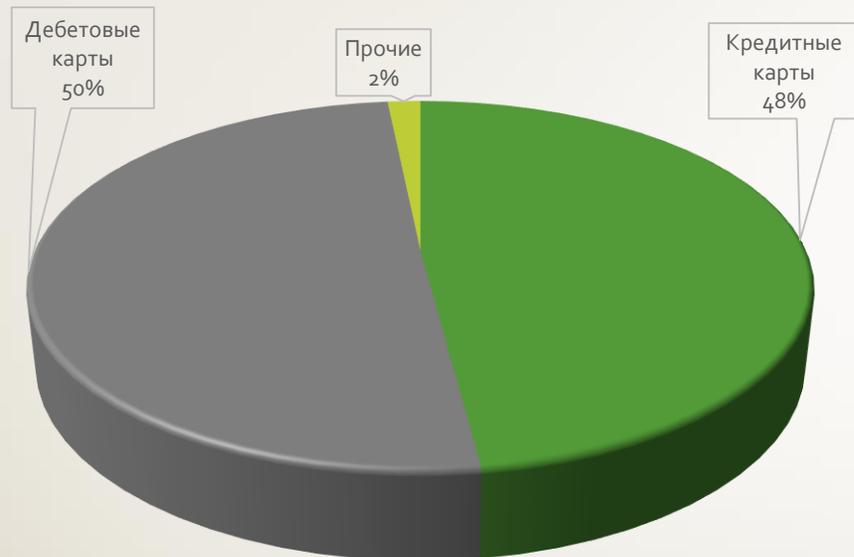


Кому кризис, а кому нет: исследование платежей по банковским картам

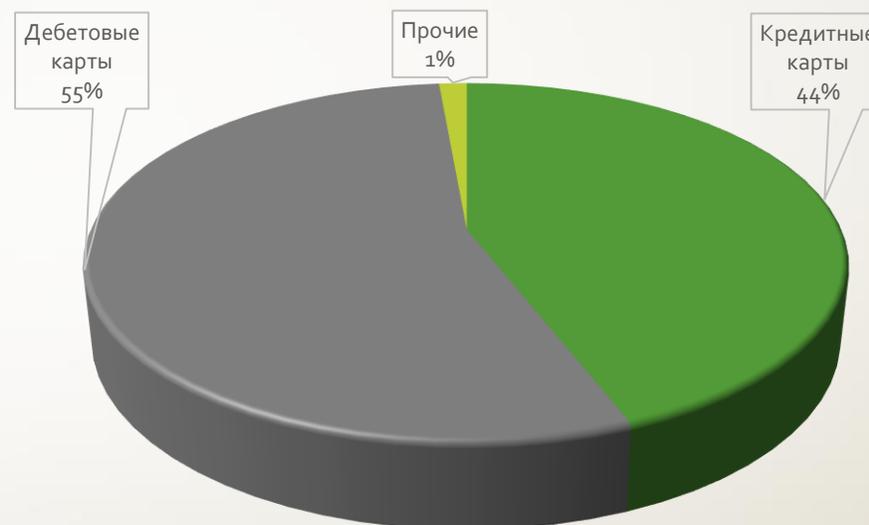
Что происходит в кризис с платежами в интернете на фоне инфляции и общего падения покупательной способности россиян? По данным Росстата, в январе-августе 2015 года в сравнении с январем-августом 2014 года рост цен составил почти 16%, при этом, по статистике Петростата, падение реальных доходов граждан за девять месяцев 2015 года (за вычетом инфляции) достигло 6%.

Группа компаний ASSIST собрала статистику по онлайн-платежам, сравнив докризисный период (январь-сентябрь 2014 года) с кризисным (январь-сентябрь 2015 года). Данные анализировались по следующим критериям: соотношение различных видов банковских карт как способов оплаты товаров и услуг в интернете, величина среднего чека в зависимости от типа карты, а также частота и средний чек покупок по домохозяйствам.

Январь-сентябрь 2014 г.,
распределение типов карт по числу транзакций, %

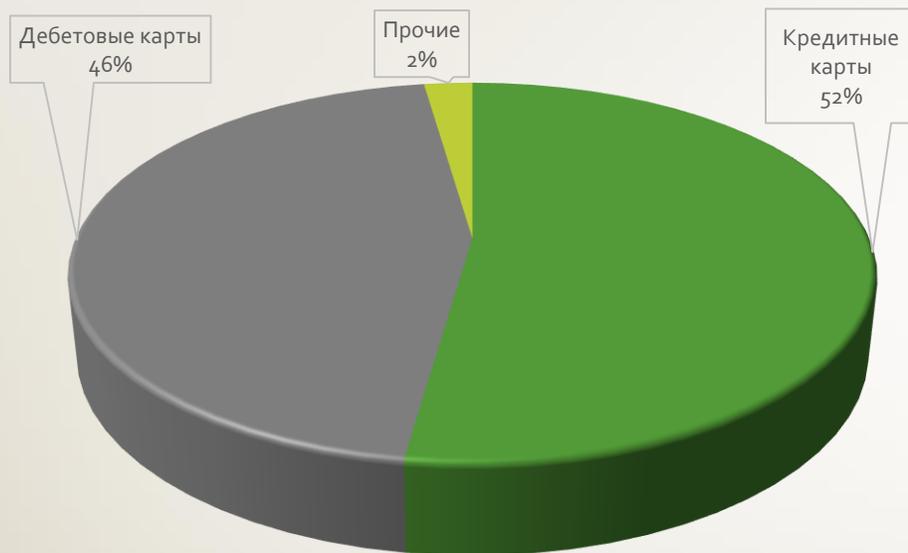


Январь-сентябрь 2015 г.,
распределение типов карт по числу транзакций, %

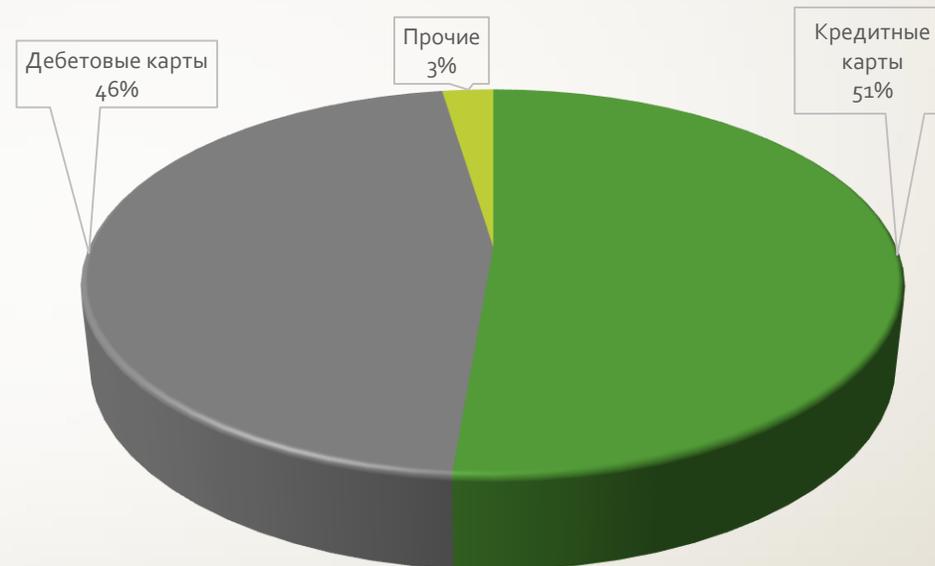


Незначительно изменилось соотношение дебетовых и кредитных карт. В 2015 году покупатели использовали дебетовые карты для оплаты покупок и услуг в интернете на 5% чаще, чем в 2014 году, если считать по числу транзакций. Вероятно, одной из причин этому стало сокращение потребительского кредитования, ужесточение условий выдачи кредитов и уменьшение кредитных лимитов, что, соответственно, повлияло на количество оплат, производимых с кредитных карт.

Январь-сентябрь 2014 г.,
распределение типов карт по суммам транзакций, %



Январь-сентябрь 2015 г.,
распределение типов карт по суммам транзакций, %

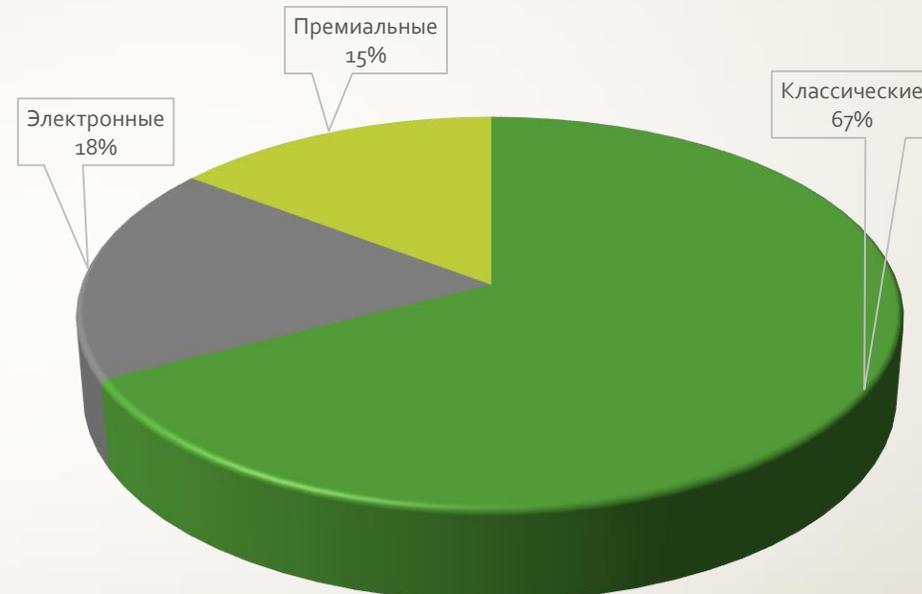


Если посмотреть на это распределение в денежном выражении, то за сравниваемые периоды оно практически не изменилось. Сравнивая его с распределением по числу транзакций, видим, что дебетовых карт на рынке больше, чем кредитных, а суммы транзакций по ним, напротив, меньше.

Январь-сентябрь 2014 г.,
распределение типов карт по числу транзакций, %



Январь-сентябрь 2015 г.,
распределение типов карт по числу транзакций, %



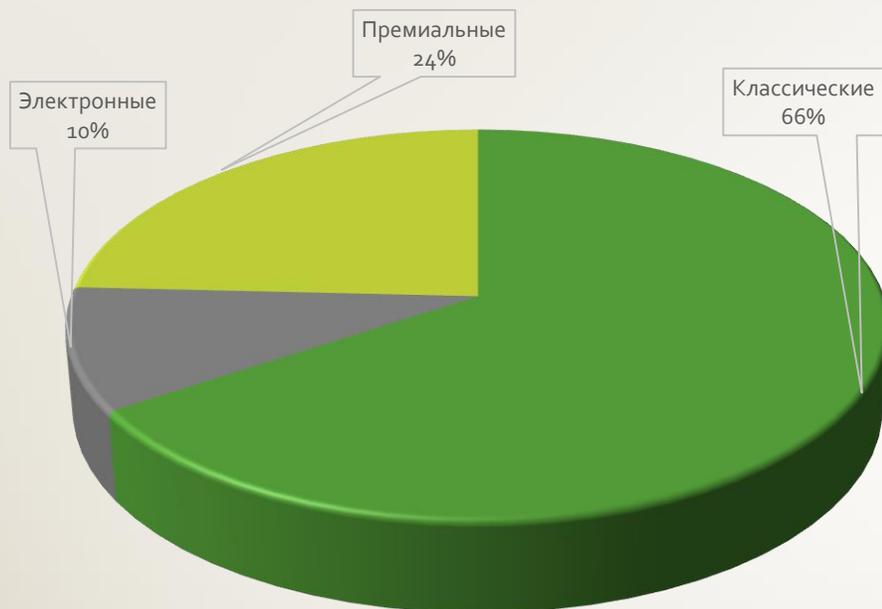
Исследуемые категории карт:

Электронные – кредитные и дебетовые карты Visa Electron, VISA Electron Instant Issue, MasterCard Electronic, MasterCard Instant Issue и Maestro.

Классические – кредитные и дебетовые карты VISA Classic, MasterCard Standard и American Express Classic.

Премиальные – кредитные и дебетовые карты уровня Gold и Platinum (VISA, MasterCard, American Express), VISA Infinite, MasterCard World Signia, а также American Express Premium и Exclusive.

Январь-сентябрь 2014 г.,
распределение типов карт по суммам транзакций, %



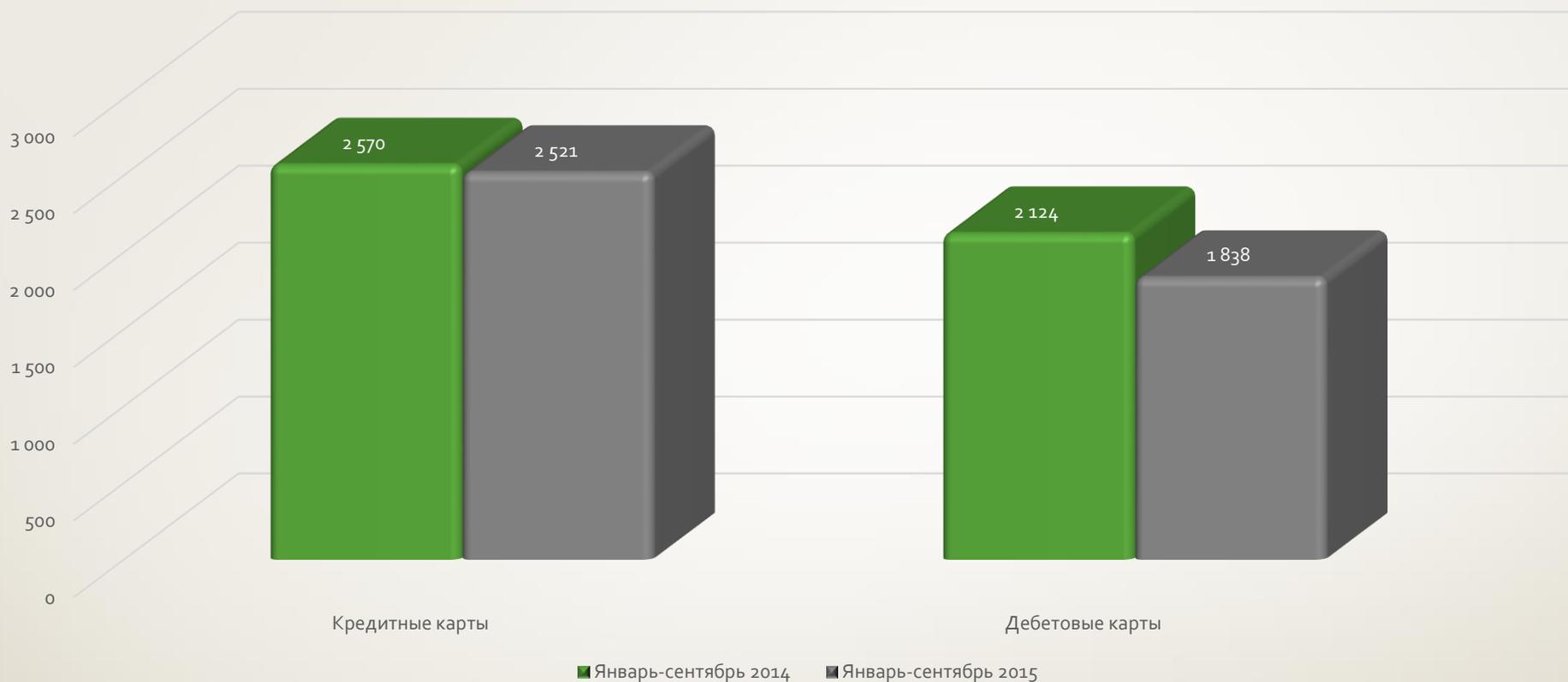
Январь-сентябрь 2015 г.,
распределение типов карт по суммам транзакций, %



Если рассматривать распределение типов карт по категориям «электронные», «классические» и «премиальные», то окажется, что за первые 9 месяцев 2015 года количество транзакций, совершенных по электронным картам, выросло на 2% по сравнению с тем же периодом 2014 года, количество транзакций по классическим картам сократилось на 2%, а по премиальным – осталось без изменения (график на предыдущей странице).

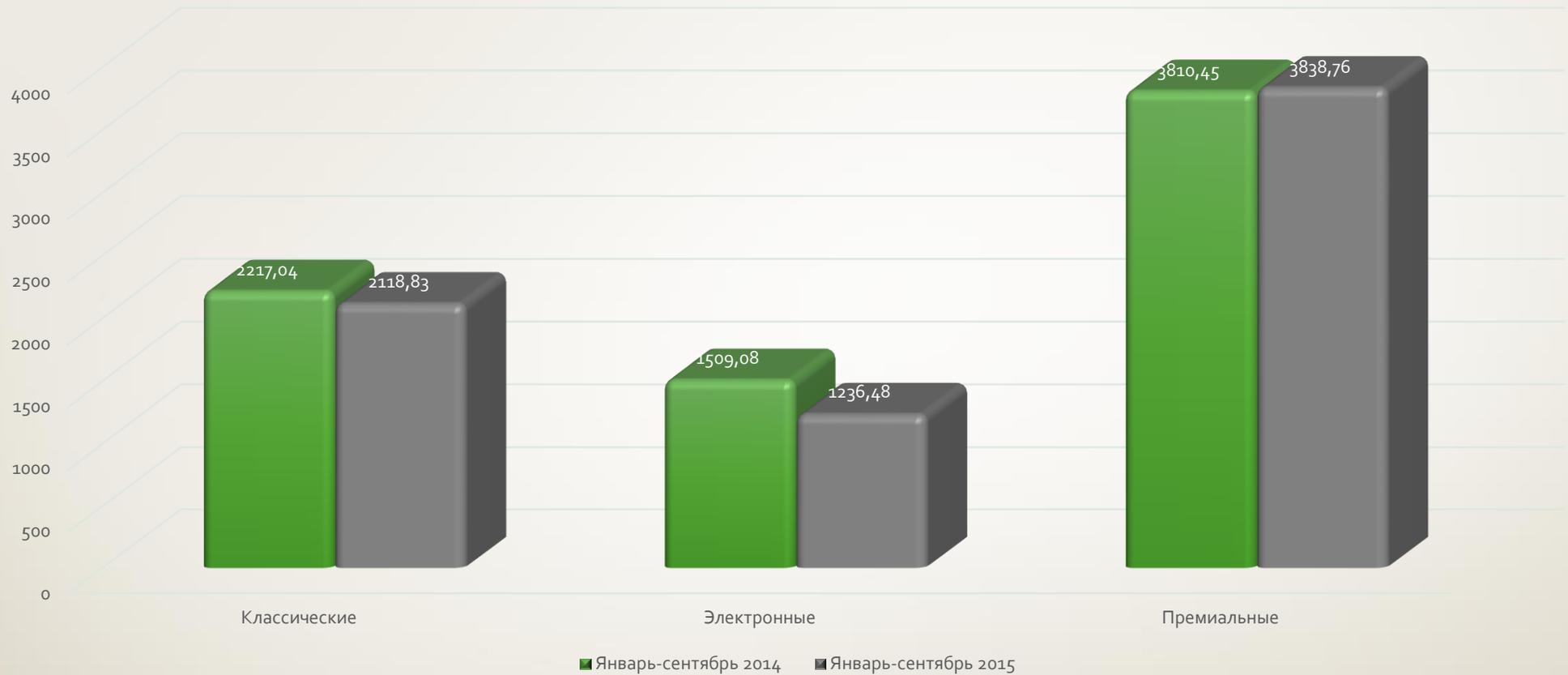
Распределение по этим же типам карт в денежном выражении практически не изменилось.

Величина среднего чека в зависимости от типа карт, руб.



Средний чек покупок уменьшился по кредитным картам на 2%, по дебетовым – на 14%. Возможно, это связано с тем, что покупательная способность владельцев кредитных карт изменилась в меньшей степени, чем у держателей дебетовых карт. Однако в целом для онлайн-платежей в кризис характерна тенденция сокращения суммы покупок при одновременном увеличении числа транзакций. Иными словами, оплачивать товары и услуги банковскими картами стали чаще, однако суммы покупок уменьшились. Не исключено, что одной из причин этому могла стать растущая популярность товарных категорий с небольшим средним чеком, например, повседневных товаров, которые стали чаще заказывать через интернет.

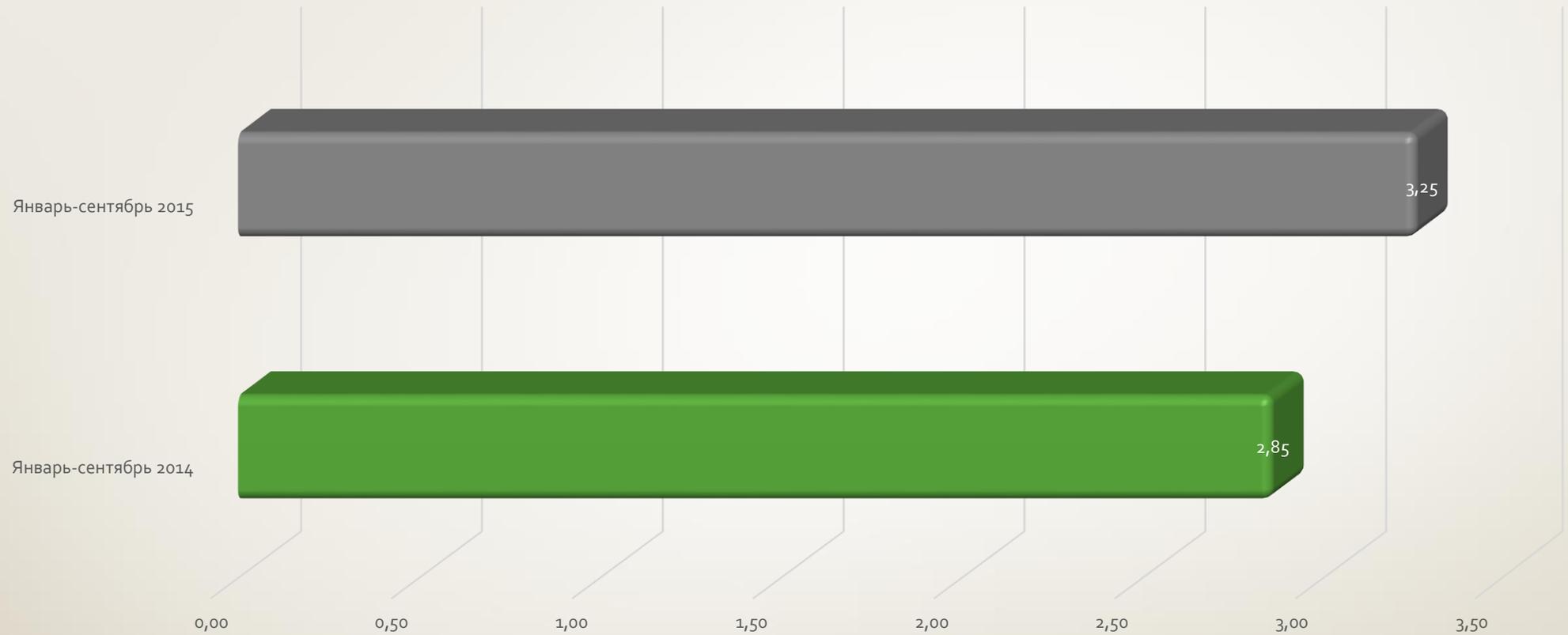
Величина среднего чека в зависимости от типа карт, руб.



Сильнее всего изменился средний чек по электронным картам – упал на 18%. По классическим картам этот же показатель снизился на 4%, а по премиальным вырос на 1%.

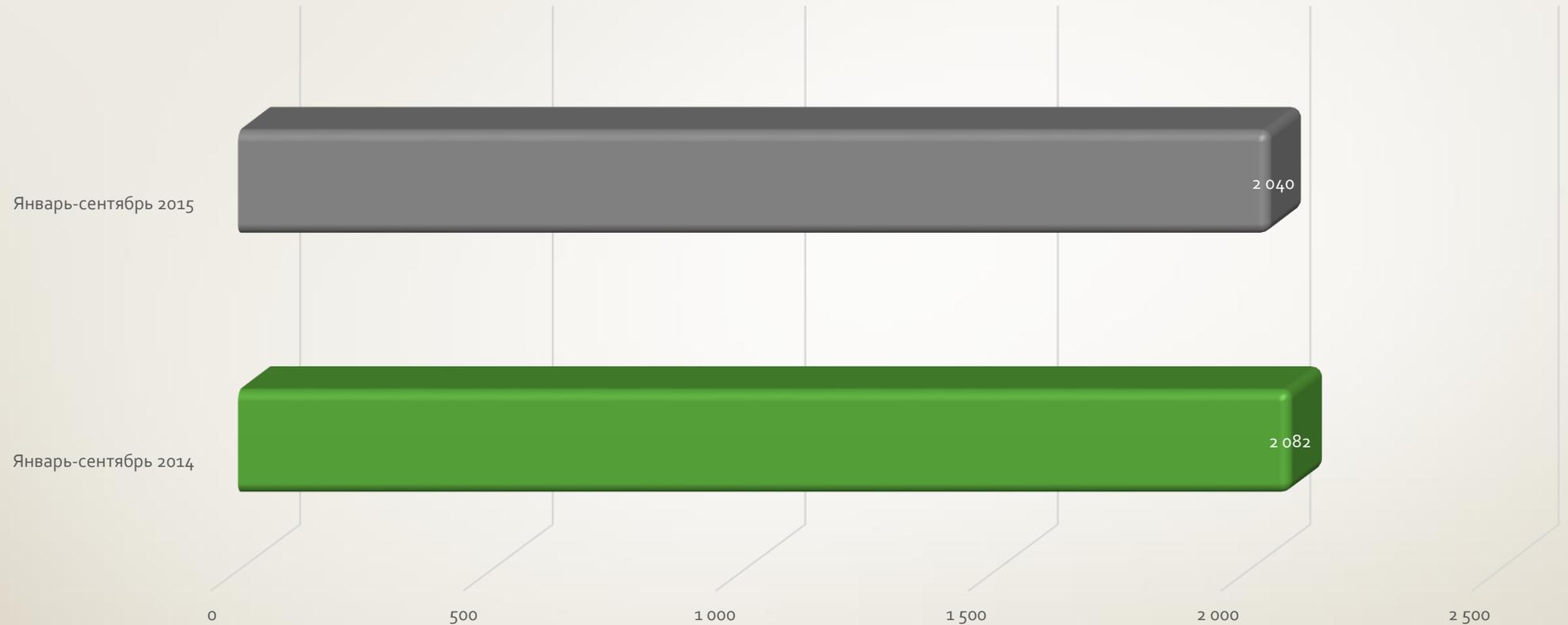
Т.о., покупатели стали чаще расплачиваться в Сети дебетовыми электронными картами, при этом по ним же произошло самое серьезное падение среднего чека. При этом у обеспеченной части населения, владеющей премиальными картами (15% от общего числа транзакций и 25% покупок в денежном выражении), средний чек покупок остался на уровне примерно в 2-3 раза выше, чем у остальных кардхолдеров.

Среднее количество транзакций на одно домохозяйство



Если рассматривать статистику в разрезе домохозяйств (под домохозяйством мы понимаем группу лиц, объединенную отношениями родства или брака), то среднее количество транзакций на одно домохозяйство (общее количество покупок, разделенное на количество домохозяйств) выросло на 14%, то есть, если за первые девять месяцев 2014 года одно домохозяйство совершало в среднем 2,85 транзакции (менее одной покупки раз в три месяца), то за тот же период 2015 года этот показатель составил 3,25 транзакции (более одной покупки раз в квартал).

Средний чек по домохозяйствам, руб.



Средний чек по домохозяйствам упал на 2% (учитывались все онлайн-платежи, в т. ч., по банковским картам и электронным кошелькам).

При этом общий объем покупок в денежном выражении увеличился на 11%. С учетом инфляции, составившей за рассматриваемый период 16%, оказывается, что рынок показал не рост, а падение на 5%. (Количество учитываемых в статистике домохозяйств при этом уменьшилось на 0,6%).

Отметим, что приведенная статистика основана на анализе платежей клиентской базы провайдера электронных платежей ASSIST, и может отличаться от статистики иных платежных операторов.

Клиенты компании – крупнейшие игроки рынка e-commerce, торговли и услуг – Google, OZON, OZON.Travel, Мариинский и Большой театры, KASSIR, Bileter, Head Hunter, PUMA, OTTO, Росгосстрах, The Body Shop, Mothercare, Starbucks, KFC, Эарта и многие другие.

При публикации ссылка на ASSIST обязательна.