

Тренды 2018 года: рост мобайла, рау-сервисов и «Мира»

Группа компаний Assist отметила ключевые изменения, которые произошли на рынке онлайн-платежей в январе-октябре этого года.

Мобайл уже почти догнал десктоп

Первые десять месяцев 2018 года ознаменовались существенным увеличением доли платежей со смартфонов – в среднем по российскому рынку сейчас 44% покупок оплачивается с мобильных устройств. Мобильный канал продаж готовится «догнать и перегнать» традиционный онлайн – доля мобильных платежей в последние несколько лет прирастает на 6-8 п.п. ежегодно, поэтому вполне вероятно, что к 2020 году смартфон станет основным платежным инструментом для большинства онлайн-плательщиков.



Не все отрасли одинаково «мобильны»

Впрочем, 44% платежей с мобильных устройств – это все же усредненный показатель по рынку, но в каждой отрасли и в каждом отдельном онлайн-магазине свое соотношение «мобильных» и «десктопных» продаж. Это обусловлено наличием у продавца удобного корректно работающего мобильного сайта или приложения, а также тем, насколько востребован сам продукт или услуга для заказа со смартфона.

Например, сейчас в таких сегментах как «Товары для детей», «Доставка готовых блюд» и «Онлайн-гипермаркеты» подавляющее большинство покупателей использует смартфон для выбора товара и оплаты заказа. Ключевые факторы здесь – минимум времени, которое люди готовы потратить на

покупку, и юзабилити мобильного приложения/сайта, позволяющее быстро и просто оформить заказ.

Несколько иначе обстоит дело там, где либо выбор продукта требует более тщательного подхода, либо время, потраченное на выбор, не является критическим фактором, либо сам продукт предназначен больше для компьютера, чем для смартфона, либо покупка через мобильную версию или приложение просто невозможна/неудобна. Так, в частности, наибольший процент покупок с десктопов приходится на категории «Программное обеспечение» и «Компьютерные и видеоигры» именно в силу характеристик самого товара. Оплачивать коммунальные платежи, выбирать товары и запчасти для автомобиля, бытовую технику и спортивные товары большинству людей, видимо, значительно удобнее при помощи компьютера. Интересно, что и товары для животных оказались среди тех отраслей, в которых покупатели гораздо охотнее пользуются десктопом, чем мобильным устройством. Продукты питания, товары для дома и дачи, мебель, beauty-продукция, путешествия и билеты на мероприятия также чаще приобретаются с десктопа.

Чуть меньше покупатели пользуются смартфоном, чем компьютером, выбирая одежду, обувь, цветы и подарки, оплачивая связь, интернет и телевидение.



Pay-сервисы завоевывают долю

Еще в начале 2018 года общее количество интернет-платежей, совершенных с помощью Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay суммарно едва доходило до 1%. Pay-сервисы, быстро получившие большое распространение в оффлайне, оказались далеко не так успешны в качестве платежного средства при покупках в интернет-магазинах. Тем не менее, их неоспоримое преимущество – моментальная оплата одним касанием – помогает им завоевывать популярность и в сфере e-commerce. За 10 месяцев этого года они уже заняли 4% от общего количества онлайн-платежей на российском рынке, обогнав электронные кошельки.

Все большее количество новых смартфонов оснащается биометрическими системами аутентификации (Face ID, сканером отпечатка пальцев) – если еще пару лет назад, например, дактилоскоп можно было увидеть только на флагманских моделях, то сейчас это вполне рядовая функция для многих бюджетных устройств. А это означает расширение аудитории, которая готова использовать pay-сервисы при оплате покупок онлайн.

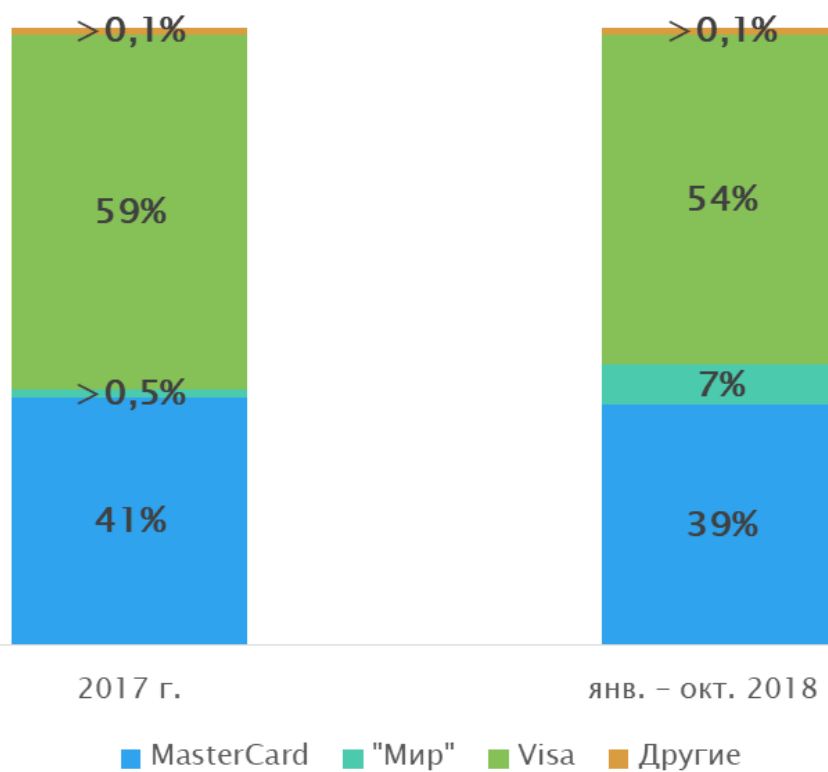


«Мир» заметно погрел за неполный год

Высокие темпы эмиссии карт платежной системы «Мир» помогли ей нарастить долю и в онлайн-платежах.

В 2017 году доля платежей по картам Visa составляла 59%, MasterCard – 41%, «Мир» – менее 0,5% от общего числа онлайн-платежей. За январь-октябрь 2018 года доля «Мира» выросла до 7%, «отъев» по 5% и 2% у Visa и MasterCard соответственно.

Онлайн-платежи с использованием банковских карт различных платежных систем



Для обзора использованы данные онлайн-платежей российских компаний – клиентов Assist. Приведенные цифры могут не совпадать с данными платежных систем, банков и других участников рынка.