

# **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА БАНКОВСКУЮ СИСТЕМУ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**А. А. Попова, А. В. Смирнов**

*Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, Россия*  
E-mail: nastpopo2004@mail.ru, aleksei.smirhov2005@icloud.com

За последние 10 лет банковский сектор России претерпел значительные изменения, связанные с политикой оздоровления, инициированной новым руководством Центрального банка. Сокращение числа банковских учреждений до 314, что почти в три раза меньше по сравнению с 2014 г., сопровождается появлением новых игроков, таких как «Яндекс Банк», «Ozon Банк» и «Вайлдберриз Банк», созданных товарными маркетплейсами. Эти банки специализируются на расчетно-кассовом обслуживании и краткосрочном кредитовании, что позволяет им эффективно конкурировать за комиссионные доходы. В ходе анализа указанных компаний, были выявлены высокие темпы роста исследуемых экономических агентов, что свидетельствует об эффективности их бизнес-моделей в плане привлечения клиентов. Появление подобных новых игроков на рынке создаёт дополнительные угрозы для традиционных банков, которые могут понести существенные потери (снижение в прибыли) в будущем.

## **INFLUENCE OF MARKETPLACES ON THE BANKING SYSTEM IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**A. A. Popova, A. V. Smirnov**

Over the past 10 years, the banking sector in Russia has undergone significant changes due to the recovery policies initiated by the new leadership of the Central Bank. The reduction in the number of banking institutions to 314, which is nearly three times fewer compared to 2014, is accompanied by the emergence of new players such as Yandex Bank, Ozon Bank, and Wildberries Bank, established by commodity marketplaces. These banks specialize in cash management services and short-term lending, allowing them to effectively compete for commission income. An analysis of these companies has revealed high growth rates among the studied economic agents, indicating the effectiveness of their business models in attracting customers. The emergence of such new players in the market creates additional threats for traditional banks, which may face significant losses (declines in profits) in the future.

За последние 10 лет банковский сектор России претерпел множество изменений. С приходом новой главы ЦБ в 2013 г. был запущен тренд на уменьшение количества финансовых организаций, что должно было способствовать оздоровлению банковской системы РФ. Данный тренд привел к концентрации в банковской отрасли: число банков в нашей стране уменьшилось почти в 3 раза – с 923 в 2014 г. – до 314 в настоящее время [1, с. 307-309; 2]. Однако подобные действия отечественного банковского макрорегулятора не смогли остановить появления новых игроков, претендующих на свою долю в отрасли.

Этими новыми экономическими акторами становятся банки, создаваемые товарными маркетплейсами: «Яндекс Банк», «Ozon Банк», «Вайлдберриз Банк».

Данные кредитные учреждения – яркие примеры специализации банков, поскольку двое из них: «Ozon Банк» и «Вайлдберриз Банк», – либо занимаются краткосрочным кредитованием в виде рассрочек, либо не занимаются этим вообще, но специализируются на расчетно-кассовом обслуживании (РКО) и принимают вклады. Специализация именно на этих двух видах деятельности [3; 4] легко поддается объяснению: РКО помогает маркетплейсам экономить на интернет-эквайринге при оплате пользователями товаров, тем самым делаясь с покупателями этими деньгами посредством предоставления скидки на оплату с помощью банка маркетплейса. Поскольку в данном случае комиссионные издержки маркетплейса минимальны, вклады же способствуют привлечению более дешевых денег, чем посредством кредитования в иных банках, а также выпуска коммерческих облигаций. «Яндекс Банк», помимо указанных видов деятельности, также занимается потребительскими среднесрочными кредитами до 1 млн рублей [5], но данная услуга была введена только в сентябре 2023 г. [6]. Причиной нововведения может быть ситуация, происходящая на российском валютном рынке летом-осенью 2023 г., когда: 1) курс рубля, относительно доллара США преодолел психологическую отметку в 100 руб., 2) резко (на 450 п.п.) выросла ключевая ставка [7], 3) глава ЦБ выступила с заявлением, в котором утверждалось, что «именно ключевая ставка должна стать основным инструментом поддержки национальной валюты, поскольку её повышение позволяет сделать валюту более привлекательной, а вызванное этой мерой замедление потребительского кредитования позволит сократить объёмы импорта» [8].

Для иллюстрации упомянутой тенденции авторы провели анализ и систематизацию данных о капитализации трёх ведущих банков, а также трёх банков, принадлежащих наиболее популярным маркетплейсам РФ. (табл.).

**Объём капитализации на октябрь каждого года, млн. руб.**

**Составлено авторами по [9].**

	2019	2020	2021	2022 <sup>1</sup>	2023	2024
Сбер	29 335 802	33 860 496	37 116 830	39 109 368	48 751 574	57 378 879
ВТБ	14 557 742	16 252 904	19 524 571	19 524 571	24 277 320	31 235 393
Газпром-банк (ГПБ)	6 224 964	7 511 308	8 105 161	8 934 719	15 189 176	18 282 342
Яндекс Банк	1 371	1 380	1 993	2 548	17 640	88 900
Вайлдберриз Банк	621	780	694	643	2 137	27 397
Ozon Банк	-	-	-	-	46 722	186 350

Согласно данным таблицы 1, имеет место резкий рост капитализации «Яндекс Банка», который начался в 2020 г. и ускорился с 2022 г. Данный рост имеет под собой несколько обоснований: на 2020 г. пришлась пандемия COVID-19, во

<sup>1</sup> Данные взяты за февраль 2022 г., поскольку ЦБ РФ приостанавливал публикацию отчетностей банков в 2022 г. в связи с санкционными рисками [10].

время которой люди стали ограниченными в мобильности, а потребность в покупках способствовало «буму» маркетплейсов, что стало отправной точкой для создания различных платежных средств банками – «Yandex Pay» в марте 2021 г.; «Ozon Карта» в июле 2022 г. и «WB Кошелек» в январе 2024 г. [11]. Это, в свою очередь, способствовало новому «буму» уже для банков, принадлежащих маркетплейсам. Используя данные таблицы 1, также можно сравнить прирост капитализации анализируемых банков. Так, за 6 лет у «Сбера» прирост составил 95,6%, у «ВТБ» +114,6%, у «ГПБ» +193,7%. Но темпы роста банков, принадлежащих маркетплейсам, куда более впечатляюще: у «Яндекс Банка» + 6 382,8%, у «Вайлдберриз Банк» +4310,5% («Ozon Банк» за год увеличил капитализацию на 298,9%). Такой бурный рост объясним разницей в изначальной капитализации: большую капитализацию сложнее наращивать. Сравнительной величиной также можно считать место банка в рейтинге капитализации. Если крупные банки не изменили свои позиции: 1, 2, и 3 место соответственно, – то «Яндекс Банк» превзошел 289 банков за этот период и занял 79 место, «Ozon Банк» опередил 55 и входит в топ 50 банков, занимая 46 место, а «Вайлдберриз Банк» занял 131 место, обогнав 282 банков [9]. Исходя из вышесказанного, следует, что банки, принадлежащие маркетплейсу развиваются довольно хорошо и отбирают у крупных игроков долю комиссионных доходов посредством предоставления маркетплейсу собственного РКО.

Концентрация комиссионного дохода в руках трех банков – следствие лояльности со стороны маркетплейсов при оплате заказов, которая может проявляться как в скидках на общую сумму заказа, так и кэшбеке, что пользуется спросом со стороны покупателей. Данная ситуация вызывает опасения у крупных банках, что подтверждают слова главы «Альфа-Банка»: «83% клиентов хотят идти в Ozon Банк потому, что там есть скидка – чистой воды ценовая дискриминация. <...> Справедливо это или нет, сложно сказать, мне кажется, если не букве, то духу закона это противоречит, еще противоречит правилам платежных систем» [12]. Однако следует принять во внимание, что «Альфа-Банк» является партнёром маркетплейса «Яндекс Маркет». Благодаря этому сотрудничеству банк теряет меньшую величину комиссионного дохода по сравнению с другими финансовыми учреждениями, не имеющими подобной поддержки. В связи с этим, трудно предсказать, как другие банки относятся к данной ситуации. Несмотря на все негодования со стороны отдельных участников банковского сектора, ЦБ РФ не видит необходимости в усилении регулирования кредитных организаций, подконтрольных маркетплейсам и экосистемам [11].

Рассматриваемая ситуация в чем-то сопоставима с событиями, происшедшие в США в 1998–2007 гг. Тогда крупнейший ритейлер Walmart стремился создать собственный банк, чтобы сократить расходы на обработку транзакций по кредитным картам. Однако Independent Community Bankers of America<sup>1</sup> (ICBA), выступила против выдачи лицензии. Критики опасались, что со временем этот банк начнет принимать вклады и выдавать кредиты, что негативно отразится на

---

<sup>1</sup> Независимое сообщество банкиров Америки

других финансовых учреждениях страны. Они считали, что такой корпорации, как Walmart, уже ничто не сможет помешать в развитии, так как она обладает значительным количеством средств, которые могли бы пойти на развитие банка [13]. Однако, несмотря на такой прецедент в развитой стране, Центральный Банк РФ решил не препятствовать маркетплейсам в создании собственных банковских учреждений, которые в настоящее время уже начали принимать вклады, а «Яндекс Банк» уже даже выдавать кредиты, поэтому остается только ожидать дальнейших действий регулятора и маркетплейсов.

Таким образом, в настоящее время в России новые финансовые учреждения: «Яндекс Банк», «Ozon Банк» и «Вайлдберриз Банк», – активно конкурируют с традиционными банковскими структурами за комиссионные доходы. Банки, связанные с маркетплейсами, демонстрируют значительные темпы роста, что указывает на их способность привлекать клиентов и эффективно использовать свои экосистемы. Данная ситуация создает определенные вызовы для традиционных банков, которые могут терять долю рынка из-за ценовой дискриминации и лояльности клиентов к новым игрокам. Несмотря на опасения со стороны участников рынка, ЦБ не видит необходимости в ужесточении регулирования для банков, принадлежащих маркетплейсам, что может неоднозначно сказаться на будущем традиционных банков и всей отрасли в целом.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Попова А. А., Смирнов А. В.* Проблемы и перспективы развития банковской системы в современной российской экономике // Державинский форум. 2024. № 2. С. 306-313.
2. Закрытые банки в 2024 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://brobank.ru/zakrytye-banki-2024/> (дата обращения: 01.11.2024).
3. Ozon Банк. [Электронный ресурс]. URL: <https://finance.ozon.ru/?landing> (дата обращения: 01.11.2024).
4. Вайлдберриз Банк. [Электронный ресурс]. URL: <https://wb-bank.ru/private> (дата обращения: 01.11.2024).
5. Яндекс Пэй. [Электронный ресурс]. URL: <https://bank.yandex.ru/pay/loan> (дата обращения: 01.11.2024).
6. «Яндекс» начал тестировать выдачу потребительских кредитов на сумму до 1 млн рублей. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/money/854767-yandeks-nachal-testirovat-vydachu-potrebitelskih-kreditov-na-summu-do-1-mln-rublei> (дата обращения: 01.11.2024).
7. Ключевая ставка Банка России. [Электронный ресурс]. URL: [https://cbr.ru/hd\\_base/KeyRate/](https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/) (дата обращения: 01.11.2024).
8. Высокие ставки с нами надолго. [Электронный ресурс]. URL: <https://gazeta-pravda.ru/issue/97-31446-811-sentyabrya-2023-goda/vysokie-stavki-s-nami-nadolgo/> (дата обращения: 01.11.2024).
9. Банки.ру. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения: 01.11.2024).
10. ЦБ возобновил публикацию отчетности банков. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6069347> (дата обращения: 01.11.2024).
11. Банки Ozon и «Яндекса» обогнали конкурентов из топ-50 по приросту вкладов. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/finances/10/07/2024/668cf7339a79477cfb9bca0f> (дата обращения: 01.11.2024).

12. Банки и маркетплейсы поспорили о конкуренции в финансовых услугах. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/06/06/2024/666192d69a794775f5f5627b](https://www.rbc.ru/technology_and_media/06/06/2024/666192d69a794775f5f5627b) (дата обращения: 01.11.2024).

13. Facebank. [Электронный ресурс]. URL: <https://slate.com/technology/2019/07/facebook-libra-cryptocurrency-bank-walmart-regulations.html> (дата обращения: 01.11.2024).