

## Продукты устремились в интернет

Группа компаний Assist отметила основные изменения, которые произошли за минувший год в онлайн-платежах на российском рынке. Главными трендами 2017 года в интернет-торговле стали продолжающийся рост числа мобильных платежей, резкий рост продаж в сегменте доставки продуктов питания, снижение числа заказов в сегменте бытовых товаров и увеличение среднего размера онлайн-платежа после резкого падения, отмеченного годом ранее.

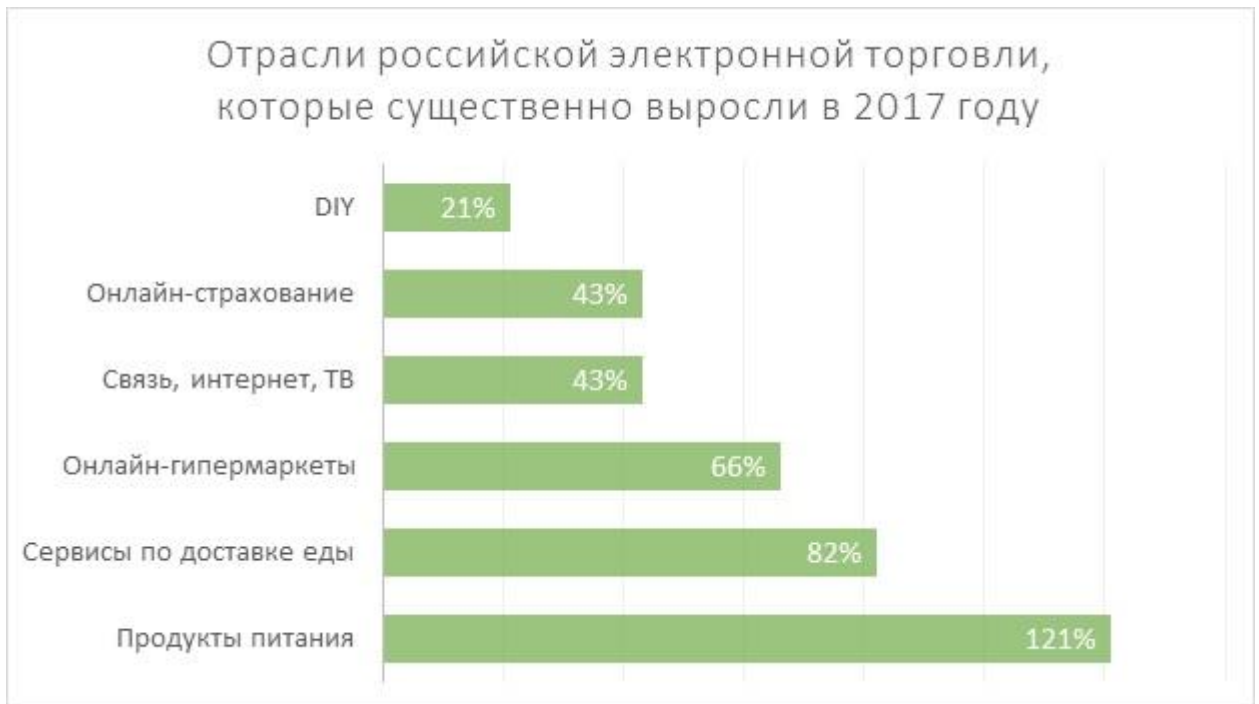
## «Мобилизация» платежей продолжается

За 2017 год количество платежей, совершенных с мобильных устройств, выросло на 24%, тогда как со стационарных компьютеров оно сократилось на 5% по отношению к прошлому году. Тем не менее, большинство дистанционных оплат товаров и услуг в российских интернет-магазинах (две трети от общего числа онлайн-платежей) производится по-прежнему с десктопов.



## Еду все чаще заказывают онлайн

Больше всего за год вырос сегмент доставки продуктов питания и готовой еды – на 121% и 82% соответственно. Отметим, что и в 2016 году это направление было самым быстрорастущим. Также заметно (на 66% за год) увеличилось количество платежей в категории «Онлайн-гипермаркеты», объединяющей торговые площадки, продающие широкий ассортимент товаров (в том числе и продукты питания, т.к. это стало трендом). На 43% выросло число онлайн-платежей за услуги связи, телевидения, доступа в интернет и страхования. Товары в категории DIY также стали чаще оплачивать онлайн – количество таких платежей за год увеличилось на 21%.



#### **Китай наступает на бытовой сегмент**

Некоторые отрасли российской электронной коммерции сильнее других почувствовали на себе растущую конкуренцию со стороны китайских интернет-магазинов, в которых наши соотечественники все активнее покупают товары для детей, спорта, здоровья и автомобилей, бытовой техникой. Самое заметное снижение количества онлайн-платежей произошло в сегменте продаж детских товаров (-67% по отношению к прошлому году). На такой результат повлияли, конечно, не только китайцы, но и рекордный рост продаж товаров этой группы на c2c-площадках (Avito и др.), а также продолжающееся падение рождаемости в России, естественным образом сокращающее спрос на товары для детей. Также «просели» продажи бытовой техники и электроники (-65%), товаров для красоты и здоровья (-35%), спортивных (-33%) и автомобильных товаров (-24%). В сегменте БТиЭ учтены несетевые розничные магазины, которым тяжело конкурировать по цене не только с китайскими площадками, но и с крупными российскими ритейлерами.



#### Средний чек перестал падать

Средний размер одного онлайн-платежа прекратил снижение, отмеченное в 2016 году, но еще не вернулся к уровню 2015 года. В 2017 году эта величина составила 2939 рубля (в 2015 году – 2988 рублей, в 2016 году – 2870 рублей).



Для обзора использована статистическая информация по более чем 30 миллионам онлайн-платежей, совершенным российскими покупателями в различных интернет-магазинах и сервисах – клиентах группы компаний Assist.