



Исследование Visa Back to Business 2021

настроения среди малого/среднего бизнеса и
потребителей в Беларуси

апрель 2021



VISA

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.¹ (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.

¹ https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/statistika-predprinimatelstva/statisticheskie-izdaniya/_/index_17468/

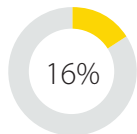


МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

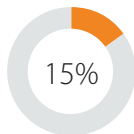
Бесконтактные платежи: настоящее и будущее

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%).

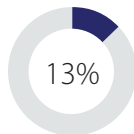
Говоря о планах на ближайшие три месяца, предприниматели выделяют ТОП-3 решений для дальнейшего внедрения:



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 офлайн

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

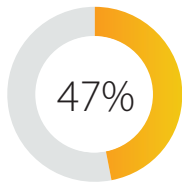
19% Таргетированная реклама в социальных сетях

18% Диджитализация бизнес-операций, например, электронные платежи, 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 предпочитать 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

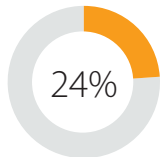


Барьеры в связи с COVID-19



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.

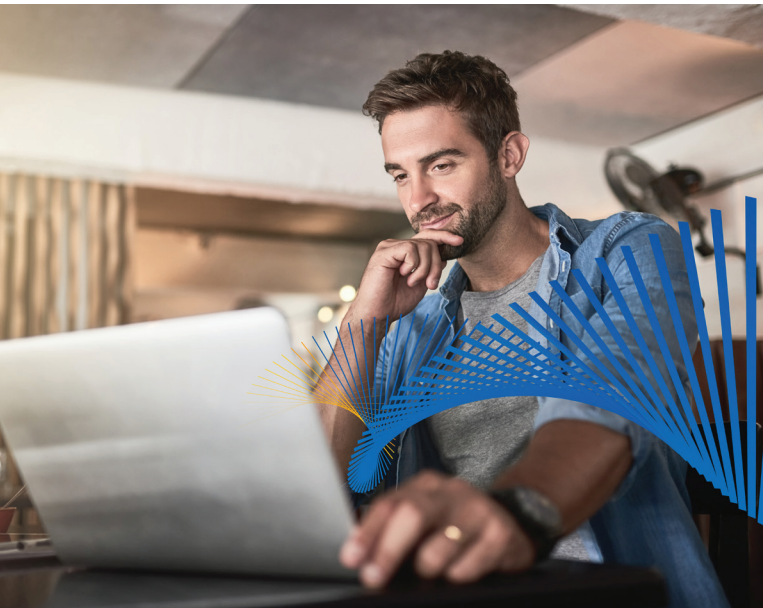


бизнесов сомневается
в возможности восстановления
работы в полную силу

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

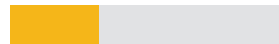
НАИБОЛЕЕ СЕРЬЕЗНЫЕ БАРЬЕРЫ В СВЯЗИ С COVID-19

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



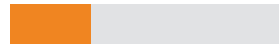
ДОСТИЖЕНИЯ МСБ В 2020 ГОДУ

28%



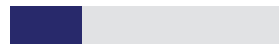
Сфокусировались на новых или других продуктах

23%



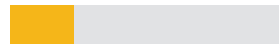
Расширили каналы продаж

18%



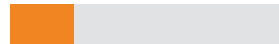
Внедрили новые цифровые форматы платежей

15%



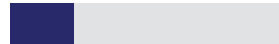
Увеличили штат сотрудников

13%



Расширили бизнес географически/открылись в новых локациях

13%

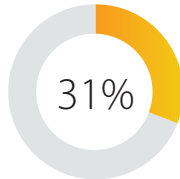


Начали абсолютно новый бизнес

Развитие онлайн-каналов



Несмотря на глобальные изменения и стремительный рост роли онлайн-формата в нашей жизни, **45% бизнесов не видит 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?

39%

Возможность принимать платежи через мобильное устройство без привязки к точке продажи

37%

Прием бесконтактных или мобильных платежей

32%

Возможность рассрочки оплаты онлайн

30%

Программное обеспечение для борьбы с мошенничеством и обеспечения безопасности

23%

Цифровизация внутренних платежных операций



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?

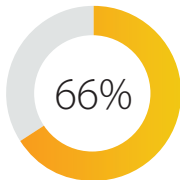
26%	Каждый день
32%	Несколько раз в неделю (2-4 раза в неделю)
15%	Несколько раз в месяц (2-4 раза в месяц)
6%	Раз в месяц и реже
16%	Вы используете наличные, только когда безналичный расчет недоступен
6%	Вы вообще не пользуетесь наличными

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.

89%



Крупные торговые сети

87%



Оплата коммунальных или личных счетов

80%



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%

Ограничили число интернет-магазинов, в которых вы делаете покупки

47%

Подключили многофакторную аутентификацию

46%

Предварительно проверяли URL-адрес сайта, прежде чем совершить 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/shes-next.html.

СТРУКТУРА ВЫБОРКИ

32%	Розничная торговля
23%	Профессиональные услуги
13%	Строительство и обслуживание
9%	Производство
4%	Путешествия и транспорт
3%	Сельское хозяйство
3%	Отдых и туризм
13%	Другое