

Маркетплейсы обрастают инвестициями

Ozon и Wildberries планируют запуск инвестиционных сервисов и становятся больше, чем банки



ozon
wildberries

Текст

СВЕТЛАНА ОРЛОВА,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ «Б.О.»

Российские маркетплейсы перестают быть просто торговыми платформами и превращаются в универсальные финансовые экосистемы. Ozon и Wildberries уже активно осваивают банковское направление и готовят собственные инвестиционные сервисы для миллионов пользователей. Однако их опыт коммерциализации потребительского поведения в очередной раз ставит перед регулятором задачу обеспечить защиту розничных инвесторов и стабильность финансовой системы

Не просто маркетплейс, не просто банк

Ozon, Wildberries и «Яндекс Маркет» начали системно осваивать банковский сектор с 2021 года, когда почти одновременно купили небольшие банки для интеграции в свои экосистемы: «Стандарт кредит» позже стал Вайлдберриз Банком, Оней Банк получил название Озон Банк, а банк «Акрополь» теперь известен как Яндекс Банк («Яндекс Пей»).

Лишь немного притормозив в турбулентном 2022 году, все три банка динамично развивались: от базовых платежных счетов, электронных кошельков и виртуальных карт, прежде всего ориентированных на пользователей маркетплейсов, эти банки постепенно перешли к полноценным розничным продуктам: физическим платежным средствам, накопительным счетам и депозитам, кредитным инструментам, страховым продуктам, программам лояльности и другим комплексным сервисам для частных клиентов, причем не только клиентов своей экосистемы. Например, Ozon уже установил более 450 собственных банкоматов в различных городах России и планирует нарастить сеть до 2 тыс. устройств до конца 2026 года.

Сейчас это банки, вполне способные если не конкурировать, то точно бросить вызов традиционным банкам.

- На конец 2025 года число активных клиентов финтеха Ozon составляло уже 41,7 млн, а выручка сегмента только за год выросла на 120%, до 195,2 млрд рублей, следует из отчетности маркетплейса. При этом объем операций по Ozon Карте вне платформы Ozon составил около 60% общего объема операций по Ozon Карте. Привлеченные средства клиентов достигли 505,8 млрд рублей.
- В «Яндексе» отмечали, что в 2025 году сегмент «Финтех» оставался самым быстрорастущим направлением группы. За полный 2025 год общий оборот финансовых сервисов впервые превысил 1 трлн рублей, показав рост на 80% к 2024 году. Доля внешнего оборота финансовых сервисов только в четвертом квартале 2025 года превысила 50%.
- Wildberries не раскрывает данные о своем финтех-направлении. Из описания рейтингового действия «Эксперт РА» относительно Вайлдберриз Банка известно, что на середину 2025 года основу его доходов формировали комиссии от переводов денежных средств физлиц в пользу продавцов своего маркетплейса, а также расчетное обслуживание юрлиц. Почти две трети

активов кредитная организация держала в ЦБ, и лишь немногим более 17% приходилось на кредиты компаниям и индивидуальным предпринимателям.

Без инвестиций — никуда

«Захватив» банковский рынок, маркетплейсы нацелились на рынок инвестиций — управляющих компаний и брокерский. «Бурный рост бизнеса маркетплейсов позволил их банкамкратно нарастить масштабы бизнеса, но в дальнейшем для обеспечения стабильной положительной динамики может потребоваться развитие новых продуктов», — объяснил управляющий директор рейтингового агентства НКР Михаил Доронкин. К тому же ограниченная диверсификация бизнеса может сдерживать улучшение кредитных рейтингов данных банков, а более высокие рейтинги позволяют диверсифицировать и структуру фондирования за счет привлечения новых типов кредиторов. Здесь выбор инвестиционного направления и развития неслучаен: у таких банков достаточно обширная база вкладчиков — физических лиц, а интерес к брокерским услугам будет расти по мере снижения доходности банковских вкладов. К тому же брокерские операции не создают нагрузку на капитал в сравнении с классическими кредитными продуктами.

Дальше всех зашел Ozon. «Мы никогда не рассматривали финтех просто как “кошелек на маркетплейсе” — с самого начала понимали, что строим универсальный банк и будем предлагать клиентам широкую линейку финансовых сервисов», — пояснили логику развития группы «Б.О.» в пресс-службе Ozon. Во многом это связано с запросом клиентов: людям удобно получать максимум возможностей в одном месте.

Банк маркетплейса за последний год уже получил брокерскую и дилерскую лицензии, а созданная летом 2025 года управляющая компания (УК) «Озон Управление активами» — лицензию управляющей компании на осуществление деятельности по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами (ПИФ) и негосударственными пенсионными фондами (НПФ).

Инвестиционное направление Ozon Fintech будет ориентироваться на массового розничного инвестора, говорил гендиректор Ozon Fintech Ваэ Овасапян. В Ozon обещают в начале 2026 года предоставить своим клиентам доступ к части инструментов: ПИФам, акциям и облигациям

Маркетплейсы обладают детальным психографическим профилем клиента: знают, что он покупает, склонен ли к импульсивным тратам и когда уязвим к push-уведомлениям. Годы отработки механик стимулирования спонтанных покупок легко переносятся и на инвестиции

для неквалифицированных инвесторов. В группе не исключают, что могут запустить и отдельное инвестиционное приложение (на данный момент по приложению есть непосредственно у маркетплейса и Озон банка). «Сейчас мы финализируем клиентский путь и визуал, — отметили в компании. — Пока мы в начале пути и на этапе создания инфраструктуры».

Wildberries также развивается в сторону инвестиционного направления. Председатель правления Вайлдберриз Банка **Георгий Горшков** в октябре 2025-го говорил, что в перспективе одного года Wildberries планирует получить брокерскую лицензию. В начале 2025 года маркетплейс создал компанию «WB инвест», которую позже Банк России внес в реестр операторов инвестиционных платформ. В марте 2026 года на базе этой компании маркетплейс запустил сервис для инвестиций «WB Инвесткопилка». Пока этот сервис не предлагает инвестиции в публичный фондовый рынок — с его помощью покупатели могут инвестировать в объединенную компанию Wildberries & Russ и получать доход: проценты начисляются каждый день, а доход рассчитывается по формуле «ключевая ставка минус 3 процентных пункта». Делать это можно прямо в приложении (у Wildberries одно приложение для маркетплейса и банка). Средства из инвесткопилки можно вывести в любой день без потери накопленного дохода либо направить на оплату покупок на Wildberries.

Примечательно, что Ozon и Wildberries выбрали разные модели выхода на инвестиционный рынок, на это обратил внимание заместитель директора группы стратегического консультирования и трансформации Kert **Александр Бугаков**. Ozon идет по пути создания полноценной инвестиционной инфраструктуры и, по сути, строит вертикально интегрированного брокера внутри торговой площадки. Wildberries же избрал более осторожный путь, начав с краудфандинговой платформы «WB Инвесткопилка». Но логика у обоих подходов общая: монетизировать доверие десятков миллионов пользователей, предложив им финансовые продукты в один клик.

Кстати, у «Яндекса» также был свой проект по инвестициям — «Яндекс.Инвестиции»: компания запустила его в 2020 году на базе инвестиционной платформы «ВТБ Капитал Инвестиции». Проект заявлялся как сервис для неопытных инвесторов,

они могли инвестировать в инструменты, обращающиеся на Московской бирже и СПБ Бирже. Однако уже в 2022 году компания была вынуждена закрыть проект из-за введения санкций в отношении ВТБ.

От корзины к портфелю

Управляющий директор рейтингов финансовых институтов рейтинговой службы НРА **Константин Бородулин** считает, что появление инвестиционного направления у маркетплейсов как следующий шаг расширения экосистемы вполне логично. «По мере развития бизнеса эти кредитные организации в рамках единой экосистемы все больше участвуют в процессе удержания и привлечения новых клиентов. Для этого необходимо предлагать максимально конкурентные продукты, не уступающие в качестве своим основным конкурентам», — подчеркнул он. Это весьма перспективно в ожидании перетока средств населения на фондовый рынок на фоне снижения ставок по депозитным продуктам и озвученных целей по росту капитализации фондового рынка России.

Еще одна причина для развития инвестиционного направления — замедление органического роста ядра бизнеса. «Рынок электронной коммерции в России продолжает развиваться, однако темпы прироста GMV крупнейших платформ ожидаемо снижаются», — отметил Александр Бугаков. В российской онлайн-торговле впервые снизилось количество активных продавцов — с февраля по декабрь 2025 года. «Это естественный эффект высокой базы, означающий, что маркетплейсам остро необходимы новые высокомаржинальные вертикали для поддержания инвестиционного нарратива и роста выручки», — пояснил эксперт. И финтех с его рентабельностью собственного капитала (ROE) свыше 50% — едва ли не самая привлекательная из них. Помимо брокерского направления экосистемы могут расширяться и на другие направления: это лизинг, торговое финансирование, готовые решения в области цифровой бухгалтерии, логистики и так далее, считает старший директор по рейтингам кредитных институтов агентства «Эксперт РА» **Иван Уклеин**.

Маркетплейсы действительно могут предложить клиентам принципиально иной пользовательский опыт в сфере инвестиций — интуитивно понятный интерфейс с нулевым порогом входа, не исключает Александр Бугаков. По его словам, на российском рынке существует огромный нереализованный спрос на простые инвестиционные продукты: к началу 2026 года в стране открыто более 76 млн брокерских счетов, однако свыше 60% из них остаются пустыми (доля пустых индивидуальных инвестиционных счетов и вовсе превышала 70%). «Миллионы россиян формально “зашли” на фондовый рынок, но так и не совершили первую сделку из-за высокого барьера входа и перегруженности классических брокерских терминалов», — объяснил он.

При этом для полноценного развития инвестиционного направления банкам-маркетплейсам предстоит конкурировать не только с банками, но и с другими инвестиционными посредниками, что требует существенных инвестиций в персонал и достойных технологических решений, обладающих определенной спецификой. «Успех развития данного направления будет зависеть не только от уникальных продуктов, которые весьма разнообразны у конкурентов, но и от выгодных комиссий, тарифов на обслуживание, общей рыночной конъюнктуры», — отметил Константин Бородин. В ВТБ согласны с этим утверждением: «важно, чтобы клиентам предоставлялся качественный сервис за адекватные комиссии». Там считают, что выход маркетплейсов в инвестиции — это дополнительный стимул для роста финансовой грамотности и привлечения новых инвесторов на рынок.

Инвестиции для самых маленьких

Маркетплейсы не столько конкурируют с классическими брокерами за существующих инвесторов, сколько создают новый сегмент рынка — «инвестиции для тех, кто пока не инвестирует», считает Александр Бугаков. «Однако без жесткого, упреждающего надзора со стороны Банка России, без запрета на геймификацию и строгого разграничения e-commerce-данных и инвестиционных сервисов эта “демократизация” может обернуться эксплуатацией поведенческих уязвимостей неопытных розничных инвесторов», — предупреждает он.

Дело в том, что маркетплейсы обладают детальным психографическим профилем клиента: знают, что он покупает, склонен ли к импульсивным тратам и когда уязвим к push-уведомлениям. Годы отработки механик стимулирования спонтанных покупок легко переносятся и на инвестиции. Наглядный пример — американская Robinhood: заявляя о «демократизации финансов», платформа монетизировала аддиктивность дей-трейдинга через геймификацию: интерфейс в стиле Candy Crush, конфетти за покупки акций, тысячи «тапов» за день. Последствия были трагичны: 20-летний пользователь Александр Кирнс покончил с собой после отрицательного баланса в 730 тыс. долларов. Robinhood выплатил более 130 млн долларов штрафов.

К тому же культура технологических гигантов строится на лозунге Кремниевой долины: «Move fast and break things» («Двигайся быстро и ломай стереотипы»). В финансовом мире это несовместимо: ошибки здесь угрожают системной стабильности, уверен Александр Бугаков.

Наконец, когда один игрок одновременно является площадкой, кредитором и инвестиционным советником, возникает идеальная среда для миселинга. Клиент, зависимый от кредитов и бонусов маркетплейса, легко поддается навязыванию инвестиционных продуктов. В итоге покупатель, заемщик и инвестор в одном лице оказывается в полной зависимости от финансовой устойчивости одной экосистемы.

БО



Фонд помощи детям с
○ логическими заболеваниями
«Подари жизнь»

Подари жизнь

www.podari-zhizn.ru

НЕПОДЪЁМНОЕ ПОДЪЁМНО, КОГДА НАС МНОГО.

Лечение рака стоит огромных денег.
Ваши 10 рублей помогут спасти жизнь.

ОТПРАВЬТЕ
СМС
НА НОМЕР
6162

с суммой пожертвования
от 10 до 15 000 рублей.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА



ДОСТУПНО ДЛЯ АБОНЕНТОВ СЕТЕЙ МТС, «БИЛАЙН», «МЕГАФОН», TELE2, «ЛЕТАЙ!» (ТАТТЕЛЕКОМ) И YOTA. РАЗМЕР КОМИССИИ С АБОНЕНТА – 0%