



Жизнь в Сети. Как россияне покупают, платят и зарабатывают деньги

Исследование PayPal и Data Insight

Результаты опроса, проведенного среди российских пользователей интернета
Март 2017

Основные тезисы

#1

Рост аудитории
eCommerce
продолжается

#2

Онлайн-платежи –
драйвер других
практик

#3

Безналичные
платежи активно
теснят наличные

#4

Интернет – канал
коммерческого
взаимодействия
между людьми

#5

Мобильные платежи
и покупки дополняют
«десктопные»

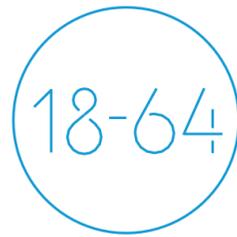
Вкратце об исследовании

Цель:

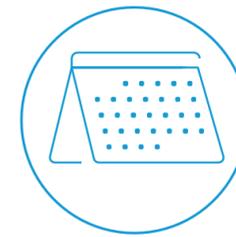
оценить изменения в поведении потребителей в России в сфере покупок и платежей



**Объем
выборки**
N=4014



**Возраст
респондентов**
18–64 года



**Даты проведения
исследования**
6–15 февраля 2017 г.*



Методика опроса
онлайн, две выборки

- Выборка А: n=3003, онлайн-панель
- Выборка Б: n=1011, поточная выборка



География опроса
Россия, все типы населённых пунктов



Квотная выборка
Квоты по полу и возрасту, квоты по макрорегионам

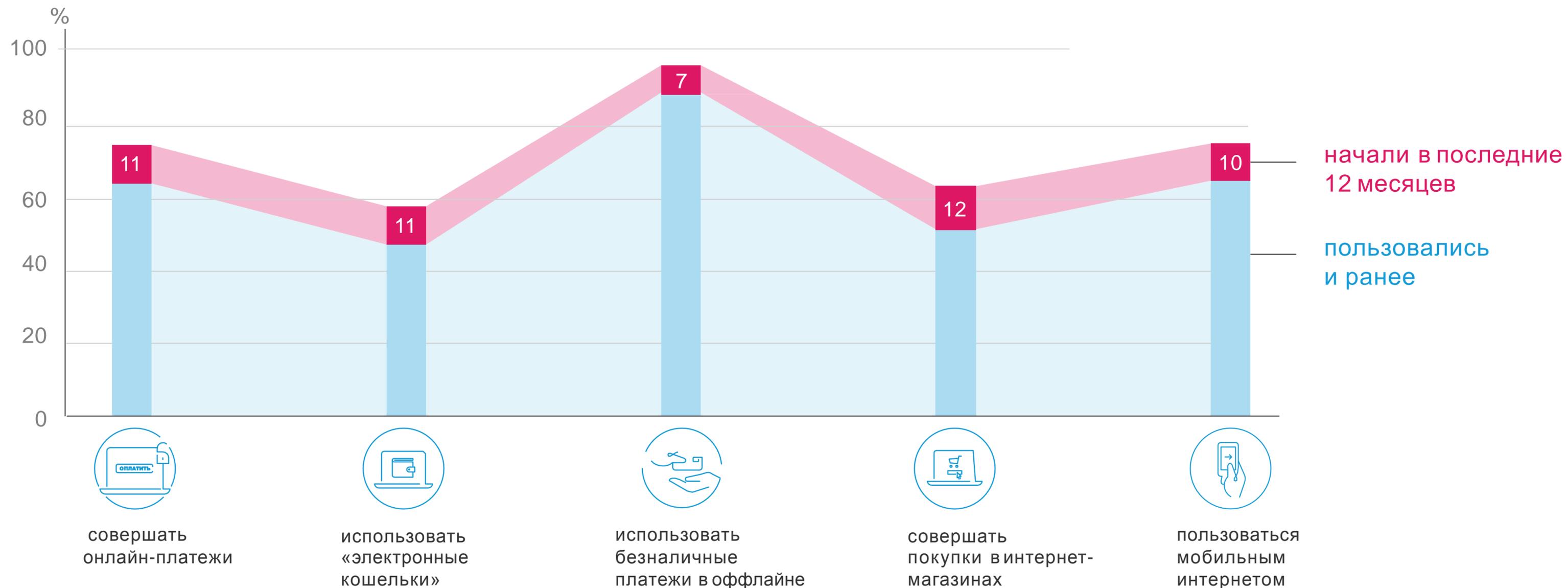
* предыдущие опросы: 13.02-19.02.2014, 24.02-05.03.2015, 04.02-10.02.2016

#1

Рост аудитории eCommerce продолжается – несмотря на то, что количество пользователей интернета почти не увеличивается

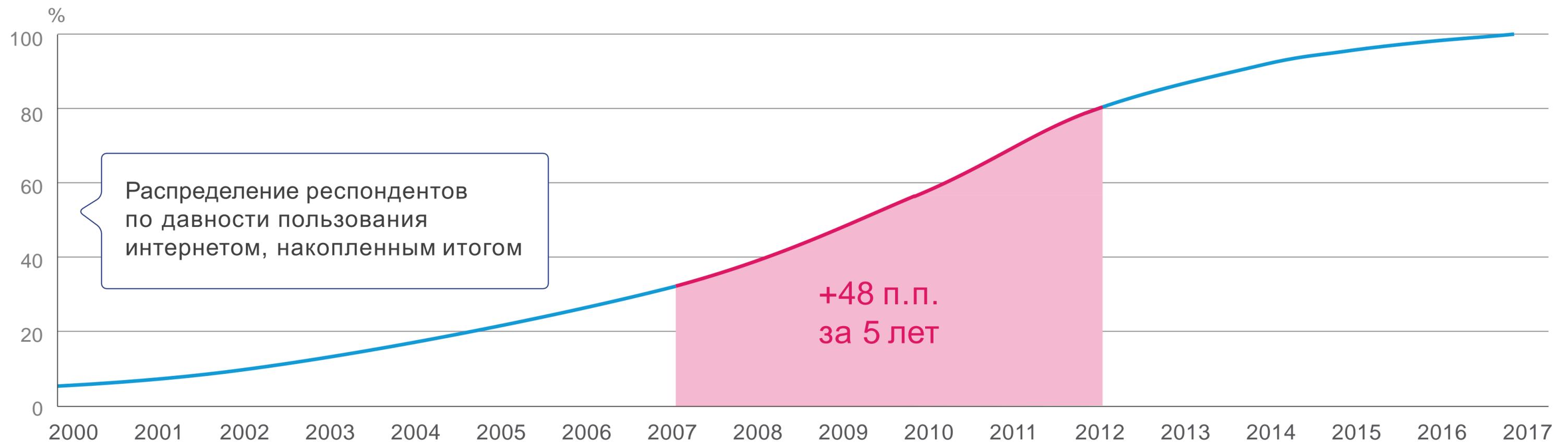
Рост продолжается

Новые практики: от 7% до 12% интернет-пользователей говорят, что они только в последние 12 месяцев начали...



...несмотря на то, что новых интернет-пользователей все меньше

Как давно Вы начали пользоваться интернетом?



Частные продажи через интернет – среди ключевых зон роста

Что из этого Вы, вероятно, начнете делать в ближайшие 12 месяцев через интернет?



выяснить, где в продаже есть нужный товар, и выбрать место покупки

17%



покупать товары по объявлениям частных лиц

16%



заказывать товары в российских интернет-магазинах

16%



продавать что-либо

16%



использовать онлайн-платежи для оплаты товаров и услуг

14%



#2

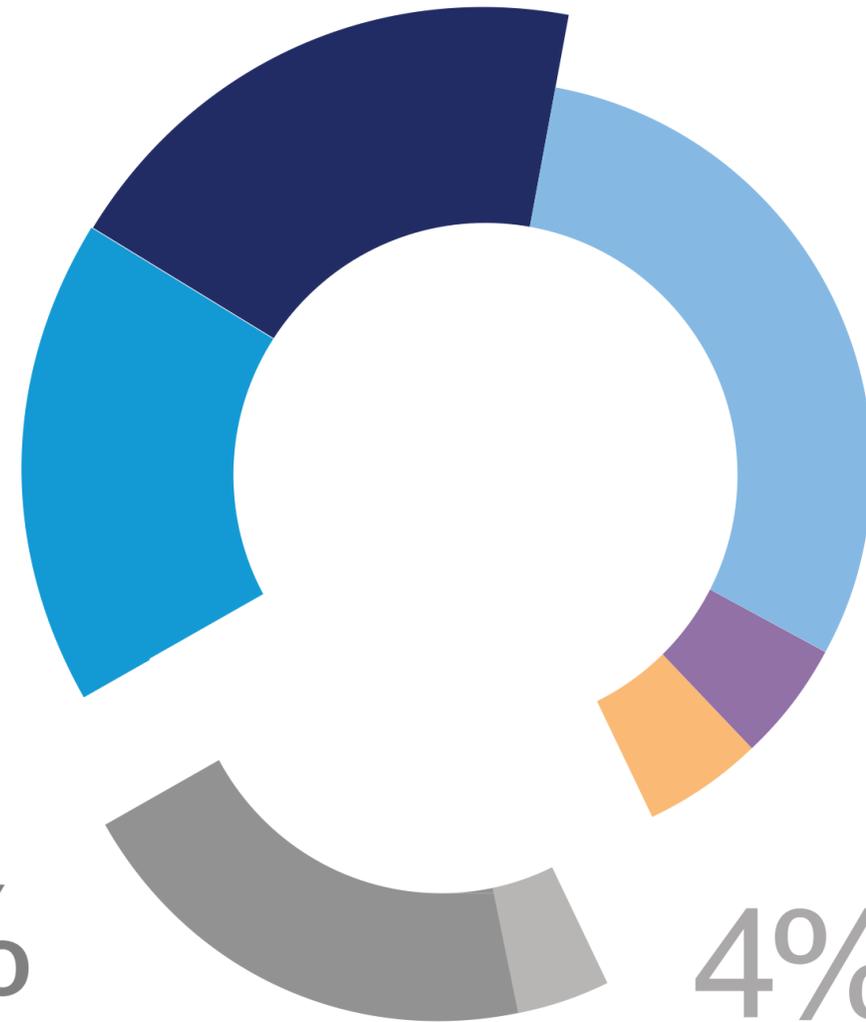
Онлайн-платежи – драйвер других практик,
в том числе и покупок в интернет-магазинах

Онлайн-платежи осваивают раньше онлайн-покупок

19%
начали совершать онлайн-платежи раньше, чем онлайн-покупки

17%
совершают только онлайн-платежи, но не онлайн-покупки

20%
не совершают ни онлайн-платежи, ни онлайн-покупки



30%

одновременно начали совершать онлайн-платежи и онлайн-покупки

5%

начали совершать онлайн-покупки раньше, чем онлайн-платежи

5%

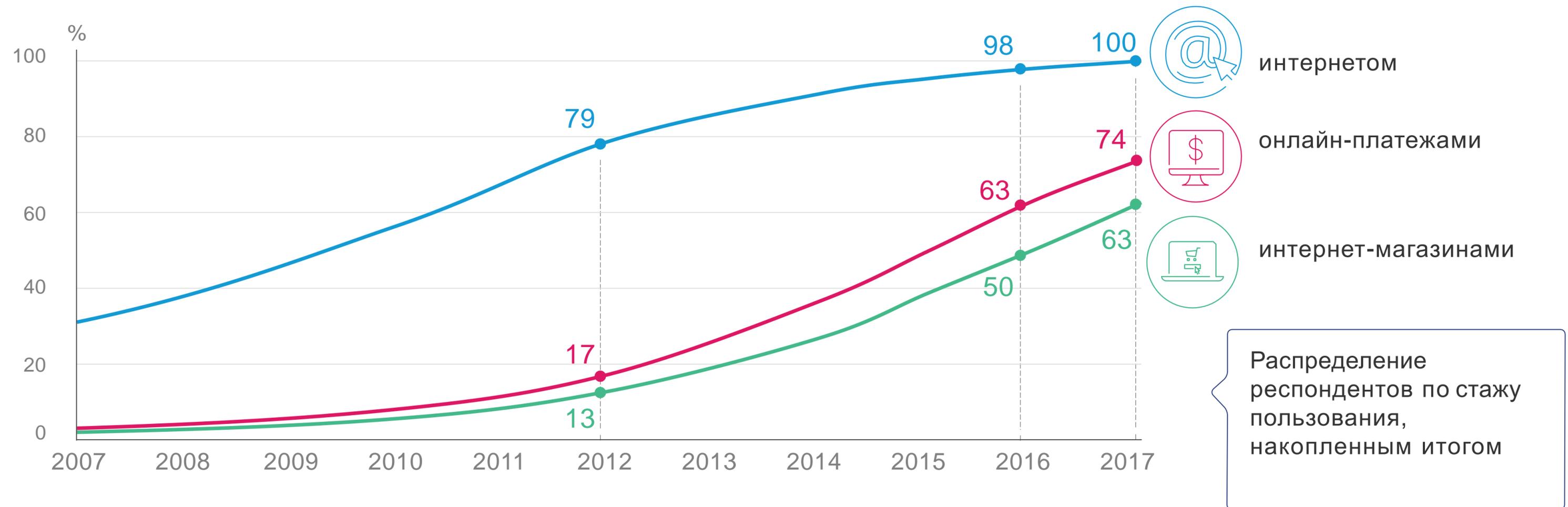
совершают только онлайн-покупки, но не онлайн-платежи

4%

затруднились ответить

Онлайн-платежи и покупки охватывают все большую часть интернет-аудитории

Как давно Вы начали пользоваться...?

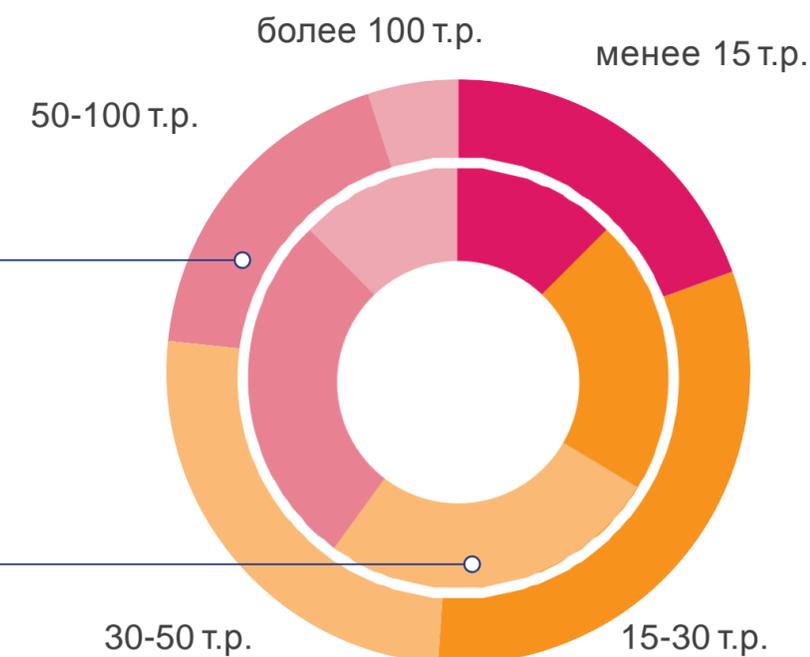


Онлайн-платежи перестают быть сервисом только для «продвинутых»



Новые пользователи онлайн-платежей (стаж менее 2 лет)

Прочие пользователи онлайн-платежей (стаж более 2 лет)



25% новых пользователей онлайн-платежей живет в небольших городах

Более, чем у **50%** пользователей доход меньше 30 тыс. р. в месяц на семью

#3

| Безналичные платежи активно теснят наличные

Только ~1/3 денег на текущие расходы - это наличные



На основной рублевой дебетовой карте

61%



На других дебетовых картах

11%



Доступный лимит по кредитным картам

12%



В «электронных кошельках»

7%



На счете мобильного телефона

9%

В среднем из 10 000 рублей на текущие расходы

6 360 рублей

хранятся в безналичном виде*

* в 2016 году 6 250 рублей, в 2015 году 6 180 рублей

Большинство верит, что эпоха наличных скоро кончится

Как скоро вы сможете отказаться от наличных?



47%

Почти половина считает, что через 10–15 лет они перестанут пользоваться наличными

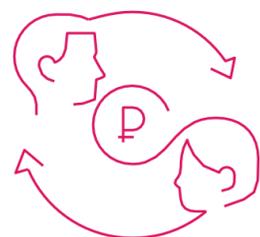


#4

Для все большей части пользователей интернет – это канал коммерческого взаимодействия с другими людьми, а не только с бизнесами

P2P переводы активно растут

Пользовались
p2p-переводами



75%



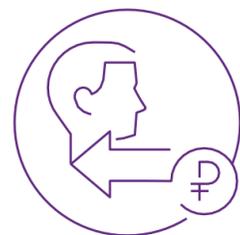
Отправляли денежные
онлайн-переводы



69%



Получали денежные
онлайн-переводы



56%



12%

раз в неделю
и чаще

39%

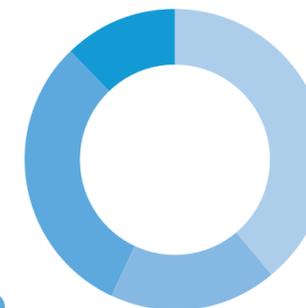
несколько раз
в год и реже

31%

один или
несколько раз
в месяц

18%

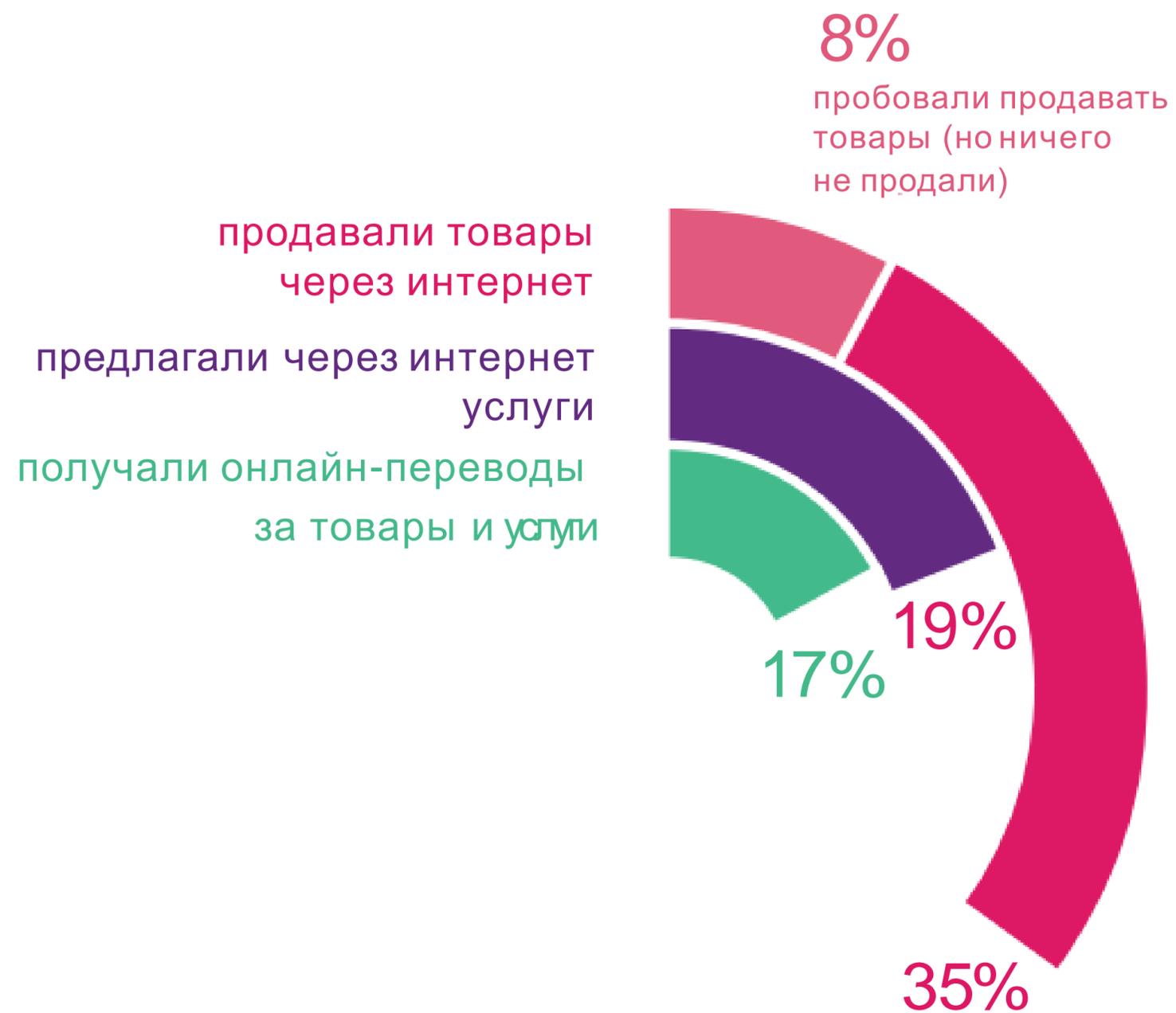
раз в два-три
месяца



За что мы отправляем деньги друг другу



Не только потребление, но и заработок



50%

В совокупности почти каждый второй использует, использовал или пробовал использовать интернет для продажи товаров и услуг и получения платежей за них

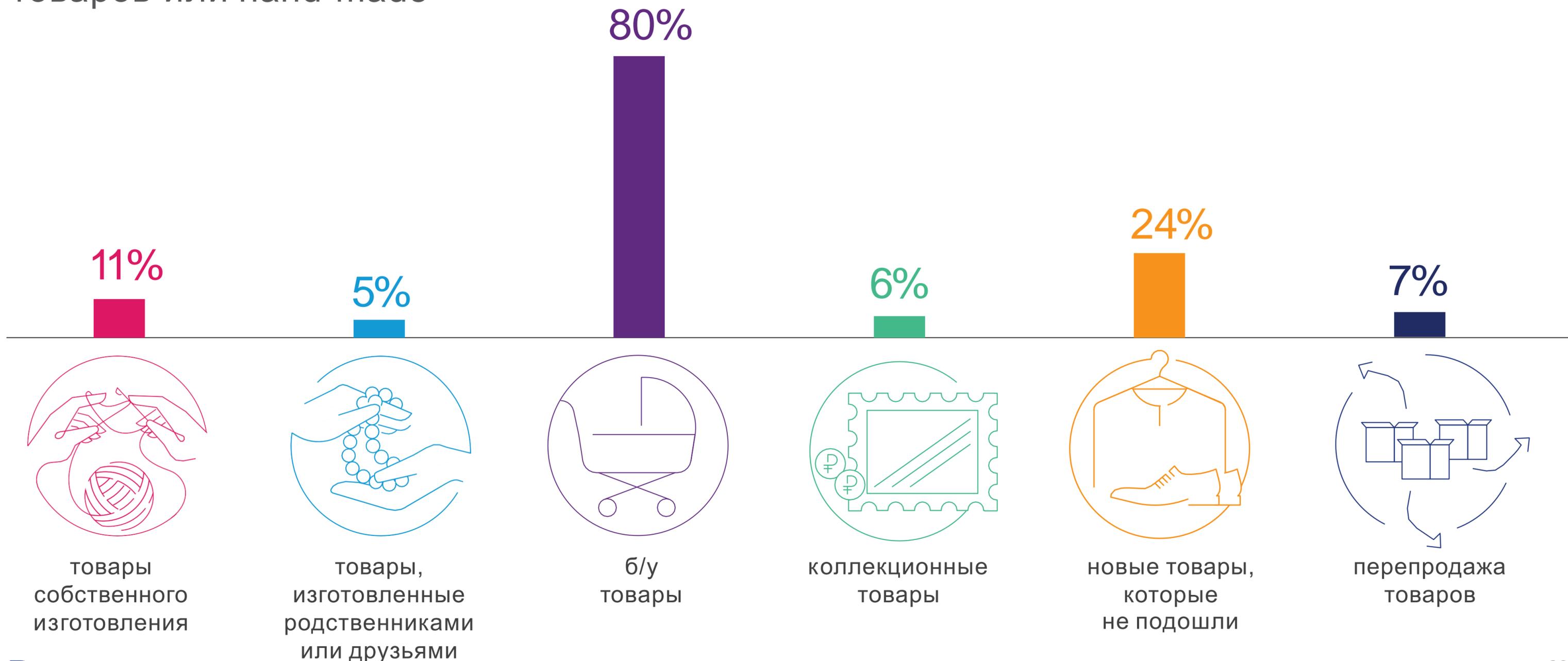
Продажи в Сети – хобби молодых и успешных

Сегменты аудитории с наибольшей долей лиц, имеющих опыт онлайн-продаж

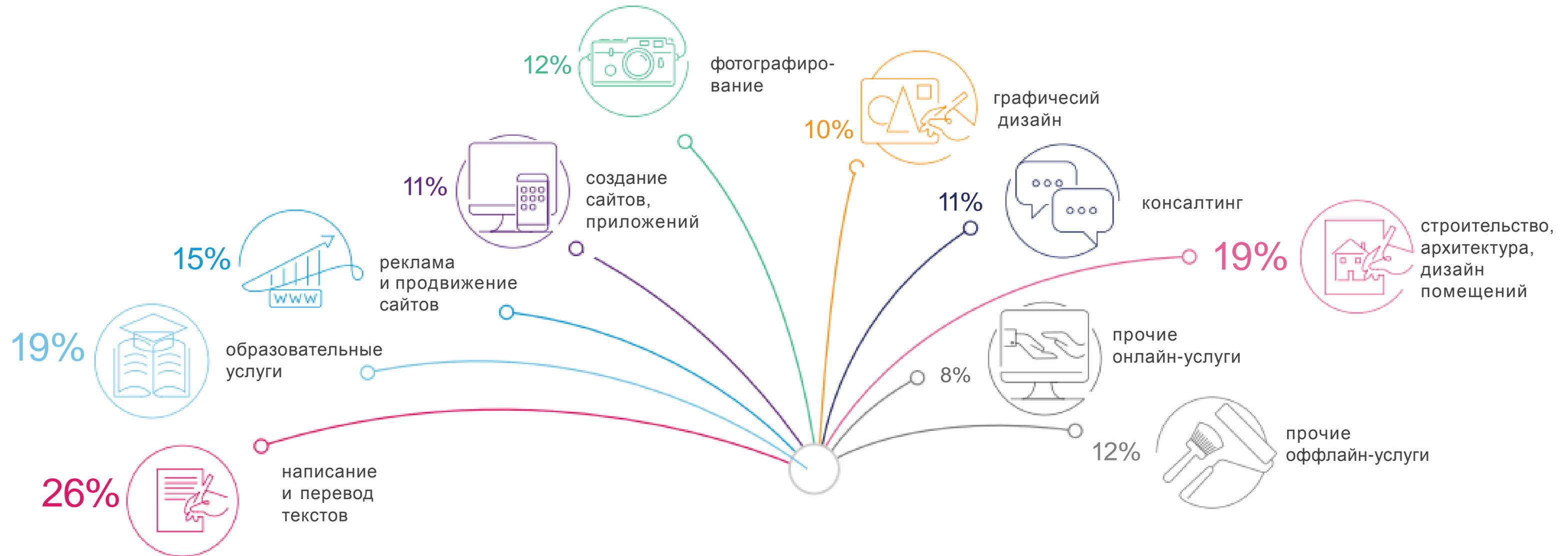


Не только б/у товары

41% частных продавцов имеют опыт продаж новых товаров, коллекционных товаров или hand-made



Самые массовые онлайн-услуги – написание и перевод текстов



Непрофессиональные продажи ДОМИНИРУЮТ

Продажа товаров или услуг через интернет для Вас – это ...

Все продавцы, %



Продавщие что-либо кроме б/у товаров, %

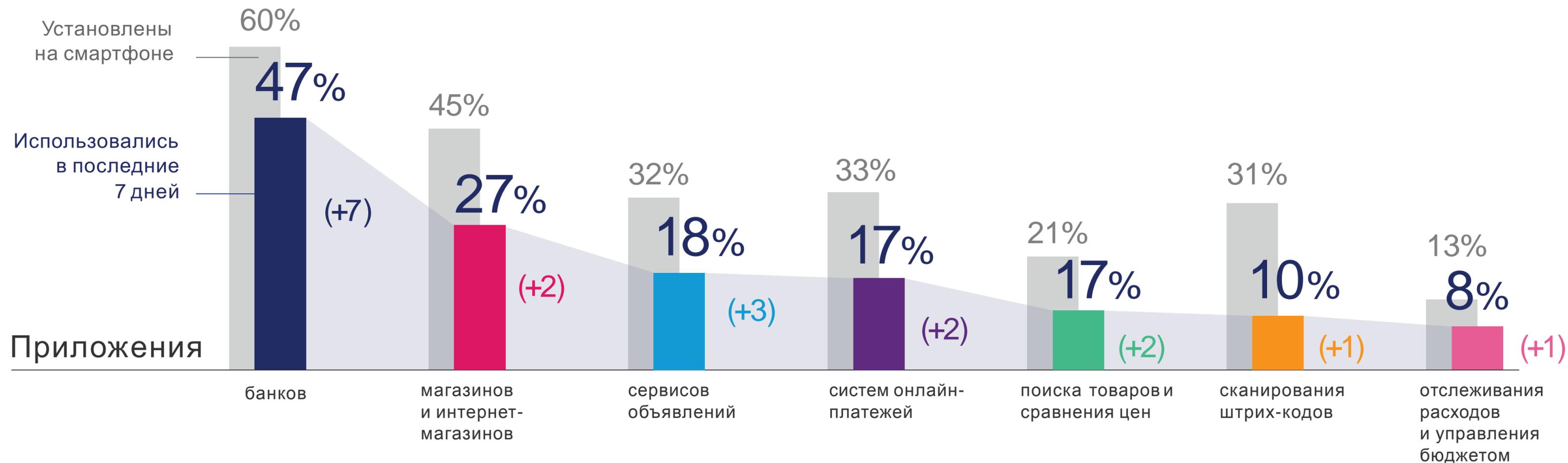
#5

Мобильные платежи и покупки уже освоены –
но они не вытесняют «десктопные», а дополняют их

Как мы считаем деньги на смартфонах?



66% всех владельцев смартфонов используют приложения для платежей и покупок



Каждая пятая онлайн-покупка делается со смартфона

Пользователи смартфонов (76% опрошенных):
устройство, использованное ими для
последней по времени онлайн-покупки



36%

хотя бы раз за год
покупали со смартфона

18%

всех онлайн-покупателей
последнюю по времени
покупку делали со смартфона

через
приложение

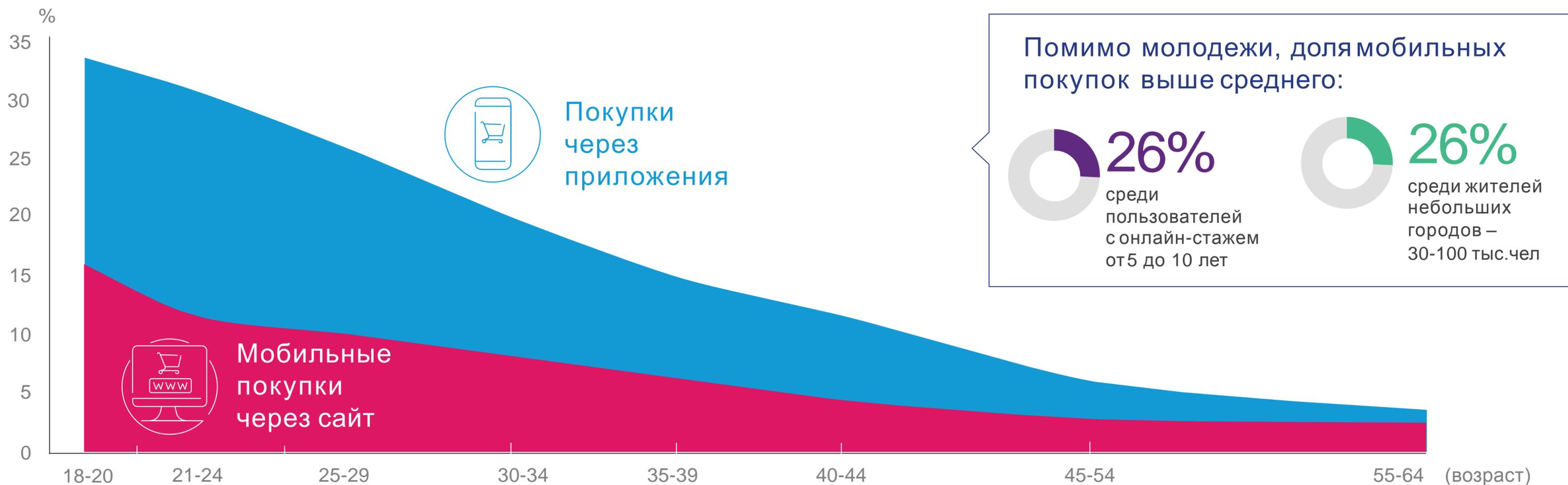
58%

через
браузер

42%

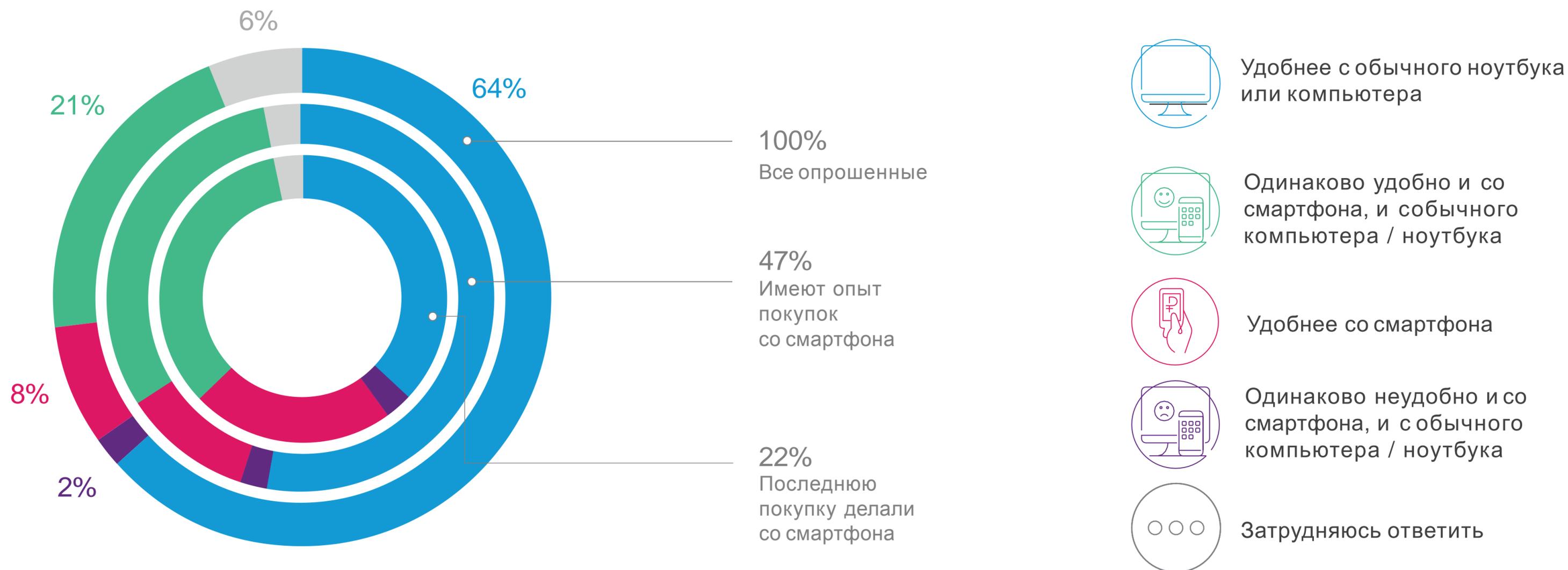
Для молодежи до 25 лет смартфон – устройство №1 для онлайн-покупок

Доля покупок со смартфона в зависимости от возраста



Для большинства по-прежнему удобнее покупки с «большого экрана»

На Ваш взгляд, как удобнее совершать покупки в интернет-магазинах?



Исход «войны» между смартфонами и компьютерами еще не решен

Многое будет зависеть от удобства сайтов

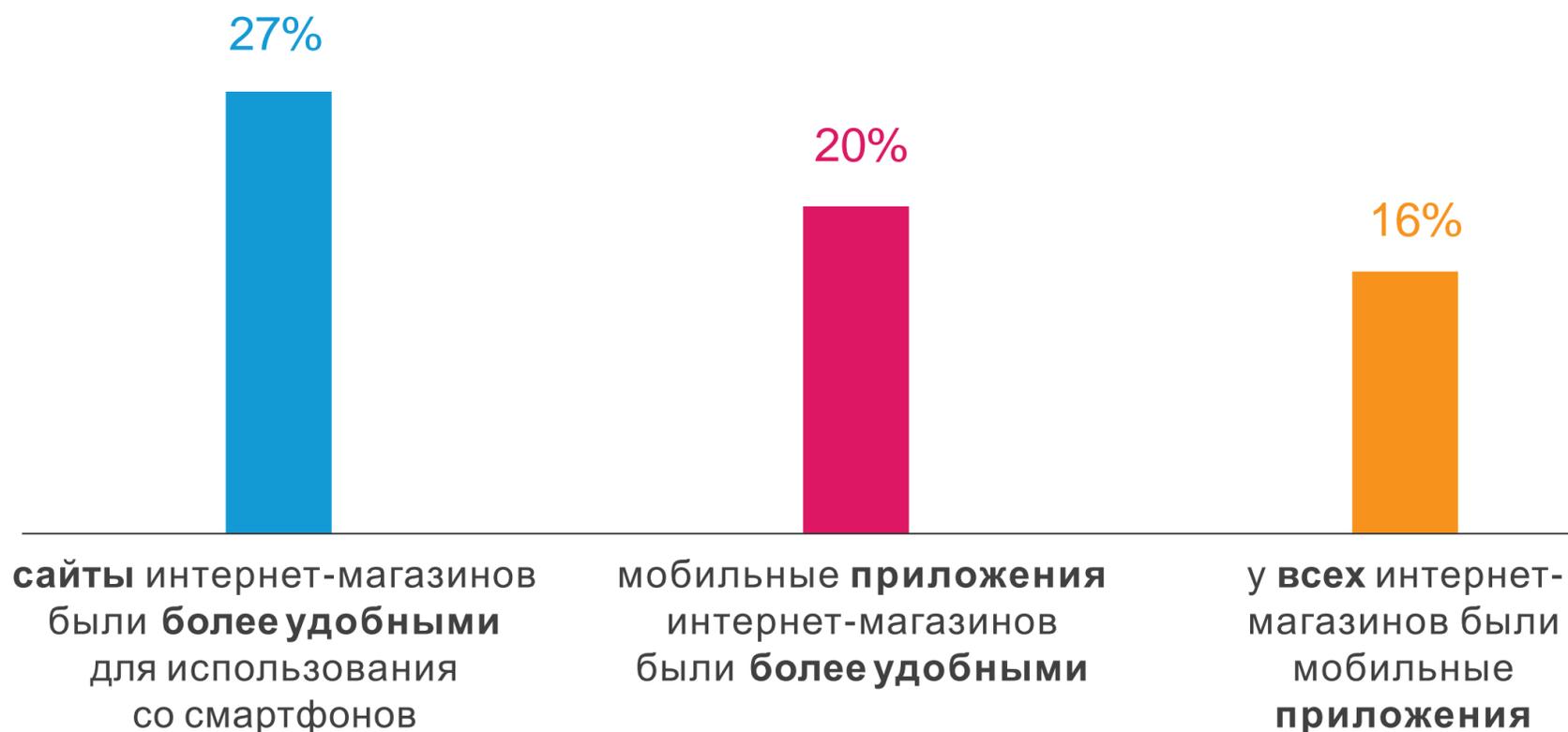
Предполагают, что большинство интернет-покупок через 5 лет будут делать

16% / 15%

со смартфонов / с ноутбуков

Большинство не определилось

Люди чаще покупали бы со смартфона, если бы...



Итого самое важное

#1

Рост аудитории
eCommerce
продолжается

#2

Онлайн-платежи –
драйвер других
практик

#3

Безналичные
платежи активно
теснят наличные

#4

Интернет — канал
коммерческого
взаимодействия
между людьми

#5

Мобильные платежи
и покупки дополняют
«десктопные»

