

Citi: россияне все больше тратят за рубежом

Спад потребительской активности, отмечаемый во многих странах мира, пока не нашел отражения на российском рынке, утверждают аналитики

Объем операций россиян за рубежом в этом году вырастет на 19% к уровню 2011 г. и составит 1,5 трлн руб., прогнозирует Citi. Долю платежей своих клиентов за границей с использованием кредитных карт Citi оценивает в 23% от всех операций.

Спад потребительской активности, отмечаемый экономистами во многих странах мира, пока не нашел своего отражения на российском рынке: мы наблюдаем динамичный рост операций по кредитным картам, включая покупки в интернете, отмечает член совета директоров ЗАО КБ «Ситибанк» Михаил Бернер.

По данным Citi, самые крупные операции в этом году российские туристы совершали во Вьетнаме, Швейцарии и Индии: размер средней транзакции составил 12 300, 11 900 и 9400 руб. соответственно.

Россияне все активнее используют интернет-торговлю для приобретения товаров и услуг, показывают данные Citi: с 2007-2012 гг. объем интернет-трат за границей вырос в полтора раза, к 2014 г. на онлайн-платежи будет приходиться более 50% от всех транзакций по банковским картам за рубежом.

Список стран, где больше всего тратят россияне, расплачиваясь картами, возглавляют США - 16,9%, в 2011 г. доля платежей через интернет в этой стране составила 64%, а предварительным данным на 2012 г. - 57%. В этом году россияне стали больше тратить в Великобритании, Франции, Швейцарии и Австрии, меньше - в Италии (доля снизилась с 9,9% до 7,7%) и Испании (5,7% и 3,7%).

Структура расходов россиян за рубежом в этом году практически не изменилась, отмечает Citi: главными статьями расходов остаются проживание, одежда и авиабилеты. Но их доля немного сократилась: гостиниц - с 22,3 до 20,4%, одежды и обуви - 17,2 до 16,7%, авиалиний - 10,1 до 9,2%.

У москвичей второй после авиалиний категорией расходов в США оказывается «одежда и обувь» (15% от общего объема), а у петербуржцев - «бытовая техника» (12%). В Великобритании самая крупная статья расходов москвичей - «одежда и обувь» (19%), у петербуржцев - «туристические агентства» (27%), в Италии жители обоих городов активнее всего покупают обувь (28% и 37% соответственно).

Исследование Citi показало рост активности платежей по кредитным картам за рубежом среди женщин: она выросла до 35% всех операций, основная статья расходов - «одежда и обувь» (33% против 17% у мужчин). Любимая страна для покупок среди женщин - Великобритания (20% от операций за границей), у мужчин - США (30%).

Екатерина КРАВЧЕНКО