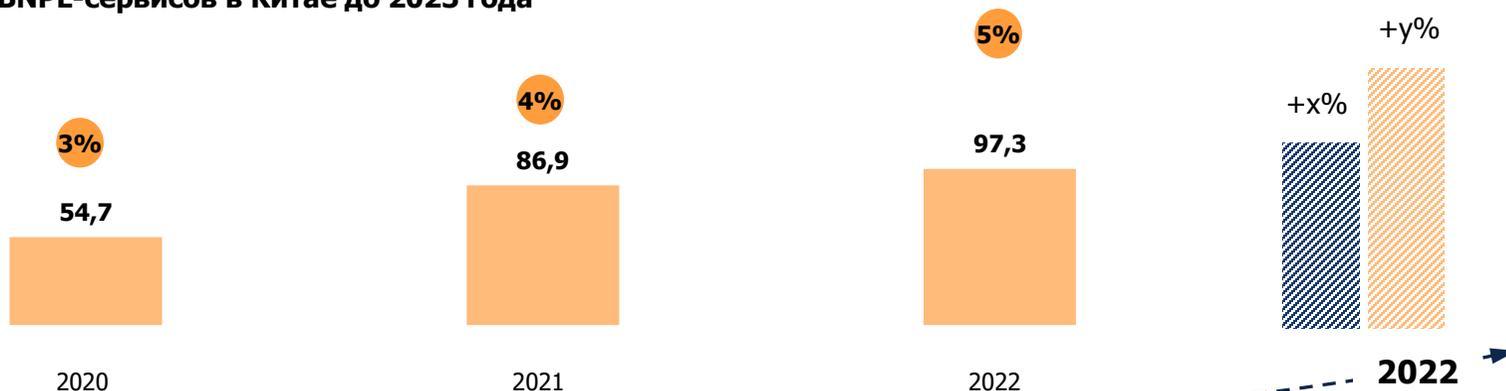
Китай - это вторая в мире страна по уровню ВВП, один из лидеров в сфере розничной торговли и высокой долей использования интернета среди населения (70%).

Высокая доля e-commerce делает Китай потенциально одним из самых прибыльных рынков для BNPL.

Динамика емкости рынка BNPL-сервисов в Китае до 2023 года

■ Объем транзакций, млрд \$

● Доля от e-commerce, %



Этапы развития отрасли

2014

Первые шаги в развитии BNPL

В Китае к 2014 году появляются первые сервисы «прототипы» BNPL: JD Baitiao от технологического гиганта JD.COM и Huabei от Alipay.

Продукт пользовался спросом – так к 2015 году количество пользователей Baitiao выросло на 800%.

2020

Перспектива для развития BNPL

Жесткие ковид-ограничения стимулировали развитие e-comm, так в 2020 году 74% населения пользовались мобильными платежами каждый день*. При этом активными заемщиками потребительских кредитов была молодежь – группа от 18 до 36 лет*.

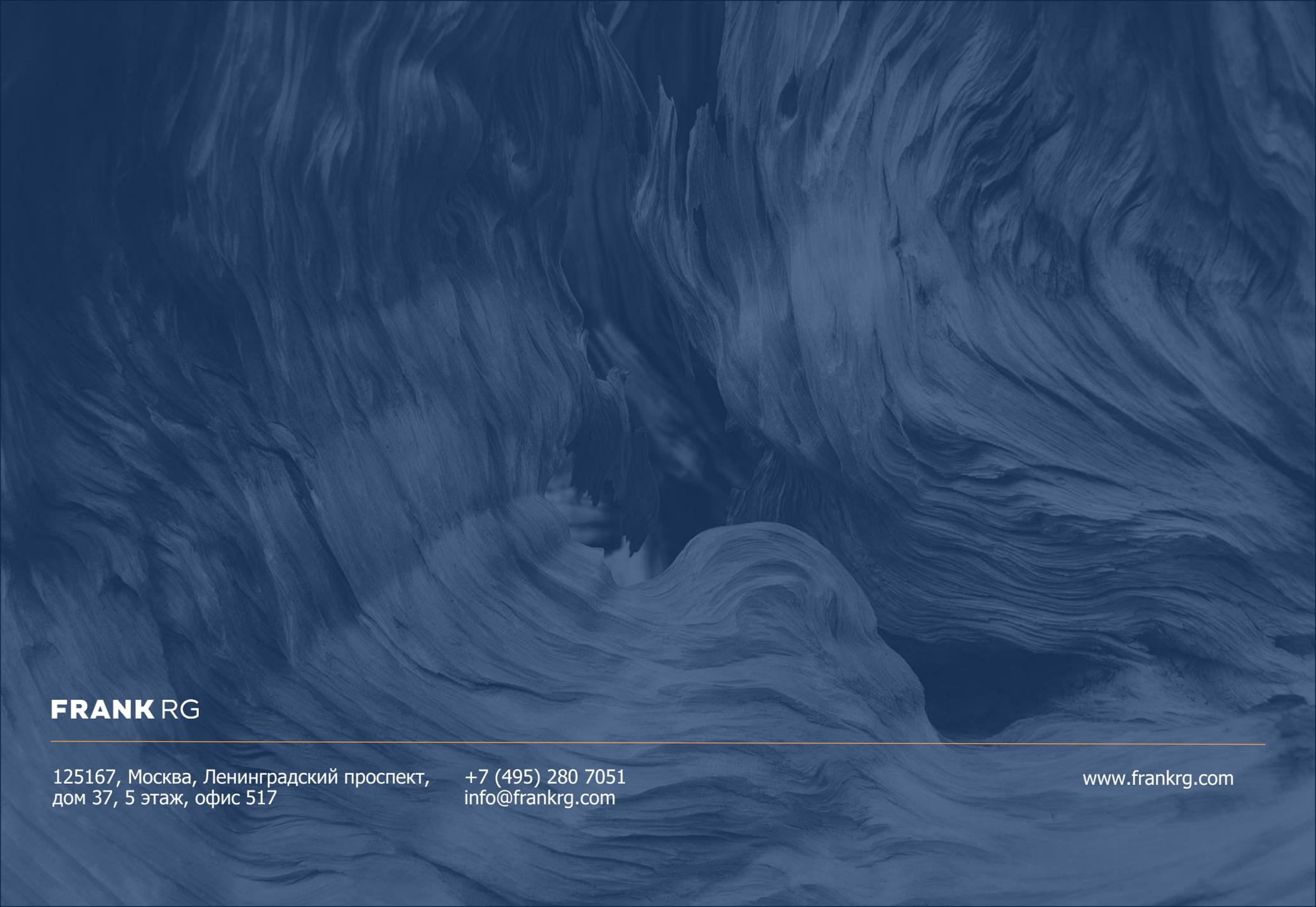
В 2020-2021 году на рынке BNPL стали появляться крупные игроки - Taobao, LexinFintech, Pinduoduo.

2021

Рост рынка и конкуренции среди провайдеров

С 2021 года на рынке возникли новые сервисы: Maiya, Atome, Narryay, Huabei и другие. 4% BNPL-транзакций от e-comm в 2022 году составили 87 млрд долл.

Китайский рынок заинтересовал и иностранных провайдеров. Шведская Klarna открыла дочернюю компанию в Китае, австралийская AfterPay инвестировал в Narryay.



FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, 5 этаж, офис 517

+7 (495) 280 7051
info@frankrg.com

www.frankrg.com