

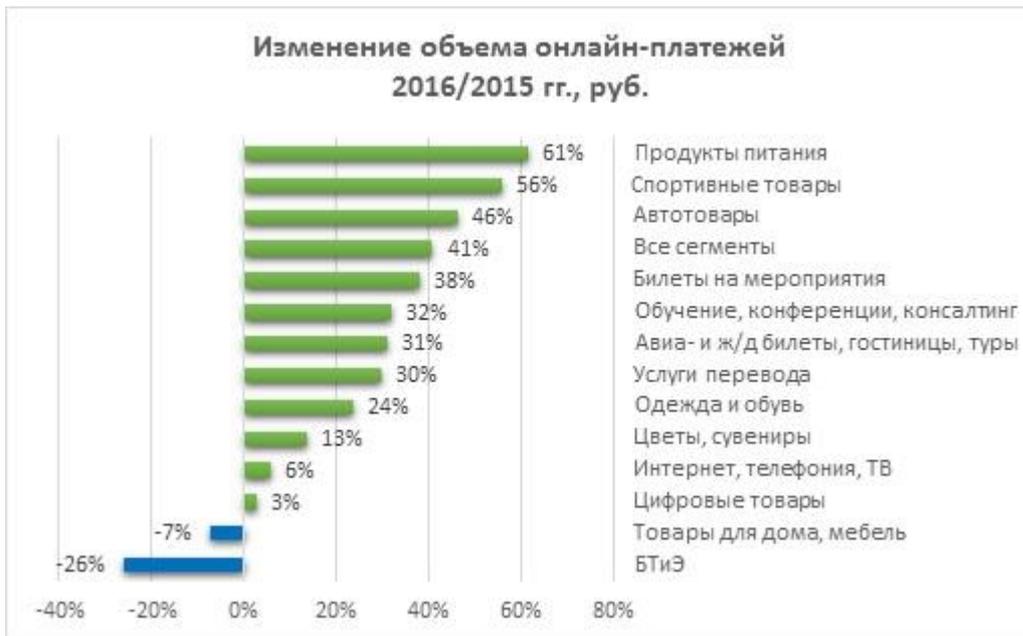
В минувшем декабре в интернете куплено в два раза больше одежды и еды, чем год назад

Группа компаний Assist проанализировала, как изменилось в прошедшем году поведение онлайн-покупателей в различных сегментах потребительского рынка. Использована статистическая информация по более чем 30 миллионам онлайн-платежей, совершенным российскими покупателями в различных интернет-магазинах и сервисах – клиентах провайдера электронных платежей Assist.

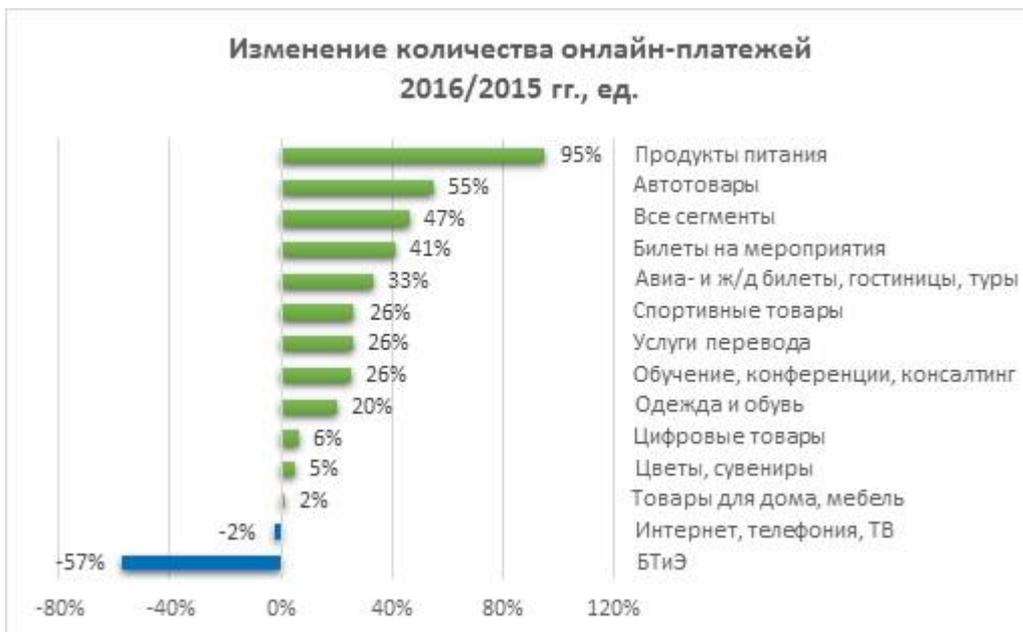
В 2016 году общий объем онлайн-платежей вырос по отношению к 2015 году на 47% в рублях и на 41% в количестве совершенных транзакций. Для сравнения – в 2015 году рынок рос медленнее (на 15% в денежном и на 23% в натуральном выражении по отношению к 2014 г.). При этом средний чек онлайн-платежей по всем товарам и услугам в 2016 году снизился по сравнению с предыдущим годом на 118 руб. и составил 2870 руб., а в 2015 году вырос по отношению к 2014 г. и был зафиксирован на уровне 2988 руб.



В прошедшем году самый заметный рост (в исследуемых категориях) произошел в сегменте доставки продуктов питания – он вырос почти в 2 раза по количеству оплаченных заказов и на 61% в рублях. Тенденция оплачивать покупки и услуги онлайн укрепилась практически во всех отраслях, за исключением товаров для дома и бытовой техники и электроники, которые переживают спад из-за оттока покупателей на азиатские торговые площадки. В частности, сегмент БТиЭ потерял в 2016 году 57% в количественном выражении оплаченных заказов и 26% в рублях. Отметим, что в статистике учтены только несетевые розничные магазины, относящиеся к этим отраслям.



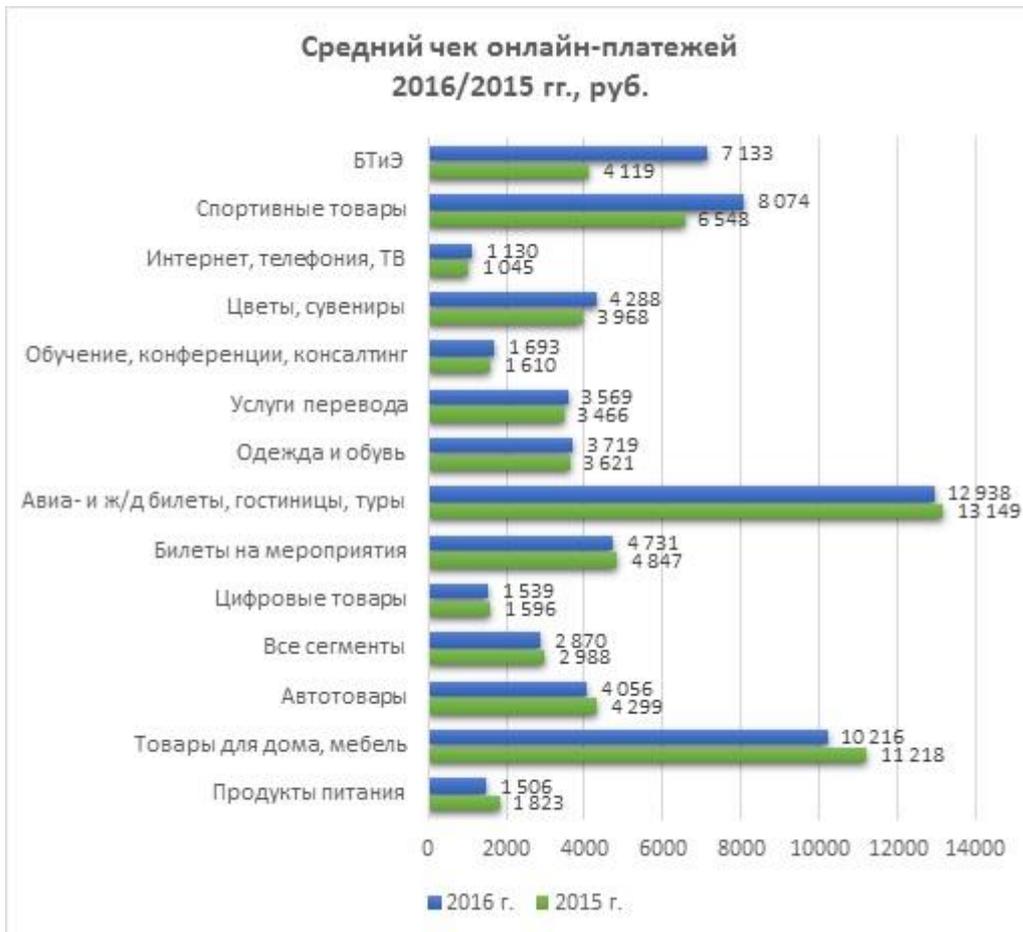
В среднем на треть в 2016 году выросла активность покупателей, приобретающих в сети одежду, обувь, товары для спорта и автомобиля, заказывающих билеты на различные мероприятия и транспорт, оплачивающих турпоездки и обучение.



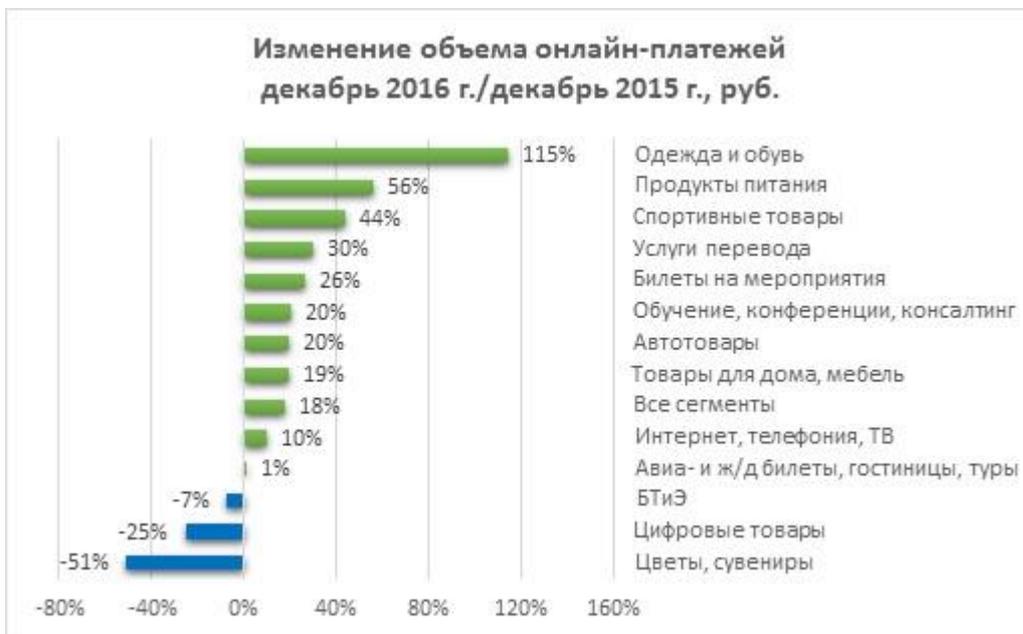
Средний чек онлайн-платежей в большинстве рассматриваемых сегментов потребительского рынка за год изменился незначительно. Заметнее всего он вырос у интернет-магазинов, продающих бытовую технику и электронику – на 73%. В сегменте доставки продуктов питания средний платеж за год снизился на 17% – заказывать готовую еду и продукты «до двери» стали в среднем в два раза чаще, но при этом покупок на меньшие суммы стало больше.



Самый крупный разовый средний платеж (в рамках рассматриваемых сегментов) покупатели совершают при бронировании авиа- и ж/д билетов, гостиниц и турпутевок – в 2016 году его размер уменьшился по сравнению с предыдущим годом и составил 12938 руб.



Отдельно от всего года было проанализировано поведение покупателей в декабре. Сравнивались декабрь 2016 и 2015 гг. соответственно.



Активнее всего в предновогодний период в 2016 году покупатели приобретали через интернет одежду, обувь и товары для дома, а также заказывали доставку готовых блюд и продуктов питания. По сравнению с декабрем 2015 г. таких платежей стало в 1,5-2 раза больше. Цифровые товары, цветы и сувениры, напротив, приобретались в 1,5-2 раза реже. Бытовая техника и электроника также хуже продавались в минувшем декабре. В целом, в декабре 2016 года онлайн-покупатели были гораздо активнее, чем год назад, и совершили на 40% больше платежей в количественном и на 18% в денежном выражении.



Т.к. количество платежей в декабре прошедшего года по сравнению с декабрем 2015 года росло опережающими темпами по отношению к общей сумме платежей, средний чек по всем товарам и услугам снизился на 16%. Причинами такого снижения величины среднего платежа могли стать

предпраздничные распродажи магазинов одежды и обуви, а также различные маркетинговые акции сервисов доставки еды, поскольку именно эти сегменты продемонстрировали самый заметный рост в минувшем декабре.



Величина разового среднего онлайн-платежа при заказе готовых блюд и продуктов питания в декабре 2016 года составила 1746 руб., при покупке одежды и обуви – 3292 руб.

