

По данным службы Яндекс.Деньги Лето 2007 года

Данное исследование составлено на основе данных одной из популярных российских платежных систем — Яндекс.Деньги. Система Яндекс.Деньги была открыта в июле 2002 года. Она позволяет оплачивать товары и услуги в интернете. Сейчас к системе подключено уже более 1000 продавцов товаров и услуг. Доступна оплата мобильной связи, интернета, IP-телефонии, хостинга, телевидения, ЖКХ, рекламы, онлайн-игр и практически всех товаров, предлагаемых в интернет-магазинах (от цветов до бытовой техники), а также доставка еды, погашение кредитов, благотворительные взносы. Средства на счет зачисляются при помощи карт предоплаты, платежей через терминалы, кассы, отделения банков и отделения Почты России. Чтобы получить деньги обратно из системы, нужно перевести их на счет в банке или получить наличными без открытия счета в любом отделении «Импэксбанка» или пункте системы платежей Contact.

Приведенные в исследовании цифры отражают особенности электронных платежей через Яндекс.Деньги; данные других платежных систем могут отличаться. Анализируемая статистика охватывает период с лета 2006 года по лето 2007 года.

Содержание

Введение	2
1. Магазины	2
1.1 Товары и услуги	2
1.2 Структура платежей	3
1.3 Потребительская корзина	5
1.4 Средняя стоимость товаров и услуг	7
2. История платежей	8
2.1 Пополнение личного счета	8
2.2 Операции между счетами пользователей	8
2.3 Покупательская активность среднего пользователя	9
Приложение 1. Основные цифры и факты	10
Приложение 2. Словарь терминов	11

Введение

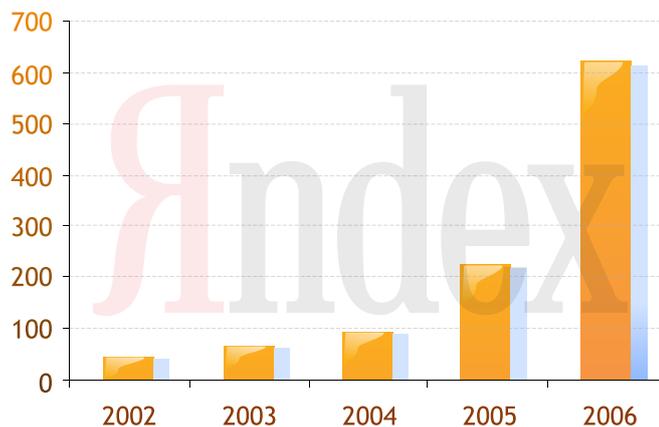
Все больше людей сегодня покупает товары и услуги через интернет. Так в **2006 году** владельцами электронных кошельков в системе Яндекс.Деньги стали **почти втрое больше людей**, чем в 2005 (рис.1). Только одними Яндекс.Деньгами за 5 лет существования системы пользователи Рунета совершили более **15 миллионов транзакций**.

Активность пользователей растет — количество транзакций в июле 2007 года более чем в 2 раза превышает показатели в июле 2006 года.

В среднем за один день июля 2007 года в системе Яндекс.Деньги открывалось **2000 новых кошельков** и происходило более **20 тысяч транзакций**.

Рис. 1. Регистрации в системе Яндекс.Деньги

Количество кошельков, тысячи



По данным системы Яндекс.Деньги (2002-2006 г.)

1. Магазины

Электронными деньгами можно платить за большинство востребованных товаров и услуг. Только в системе Яндекс.Деньги пользователи оплачивают **ежемесячно около 400 тысяч счетов за различные товары и услуги**. Для сравнения: в июле 2006 пользователи оплачивали Яндекс.Деньгами в месяц около 190 тысяч счетов.

1.1. Товары и услуги

Электронными деньгами в России гораздо больше оплачивают услуги, чем товары (см. рис 2 и 3). Очевидно, это происходит потому, что услуги нематериальны, как и электронные деньги. Если заплатить электронной валютой затовую связь, доступ к информации или онлайн-игру для большинства пользователей естественно, то оплачивать товары, купленные в интернет-магазинах, они пока предпочитают наличными при доставке.

Всамом общем смысле, система электронных платежей — это совокупность договоренностей и технологий, которая позволяет производить те или иные платежи по сетям передачи данных.

Важные преимущества электронных платежей — быстрота и простота расчетов. Оплатить многие товары и услуги можно не выходя из дома, даже если магазин находится в другом городе. Вся информация о совершенных транзакциях сохраняется.

Чтобы совершать финансовые операции, пользователь должен зарегистрироваться в платежной системе. При регистрации для него создаются: виртуальный счет, на который поступают платежные средства, и электронный кошелек (программа, позволяющая управлять виртуальным счетом). Электронный кошелек можно установить на компьютер пользователя или использовать как веб-приложение. В нем отображается состояние виртуального счета, история платежей и другая информация о действиях пользователя в системе. Положить деньги в кошелек можно разными способами, например, при помощи карт предоплаты или банковских операций. После регистрации в системе и пополнения своего кошелька пользователь получает возможность оплачивать товары и услуги организаций, подключенных к системе.

В течение анализируемого года соотношение **количества платежей** за товары и за услуги не изменилось. Платежи за товары составляли 4% от общего количества платежей как в июне 2006 года, так и в июне 2007 года.

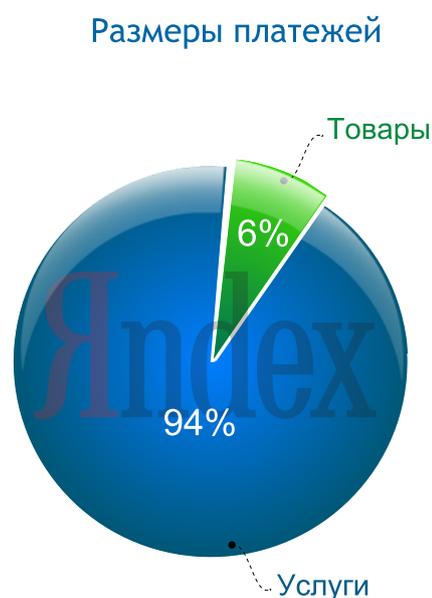
Соотношение **размеров платежей** за товары и за услуги изменилось незначительно. Если год назад за товары было заплачено 5% от всего объема платежей, то сейчас — 6%. Можно сделать вывод, что интерес пользователей к товарам остается на прежнем уровне, но теперь они готовы платить электронными деньгами за более дорогие вещи.

Рис.2. Соотношение количества платежей за товары и услуги



По данным системы Яндекс.Деньги
(июнь 2006 — июль 2007)

Рис.3. Соотношение размеров платежей за товары и услуги



По данным системы Яндекс.Деньги
(июнь 2006 — июль 2007)

1.2. Структура платежей

По данным Яндекса, российские пользователи электронных платежных систем чаще всего платят за сотовую связь. Каждый второй платеж в системе Яндекс.Деньги — за мобильный телефон.

Около 70% всех электронных платежей приходится на пять типов услуг. Кроме сотовой связи это: реклама, доступ к интернету, онлайн-игры и хостинг (см. рис.4). Еще 20% — это P2P-платежи (операции между кошельками пользователей, см. *Словарь терминов*). Оставшиеся 10% делят между собой книги и музыка (как на материальных носителях, так и в виде файлов), телевидение, информационные услуги (сюда также включены интернет-знакомства, статистика, переводы) и программное обеспечение. Платежи за покупки и подарки (то есть все товары, предлагаемые интернет-магазинами, кроме книг и музыки), страхование, курсы и тренинги, коммунальные услуги

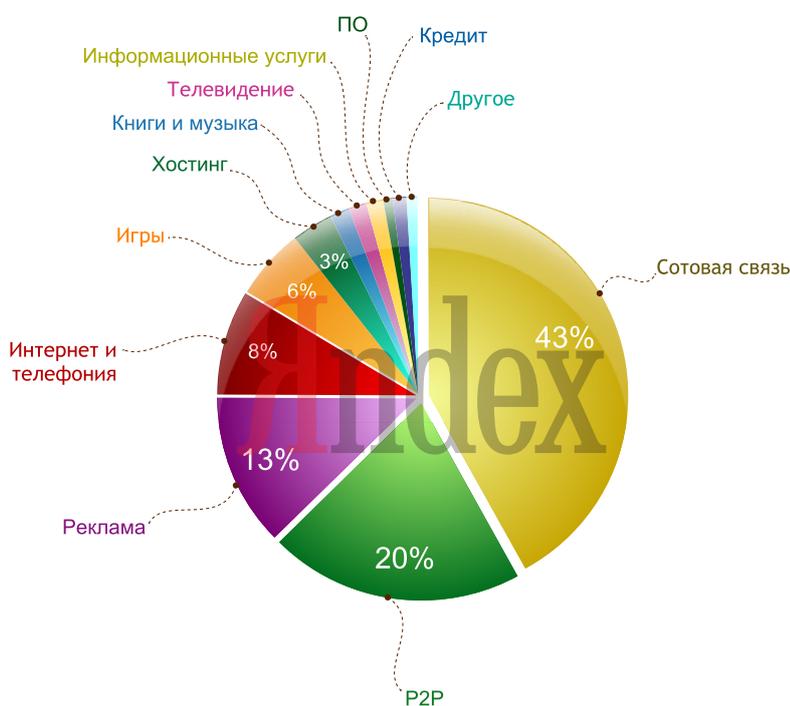
и взносы на благотворительность вместе составляют всего 1% от общего числа платежей. На рис. 4 платежи за эти товары и услуги объединены в один сегмент («Другое»).

Одна треть суммарного оборота системы Яндекс.Деньги приходится на P2P-платежи. 57% оборота распределяется между теми же пятью самыми популярными типами услуг. Объем платежей за «Покупки и подарки» (за технику, лекарства, косметику, одежду, обувь и т.п.) составляет 1% — столько же, сколько за программное обеспечение или информационные услуги (рис.5).

Самый большой рост оборотов за год (с лета 2006 года по лето 2007), как в абсолютных значениях, так и в относительных, у трех сегментов: информационных услуг, хостинга и программного обеспечения. Меньше всего — на 1% — увеличились объемы платежей за телевидение (рис.6).

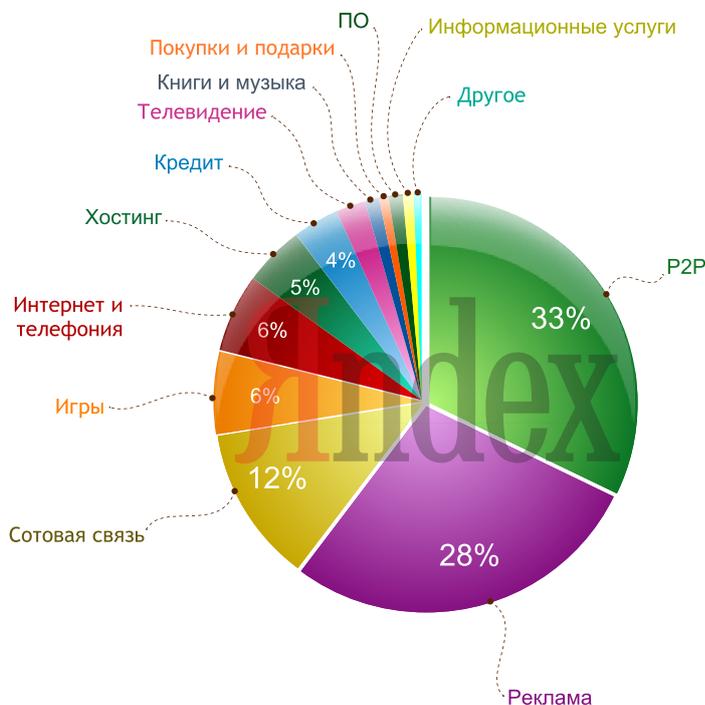
Хотя в абсолютном выражении за год оборот всего рынка электронных платежей в России вырос,

Рис.4. Распределение числа платежей по различным сегментам



По данным системы Яндекс.Деньги (лето 2006 — лето 2007)

Рис.5. Распределение объема платежей по различным сегментам



По данным системы Яндекс.Деньги (лето 2006 — лето 2007)

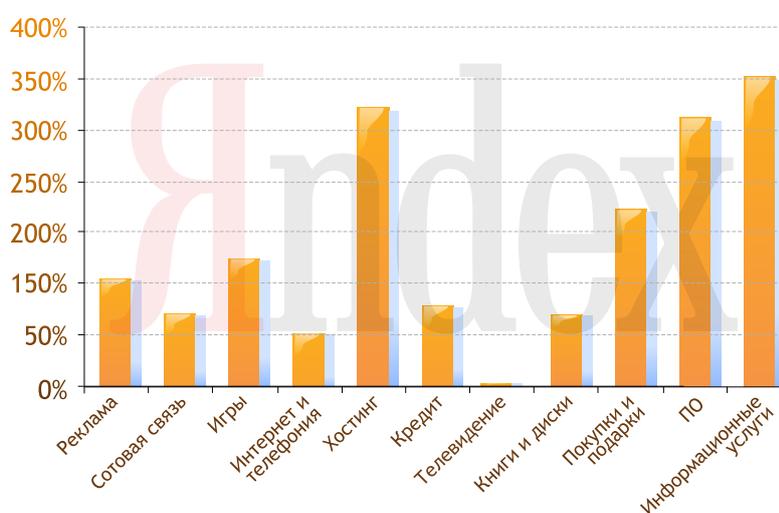
относительный рост наблюдается только у шести его сегментов (рис.7). По сравнению с общим ростом системы, объемы платежей за наиболее востребованные услуги — сотовую связь и интернет — уменьшились, а объемы платежей за товары (покупки и подарки) — увеличились. Рост объемов предоплаты в товарном сегменте связан, вероятно, с увеличением доверия к интернет-магазинам. Пользователи стали меньше бояться, что им доставят не тот товар или не доставят вообще.

Количество транзакций также выросло во всех сегментах. Сильнее всего увеличилось количество платежей за хостинг и за информационные услуги — в 3,3 и 3 раза соответственно.

1.3. Потребительская корзина

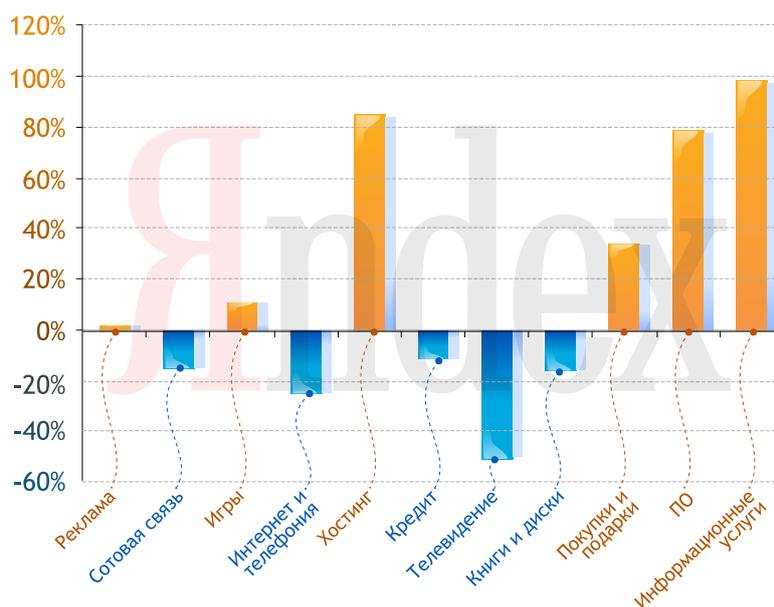
Самые «разносторонние» (платящие за товары и услуги наибольшего числа разных типов) пользователи — те, кто оплачивает электронными деньгами хостинг, рекламу и коммунальные платежи. Они пользуются в среднем товарами и услугами еще четырех различных сегментов рынка. Половина всех активных пользователей системы Яндекс.Деньги в течение последнего года платила за товары и услуги только одного типа (например, только за игры или только за

Рис.6. Рост оборотов



По данным системы Яндекс.Деньги (июнь 2006 — июль 2007)

Рис.7. Рост оборотов по сравнению с общим ростом системы



По данным системы Яндекс.Деньги (июнь 2006 — июль 2007)

рекламу) и **меньше одного процента** — пользовались товарами и услугами **десяти и больше разных типов** (рис.8).

Средний пользователь Яндекс.Денег за прошедший год платил **двум разным продавцам** (необязательно из разных сегментов рынка). Один из владельцев электронных кошельков использовал товары или услуги **31** различного поставщика — это рекордный показатель. Для людей, оплачивающих товары и услуги различных типов, характерны определенные привычки. Это позволяет рассмотреть «потребительские корзины» пользователей электронных денег.

Рис.8. Использование товаров и услуг разных типов



По данным системы Яндекс.Деньги (июнь 2006 — июль 2007)

Потребительские корзины основных сегментов выглядят следующим образом:

- Потребители сотовой связи**
 Плательщики за мобильный телефон — самая многочисленная группа пользователей платежных систем. 24% пользователей, оплачивающих мобильный телефон, платит также за услуги интернет-провайдеров. Еще 12% платит за хостинг.
- Рекламодатели и клиенты веб-студий**
 46% покупателей интернет-рекламы и услуг веб-студий оплачивают сотовую связь, 27% — хостинг, 24% — интернет и телефонию.
- Пользователи интернета**
 51% плательщиков за интернет и IP-телефонию платят за мобильную сотовую связь, 14% — за хостинг, 11% — за рекламу.
 Хостинг оплачивают, главным образом, пользователи «Гарант-Парк-Телеком» (parkline.ru), «Корбины Телеком» и компании «Зенон Н.С.П.».
- Игроки**
 Люди, играющие в игры, — самая «закрытая» группа пользователей. Кроме игр они практически ничем не интересуются. 36% игроков платит за сотовую связь, однако во всех других группах этот показатель еще выше, поскольку мобильная связь — самое популярное направление.
 Наиболее популярны (и по количеству и по объемам платежей) «Территория», «Легенда: Наследие драконов», «RF-online» и «Дозоры».

- **Пользователи хостинга**
57% пользователей, оплачивающих хостинг при помощи электронных денег, платит также за сотовую связь. 32% платит за доступ в интернет (предпочитая «Стрим» от компании «Комстар-Директ»), а 28% — за рекламу. Можно предположить, что за доступ к интернету платят владельцы «домашних» интернет-проектов, а за рекламу — предприниматели.
- **Покупатели программного обеспечения**
55% покупателей программ платят электронными деньгами за сотовую связь, 30% — за интернет, 20% — за книги и музыку.
90% всех покупок совершается в магазине «Софткей» — там делают покупки даже 17% покупателей магазина «АНК.ру» (второго по популярности) и 32% «СофтЛайн Интернет Трейд» (третьего по популярности).
- **Квартиросъемщики**
Пользователи, которые платят электронными деньгами за услуги ЖКХ, наиболее активны. Почти никто не платит только за ЖКХ — 95% пользователей этой группы оплачивают сотовую связь. Кроме того, 62% платят за интернет и телефонию, по 24% — за хостинг и книги, 18% заказывает рекламу, 17% оплачивает телевидение и 13% совершают покупки в интернете.

1.4. Средняя стоимость товаров и услуг

Наиболее дорогая категория среди всех товаров и услуг — техника (сотовые телефоны, фотоаппараты, КПК, ноутбуки и т.п.). Средний размер одного платежа в этой категории — **5000** рублей. Хотя некоторые пользователи и оплачивают электронными деньгами дорогую технику, большинство предпочитает вносить предоплату за более простую и недорогую технику.

На втором месте — цветы. Средняя стоимость одного букета, купленного в прошедшем году (с июня 2006 до июня 2007), составляет почти **4000** рублей. Самый прибыльный месяц для продавцов цветов — не март, когда, казалось бы, цветы принято дарить всем женщинам, а сентябрь. С чем это связано — с началом осени или с началом учебного года, неизвестно. В марте 2007 года букеты покупали в два раза больше, чем в другие месяцы, но средняя мартовская стоимость заказа ниже среднегодовой — 3500 рублей. В то же время средняя стоимость одного цветочного заказа в сентябре 2006 года достигала 7000 рублей.

Таблица 1. Динамика средних сумм

Сегмент	Разница
Книги и диски	+ 49%
Информационные услуги	+ 36%
ПО	+ 35%
Реклама	+ 18%
Покупки и подарки	+ 13%
Хостинг	+ 11%
Сотовая связь	+ 1%
Игры	- 13%
Кредит	- 19%
Телевидение	- 32%
Интернет и телефония	- 42%

По данным системы Яндекс.Деньги (июнь 2006 — июль 2007)

Третье место среди самых дорогих товаров и услуг занимают **покупки одежды и обуви**. Средний счет за одежду превышает **3600** рублей.

Самые маленькие платежи совершаются **за сотовую связь**. В среднем пользователь Яндекс.Денег кладет на свой телефон за один раз **180** рублей. В течение последнего года эта сумма практически не изменилась, то есть затраты пользователей на сотовую связь стабильны. Одна из причин этого — в том, что на счет мобильного телефона удобно положить небольшую сумму электронных денег, оставшихся после оплаты «серьезного» заказа. Средняя сумма платежа за технику в течение года возросла на 25%. Услуги интернет-провайдеров, наоборот, в среднем значительно подешевели — более чем на 40%. Более подробно динамика средних сумм основных типов товаров и услуг показана в таблице 1.

2. История платежей

Средний пользователь Яндекс.Денег пополняет свой интернет-кошелек раз в два месяца. Два раза в квартал он совершает платежи за товары и услуги, а **P2P-операции** — только раз в восемь месяцев.

Свой **первый платеж** после регистрации в системе владельцы электронных кошельков чаще всего совершают **за сотовую связь**. 38% плательщиков за мобильную связь зарегистрировались в системе Яндекс.Деньги специально для того чтобы оплачивать услуги сотовых операторов электронными деньгами.

При этом больше половины людей из числа тех, кто сейчас платит электронными деньгами за услуги провайдеров интернета и онлайн-игр, совершили свои первые платежи за них, то есть для этого и завели себе кошельки (по 56% на каждое из этих направлений).

80% тех, кто однажды оплатил электронными деньгами телефон, продолжает это делать и сейчас. Кроме этого, **наибольшую привязанность** у пользователей **вызывает оплата игр, рекламы и жилищно-коммунальных услуг**. За игры, рекламу и ЖКХ продолжают платить соответственно **76%, 68% и 67%** пользователей, хотя бы один раз оплативших эти услуги. Реже всего повторяются переводы на благотворительные нужды и платежи за прессу — только одна треть и одна четверть пользователей соответственно.

2.1. Пополнение личного счета

В первом полугодии 2007 года каждый пользователь пополнял свой кошелек в среднем три раза. Средняя сумма одного зачисления — 1300 рублей. Обычно каждый день происходит около семи тысяч пополнений.

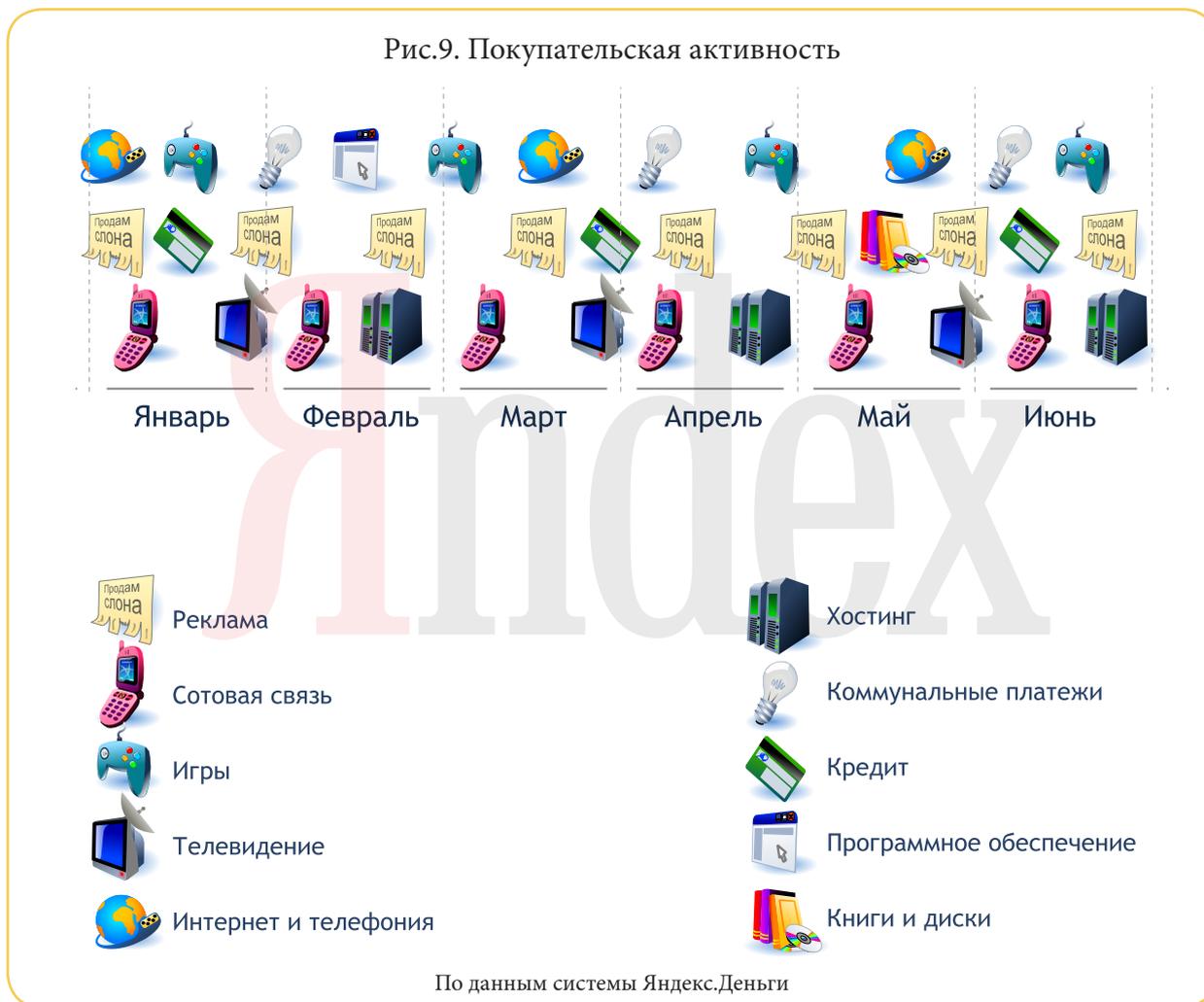
2.2. Операции между кошельками

По данным Яндекса, **45%** активных пользователей хотя бы раз использовали возможность совершения **P2P-операций**. Каждая десятая электронная транзакция — это **P2P-операция**.

В июле 2007 года каждый день совершалось около 1800 операций между кошельками. Средний размер одного перевода — около 1000 рублей.

2.3. Покупательская активность среднего пользователя

На рис. 9 показаны платежи, наиболее характерные для пользователя Яндекс.Денег в 2007 году. Раз в месяц такой условный пользователь платил за мобильную связь. Еще чаще, восемь раз за шесть месяцев, — оплачивал счета за рекламные и дизайнерские услуги. Четырежды оплатил игры, и трижды — доступ в интернет, хостинг, телевидение и жилищно-коммунальные услуги. Также три раза он вносил задолженность по кредиту. Товары — программное обеспечение и книги — покупались только по одному разу.



Приложение 1. Основные цифры и факты

На июль 2007 года в платежной системе Яндекс.Деньги зарегистрировано более **полутора миллионов пользователей**, при этом в **2006 году** электронные кошельки завело почти **в три раза больше людей, чем в 2005**. Активность пользователей растет — количество транзакций в июле 2007 года более чем в 2 раза превышает аналогичное количество в июле 2006 года.

Одна треть суммарного оборота системы приходится на P2P-платежи. Около 70% всех платежей и 60% суммарного оборота приходится на пять типов услуг — **сотовая связь, интернет-реклама, игры, доступ в интернет и IP-телефония, хостинг.**

Оплата услуг электронными деньгами гораздо популярнее оплаты товаров. Тем не менее, объемы и количество платежей в товарном сегменте увеличиваются. Это связано с ростом доверия интернет-магазинам.

Самый большой рост за год (с июня 2006 года до июля 2007), как в абсолютных значениях, так и в относительных, **демонстрируют** три сегмента рынка: **информационные услуги** (в том числе интернет-знакомства, интернет-статистика, переводы и т.п.), **хостинг и программное обеспечение.**

Чаще всего пользователи электронных платежных систем **платят за сотовую связь.** Платежи за телефон часто совершаются заодно с оплатой других услуг и товаров, когда остаток в электронном кошельке пользователя слишком мал для оплаты более «серьезных» заказов.

Больше половины людей из числа тех, кто сейчас платит электронными деньгами за услуги провайдеров **интернета и онлайн-игр**, завели себе кошелек специально для этого (**по 56%** на каждое из этих направлений).

80% тех, кто однажды оплатил электронными деньгами **телефон**, продолжает это делать и сейчас. Кроме этого, наибольшую привязанность у пользователей вызывает оплата игр, рекламы и жилищно-коммунальных услуг. За **игры, рекламу и ЖКХ** продолжают платить соответственно **76%, 68% и 67%** пользователей, хотя бы один раз оплативших эти услуги.

Приложение 2. Словарь терминов

Виртуальный счет — учетная запись в базе данных платежной системы, содержащая сведения о количестве денег, внесенных пользователем, истории платежей и т.п. При создании виртуального счета ему присваивается уникальный идентификационный номер.

Электронный кошелек — программа, позволяющая управлять средствами, учтенными на виртуальном счете пользователя.

Система электронных платежей — совокупность методов, договоренностей и технологий, обеспечивающая возможность проведения платежей между участниками системы через интернет.

P2P-платеж — уступка одним пользователем другому права на какую-то часть суммы на своем виртуальном счете.

Ввод средств — внесение платежа, предназначенного для оплаты товаров и услуг, оператору платежной системы, после чего платеж учитывается на виртуальном счете пользователя.

Вывод средств — возврат внесенных ранее в систему денежных средств на счет в банке. После этого их можно забрать наличными.

Аналитическая группа департамента маркетинга
компании «Яндекс»
analyst@yandex-team.ru