



# Исследование Visa Back to Business 2021

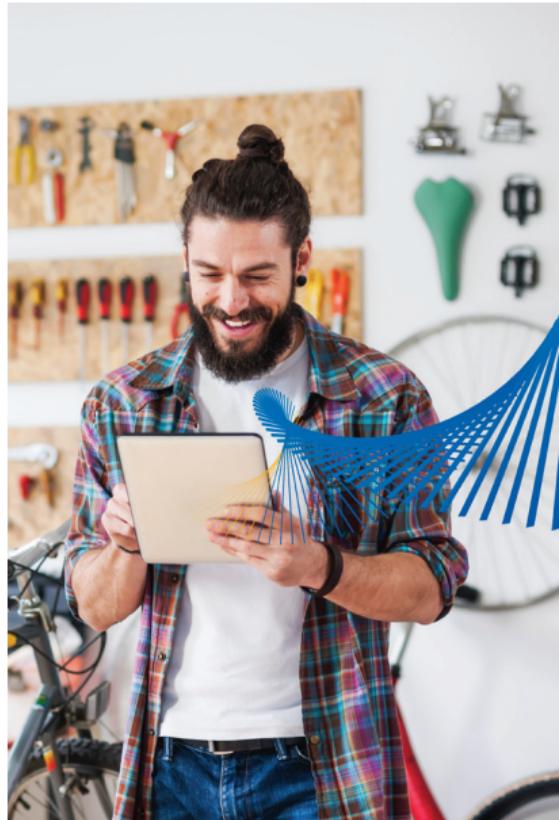
настроения среди малого/среднего бизнеса и  
потребителей в Беларуси

апрель 2021



# Содержание

РЕЗЮМЕ	Цели исследования	3
МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС	Бесконтактные платежи: настоящее и будущее	4
	Барьеры в связи с COVID-19	6
	Развитие онлайн-каналов	8
	Инновации и безопасность	9
ПОТРЕБИТЕЛИ	Предпочтения потребителей и осознанные покупки	10
	Новые ожидания	11
	Защита от мошенничества	12
МЕТОДОЛОГИЯ	Спецификации исследования и структура выборки	13



# Резюме

Согласно последним данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, общее количество зарегистрированного микро-, малого и среднего бизнеса составляет 367,8 тыс.<sup>1</sup> (юридические лица и индивидуальные предприниматели).

Сегодня, когда мир переживает глобальные изменения, малое и среднее предпринимательство особенно нуждается в нашей поддержке. Благодаря гибкости и легкости внедрения инноваций, МСБ – это основа и главный катализатор развития и восстановления экономики после больших потрясений.

Исследование Back to Business проведено в Беларуси, чтобы лучше проанализировать, как предприниматели перестроили работу своих компаний во время пандемии для адаптации

к изменившимся привычкам потребителей, а также узнать о планах МСБ по дальнейшему развитию бизнеса в ближайшие месяцы. С другой стороны, исследование поможет нам и бизнесу лучше понимать поведение потребителей с целью последующего улучшения процесса предоставления услуг.

Так как компания Visa является лидером в области цифровых платежей, мы стремимся использовать свои инструменты для помощи малому и среднему бизнесу по всему миру. Visa также поддерживает МСБ в развитии новых каналов коммуникации со своими пользователями благодаря таким программам, как Where You Shop Matters (#ВместеСМалымБизнесом); She's Next, Empowered by Visa; инициативам фонда Visa Foundation.



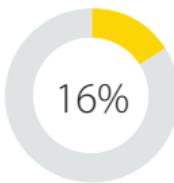
<sup>1</sup> [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okrughayushchaya-sreda/statistika-predprinimatelstva/statisticheskie-izdaniya/\\_index\\_17468/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okrughayushchaya-sreda/statistika-predprinimatelstva/statisticheskie-izdaniya/_index_17468/)

## МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

# Бесконтактные платежи: настоящее и будущее

С момента начала пандемии каждый четвертый бизнес стал чаще предлагать бесконтактные платежи и почти каждый пятый - диджитализацию бизнес-операций. Также бизнес увеличил заботу о потребителях, чаще предлагая дезинфицирующие средства в точках продаж (29%) и доставку на дом (27%).

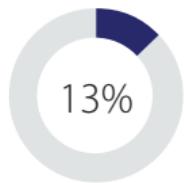
**Говоря о планах на ближайшие три месяца, предприниматели выделяют ТОП-3 решений для дальнейшего внедрения:**



бесконтактные  
платежи



доставка на дом



таргетированная реклама  
в социальных сетях

Около 2/3 опрошенных бизнесов не планируют что-либо внедрять в ближайшее время.

## ЧТО ВЫ СТАЛИ ПРЕДПРИНИМАТЬ ЧАЩЕ С МОМЕНТА НАЧАЛА ПАНДЕМИИ?

**29%**

Предлагали дезинфицирующие средства  
при покупках онлайн

**27%**

Предлагали доставку на дом

**26%**

**Ввели бесконтактные платежи,  
такие как мобильные платежи или  
банковской картой**

**25%**

Продавали товары или услуги в интернете

**21%**

Предлагали альтернативные способы  
оплаты, например, рассрочка

**19%**

Таргетированная реклама в социальных  
сетях

**18%**

**Диджитализация бизнес-операций,  
например, электронные платежные  
ведомости или счета-фактуры**

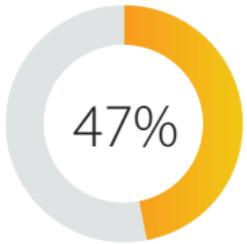
**14%**

Предлагали услугу самовывоза при  
покупке онлайн

**6%**

Подали заявку на получение бизнес-  
кредита

По мнению **47% опрошенных**, после пандемии **клиенты станут предпочтать бесконтактные платежи больше, чем во время COVID**, по мнению 34% отношение клиентов к бесконтактным платежам останется таким же, как и во время COVID, 13% считает, что потребители будут отдавать предпочтение наличным, но не так сильно, как во время COVID, и только 6% уверены в возврате клиентов к наличным.



предпринимателей считает, что бесконтактные платежи станут востребованнее

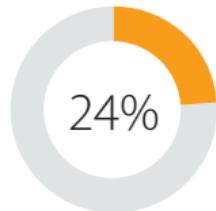


# Барьеры в связи с COVID-19



Основным вызовом, с которым столкнулся бизнес с момента начала пандемии, является **изменение поведения потребителей** (34%). Тем не менее, каждый пятый собственник считает, что его бизнес не столкнулся с проблемами.

**32% МСБ уже полностью вернулись к работе.** Однако, по мнению еще трети опрошенных владельцев бизнеса, понадобится **от месяца до полутора лет** на возвращение к полноценной работе, **а каждый четвертый сомневается** в возможности восстановления работы в полную силу когда-либо.



бизнесов сомневается  
в возможности восстановления  
работы в полную силу

Несмотря на существующие сложности в условиях пандемии, 28% предпринимателей сфокусировалось на новых продуктах, 23% расширили каналы продаж, а 18% - внедрили новые цифровые форматы платежей.

## НАИБОЛЕЕ СЕРЬЕЗНЫЕ БАРЬЕРЫ В СВЯЗИ С COVID-19

**34%** Изменения в поведении потребителей

**16%** Доступ к капиталу

**15%** Перебои с поставками

**15%** Маркетинг и лидогенерация  
(поиск потенциальных клиентов)

**13%** Трудно найти баланс между жизненными  
проблемами и вызовами в бизнесе

**10%** Безопасность и здоровье моих  
сотрудников

**10%** Трудно сохранить свои кадры/свою  
команду

**21%** У меня нет проблем в бизнесе



## ДОСТИЖЕНИЯ МСБ В 2020 ГОДУ

28%



Сфокусировались на новых или других продуктах

23%



Расширили каналы продаж

18%



Внедрили новые цифровые форматы платежей

15%



Увеличили штат сотрудников

13%



Расширили бизнес географически/открылись в новых локациях

13%

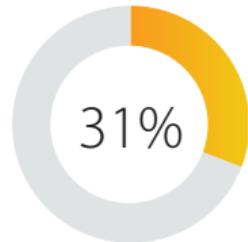


Начали абсолютно новый бизнес

# Развитие онлайн-каналов



Несмотря на глобальные изменения и стремительный рост роли онлайн-формата в нашей жизни, **45% бизнесов не видят необходимости переводить бизнес в онлайн**. Основными причинами они называют сокращение личного общения с клиентами и стоимость инвестиций.



МСБ не переживает о переходе в онлайн или расширении присутствия в интернете

## РИСКИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ БИЗНЕСА В ОНЛАЙН

- |     |   |
|-----|---|
| 10% | Сокращение личного общения с клиентами                                    |
| 9%  | Стоимость инвестиций в цифровую инфраструктуру                            |
| 9%  | Отсутствие опыта в использовании новых технологий                         |
| 6%  | Незнание того, как пользоваться интернет-маркетингом и социальными сетями |
| 4%  | Конфиденциальность и безопасность данных                                  |
| 4%  | Ненадежность технологий   |
| 4%  | Меньший контроль над транзакциями и бизнес-процессами                     |

# Инновации и безопасность



Одна из главных задач для каждого бизнеса – продолжать соответствовать меняющимся предпочтениям потребителей, для чего необходимо инвестировать в инновации и внедрять новые технологии.

**39% предпринимателей** считают нужным внедрить возможность **принимать платежи через мобильное устройство без привязки к точке продажи**, а 37% - сделать доступным прием бесконтактных или мобильных платежей.



собственников малого и среднего бизнеса оптимистично смотрят на будущее своего бизнеса

## В КАКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ВАЖНО ИНВЕСТИРОВАТЬ?

- |            |   |
|------------|---|
| <b>39%</b> | Возможность принимать платежи через мобильное устройство без привязки к точке продажи |
| <b>37%</b> | Прием бесконтактных или мобильных платежей  |
| <b>32%</b> | Возможность рассрочки оплаты онлайн   |
| <b>30%</b> | Программное обеспечение для борьбы с мошенничеством и обеспечения безопасности        |
| <b>23%</b> | Цифровизация внутренних платежных операций  |

## ПОТРЕБИТЕЛИ



# Предпочтения потребителей

Пандемия значительно ускорила процесс цифровизации и существенно изменила потребительские привычки: **39% потребителей стали чаще пользоваться бесконтактными платежами**, 27% чаще совершают покупки онлайн, а 26% и вовсе меньше используют наличные.

## Осознанные покупки

Современные потребители довольно организованы в своих покупках: 75% покупателей заходят в магазин со знанием того, что нужно купить. Они также обращают внимание на меры безопасности, которые предлагает бизнес, среди которых – бесконтактные способы оплаты.

### КАК ЧАСТО ВЫ ПЛАТИТЕ НАЛИЧНЫМИ?

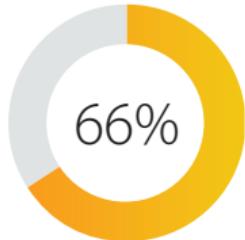
26%	Каждый день
32%	Несколько раз в неделю (2-4 раза в неделю)
15%	Несколько раз в месяц (2-4 раза в месяц)
6%	Раз в месяц и реже
16%	Вы используете наличные, только когда безналичный расчет недоступен
6%	Вы вообще не пользуетесь наличными

### ТОП-3 ВАЖНЫЕ МЕРЫ БЕЗОПАСНОСТИ

80%	Требование одевать маску в магазине
75%	Дезинфекция тележек и корзин для покупок
73%	Бесконтактные способы оплаты

# Новые ожидания

Согласно результатам опроса,



респондентов предпочли бы делать покупки в магазине, где есть бесконтактные способы оплаты.

**По мнению более 80% респондентов** цифровые способы оплаты достаточно представлены в крупных торговых сетях, оплате коммунальных и личных счетов, ресторанах. В остальных же сферах (общественный транспорт, чаевые, парковки и прочее) цифровые способы оплаты недостаточно представлены.



Крупные торговые сети



Оплата коммунальных или личных счетов



Рестораны (еда внутри)

**34% пользователей** стали больше пользоваться бесконтактными платежами **после начала пандемии**

**39% респондентов** **и после пандемии** будут отдавать предпочтение бесконтактным платежам.

**52%** опрошенных будет пользоваться бесконтактными платежами так же, как и во время пандемии.

**СПОСОБЫ ОПЛАТЫ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ОЖИДАЮТ УВИДЕТЬ В ОБЫЧНЫХ РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНАХ**

**95%** Бесконтактная карта (например, оплата касанием карты к терминалу)

**78%** Мобильные платежные приложения

**73%** Прикосновение карты к смартфону вместо POS-терминала (технология Tap To Phone)

**68%** Оплата через мобильный кошелек (например, Apple Pay)

**38%** Платежи на номер мобильного телефона вместо номера карты получателя платежа

**31%** Платежи в мессенджерах или через социальные сети

**25%** Биометрические платежи (например, через распознавание лиц)

**20%** Цифровая валюта, например биткойн

# Защита от мошенничества



Все больше пользователей переходят онлайн и осваивают новые технологии. Тем не менее, мошенническая активность требует от нас умения противостоять их уловкам самостоятельно.

Если средства будут списаны мошенниками со счета пользователя, **53% опрошенных обвиняют в этом самих себя**, а 24% - банк, который выпустил карту и подтвердил списание средств.

## ОСНОВНЫЕ МЕРЫ ЗАЩИТЫ ОТ МОШЕННИЧЕСТВА, КОТОРЫЕ ПРЕДПРИНИМАЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

- |     |   |
|-----|---|
| 74% | Внимательно следили за своими транзакциями, чтобы отслеживать подозрительную активность |
| 65% | Использовали разные пароли на разных сайтах или в системе управления паролями           |
| 61% | Обновляли системы защиты безопасности на своих устройствах                              |
| 49% | Подписались на оповещения о покупках  |
| 49% | Ограничili число интернет-магазинов, в которых вы делаете покупки                       |
| 47% | Подключили многофакторную аутентификацию  |
| 46% | Предварительно проверяли URL-адрес сайта, прежде чем софвершить платеж                  |
| 43% | Регулярно обновляли свои пароли   |

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено исследовательским агентством Info Sapiens по заказу компании Visa в апреле 2021 года. В рамках исследования проведено опрос 158 собственников малого и среднего бизнеса, а также 300 респондентов (мужчины и женщины в возрасте старше 18 лет) Республики Беларусь.

Методология исследования – телефонные интервью со звонками на мобильные (CATI), продолжительность интервью составила 10-15 минут.

## О VISA

Visa Inc. (NYSE: V) является мировым лидером в области цифровых платежей. Наша миссия – объединить мир посредством наиболее инновационной, надёжной и безопасной платёжной сети, что позволяет потребителям, бизнесу и экономике в целом планомерно развиваться. Наша новейшая глобальная технологическая сеть VisaNet обеспечивает надежные и безопасные платежи по всему миру, и может обрабатывать более 65 000 транзакций в секунду. Компания Visa уделяет большое внимание инновациям, что является катализатором быстрого роста "connected commerce", в условиях которой практически любое подключенное устройство способно осуществлять платежи, и таким образом приближает переход к будущему без наличных — для всех и везде. По мере того, как происходит переход от аналоговых технологий к цифровым, Visa использует свой бренд, продукты, экспертов, сеть и масштаб для трансформации коммерции.

Для получения дополнительной информации посетите сайты [https://cis.visa.com/ru\\_TJ/run-your-business/small-business-tools/small-business-hub.html](https://cis.visa.com/ru_TJ/run-your-business/small-business-tools/small-business-hub.html), [https://cis.visa.com/ru\\_TJ/run-your-business/shes-next.html](https://cis.visa.com/ru_TJ/run-your-business/shes-next.html).

## СТРУКТУРА ВЫБОРКИ

