



ЭВОТОР

FRANK RG

Эволюция рынка: от касс к экосистемам

Как кассы меняют мир вокруг нас

Апрель 2019

За последние 15 лет технологии изменили рынок финансовых услуг больше, чем он изменился за предыдущие 100 лет,...

За последние 15 лет реальность сильно изменилась. Произошла эволюция в технологических решениях и клиентском восприятии.

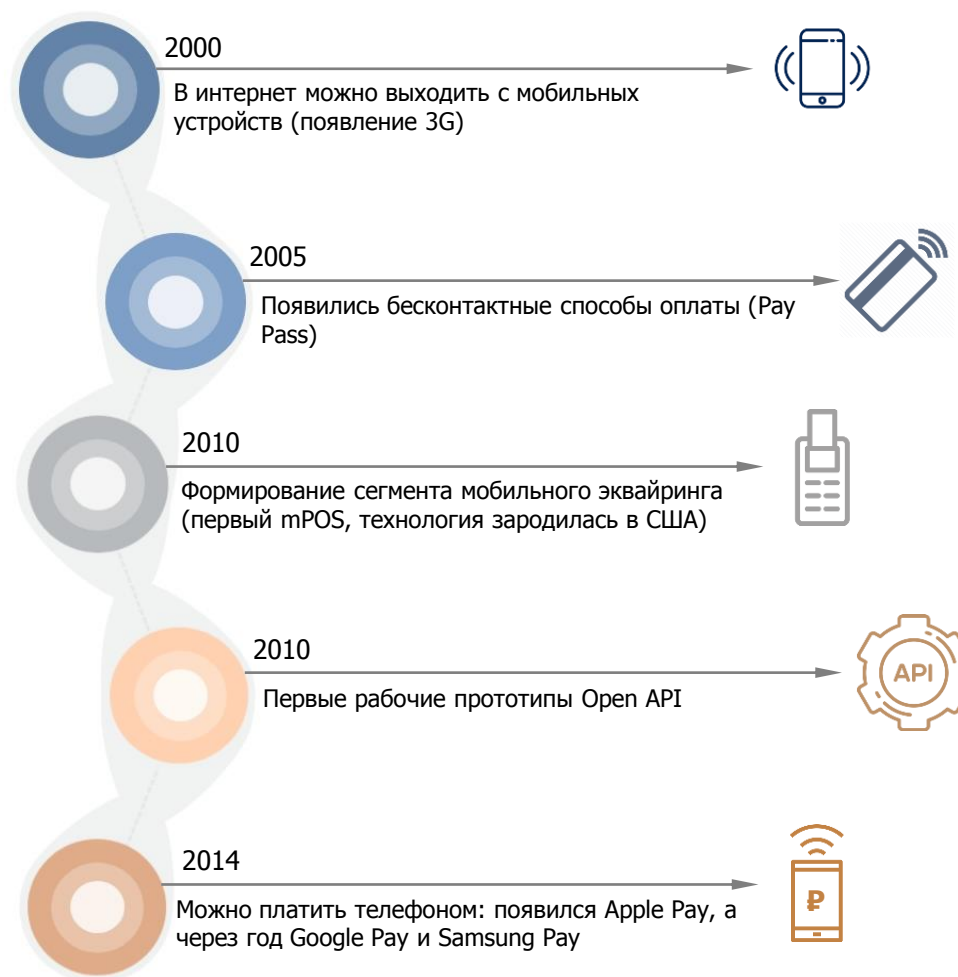
Наиболее знаковые изменения с точки зрения технологий случились в e-commerce:

- изменились платежные технологии (Pay Pass, оплата с помощью телефона);
- модернизировалась кассовая техника (мобильный эквайринг, mPOS);
- появились новые технологии передачи данных (3G, облачные технологии).

За рубежом появились стартапы (Stripe, Square и др.), начавшие формировать рынок комплексных решений по онлайн-кассам для малых предприятий.

Open API еще в 2010 году стали использоваться разработчиками, однако для эквайринга и финансовых сервисов активное распространение эти технологии получили 2-3 года назад.

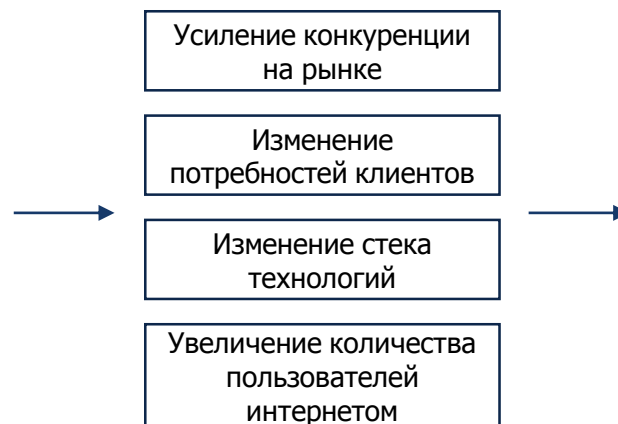
А 5 лет назад мир научился платить телефоном в торговых точках: Pay-и уверенно занимают свою нишу и становятся распространенным способом оплаты в магазинах.



... и позволили перейти к бизнес-модели, в центре которой находится клиент, а не продукт

Если в 90е годы была распространена модель, в рамках которой компания сначала разрабатывала продукт, а потом искала покупателя. То в наше время ситуация изменилась: клиенты становятся все более требовательными, предложение превышает спрос в большинстве отраслей. Рынок вынужден переходить к клиентоцентричному подходу и делать персонализированные предложения для конкретных целевых аудиторий.

Продуктоцентричная модель



Клиентоцентричная модель



- Фокус на свойствах продукта, а не на потребностях клиента.
- Продвижение продукта на широкую аудиторию.
- Продукт приобретают из-за общего дефицита предложений на рынке.

При дефиците предложения за любым продуктом выстраивалась очередь.

- Сегментация целевой аудитории и изучение потребностей клиентов.
- Разработка продукта, решающего конкретные проблемы потребителей.
- Таргетированное продвижение на рынок, персонализация предложения.

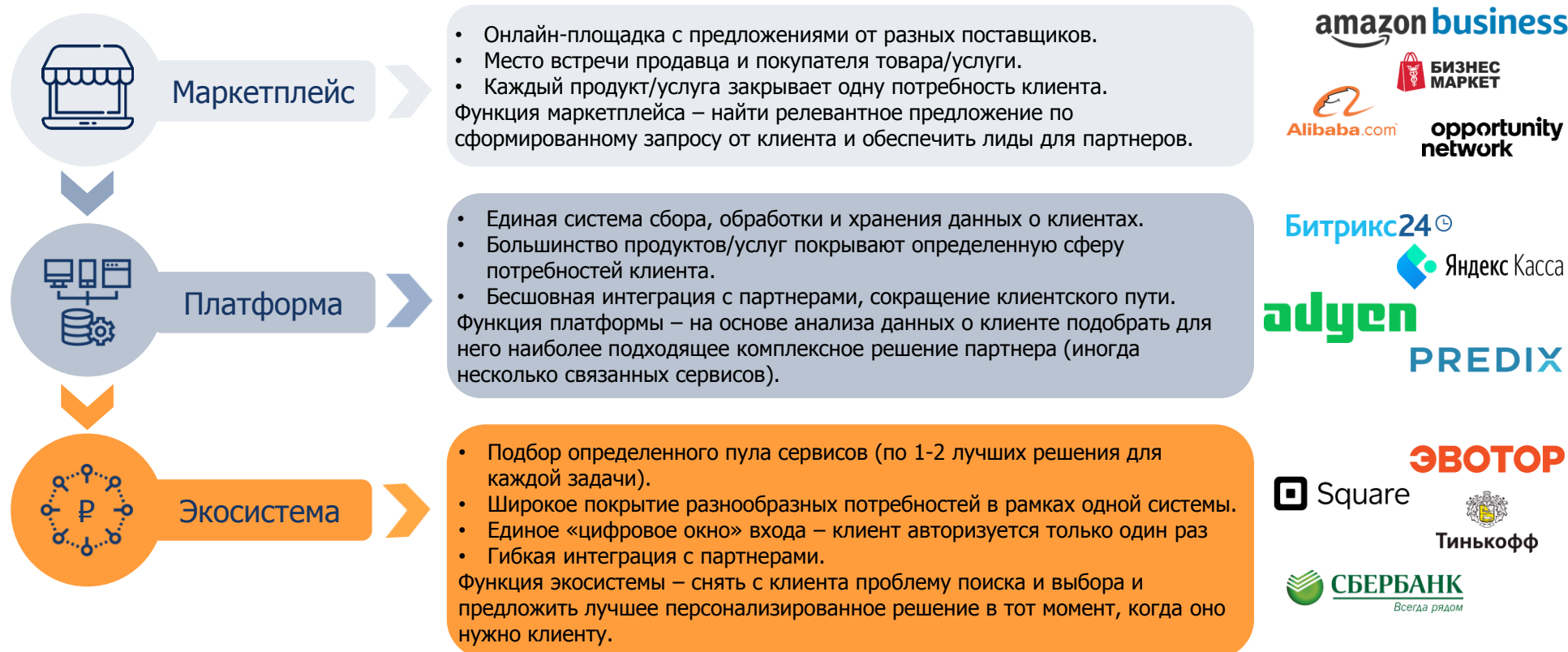
Предложение продукта в нужном месте и нужное время на базе триггерных цепочек.

Вокруг малого бизнеса начали строиться системы сервисов

Большое многообразие поставщиков услуг приводит к тому, что становится все труднее «удержать» клиента. Игрокам рынка приходится концентрироваться не на одной услуге, а на предоставлении комплекса сервисов для удовлетворения потребностей клиента в формате 360.

Компании предлагают целый спектр продуктов для бизнеса: поиск контрагентов, CRM-системы, облачную бухгалтерию, образовательные сервисы, РКО, кредиты и т.д. Так, вокруг клиента-бизнесмена выстраивается система тесно взаимосвязанных сервисов.

Чаще такое разнообразие предложения в одном месте достигается через установление партнерских отношений с другими компаниями, реже – если это собственные сервисы одного провайдера. Но в любом случае необходимый компонент – IT-платформа, которая обеспечивает сбор, обработку и хранение данных о клиенте.

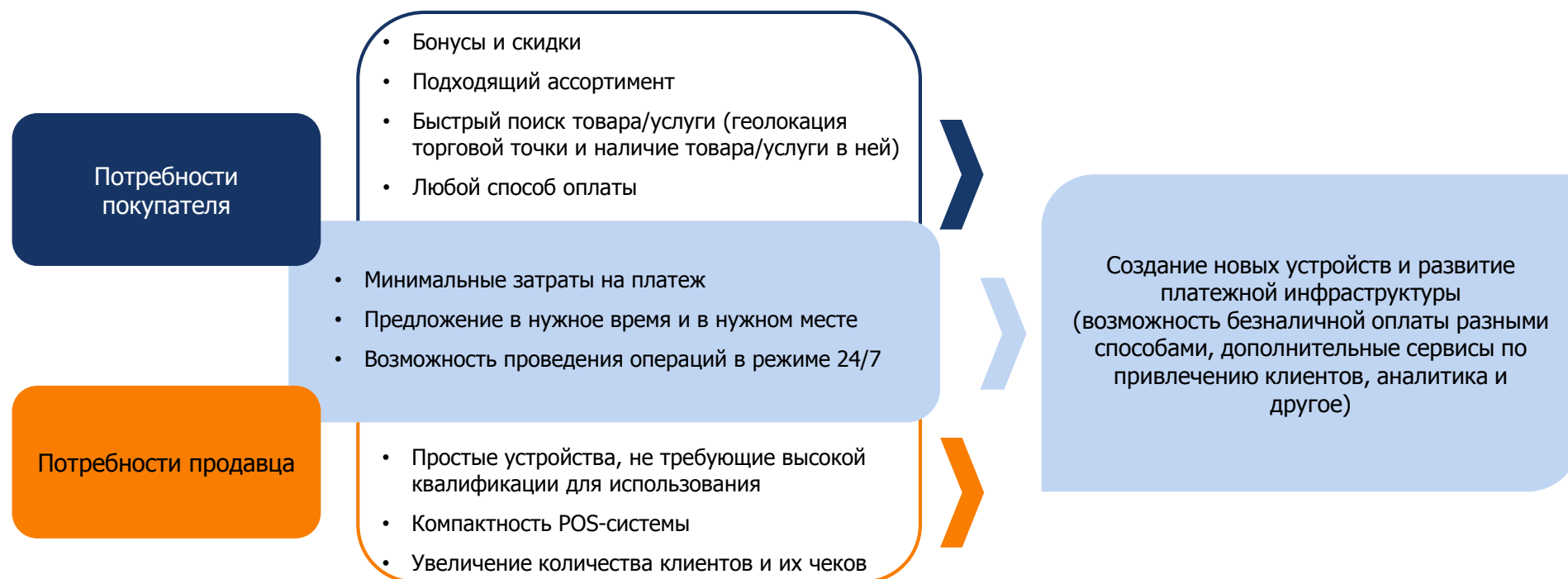


На рынке приема платежей от розничных клиентов все эти тенденции наиболее ярко выражены

Технологичный мир формирует привычки и ожидания клиентов: как покупателей, так и продавцов. Процесс оплаты за товар/услугу должен быть простым и удобным для обеих сторон.

Покупатель является клиентом для продавца: от того, насколько ассортимент, цены на товары и способы оплаты подходят покупателям, зависит выручка магазина.

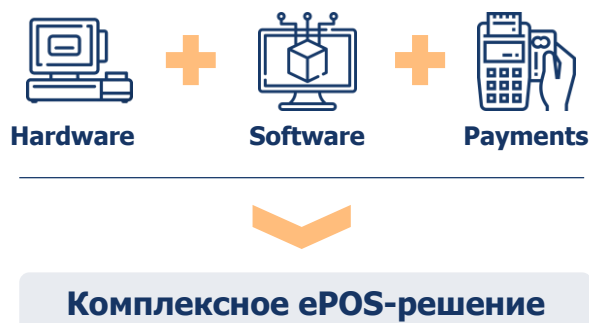
Бизнес продавца – клиент для производителей кассового оборудования, IT-разработчиков, производителей товаров и многих других компаний, которые предоставляют услуги бизнесу. Объединяясь в платформы и системы сервисов, они становятся ближе к предпринимателю и обеспечивают его технологичными решениями – чтобы бизнес мог эффективно продавать покупателям товар. Например, таким технологичным решением для ретейла стали онлайн-кассы и смарт-терминалы.



Мировой рынок онлайн-касс начал развиваться 10 лет назад

Мировой рынок онлайн-касс начал развиваться с 2009 года. На смену POS-системам со стандартными функциями (проведение платежей, регистрация транзакций, печать чеков) пришли электронные POS-системы (ePOS) – «кассовые аппараты с мозгами».

Малому бизнесу доступны **комплексные решения ePOS**, которые включают 3 компонента:



- **Оборудование (hardware)**: кассовый аппарат, карт-ридер, чековый принтер, сканер штрих-кода и т.д.
- **Программное обеспечение (software)** – «центр управления» малым бизнесом, который содержит полезные инструменты для оптимизации ежедневной работы: аналитика и учет продаж, привлечение клиентов, управление запасами, организация работы сотрудников и т.д.
- **Платежи (payments)**. ePOS позволяет принимать различные виды платежей: от наличных до бесконтактных платежей, а также обеспечивает перевод средств на банковский счет после каждой продажи.

При этом предприниматель может **отдельно** приобрести только оборудование или только программное обеспечение для организации своего бизнеса.

Модель бизнеса игроков мирового рынка онлайн-касс:

- ✓ Продажа собственного оборудования или оборудования от партнеров. Оплачивается стоимость оборудования и его установка.
- ✓ Продажа программного обеспечения для онлайн-касс. Несколько уровней тарифных планов: от базового до продвинутого (отличается набор функций) – с ежемесячной оплатой.
- ✓ Продажа дополнительных сервисов для бизнеса (собственных или от партнеров): ежемесячная оплата за пользование сервисом. Партнерские сервисы представлены в виде маркетплейса, в котором можно выбрать одну из категорий услуг для малого бизнеса и подобрать оптимального поставщика этой услуги.

Зарубежные производители и продавцы онлайн-касс предлагают **дополнительные сервисы для малого бизнеса**:

- маркетинг и аналитика продаж (Marketing and Analytics; Reporting и т.д.);
- управление персоналом (Employee Management);
- управление запасами (Inventory);
- взаимодействие с клиентами (Loyalty & Rewards; Customers);
- организация продаж (eCommerce);
- Open API для разработчиков.

Отдельные игроки рынка разработали **уникальные сервисы для своих клиентов – предпринимателей**.

Лидеры мирового рынка кассового оборудования сконцентрированы в США и Великобритании

Игроки мирового рынка онлайн-касс

Производитель	Страна	Год основания	Количество клиентов	Количество POS-терминалов	Уникальные сервисы для бизнеса
 PayPoint	Великобритания	1996	28 тыс.	8,5 тыс.	Find your PayPoint store Сервис позволяет найти ближайший к покупателю (физлицу) магазин и отфильтровать предлагаемые им услуги и часы работы.
 Square	США	2009	2 млн	225 тыс.	Square Customer Directory Каталог клиентов-покупателей позволяет отслеживать их расходы и персонализировать их опыт, а также фильтровать и сортировать базу покупателей. Square Feedback Сервис позволяет общаться с клиентами прямо через цифровой чек – частный канал, а не через общедоступные каналы.
 retailpro	США	2009	9 тыс.	159 тыс.	Retail Pro Training Программа обучения персонала работе в POS-системе с возможностью выбора режима обучения (онлайн тренинг, тренировка в классе, обучение на рабочем месте).
 iZettle	Швеция	2010	н.д.	н.д.	iZettle E-commerce Сервис позволяет создать интернет-магазин, круглосуточно проводить операции и управлять продажами и запасами в одном месте.
 eposnow	Великобритания	2011	30 тыс.	н.д.	Security Защита от мошенничества сотрудников через установление разных уровней доступа, а также через систему ПИН-кодов и индивидуальную карту персонала.
 stripe	США	2011	н.д.	н.д.	Stripe Radar Обнаружение и блокировка мошенничества клиентов на основе машинного обучения.
 clover	США	2012	н.д.	н.д.	Clover Capital Advance Сервис, позволяющий получить финансирование в счет будущих продаж. Нет фиксированного срока, нет фиксированной суммы оплаты, нет личной гарантии.

Производители касс – растущие в стоимости «единороги»

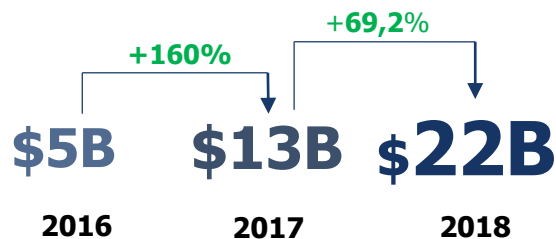
Развитие платежных сервисов, онлайн-торговли, бесконтактных платежей приводит к повышению внимания инвесторов к этому сектору. По данным исследовательской компании Dealogic, сумма сделок с участием компаний, занимающихся платежами, в 2018 году достигла 46,1 млрд долларов, что практически в 3 раза превышает показатель 2017 года (18,3 млрд долларов).

Square

Текущая капитализация (апрель 2019)	\$31,3B
Привлеченные инвестиции	\$590,5M

За 2 года стоимость Square выросла более, чем **в 4 раза**.

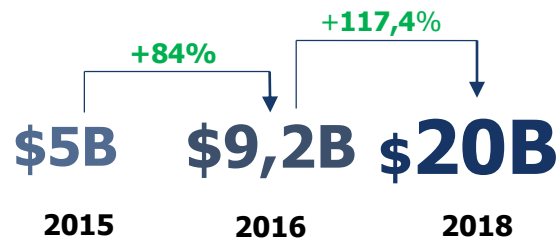
Рыночная капитализация компании в 2018 году приблизилась к **совокупной стоимости** двух крупных биржевых платформ – **Cboe и Nasdaq**.



stripe

Текущая капитализация (апрель 2019)	\$22,5B
Привлеченные инвестиции	\$785M

В сентябре 2018 г. **Stripe** привлекла инвестиции на сумму **\$245M**. Это привело к росту стоимости компании с **\$9B до \$20B** и поставило ее в ряд с такими известными стартапами как Airbnb Inc., Palantir Technologies Inc. и Uber. Клиентами Stripe являются такие гиганты, как Facebook, Lyft и Doordash.



iZettle

Цена покупки (2018)	\$2,2B
Привлеченные инвестиции	€273,3M

В мае 2018 г. американская платежная система **PayPal** приобрела финтех-стартап **iZettle** за **\$2,2B** (в 2 раза больше, чем iZettle планировал привлечь в ходе IPO). Это **крупнейшая сделка в истории PayPal**. Покупка iZettle поможет PayPal успешнее конкурировать со Square.



Технологически Россия находится в контексте мировых изменений

Развитие технологий в РФ и мире



Это движение в России усилено законодательными требованиями. Правительством РФ была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», которая способствовала развитию digital компонентов привычных сервисов как в b2c, так и в b2b сегментах.

За счет цифровизации экономики **регулятор решает свои задачи:**

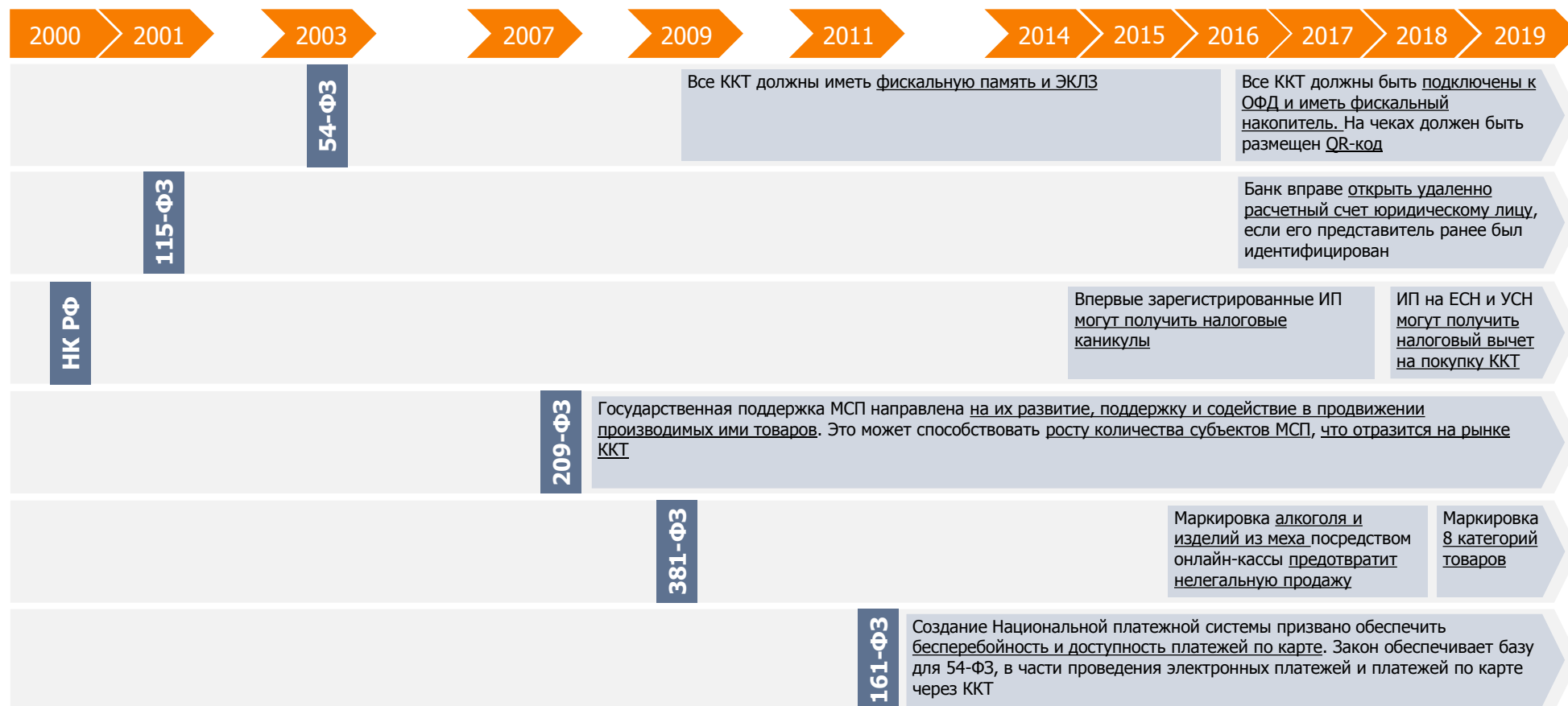
- «Обеление» бизнеса. В основном это касается сегмента малого и микробизнеса, где традиционно высока доля теневых операций.
- Повышение собираемости налогов. Усиление контроля за торговыми операциями выводит на свет часть оборота бизнеса, с которой предприятию придется заплатить налог.
- Возможность более эффективно делать выездные проверки: не веерно, а адресно направляться только в те торговые точки, в которых были замечены какие-либо несоответствия.

Также законодательно государство передает «проблемную часть» сбора данных с предпринимателей в частные руки (ОФД): ФНС избавляется от необходимости взаимодействовать с кассами, проводить подключение, работать с претензиями и пр.

Законодательство в России способствует развитию рынка онлайн-касс...

Регуляторные инициативы формируют так называемые «вмененные рынки»: государство обязывает граждан пользоваться определенным продуктом/услугой, что стимулирует развитие предложения и конкуренции. Такая ситуация наблюдалась в автостраховании, а теперь и на рынке контрольно-кассовой техники и операторов фискальных данных (ОФД).

С начала 2019 года поводится эксперимент с налогом на профессиональный доход для самозанятых (422-ФЗ). Это отдельная ниша, для которой также в будущем могут появиться специальные сервисы.



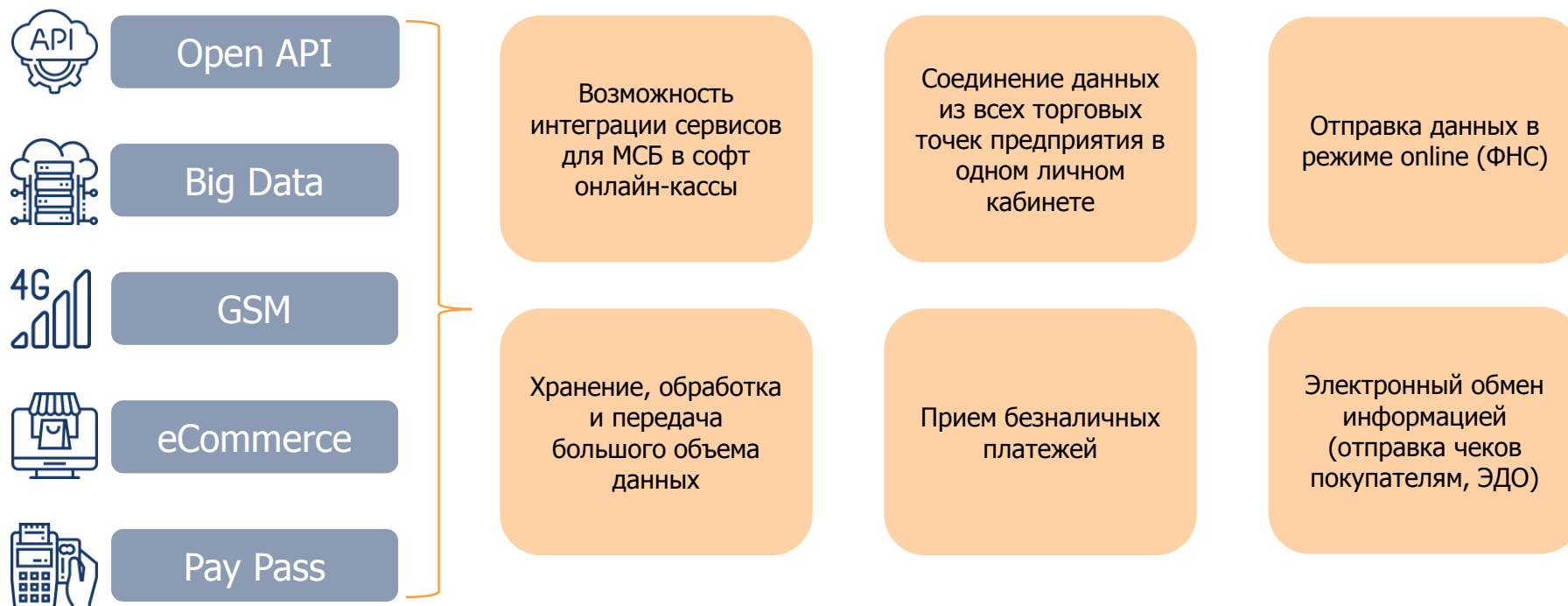
... и подстегивает внедрение новых технологий

Обычно развитие технологий определяет необходимость принятия нового законодательства (как, например, было с блокчейном). На рынке контрольно-кассового оборудования наоборот: инициатива регулятора стимулировала разработку технологических решений:

- Данные о всех торговых операциях хранятся в фискальном накопителе (раньше использовалась ЭКЛЗ).
- Мобильный интернет стал использоваться для передачи информации о расчетно-кассовых операциях МСБ в налоговые органы.
- Облачные технологии обеспечивают получение, проверку подлинности и передачу фискальных данных в налоговые органы через оператора фискальных данных (ОФД).

Технология

Функционал



Примечание: ЭКЛЗ (электронная контрольная лента защищенная) – блок памяти в корпусе кассовой машины.

Теперь касса становится драйвером цифровизации ретейла

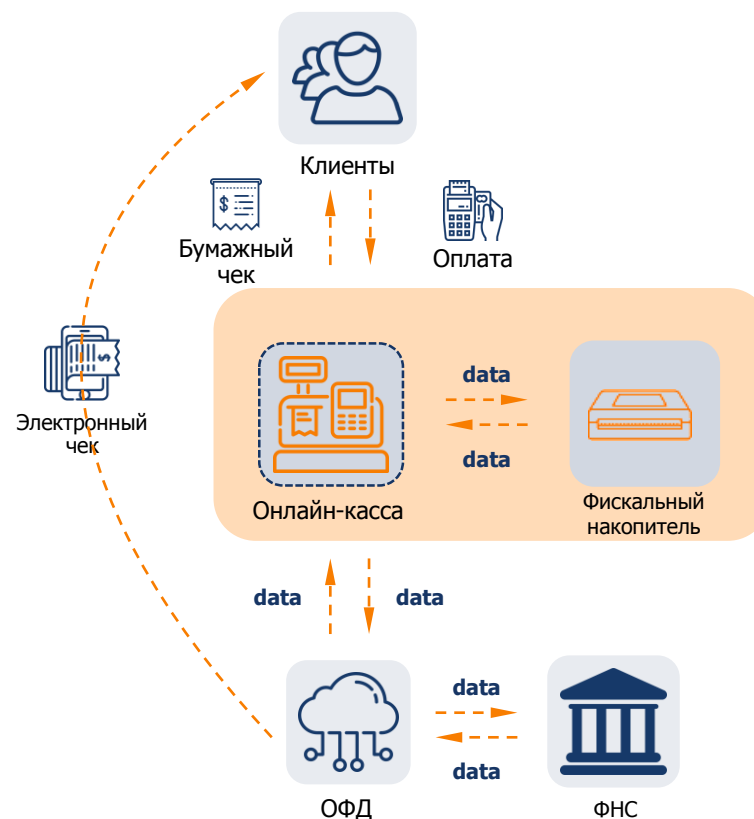
Законодательство заставило каждого ретейлера приобрести устройство, подключенное к интернету, что позволяет государству и владельцам инфраструктуры отцифровывать ретейл.

Функцию сбора данных с предпринимателей регулятор поручил **операторам фискальных данных (ОФД)**. По данным на март 2019 г., в стране зарегистрированы 21 ОФД.

Теперь **процесс покупки товара/услуги выглядит так:**

1. Покупатель оплачивает товар/услугу одним из доступных способов оплаты: Pay (например, Samsung Pay, Apple Pay и т.д.), QR-код, PayPass, списание бонусов, наличные и другие.
2. Онлайн-касса формирует чек с необходимыми реквизитами.
3. Данные об операции направляются в фискальный накопитель, где чек заверяется фискальными данными.
4. Онлайн-касса распечатывает бумажную версию чека.
5. Данные об операции отправляются оператору фискальных данных (ОФД).
6. ОФД направляет фискальному накопителю сведения о получении чека.
7. ОФД обрабатывает полученную информацию и отправляет ее в ФНС.
8. ФНС направляет в ОФД подтверждение получения данных.
9. По желанию покупателя кассир отправляет электронный чек на его электронную почту.

Как работает онлайн-касса?



Появляется новая инфраструктура онлайн-устройств

С 1 июля 2017 все кассы на рынке должны передавать копии электронных чеков через интернет в налоговую, то есть иметь возможность передачи данных онлайн. Существует несколько основных типов кассовых аппаратов:

Описание типа кассы		Какому бизнесу подходит касса			
		Микро	Малому	Среднему	Крупному
	Автономная касса Представляет собой компактное полноценное устройство с маленьким экраном, клавиатурой и принтером для печати чеков. Её не обязательно подключать к компьютеру. Касса может работать от сети или на батарейках. В зависимости от модели, касса вмещает от 100 до нескольких десятков тысяч позиций товаров. Позволяет вести товаручет на основе накопленной памяти о продажах.				
	Смарт-терминал Компактный планшетный компьютер, обладающий своей облачной инфраструктурой и широким функционалом. Функционал устройства можно динамически изменять или расширять через облачные сервисы, подстраиваясь под потребности конкретного бизнеса. Встроен принтер чеков, позволяющий печатать полное наименование и количество товара.				
	Фискальный регистратор Фискальный регистратор не имеет клавиатуры и экрана, вычислительные и коммуникационные модули. Требуется обязательного подключения к компьютеру. Его единственный функционал – быстро и надежно печатать чеки.				
	Облачная касса Это сервис по аренде касс без кассового аппарата. Арендованная касса удаленно подключается к аппарату, расположенному в дата-центре сервиса. Функционально облачная касса может проводить только электронные платежи «по безналу», чек отправляется покупателю на электронную почту или по СМС.				

Примечание:

-  Не подходит для категории бизнеса
-  Подходит для категории бизнеса
-  Частично подходит для категории бизнеса

Смарт-терминалы – оптимальный выбор для малого бизнеса

Среди физических устройств, которые выдают бумажные чеки в точке продаж наиболее широкие возможности для бизнеса дает смарт-терминал.

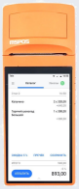
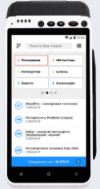
	 Автономная касса от 4 тыс. руб.	 Смарт-терминал от 11 тыс. руб.	 Фискальный регистратор от 3 до 60 тыс. руб.	 Облачная касса
	- Низкая стоимость - Компактность - Простота в использовании	- Простота в использовании, компактность - Большой выбор дополнительных сервисов через терминал (банки, страхование, учет, бухгалтерия...) - Аналитика онлайн - Возможность собирать данные с нескольких точек в одном личном кабинете - Низкие риски мошенничества со стороны сотрудников - Сбор данных о клиентах	- Высокая скорость печати чеков - Возможность работы с большой номенклатурой товаров (более 100 единиц)	- Виртуальная форма - Можно работать без физического кассового аппарата (для интернет-магазинов)
	- Невозможность автоматизированной выгрузки данных (интеграция с 1С и пр.) - Возможность использовать не более 100 (или 300) товарных позиций, - Нужно подключать дополнительные устройства	- Низкая скорость печати чека - Большое количество встроенных покупок (платные обновления, сервисы по подписке)	- Используется только с персональным компьютером (ноутбуком или планшетом) – или с другим дополнительным оборудованием - Требуется специальное программное обеспечение	- Подключение физической ККТ (опционально) и ограниченные возможности подключения к кассам разных производителей - Нет возможности собирать данные о клиентах

Примечание: цены на устройства указаны примерно и БЕЗ фискального накопителя.

Смарт-терминалы дешевеют, ...

Смарт-терминал можно приобрести у производителя напрямую или у партнера. Еще год назад устройство стоило **20-50 тыс. руб.**, в 2019 году - **от 9-30 тыс. руб.**

Стоимость смарт-терминалов на российском рынке

5" СТОИМОСТЬ 8 800 – 23 300 руб.	 ЭВОТОР 5	 MSPOS-K	 aQsi 5	 КАССАТКА 5	...
7" СТОИМОСТЬ 11 900 – 26 300 руб.	 ЭВОТОР 7.3	 АТОЛ Сигма 7	...		...
10" СТОИМОСТЬ 13 900 – 29 900 руб.	 ЭВОТОР 10	 АТОЛ Сигма 10	...		...
Кассы с эквайрингом СТОИМОСТЬ 12 000 – 24 900 руб.	 ЭВОТОР 5i	 LiteBox 5	 МодульКасса	...	...

У предпринимателей есть возможность получить любую кассу еще дешевле:

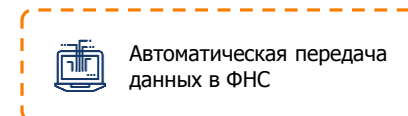
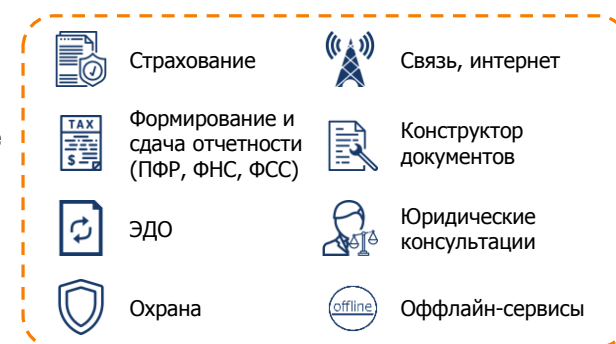
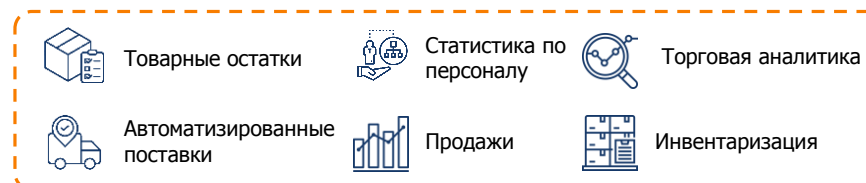
- **Налоговый вычет** в размере до **18 000 руб.** на каждую кассу могут получить ИП на ЕНВД или ПСН, в соответствии с ФЗ № 349-ФЗ от 27.11.2017. Таким образом, в зависимости от стоимости кассы можно вернуть до 100% суммы.
- По акции «**касса за 0**» и «**касса за 1Р**» предоставляют кассовую технику банки при условии подключения пакета услуг (открытие расчетного счета, подключение эквайринга и РКО). Например, такие акции проводят Модульбанк, МТС Банк, Юнистрим, ЮниКредит Банк.
- **Касса в аренду** стоит около 2 000 - 3 000 руб. в месяц. Такую услугу предлагают продавцы ККТ (в том числе банки). При этом касса уже зарегистрирована в ФНС и подключена к ОФД. Оборудование можно арендовать в Сбербанке, LiteBox, Яндекс.Кассе, у АТОЛ и у многих других компаний.

... и дают бизнесу новую ценность - доступ в экосистему услуг

Большая технологическая платформа, которая обеспечивает дистрибуцию, биллинг, мониторинг управления, позволяет запускать разные сервисы – это больше, чем «железка».



Предприниматель сможет получить доступ к системе услуг для своего бизнеса. Во-первых, МСБ теперь может позволить себе технологии, которые раньше были доступны только крупным игрокам. Во-вторых, использование программных решений в разы дешевле, чем найм сотрудников для выполнения тех же самых задач.



Новые технологии меняют поведение малого бизнеса

Отношения с государством

Благодаря инициативам регулятора бизнесу приходится выходить «из тени». Онлайн-кассы, передающие информацию в ФНС, стали обязательными для большинства отраслей бизнеса, который работает с b2c клиентами. И предприниматели привыкают быть более прозрачными, им приходится соглашаться с новыми правилами игры.

Для небольших предприятий без бухгалтера упрощается сдача отчетности в ФНС и снижается риск ошибок.

Отношения с партнерами

Когда бизнес работает «вбелую», отношения с партнерами становятся более прозрачными (безналичные платежи и официальные договоры). Это делает среду более предсказуемой и снижает риски мошеннических схем.

Отношения с потребителями

Меняется психология потребителя, конечного b2c клиента. Торгово-сервисным предприятиям приходится следовать за его потребностями: использовать широкий арсенал способов приема платежей, предлагать востребованный ассортимент, удобный и своевременный сервис, таргетированные предложения и программы лояльности.

Малый бизнес не имеет больших бюджетов на собственные разработки, поэтому либо пробует становиться технологичным за счет недорогих сервисов (дешевые или бесплатные CRM и т.п. — в том числе ряд подобных сервисов можно установить на смарт-терминал). Или следует другому пути: становится более человечным и разворачивается лицом к клиенту, выстраивая доверительные отношения. И в том, и в другом случае в выигрыше конечный покупатель.

Бизнес-процессы

Сейчас малый бизнес может дотянуться до уровня крупного бизнеса, используя программные решения IT-разработчиков: управленческий учет, бухгалтерия, документооборот, управление персоналом, привлечение клиентов и пр.

Эти решения стоят в разы дешевле, чем найм сотрудников на эти задачи. Бизнес привыкает передавать на аутсорс функции, которые можно автоматизировать.

Технологии делают возможным агрегирование данных в одном личном кабинете сервиса, автоматическое формирование документов, проверку сделки, удаленно можно проконсультироваться с юристом и прочее. В ближайшем будущем программные решения смогут самостоятельно формировать заказы на продукцию с учетом товарных остатков и аналитики по спросу, делать персонализированные предложения клиентам, предлагать решения по оптимизации процессов в бизнесе.

Хотя выходить из «тени» готовы не все, ...

По данным опроса НАФИ в мае 2018 года **32% предпринимателей**, применяющих ЕНВД или патент, имеющих в штате наемных сотрудников, **не собираются приобретать онлайн-кассу.**

Причины желания предпринимателя **оставаться в «тени»:**

- Дорого покупать и обслуживать онлайн-кассу.
- Непонятно, как работать с новым оборудованием. Предприниматели привыкли выписывать чек от руки, боятся нажать не на ту кнопку при работе с кассой.
- Сбой в работе онлайн-кассы может привести к приостановке работы и штрафам.
- Нежелание платить налоги в полном размере. «Если я буду платить налоги, мне будет нечем платить зарплату своим сотрудникам».



Предприниматели идут на хитрости:

- «перепрошивка» ПО онлайн-кассы;
- маскировка чекового принтера под фискальный регистратор;
- печать не всех чеков (особенно при наличной оплате товаров и услуг);
- просьба оплатить товар/услугу через банк – перевести деньги на счет физлица-предпринимателя.
- и другие.

“ Чековый принтер маскируют под фискальный. В этом случае необходимый QR-код заменяют на поддельный. Он ведет, к примеру, на развлекательные сайты или помощь детским домам.

Фискальный принтер ставят лишь в то время, когда могут быть проверки. К примеру, до вечера. Затем принтер заменяют на обычный.

В кафе фискальный чек могут выдать после оплаты счёта, а могут вообще не выдать. Если в кафе не дают фискальный чек с QR-кодом и ссылками, а внутри просто перечисление товарных позиций, — чек внутренний, его распечатали и удалили из базы. Вся прибыль пошла в кафе в обход налоговой.

Владимир

Источник: <https://vc.ru/trade/43128-fiktivnye-cheki-medlennoe-zhelezo-nelegalnyy-alkogol-i-drugie-problemy-onlayn-kass>

 **Влад**
9 ноя 2018

Самое лучшее это действительно купить обычный чековый принтер, который никому ничего за пределы магазина не отправляет, и гонять через него обычные термо-бумажки которые удовлетворяют ожиданиям лишь покупателя. А на проверки выставлять самую дерьмовую задрыпанную онлайн кассу купленную за 4к с какого-нибудь алиэкспесс.

Ответить  ...

Источник: <https://vc.ru/trade/43128-fiktivnye-cheki-medlennoe-zhelezo-nelegalnyy-alkogol-i-drugie-problemy-onlayn-kass>

Что касается про обман самой онлайн кассы. Мораль наверное такая, если нас обманывают, то почему мы не можем? Есть конечно один вариант, но нафига? Чтобы налог меньше платить? Открою вам секрет милые ЕНВД-шники, что вам то как раз пофиг, так как налог у вас не с выручки. А вот тем у кого с выручки, можно попытаться сделать как  - создать свой ОФД. Там в своем ОФД вы сами регулируете, сколько чеков отправить в ФНС.

Источник: <https://zen.yandex.ru/media/natiwator/kak-obmanut-onlain-kassu-tovarisc-5b4f953545108800aa31c869>

... малый бизнес постепенно «обеляется»

Динамика транзакций по сегментам бизнеса YoY, март 2019

Сегмент	Кол-во транзакций*	Средний чек
Продажа пива/Алкогольных напитков	▲ 25%	▼ -1%
Магазин автотоваров	▲ 25%	▲ 1%
Магазин стройтоваров	▲ 10%	▼ -27%
Кафе	▲ 9%	▲ 3%
Промтовары	▲ 8%	▼ -8%
Клубы и секции	▲ 7%	▲ 7%
Образование	▲ 4%	▲ 12%
Клиника	▲ 4%	▲ 1%
Магазин одежды	▲ 4%	▲ 3%
Красота и СПА	▲ 2%	▲ 1%
Стоматология	▲ 1%	▲ 8%
Гостиницы	▼ -1%	▲ 14%
Турагентства	▼ -1%	▲ 18%
Продукты у дома	▼ -3%	▲ 7%
Мебельный магазин	▼ -6%	▲ 16%
Ремонт авто	▼ -9%	▲ 21%

Источник: данные Эвотор, расчеты Frank RG, апрель 2019.

Примечание: кол-во транзакций – среднее количество транзакций на точку в сегменте; средний чек – средняя сумма транзакции в сегменте.

Трафик (количество транзакций) означает, что чеков пробивается больше. Это может быть связано как с увеличением клиентопотока, так и с переходом в «белую» – увеличивается количество покупок, которые фиксируются в кассе.

Рекордно высокий рост количества транзакций в продаже алкоголя и автотоваров.

Средний чек (средняя сумма покупки) меняется в связи с количеством товарных позиций в чеке и стоимостью товаров/услуг.

Продукты у дома, мебельные магазины, ремонт авто наоборот – увеличили средние чеки, но количество транзакций в этих отраслях уменьшилось.

В продаже стройтоваров и промтоваров наблюдается рост количества транзакций при существенном снижении среднего чека. Вероятно, такая динамика говорит о том, что раньше отдельные недорогие позиции не пробивались через кассу – а теперь на большую часть из них чеки выдаются.

В целом по анализируемым сегментам трафик на точку увеличился в 11/16 случаев, а средний чек стал выше в 13/16 отраслях. Заметна тенденция к увеличению количества пробитых чеков и стоимости покупок.

Доля безналичных платежей в торговых точках выросла, но тренд меняется?

Динамика доли безналичной оплаты по сегментам бизнеса YoY, март 2019

Сегмент	Динамика
Образование	▲ +16%
Магазин стройтоваров	▲ +8%
Магазин автотоваров	▲ +6%
Промтовары	▲ +6%
Кафе	▲ +5%
Продажа пива/Алкогольных напитков	▲ +4%
Продукты у дома	▲ +3%
Мебельный магазин	▲ +2%
Турагентства	▲ +2%
Клиника	▲ +2%
Ремонт авто	▲ +1%
Красота и СПА	▲ +1%
Стоматология	▲ 0%
Клубы и секции	▼ -1%
Магазин одежды	▼ -4%
Гостиницы	▼ -4%

Источник: данные Эвотор, расчеты Frank RG, апрель 2019.

Примечание: значения округлены.

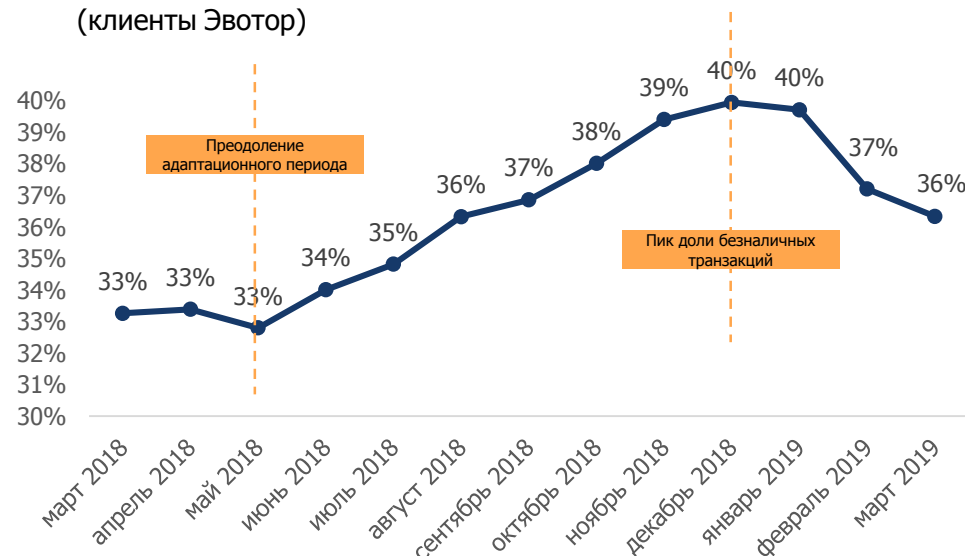
При сопоставлении доли безналичного оборота в торговых точках год к году (март 2019 к марту 2018) виден рост этого показателя.

Больше остальных доля безналичных платежей увеличилась в образовании и в магазинах стройтоваров, автотоваров, промтоваров. В магазинах одежды и гостиницах стали больше платить наличными.

Но анализ помесечной динамики показывает: в январе-марте 2019 года в торговых точках наличный оборот вырос. Драматическое падение доли безнала на 4 п.п., вероятно, не имеет отношения к сезонности и показывает намечающийся тренд в традиционных розничных точках малых предприятий.

Динамика доли безналичных платежей в торговых точках, 2018-2019 гг

(клиенты Эвотор)



Источник: данные Эвотор, апрель 2019.

Примечание: значения округлены.

Доля безналичных платежей в России растет: страна приближается к уровню европейских лидеров *

Динамика доли безналичных платежей в России, 2017-2018 гг
(в объеме транзакций)



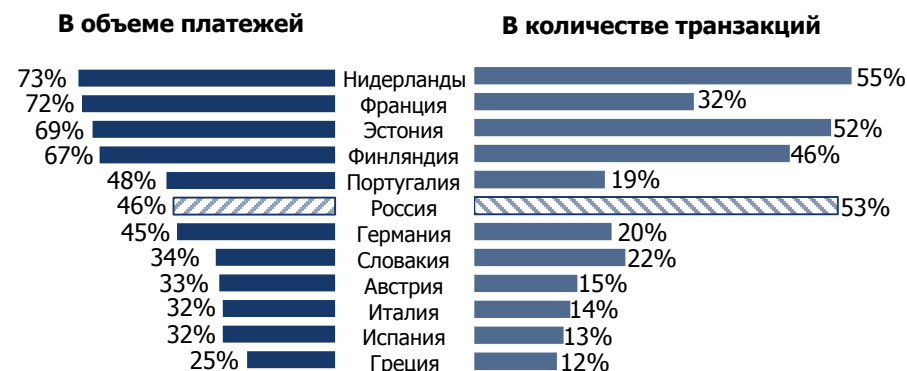
Источник: ЦБ РФ, данные Эвотор.

Доля безналичной оплаты товаров и услуг в РФ растет ежегодно. За два года этот показатель увеличился на 8 п.п. (с 38% до 46% на конец 2018 года).

Этому процессу способствуют факторы:

- Клиенты. Повышение доверия клиентов к технологии безналичной оплаты, банковские программы лояльности при использовании карты.
- Государственное регулирование. Продавцы с выручкой свыше 40 млн руб. за прошедший год обязаны обеспечить возможность безналичной оплаты (статья 16.1 Закона РФ «О защите прав потребителей»). В Госдуме также разработан законопроект, который с 1 января 2020 года обяжет все розничные компании с выручкой от 10 млн руб. в год принимать банковские карты.
- Бизнес-процессы. При высоком клиентопотоке безналичная оплата позволяет сэкономить время кассира на обслуживание клиента.

Доли безналичных платежей в Европе, 2017-2018 гг *



В объеме транзакций доля безналичных платежей в России находится на среднеевропейском уровне. Но доля безнала в количестве транзакций в стране сопоставима с лидерами.

* Данные были перепроверены и исправлены в связи с ошибкой в размерности расчетного показателя по России на графике «Доли безналичных платежей в мире». Слайд изменен по сравнению с первоначальной версией документа.

Ретейл вооружается данными о товарообороте и клиентах



Работа с данными

- Появляется возможность аккумулировать данные со всех точек продаж в одном личном кабинете. Аналитика по товарным остаткам в онлайн-режиме позволяет эффективнее работать с поставщиками.
- Автоматизированная передача данных в ФНС освобождает от необходимости самостоятельно предоставлять информацию.



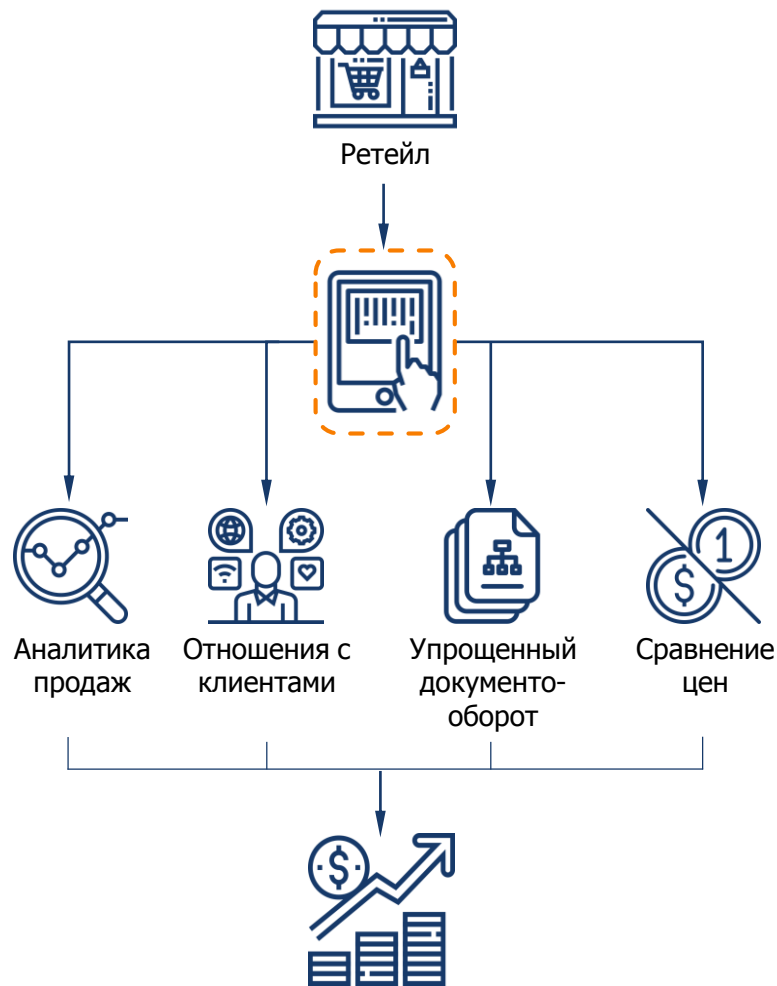
Клиентское поведение

- Клиенту привычно платить по безналу и пользоваться любимыми программами лояльности. Требования потребителя к широкому арсеналу инструментов оплаты (Pay-и, QR-коды, бесконтактная оплата, списание бонусов и другие) стимулируют торговые точки использовать широкие возможности смарт-терминалов.



Конкуренция

- У малого бизнеса появляется возможность получить доступ к технологиям как у крупных игроков: использовать инструменты маркетинга, выбора поставщиков, систем управленческого учета и работы с персоналом, выстраивать логистику и работу склада. Люди стоят дорого для предприятия. В разы дешевле можно подключиться к сервису, который будет на аутсорсе выполнять определенный пул задач (например, учет).



Производители товаров смогут выстроить работу с магазинами у дома напрямую



Работа с данными

- С формированием единого каталога товаров станет возможным автоматизированное получение данных по продажам и товарным остаткам с малого и микро-бизнеса. А следующий шаг – автоматизированная отгрузка товара.
- Агрегированная аналитика по продажам товаров не только в сетях, но и в магазинах у дома избавит от необходимости трудоемкого сбора информации классическими маркетинговыми методами. Данные можно будет получать онлайн и дешевле, чем у исследовательских агентств.



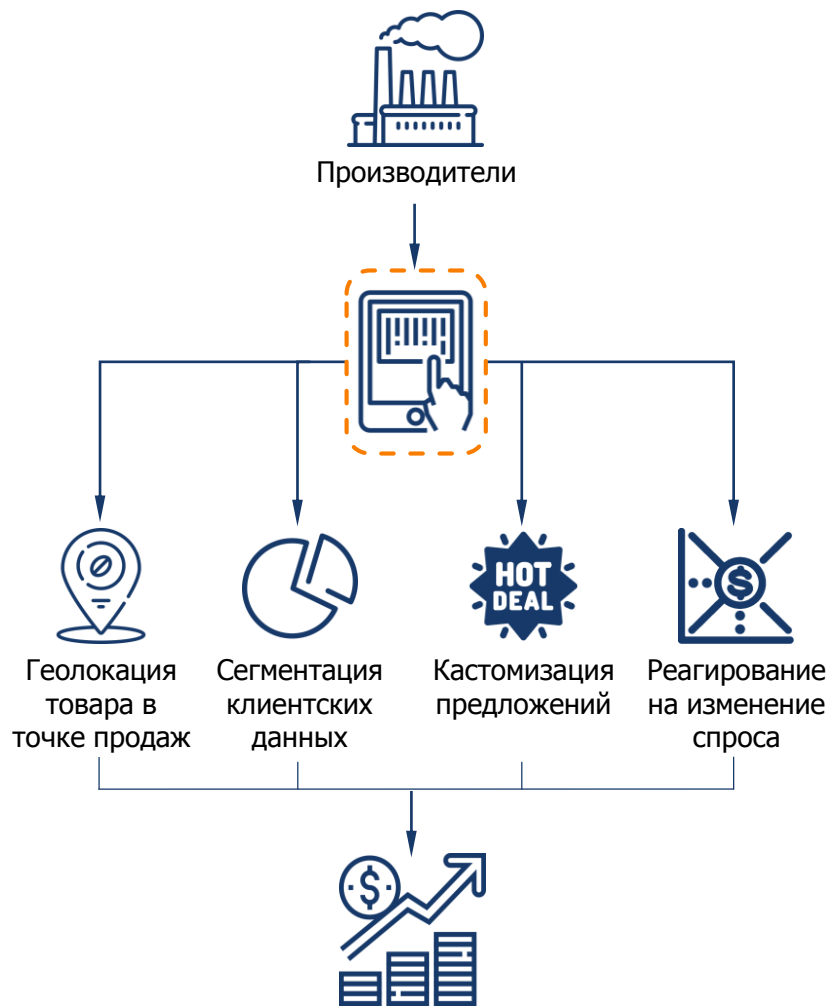
Клиентское поведение

- Производители товаров смогут видеть изменение спроса на те или другие товары в онлайн режиме. Появляется возможность делать программы лояльности напрямую с торговыми точками: мотивировать продавцов предлагать товар или платить cashback клиенту за покупку, делать акции и скидки на конкретные товарные позиции.
- Для клиента появляется возможность в онлайн режиме узнавать о наличии товаров в магазинах поблизости. Это новый опыт, который может изменить клиентское поведение.



Конкуренция

- Локальные производители товаров (малые и средние предприятия) получают возможность конкурировать за сбыт с крупными международными компаниями. Скорость поставки, территориальная близость могут стать конкурентным преимуществом. В орбите сервисов смарт-терминалов строятся B2B площадки.



Банки упрощают скоринг и делают кредиты для МСБ более доступными

Работа с данными

- Подключаясь к данным об оборотах предприятия с кассы (с согласия предпринимателя), банк может точнее настраивать свою скоринговую модель. Бизнес заемщика становится более прозрачным и прогнозируемым. Таким клиентам банк сможет предложить более выгодные условия по ставкам.

Клиентское поведение

- Предприниматель в любом случае отправляет данные о своих оборотах в ФНС через кассу, эта информация уже не является его внутренней историей. Поэтому он с большей готовностью покажет транзакции банку, если получит хорошие условия финансирования.
- Потребитель привыкает к карточным программам лояльности и предпочитает расплачиваться в магазине. Под давлением клиента торговые точки, которые раньше работали только с наличными, начинают принимать карты. Для банков это означает развитие эквайринга.

Конкуренция

- Находясь в орбите сервисов вокруг смарт-терминала, банк получает дополнительный канал для продаж своих продуктов бизнесу. Но с другой стороны, банк может сам выступить как продавец или арендодатель кассовой техники для бизнеса – конкурируя при этом не только с другими банками, но и с производителями и продавцами онлайн-касс.
- В условиях формирования экосистем сервисов вокруг касс, банк перестает быть единственным местом, куда бизнесмен может обратиться за финансовыми услугами.



Финтех-компании получают доверенный канал доступа к клиенту



Работа с данными

- Большинство сервисов для бизнеса работает с данными предприятия (банковские счета, количество и суммы транзакций, информация о сотрудниках и пр.). Чтобы бизнесмен предоставил эти данные для интеграции, поставщик услуги должен быть проверенным. С развитием маркетплейсов приложений вокруг смарт-терминалов, предложение финтеха попадает в доверенную среду для клиента.



Клиентское поведение

- Клиенты готовы пользоваться удобными сервисами, ставить оценки приложениям и рекомендовать их знакомым. Пространство маркетплейса внутри смарт-терминала (или личного кабинета) дает финтеху возможность сравнить себя с другими предложениями и получить обратную связь от клиентов (количество пользователей, отзывы клиентов и пр.).



Конкуренция

- Большое количество независимых разработчиков на рынке приложений усиливает конкуренцию на рынке.
- Подключение по API в различные крупные маркетплейсы и экосистемы дает возможность даже новым сервисам завоевывать клиентов, если сервис действительно удобный и полезный.
- Финтехи предлагают продукты как под собственным брендом, так и white label решения для партнеров.



Телеком-компании зарабатывают на sim-картах, трафике и кросс-продажах



Работа с данными

- Предоставляя трафик своим корпоративным клиентам, телеком-операторы получают дополнительный стрим данных. Эти данные помогают лучше анализировать потребности бизнеса и делать таргетированные предложения.
- Накопленные данные (как о юрлицах, так и о физлицах) могут стать продуктом сами по себе, который может генерировать дополнительную прибыль телекому.



Клиентское поведение

- Цифровизация экономики приучает людей к тому, что передача данных является неотъемлемым компонентом любого процесса. Все больше различных операций производятся онлайн. Телекомы, как операторы беспроводных сетей, укрепляют свою репутацию важного провайдера, которому можно доверять.



Конкуренция

- Телекомы создают платформы решений для МСБ: предлагают своим клиентам (и клиентам партнеров) инструменты по отслеживанию транспорта, телефонии, контролю сотрудников, продвижению в интернете и прочие, а также партнерские сервисы.
- Сейчас направление в сегмент бизнеса через партнерства в игроками из других индустрий. Телеком-оператор в сознании клиента пока не может составить конкуренцию, например, банку как «окно» для получения услуг для своего предприятия.



Исследовательские компании получают источник для обогащения своих данных

Работа с данными

- С появлением ОФД и смарт-терминалов возникает огромный массив информации в онлайн режиме: о клиентском поведении, продажах товарных позиций, привязанные к геоданным и еще ряду параметров. Такие данные не собираются традиционными маркетинговыми методами, они точнее и оперативнее.
- Массивы количественных данных смогут обогатить отчеты исследовательских агентств.

Клиентское поведение

- Клиенты исследователей – крупные производители и ретейлеры – заинтересованы в максимально оперативном сборе детализированных данных о продажах. В условиях цифровизации экономики требования к срокам получения отчетов и глубине проработки информации возрастают.

Конкуренция

- Когда операторы фискальных данных и производители смарт-терминалов научатся упаковывать свою BigData в удобные дашборды, эти игроки могут потеснить исследовательские агентства.
- Чтобы не потерять позиции, research должен будет поменять методологию и встроить в свои аналитические продукты новые массивы данных. Вероятно, возникнут партнерства исследователей с операторами данных из онлайн-касс.



Емкость рынка смарт-терминалов

На конец 2018 года доля смарт-терминалов на рынке кассовых устройств РФ составила 22,3%, и их доля будет продолжать расти. Текущий объем смарт-терминалов составляет более 300 тысяч устройств. В 2019 году их количество может увеличиться в 1,5 раза и достигнуть 450 тысяч «умных» устройств.

Около 1 млн юридических лиц будут обязаны подключить кассовое оборудование в 2019 году.

Количество проданных смарт-терминалов в 2016-2019 гг.



Прогноз: доля смарт-терминалов вырастет

На динамику доли смарт-терминалов окажут влияние:

Действия регулятора.



Возможны дальнейшие в законодательстве, регламентирующем деятельность МСБ. Например, могут исчезнуть бумажные чеки и весь процесс оплаты будет происходить только в электронном виде. Или наоборот, будут введены новые требования к хранению и передаче информации о транзакциях, для чего потребуется дополнительное оснащение торговых точек.

Технологии.



Кассы просуществуют еще долго, или случится прорыв и касса исчезнет как явление? В связи с высоким темпом технологического прогресса есть вероятность появления новых устройств. Или благодаря облачным хранилищам касса может исчезнуть из процесса торговли.

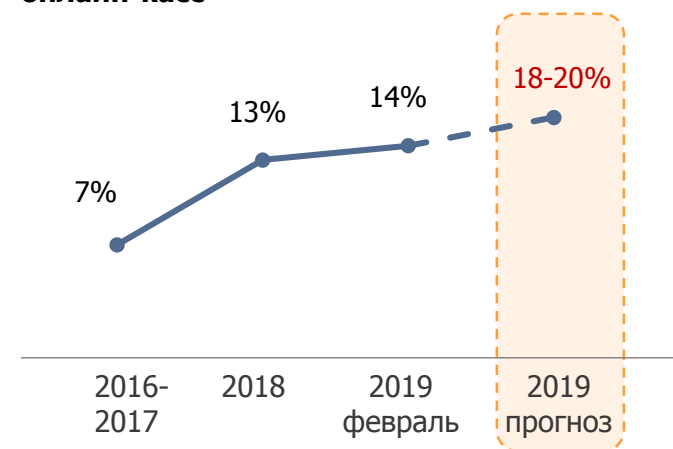
Инновации.



Развитие искусственного интеллекта и интернета вещей в будущем может полностью изменить привычную процедуру покупки вещей. Владелец магазина будет только задавать стратегический вектор и показатели в систему, а поставки продукции и продажи будут осуществляться с помощью AI.

Для покупателя привычные оффлайн полки в магазине могут модернизироваться через виртуальную или дополненную реальность, либо процесс покупки ряда продуктов совсем может быть автоматизирован (когда холодильник сам заказывает еду).

Доля смарт-терминалов на российском рынке онлайн-касс



Источник: данные Эвотор, прогноз Frank RG, апрель 2019.

С 2016 года занимаемая смарт-терминалами доля рынка онлайн-касс увеличилась в 2 раза.

Если темпы роста сохранятся, то к концу 2019 года этот показатель вырастет до 18-20% (будет установлено более 0,5 млн смарт-терминалов).

Мы выявили 7 ключевых трендов на ближайшие 3-5 лет...

Цифровая экономика

Усилится госрегулирование, пристальное внимание к показателям деятельности малых и средних предприятий. На законодательном уровне уже собираются данные по транзакциям через ФНС. Будет все меньше возможностей оставаться «в тени». Начался переход на цифровую маркировку товаров (уникальный код для каждой единицы товара), которая позволит получать всю информацию о продуктах и их движениях.

Автоматизация процессов

Рутинные операции в бизнесе будут автоматизированы. Уже сейчас на рынке растет количество предложений с разным программным обеспечением для ведения управленческого и бухгалтерского учета, формирования документов и прочего. С созданием единого товарного каталога будут автоматизированы поставки товаров в малые торговые точки.

Развитие услуг аутсорсинга

Предприниматели готовы использовать технологичные сервисы для решения своих бизнес-задач. Нанимать сотрудников дорого, а программное обеспечение станет дешевле и доступнее.

Все онлайн

Покупки переходят в онлайн, станет возможным полностью дистанционное оформление продуктов. Моментальная обратная связь на горизонте 3 лет будет must have: отзывы клиентов, техническая поддержка, сбор данных и аналитика.

Клиентская лояльность

Потребители станут более разборчивыми. Поставщиков услуг менять все проще, решения принимаются быстрее. Эта тенденция затронет как конечного b2c клиента, так и b2b. С развитием технологий поменять сервис по бухучету или банк перестанет составлять проблемы. Сейчас компании ищут новые способы удержания клиентов: создаются экосистемы сервисов, в которых клиент привязывается через доверенную среду, кастомизированные предложения, позитивный клиентский опыт, увеличение количества сервисов через «одно окно» (чтобы менять его было сложнее).

«Единое окно»

Заметен тренд – предложение необходимых услуг в одном месте. Предприниматель приходит в банк, где может получить бухгалтерские услуги, взять в аренду кассу, проконсультироваться с юристом и так далее. Он же приходит к телеком-оператору за услугами связи, и там же может, к примеру, открыть банковский счет и заказать продвижение своих услуг в интернете. В будущем компании-провайдеры услуг для бизнеса будут трансформироваться в платформы, где в «одном окне» будут собраны все необходимые сервисы.

Экосистемы

В течение следующих 3-5 лет значимые игроки (ритейлеры, банки, IT-компании) будут укрупняться за счет стратегических партнерств или M&A. Вероятно, компании сгруппируются в несколько конкурирующих экосистем, предоставляющих комплексные услуги предпринимателю.

... из которых определяющим образ рынка станет – перенос ядра бизнес-моделей с продажи устройств на продажи сервисов, входящих в экосистемы

Производители и продавцы позиционируют смарт-терминалы как одно из устройств, которое поможет клиенту соблюсти нормы законодательства – и при этом имеет дополнительные возможности и преимущества.

Клиенты не видят ценности в этом предложении: с передачей данных в ФНС справится любая онлайн-касса, даже арендованная. Для них смарт-терминал – дорогостоящая игрушка, которая «обеляет» их бизнес, становится дополнительным источником данных об их деятельности.

Поменять подход:

Главное, что может получить клиент – это личный кабинет для управления своим бизнесом с системой сервисов, которые помогут ему получать больше прибыли.

Когда **в центре оказывается клиент с его потребностями**, решаются задачи:

- В пользование сервисами вовлекается собственник бизнеса или лицо, принимающее решения (а не кассир за прилавком, у которого в руках кассовый аппарат).
- Бизнес сможет увидеть ценность в предложении: он оценивает свою выгоду, а не просто сумму, которую он должен отдать за аппарат и его обслуживание.
- Клиенты не покинут экосистему сервисов, если законодательство и технологии изменят экономику (например, если отпадет необходимость в физическом кассовом устройстве).

При этом смарт-терминал остается инфраструктурным элементом для сбора данных.



Приложение

Timeline вступления в силу 54-ФЗ (1/2)

	Волны применения закона			
	С 01.07.2017	С 01.07.2018	С 01.07.2019	С 01.02.2021
ИП УСН				
Работы и услуги (БСО)				
Общепит с сотрудниками				
Торговля				
Подакцизные товары/пиво				
Другое				
ИП ЕНВД/ПСН				
Розница и общепит с сотрудниками				
Розница и общепит без сотрудников				
Подакцизные товары/пиво без сотрудников				
Подакцизные товары/пиво с сотрудниками				
Работы и услуги				
Другое				
ЮЛ/ИП на ОСНО				
Работы и услуги (БСО)				
Общепит с сотрудниками				
Торговля				
Крепкий алкоголь/подакцизные товары/пиво				
Другое				

Примечание: означает, что необходимо печатать наименования и количество товаров в чеке

Источник: Контур.Маркет

Timeline вступления в силу 54-ФЗ (2/2)

	Волны применения закона			
	С 01.07.2017	С 01.07.2018	С 01.07.2019	С 01.02.2021
ЮЛ на УСН				
Торговля				
Работы и услуги (БСО)				
Общепит без сотрудников				
Общепит с сотрудниками				
Крепкий алкоголь/подакцизные товары/пиво				
Другое				
ЮЛ на ЕНВД				
Розница и общепит				
Крепкий алкоголь				
Услуги и работы				
Подакцизные товары/пиво				
Другое				

Примечание: означает, что необходимо печатать наименования и количество товаров в чеке

Источник: Контур.Маркет

Кто может не применять онлайн-кассы?

Закон разрешает оказывать следующие услуги без обязательной установки ККТ:



продажа газет и журналов,



продажа ценных бумаг,



продажа проездных документов и талонов*,



питание обучающихся и учителей,



торговля на розничных рынках, ярмарках, в выставках, торговля в разнос,



торговля в киосках мороженым, в розлив безалкогольными напитками, молоком и питьевой водой,



торговля из автоцистерн и сезонная торговля вразвал овощами и фруктами,



прием от населения стеклопосуды и утильсырья,



ремонт и окраска обуви,



изготовление и ремонт металлической галантереи и ключей,



присмотр и уход за детьми, больными, престарелыми и инвалидами,



реализация изделий народных художественных промыслов,



вспашка огородов и распиловка дров,



услуги носильщиков на вокзалах и в аэропортах,



сдача ИП в аренду жилых помещений.

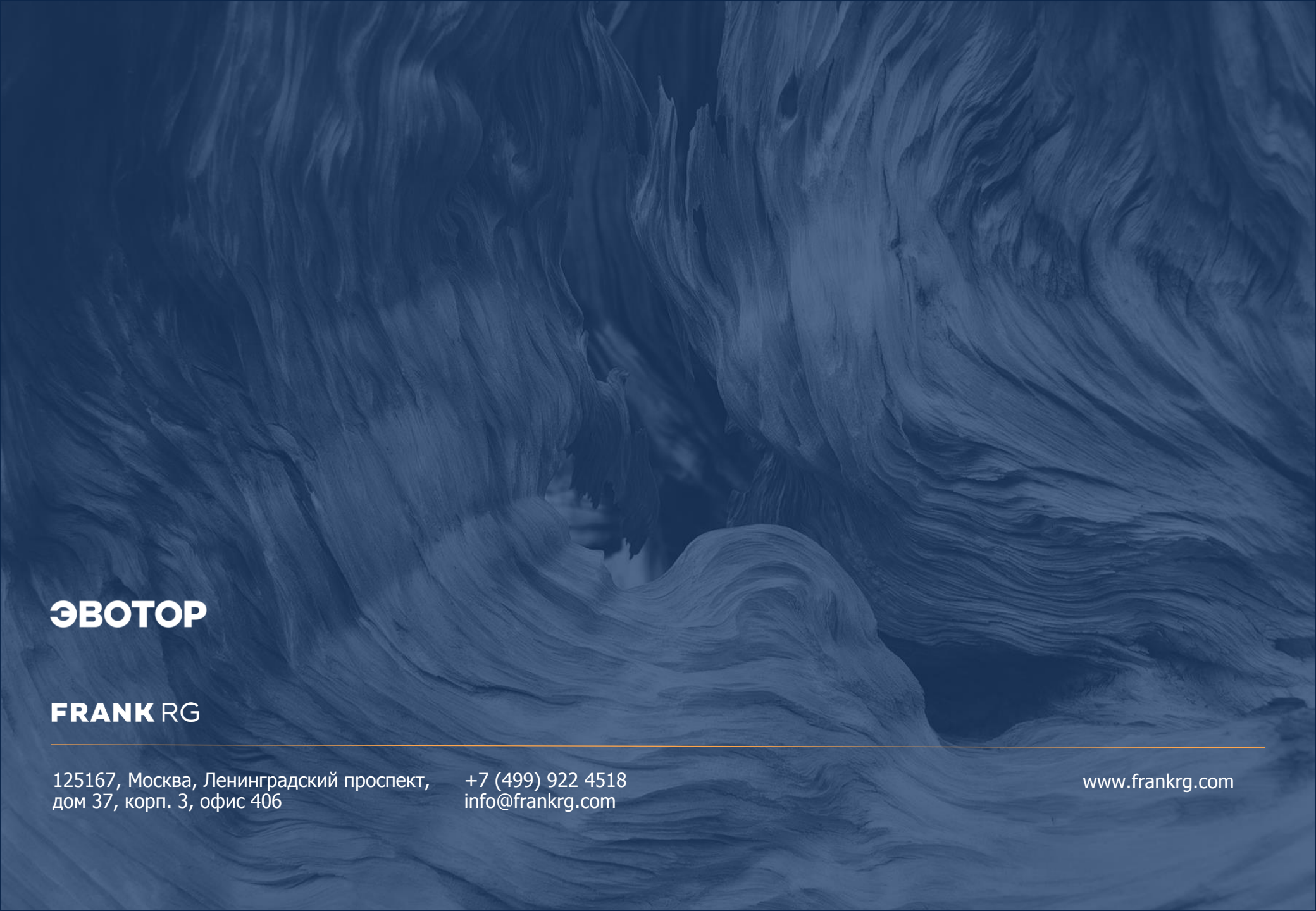
*С 1 июля 2019 года утратит силу

Источник: КонсультантПлюс

Игроки мирового рынка онлайн-касс

Игроки зарубежного рынка создают комплексные решения ePOS, учитывая рыночную специфику конкретного типа бизнеса (например, ресторана, салона красоты, розничной торговли и т.д.).

Компания	Страна	Год основания	Кол-во клиентов	Кол-во POS	Комплексные решения POS	Дополнительные сервисы		Маркетплейс услуг для бизнеса	
						Кол-во	Примеры	Количество партнерских предложений	Категории услуг
Square	США	2009	2 000 000	225 000	Square Point of Sale Square Appointments Square for Restaurants Square for Retail	13	Square Marketing Square Analytics Square Dashboard и т.д.	> 90	Бухгалтерский учет и налоги; eCommerce; Предметы и инвентарь; Управление персоналом; Маркетинг и аналитика; Страхование и т.д.
PayPoint	Великобритания	1996	28 000	8 550	PayPoint One Base PayPoint One Core PayPoint One Pro	10	For Retailer For Service provider For Consumer и т.д.	-	-
Clover	США	2012	-	-	Full service restaurants Quick service restaurants Retail businesses Services&repair	8	Capital Clover for Developers Reporting и т.д.	> 200	Понимание своего бизнеса; Взаимодействие с клиентами (подарочные карты, лояльность, маркетинг); Управление персоналом (подбор, расчет заработной платы); Онлайн-продажи и т.д.
Epos Now	Великобритания	2011	30 000	-	Retail POS System Hospitality POS System Full Tablet Solution	8	Reporting Back Office Security Inventory и т.д.	> 80	-
RetailPro	США	2009	9 000	159 000	Retail Pro Prism	6	Retail Pro Planning Retail Pro Decisions Retail Pro Training и т.д.	-	-
iZettle	Швеция	2010	-	-	iZettle Go iZettle Go PLUS iZettle Pro for hospitality	3	Invoices Cash in advance E-commerce platform	-	-
Stripe	США	2011	-	-	Terminal	7	Stripe Sigma Stripe Issuing Stripe Billing и т.д.	> 200	Бухгалтерский учет; Аналитика; Автоматизация бизнеса; Финансирование; CRM; Управление запасами; Перевозка и т.д.



ЭВОТОР

FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, корп. 3, офис 406

+7 (499) 922 4518
info@frankrg.com

www.frankrg.com