شاپرک
شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (سهامی خاص)

بولتن اقتصادی شاپرک

فروردین ماه ۱۳۹۵

شماره ۱۰

بسم الله الرحمن الرحیم

فهرست مطالب

فهرست مطالب ۱

۱. مقدمه ۳

۲. شاخص‌های عمده اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه ۴

۳. جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی ۶

۳,۱. نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی ۷

۳,۱,۱. نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی ۹

۳,۱,۲. مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرکی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی ۱۰

۳,۲. قیاس ارزش تراکنش‌های شاپرک و GDP در طول زمان ۱۱

۳,۳. نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک کارتی به GDP ۱۳

۴. شاخص‌های عملکردی شاپرک در فروردین ماه ۱۳۹۵ ..... ۱۵

۴,۱. آمار عملکردی شاپرک ۱۵

۴,۱,۱. آمار تعداد و ارزش تراکنش‌های شاپرک ۱۶

۴,۱,۲. رشد حقیقی ارزش تراکنش‌های شاپرکی ۱۷

۴,۱,۳. عملکرد شبکه شاپرک در توزیع ابزار پذیرش ۱۹

۴,۱,۴. عملکرد هر ابزار پذیرش به لحاظ تعداد و مبلغ تراکنش‌ها ۲۱

۴,۱,۵. عملکرد شاپرک به ازای نوع خدمت ۲۴

۴,۲. کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارتی ۲۶

۴,۲,۱. درصد تراکنش‌های موفق به کل تراکنش‌ها ۲۷

۴,۲,۲. آنالیز خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها ۲۸
۴,۲,۳. دسترس‌پذیری حس شده خدمات ۳۰
۴,۲,۴. آنالیز تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه ۳۱
۴,۳. نفوذ جغرافیایی ۳۲
۴,۳,۱. ضریب نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش ۳۲
۴,۳,۲. سرانه تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در کشور ۳۳
۴,۳,۳. تعداد و تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر استان ۳۴
۴,۳,۴. تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی ۴۱
۴,۳,۵. تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی در استان‌های کشور ۴۳
۴,۴. شاخص‌های پراکندگی مبلغی تراکنش‌ها ۴۴
۴,۴,۱. نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنشها ۴۴
۴,۴,۲. دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی ۴۶
۵. شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیکی کارت در فروردین ماه ۱۳۹۵ ..... ۴۷
۵,۱. شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP) ۴۷
۵,۱,۱. سهم بازار هر یک از شرکت‌های PSP بر حسب تعداد و مبلغ تراکنش‌ها ۴۸
۵,۱,۲. سهم هر یک از شرکت‌های PSP از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش ۴۹
۵,۱,۳. سهم هر یک از شرکت‌های PSP از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی در استان‌ها ۵۳
۵,۱,۴. اندازه گیری تمرکز بازار با استفاده از شاخص هرفیندال- هیرشمن ۵۵
۵,۱,۵. شاخص اثربخشی کارتخوان فروشگاهی ۵۸
۵,۲. سهم بازار بانک‌ها ۶۰
۵,۲,۱. سهم بازار پذیرندگی ۶۰
۵,۲,۲. سهم بازار صادرکنندگی ۶۹
۶. جمع‌بندی ۷۵
۷. واژه نامه ۸۰
۷,۱. واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی ۸۰
۷,۲. اصطلاحات و شاخص‌های تخصصی اقتصادی ۸۶
۸. منابع ۸۹
فهرست شکل‌ها ۹۱
فهرست جداول ۹۳

۱. مقدمه

شرکت شاپرک به عنوان بازوی اجرایی بانک مرکزی ج.ا.ا. در سیاست‌گذاری و اعمال نظارت بر شبکه الکترونیکی پرداخت کارت[۱] کشور، نیاز به شناخت موقعیت کنونی صنعت پرداخت الکترونیک و اندازه‌گیری ابعاد مختلف فعالیت آن به وسیله شاخص‌هایی را دارد که وضعیت صنعت را نسبت به وضعیت مطلوب رصد نموده و در جهت تسریع حرکت در مسیر صحیح، با وضع الزامات و ضوابط اقدام نماید. لذا در این بولتن با توجه به ابعاد مختلف نظارتی این شرکت، شاخص‌های خاص هر بخش تدوین و مورد اندازه‌گیری و پایش مستمر ماهانه قرار خواهد گرفت. شاخص‌های این بولتن در سه بخش "جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی"، "شاخص‌های عملکرد ماهانه شاپرک" و نیز "شاخص‌های بازار" طبقه‌بندی می‌شود.

[۱] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۱

۲. شاخص‌های عمده اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه

در این بولتن شاخص‌های مختلفی جهت پایش وضعیت شرکت شاپرک معرفی و محاسبه شده‌اند. این شاخص‌ها در سه بخش زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

- جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی
- شاخص‌های عملکردی فروردین ماه
- شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارتی

در هر بخش شاخص‌های مختلفی برای اندازه‌گیری معرفی و محاسبه شده‌اند. کلیه شاخص‌های معرفی شده در این بولتن در جدول ۲-۱ در یک نگاه ارائه شده و توضیحات بیشتر در ادامه برای هر بخش آمده است.

جدول ۲-۱ شاخص‌های اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه

*رنگ قرمز :کاهش شاخص نسبت به ماه گذشته رنگ سبز: افزایش شاخص نسبت به ماه گذشته رنگ مشکی: عدم تغییر نسبت به ماه گذشته

۱-جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی*	
*نسبت به آخرین آمار منتشر شده	
سهم از نقدینگی *(بهمن ۱۳۹۴)	
نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی	۹/۶۶* درصد
نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی	۳/۰۸* درصد
سهم ارزش پرداخت الکترونیک شاپرکی به تولید ناخالص داخلی (GDP)	۱۱۰/۲۲* درصد
*(زمستان ۱۳۹۳- توضیح در متن)	

۲- شاخص‌های عملکردی شاپرک در فروردین ماه ۱۳۹۵	
آمار عملکردی	
تعداد تراکنش‌های شاپرک	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸ عدد
ارزش تراکنش‌های شاپرک	۷۸۶،۳۸۸،۱۸۷میلیون ریال
رشد اسمی و حقیقی ارزش تراکنش‌ها	
رشد اسمی ماهانه فروردین نسبت به اسفند	-۳۳/۵۷ درصد
رشد حقیقی ماهانه فروردین نسبت به اسفند	-۳۳/۸۸ درصد
رشد اسمی فروردین ۹۵ نسبت به فروردین ۹۴	۲۷/۲۱ درصد
رشد حقیقی فروردین ۹۵ نسبت به فروردین ۹۴	۱۸/۴۲ درصد
سهم هریک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها	
ابزار پذیرش اینترنتی	۲/۷۸ درصد
ابزار پذیرش موبایلی	۱۳/۸۶ درصد
کارتخوان فروشگاهی	۸۳/۳۶ درصد
سهم مبلغی هریک از انواع خدمات شاپرک	
خرید کالا و خدمات	۹۶/۸۳ درصد
پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه	۳/۱۷ درصد
سهم تعدادی هریک از انواع خدمات شاپرک	
خرید کالا و خدمات	۶۹/۴۸ درصد
پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه	۲۳/۲۷ درصد
مانده‌گیری	۷/۲۵ درصد
کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیکی کارت	
درصد تراکنش‌های موفق به کل تراکنش‌ها	۸۸/۵۵ درصد
درصد تراکنش‌های موفق سوییچ شاپرک به کل تراکنش‌ها	۹۹/۹۶ درصد
سهم هریک از خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها	
خطای پذیرندگی	۱/۸۷ درصد
خطای شاپرکی	۰/۳۸ درصد
خطای صادرکنندگی	۱۰/۹۷ درصد
خطای کاربری	۸۶/۳۹ درصد
خطای کسب و کار	۰/۴۰ درصد
دسترس پذیری حس شده خدمات	
دسترس‌پذیری حس شده شبکه	۹۸/۴۴ درصد
دسترس‌پذیری حس شده شاپرک	۹۹/۹۵۶ درصد

ادامه ... کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارتی	
تراکنش‌های معوق	
درصد تراکنش‌های معوق از کل تراکنش‌ها	۰/۰۲۷ درصد
نفوذ جغرافیایی	
سرانه ابزارهای پذیرش به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال کشور	
کل ابزارها	۷۶۳/۲
کارتخوان فروشگاهی	۷۶۰/۲
ابزار پذیرش موبایلی	۰/۲۳
ابزار پذیرش اینترنتی	۲/۸۱
سرانه تراکنش‌های هر ابزار پذیرش به ازای افراد بالای ۱۸ سال کشور	
کل ابزارها	۱۴/۴۶
کارتخوان فروشگاهی	۱۲/۰۵
ابزار پذیرش موبایلی	۲
۰/۴	۰/۴
نسبت دهکی	
نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنش‌ها	۱،۲۹۸/۴

۳- شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارتی در فروردین ماه ۱۳۹۵ (ستون اول مربوط به شرکتهای PSP و ستون دوم مربوط به بانک‌های پذیرنده)		
شرکت دارای بالاترین سهم از کل تراکنش‌های بازار		
بالاترین سهم مبلغی تراکنش‌ها از کل بازار	۳۴/۶۲ درصد به پرداخت ملت	۳۴/۴۶ درصد بانک ملت
بالاترین سهم تعدادی تراکنش‌ها از کل بازار	۲۴/۶۵ درصد به پرداخت ملت	۳۴/۸۹ درصد بانک ملت
بالاترین سهم مبلغ تراکنشها از بازار هریک از ابزارهای پذیرش		
ابزار پذیرش اینترنتی	۵۸/۵۲ درصد به پرداخت ملت	۵۸/۷۷ درصد بانک ملت
ابزار پذیرش موبایلی	۴۴/۳۵درصد آسان پرداخت پرشین	۶۰/۹۶ درصد بانک ملت
کارتخوان فروشگاهی	۳۲/۹۲درصد به پرداخت ملت	۳۳/۵۵ درصد بانک ملت
بالاترین سهم تعداد تراکنش‌ها از بازار هریک از ابزارهای پذیرش		
ابزار پذیرش اینترنتی	۲۸/۲۱درصد به پرداخت ملت	۲۹/۴۰ درصد بانک ملت
ابزار پذیرش موبایلی	۴۳/۱۳درصد آسان پرداخت پرشین	۷۷/۰۳ درصد بانک ملت
کارتخوان فروشگاهی	۲۸/۳۹ درصد به پرداخت ملت	۲۹/۴۰ درصد بانک ملت
شاخص هرفیندال- هیرشمن (HHI)		
ابزار پذیرش اینترنتی	۲،۲۹۲	۱،۷۱۲
ابزار پذیرش موبایلی	۲،۹۶۷	۶،۰۵۳
کارتخوان فروشگاهی	۱،۵۳۲	۱،۴۳۰
بالاترین میزان شاخص اثر بخشی کارتخوان‌های فروشگاهی		
شرکت به پرداخت ملت	۱/۶۰	

۳. جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی

در این بخش جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی تبیین خواهد شد. در همین راستا شاخص‌های مختلفی معرفی و محاسبه می‌شوند که از جمله آن می‌توان به نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی اشاره نمود و با مقایسه روند آن با روند نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی، می‌توان تغییرات رفتاری افراد جامعه در تمایل به پرداخت الکترونیکی را در طول زمان مورد بررسی قرار داد. محاسبه سهم ارزش پرداخت‌های الکترونیکی شاپرک از کل GDP نیز نمایانگر جایگاه و سطح فعالیت شاپرک در اقتصاد ملی خواهد بود.

**نکته مهم: کلیه شاخص‌های این بخش متاثر از اطلاعات منتشر شده در سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. می‌باشد که در ماه جاری به دلیل عدم انتشار اطلاعات جدید از آمار مربوط به تولید ناخالص داخلی فصلی، مجددا شاخص‌های شماره پیشین بولتن در این بخش تکرار شده است.*

۳,۱. نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی

این شاخص نشان می‌دهد که صنعت پرداخت الکترونیک تا چه میزان در اقتصاد ملی نقش داشته و چقدر در تسهیل مبادلات اقتصادی کشور موثر بوده است. برای بررسی نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی[۲]، درصدی از نقدینگی[۳] که به صورت الکترونیکی از شبکه شاپرک مورد پرداخت قرار می‌گیرد، محاسبه می‌شود. در جدول ۳-۱ اطلاعات مربوط به این شاخص ارائه شده است.

جدول ۳-۱ مقایسه ماهانه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در سال ۱۳۹۴

ماه	نقدینگی (میلیون ریال)	ارزش تراکنش های شاپرک (میلیون ریال)	نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی
فروردین	۷،۸۸۷،۵۸۲،۷۰۰	۶۱۸،۱۷۴،۷۶۲	۷/۸۴٪
اردیبهشت	۸،۰۰۴،۴۷۰،۳۰۰	۸۱۷،۵۵۸،۸۲۲	۱۰/۲۱٪
خرداد	۸،۱۶۶،۶۷۵،۸۰۰	۸۲۶،۰۹۶،۶۹۴	۱۰/۱۲٪
تیر	۸،۳۲۳،۷۷۹،۹۰۰	۸۰۵،۲۵۹،۰۰۸	۹/۶۷٪
مرداد	۸،۵۰۸،۰۰۰،۰۰۰	۸۶۴،۴۲۶،۱۶۸	۱۰/۱۶٪
شهریور	۸،۷۲۷،۵۰۰،۰۰۰	۹۲۳،۳۹۳،۶۶۳	۱۰/۵۸٪
مهر	۸،۸۶۸،۹۰۰،۰۰۰	۸۵۸،۱۶۶،۷۸۵	۹/۶۸٪
آبان	۹،۰۷۳،۶۰۰،۰۰۰	۸۰۴،۱۳۷،۴۶۱	۸/۸۶٪
آذر	۹،۲۵۱،۷۰۰،۰۰۰	۸۱۰،۷۹۰،۱۷۶	۸/۷۶٪
دی	۹،۴۹۳،۹۰۰،۰۰۰	۸۷۳،۱۰۸،۰۴۱	۹/۲۰٪
بهمن*	۹،۷۵۹،۴۰۰،۰۰۰	۹۴۲،۹۳۳،۸۸۲	۹/۶۶٪

*شایان توجه است که آمار بخش پولی و بانکی (نقدینگی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص) در سایت بانک مرکزی، صرفا تا بهمن ماه سال ۱۳۹۴ منتشر شده است.

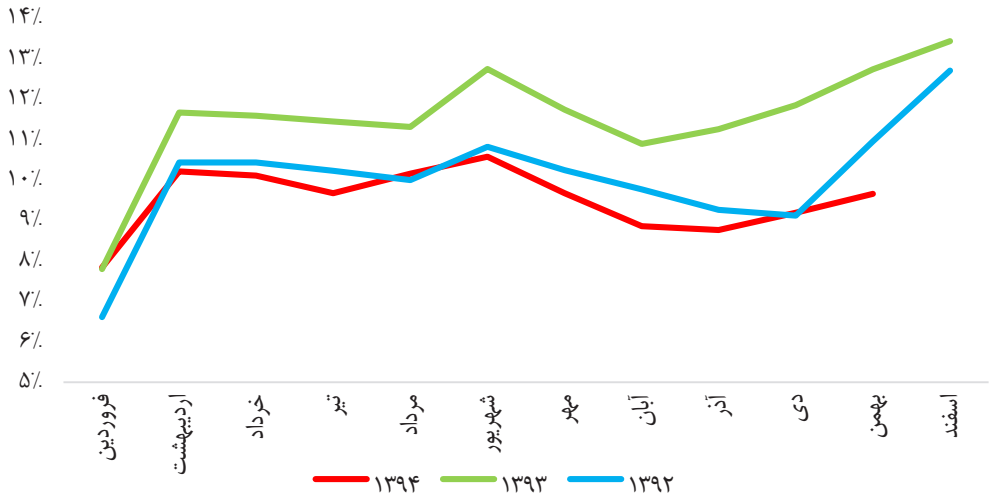
[۲] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۱

[۳] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۲ . آمارهای نقدینگی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. از بخش پولی و بانکی در گزارش‌های گزیده آمارهای اقتصادی استخراج شده است.

همانطور که در جدول ۳-۱ ملاحظه می‌شود در بهمن ماه ارزش تراکنش‌های شاپرک ۹/۶۶ درصد از کل نقدینگی بوده است. این بدان مفهوم است که از کل پول‌های اقتصاد ملی، حدود ۹/۶۶ درصد آن به صورت الکترونیکی و از شبکه شاپرک مبادله شده است.

مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی بیانگر روند نوسانی و در مجموع رو به رشد آن در دوره مورد بررسی (از فروردین تا بهمن ماه ۱۳۹۴) می باشد.

در زیر نمودار نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی به صورت ماهانه برای سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴ ترسیم شده است.



شکل ۳-۱ مقایسه شاخص نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی به صورت ماهانه در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴

شایان توجه است که روند افزایش نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی به دلیل تسویه‌های پایان سال شرکت‌ها و نیز افزایش تقاضا برای خریدهای نوروزی در بهمن و اسفند هر سال و همچنین کاهش تقاضا در فروردین ماه به دلیل تعطیلات عید نوروز، نوسانات مشابهی در سال‌های مورد نظر داشته و به طور سیکلی تکرار می‌شود که رفتار عمومی افراد جامعه را نشان می‌دهد.

لازم به ذکر است که با توجه به سیاست بانک مرکزی ج.ا.ا. مبنی بر سقف مبلغی ۵۰۰ میلیون ریالی در تراکنش‌های شاپرکی و ابلاغ آن در ۲۰ فروردین ۱۳۹۴ و نیز روند شتابان رشد نقدینگی در کنار آن، کاهش

بخشی از شاخص نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در ۱۱ ماه نخست سال ۱۳۹۴ نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۳ قابل توجیه است.

۳٫۱٫۱. نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی

این شاخص درصدی از نقدینگی می‌باشد که به صورت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص جامعه وجود دارد و پرداخت‌ها از طریق آنها به صورت نقدی انجام می‌گیرد[۴]. در جدول ۳-۲ اطلاعات مربوط به این شاخص ارائه شده است.

جدول ۳-۲ مقایسه ماهانه نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی در سال ۱۳۹۴

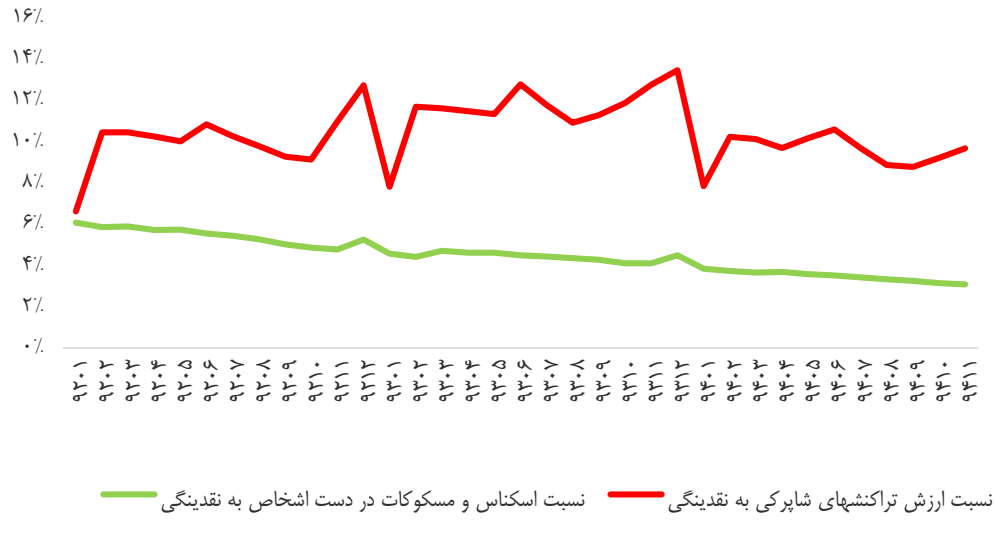
ماه	نقدینگی (میلیون ریال)	اسکناس و مسکوکات در دست افراد (میلیون ریال)	نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی
فروردین	۷٬۸۸۷٬۵۸۲٬۷۰۰	۳۰۳٬۰۸۹٬۷۰۰	۳/۸۴٪
اردیبهشت	۸٬۰۰۴٬۴۷۰٬۳۰۰	۲۹۷٬۸۸۷٬۶۰۰	۳/۷۲٪
خرداد	۸٬۱۶۶٬۶۷۵٬۸۰۰	۲۹۷٬۵۸۱٬۱۰۰	۳/۶۴٪
تیر	۸٬۳۲۳٬۷۷۹٬۹۰۰	۳۰۶٬۴۹۸٬۸۰۰	۳/۶۸٪
مرداد	۸٬۵۰۸٬۰۰۰٬۰۰۰	۳۰۴٬۷۰۰٬۰۰۰	۳/۵۸٪
شهریور	۸٬۷۲۷٬۵۰۰٬۰۰۰	۳۰۶٬۴۰۰٬۰۰۰	۳/۵۱٪
مهر	۸٬۸۶۸٬۹۰۰٬۰۰۰	۳۰۳٬۶۰۰٬۰۰۰	۳/۴۲٪
آبان	۹٬۰۷۳٬۶۰۰٬۰۰۰	۳۰۲٬۳۰۰٬۰۰۰	۳/۳۳٪
آذر	۹٬۲۵۱٬۷۰۰٬۰۰۰	۳۰۱٬۲۰۰٬۰۰۰	۳/۲۶٪
دی	۹٬۴۹۳٬۹۰۰٬۰۰۰	۲۹۸٬۰۰۰٬۰۰۰	۳/۱۴٪
بهمن	۹٬۷۵۹٬۴۰۰٬۰۰۰	۳۰۰٬۸۰۰٬۰۰۰	۳/۰۸٪

[۴] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۳. آمارهای اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. از بخش پولی و بانکی در گزارش‌های گزیده آمارهای اقتصادی استخراج شده است.

ملاحظه می‌شود که در بهمن ماه ۱۳۹۳ تنها ۳/۰۸ درصد از کل نقدینگی، متعلق به اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص بوده است و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص سهم رو به کاهش از میزان نقدینگی را در مدت مورد بررسی داشته است.

۳,۱,۲. مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرکی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی

در نمودار زیر روند دو شاخص نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی و نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی ترسیم شده است که با توجه به آن می‌توان تغییرات ارزش تراکنش‌های پرداخت الکترونیک و حجم اسکناس ومسکوکات را از کل نقدینگی در طول زمان قیاس نمود.



شکل ۳-۲ مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک و نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی

نمودار فوق مبین آن است که روند نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی در طول مدت مورد بررسی (ابتدای سال ۱۳۹۲ تا بهمن ماه ۱۳۹۴) به طور کلی صعودی بوده است و از ۶/۶۱ درصد در فروردین ماه ۱۳۹۲ به ۹/۶۶ درصد در بهمن ماه ۱۳۹۴ افزایش یافته است. این در حالی است که درصد اسکناس و مسکوکات به نقدینگی در طول این دو سال روندی کاهشی داشته و از ۶/۰۷ درصد به ۳/۰۸ درصد رسیده است. به عبارت دیگر، گسترش نفوذ ابزارهای پذیرش حتی در دورترین نقاط کشور، باعث شده تقاضای اسکناس و مسکوک

در دست اشخاص، روندی کاهشی به خود بگیرد؛ به نحوی که نسبت اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به نقدینگی در بهمن ماه ۱۳۹۴ نسبت به ابتدای سال ۱۳۹۲، بیشتر از ۲/۹۸ واحد درصد کاهش را نشان می‌دهد و به نظر می‌رسد این روند همچنان ادامه داشته باشد. زیرا کاهش این نسبت یکی از عوامل اصلی افزایش ضریب فزاینده و سالم سازی نقدینگی در بازه زمانی اخیر بوده و باعث شده برای تامین نقدینگی، پول پرقدرت کمتری به اقتصاد کشور تزریق شود و بخشی از نیاز به پول فیزیکی برای پرداخت بهای کالاها و خدمات مورد تقاضا، با گسترش زیرساخت‌های لازم توسط شبکه پرداخت الکترونیک کارت جبران شود.

۳,۲. قیاس ارزش تراکنش‌های شاپرک و GDP در طول زمان

در حالت عمومی، رابطه مستقیمی بین تقاضا در دوره مشخص و مبلغ پرداخت‌های صورت گرفته در آن دوره وجود دارد. چرا که بهای کالای مورد تقاضا به طرق مختلف الکترونیکی، نقدی، اعتباری و ... پرداخت می‌شود. لذا بررسی روند ارزش پرداخت‌های الکترونیک در طول زمان به تنهایی نمی‌تواند نمایانگر عملکرد شرکت شاپرک و یا اعتماد افراد جامعه به صنعت پرداخت باشد، چرا که عواملی از قبیل تورم، نرخ بهره، وضعیت رکودی و رونق در اقتصاد، اوضاع سیاسی و بسیاری از عوامل دیگر بر تقاضا، عادات و رفتار مصرفی آحاد جامعه اثرگذار است. به عنوان مثال در یک اقتصاد رکودی، با کاهش تقاضا و خرید کالاها و خدمات، انتظار بر آن است که پرداخت‌ها چه به صورت نقدی و چه به صورت الکترونیکی در مجموع کاهش یابد.

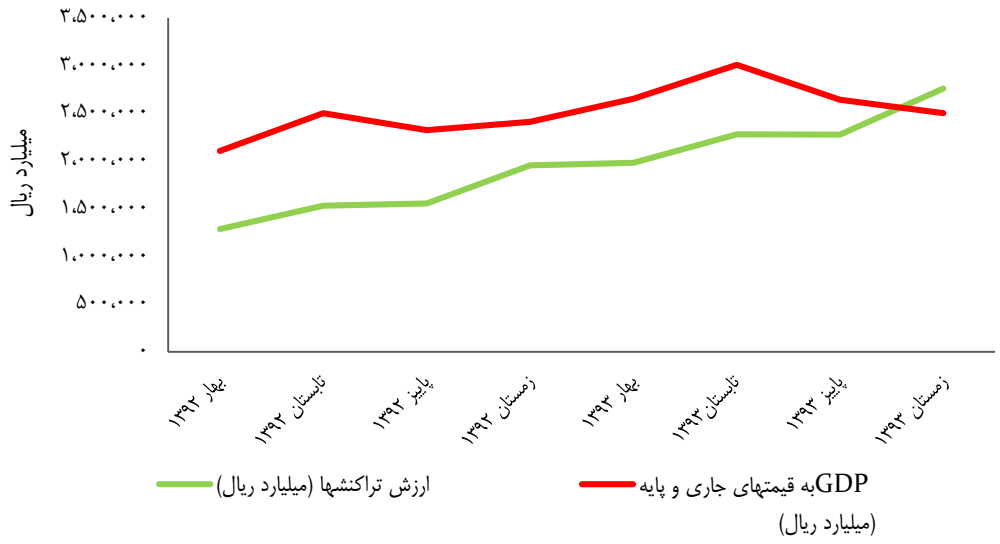
در همین راستا برای بررسی عملکرد شبکه شاپرک نیز باید ارزش تراکنش‌ها را با توجه به وضعیت اقتصادی و دوره‌های رکود و رونق اقتصاد کشور مورد تحلیل قرار داد.

در نمودار ۳-۳ روند تولید ناخالص داخلی[۵] به قیمت پایه بر حسب قیمت‌های جاری و ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک از ابتدای سال ۱۳۹۲ لغایت انتهای سال ۱۳۹۳ به صورت فصلی نشان داده شده است.[۶]

---

[۵] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۴.

[۶] آمار تولید ناخالص داخلی از سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. و از گزارش سه ماهه نماگرهای اقتصادی اخذ شده است. در گزارش‌های منتشره بانک مرکزی ج.ا.ا. آخرین اطلاعات موجود برای تولید ناخالص داخلی به صورت فصلی، مربوط به زمستان ۱۳۹۳ بوده است.



شکل ۳-۳ مقایسه روند GDP و ارزش تراکنش‌های شاپرک

نمودار فوق حاکی از کاهش تولید ناخالص داخلی در دو فصل پایانی سال ۱۳۹۳ می‌باشد. علیرغم کاهش تولید ناخالص ملی در فصل زمستان ۱۳۹۳، روند ارزش تراکنش‌های شاپرک در همین مدت صعودی بوده است که دلیل اصلی آن تسویه‌های پایان سال شرکت‌ها و نیز تقاضا و خریدهای نوروزی بوده که سبب شده این روند شدت بیشتری بگیرد. نمودار فوق صرفا جهت مقایسه روند ارزش تراکنش‌ها در سیکل‌های مختلف تجاری (دوره‌های رکود و رونق اقتصادی) ترسیم شده است. علت بالاتر رفتن ارزش تراکنش‌های شاپرک به نسبت تولید ناخالص داخلی، این است که در محاسبات تولید ناخالص داخلی برای جلوگیری از محاسبه چند باره ارزش کالای تولید شده، صرفا ارزش کالاهای نهایی و نه واسط محاسبه می‌شود. اما در ارزش تراکنش‌های شبکه پرداخت الکترونیک شاپرک بهای تمام انواع کالاها چه نهایی و چه واسط که به صورت الکترونیکی پرداخت گردیده‌اند، لحاظ شده است. لذا با توجه به در نظر گرفتن بهای کالای واسطه، امکان بالاتر رفتن ارزش تراکنش‌ها از ارزش تولید ناخالص داخلی وجود دارد.

۳,۳. نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک کارتی به GDP

یکی دیگر از شاخص‌هایی که می‌تواند دوره‌های رکود و رونق اقتصادی را در محاسبات وارد نماید، محاسبه نسبت ارزش تراکنش‌های پرداخت الکترونیک شاپرک به GDP و مقایسه روند آن در طول زمان[۷] است که آمار آن در جدول بعدی ارائه شده است. آخرین اطلاعات مربوط به تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه بر حسب قیمت‌های جاری مربوط به زمستان ۱۳۹۳ بوده است که به دلیل عدم انتشار آمار جدید بانک مرکزی ج.ا.ا. در ماه جاری، در این شماره اطلاعات بولتن ماه‌های قبل مجددا مورد استفاده قرار گرفته است.

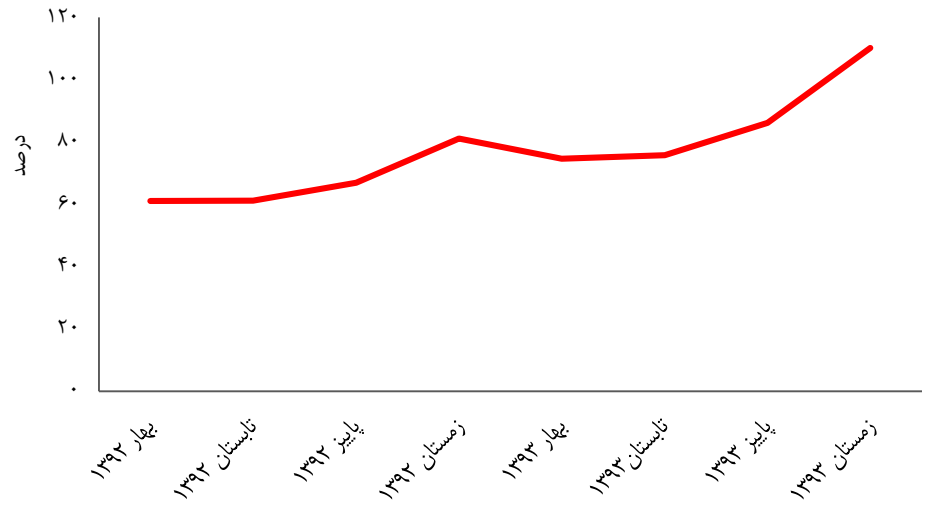
جدول ۳-۳ نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک کارتی به GDP

دوره	ارزش تراکنش‌ها (میلیون ریال)	GDP (میلیون ریال)	نسبت ارزش تراکنش‌ها به GDP
بهار ۱۳۹۲	۱،۲۸۵،۴۲۰،۵۲۹	۲،۱۰۶،۰۹۷،۰۰۰	۶۱/۰۳٪
تابستان ۱۳۹۲	۱،۵۳۰،۵۲۷،۳۹۶	۲،۵۰۲،۱۵۶،۰۰۰	۶۱/۱۷٪
پاییز ۱۳۹۲	۱،۵۵۵،۳۳۱،۹۴۶	۲،۳۲۴،۲۳۹،۰۰۰	۶۶/۹۲٪
زمستان ۱۳۹۲	۱،۹۵۴،۷۰۶،۵۳۶	۲،۴۱۰،۵۷۸،۰۰۰	۸۱/۰۹٪
بهار ۱۳۹۳	۱،۹۸۱،۷۲۴،۳۰۱	۲،۶۵۲،۹۹۲،۰۰۰	۷۴/۷۰٪
تابستان۱۳۹۳	۲،۲۷۹،۲۹۸،۰۱۷	۳،۰۰۷،۳۸۶،۰۰۰	۷۵/۷۹٪
پاییز ۱۳۹۳	۲،۲۷۷،۴۹۴،۸۶۰	۲،۶۴۴،۰۲۴،۰۰۰	۸۶/۱۴٪
زمستان ۱۳۹۳	۲،۷۵۸،۸۳۳،۱۱۳	۲،۵۰۳،۰۷۵،۰۰۰	*۱۱۰/۲۲٪

*در محاسبات GDP صرفا ارزش مبادلات کالاها و محصولات نهایی لحاظ می‌شود و به دلیل جلوگیری از محاسبات چند باره ارزش کالاها، ارزش مبادلات کالاهای واسطه‌ای لحاظ نمی‌شود. لذا ارزش مبادلات الکترونیکی ممکن است به دلیل محاسبات ارزش مبادلات کالاهای واسطه‌ای، بیش از ارزش GDP شود و نسبت آن به GDP بیش از ۱۰۰ درصد شود.

[۷] در گزارش‌های منتشره بانک مرکزی ج.ا.ا. آخرین اطلاعات موجود برای تولید ناخالص داخلی به صورت فصلی، مربوط به زمستان ۱۳۹۳ بوده است.

همانطور که جدول فوق نشان می‌دهد این نسبت در طی زمان روندی در مجموع صعودی داشته است که در نمودار بعدی نمایش داده شده است.



شکل ۳-۴ نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به GDP

روند افزایشی این شاخص، نشان‌دهنده عملکرد مثبت شبکه شاپرک می‌باشد. چرا که این نمودار نشان می‌دهد در طول مدت مورد بررسی، بخش بیشتری از مبادلات اقتصاد به صورت الکترونیکی پرداخت شده است. نکته شایان توجه نسبت بالغ بر ۱۱۰ درصدی ارزش مبادلات الکترونیکی از GDP است که علت آن تسویه‌های پایان سال ادارات و شرکت‌ها و نیز تقاضای بالای در فصل زمستان به دلیل خریدهای نوروزی در دو ماه بهمن و اسفند بوده است.

۴. شاخص‌های عملکردی شاپرک در فروردین ماه ۱۳۹۵

در این قسمت فعالیت و عملکرد کل شبکه پرداخت الکترونیک کارت از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد. هدف از ارائه و پایش مداوم این شاخص‌ها، شناخت وضعیت حال صنعت پرداخت الکترونیک کارت و اندازه‌گیری ابعاد مختلف آن است؛ به طوری که عملکرد وضعیت این صنعت نسبت به وضعیت مطلوب و نیز تاثیر سیاست‌های پیشین بر مسیر حرکت صنعت رصد شده و در جهت بهبود مسیر پیش رو، تصمیمات صحیح اتخاذ شوند.

این بخش خود به چهار زیر بخش "آمار عملکردی شاپرک"، "آنالیز کیفیت ارائه خدمات" ، "میزان نفوذ جغرافیایی" و نیز " شاخص‌های پراکندگی مبلغی تراکنش‌ها" تقسیم شده که در هر زیر بخش شاخص‌های مختلفی ارائه شده است.

۴,۱. آمار عملکردی شاپرک

در این بخش، عملکرد شاپرک به لحاظ تعدادی و ارزشی و نیز رشد اسمی و حقیقی آن، نسبت تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش و سهم هر یک از انواع خدمات پرداخت الکترونیک کارت (خرید کالا و خدمات، پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و مانده‌گیری) با ارائه شاخص‌هایی بررسی می‌شود.

۴,۱,۱. آمار تعداد و ارزش تراکنش‌های شاپرک

در فروردین ماه ۱۳۹۵ حدود ۸۳۱/۸ میلیون تراکنش الکترونیکی در شبکه شاپرک با مجموع مبالغ ۷۸۶/۴ هزار میلیارد ریال صورت گرفته است که نسبت به اسفند ماه ۱۳۹۴ کاهش ۱۹/۶ درصدی در تعداد و ۳۳/۶ درصدی در مجموع مبالغ تراکنش‌ها داشته است. این میزان کاهش با توجه به تعطیلات عید نوروز و نیز رشد قابل توجه تراکنش ها در ماه اسفند به دلیل خریدهای نوروزی امری طبیعی و مورد انتظار است . روند تعداد و مبلغ تراکنش‌ها طی سال‌های مورد بررسی در ماه فروردین نیز همواره حاکی از جهشی رو به پایین و کاهشی در این ماه بوده است.

جدول ۴-۱ مقایسه آمار ماهانه تراکنش‌های شاپرک

نوع	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۱،۰۳۵،۱۱۸،۷۲۲	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	-۱۹/۶۴٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۱،۱۸۳،۸۰۹،۹۵۹	۷۸۶،۳۸۸،۱۸۷	-۳۳/۵۷٪

در جدول ۴-۲ آمار تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ مقایسه شده است.

جدول ۴-۲ مقایسه آمار تراکنش‌های شاپرک نسبت به ماه مشابه سال ۱۳۹۴

نوع	فروردین ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۶۶۴،۸۱۲،۰۳۹	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	۲۵/۱۲٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۶۱۸،۱۷۴،۷۶۱/۵	۷۸۶،۳۸۸،۱۸۷	۲۷/۲۱٪

همانطور که جدول ۴-۲ نشان می‌دهد آمار تعداد و مجموع مبالغ تراکنش‌های فروردین ماه سال ۱۳۹۵ به نسبت ماه مشابه سال ۱۳۹۴ به ترتیب با رشد ۲۵/۱۲ و ۲۷/۲۱ درصدی مواجه بوده است. این میزان رشد مبلغی در بردارنده تورم در مدت مورد بررسی می‌باشد.

۴،۱،۲. رشد حقیقی ارزش تراکنش‌های شاپرکی

در اقتصاد برای تحلیل‌های قابل اتکا، متغیرهای ارزشی و مبلغی را به صورت حقیقی بررسی می‌کنند. به این مفهوم که متغیر ارزشی اسمی[۸] را تورم‌زدایی نموده تا اثر عامل تورم موجب برداشت‌های اشتباه و انحراف در تصمیم‌گیری نشود. لذا در یک جامعه تورمی نظیر کشور ایران، شاخص مناسب‌تر برای بیان رشد ارزش تراکنش‌ها، بیان آن به صورت رشد حقیقی[۹] و تورم زدایی شده می‌باشد.

جدول ۴-۳ مقایسه رشد اسمی و حقیقی ارزش ماهانه تراکنش‌های شبکه شاپرک

ارزش تراکنش‌ها (میلیون ریال)	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	درصد تغییرات
ارزش اسمی تراکنش‌ها	۱،۱۸۳،۸۰۹،۹۵۸/۹	۷۸۶،۳۸۸،۱۸۶/۷	-۳۳/۵۷٪
ارزش حقیقی تراکنش‌ها	۵،۰۴۱،۷۸۰/۱	۳،۳۳۳،۵۶۵/۹	-۳۳/۸۸٪
شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)	۲۳۴/۸	۲۳۵/۹	۰/۴۷٪*

*نرخ تورم ماهانه: درصد تغییرات شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در دو ماه متوالی بیانگر نرخ تورم ماهانه می‌باشد (مرجع آمار CPI: سایت بانک مرکزی ج.ا.ا.).

جدول فوق نشان می‌دهد ارزش حقیقی تراکنش‌ها نسبت به ماه گذشته کاهش ۳۳/۸۸ درصدی و ارزش اسمی آن کاهش ۳۳/۵۷ را تجربه نموده است. به عبارت دیگر با خالص‌سازی اثر تورم، ارزش تراکنش‌های شاپرک در مدت مورد بررسی از ۳۳/۵۷ درصد به صورت اسمی به ۳۳/۸۸ درصد به صورت حقیقی و تورم زدایی شده کاهش یافته است که این امر از تورم مثبت و اندک در این مدت حکایت دارد. آمار منتشر شده در بانک مرکزی ج.ا.ا. نیز این موضوع را تایید کرده و حاکی از آن است که در فروردین ماه سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به ماه گذشته افزایش یافته است و نرخ تورم ماهانه معادل ۰/۴۷ درصد بوده است.

---

[۸] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۵.

[۹] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۶. برای محاسبه ارزش حقیقی، شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI) به قیمت سال پایه ۱۳۹۰ به صورت ماهانه از سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. و از بخش آمارهای اقتصادی اخذ شده است.

در صورت مقایسه ارزش تراکنش‌های فروردین ماه ۱۳۹۵ با ماه مشابه سال ۱۳۹۴ (مقایسه نقطه به نقطه) به دلیل تغییرات شاخص قیمت در دوره یکساله، اختلاف مقادیر حقیقی و اسمی قابل توجه می‌شود. آمار این قیاس در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴-۴ مقایسه رشد حقیقی و اسمی نقطه به نقطه ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک

ارزش تراکنش‌ها (میلیون ریال)	فروردین ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	درصد تغییرات
ارزش اسمی تراکنش‌ها	۶۱۸،۱۷۴،۷۶۱/۵	۷۸۶،۳۸۸،۱۸۶/۷	۲۷/۲۱٪
ارزش حقیقی تراکنش‌ها	۲،۸۱۵،۰۰۳/۵	۳،۳۳۳،۵۶۵/۹	۱۸/۴۲٪
شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)	۲۱۹/۶	۲۳۵/۹	۷/۴۲٪*

** تورم نقطه به نقطه: رشد شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در ماه مشخص نسبت به ماه مشابه سال قبل را در نظر می‌گیرد.(مرجع آمار CPI: سایت بانک مرکزی ج.ا.ا.)*

جدول فوق اختلاف بین رشد اسمی و حقیقی (تورم زدایی‌شده) ارزش تراکنش‌های شاپرک را بین فروردین ماه ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که رشد آن پس از خالص‌سازی از اثرات تورمی، از ۲۷/۲۱ درصد به صورت اسمی به ۱۸/۴۲ درصد به صورت حقیقی (تورم زدایی شده) کاهش داشته است. به عبارت دیگر مابه تفاوت این دو رقم ناشی از افزایش قیمت‌ها بوده است که اثر آن به صورت افزایش ارزش تراکنش‌ها انعکاس یافته است. لذا آمار بیانگر آن است سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به ماه مشابه سال ۱۳۹۳ افزایش داشته است.

براساس آمار بانک مرکزی ج.ا.ا. این موضوع تایید شده و حاکی از آن است که شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در فروردین ماه سال‌جاری به ۲۳۵/۹ واحد رسیده است. این شاخص در فروردین ماه سال گذشته معادل ۲۱۹/۶ واحد ثبت شده است؛ بنابراین تورم نقطه‌به‌نقطه که رشد شاخص در ماه مشخص نسبت به ماه مشابه سال قبل را در نظر می‌گیرد، در فروردین ماه سال جاری به ۷/۴۲ درصد رسیده است. این نرخ در اسفند ماه۸/۳ درصد، در بهمن ماه ۸/۸۷ درصد و در دی ماه ۹/۵۶ درصد بوده است. لذا بر اساس سیاست‌های دولت مبنی بر کاهش نرخ تورم، طی یک ماه، نزدیک به ۰/۸۸ درصد از نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه کاسته شده است.

لذا نتایج آمار تراکنش‌ها در فروردین ماه سال جاری نسبت به فروردین ماه ۱۳۹۴ بیانگر آن است که با رشد ۲۵/۱۲ درصدی تعداد تراکنش‌ها، ارزش تراکنش‌ها به طور حقیقی رشد ۱۸/۴۲ درصدی داشته است. لذا این آمار حاکی از آن است که با وجود رشد تعداد تراکنش‌ها نسبت به فروردین سال ۱۳۹۴، تراکنش‌ها به طور متوسط برای انجام پرداخت بهای کالاهای به نسبت کم ارزش‌تری، انجام گرفته است؛ این امر با توجه به اعمال محدودیت سقف مبلغی ۵۰۰ میلیون ریالی برای خدمت خرید کالا و خدمات نیز قابل توجیه است.

۴,۱,۳. عملکرد شبکه شاپرک در توزیع ابزار پذیرش

یکی از عوامل مشخص کننده اندازه بازار خدمات پرداخت الکترونیک کارت، تعداد ابزارهای پذیرش است. این ابزارها در حال حاضر در سه نوع ابزار پذیرش اینترنتی، ابزار پذیرش موبایلی و کارتخوان فروشگاهی در کشور فعال هستند که افزایش تعداد هر یک از این ابزارها، در کنار سایر عوامل نظیر تعداد تراکنش، می‌تواند شاخصی برای نشان دادن بهبود دسترسی و توسعه بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارتی باشد. در این راستا تعداد هر یک از ابزارهای پذیرش تراکنش‌دار[۱۰] در فروردین ماه سال ۱۳۹۵ در قیاس با اسفند ماه ۱۳۹۴ و نیز فروردین ماه سال ۱۳۹۴ در جدول صفحه بعد ارائه شده است.

[۱۰] منظور ابزارهای پذیرشی هستند که در بازه زمانی مورد مطالعه حداقل یک تراکنش دارند.

جدول ۴-۵ مقایسه تعداد هر یک از ابزارهای پذیرش به صورت ماهانه و نقطه به نقطه

ابزار پذیرش	مقایسه ماهانه تعداد ابزار			مقایسه نقطه به نقطه تعداد ابزار		
	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	رشد	فروردین ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	رشد
ابزار پذیرش اینترنتی	۱۷،۰۱۳	۱۶،۱۴۳	-۵/۱۱٪	۱۴،۴۱۸	۱۶،۱۴۳	۱۱/۹۶٪
ابزار پذیرش موبایلی	۱،۳۵۵	۱،۳۰۹	-۳/۳۹٪	۱،۹۸۴	۱،۳۰۹	-۳۴/۰۲٪
کارتخوان فروشگاهی	۴،۴۳۳،۶۶۶	۴،۳۷۴،۱۱۹	-۱/۳۴٪	۳،۶۰۸،۶۸۹	۴،۳۷۴،۱۱۹	۲۱/۲۱٪
مجموع ابزارها	۴،۴۵۲،۰۳۴	۴،۳۹۱،۵۷۱	-۱/۳۶٪	۳،۶۲۵،۰۹۱	۴،۳۹۱،۵۷۱	۲۱/۱۴٪

جدول ۴-۵ بیانگر آن است که در مقایسه تعداد ابزارهای پذیرش در فروردین ماه ۱۳۹۵ نسبت به اسفند ۱۳۹۴ تمام ابزارهای پذیرش با افت در تعداد مواجه شده‌اند. با توجه به تعطیلات نوروزی و نیز جمع شدن نمایشگاه‌های بهاره و کاهش خرید نوروزی، این کاهش در تعداد ابزارها نسبت به ماه اسفند ۱۳۹۴، به ویژه در کارتخوان فروشگاهی مطابق انتظارات بوده است.

در مقایسه نقطه به نقطه با فروردین ۱۳۹۴ نیز، صرفا تعداد ابزار پذیرش موبایلی کاهش داشته و دو ابزار دیگر با افزایش در تعداد همراه بوده‌اند. این موضوع با توجه به اعمال محدودیت‌ها برای ایمن سازی بستر ابزار پذیرش موبایلی (USSD) در مهر ماه ۱۳۹۴ از سوی بانک مرکزی ج.ا.ا. قابل توجیه است.

همانطور که مشخص است بیشترین تعداد ابزار پذیرش در تمام دوره‌ها مربوط به کارتخوان فروشگاهی بوده است که در فروردین ماه ۱۳۹۵ سهم تعداد این ابزار از کل ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک حدود ۹۹/۶ درصد بوده است. این آمار در جدول صفحه بعد ارائه شده است.

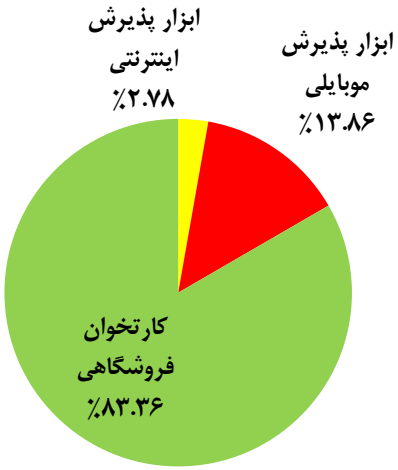
جدول ۴-۶ مقایسه سهم تعدادی هر یک از ابزارهای پذیرش از کل ابزارهای بازار در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

ابزار پذیرش	اسفند ۱۳۹۴		فروردین ۱۳۹۵	
	تعداد ابزارها	سهم از بازار	تعداد ابزارها	سهم از بازار
ابزار پذیرش اینترنتی	۱۷،۰۱۳	۰/۳۸٪	۱۶،۱۴۳	۰/۳۷٪
ابزار پذیرش موبایلی	۱،۳۵۵	۰/۰۳٪	۱،۳۰۹	۰/۰۳٪
کارتخوان فروشگاهی	۴،۴۳۳،۶۶۶	۹۹/۵۹٪	۴،۳۷۴،۱۱۹	۹۹/۶۰٪
مجموع ابزارها	۴،۴۵۲،۰۳۴	**۱۰۰٪**	۴،۳۹۱،۵۷۱	**۱۰۰٪**

بر اساس اطلاعات جدول ملاحظه می شود که سهم ابزارهای پذیرش از بازار در این دو ماه تقریبا ثابت بوده و تغییر اندکی داشته است، به نحوی که سهم از بازار کارتخوان فروشگاهی نسبت به ماه گذشته ۰/۰۱ درصد افزایش و سهم ابزار پذیرش اینترنتی به همین میزان کاهش داشته است، ابزار پذیرش موبایلی نیز سهم ثابتی نسبت به ماه گذشته از بازار داشته است.

۴،۱،۴. عملکرد هر ابزار پذیرش به لحاظ تعداد و مبلغ تراکنش‌ها

سهم تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش نیز شاخص دیگری است که در نمودار زیر نشان داده شده است. همانطور که مشخص است کارتخوان فروشگاهی با سهم ۸۳/۳۶ درصدی، بیشترین تعداد تراکنش را در بین سایر ابزارهای پذیرش داشته است و ابزار پذیرش موبایلی و ابزار پذیرش اینترنتی به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.



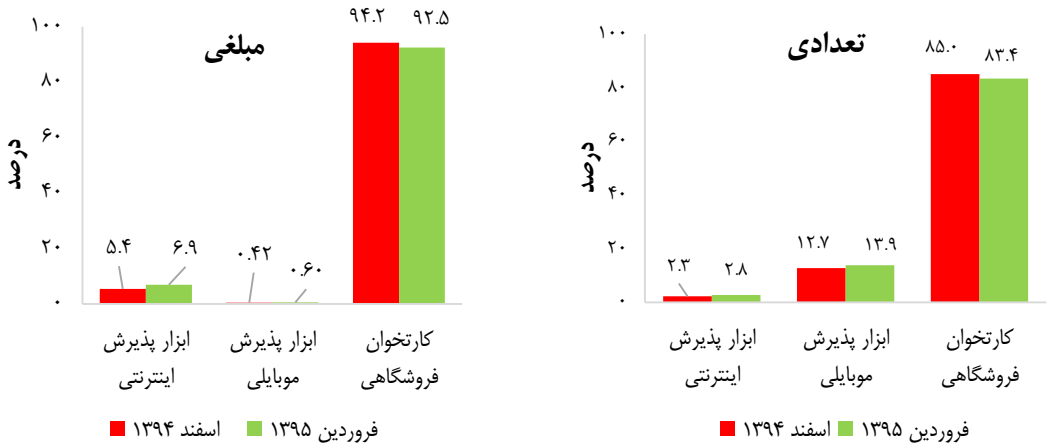
شکل ۴-۱ سهم هریک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

تعداد تراکنش به ازای هر ابزار نیز در جدول زیر محاسبه شده است که نتایج مبین آن است که بیشترین تعداد تراکنش به ازای هر ابزار با اختلاف زیادی به ابزار پذیرش موبایلی و بعد از آن ابزار پذیرش اینترنتی به علت سهولت در دسترس بودن از همه مکان‌های دیگر و در نهایت به ابزار کارتخوان فروشگاهی به دلیل لزوم انجام عملیات پرداخت در محل نصب کارتخوان فروشگاهی تعلق دارد.

جدول ۴-۷ مقایسه شاخص تعداد تراکنش‌ها به ازای هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

ابزار پذیرش	تعداد ابزارها	تعداد تراکنش‌ها	تعداد تراکنش به ازای هر ابزار
ابزار پذیرش اینترنتی	۱۶،۱۴۳	۲۳،۱۲۷،۷۶۱	۱،۴۳۲/۶۸
ابزار پذیرش موبایلی	۱،۳۰۹	۱۱۵،۳۰۷،۶۸۵	۸۸،۰۸۸/۳۸
کارتخوان فروشگاهی	۴،۳۷۴،۱۱۹	۶۹۳،۳۴۸،۱۶۲	۱۵۸/۵۱
مجموع ابزارها	۴،۳۹۱،۵۷۱	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	۱۸۹/۴۰

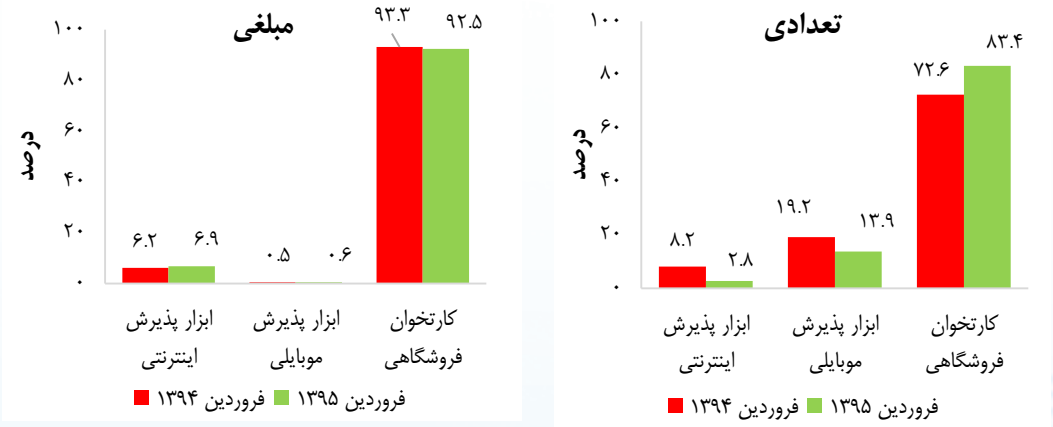
برای بررسی تغییرات سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌های هر ابزار پذیرش، نمودار زیر برای فروردین ماه ۱۳۹۵ در قیاس با ماه ماقبل آن یعنی اسفند ۱۳۹۴ ترسیم شده است.



شکل ۴-۲ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

ملاحظه می‌شود که در بین ابزارهای پذیرش صرفا سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به طور همزمان با کاهش همراه بوده است و دو ابزار پذیرش دیگر افزایش سهم از تعداد و مبلغ تراکنش‌های بازار را تجربه نموده‌اند.

نمودار بعدی تغییرات سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها به ازای هر نوع ابزار پذیرش برای فروردین ماه ۱۳۹۵ و مقایسه آن با ماه مشابه سال گذشته یعنی فروردین ماه ۱۳۹۴ را نشان می‌دهند.

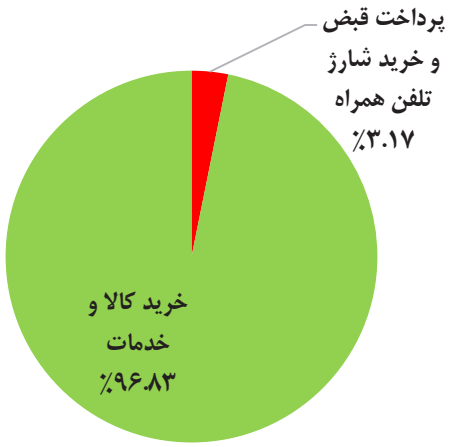


شکل ۴-۳ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

۴,۱,۵. عملکرد شاپرک به ازای نوع خدمت

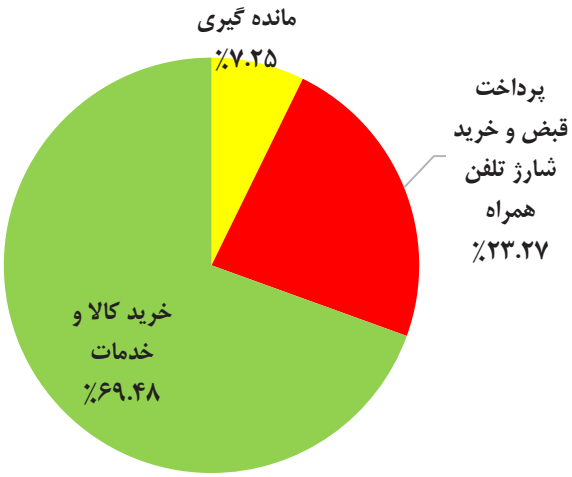
خدمات شبکه پرداخت الکترونیک کارتی به سه نوع اصلی خدمت خرید کالا و خدمات، خدمت پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و نیز خدمت مانده‌گیری تقسیم می‌شوند. در دو نمودار زیر به ترتیب نسبت مبلغی و تعدادی هر یک از انواع خدمات خرید کالا و خدمات، پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و مانده‌گیری نشان داده شده است.

نمودار ۴-۴ نشان می‌دهد که ۹۶/۸۳ درصد مبلغ خدمات ارائه شده در ماه فروردین مربوط به خدمت خرید کالا و خدمات بوده است و مانده‌گیری نیز به دلیل ماهیت آن سهم مبلغی صفر دارد.



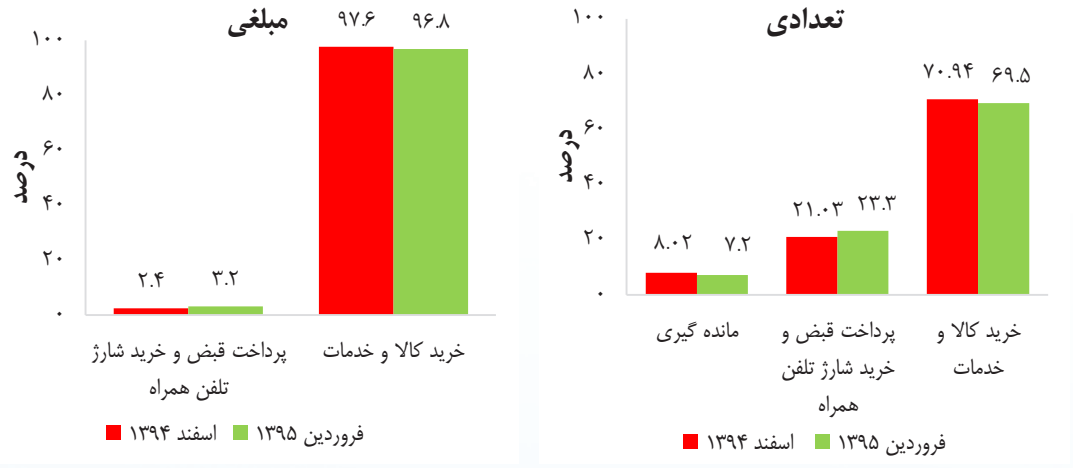
شکل ۴-۴ سهم انواع خدمات از مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

نمودار ۴-۵ نیز بیان کننده آن است که در فروردین ماه ۶۹/۴۸ درصد تعداد خدمات ارائه شده توسط شبکه شاپرک از نوع خرید کالا و خدمات بوده که نسبت به ماه گذشته این سهم کاهش حدود ۱/۵ درصدی داشته است. خدمت مانده‌گیری نیز با ۷/۲۵ درصد سهم، کمترین سهم از کل خدمات را داشته است.



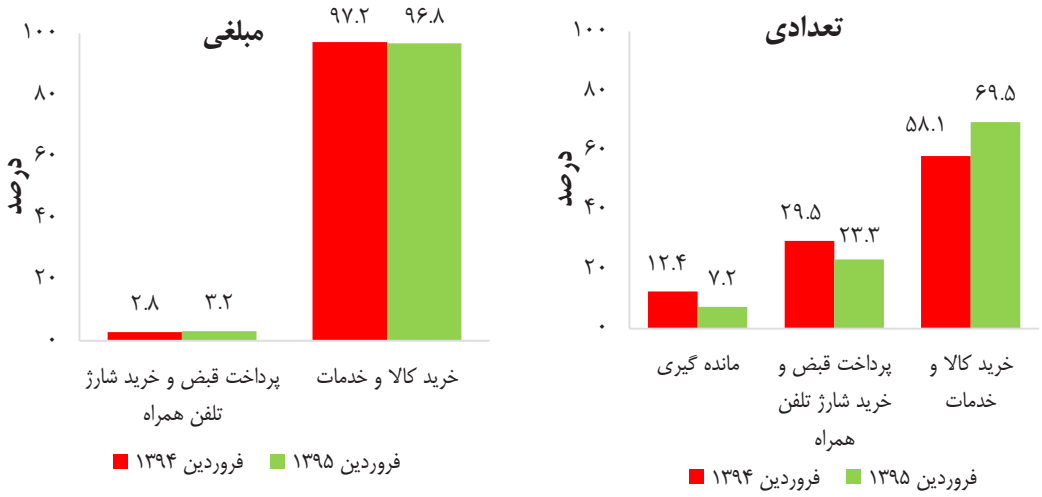
شکل ۴-۵ سهم تعدادی انواع خدمات ارائه شده شاپرک در فروردین ۱۳۹۵

برای بررسی تغییرات تعدادی و مبلغی در انواع خدمات به صورت ماهانه، نمودارهای ۴-۶ و ۴-۷ ترسیم شده‌اند. ملاحظه می‌شود که صرفا خدمت پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه به طور همزمان با رشد در سهم تعدادی و مبلغی نسبت به ماه گذشته مواجه بوده است.



شکل ۴-۶ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

در نمودار زیر این موضوع در مقایسه با ماه مشابه سال گذشته یعنی فروردین ماه ۱۳۹۴ بررسی شده است. قیاس نمودارهای زیر نشان می‌دهد که با افزایش سهم خدمت خرید کالا و خدمات در تعداد تراکنش‌ها، مبلغ آن نسبت به فروردین ۱۳۹۴ کاهش داشته است.



شکل ۴-۷ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در فروردین ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵

بر اساس شکل ۴-۷ ملاحظه می‌شود که سهم تعدادی خدمت مانده‌گیری از کل خدمات در قیاس نقطه به نقطه (ماه فروردین ۱۳۹۴ با ماه فروردین ۱۳۹۳) با کاهش مواجه بوده است که این امر حسب دستور بانک مرکزی ج.ا.ا. مبنی بر ممنوعیت ارائه خدمت مانده‌گیری به وسیله ابزارهای پذیرش بدون نیاز به حضور فیزیکی کارت، یعنی ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی رخ داده است.

۴,۲. کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارتی

همواره کیفیت ارائه خدمات از اصلی‌ترین اهداف شرکت‌های ارائه دهنده آن خدمت محسوب می‌شود. شرکت شاپرک نیز در راستای وظایف نظارتی خود، به دنبال افزایش کیفیت انجام خدمات ارائه شده در شبکه و انجام صحیح پرداخت‌ها می‌باشد. کاهش در میزان خطاها، تراکنش‌های معوق و نیز در عدم دسترس‌پذیری حس شده خدمات، عاملی مثبت در عملکرد شاپرک محسوب می‌شود و تلاش شاپرک در راستای کاهش این مشکلات می‌باشد. در زیر شاخص‌هایی برای سنجش این هدف ارائه می‌گردد.

۴,۲,۱. درصد تراکنش‌های موفق به کل تراکنش‌ها

یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های شرکت شاپرک، تلاش برای کاهش وقوع خطاهای شبکه و افزایش نسبت تراکنش‌های موفق از کل تراکنش‌ها می‌باشد. در حال حاضر در شبکه پرداخت الکترونیک کارتی خطاها در ۵ گروه اصلی خطای صادرکنندگی[۱۱]، خطای پذیرندگی[۱۲]، خطای شاپرکی[۱۳]، خطای کاربری[۱۴] و خطای کسب و کار[۱۵] طبقه‌بندی می‌شوند. جدول ۴-۸ اطلاعات مربوط به تعداد تراکنش‌های موفق و ناموفق (خطادار) کل شبکه شاپرک را نشان می‌دهد که حاکی از سهم ۸۸/۵۵ درصدی تراکنش‌های موفق و ۱۱/۴۵ درصدی خطاهای رخ داده در فروردین ماه سال ۱۳۹۵ می‌باشد.

جدول ۴-۸ تعداد و سهم تراکنش‌های موفق و ناموفق از کل تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

نوع تراکنش	تعداد	سهم
تراکنش‌های موفق	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	۸۸/۵۵٪
تراکنش‌های ناموفق و خطادار	۱۰۷،۵۷۹،۴۵۳	۱۱/۴۵٪
تعداد کل تراکنش‌ها	۹۳۹،۳۶۳،۰۶۱	٪۱۰۰

[۱۱] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۲.
[۱۲] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۳.
[۱۳] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۴.
[۱۴] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۵.
[۱۵] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۶.

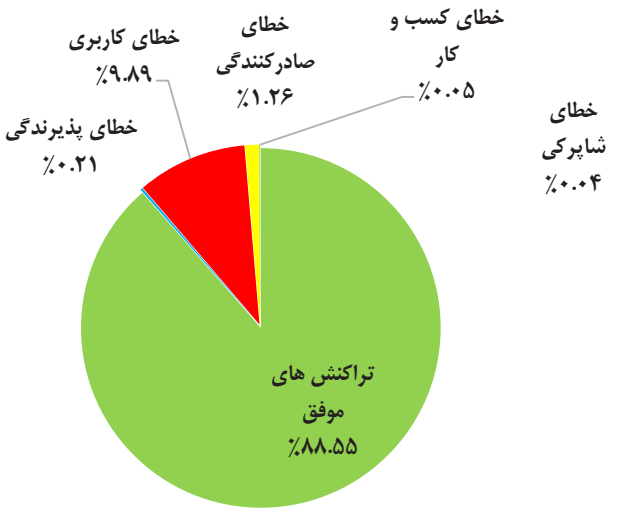
۴,۲,۲. آنالیز خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها

همانطور که ذکر گردید، خطاهای تراکنش‌ها انواع مختلفی دارند که آمار تعداد هر یک از انواع خطا در جدول ۴-۹ ارائه شده است. اطلاعات جدول حاکی از آن است که همچنان عمده ترین دلیل بروز خطاها، خطا از نوع کاربری با سهم ۹/۸۹ درصدی از کل تراکنش‌ها می‌باشد. این نوع خطا به عملکرد شبکه پرداخت الکترونیک ارتباطی نداشته و ناشی از اطلاعات نادرست دارنده کارت می‌باشد که لزوم آموزش و فرهنگسازی در این زمینه را تاکید می‌نماید.

جدول ۴-۹ آنالیز خطاهای رخ داده در شبکه پرداخت الکترونیک کارتی

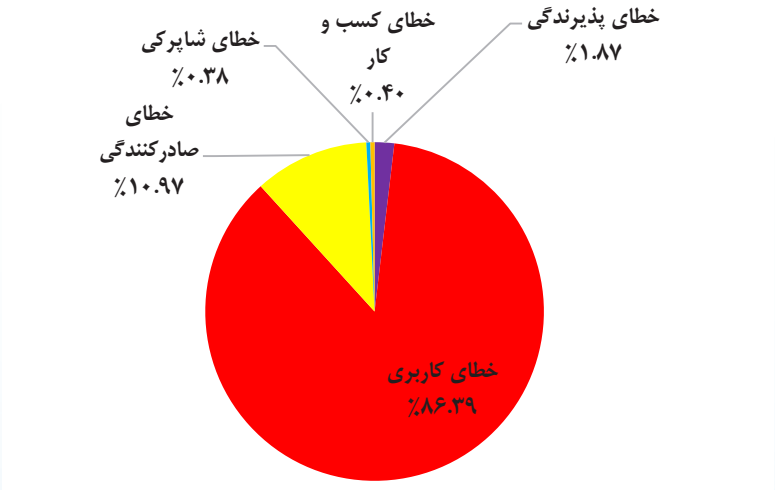
نوع تراکنش و انواع خطا		تعداد	سهم
موفق	تراکنش های موفق	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	۸۸/۵۵٪
ناموفق	خطای پذیرندگی	۲،۰۱۱،۷۱۷	۰/۲۱٪
	خطای کاربری	۹۲،۹۳۴،۱۰۱	۹/۸۹٪
	خطای صادرکنندگی	۱۱،۷۹۶،۱۲۰	۱/۲۶٪
	خطای شاپرکی	۴۰۹،۳۴۷	۰/۰۴٪
	خطای کسب و کار	۴۲۸،۱۶۸	۰/۰۵٪
تعداد کل تراکنش‌ها		۹۳۹،۳۶۳،۰۶۱	٪۱۰۰

اطلاعات جدول ۴-۹ در نمودار ۴-۸ به تصویر کشیده شده است.



شکل ۴-۸ سهم هر یک از انواع تراکنش‌های ناموفق و تراکنش‌های موفق از کل

نمودار زیر نیز سهم انواع خطاها از کل تراکنش‌های خطادار را نشان می‌دهد.



شکل ۴-۹ سهم هر یک از انواع خطا

اطلاعات مندرج در جدول ۴-۱۰ تغییرات هر یک از انواع تراکنش‌های ناموفق و نیز تراکنش‌های موفق را در فروردین ماه سال ۱۳۹۵ نسبت به ماه اسفند ۱۳۹۴ را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۰ مقایسه تعداد انواع تراکنش‌ها و خطاها در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

نوع تراکنش و انواع خطا		تعداد اسفند ۱۳۹۴	تعداد فروردین ۱۳۹۵	درصد تغییرات
ناموفق	خطای پذیرندگی	۲،۱۰۰،۳۱۹	۲،۰۱۱،۷۱۷	-۴/۲۲٪
	خطای کاربری	۹۷،۰۷۸،۹۳۵	۹۲،۹۳۴،۱۰۱	-۴/۲۷٪
	خطای صادرکنندگی	۲۷،۱۷۲،۶۵۱	۱۱،۷۹۶،۱۲۰	-۵۶/۵۹٪
	خطای شاپرکی	۴۱۰،۰۴۳	۴۰۹،۳۴۷	-۰/۱۷٪
	خطای کسب و کار	۵۷۱،۸۳۸	۴۲۸،۱۶۸	-۲۵/۱۲٪
	تعداد کل تراکنش‌های ناموفق	۱۲۷،۳۳۳،۷۸۶	۱۰۷،۵۷۹،۴۵۳	-۱۵/۵۱٪
موفق	تعداد کل تراکنش‌های موفق	۱،۰۳۵،۱۱۸،۷۲۲	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	-۱۹/۶۴٪
تعداد کل تراکنش‌ها		۱،۱۶۲،۴۵۲،۵۰۸	۹۳۹،۳۶۳،۰۶۱	-۱۹/۱۹٪

بر اساس اطلاعات جدول ۴-۱۰ ملاحظه می‌شود که در ماه فروردین ۱۳۹۵ همه انواع خطا نسبت به ماه ماقبل یعنی اسفند ۱۳۹۴ کاهش داشته‌اند.

۴،۲،۳. دسترس‌پذیری حس شده خدمات

یکی از دلایل وجودی شرکت شاپرک و از مهمترین اهداف آن، بهبود امکان دسترسی به خدمات و انجام تراکنش موفق در هر زمانی است. برای سنجش میزان تحقق این هدف، شاخص دسترس‌پذیری حس شده خدمات تعریف شده است که سهم تراکنش‌های موفق سیستمی کل شبکه یا تراکنش‌های موفق سیستمی

سوئیچ شاپرک را از کل تراکنش‌ها محاسبه می‌کند. اطلاعات مربوط شاخص دسترس‌پذیری حس شده خدمات در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴-۱۱ دسترس‌پذیری حس شده خدمات شاپرک و کل شبکه پرداخت الکترونیک کارتی

تراکنش‌های موفق	فروردین ۱۳۹۴		اسفند ۱۳۹۴		فروردین ۱۳۹۵	
	تعداد کل تراکنش‌های موفق	دسترس‌پذیری حس شده	تعداد کل تراکنش‌های موفق	دسترس‌پذیری حس شده	تعداد کل تراکنش‌های موفق	دسترس‌پذیری حس شده
تراکنش‌های موفق سیستمی کل شبکه[۱۶]	۷۳۷،۴۹۱،۶۳۳	۹۷/۴۳٪	۱،۱۳۲،۱۹۷،۶۵۷	۹۷/۴۰٪	۹۲۴،۷۱۷،۷۰۹	۹۸/۴۴٪
تراکنش‌های موفق سیستمی شاپرکی[۱۷]	۷۵۵،۳۵۶،۷۸۴	۹۹/۷۹٪	۱،۱۶۲،۰۴۲،۴۶۵	۹۹/۹۶۵٪	۹۳۸،۹۵۳،۷۱۴	۹۹/۹۵۶٪
تعداد کل تراکنش	۷۵۶،۹۶۶،۲۴۴	-	۱،۱۶۲،۴۵۲،۵۰۸	-	۹۳۹،۳۶۳،۰۶۱	-

جدول ۴-۱۱ حاکی از در دسترس بودن ۹۹/۹۵۶ درصدی خدمات شرکت شاپرک در فروردین ماه سال ۱۳۹۵ بوده که نسبت به اسفند ماه بهبود ۰/۰۰۸ درصدی و نسبت به فروردین ۱۳۹۳ بهبود ۰/۱۷ درصدی داشته است.

۴،۲،۴. آنالیز تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه

شاخص میزان تراکنش‌های معوق[۱۸] رخ داده در شبکه پرداخت الکترونیک کارتی و روند آن در طول زمان، یکی از شاخص‌هایی است که بر کیفیت انجام عملیات و رضایت از شبکه پرداخت اثرگذار است. لذا می‌بایست نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها روندی کاهشی داشته باشد. جدول زیر مقادیر این شاخص را ارائه نموده است.

[۱۶] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۷.
[۱۷] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۶-۹.
[۱۸] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۹-۴.

جدول ۴-۱۲ درصد تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه پرداخت شاپرک در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

تراکنش‌های معوق	اسفند۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۴	تغییرات
تعداد تراکنش‌های معوق	۲۲۹،۷۹۶	۲۲۸،۵۹۵	-۰/۵۲٪
تعداد کل تراکنش‌ها	۱،۰۳۵،۱۱۸،۷۲۲	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸	-۱۹/۶۴٪
نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها	۰/۰۲۲٪	۰/۰۲۷٪	۰/۰۰۵٪

همانطور که در جدول ۴-۱۲ ملاحظه می‌شود تعداد تراکنش‌های معوق در فروردین ماه نسبت به ماه ماقبل یعنی اسفند ماه ۱۳۹۴، کاهش ۰/۵۲ درصدی داشته است. این در حالی است که تعداد کل تراکنش‌ها افت ۱۹/۶۴ درصدی را تجربه نموده است. با این وجود شاخص نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها به نسبت اسفند ماه ۱۳۹۴ افزایش ۰/۰۰۵ درصدی داشته است.

۴,۳. نفوذ جغرافیایی

شاخص نفوذ جغرافیایی بیانگر تعداد و تعداد سرانه ابزارهای پذیرش و تراکنش‌های آن در کل کشور و در مقیاسی متفاوت در هر استانی است که معیاری برای سنجش فراگیر شدن خدمات پرداخت الکترونیک کارتی در کشور و یا هر یک از استان‌ها می‌باشد.

۴,۳,۱. ضریب نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش

جدول ۴-۱۳ آمار تعداد کل هر یک از ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک و سرانه آن به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال[۱۹] مصرف‌کننده خدمات کارت در کل کشور (ضریب نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش) را ارائه می‌دهد.

[۱۹] آمار جمعیت افراد بالای ۱۸ سال از بخش نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ از شبکه ملی آمار استخراج شده است. برای جمعیت بالای ۱۸ سال در سال ۱۳۹۴، جمعیت افراد بالای ۱۵ سال در سال ۹۰ مد نظر قرار گرفته است. به علت عدم دسترسی به اطلاعات دقیقتر، این آمار به صورت تقریبی در محاسبات منظور شده است.

همانطور که ملاحظه می‌شود ضریب نفوذ جغرافیایی مجموع ابزارهای پذیرش در فروردین ماه ۷۶۳/۲ ابزار به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال در کشور بوده است. این شاخص برای ماه‌های اسفند، بهمن و دی به ترتیب ۷۷۳/۷، ۷۵۵ و ۷۳۶[۲۰] بوده است که مقایسه این اعداد مبین رشد نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش در فروردین ماه نسبت به ماه‌های گذشته (به استثنای اسفند ماه ۱۳۹۴) می‌باشد. بیشترین میزان نفوذ جغرافیایی این ابزارها متعلق به کارتخوان فروشگاهی با تعداد ۷۶۰/۱۷ عدد به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال در کشور می‌باشد و کمترین آن نیز به ابزار پذیرش موبایلی اختصاص دارد که به ازای هر ۱۰،۰۰۰ نفر صرفا ۰/۲۳ ابزار پذیرش موبایلی در کشور وجود دارد.

جدول ۴-۱۳ تعداد سرانه ابزارهای پذیرش در کشور به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال در فروردین ۱۳۹۵

ابزار پذیرش	تعداد در کل کشور	جمعیت بالای ۱۸ سال در کشور	ضریب نفوذ جغرافیایی هر ابزار به ازای هر ۱۰،۰۰۰ نفر
ابزار پذیرش اینترنتی	۱۶،۱۴۳	۵۷،۵۴۱،۵۶۹	۲/۸۱
ابزار پذیرش موبایلی	۱،۳۰۹		۰/۲۳
کارتخوان فروشگاهی	۴،۳۷۴،۱۱۹		۷۶۰/۱۷
مجموع ابزارها	۴،۳۹۱،۵۷۱		۷۶۳/۲۰

۴،۳،۲. سرانه تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در کشور

جدول بعدی آمار تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش و نیز تعداد سرانه تراکنش‌های هر یک از این ابزارها به ازای افراد بالای ۱۸ سال مصرف کننده خدمات کارت را در فروردین ماه سال جاری ارائه می‌دهد.

[۲۰] رجوع شود به بولتن اقتصادی شاپرک در ماه اسفند، دی و آذر

جدول ۴-۱۴ سرانه تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال کل کشور در فروردین ۱۳۹۵

ابزار پذیرش	تعداد تراکنش‌ها	جمعیت بالای ۱۸ سال در کشور	سرانه تراکنش‌های هر ابزار
ابزار پذیرش اینترنتی	۲۳،۱۲۷،۷۶۱	۵۷،۵۴۱،۵۶۹	۰/۴۰
ابزار پذیرش موبایلی	۱۱۵،۳۰۷،۶۸۵		۲
کارتخوان فروشگاهی	۶۹۳،۳۴۸،۱۶۲		۱۲/۰۵
کل ابزارها	۸۳۱،۷۸۳،۶۰۸		۱۴/۴۶

همانطور که از جدول ۴-۱۴ مشخص است به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال، در فروردین ماه سال جاری ۱۴/۴۶ مرتبه تراکنش به صورت الکترونیکی صورت گرفته است و بیشترین سرانه تعداد تراکنش متعلق به کارتخوان فروشگاهی با ۱۲/۰۵ تراکنش برای هر فرد بالای ۱۸ سال بوده است. شاخص تعداد سرانه تراکنش‌ها در فروردین ماه نسبت به ماه اسفند به دلیل کاهش تعداد تراکنش ها در این ماه، کاهش داشته است.

۴،۳،۳. تعداد و تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر استان

به منظور بررسی کارایی توزیع و میزان نفوذ ابزارهای پذیرش، بهتر است تعداد و تعداد سرانه این ابزارها در استان‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد. شایان توجه است که برخلاف کارتخوان فروشگاهی، خدمات ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی لزوما به منطقه و یا استان خاصی تعلق ندارد و از سایر نقاط کشور نیز امکان استفاده از خدمات این ابزارها میسر می‌باشد، با این تفاسیر لزومی به تعریف تعداد سرانه ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی هر استان نبوده و صرفا تعداد توزیع شده این دو ابزار پذیرش در بخش بعدی مورد توجه قرار می‌گیرد و در این بخش صرفا تعداد و تعداد سرانه کارتخوان‌های فروشگاهی در استان‌های مختلف بررسی می شود.

اطلاعات مربوط به تعداد توزیع شده کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در استان‌های مختلف و تغییرات آن در ماه فروردین ۱۳۹۵ نسبت به ماه اسفند ۱۳۹۴ در جدول ۴-۱۵ ارائه شده است.

جدول ۴-۱۵ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ به تفکیک استان‌ها

نام استان	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار جدید	درصد تغییرات
خوزستان	۲۰۰،۲۰۰	۲۰۱،۵۶۵	۱،۳۶۵	۰/۶۸٪
آذربایجان غربی	۱۴۸،۸۶۸	۱۵۰،۰۸۰	۱،۲۱۲	۰/۸۱٪
گیلان	۱۳۸،۷۸۶	۱۳۹،۶۱۴	۸۲۸	۰/۶۰٪
اردبیل	۶۱،۰۸۱	۶۱،۴۹۵	۴۱۴	۰/۶۸٪
کرمانشاه	۷۸،۱۰۴	۷۸،۵۰۶	۴۰۲	۰/۵۱٪
بوشهر	۶۷،۳۵۶	۶۷،۷۴۰	۳۸۴	۰/۵۷٪
خراسان شمالی	۳۶،۶۱۳	۳۶،۹۵۶	۳۴۳	۰/۹۴٪
قم	۶۵،۴۲۰	۶۵،۶۹۷	۲۷۷	۰/۴۲٪
کردستان	۷۸،۹۲۱	۷۹،۱۵۰	۲۲۹	۰/۲۹٪
مازندران	۲۰۷،۳۸۳	۲۰۷،۵۴۷	۱۶۴	۰/۰۸٪
لرستان	۶۶،۱۲۷	۶۶،۲۶۱	۱۳۴	۰/۲۰٪
ایلام	۲۹،۷۰۷	۲۹،۷۹۸	۹۱	۰/۳۱٪
خراسان جنوبی	۴۱،۲۲۲	۴۱،۱۷۵	-۴۷	-۰/۱۱٪
فارس	۲۴۵،۰۹۹	۲۴۴،۹۱۵	-۱۸۴	-۰/۰۸٪
خراسان رضوی	۳۲۶،۰۸۰	۳۲۵،۷۳۸	-۳۴۲	-۰/۱۰٪
سیستان و بلوچستان	۷۰،۳۴۰	۶۹،۸۶۷	-۴۷۳	-۰/۶۷٪
چهارمحال و بختیاری	۵۲،۲۲۱	۵۱،۷۴۳	-۴۷۸	-۰/۹۲٪
آذربایجان شرقی	۱۹۶،۶۲۳	۱۹۶،۰۸۹	-۵۳۴	-۰/۲۷٪
گلستان	۹۹،۰۵۶	۹۸،۴۰۷	-۶۴۹	-۰/۶۶٪

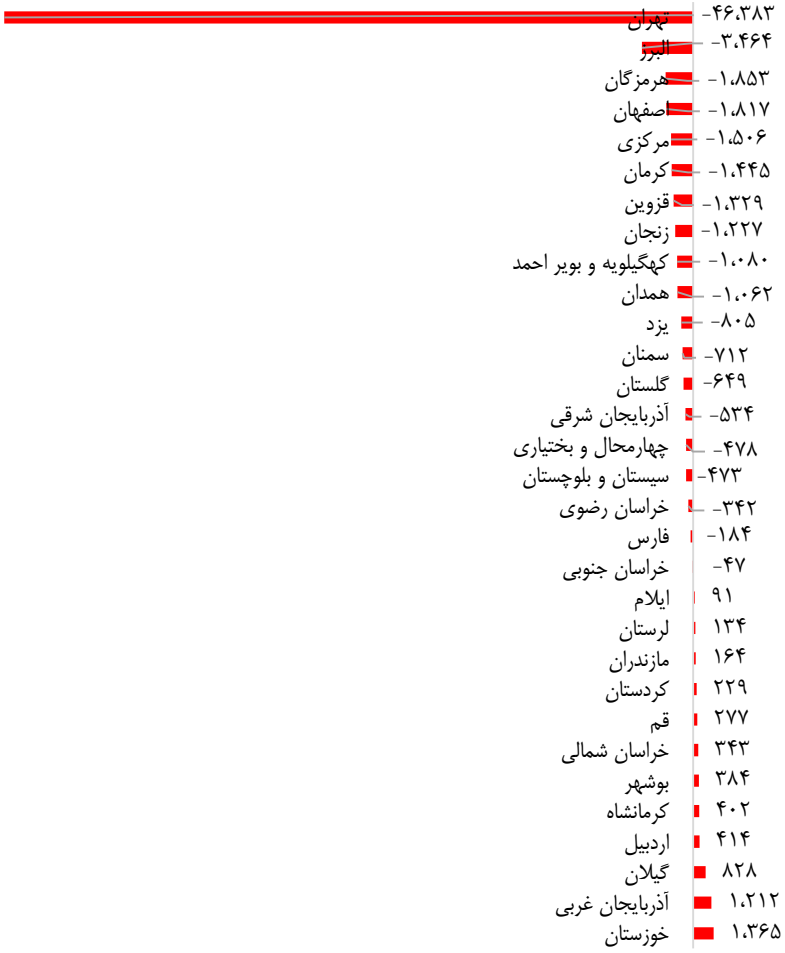
نام استان	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵	تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار جدید	درصد تغییرات
سمنان	۴۹،۱۰۳	۴۸،۳۹۱	-۷۱۲	-۱/۴۵٪
یزد	۸۶،۱۲۷	۸۵،۳۲۲	-۸۰۵	-۰/۹۳٪
همدان	۸۲،۴۷۰	۸۱،۴۰۸	-۱،۰۶۲	-۱/۲۹٪
کهگیلویه و بویر احمد	۳۳،۶۴۷	۳۲،۵۶۷	-۱،۰۸۰	-۳/۲۱٪
زنجان	۵۶،۹۸۵	۵۵،۷۵۸	-۱،۲۲۷	-۲/۱۵٪
قزوین	۶۹،۹۴۹	۶۸،۶۲۰	-۱،۳۲۹	-۱/۹۰٪
کرمان	۱۴۶،۲۲۴	۱۴۴،۷۷۹	-۱،۴۴۵	-۰/۹۹٪
مرکزی	۷۷،۶۷۰	۷۶،۱۶۴	-۱،۵۰۶	-۱/۹۴٪
اصفهان	۳۳۵،۴۷۸	۳۳۳،۶۶۱	-۱،۸۱۷	-۰/۵۴٪
هرمزگان	۱۱۲،۷۱۲	۱۱۰،۸۵۹	-۱،۸۵۳	-۱/۶۴٪
البرز	۱۸۱،۳۴۶	۱۷۷،۸۸۲	-۳،۴۶۴	-۱/۹۱٪
تهران	۹۹۲،۷۴۸	۹۴۶،۳۶۵	-۴۶،۳۸۳	-۴/۶۷٪
کل کشور	۴،۴۳۳،۶۶۶	۴،۳۷۴،۱۱۹	-۵۹،۵۴۷	-۱/۳۴٪

*ادامه جدول ۴-۱۵

همانطور که ملاحظه می‌شود در بسیاری از استان‌ها تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار نسبت به ماه اسفند افت داشته است و این امر این موضوع را تداعی می‌کند که یا کارتخوان‌های فروشگاهی توسط شرکت‌های PSP[۲۱] جمع‌آوری شده‌اند یا کارتخوان‌های فروشگاهی بدون تراکنش، از چرخه فعالیت خارج شده‌اند.

[۲۱] شرکت ارائه دهنده خدمات پرداخت – رجوع شود به پیوست ۷-۱-۲.

بر اساس اطلاعات جدول۴-۱۵، نمودار زیر تغییرات تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر یک از استان‌ها را در فروردین ماه ۱۳۹۵ نسبت به اسفندماه ۱۳۹۴ نشان می‌دهد.

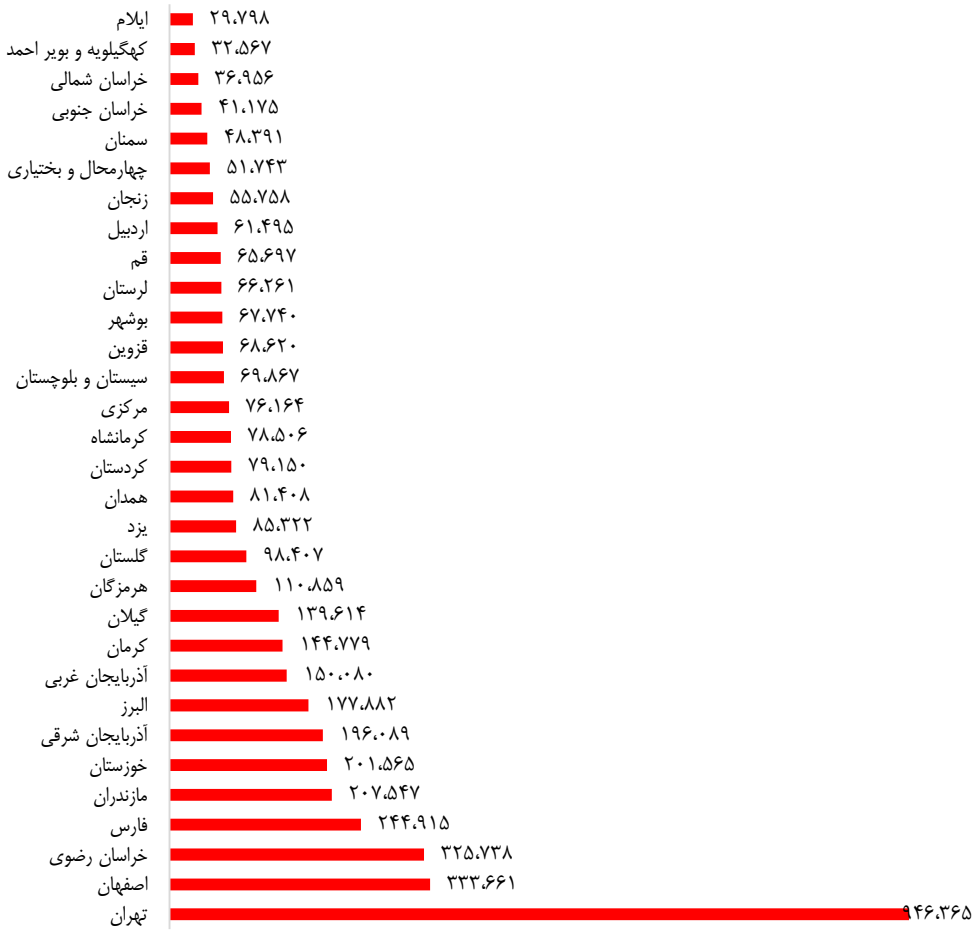


شکل ۴-۱۰ تغییر در تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر استان در فروردین ۱۳۹۵ نسبت به ماه اسفند ۱۳۹۴

ملاحظه می‌شود که در بسیاری از استان‌ها، تعداد کارتخوان فروشگاهی نسبت به اسفند ماه کاهش داشته است و در استان تهران میزان کاهش تعدادی این ابزار بسیار قابل توجه بوده است. این امر به دلیل برگزاری نمایشگاه‌های بهاره و خریدهای نوروزی در اسفند ماه ۱۳۹۴ بوده که نیاز و استفاده از ابزار کارتخوان فروشگاهی را افزایش داده، و با اتمام خریدهای نوروزی و اتمام مهلت این نمایشگاه ها، طبیعتا استفاده از این ابزارها نیز کاهش داشته است.

بیشترین افزایش در تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه فروردین، به ترتیب به استان‌های خوزستان، آذربایجان غربی و گیلان تعلق داشته است.

نمودار ۴-۱۱ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در استان‌های کشور را نشان می‌دهد و مبین آن است که با وجود کاهش بسیار قابل توجه در تعداد کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار در استان تهران (مطابق شکل ۴-۱۰) ، همچنان بیشترین تعداد این ابزار در استان تهران توزیع شده است.



شکل ۴-۱۱ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار در هر استان در فروردین ۱۳۹۵

بهتر است توزیع این ابزار پذیرش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال[۲۲] که متقاضی استفاده از خدمات پرداخت الکترونیک هستند، در هر استانی مورد بررسی قرار بگیرد. برای این منظور اطلاعات مربوط به تعداد سرانه این ابزار پذیرش به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر یک از استان‌های کشور، در جدول ۴-۱۶ ارائه شده است.

جدول ۴-۱۶ تعداد سرانه استانی کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار به ازای افراد بالای ۱۸ سال در اسفند۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

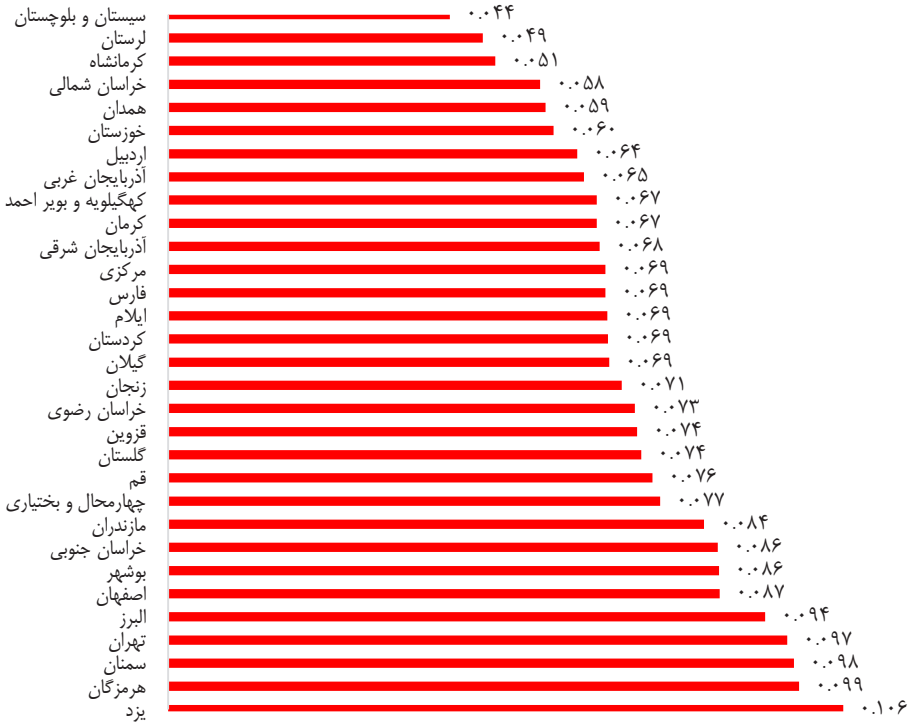
نام استان	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی اسفند	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی فروردین	درصد تغییرات
یزد	۰/۱۰۷	۰/۱۰۶	-۰/۹۳٪
هرمزگان	۰/۱۰۱	۰/۰۹۹	-۱/۶۴٪
سمنان	۰/۱۰۰	۰/۰۹۸	-۱/۴۵٪
تهران	۰/۱۰۲	۰/۰۹۷	-۴/۶۷٪
البرز	۰/۰۹۵	۰/۰۹۴	-۱/۹۱٪
اصفهان	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	-۰/۵۴٪
بوشهر	۰/۰۸۶	۰/۰۸۶	۰/۵۷٪
خراسان جنوبی	۰/۰۸۶	۰/۰۸۶	-۰/۱۱٪
مازندران	۰/۰۸۴	۰/۰۸۴	۰/۰۸٪
چهارمحال و بختیاری	۰/۰۷۸	۰/۰۷۷	-۰/۹۲٪
قم	۰/۰۷۶	۰/۰۷۶	۰/۴۲٪
گلستان	۰/۰۷۵	۰/۰۷۴	-۰/۶۶٪
قزوین	۰/۰۷۵	۰/۰۷۴	-۱/۹۰٪
خراسان رضوی	۰/۰۷۳	۰/۰۷۳	-۰/۱۰٪
زنجان	۰/۰۷۳	۰/۰۷۱	-۲/۱۵٪
گیلان	۰/۰۶۹	۰/۰۶۹	۰/۶۰٪

[۲۲] آمار جمعیت افراد بالای ۱۸ سال به تفکیک استان‌ها از بخش نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ در شبکه ملی آمار استخراج شده است. برای جمعیت تقریبی افراد بالای ۱۸ سال در سال ۱۳۹۴ ، جمعیت افراد بالای ۱۵ سال در سال ۹۰ مد نظر قرار گرفته است.

نام استان	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی اسفند	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی فروردین	درصد تغییرات
کردستان	۰/۰۶۹	۰/۰۶۹	۰/۲۹٪
ایلام	۰/۰۶۹	۰/۰۶۹	۰/۳۱٪
فارس	۰/۰۶۹	۰/۰۶۹	-۰/۰۸٪
مرکزی	۰/۰۷۰	۰/۰۶۹	-۱/۹۴٪
آذربایجان شرقی	۰/۰۶۸	۰/۰۶۸	-۰/۲۷٪
کرمان	۰/۰۶۸	۰/۰۶۷	-۰/۹۹٪
کهگیلویه و بویر احمد	۰/۰۶۹	۰/۰۶۷	-۳/۲۱٪
آذربایجان غربی	۰/۰۶۵	۰/۰۶۵	۰/۸۱٪
اردبیل	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۶۸٪
خوزستان	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۶۸٪
همدان	۰/۰۶۰	۰/۰۵۹	-۱/۲۹٪
خراسان شمالی	۰/۰۵۸	۰/۰۵۸	۰/۹۴٪
کرمانشاه	۰/۰۵۱	۰/۰۵۱	۰/۵۱٪
لرستان	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	۰/۲۰٪
سیستان و بلوچستان	۰/۰۴۴	۰/۰۴۴	-۰/۶۷٪

*ادامه جدول ۴-۱۶

نمودار ۴-۱۲ توزیع سرانه این ابزار در استان‌های مختلف را به ازای افراد بالای ۱۸ سال متقاضی استفاده از خدمات این ابزار نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که بیشترین تعداد سرانه‌ی کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار به ازای افراد بالای ۱۸ سال به ترتیب به استان یزد، هرمزگان و سمنان تعلق داشته است.



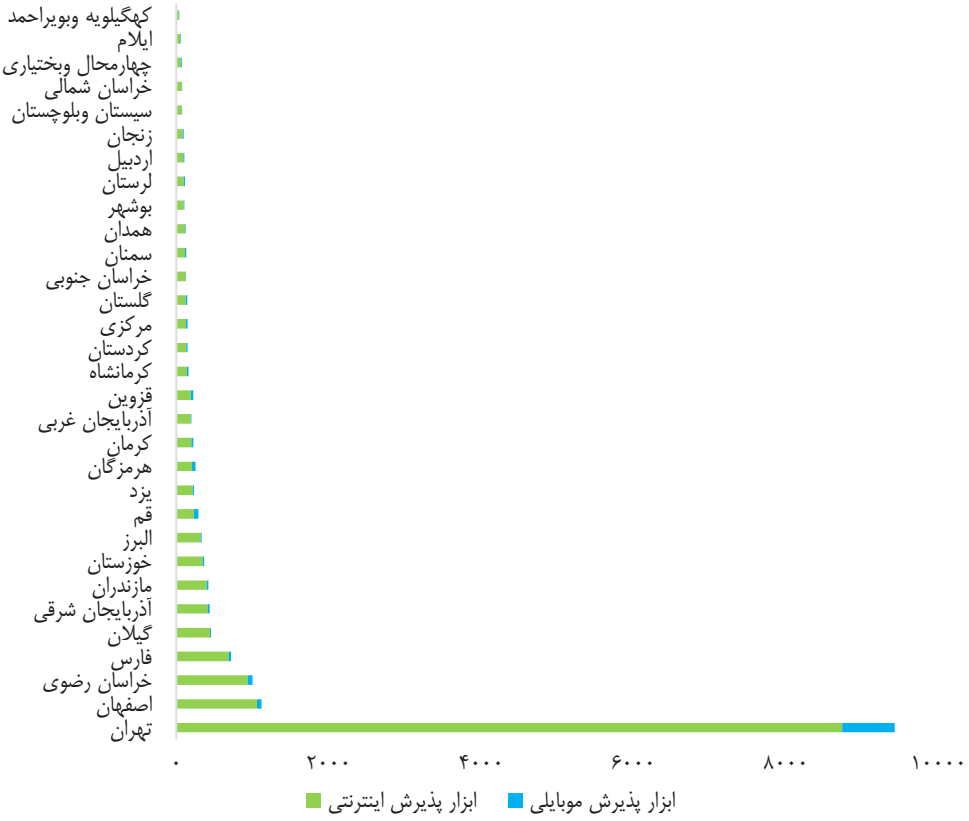
شکل ۴-۱۲ سرانه تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار هر استان به ازای افراد بالای ۱۸ سال در فروردین ۱۳۹۵

شایان توجه است که شهر تهران که با اختلاف زیادی از سایر استان‌ها بیشترین تعداد کارتخوان فروشگاهی در آن توزیع شده بود، در این نمودار به لحاظ تعداد سرانه رتبه چهارم را داشته و شهر یزد همچنان جایگاه اول را در توزیع سرانه ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاهی (POS) در چند ماه اخیر به خود اختصاص داده است.

۴،۳،۴. تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی

در این بخش تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی در استان‌های مختلف بررسی خواهد شد. باید توجه نمود همانطور که قبلا ذکر شد، امکان استفاده از ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی برای انجام عملیات پرداخت الکترونیکی (بر خلاف کارتخوان فروشگاهی) به دلیل اینکه نیاز به حضور فیزیکی ابزار کارت ندارد،

لزوما به منطقه و یا استان خاصی تعلق نداشته و از سایر نقاط کشور نیز امکان استفاده از خدمات این ابزارهای پذیرش میسر می‌باشد. لذا محاسبه تعداد سرانه این ابزارها برای بررسی معنا ندارد و تنها تعداد این ابزارها در استان‌های کشور بررسی می‌شود. شایان ذکر است که این اطلاعات بر مبنای آدرس و استان ثبت شده در اطلاعات پذیرندگان ابزار پذیرش موبایلی و ابزار پذیرش اینترنتی بوده است. تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی به تفکیک استان‌های محل استقرار پذیرندگان ثبت شده آن‌ها در سوییچ شاپرک، در نمودار ۴-۱۳ ترسیم شده است.

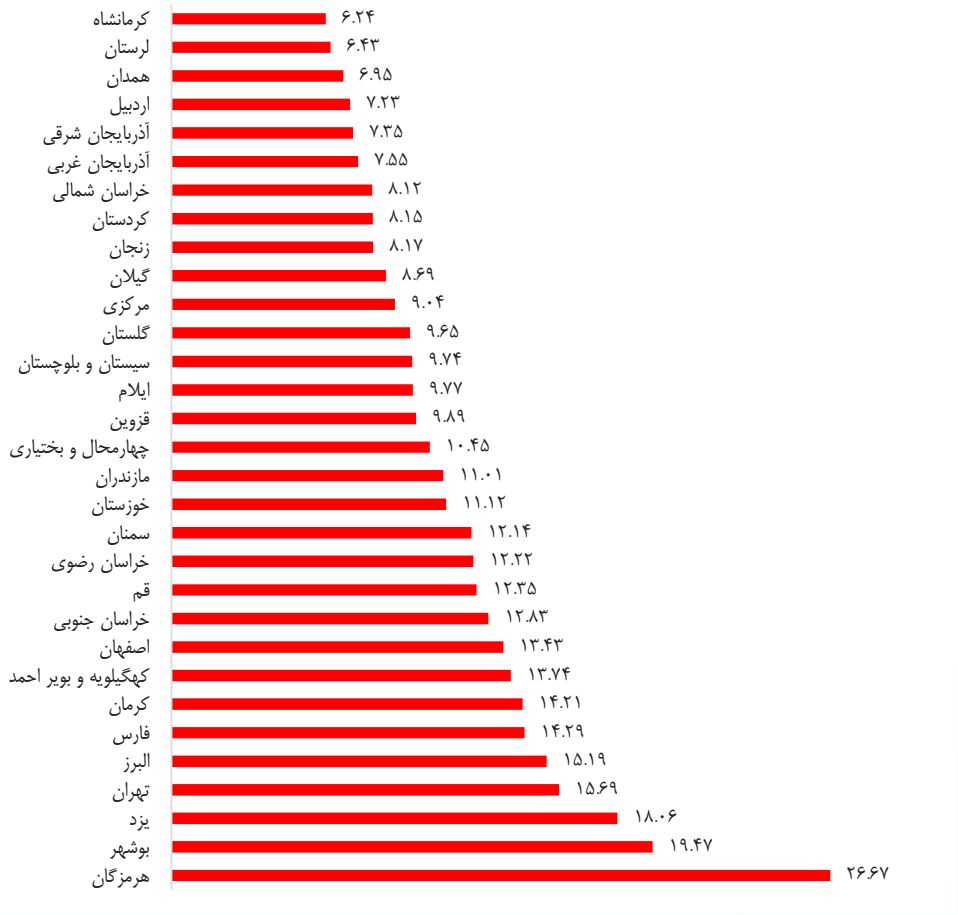


شکل ۴-۱۳ تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی در استان‌های کشور در فروردین ۱۳۹۵

نمودار مبین آن است که بیشترین ابزار پذیرش اینترنتی در استان‌های تهران، اصفهان و خراسان رضوی فعال هستند. در تعداد ابزار پذیرش موبایلی استان‌های تهران، خراسان رضوی و قم در راس دیگر استان‌ها قرار گرفته‌اند.

۴,۳,۵. تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی در استان‌های کشور

استفاده از ابزارهای پذیرشی که انجام عملیات پرداخت الکترونیکی بوسیله آن‌ها نیازی به حضور کارت بانکی ندارد (یعنی ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی) بر خلاف کارتخوان فروشگاهی لزوما به منطقه و یا استان خاصی تعلق نداشته و انجام تراکنش به وسیله این ابزارها (که هر یک از پذیرندگان آن به یک استان خاص تعلق دارند) از نقاط مختلف کشور امکان پذیر است. به همین دلیل نمودار زیر به منظور نمایش تعداد سرانه تراکنش‌ها صرفا برای ابزار کارتخوان فروشگاهی (که موقعیت محلی برای آن معنی دار بوده) در استان‌های مختلف برای فروردین ماه ۱۳۹۵ ترسیم شده است.



شکل ۴-۱۴ تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان در فروردین ۱۳۹۵

همانطور که ملاحظه می‌شود استان‌های هرمزگان، بوشهر و یزد در سه جایگاه نخست تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان، قرار گرفته‌اند و کرمانشاه، لرستان و همدان نیز کمترین تعداد سرانه تراکنش‌های این ابزار را در فروردین ماه داشته‌اند.

۴,۴. شاخص‌های پراکندگی مبلغی تراکنش‌ها

در این قسمت برای بررسی پراکندگی مبالغ تراکنش‌ها دو شاخص نسبت دهکی برای کل ابزارهای پذیرش و نیز دامنه مبلغی برای کارتخوان فروشگاهی معرفی می‌شود .

۴,۴,۱. نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنش‌ها

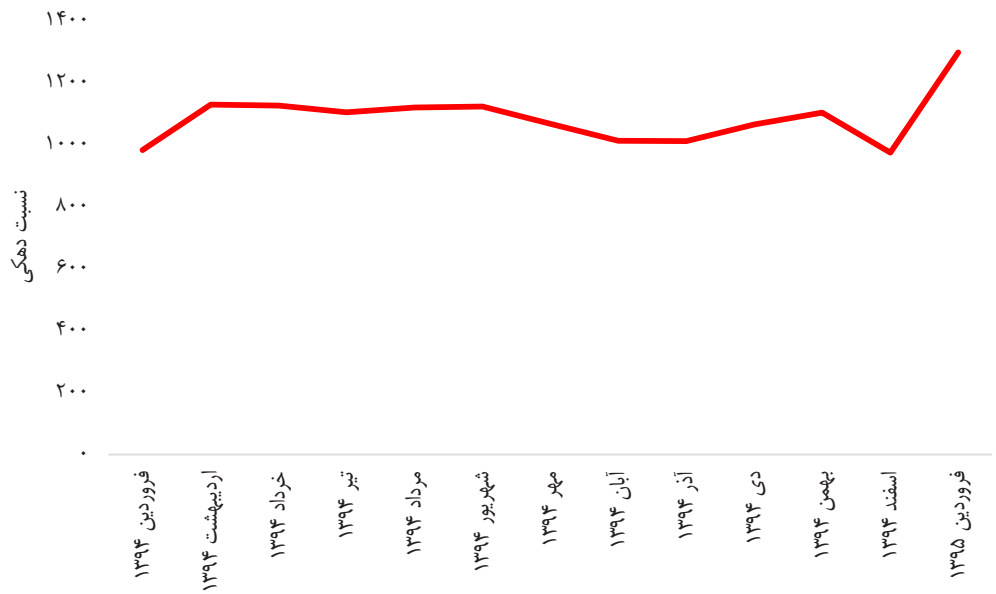
شاخص نسبت دهکی[۲۳] به منظور اندازه‌گیری نابرابری در توزیع ارزش‌هایی نظیر درآمد، ثروت و ... محاسبه می‌شود. محاسبه این نسبت برای مبلغ تراکنش‌ها، بیانگر توزیع نابرابری مبلغی تراکنش‌های پرداخت الکترونیک کارتی می‌باشد که روند کاهشی آن در طول زمان نشان‌دهنده حذف تراکنش‌های با مبالغ بسیار ریز و یا بسیار بزرگ و کاهش بار شبکه تعریف می‌شود. جدول زیر شاخص نسبت دهکی مبلغ تراکنش‌های شبکه شاپرک را در فروردین ۱۳۹۵ در مقایسه با ماه گذشته و نیز ماه مشابه سال ۱۳۹۴ ارائه نموده است.

جدول ۴-۱۷ شاخص نسبت دهکی

محاسبه نسبت دهکی	فروردین ۱۳۹۴	اسفند ۱۳۹۴	فروردین ۱۳۹۵
میانگین مبالغ تراکنش دهک دهم (ریال)	۹،۲۳۳،۵۸۶	۱۰،۵۷۳،۵۰۲	۱۱،۹۴۵،۸۲۹
میانگین مبالغ تراکنش دهک اول (ریال)	۹،۳۸۶	۱۰،۸۴۱	۹،۲۰۰
نسبت دهکی	۹۸۳/۷۶	۹۷۵/۳۶	۱،۲۹۸/۳۹

[۲۳] رجوع شود به پیوست ۷-۲-۷

ملاحظه می‌شود که نسبت دهکی چه در مقایسه ماهانه و چه در قیاس نقطه به نقطه افزایش داشته است، به عبارت دیگر، متوسط مبالغ دهک اول کاهش و متوسط مبالغ دهک دهم افزایش را تجربه نموده است، همین افزایش دامنه اختلاف بین دو دهک، افزایش نسبت دهکی را در فروردین ۱۳۹۵ به دنبال داشته است.



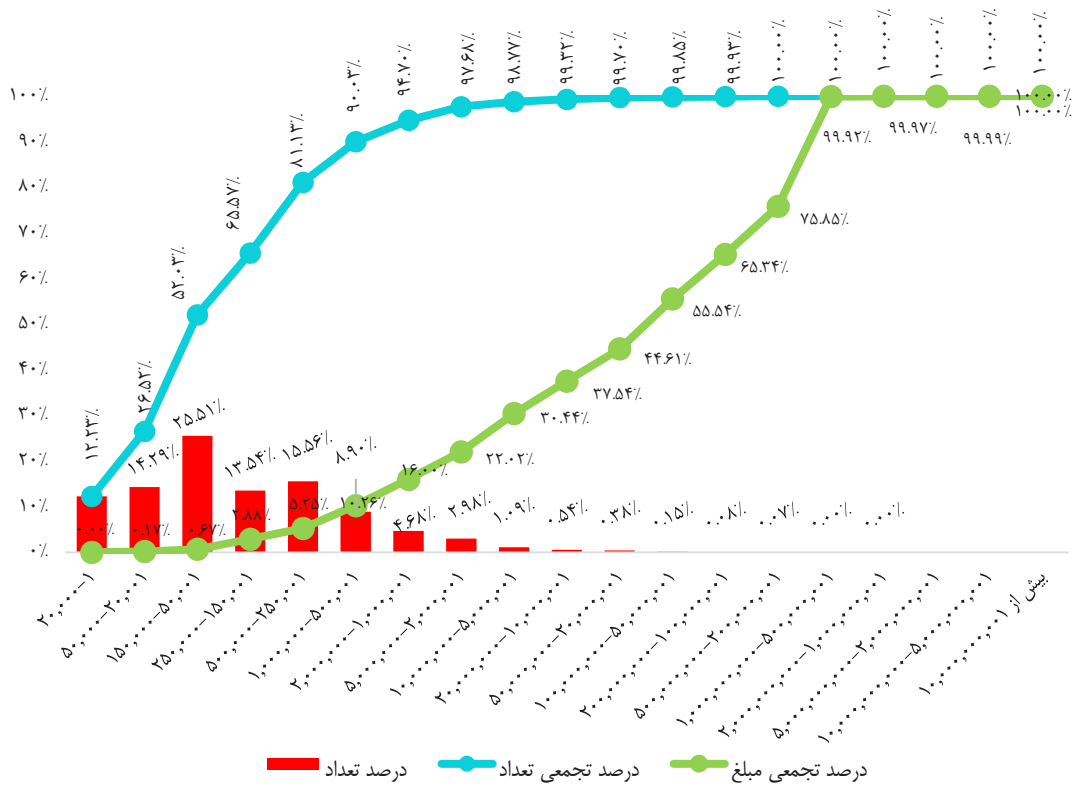
شکل ۴-۱۵ روند نسبت متوسط مبالغ دهک دهم به دهک اول قیمتی

اطلاعات جدول۴-۱۷ و نمودار ۴-۱۵ حاکی از افزایش قابل توجه شاخص دهکی در ماه فروردین می‌باشد. در این ماه برای نخستین بار در مدت مورد بررسی، میانگین ده درصد بالای مبالغ تراکنش‌ها به مرز ۱۲ میلیون ریال رسیده است.

۴,۴,۲. دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی

در این بخش از گزارش نمودار دامنه مبلغی تراکنش‌های مربوط به کارتخوان فروشگاهی طی فروردین ماه ۱۳۹۵ ترسیم شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بر اساس نمودار، بیشترین تعداد تراکنش‌ها در بازه ۵۰،۰۰۱ تا ۱۵۰،۰۰۰ ریال قرار گرفته‌اند که این بازه ۲۵/۵۱ درصد از کل تراکنش‌ها را در بر می‌گیرد. همچنین حدود ۵۲ درصد تراکنش‌ها با مبلغ زیر ۱۵۰،۰۰۰ ریال انجام گرفته‌اند که این بازه صرفا ۰/۶۷ درصد مبالغ تراکنش‌ها را در بر می‌گیرد.



شکل ۴-۱۶ دامنه مبلغی تراکنش‌های ابزار کارتخوان فروشگاهی (بر حسب ریال) در فروردین ۱۳۹۵

در مقیاس عددی، تراکنش‌های زیر ۵۰،۰۰۰ ریال برابر با ۲۲۸،۲۰۷،۹۱۷ عدد تراکنش بوده که شامل ۶۰،۳۰۴،۱۷۵ عدد تراکنش مانده‌گیری می‌باشد، همچنین تعداد تراکنش‌های بین ۵۰،۰۰۰ ریال تا ۲۵۰،۰۰۰ ریال برابر ۲۴۷،۲۱۱،۱۸۶ عدد تراکنش بوده و کل تراکنش‌های بالای ۲۵۰،۰۰۰ ریال برابر ۲۱۷،۹۲۹،۰۵۹ عدد تراکنش می‌باشد.

۵. شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیکی کارت در فروردین ماه ۱۳۹۵

شاخص‌های این بخش با هدف بررسی سهم هر یک از شرکت‌های PSP و نیز بانک‌های پذیرنده[۲۴] از تراکنش‌ها و هر یک از ابزارهای پذیرش شبکه پرداخت الکترونیک کارتی و نیز سهم هر بانک صادر کننده[۲۵] کارت‌های بانکی تعریف شده در سوییچ شاپرک ارائه می‌شود تا با بررسی روند هر یک بتوان علیرغم نظارت و رفع مشکلات حوزه، مسیر حرکت آتی بازار و صنعت پرداخت الکترونیک کارتی را تشخیص داد و سیاست‌های مناسب را اتخاذ نمود.

۵,۱. شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP)

در این بخش شاخص‌های بازار شامل سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها، سهم از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش به ازای هر یک از شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت محاسبه می‌شود. سپس تمرکز بازار به تفکیک هر یک از ابزارهای پذیرش کارت بررسی شده و پس از اندازه‌گیری شاخص اثر بخشی کارتخوان

---

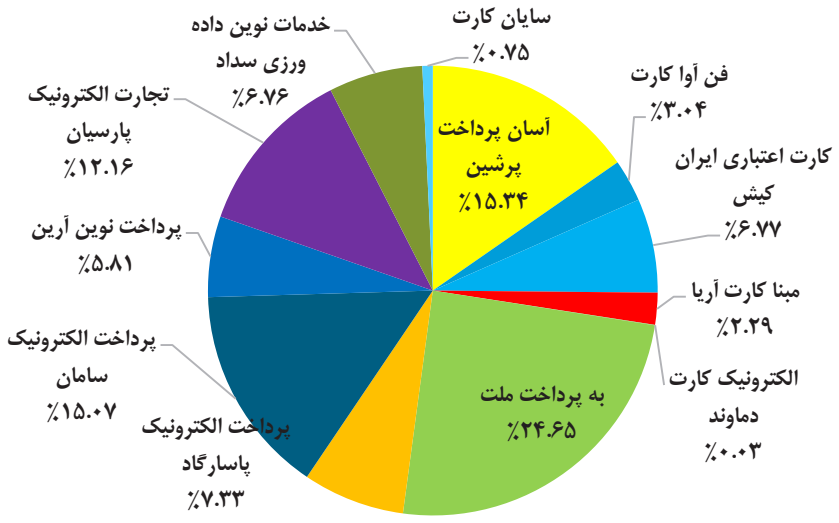
[۲۴] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۴.

[۲۵] رجوع شود به پیوست ۷-۱-۳.

فروشگاهی برای هر شرکت، سهم این شرکت‌ها از تعداد تراکنش‌های ابزارهای مختلف در استان‌های کشور محاسبه و بررسی می‌شود.

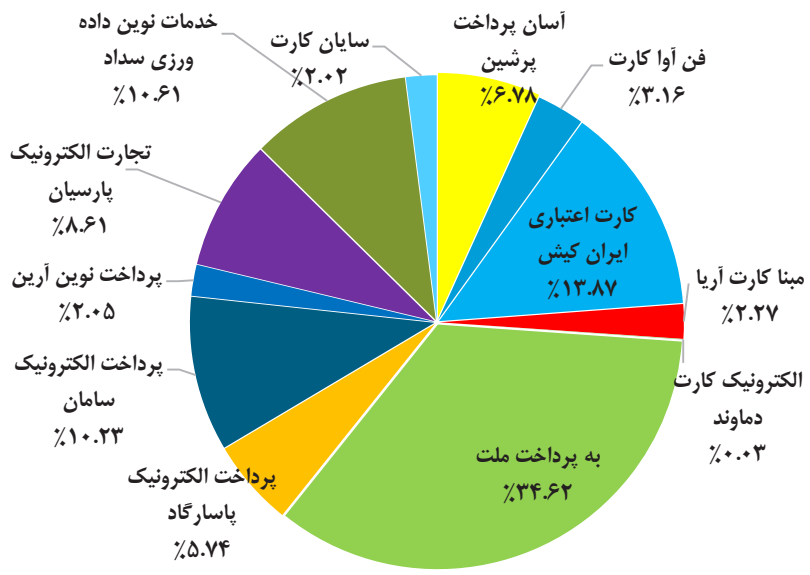
۵,۱,۱ سهم بازار هر یک از شرکت‌هایPSP بر حسب تعداد و مبلغ تراکنش‌ها

این شاخص گستره فعالیت هر یک از شرکت‌های PSP را در صنعت پرداخت الکترونیکی نشان می‌دهد که اطلاع از آن برای نهاد نظارتی شاپرک جزو ملزومات است. چرا که نهاد سیاست‌گذار و ناظر بر این شرکت‌ها باید به خوبی از نقش و سطح فعالیت هر یک از این شرکت‌ها در صنعت اطلاع داشته باشد تا با نظارت بر عملکرد آن‌ها، بتواند در هدایت صنعت پرداخت الکترونیک و در صورت عملکرد نامناسب شرکت‌های موجود با صدور مجوز فعالیت شرکت جدید، نقش ایفا نماید. در همین راستا سهم تعدادی و مبلغی هر یک از شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت در دو نمودار زیر ترسیم شده است.



شکل ۵-۱ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

همانطور که مشخص است شرکت به‌پرداخت ملت با سهم ۲۴/۶۵ درصدی از تعداد تراکنش‌ها و سهم ۳۴/۶۲ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها، بیشترین سهم از بازار را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست قرار گرفته است.



شکل ۵-۲ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

۵,۱,۲. سهم هر یک از شرکت‌هایPSP از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش

این شاخص، سبب شناخت حوزه فعالیت و نحوه‌ی سرمایه‌گذاری هر یک از شرکت‌های PSP در ابزارهای پذیرش می‌شود. سهم تعدادی تراکنش‌های هر یک از شرکت‌های PSP از بازار ابزارهای پذیرش برای دو ماه اسفند ۱۳۹۴ و فروردین سال ۱۳۹۵ در جدول زیر ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که در فروردین ماه ۱۳۹۵ بیشترین سهم از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی با ۲۸/۳۹ درصد متعلق به شرکت به‌پرداخت ملت، از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی با ۴۵/۱۳ درصد متعلق به شرکت آسان پرداخت پرشین و از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی با ۲۸/۲۱ درصد مجددا متعلق به شرکت به پرداخت ملت بوده است.

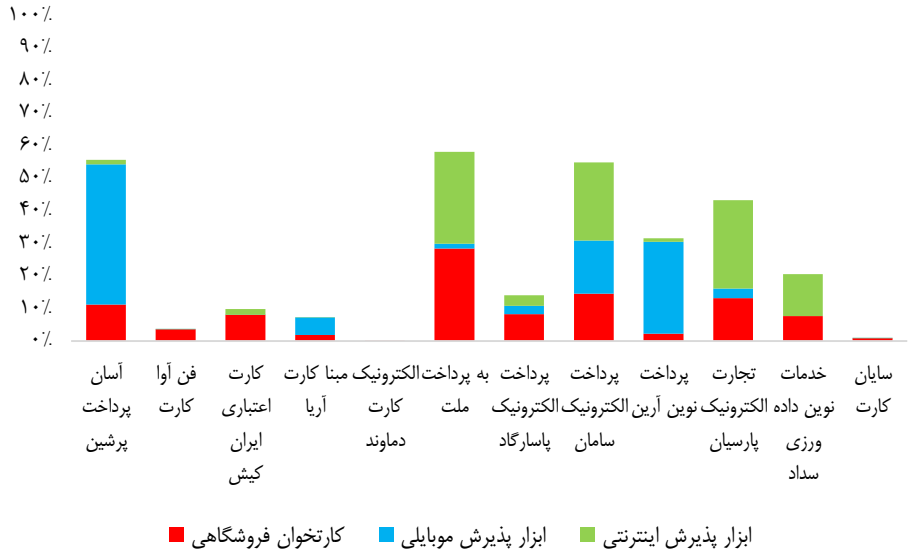
شایان توجه است که در مدت مورد بررسی، بالاترین سهم از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی تاکنون متعلق به شرکت تجارت الکترونیک پارسیان بوده است که در ماه های اخیر سهم بازاری این شرکت روند نزولی داشته است، تا جایی‌که در فروردین ۱۳۹۵ جایگاه این شرکت نخست خود از سهم بازاری تعداد تراکنش‌های اینترنتی را از دست داده و در جایگاه دوم پس از شرکت به پرداخت ملت قرار گرفت.

جدول ۵-۱ مقایسه سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

شرکت PSP	سهم از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی			سهم از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی			سهم از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی		
	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف
آسان پرداخت پرشین	۱۰/۲۷٪	۱۱/۱۹٪	۰/۹۲٪	۰/۱۴٪	۱/۳۴٪	۱/۲۱٪	۴۴/۴۴٪	**۴۳/۱۳٪**	-۱/۳۱٪
فن آوا کارت	۳/۵۵٪	۳/۶۴٪	۰/۰۹٪	۰/۱۶٪	۰/۱۲٪	-۰/۰۴٪	۰/۰۰۰۲٪	۰/۰۰۰۶٪	۰/۰۰۰۴٪
کارت اعتباری ایران کیش	۸/۲۲٪	۸/۰۵٪	-۰/۱۷٪	۱/۵۵٪	۱/۷۶٪	۰/۲۰٪	۰/۰۰۸٪	۰/۰۳٪	۰/۰۱۹٪
مبنا کارت آریا	۱/۹۱٪	۱/۸۵٪	-۰/۰۷٪	۰/۱۵۹٪	۰/۱۵٪	-۰/۰۰۴٪	۵/۱۳٪	۵/۳۸٪	۰/۲۶٪
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۴۶٪	۰/۰۳۹٪	-۰/۰۰۷٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
به پرداخت ملت	۲۸/۰۰٪	**۲۸/۳۹٪**	۰/۳۹٪	۲۷/۹۸٪	**۲۸/۲۱٪**	۰/۲۳٪	۱/۴۷۱٪	۱/۴۵۶٪	-۰/۰۲٪
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۸/۴۸٪	۸/۲۶٪	-۰/۲۲٪	۳/۷۵٪	۳/۲۲٪	-۰/۵۳٪	۲/۷٪	۲/۶٪	-۰/۱۰٪
پرداخت الکترونیک سامان	۱۴/۵۷٪	۱۴/۵۸٪	۰/۰۰٪	۲۰/۸۸۸٪	۲۴/۰۷۵٪	۳/۱۹٪	۱۶/۳۹٪	۱۶/۲۵٪	-۰/۱۵٪
پرداخت نوین آرین	۲/۴۳٪	۲/۲۴٪	-۰/۱۹٪	۱/۲۲٪	۱/۱۳٪	-۰/۰۹٪	۲۶/۴۹٪	۲۸/۲۲٪	۱/۷۴٪
تجارت الکترونیک پارسیان	۱۳/۸۵٪	۱۳/۱۹٪	-۰/۶۶٪	۳۲/۵۲٪	۲۷/۰۹٪	-۵/۴۲٪	۳/۳۶٪	۲/۹۵٪	-۰/۴۱٪
خدمات نوین داده ورزی سداد	۷/۷۹٪	۷/۶۸٪	-۰/۱۲٪	۱۱/۶۳٪	۱۲/۸۹٪	۱/۲۶٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰۰٪
سایان کارت	۰/۸۷٪	۰/۹۰٪	۰/۰۲٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۳۰٪	۰/۰۰۵٪	-۰/۰۲۶٪

رشد یا افت در سهم بازار به لحاظ تعدادی برای هر یک از شرکت‌های PSP به تفکیک نوع ابزار در جدول فوق ارائه شده است که رویکرد و استراتژی سرمایه‌گذاری هر یک از شرکت‌ها در هر یک از ابزارهای پذیرش را نشان می‌دهد. در جدول فوق ملاحظه می‌شود که بیشترین اختلاف بین سهم تعدادی تراکنش‌ها در ماه فروردین ۱۳۹۵نسبت به اسفند۱۳۹۴، در کارتخوان فروشگاهی با ۰/۹۲ درصد رشد به آسان پرداخت پرشین،

در ابزار پذیرش اینترنتی با ۵/۴۲ درصد کاهش به شرکت تجارت الکترونیک پارسیان و در ابزار پذیرش موبایلی با ۱/۷۴ درصد کاهش به پرداخت نوین آرین تعلق داشته است. سهم شرکت‌های مختلف ارائه دهنده خدمات پرداخت از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در نمودار بعدی نمایش داده شده است.



شکل ۵-۳ سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

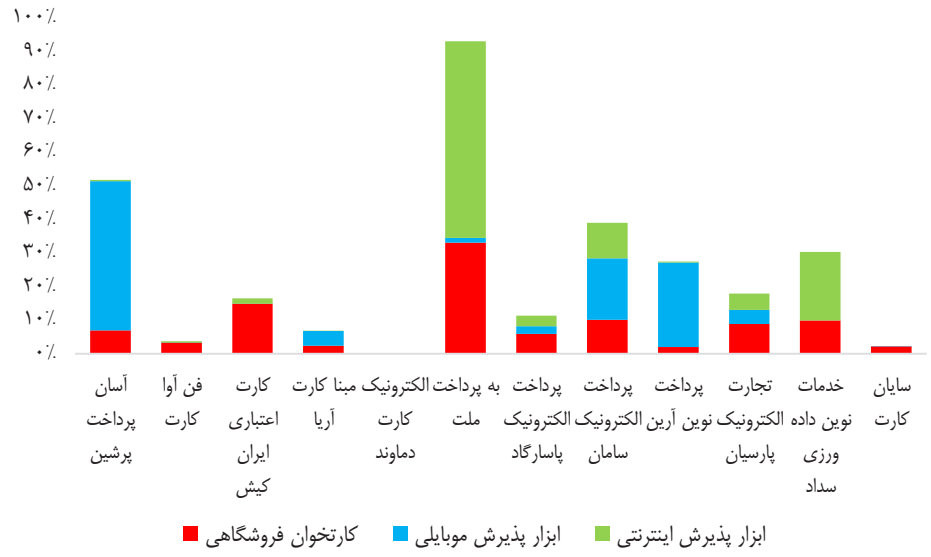
سهم مبلغی تراکنش‌های هر یک از شرکت‌های PSP از بازار ابزارهای پذیرش برای اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ماه ۱۳۹۵ در جدول ۵-۲ ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که در فروردین ماه بیشترین سهم مبلغی از تراکنش‌های دو ابزار کارتخوان فروشگاهی با ۳۳ درصد و نیز ابزار پذیرش اینترنتی با ۵۸/۵۲ درصد متعلق به شرکت به‌پرداخت ملت و در ابزار پذیرش موبایلی با ۴۴/۳۵ درصد متعلق به شرکت آسان پرداخت پرشین بوده است.

جدول ۵-۲ مقایسه سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

شرکت PSP	سهم از مبلغ تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی			سهم از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی			سهم از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی		
	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف
آسان پرداخت پرشین	۶/۴۷٪	۷/۰۲٪	۰/۵۵٪	۰/۲۵٪	۰/۳۶٪	۰/۱۰٪	۴۴/۹۲٪	**۴۴/۳۵٪**	-۰/۵۸٪
فن آوا کارت	۳/۲۸٪	۳/۳۹٪	۰/۱۱٪	۰/۳۵٪	۰/۳۲٪	-۰/۰۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
کارت اعتباری ایران کیش	۱۴/۵۴٪	۱۴/۸۷٪	۰/۳۴٪	۱/۷۵٪	۱/۵۵٪	-۰/۲۰٪	۰/۰۲۱٪	۰/۰۵٪	۰/۰۲۵٪
مبنا کارت آریا	۲/۶۶٪	۲/۴۳٪	-۰/۲۳٪	۰/۰۳۱٪	۰/۰۲٪	-۰/۰۱۶٪	۴/۰۴٪	۴/۳۳٪	۰/۲۹٪
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۳۶۷٪	۰/۰۳٪	-۰/۰۰۲۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
به پرداخت ملت	۳۲/۹۲٪	**۳۳/۰۵٪**	۰/۱۳٪	۵۹/۸۹٪	**۵۸/۵۲٪**	-۱/۳۶٪	۱/۷۸٪	۱/۴۵٪	-۰/۳۳٪
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۶/۵۷٪	۵/۹۶٪	-۰/۶۱٪	۴/۲۲٪	۳/۱۲٪	-۱/۰۹٪	۲/۴۰٪	۲/۲۶٪	-۰/۱۵٪
پرداخت الکترونیک سامان	۱۰/۱۸٪	۱۰/۱۶٪	-۰/۰۲٪	۱۰/۸۶٪	۱۰/۵۲٪	-۰/۳۴٪	۱۷/۵۲٪	۱۸/۲۷٪	۰/۷۵٪
پرداخت نوین آرین	۲/۲۳٪	۲/۰۳٪	-۰/۲۰٪	۰/۴۰٪	۰/۳۶٪	-۰/۰۴٪	۲۳/۲۰٪	۲۵/۱۱٪	۱/۹۱۱٪
تجارت الکترونیک پارسیان	۹/۳۰٪	۸/۹۳٪	-۰/۳۸٪	۵/۳۶٪	۴/۸۰٪	-۰/۵۶٪	۶/۰۸٪	۴/۱۸٪	-۱/۹۰۵٪
خدمات نوین داده ورزی سداد	۹/۹۲٪	۹/۹۵٪	۰/۰۳٪	۱۶/۸۹٪	۲۰/۴۲٪	۳/۵۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
سایان کارت	۱/۹۰٪	۲/۱۹٪	۰/۲۸٪	۰/۰۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰۰٪	۰/۰۲۲٪	۰/۰۰٪	-۰/۰۱۸٪

شایان ذکر است که بیشترین اختلاف بین سهم مبلغی تراکنش‌ها در دو ماه اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ در ابزار کارتخوان فروشگاهی با ۰/۶۱ درصد افت متعلق به شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، در ابزار پذیرش اینترنتی با ۳/۵۸ درصد رشد متعلق به خدمات نوین داده ورزی سداد و در ابزار پذیرش موبایلی با ۱/۹۱ درصد رشد، متعلق به شرکت پرداخت نوین آرین بوده است.

نمودار زیر سهم شرکت‌های PSP از مبلغ تراکنش‌های ابزارهای مختلف را در فروردین ماه ۱۳۹۵ نمایش می‌دهد.

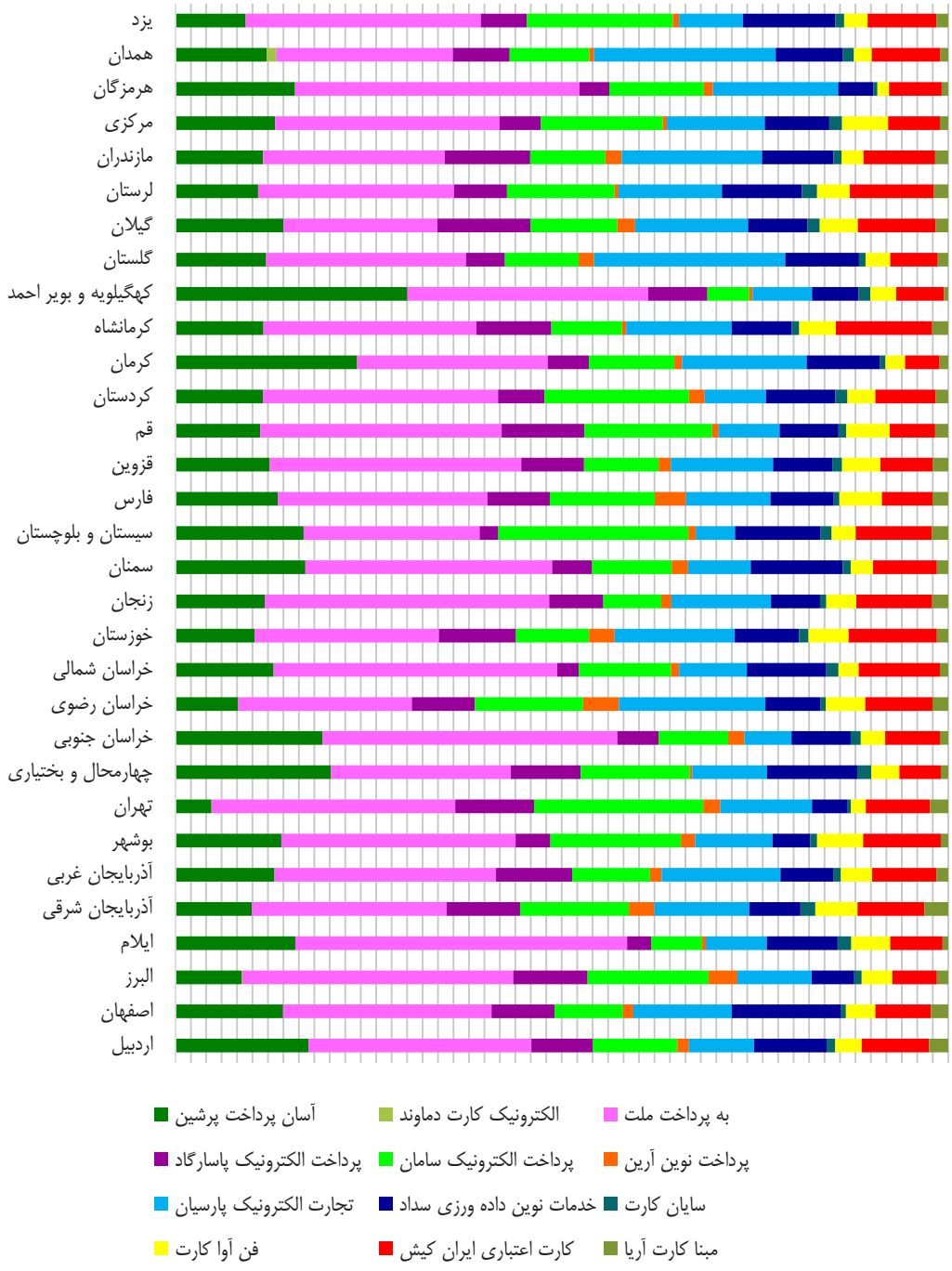


شکل ۵-۴ سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

مقایسه جداول و نمودارهای این بخش حاکی از آن است که شرکت الکترونیک کارت دماوند کمترین سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها را در بین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات داشته است و سهم آن از بازار تمام ابزارهای پذیرش تقریبا صفر بوده است.

۵,۱,۳. سهم هر یک از شرکت‌های PSP از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی در استان‌ها

در نمودار ۵-۵ سهم بازار هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به تفکیک استان‌های کشور برای دوره فروردین ماه ۱۳۹۵ به تصویر کشیده شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود، شرکت‌های به پرداخت ملت، تجارت الکترونیک پارسیان، پرداخت الکترونیک سامان و آسان پرداخت پرشین بیشترین سهم از بازار را از این حیث تقریبا در تمامی استان‌های کشور داشته‌اند.



شکل ۵-۵ سهم بازاری هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به تفکیک استان‌ها در فروردین ۱۳۹۵

۵,۱,۴. اندازه‌گیری تمرکز بازار با استفاده از شاخص هرفیندال– هیرشمن[۲۶]

در این بخش وضعیت تمرکز و قدرت رقابتی شرکت‌های فعال در بازار با استفاده از شاخص هرفیندال–هیرشمن سنجیده و بررسی می‌شود[۲۷]. شاخص هرفیندال - هیرشمن یکی از شاخص‌های مهم و کاربردی برای بیان مفهوم تمرکز است که از اطلاعات همه‌ی شرکت‌ها برای اندازه گیری تمرکز و قدرت رقابتی در صنعت استفاده می‌کند؛ به طوری‌که هرچه میزان شاخص تمرکز کمتر باشد، بازار رقابتی‌تر و هر چه تمرکز بیشتر باشد، بازار به انحصار نزدیک‌تر خواهد بود.

بر اساس مقادیر مختلف شاخص هرفیندال–هیرشمن، می‌توان در خصوص تمرکز بازار قضاوت نمود که دامنه مقادیر شاخص و وضعیت تمرکز بازار در جدول ۵–۳ ارائه شده است.

جدول ۵-۳ وضعیت تمرکز بازار با توجه به مقادیر شاخص هرفیندال–هیرشمن

وضعیت تمرکز	اندازه HHI
رقابتی	کمتر از ۱۰۰۰
تمرکز ملایم	بین ۱۰۰۰ تا ۱۸۰۰
تمرکز بالا	بالای ۱۸۰۰

برای محاسبه شاخص هرفیندال– هیرشمن در شبکه پرداخت الکترونیک کشور، نیاز به دانستن سهم بازاری هر یک از شرکت‌های PSP می‌باشد. به این منظور می‌توان سهم هر یک از شرکت‌ها از تعداد تراکنش‌ها را به ازای ابزارهای مختلف به کار گرفت.

در جدول ۵–۴ این شاخص برای صنعت پرداخت الکترونیک که متشکل از ۱۲ شرکت PSP می‌باشد به ازای هر سه ابزار پذیرش محاسبه شده است. بدین منظور ابتدا درصد سهم از تعداد تراکنش‌های بازار هر ابزار پذیرش

---

[۲۶] Herfindahl-Hirshman Index

[۲۷] رجوع شود به پیوست ۷–۲–۸.

محاسبه شده و در ستون بعدی، مجذور هر سهم محاسبه شده است. مجموع مجذور سهم تمام شرکت‌ها، شاخص هرفیندال- هیرشمن را به دست داده است که در ردیف آخر جدول مشخص شده است.

جدول ۵-۴ محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن در بازار شرکت‌های PSP

شرکت PSP و شاخص H-H	ابزار پذیرش اینترنتی		ابزار پذیرش موبایلی		کارتخوان فروشگاهی	
	Si	S_i^2	Si	S_i^2	Si	S_i^2
آسان پرداخت پرشین	۱/۳۴	۱/۸۱	۴۳/۱۳	۱،۸۵۹/۸۸	۱۱/۱۹	۱۲۵/۲۵
فن آوا کارت	۰/۱۲	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۳/۶۴	۱۳/۲۷
کارت اعتباری ایران کیش	۱/۷۶	۳/۰۸	۰/۰۳	۰/۰۰	۸/۰۵	۶۴/۸۶
مبنا کارت آریا	۰/۱۵	۰/۰۲	۵/۳۸	۲۸/۹۹	۱/۸۵	۳/۴۱
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۰
به پرداخت ملت	۲۸/۲۱	۷۹۶/۰۱	۱/۴۶	۲/۱۲	۲۸/۳۹	۸۰۶/۰۵
پرداخت الکترونیک بانک پاسارگاد	۳/۲۲	۱۰/۳۶	۲/۵۸	۶/۶۸	۸/۲۶	۶۸/۲۲
پرداخت الکترونیک سامان	۲۴/۰۸	۵۷۹/۶۳	۱۶/۲۵	۲۶۳/۹۱	۱۴/۵۸	۲۱۲/۴۸
پرداخت نوین آرین	۱/۱۳	۱/۲۸	۲۸/۲۲	۷۹۶/۶۵	۲/۲۴	۵/۰۱
تجارت الکترونیک پارسیان	۲۷/۰۹	۷۳۴/۰۴	۲/۹۵	۸/۶۹	۱۳/۱۹	۱۷۳/۹۶
خدمات نوین داده ورزی سداد	۱۲/۸۹	۱۶۶/۱۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۷/۶۸	۵۸/۹۱
سایان کارت	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۰	۰/۸۱
شاخص هرفیندال- هیرشمن	-	**۲،۲۹۲/۴۰**	-	**۲،۹۶۶/۹۱**	-	**۱،۵۳۲/۲۲**

ملاحظه می‌شود که در فروردین ماه ۱۳۹۴ شاخص هرفیندال- هیرشمن در بازار ابزار پذیرش اینترنتی و ابزار پذیرش موبایلی به ترتیب اعداد حدود ۲،۲۹۲/۴ و ۲،۹۶۶/۹ به‌دست آمده است (بالاتر از ۱،۸۰۰) که با توجه به جدول ۵-۳، نشان‌دهنده تمرکز بسیار بالا در بازار این ابزارهاست؛ به این معنا که تعداد بسیار کمی از شرکت‌ها سهم قابل توجهی از بازار را در اختیار دارند. برای این شاخص در بازار کارتخوان فروشگاهی عدد

حدود ۱،۵۳۲/۲ به دست آمده است (بین ۱،۰۰۰ تا ۱،۸۰۰) که بر اساس اطلاعات جدول ۵-۳، مبین وجود تمرکز ملایم در بازار این ابزار می‌باشد. لذا سایر شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت در بازار کارتخوان فروشگاهی نسبت به بازار دو ابزار دیگر، سهم قابل توجه‌تری از بازار را دارند. اختلاف میزان شاخص هرفیندال-هیرشمن در فروردین ماه نسبت به ماه اسفند در جدول ۵-۵ ارائه شده است.

جدول ۵-۵ مقایسه اختلاف شاخص هرفیندال-هیرشمن در اسفند۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵

HHI	ابزار پذیرش اینترنتی			ابزار پذیرش موبایلی			کارتخوان فروشگاهی		
	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف	اسفند	فروردین	اختلاف
شاخص H-H	۲،۴۲۹/۸۶	۲،۲۹۲/۴۰	-۱۳۷/۴۶	۲،۹۹۲/۱۹	۲،۹۶۶/۹۱	-۲۵/۲۹	۱،۵۱۶/۸۳	۱،۵۳۲/۲۲	۱۵/۳۹

بر اساس اطلاعات جدول ۵-۵ ملاحظه می‌شود که شاخص هرفیندال-هیرشمن در ماه فروردین نسبت به ماه اسفند در بازار دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی کاهش داشته است، اما در بازار کارتخوان فروشگاهی رشد را تجربه نموده است. در این بین مجددا بیشترین میزان کاهش این شاخص مجددا در بازار ابزار پذیرش اینترنتی و به میزان حدود ۱۳۷/۵ واحد بوده است، که علت آن با توجه به جدول ۵-۱ کاهش قابل توجه سهم شرکت تجارت الکترونیک پارسیان از تعداد تراکنش‌های بازار ابزار پذیرش اینترنتی از ۳۲/۵۲ درصد در اسفند ماه به ۲۷/۰۹ درصد در فروردین ماه بوده است. با این اصاف میزان کاهش شاخص هرفیندال- هیرشمن به میزانی نبوده است که ساختار تمرکز بازار را از تمرکز بالا به تمرکز ملایم تغییر دهد. کاهش این شاخص بیانگر رو به کاهش بودن تمرکز بازار بین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت با سهم بالا در هر دو بازار و افزایش قدرت بازاری دیگر شرکت‌ها می‌باشد.

۵٫۱٫۵. شاخص اثربخشی کارتخوان فروشگاهی

جهت سنجش عملکرد شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت در پرداخت الکترونیک با ابزارِ نیازمند به حضور کارت یعنی ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاهی، صرف تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی و یا تعداد کارتخوان‌های فروشگاهی شاخص مناسبی نمی‌باشد، بلکه این دو شاخص در کنار یکدیگر مشخص کننده عملکرد شرکت و توزیع مناسب این ابزار توسط شرکت‌هاست.

برای این منظور می‌توان از شاخص «اثربخشی کارتخوان فروشگاهی» استفاده نمود. این شاخص بیانگر نسبت تراکنش‌های کارتخوان‌های فروشگاهی یک شرکت از کل تراکنش‌های کارتخوان‌های شبکه، به نسبت تعداد کارت‌خوان‌های فعال سیستمی یک شرکت به‌کل کارت‌خوان‌های فعال سیستمی شرکت‌ها است[۲۸]. عدد حاصل میزان اثربخشی کارتخوان‌های یک شرکت در شبکه پرداخت الکترونیکی را نشان می‌دهد و مقدار آن بیانگر میزان توانایی یک شرکت در جذب تراکنش‌های کارتخوان‌های فروشگاهی شبکه شاپرک می‌باشد.

در جدول ۵-۶ این شاخص برای هر یک از شرکت‌های PSP محاسبه شده است.

[۲۸] رجوع شود به پیوست۷-۱-۱۰.

جدول ۵-۶ شاخص اثربخشی کارتخوان‌های فروشگاهی فعال سیستمی هر شرکت در فروردین ۱۳۹۵

شرکت	کارتخوان فروشگاهی فعال سیستمی		اثر بخشی کارتخوان فروشگاهی فعال سیستمی
	سهم از کل تراکنش‌ها	سهم از کل تعداد ابزار	
به پرداخت ملت	۰/۲۸	۰/۱۸	۱/۶۰
پرداخت الکترونیک سامان	۰/۱۵	۰/۱۱	۱/۳۳
آسان پرداخت پرشین	۰/۱۱	۰/۰۹	۱/۳۱
فن آوا کارت	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۸۸
تجارت الکترونیک پارسیان	۰/۱۳	۰/۱۶	۰/۸۱
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۰/۰۸	۰/۱۰	۰/۸۰
پرداخت نوین آرین	۰/۰۸	۰/۱۰	۰/۷۶
خدمات نوین داده ورزی سداد	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۷۳
مبنا کارت آریا	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۶۱
کارت اعتباری ایران کیش	۰/۰۸	۰/۱۴	۰/۵۹
سایان کارت	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۴۴
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۲۶

در ماه فروردین نیز تنها سه شرکت به پرداخت ملت، پرداخت الکترونیک سامان و آسان پرداخت پرشین شاخص اثربخشی بالاتر از یک داشتند. به این معنا که جذب تراکنش‌های این شرکت‌ها بر روی کارتخوان‌ها بیشتر از سهم تعداد کارتخوان‌هایشان از کل کارتخوان‌های کشور بوده است. به عبارت دیگر نحوه توزیع کارتخوان‌های فروشگاهی این شرکت‌ها به گونه‌ای بوده که در جذب بیشتر تراکنش‌ها به نسبت سایر شرکت‌ها موفق‌تر عمل نموده‌اند.

لذا مشخص است که شاخص اثربخشی کارتخوان فروشگاهی کارایی توزیع کارتخوان‌های شرکت‌های مختلف را بررسی می‌کند و شرکت‌ها به سبب کاراتر بودن توزیع، باید با جایابی مناسب کارتخوان‌ها برای جذب تراکنش‌های بیشتر، شاخص اثر بخشی این ابزار پذیرش را بهبود دهند.

۵,۲ سهم بازار بانک‌ها

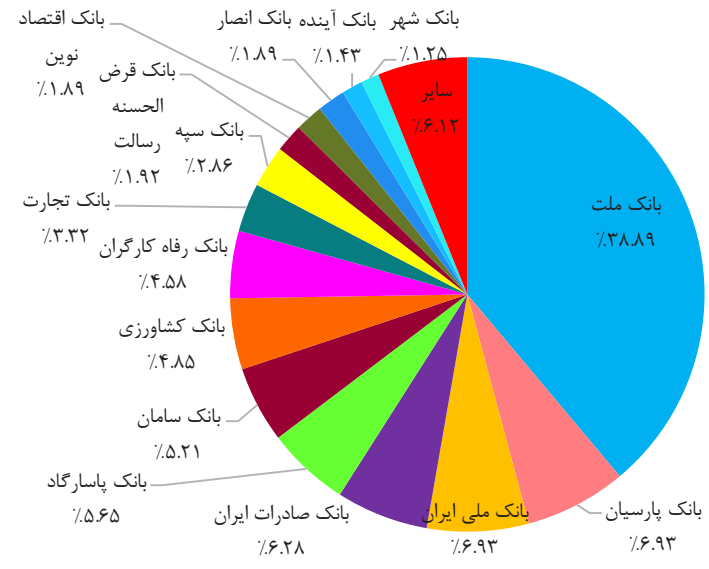
در بخش دوم از شاخص‌های بازار، به بررسی سهم بازار پذیرندگی و صادرکنندگی بانک‌ها در شبکه پرداخت الکترونیک کارتی پرداخته می شود.

۵,۲,۱ سهم بازار پذیرندگی

در این قسمت سهم بازاری بانک‌های پذیرنده تراکنش‌ها به لحاظ تعدادی و مبلغی بررسی شده و در ادامه به بررسی سهم این بانک‌ها از تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش پرداخته می‌شود. سپس تمرکز بازار به تفکیک هر یک از ابزارهای پذیرش کارت برای بازار بانک‌های پذیرنده محاسبه و تحلیل می‌گردد.

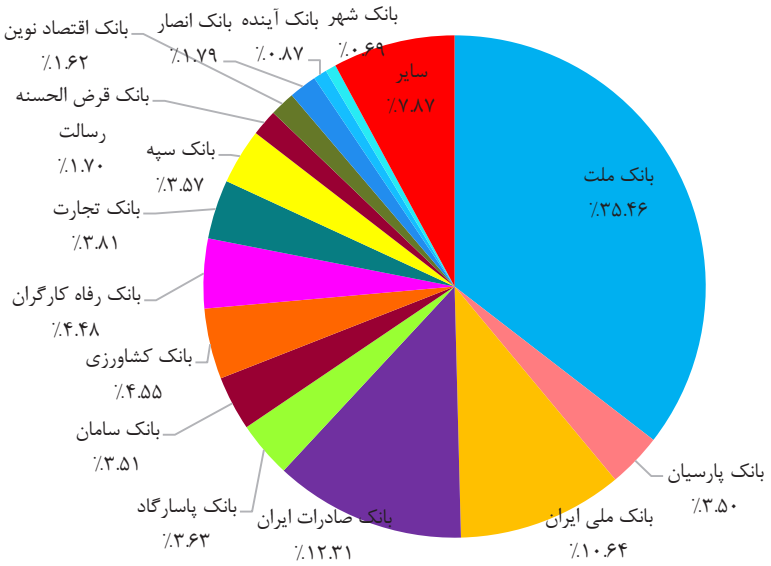
۵,۲,۱,۱ سهم بازار هر یک از بانک‌های پذیرنده بر حسب تعداد و مبلغ تراکنش‌ها

این شاخص گستره فعالیت هر یک از بانک‌ها را در پذیرش مبالغ تراکنش‌های شبکه شاپرک نشان می‌دهد. در فروردین ماه ۱۳۹۵ تعداد ۳۴ بانک در لیست بانک های پذیرنده تراکنش‌های پرداخت الکترونیک قرار داشته‌اند که سهم تعدادی و مبلغی هر یک از این بانک‌های پذیرنده به ترتیب در دو نمودار زیر ترسیم شده است.



شکل ۵-۶ سهم بازار هر بانک پذیرنده از نظر تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

از دو نمودار ۵-۶ و ۵-۷ ملاحظه می‌شود که بانک ملت با سهم ۳۸/۸۹ درصدی از تعداد تراکنش‌ها و سهم ۳۴/۴۶ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها، بیشترین سهم از بازار را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست در بین تمام بانک‌های پذیرنده قرار گرفته است.



شکل ۵-۷ سهم بازار هر بانک پذیرنده از نظر مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵

۵,۲,۱,۲. سهم هر یک از بانک‌های پذیرنده از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش

این شاخص، سبب شناخت حوزه فعالیت و نحوه‌ی بازاریابی هر یک از بانک‌ها به منظور پذیرش وجوه مربوط به داد و ستدهای کارت‌های بانکی در هر یک از ابزارهای پذیرش می‌شود.

سهم تعدادی تراکنش‌های هر یک از بانک‌های پذیرنده از بازار ابزارهای پذیرش برای فروردین سال ۱۳۹۵ در جدول ۵-۷ ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که در فروردین ماه ۱۳۹۵ بیشترین سهم از تعداد تراکنش‌های هر سه ابزار کارتخوان فروشگاهی با ۳۲/۹۱ درصد، ابزار پذیرش موبایلی با ۷۷/۰۳ درصد و ابزار پذیرش اینترنتی با ۲۹/۴۰ درصد متعلق به بانک ملت بوده است.

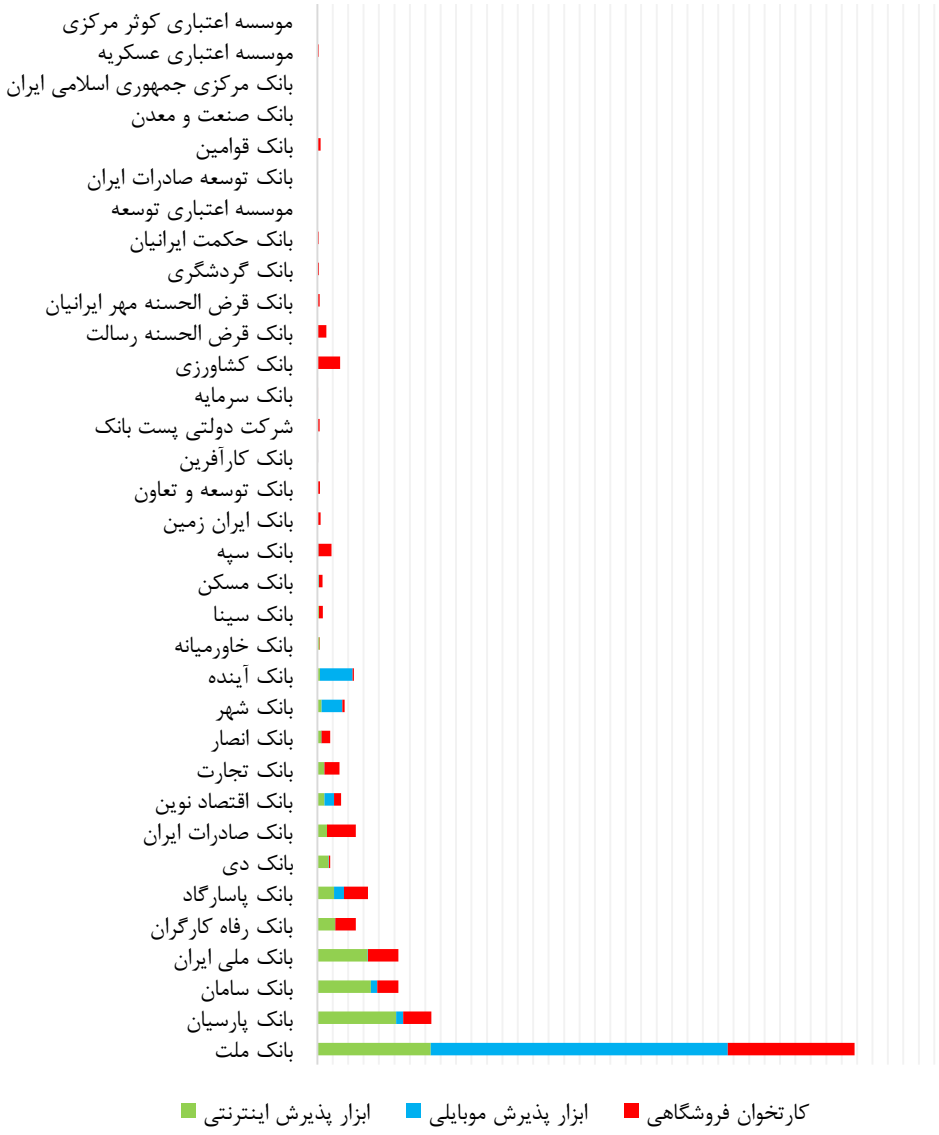
جدول ۵-۷ مقایسه سهم هر بانک پذیرنده از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

ردیف	نام بانک پذیرنده	ابزار پذیرش اینترنتی	ابزار پذیرش موبایلی	کارتخوان فروشگاهی
۱	بانک ملت	**۲۹/۴۰٪**	**۷۷/۰۳٪**	**۳۲/۹۱٪**
۲	بانک پارسیان	۲۰/۴۸٪	۱/۷۷٪	۷/۳۳٪
۳	بانک سامان	۱۳/۸۷٪	۱/۶۷٪	۵/۵۱٪
۴	بانک ملی ایران	۱۳/۰۶٪	۰/۰۹٪	۷/۸۵٪
۵	بانک رفاه کارگران	۴/۵۶٪	۰/۰۹٪	۵/۳۳٪
۶	بانک پاسارگاد	۴/۳۷٪	۲/۵۹٪	۶/۲۰٪
۷	بانک دی	۲/۹۶٪	۰/۰۳٪	۰/۳۸٪
۸	بانک صادرات ایران	۲/۵۱٪	۰/۰۴٪	۷/۴۴٪
۹	بانک اقتصاد نوین	۱/۸۲٪	۲/۵۴٪	۱/۷۹٪
۱۰	بانک تجارت	۱/۷۹٪	۰/۰۵٪	۳/۹۱٪
۱۱	بانک انصار	۱/۱۵٪	۰/۰۰٪	۲/۲۳٪
۱۲	بانک شهر	۱/۱۱٪	۵/۴۱٪	۰/۵۷٪
۱۳	بانک آینده	۰/۷۱٪	۸/۴۵٪	۰/۳۰٪
۱۴	بانک خاورمیانه	۰/۶۱٪	۰/۰۰٪	۰/۰۲٪
۱۵	بانک سینا	۰/۴۵٪	۰/۰۰٪	۱/۰۱٪
۱۶	بانک مسکن	۰/۳۶٪	۰/۰۹٪	۰/۹۲٪
۱۷	بانک سپه	۰/۲۸٪	۰/۰۰٪	۳/۴۲٪
۱۸	بانک ایران زمین	۰/۲۱٪	۰/۰۱٪	۰/۶۰٪

ردیف	نام بانک پذیرنده	ابزار پذیرش اینترنتی	ابزار پذیرش موبایلی	کارتخوان فروشگاهی
۱۹	بانک توسعه و تعاون	۰/۰۸٪	۰/۰۰٪	۰/۵۷٪
۲۰	بانک کارآفرین	۰/۰۸٪	۰/۰۱٪	۰/۰۹٪
۲۱	شرکت دولتی پست بانک	۰/۰۴٪	۰/۰۰٪	۰/۵۶٪
۲۲	بانک سرمایه	۰/۰۴٪	۰/۰۰٪	۰/۱۸٪
۲۳	بانک کشاورزی	۰/۰۳٪	۰/۰۹٪	۵/۷۹٪
۲۴	بانک قرض الحسنه رسالت	۰/۰۱٪	۰/۰۵٪	۲/۲۹٪
۲۵	بانک قرض الحسنه مهر ایرانیان	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪	۰/۵۸٪
۲۶	بانک گردشگری	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪	۰/۴۶٪
۲۷	بانک حکمت ایرانیان	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۳۷٪
۲۸	موسسه اعتباری توسعه	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۵٪
۲۹	بانک توسعه صادرات ایران	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
۳۰	بانک قوامین	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۸۲٪
۳۱	بانک صنعت و معدن	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪
۳۲	بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
۳۳	موسسه اعتباری عسکریه	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۴۰٪
۳۴	موسسه اعتباری کوثر مرکزی	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۱۲٪
	مجموع	۱۰۰٪	۱۰۰٪	۱۰۰٪

*ادامه جدول ۵-۷

سهم بانک‌های پذیرنده از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در نمودار ۵-۸ نمایش داده شده است.



شکل ۵-۸ سهم هر بانک پذیرنده از تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

سهم مبلغی تراکنش‌های هر یک از بانک‌ها از بازار ابزارهای پذیرش در فروردین ماه ۱۳۹۵ نیز در جدول ۵-۸ ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که در فروردین ماه بالاترین سهم مبلغی در هر یک از ابزارهای پذیرش نیز به بانک پذیرنده ملت اختصاص داشت که سهم آن از مبلغ تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی ۳۳/۵۵ درصد، از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی ۶۰/۹۶ درصد و از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی ۵۸/۷۷ درصد بوده است.

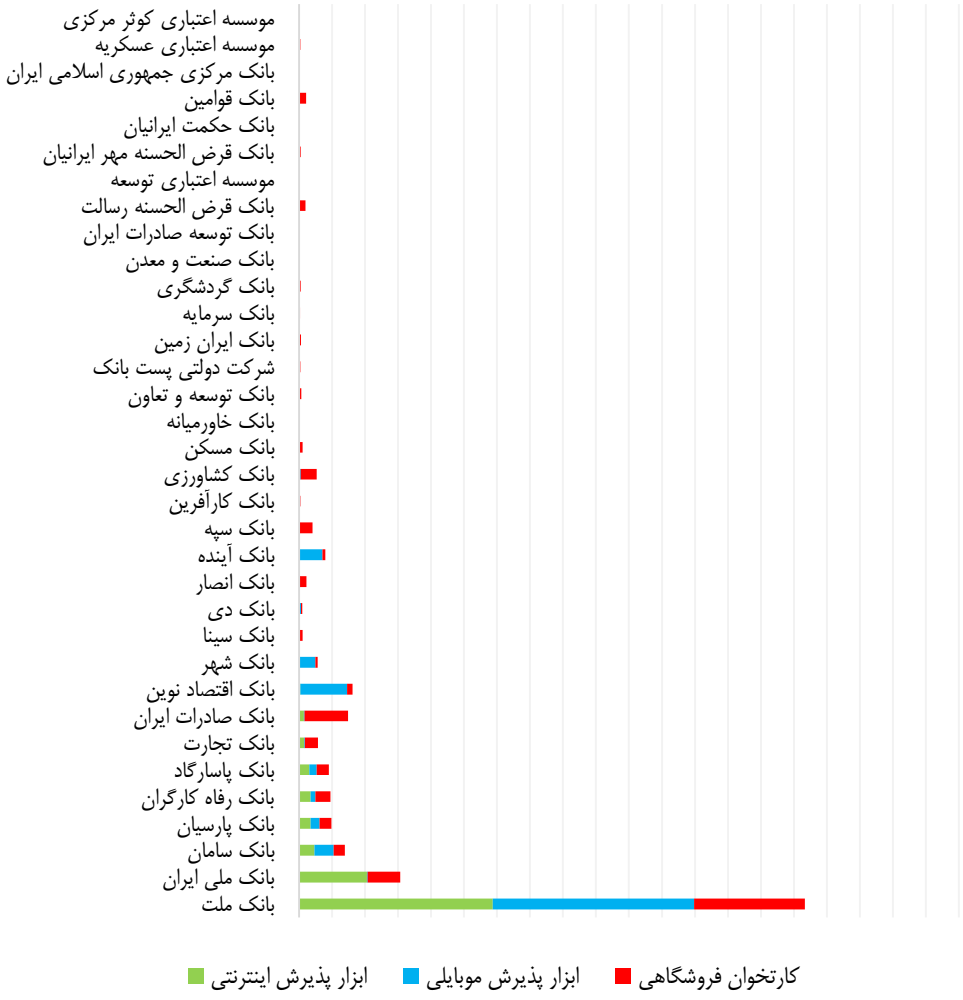
جدول ۵-۸ مقایسه سهم هر بانک پذیرنده از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

ردیف	نام بانک پذیرنده	ابزار پذیرش اینترنتی	ابزار پذیرش موبایلی	کارتخوان فروشگاهی
۱	بانک ملت	۵۸/۷۷٪	۶۰/۹۶٪	۳۳/۵۵٪
۲	بانک ملی ایران	۲۰/۶۱٪	۰/۱۳٪	۹/۹۶٪
۳	بانک سامان	۴/۶۸٪	۵/۸۴٪	۳/۴۰٪
۴	بانک پارسیان	۳/۵۱٪	۲/۷۶٪	۳/۵۰٪
۶	بانک رفاه کارگران	۳/۴۸٪	۱/۴۴٪	۴/۵۸٪
۵	بانک پاسارگاد	۳/۱۳٪	۲/۲۶٪	۳/۶۸٪
۹	بانک تجارت	۱/۵۷٪	۰/۲۱٪	۴/۰۰٪
۷	بانک صادرات ایران	۱/۵۲٪	۰/۱۴٪	۱۳/۲۰٪
۱۰	بانک اقتصاد نوین	۰/۴۴٪	۱۴/۱۲٪	۱/۶۲٪
۸	بانک شهر	۰/۳۵٪	۴/۵۸٪	۰/۶۹٪
۱۲	بانک سینا	۰/۳۰٪	۰/۰۰٪	۰/۸۳٪
۱۳	بانک دی	۰/۳۰٪	۰/۲۶٪	۰/۳۹٪
۱۱	بانک انصار	۰/۳۰٪	۰/۰۰٪	۱/۹۲٪
۱۴	بانک آینده	۰/۲۹٪	۶/۸۲٪	۰/۸۸٪
۱۵	بانک سپه	۰/۲۴٪	۰/۰۱٪	۳/۸۴٪
۱۶	بانک کارآفرین	۰/۱۹٪	۰/۰۰٪	۰/۱۸٪
۱۷	بانک کشاورزی	۰/۱۵٪	۰/۳۴٪	۴/۹۰٪
۱۸	بانک مسکن	۰/۰۴٪	۰/۰۴٪	۱/۰۵٪
۱۹	بانک خاورمیانه	۰/۰۴٪	۰/۰۰٪	۰/۰۸٪
۲۰	بانک توسعه و تعاون	۰/۰۳٪	۰/۰۰٪	۰/۷۱٪
۲۱	شرکت دولتی پست بانک	۰/۰۲٪	۰/۰۰٪	۰/۳۵٪

ردیف	نام بانک پذیرنده	ابزار پذیرش اینترنتی	ابزار پذیرش موبایلی	کارتخوان فروشگاهی
۲۳	بانک ایران زمین	۰/۰۲٪	۰/۰۱٪	۰/۶۱٪
۲۲	بانک سرمایه	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪	۰/۳۲٪
۲۴	بانک گردشگری	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۴۹٪
۲۵	بانک صنعت و معدن	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۲٪
۲۶	بانک توسعه صادرات ایران	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۳٪
۲۷	بانک قرض الحسنه رسالت	۰/۰۰٪	۰/۰۸٪	۱/۸۴٪
۲۸	موسسه اعتباری توسعه	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۴٪
۳۰	بانک قرض الحسنه مهر ایرانیان	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪	۰/۴۷٪
۲۹	بانک حکمت ایرانیان	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۲۳٪
۳۱	بانک قوامین	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۲/۱۴٪
۳۲	بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
۳۳	موسسه اعتباری عسکریه	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۴۲٪
۳۴	موسسه اعتباری کوثر مرکزی	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۸٪
	مجموع	۱۰۰٪	۱۰۰٪	۱۰۰٪

*ادامه جدول ۵-۸

نمودار صفحه بعد سهم هر بانک پذیرنده از مبلغ تراکنش‌های ابزارهای مختلف را در فروردین ماه ۱۳۹۵ نمایش می‌دهد.



شکل ۵-۹ سهم هر بانک پذیرنده از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵

۵،۲،۱،۳. اندازه‌گیری تمرکز در بازار بانک‌های پذیرنده تراکنش‌ها

همانند آنچه در بخش ۳-۱-۵ معرفی شد، با اندازه‌گیری میزان تمرکز در بازار بانک‌های پذیرنده تراکنش‌ها، می‌توان میزان رقابت و انحصار در آن بازار را بررسی نمود. هرچه میزان شاخص تمرکز کمتر باشد، بازار رقابتی‌تر و هر چه تمرکز بیشتر باشد، بازار به انحصار نزدیک‌تر خواهد بود. در این قسمت نیز وضعیت تمرکز و قدرت رقابتی بانک‌ها در نقش پذیرندگی تراکنش‌ها با استفاده از شاخص هرفیندال-هیرشمن سنجیده و بررسی می‌شود. در جدول ۵-۹ این شاخص برای صنعت پرداخت الکترونیک که در فروردین ماه متشکل از ۳۴ بانک پذیرنده بوده است، به ازای هر سه ابزار پذیرش محاسبه شده است.

جدول ۵-۹ محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن در بازار بانک‌های پذیرنده

نام بانک و شاخص H-H	ابزار پذیرش اینترنتی		ابزار پذیرش موبایلی		کارتخوان فروشگاهی	
	S_i	S_i^2	S_i	S_i^2	S_i	S_i^2
بانک ملت	۲۹/۴۰	۸۶۴/۳۵	۷۷/۰۳	۵،۹۳۳/۴۷	۳۲/۹۱	۱،۰۸۲/۷۶
بانک پارسیان	۲۰/۴۸	۴۱۹/۳۲	۱/۷۷	۳/۱۴	۷/۳۳	۵۳/۷۵
بانک سامان	۱۳/۸۷	۱۹۲/۲۶	۱/۶۷	۲/۷۷	۵/۵۱	۳۰/۳۷
بانک ملی ایران	۱۳/۰۶	۱۷۰/۶۸	۰/۰۹	۰/۰۱	۷/۸۵	۶۱/۶۹
بانک رفاه کارگران	۴/۵۶	۲۰/۷۶	۰/۰۹	۰/۰۱	۵/۳۳	۲۸/۳۷
بانک پاسارگاد	۴/۳۷	۱۹/۰۷	۲/۵۹	۶/۷۰	۶/۲۰	۳۸/۳۹
بانک دی	۲/۹۶	۸/۷۶	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۳۸	۰/۱۴
بانک صادرات ایران	۲/۵۱	۶/۲۹	۰/۰۴	۰/۰۰	۷/۴۴	۵۵/۳۸
بانک اقتصاد نوین	۱/۸۲	۳/۳۳	۲/۵۴	۶/۴۷	۱/۷۹	۳/۱۹
بانک تجارت	۱/۷۹	۳/۲۰	۰/۰۵	۰/۰۰	۳/۹۱	۱۵/۲۶
بانک انصار	۱/۱۵	۱/۳۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۲/۲۳	۴/۹۶
بانک شهر	۱/۱۱	۱/۲۴	۵/۴۱	۲۹/۲۷	۰/۵۷	۰/۳۲
بانک آینده	۰/۷۱	۰/۵۰	۸/۴۵	۷۱/۳۴	۰/۳۰	۰/۰۹
بانک خاورمیانه	۰/۶۱	۰/۳۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰
بانک سینا	۰/۴۵	۰/۲۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۰۱	۱/۰۳
بانک مسکن	۰/۳۶	۰/۱۳	۰/۰۹	۰/۰۱	۰/۹۲	۰/۸۴
بانک سپه	۰/۲۸	۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۳/۴۲	۱۱/۷۰
بانک ایران زمین	۰/۲۱	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۶۰	۰/۳۶
بانک توسعه و تعاون	۰/۰۸	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۵۷	۰/۳۲
بانک کارآفرین	۰/۰۸	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۹	۰/۰۱
شرکت دولتی پست بانک	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۵۶	۰/۳۱
بانک سرمایه	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۸	۰/۰۳
بانک کشاورزی	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۹	۰/۰۱	۵/۷۹	۳۳/۵۵
بانک قرض الحسنه رسالت	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۰	۲/۲۹	۵/۲۶
بانک قرض الحسنه مهر ایرانیان	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۵۸	۰/۳۳

نام بانک و شاخص H-H	ابزار پذیرش اینترنتی		ابزار پذیرش موبایلی		کارتخوان فروشگاهی	
	S_i	S_i^2	S_i	S_i^2	S_i	S_i^2
بانک گردشگری	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۴۶	۰/۲۲
بانک حکمت ایرانیان	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۷	۰/۱۳
موسسه اعتباری توسعه	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۰
بانک توسعه صادرات ایران	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
بانک قوامین	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۸۲	۰/۶۸
بانک صنعت و معدن	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰
بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
موسسه اعتباری عسکریه	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۴۰	۰/۱۶
موسسه اعتباری کوثر مرکزی	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۲	۰/۰۲
شاخص هرفیندال- هیرشمن	-	۱،۷۱۱/۹۲	-	۶،۰۵۳/۲۰	-	۱،۴۲۹/۶۳

*ادامه جدول ۵-۹

ملاحظه می‌شود که در فروردین ماه ۱۳۹۵، شاخص هرفیندال- هیرشمن در بازار بانک‌های پذیرنده تراکنش‌ها برای دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی به ترتیب اعداد حدود ۱،۷۱۲ و ۶،۰۵۳ به‌دست آمده است (بالاتر از ۱،۸۰۰) که با توجه به جدول ۵-۳، نشان‌دهنده تمرکز بالا در بازار این ابزارها و به ویژه در بازار ابزار پذیرش موبایلی است؛ به این معنا که به ویژه در بازار ابزار پذیرش موبایلی تعداد بسیار کمی از بانک‌ها سهم قابل توجهی از پذیرش تراکنش‌های بازار را در اختیار دارند. برای این شاخص در بازار کارتخوان فروشگاهی عدد حدود ۱،۴۳۰به دست آمده است (بین ۱،۰۰۰ تا ۱،۸۰۰) که بر اساس اطلاعات جدول ۵-۳، مبین وجود تمرکز ملایم در بازار این ابزار بین بانک‌های پذیرنده می‌باشد. لذا سایر بانک‌های پذیرنده در بازار کارتخوان فروشگاهی نسبت به بازار دو ابزار دیگر، سهم قابل توجه‌تری از بازار را دارند.

۵،۲،۲. سهم بازار صادرکنندگی

در این قسمت به بررسی سهم بازار صادرکنندگی بانک‌ها پرداخته می‌شود. به این منظور ابتدا آماری از تعداد کل کارت‌های بانکی ارائه شده و سپس سهم بانک‌های صادرکننده کارت بانکی از کل و نیز از هر یک از انواع

کارت‌های بانکی ارائه می‌شود. شایان توجه است که در این بخش، اطلاعات کارت‌های بانکی صرفا مربوط به کارت‌های بانکی تراکنش‌دار (کارت‌هایی که در دوره مورد بررسی حداقل یک تراکنش در سوییچ شاپرک داشته باشند) می‌باشد. در این تعریف تعداد تراکنش‌های هر کارت اهمیتی ندارد و هر کارت با تعداد تراکنش‌های بیش از یک عدد، فقط یکبار در آمار لحاظ می‌گردد.

۵,۲,۲,۱. تعداد کل هر یک از انواع کارت‌های بانکی تراکنش‌دار

کارت‌های بانکی دارای تراکنش در سوییچ شاپرک به لحاظ کاربری در سه دسته کارت برداشت (بدهی)[۲۹]، کارت اعتباری[۳۰] و کارت پیش‌پرداخته[۳۱] یا بی‌نام (کارت خرید و بن کارت) طبقه‌بندی می‌شوند.

در فروردین ماه ۱۳۹۵، تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در سوییچ شاپرک مجموعا بالغ بر ۶۶/۵ میلیون عدد بوده است که بیشترین تعداد آن با حدود ۵۹/۴ میلیون عدد و سهم ۸۹/۲۲ درصدی مربوط به کارت برداشت و کمترین تعداد آن با نزدیک به ۲۷ هزار عدد و سهم ۰/۰۴ درصدی مربوط به کارت اعتباری بوده است.

جدول ۵-۱۰ تعداد و سهم هر یک از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵

شاخص	تعداد کارت خرید و بن کارت	تعداد کارت اعتباری	تعداد کارت برداشت	مجموع
تعداد کل کارت‌های بانکی تراکنش‌دار	۷،۱۴۱،۹۲۳	۲۶،۹۷۲	۵۹،۳۶۲،۸۵۵	۶۶،۵۳۱،۷۵۰
سهم هر یک از انواع کارت‌های بانکی تراکنش‌دار از کل کارت‌های تراکنش‌دار	۱۰/۷۳٪	۰/۰۴٪	۸۹/۲۲٪	۱۰۰٪

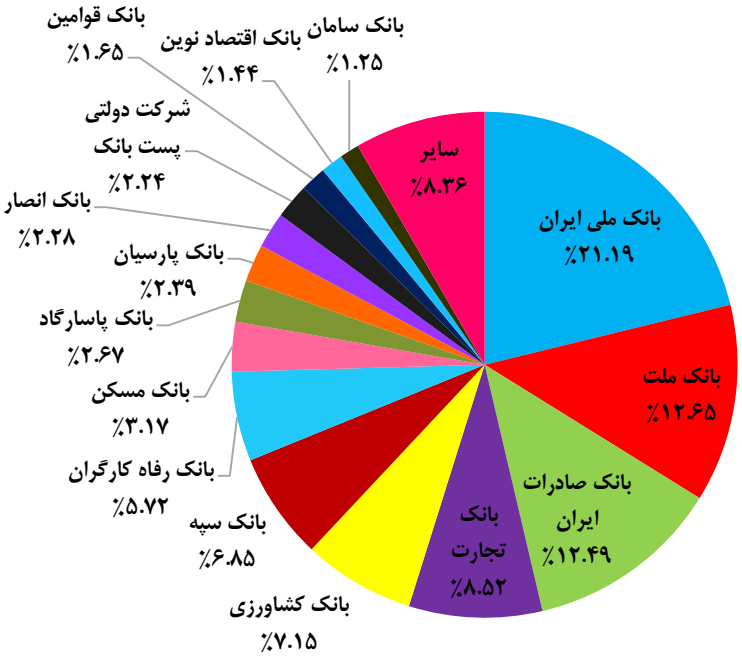
[۲۹] Debit card- رجوع شود به پیوست۷-۱-۸-۱

[۳۰] Credit card- رجوع شود به پیوست ۷-۱-۸-۳

[۳۱] Prepaid- رجوع شود به پیوست ۷-۱-۸-۲

۵,۲,۲,۲. سهم بانک‌های صادرکننده از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار

در فروردین ماه ۱۳۹۵ تعداد کارت‌های دارای حداقل یک تراکنش، متعلق به تعداد ۳۵ بانک صادرکننده بودند که سهم تعدادی کارت‌های این بانک‌ها از تعداد کل کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در نمودار ۵-۱۰ ترسیم شده است.



شکل ۵-۱۰ سهم بانک‌های صادر کننده از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵

ملاحظه می‌شود که در مجموع بانک‌های ملی ایران، ملت و صادرات ایران دارای بیشترین سهم از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در ماه فروردین ۱۳۹۵ بوده‌اند.

۵,۲,۲,۳. سهم بانک‌های صادرکننده از تعداد هر یک از انواع کارت‌های بانکی تراکنش‌دار

سهم بانک‌های صادر کننده از تعداد هر یک از انواع کارت بانکی تراکنش‌دار برای فروردین سال ۱۳۹۵ در جدول ۵-۱۰ ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که در فروردین ماه ۱۳۹۵ بیشترین کارت برداشت تراکنش‌دار متعلق به بانک ملی ایران، ملت و صادرات ایران بوده است؛ در تعداد کارت خرید و بن

کارت تراکنش‌دار بانک‌های تجارت، صادرات ایران و ملی ایران در سه جایگاه نخست قرار گرفتند و بیشترین کارت اعتباری تراکنش‌دار متعلق به بانک‌های پاسارگاد، کشاورزی و تجارت بوده است.

جدول ۵-۱۱ مقایسه سهم هر بانک صادرکننده از تعداد هر یک از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵

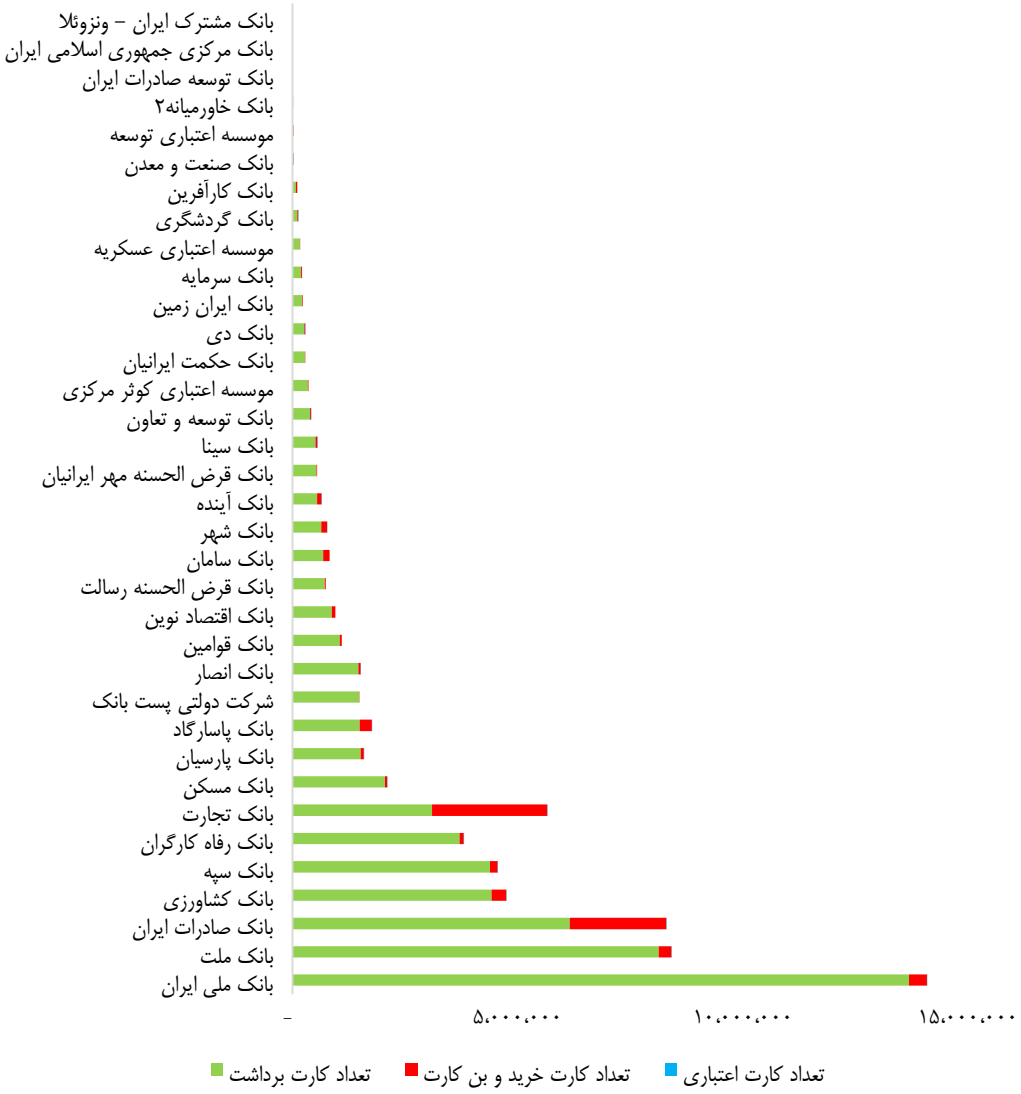
ردیف	نام بانک صادرکننده	تعداد کارت خرید و بن کارت	تعداد کارت اعتباری	تعداد کارت برداشت
۱	بانک ملی ایران	۵/۵۵٪	۱۲/۱۰٪	**۲۳/۰۷٪**
۲	بانک ملت	۳/۹۴٪	۰/۵۶٪	۱۳/۷۱٪
۳	بانک صادرات ایران	۳۰/۰۷٪	۰/۱۴٪	۱۰/۳۸٪
۴	بانک کشاورزی	۴/۶۰٪	۱۶/۱۲٪	۷/۴۵٪
۵	بانک سپه	۲/۳۲٪	۰/۱۴٪	۷/۴۰٪
۶	بانک رفاه کارگران	۱/۲۷٪	۲/۳۸٪	۶/۲۶٪
۷	بانک تجارت	**۳۵/۸۰٪**	۱۲/۲۶٪	۵/۲۳٪
۸	بانک مسکن	۰/۷۶٪	۰/۴۴٪	۳/۴۶٪
۹	بانک پارسیان	۱/۰۵٪	۲/۵۲٪	۲/۵۵٪
۱۰	بانک پاسارگاد	۳/۷۳٪	**۳۷/۱۶٪**	۲/۵۳٪
۱۱	شرکت دولتی پست بانک	۰/۱۱٪	۰/۰۰٪	۲/۴۹٪
۱۲	بانک انصار	۰/۶۵٪	۱/۶۱٪	۲/۴۸٪
۱۳	بانک قوامین	۰/۵۹٪	۰/۰۰٪	۱/۷۷٪
۱۴	بانک اقتصاد نوین	۱/۱۶٪	۰/۰۰٪	۱/۴۷٪
۱۵	بانک قرض الحسنه رسالت	۰/۲۳٪	۰/۰۰٪	۱/۲۲٪
۱۶	بانک سامان	۲/۰۳٪	۰/۰۰٪	۱/۱۵٪
۱۷	بانک شهر	۱/۸۱٪	۰/۰۱٪	۱/۰۹٪

ردیف	نام بانک صادرکننده	تعداد کارت خرید و بن کارت	تعداد کارت اعتباری	تعداد کارت برداشت
۱۸	بانک آینده	۱/۴۶٪	۴/۷۲٪	۰/۹۳٪
۱۹	بانک قرض الحسنه مهر ایرانیان	۰/۲۰٪	۰/۰۰٪	۰/۹۱٪
۲۰	بانک سینا	۰/۵۸٪	۷/۵۸٪	۰/۸۷٪
۲۱	بانک توسعه و تعاون	۰/۳۱٪	۱/۱۳٪	۰/۶۷٪
۲۲	موسسه اعتباری کوثر مرکزی	۰/۲۲٪	۰/۰۰٪	۰/۵۸٪
۲۳	بانک حکمت ایرانیان	۰/۱۲٪	۰/۰۰٪	۰/۴۷٪
۲۴	بانک دی	۰/۲۸٪	۰/۰۰٪	۰/۴۵٪
۲۵	بانک ایران زمین	۰/۱۲٪	۰/۰۰٪	۰/۳۷٪
۲۶	بانک سرمایه	۰/۲۹٪	۰/۰۰٪	۰/۳۳٪
۲۷	موسسه اعتباری عسکریه	۰/۰۴٪	۰/۰۰٪	۰/۲۸٪
۲۸	بانک گردشگری	۰/۲۱٪	۰/۰۱٪	۰/۱۹٪
۲۹	بانک کارآفرین	۰/۴۰٪	۰/۰۰٪	۰/۱۴٪
۳۰	بانک صنعت و معدن	۰/۰۴٪	۱/۰۹٪	۰/۰۴٪
۳۱	موسسه اعتباری توسعه	۰/۰۲٪	۰/۰۰٪	۰/۰۴٪
۳۲	بانک خاورمیانه۲	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪
۳۳	بانک توسعه صادرات ایران	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪
۳۴	بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪
۳۵	بانک مشترک ایران – ونزوئلا	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪

*ادامه جدول ۵-۱۰

ملاحظه می‌شود در این ماه، بیشترین سهم از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار از نوع کارت خرید و بن‌کارت با ۳۵/۸۰ درصد متعلق به بانک تجارت، از نوع کارت اعتباری ۳۷/۱۶ درصد متعلق به بانک پاسارگاد و از نوع

کارت برداشت با ۲۳/۰۷ درصد متعلق به بانک ملی بوده است. نمودار سهم هر یک از بانک‌های صادرکننده از انواع کارت‌های بانکی تراکنش دار در فروردین ۱۳۹۵ در زیر ارائه شده است.



شکل ۵-۱۱ سهم بانک‌های صادر کننده از تعداد هر یک از انواع کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵

با توجه نمودار ۵-۱۱ ملاحظه می شود بیشترین نوع کارت تراکنش‌دار در ماه فروردین متعلق به کارت برداشت، سپس کارت خرید و بن کارت بوده و کارت اعتباری کمترین تعداد را داشته است.

۶. جمع‌بندی

در راستای ایفای وظایف نظارتی شرکت شاپرک، شناخت موقعیت کنونی صنعت و اندازه‌گیری ابعاد مختلف فعالیت آن به وسیله شاخص‌های مرتبط، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. به همین منظور این بولتن بر اساس آخرین اطلاعات در دسترس، به ارائه شاخص‌هایی در سه بخش "جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی"، "شاخص‌های عملکرد شبکه شاپرک در فروردین ماه "و نیز "شاخص‌های بازار" در همین ماه پرداخته است.

بخش اول: در این بخش به منظور تبیین جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی، شاخص نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی محاسبه شده و نتایج آن با نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص در طول زمان مورد مقایسه قرار گرفته است. نتایج حاکی از رشد نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی بر خلاف شاخص نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی، در طول مدت مورد بررسی بوده است که مبین آن است که صنعت پرداخت الکترونیک با جذب اعتماد عمومی توانسته است بخش بیشتری از میزان نقدینگی را به خود اختصاص دهد. کاهش نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی و جبران بخشی از آن با افزایش دسترسی به خدمات پرداخت الکترونیک ناشی از نفوذ جغرافیایی ابزارهای پذیرش، یکی از عوامل اصلی افزایش ضریب فزاینده و سالم سازی نقدینگی بوده و باعث شده برای تامین نقدینگی، پول پرقدرت کمتری به اقتصاد کشور تزریق شود. رشد پرداخت‌های الکترونیک کارتی به دلایلی از جمله افزایش دسترسی به خدمات پرداخت الکترونیک ناشی از نفوذ جغرافیایی ابزارهای پذیرش، فرهنگ‌سازی، مزایای امنیتی پرداخت‌های غیر نقدی و با در نظر گیری دیگر مزایای این روش صورت گرفته است.

همچنین در این بخش روند ارزش تراکنش‌ها با روند GDP مقایسه شد که به دلیل عدم انتشار اطلاعات جدیدتر از GDP فصلی در سایت بانک مرکزی ج.ا.ا.، مجددا اطلاعات شماره قبلی بولتن جایگزین شد. نتایج مدت مورد بررسی مبین آن بوده که با وجود وضعیت رکودی و کاهش تولید و تقاضا در برخی برهه‌های زمانی، ارزش تراکنش‌های شاپرکی همچنان به رشد خود ادامه داده است. به عبارت دیگر افزایشی بودن نسبت ارزش تراکنش‌ها به GDP در دوره مورد بررسی نشان‌دهنده آن است که در دوره مورد بررسی، بهای بخش بیشتری از مبادلات در یک اقتصاد به صورت الکترونیکی پرداخت شده است.

بخش دوم: در این بخش فعالیت و عملکرد کل شبکه پرداخت الکترونیک کارتی از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار گرفته شده است. شاخص‌های این بخش در چهار بخش آمار عملکردی شاپرک، کیفیت ارائه خدمات، میزان نفوذ جغرافیایی و پراکندگی مبلغی تراکنش‌ها طبقه‌بندی شده‌اند. نتایج حاکی از آن بوده که در فروردین ماه سال ۱۳۹۵ تعداد و مجموع مبالغ اسمی تراکنش‌ها نسبت به اسفند ماه ۱۳۹۴ کاهش قابل توجه و نسبت فروردین ماه ۱۳۹۴ رشد داشته است. علت اصلی کاهش قابل توجه در تعداد و مبالغ تراکنش‌های شاپرکی، به اتمام خریدهای نوروزی و تعطیلات عید نوروز در ماه فروردین بوده است. محاسبه رشد حقیقی ارزش تراکنش‌ها (تورم زدایی شده) نیز حاکی از افت ۳۳/۸۸ درصدی ارزش حقیقی تراکنش‌های فروردین ماه نسبت به اسفند ماه ۱۳۹۴ و نیز رشد ۱۸/۴۲ درصدی آن نسبت به فروردین ماه ۱۳۹۴ بوده است. لذا با وجود رشد ۲۵/۱۲ درصدی تعداد تراکنش‌ها در فروردین ماه، ارزش تراکنش‌ها به طور حقیقی رشد ۱۸/۴۲ درصدی داشته است. این آمار مبین آن است که نسبت به فروردین سال ۱۳۹۴، تراکنش‌ها به طور متوسط برای انجام پرداخت بهای کالاهای به نسبت کم ارزش‌تری، انجام گرفته است. در این ماه سهم تعدادی خدمت مانده‌گیری و خرید کالا و خدمات از کل خدمات کاهش یافته و سهم خدمت پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه بیشتر شده است. لذا سیاست‌های شاپرک در راستای کاهش سهم خدمت مانده‌گیری موفق عمل نموده است.

تحلیل خطاهای تراکنش‌ها نشان می‌دهد که عمده‌ترین دلیل بروز خطاها، همچنان از نوع خطاهای کاربری است که لزوم آموزش و فرهنگ‌سازی در این زمینه را تاکید می‌نماید. همچنین در مقایسه ماهانه تنها سهم خطای صادرکنندگی و کسب و کار کاهش داشته است و سهم سایر انواع خطا با افزایش همراه بوده‌اند. همچنین دسترس پذیری حس شده شبکه بهبود داشته و دسترس پذیری حس شده شاپرک نسبت به اسفند ماه اندکی

کاهش داشته است. شاخص نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها نیز در فروردین ماه افزایش داشته است.

نفوذ جغرافیایی ابزارهای پذیرش نیز شاخص دیگری است که در این بخش در دو بعد کشوری و استانی مورد محاسبه قرار گرفت. این شاخص به صورت تعداد سرانه ابزارها و نیز تعداد سرانه تراکنش هر یک از ابزارها به ازای افراد بالای ۱۸ سال که متقاضی خدمات پرداخت الکترونیک هستند، معرفی شده است. نتایج در بعد کشوری بیان کننده آن است که در کل کشور به ازای هر ۱۰،۰۰۰ نفر، ۷۶۳/۲ ابزار پذیرش وجود دارد که بالاترین سرانه ابزار پذیرش به کارتخوان فروشگاهی با ۷۶۰/۲ عدد به ازای هر ۱۰،۰۰۰ نفر تعلق دارد. همچنین در بعد کشوری حدود ۱۴/۵ عدد تراکنش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال در طول فروردین ماه ۹۵ انجام گرفته است و بیشترین سرانه تراکنش ابزارها نیز مجددا به کارتخوان فروشگاهی با ۱۲/۰۵ عدد تراکنش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال در کشور تعلق داشته است. لذا بالاترین نفوذ جغرافیایی در بعد کشوری به این ابزار پذیرش تعلق داشته است.

در بعد استانی نیز شاخص‌های فوق به تفکیک تمام استان‌های کشور محاسبه شد. نتایج حاکی از بیشترین نفوذ کارتخوان فروشگاهی (سرانه تعداد ابزار) به ترتیب در استان‌های یزد، هرمزگان و سمنان بوده است. همچنین بیشترین تعداد سرانه تراکنش کارتخوان فروشگاهی به استان هرمزگان اختصاص داشته است؛ بیشترین تعداد پذیرنده ابزار پذیرش اینترنتی در استان‌های تهران، اصفهان و خراسان رضوی فعال هستند و در تعداد ابزار پذیرش موبایلی استان‌های تهران، خراسان رضوی و قم در راس دیگر استان‌ها قرار گرفته‌اند.

شاخص نسبت دهکی مبالغ نیز در فروردین ماه افزایش داشته است. دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی نیز حاکی از آن بوده که بیشترین تعداد تراکنش‌ها در بازه ۵۰،۰۰۱ تا ۱۵۰،۰۰۰ ریال قرار گرفته‌اند که این بازه ۲۵/۵۱ درصد از کل تراکنش‌ها را در بر می‌گیرد. حدود ۵۲ درصد تراکنش‌ها با مبلغ زیر ۱۵۰،۰۰۰ریال انجام گرفته‌اند که این بازه صرفا ۰/۶۷ درصد مبالغ تراکنش‌ها را دربر می‌گیرد.

بخش سوم: در این بخش شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک علاوه بر شرکت‌های PSP ، در خصوص بانک‌های پذیرنده تراکنش‌های پرداخت الکترونیک نیز تعریف و محاسبه شده‌اند.

نتایج شاخص سهم از بازار شرکت های PSP حاکی از آن بوده که شرکت "به پرداخت ملت" با سهم حدود ۳۴/۶۲ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها و ۲۴/۶۵ درصدی از تعداد تراکنش‌ها، بیشترین سهم از بازار را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست قرار گرفته است. بالاترین سهم از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی به شرکت "آسان پرداخت پرشین" با سهم ۴۴/۳۵ درصدی اختصاص داشته و در ابزار پذیرش اینترنتی و کارتخوان فروشگاهی به شرکت "به‌پرداخت ملت" با سهم به ترتیب ۵۸/۵۲ و ۳۳ درصدی تعلق داشته است. به لحاظ تعدادی نیز در ابزار پذیرش موبایلی، "آسان پرداخت پرشین" با سهم ۴۵/۱۳ درصدی، در ابزار پذیرش اینترنتی و کارتخوان فروشگاهی شرکت "به پرداخت ملت" با سهم به ترتیب ۲۸/۲۱ و ۲۸/۳۹ درصدی بیشترین سهم از بازار را داشته‌اند.

نتایج اندازه گیری تمرکز بازار شرکت‌های PSP با شاخص هرفیندال- هیرشمن حاکی از وجود تمرکز بالای این شرکت‌ها در بازار ابزار پذیرش موبایلی و اینترنتی بوده است. به این معنا که تعداد کمی از شرکت‌ها سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص داده‌اند. این شاخص همچنین از وجود تمرکز ملایم در بازار کارتخوان فروشگاهی حکایت دارد. شاخص هرفیندال- هیرشمن در بازار شرکت های PSP در هر دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی در فروردین ماه ۱۳۹۵ نسبت به اسفند ماه ۱۳۹۴ کاهش داشته است که بیانگر رو به کاهش بودن تمرکز بازار و افزایش قدرت بازاری دیگر شرکت‌ها در بازار هر سه ابزار پذیرش به ویژه در بازار ابزار پذیرش اینترنتی می‌باشد. علت این میزان کاهش در شاخص هرفیندال هیرشمن در بازار ابزار پذیرش اینترنتی، کاهش قابل توجه سهم بازاری شرکت "تجارت الکترونیک پارسیان" به عنوان بالاترین دارنده سهم تعدادی تراکنش‌های اینترنتی در ماه قبل و کسب جایگاه دوم در فروردین ماه و بهبود سهم سایر شرکت‌ها از تعداد تراکنش‌های این ابزار پذیرش بوده است. اما میزان کاهش این شاخص به میزانی نبوده است که منجر به تغییر سطح تمرکز از تمرکز بالا به تمرکز ملایم شود.

نتایج محاسبه شاخص اثر بخشی کارتخوان فروشگاهی فعال سیستمی در فروردین ماه ۱۳۹۴ مبین آن است که تنها سه شرکت "به پرداخت ملت"، "پرداخت الکترونیک سامان" و "آسان پرداخت پرشین" شاخص اثربخشی بالاتر از یک داشتند. به عبارت دیگر نحوه توزیع کارتخوان‌های فروشگاهی این شرکت‌ها به گونه‌ای بوده در جذب بیشتر تراکنش‌ها به نسبت سایر شرکت‌ها موفق‌تر عمل نموده است.

نتایج شاخص بازار در بخش بانک‌های پذیرنده نیز مبین آن بوده که در مجموع "بانک ملت" با سهم ۳۸/۸۹ درصدی از تعداد تراکنش‌ها و سهم ۳۴/۴۶ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها، بیشترین سهم از بازار را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست در بین تمام بانک‌های پذیرنده قرار گرفته است. نتایج سهم بازاری به تفکیک ابزارهای پذیرش برای بانک‌های پذیرنده نیز حاکی از بیشتر بودن سهم "بانک ملت" از تعداد تراکنش‌های هر سه ابزار پذیرش بوده است. به عبارتی دیگر در فروردین ماه "بانک پارسیان" عنوان جایگاه نخست در بالاترین سهم پذیرش تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی را از دست داد و در جایگاه دوم بعد از بانک ملت قرار گرفت. بالاترین سهم مبلغی در هر یک از ابزارهای پذیرش نیز مجددا در هر سه ابزار به "بانک ملت" اختصاص داشت.

شاخص هرفیندال- هیرشمن در بازار بانک‌های پذیرنده تراکنش‌ها برای دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی به ترتیب اعداد حدود ۱،۷۱۲ و ۶،۰۵۳ به‌دست آمده است (بالاتر از ۱،۸۰۰) که نشان‌دهنده تمرکز بالا در بازار این ابزارها و به ویژه در بازار ابزار پذیرش موبایلی است. برای این شاخص در بازار کارتخوان فروشگاهی عدد حدود ۱،۴۳۰ به دست آمده است (بین ۱،۰۰۰ تا ۱،۸۰۰) که وجود تمرکز ملایم در بازار این ابزار بین بانک‌های پذیرنده می‌باشد. لذا سایر بانک‌های پذیرنده در بازار کارتخوان فروشگاهی نسبت به بازار دو ابزار پذیرش دیگر، سهم قابل توجه‌تری از بازار را دارند.

در این شماره به بررسی سهم بانک‌های صادرکننده کارت‌های بانکی تراکنش دار در ماه فروردین نیز پرداخته شده که نتایج مبین آن بوده است که در این ماه، بیشترین کارت برداشت تراکنش دار به ترتیب متعلق به بانک "ملی ایران، ملت و صادرات ایران" بوده است؛ در تعداد کارت خرید و بن کارت تراکنش دار بانک‌های "تجارت، صادرات ایران و ملی ایران" در سه جایگاه نخست قرار گرفتند و بیشترین کارت اعتباری تراکنش‌دار متعلق به سه بانک "پاسارگاد، کشاورزی و تجارت" بوده است.

همچنین در میان کارت‌های تراکنش‌دار در ماه فروردین، بیشترین تعداد متعلق به کارت برداشت، سپس کارت خرید و بن کارت بوده و کارت اعتباری کمترین تعداد را داشته است.

۷. واژه نامه

در این بخش انواع واژگان به کار برده شده در متن بولتن در دو بخش واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی بر اساس "مستند تعاریف پایه شبکه الکترونیک پرداخت کارت" و اصطلاحات و شاخص‌های تخصصی اقتصادی و فرمول‌های نحوه محاسبه این شاخص‌ها بیان می‌شود.

۷,۱. واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی

۷-۱-۱- شبکه الکترونیکی پرداخت کارت شاپرک

شبکه‌ای است که به منظور ساماندهی نظام پرداخت الکترونیک کشور ایجاد شده و کلیه تراکنش‌های حاصل از « ابزار پذیرش» توسط این شبکه نظارت و کنترل می‌شود و به طور کلی نظارت بر عملکرد فنی و اجرایی و انجام عملیات تسویه را بر عهده دارد.

۷-۱-۲- شرکت ارائه دهنده خدمات پرداخت

شخصیت حقوقی است که در جمهوری اسلامی ایران در قالب شرکت سهامی به ثبت رسیده و بر اساس مجوزی که از بانک مرکزی ج.ا.ا. و شاپرک دریافت می‌نماید و بر طبق مقررات ناظر بر شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت، و الزامات و دستورالعمل‌های ابلاغی شاپرک فعالیت می‌نمایند.

۷-۱-۳- بانک صادرکننده

بانکی است که کارت بانکی را طبق مقررات و ضوابط بانک مرکزی برای مشتریان خود صادر می‌نماید.

۷-۱-۴- بانک پذیرنده

بانکی است که حساب پذیرنده، به منظور واریز وجوه مربوط به داد و ستدهای کارت‌های بانکی، نزد آن مفتوح است.

۷-۱-۵- انواع خدمات[۳۲]

خدمات موجود در شبکه الکترونیکی پرداخت کارت شامل تراکنش‌های خرید کالا و خدمات، تراکنش‌های پرداخت قبض و خرید شارژ و نهایتا تراکنش‌های مانده‌گیری است.

۷-۱-۵-۱- خرید کالا و خدمات[۳۳]

خدمتی است که دارنده کارت هزینه کالا و خدمات دریافتی را از طریق ابزارهای پذیرش موجود در شبکه الکترونیکی پرداخت، می‌پردازد.

۷-۱-۵-۲- پرداخت قبض[۳۴]

خدمتی است که با استفاده از آن دارنده کارت هزینه پرداخت‌های شناسه دار (شامل شناسه پرداخت و شناسه قبض) خود را از طریق ابزارهای پذیرش موجود در شبکه الکترونیکی پرداخت، می‌پردازد.

۷-۱-۵-۳- خرید شارژ تلفن همراه[۳۵]

خدمتی است که دارنده کارت با استفاده از آن اقدام به خرید شارژ تلفن همراه از طریق شبکه پرداخت می‌نماید. این خدمت در زمره خریدهای شناسه‌دار می‌باشد و می‌تواند به دو صورت خرید و شارژ هم‌زمان[۳۶] و خرید و شارژ غیر هم‌زمان انجام شود.

۷-۱-۵-۴- مانده‌گیری[۳۷]

خدمتی است که دارنده کارت جهت کسب اطلاع از میزان موجودی حساب متصل به ابزار پرداخت خود، از طریق ابزارهای پذیرش موجود در شبکه الکترونیکی پرداخت دریافت می‌نماید.

۷-۱-۶- وضعیت تراکنش‌ها[۳۸]

۷-۱-۶-۱- تراکنش موفق کاربری

تراکنشی است که از دید کاربر نهایی موفق بوده است (این تراکنش‌ها با کد پاسخ صفر در سامانه مشخص می‌شوند).

۷-۱-۶-۲- تراکنش خطای صادرکنندگی و شتاب

تراکنشی است که از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) ناموفق است و علت بروز خطا، بانک صادرکننده‌ی کارت یا سامانه‌ی شتاب می‌باشد.

۷-۱-۶-۳- تراکنش خطای پذیرندگی

---

[۳۲] Service Type
[۳۳] Purchasing Good/Services
[۳۴] Bill Payment
[۳۵] Reload
[۳۶] Top-up
[۳۷] Balance Inquiry
[۳۸] Transaction Status

تراکنشی است که از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) ناموفق است و علت بروز خطا، سوئیچ شرکت ارائه دهنده‌ی خدمات پرداخت می‌باشد.

۷-۱-۶-۴- تراکنش خطای شاپرکی

تراکنشی است که از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) ناموفق است و علت بروز خطا شرکت شاپرک می‌باشد.

۷-۱-۶-۵- تراکنش خطای کاربری

تراکنشی است که از دید کاربر نهایی ناموفق و از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) موفق است. علت بروز این خطاها، اشتباهات کاربر (دارنده کارت) می‌باشد.

۷-۱-۶-۶- تراکنش خطای کسب و کار

تراکنشی است که بر اثر راهبری سیستم و بدون دخالت ذینفعان مختلف شبکه پرداخت الکترونیک کارت پدید می‌آید و عملا هیچ یک از شرکت‌های PSP، شاپرک، بانک‌های صادرکننده و پذیرنده در وقوع آن نقش ندارند. طبیعتا لحاظ این نوع خطا به حساب هر یک از ذینفعان مزبور به لحاظ فنی قابل پذیرش نمی‌باشد و لذا به طور جداگانه، تحت عنوان خطای کسب و کار معرفی می‌شود؛ خطاهایی از جمله "عملیات اصلاحیه این تراکنش ، قبلا با موفقیت صورت پذیرفته است" و ... .

۷-۱-۶-۷- تراکنش موفق سیستمی

تراکنشی است که از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) موفق بوده است. این تراکنش‌ها شامل خطاهای کاربری و تراکنش‌های موفق کاربری هستند. خطاهای کاربری، تراکنش موفق سیستمی محسوب می‌شوند؛ چرا که نمایش دهنده‌ی نقصی در شبکه نیستند و به علت اشتباه کاربران یا انجام عملیات روزانه‌ی سیستم رخ داده‌اند.

۷-۱-۶-۸- تراکنش ناموفق سیستمی

تراکنشی است که از دید شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) ناموفق بوده است. این تراکنش‌ها شامل خطاهای صادرکنندگی و شتاب، خطاهای شاپرکی و خطاهای پذیرندگی می‌باشند.

۷-۱-۶-۹- تراکنش موفق سیستمی شاپرکی

تراکنشی است که از دید سوئیچ شاپرک موفق است و کل تراکنش‌های شبکه پرداخت الکترونیک کارت به جز تراکنش‌های خطای شاپرکی را شامل می‌شود.

۷-۱-۷- انواع ابزارهای پذیرش

انواع ابزارهای موجود در شبکه‌ی الکترونیکی پرداخت کارت شامل دستگاه‌های کارتخوان فروشگاهی، ابزار پذیرش اینترنتی، ابزار پذیرش موبایلی، و کیوسک پرداخت است.

۷-۱-۷-۱- کارتخوان فروشگاهی[۳۹]

ابزاری است سیار و یا غیر سیار که با پذیرش کارت بانکی می‌تواند امکانی را فراهم کند تا وجه به صورت الکترونیکی از حساب دارنده کارت به حساب پذیرنده منتقل شود.

برای کارتخوان‌های فروشگاهی ویژگی‌های زیر را می‌توان در نظر گرفت:

- کارتخوان پر تراکنش: کارتخوانی است که در یک بازه زمانی یک ماهه ۶۰ یا بیش از ۶۰ تراکنش داشته باشد و یا مجموع مبالغ تراکنش‌های آن در یک ماه حداقل ۲۰ میلیون ریال باشد.
- کارتخوان کم تراکنش: کارتخوانی است که در یک بازه زمانی یک ماهه، یک یا بیش از ۱ و کمتر از ۶۰ تراکنش داشته باشد و مجموع مبالغ تراکنش‌های آن در یک ماه کمتر از ۲۰ میلیون ریال باشد.
- کارتخوان دارای تراکنش: کارتخوانی است که در بازه‌ی زمانی یک ماه حداقل یک تراکنش داشته باشد.
- کارتخوان فاقد تراکنش: کارتخوانی است که در طول یک ماه، هیچ گونه تراکنشی از آن به سوئیچ شاپرک ارسال نشده است.

۷-۱-۷-۲- ابزار پذیرش اینترنتی

ابزاری است که امکان انجام هرگونه عملیات پرداخت را بدون حضور کارت از طریق اینترنت و درگاه پرداخت اینترنتی[۴۰]، فراهم می‌نماید.

۷-۱-۷-۳- ابزار پذیرش موبایلی

ابزاری است که امکان انجام هرگونه عملیات پرداخت را بدون حضور کارت از طریق تلفن همراه و درگاه پرداخت موبایلی[۴۱]، فراهم می‌آورد.

۷-۱-۸- انواع کارت از نظر کاربری[۴۲]

انواع کارت‌های بانکی دارای تراکنش در سوییچ شاپرک، از نظر کاربری شامل کارت برداشت، کارت پیش پرداخته و کارت اعتباری می‌باشد.

---

[۳۹] EFTPOS

[۴۰] Internet Payment Gateway

[۴۱] Mobile Payment Gateway

[۴۲] بانک مرکزی (۱۳۸۶) اعلام مشخصات انواع ابزارهای پرداخت کارتی در نظام بانکی کشور.

۷-۱-۸-۱- کارت برداشت (بدهی)[۴۳]

عبارت است از هر نوع کارت متصل به یک یا چند حساب سپرده‌ای نزد بانک‌ها و جزء رایج‌ترین کارت‌های مورد استفاده می باشد که کد محصول ۱X دارد.

مشتری می‌تواند با افتتاح یکی از سپرده‌های قرض‌الحسنه، جاری یا مدت دار، تا سقف وجهی که نزد بانک سپرده‌گذاری کرده است برداشت وجه و خرید کالا و خدمات را از درگاه‌های بانکداری الکترونیک به عمل آورد.

۷-۱-۸-۲- کارت پیش پرداخته (بی نام)[۴۴]

مشخصات دارنده این نوع کارت بر روی جسم کارت درج نمی‌شود، این کارت‌ها به انواع زیر تقسیم می‌شوند:

- کارت‌های بی‌نام دارای سوابق هویتی در سامانه متمرکز کارت: نظیر کارت‌های خرید بی‌نام و برخی بن‌کارت‌ها که معمولا به صورت گروهی صادر می‌شوند.
- کارت‌های بی‌نام فاقد سوابق هویتی در سامانه متمرکز کارت: که ماهیتا قابل انتقال به غیر بوده و به دو دسته تقسیم می‌شوند:
  - کارت‌های بر خط[۴۵] نظیر کارت هدیه که انجام تراکنش توسط آن‌ها مستلزم تایید توسط سامانه‌های متمرکز کارت است. کد محصول این کارت‌ها، ۲X، ۳X و ۴X می‌باشد.
  - کارتهای برون خط[۴۶] نظیر کارت‌های کیف پول الکترونیکی (کارت هوشمند) که انجام تراکنش توسط آن‌ها می‌تواند بدون نیاز به تعامل با سامانه های متمرکز کارت صورت پذیرد. در این گونه کارت‌ها، ارزش پولی مستقلا ببر روی فیزیک کارت و در تراشه ذخیره می‌شود. کد محصول این نوع کارت ۵X می‌باشد.

کارت‌های بی‌نام فاقد سوابق هویتی، در حکم پول نقد بوده و با توجه به اینکه همانند اسکناس و مسکوک ردیابی تراکنش‌ها و تشخیص هویت دارنده آن میسر نیست، در صورت مفقود شدن یا سرقت این کارت‌ها، دارنده کارت و رمز مربوط به آن صاحب کارت شناخته می‌شود. با این وجود بانک‌ها مکلفند برای این قبیل کارت‌ها-نظیر سایر کارت‌های پرداخت-حداقل خدمات مانده‌گیری و تغییر رمز را تعریف کنند.

---

[۴۳] Debit card

[۴۴] prepaid

[۴۵] online

[۴۶] offline

۷-۱-۸-۳- کارت اعتباری[۴۷]

عبارت است از هر نوع کارت متصل به یک خط اعتباری با سقف معین تخصیص یافته از طرف بانک به دارنده کارت، که او را قادر می‌سازد بدون داشتن سپرده نسبت به پرداخت وجه کالا و خدمات مبادرت کند. کد محصول این نوع کارت ۶X می‌باشد.

۷-۱-۹- انواع تراکنش

۷-۱-۹-۱- تراکنش دارنده‌ی کارت

به تراکنش‌های ارسالی از طرف دارنده‌ی کارت گفته می‌شود که با شناسه‌ی ۲۲۰۰ و ۲۱۰۰ وارد شبکه‌ی پرداخت (شاپرک) می‌شوند (لازم به ذکر است با عملیاتی شدن بسته‌ی ۹۰۹۰ در تاریخ ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ در سوییچ شاپرک، تراکنش‌های با شناسه‌ی ۲۰۰ به ۲۲۰۰ و تراکنش‌های با شناسه‌ی ۱۰۰ به ۲۱۰۰ تبدیل شدند. این تغییرات مطابق با استاندارد ISO ۸۵۸۳ نسخه‌ی ۲۰۰۳ می‌باشد). در این تراکنش‌ها با شناسه‌ی ۲۲۰۰ عملیات برداشت از کارت انجام می‌شود ولی با شناسه‌ی ۲۱۰۰ عملیات مالی انجام نشده و تنها خدمت مانده‌گیری ارائه می‌شود.

۷-۱-۹-۲- تراکنش تأییدیه انجام تراکنش

به تراکنش‌هایی گفته می‌شود که توسط شرکت ارائه دهنده‌ی خدمات پرداخت ارسال می‌شود. هدف از این تراکنش‌ها تاییدیه انجام تراکنش و درخواست برای واریز مبلغ برداشتی از کارت به حساب پذیرنده است. مطابق این درخواست‌ها عملیات واریز به حساب پذیرنده در سیکل‌های زمانی مشخص انجام می‌گیرد. شناسه‌ی این تراکنش‌ها ۲۲۲۰ است (معادل تراکنش‌های با شناسه‌ی ۲۲۰ قبل از اجرایی شدن بسته‌ی ۹۰۹۰). شرکت‌های ارائه دهنده‌ی خدمات پرداخت تا حداکثر ۴۸ ساعت فرصت دارند (معادل یک cut-off یا تغییر روز مالی) این تراکنش را به ازای هر تراکنش دارنده‌ی کارت ارسال کنند.

۷-۱-۹-۳- تراکنش اصلاحیه

اگر تراکنش دارنده‌ی کارت دچار خطا شود ولی برداشت از کارت انجام شده باشد، یک تراکنش اصلاحیه در شبکه تولید می‌شود تا متعاقب آن، مبلغ برداشت شده به دارنده‌ی کارت بازگردد. شناسه‌ی این تراکنش‌ها ۲۴۲۰ است (معادل تراکنش‌های با شناسه‌ی ۴۰۰ و ۴۲۰ قبل از اجرایی شدن بسته‌ی ۹۰۹۰).

۷-۱-۹-۴- تراکنش معوق

تراکنش دارنده‌ی کارت که موفق کاربری بوده است و به ازای آن تراکنش درخواست واریز تا ۴۸ ساعت به سوییچ شاپرک ارسال نشده است را تراکنش معوق می‌گویند (معادل تراکنش موفق کاربری با شناسه‌ی ۲۲۰۰ که تراکنش ۲۲۲۰ آن در مدت مجاز ارسال نشده است).

---

[۴۷] Credit card

۷-۱-۹-۵- تراکنش مالی

تراکنشی است که نوع خدمت آن خرید کالا و خدمات یا پرداخت قبض می‌باشد. در این تراکنش‌ها پول از دارنده‌ی کارت کسر می‌شود و عملیات مالی انجام می‌پذیرد.

۷-۱-۱۰- اثربخشی کارتخوان فروشگاهی

این شاخص برابر با نسبت سهم تراکنش‌های کارتخوان‌های فروشگاهی فعال سیستمی هر شرکت از کل، به سهم تعداد کارتخوان‌های فعال سیستمی هر شرکت از کل است. به عبارت دیگر:

$$\text{اثربخشی کارتخوان فروشگاهی} = \frac{\frac{\text{تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی فعال سیستمی هر شرکت}}{\text{تعداد تراکنش‌های کل کارتخوان‌های فروشگاهی فعال سیستمی}}}{\frac{\text{تعداد کارتخوان فروشگاهی فعال سیستمی هر شرکت}}{\text{تعداد کل کارتخوان‌های فروشگاهی فعال سیستمی}}}$$

عدد حاصل میزان اثربخشی کارتخوان‌های یک شرکت در شبکه پرداخت الکترونیکی را نشان می‌دهد و مقدار آن بیانگر میزان توانایی یک شرکت در جذب تراکنش‌های کارتخوان‌های فروشگاهی شبکه شاپرک است. مثلا اگر این شاخص برای شرکتی یک باشد، یعنی سهم آن شرکت از کل تراکنش‌های کارتخوان‌های شبکه شاپرک به‌اندازه سهم تعداد کارتخوان‌های آن شرکت از کل کارتخوان‌های کشور است. چنانچه این شاخص برای شرکتی بالاتر از یک باشد یعنی جذب تراکنش‌های آن بانک روی کارتخوان‌هایش بیش از سهم تعداد کارتخوان‌های آن شرکت از کل کارتخوان‌های کشور است.

۷,۲. اصطلاحات و شاخص‌های تخصصی اقتصادی

۷-۲-۱- نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی

$$\text{نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی} = \frac{\text{ارزش کل تراکنش های شاپرکی}}{\text{نقدینگی}} \times ۱۰۰$$

۷-۲-۲- تعریف نقدینگی و حجم پول

در اقتصاد، نقدینگی به مجموع حجم پول و شبه پول [۴۸] اطلاق می‌شود.

- حجم پول، اسکناس و مسکوکات در درست اشخاص به اضافه‌ی مانده سپرده‌های دیداری بخش خصوصی نزد بانک‌ها[۴۹] تعریف می‌شود. سپرده‌های دیداری، سپرده‌های قابل چک کشیدن بدون بهره‌ی بخش خصوصی در بانک‌های تجاری است.
- منظور از شبه‌پول یا سپرده‌های غیر دیداری، انواع سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز و سپرده‌های مدت‌دار هستند که به نسبت پول سرعت نقدشوندگی کمتری دارند.

۷-۲-۳- سهم اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از نقدینگی

$$\text{سهم اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از نقدینگی} = \frac{\text{اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص}}{\text{نقدینگی}} \times ۱۰۰$$

۷-۲-۴- تولید ناخالص داخلی

بنا به تعریف بانک مرکزی ج.ا.ا.، کل ارزش ریالی محصولات نهایی تولیدشده توسط واحدهای اقتصادی مقیم کشور در دوره زمانی معین (سالانه یا فصلی) را تولید ناخالص داخلی یا GDP می‌نامند شایان توجه است که صرفا مبادلات کالاهای نهایی در محاسبات GDP لحاظ می‌شوند.

۷-۲-۵- ارزش اسمی تراکنش‌ها

منظور از ارزش اسمی تراکنش‌ها، همان مبالغ معمول گزارش شده تراکنش‌هاست که هیچ عملیات خاصی بر روی آن صورت نگرفته است.

۷-۲-۶- ارزش حقیقی تراکنش‌ها

اگر در دوره‌ای، ارزش تراکنش‌ها بر حسب قیمت‌های سال پایه اندازه‌گیری شود و اثرات تورم از آن حذف شود، به آن ارزش حقیقی تراکنش‌ها گویند. نحوه محاسبه ارزش حقیقی تراکنش به این صورت است:

$$\text{ارزش حقیقی تراکنش‌ها در ماه i} = \frac{\text{مبلغ اسمی تراکنش ها در ماه } i}{\text{شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در ماه } i}$$

۷-۲-۷- شاخص دهکی توزیع مبالغ تراکنش‌ها

برای تعیین دهک‌ها، تراکنش‌ها را به ترتیب ارزش مبالغ دسته بندی کرده و به ۱۰ قسمت برابر به لحاظ تعدادی، تقسیم می‌نماییم که یک دهم از تراکنش‌های با پایین ترین مبالغ، دهک اول و یک دهم تراکنش‌های با بالاترین مبالغ دهک دهم نامیده می‌شود.

---

[۴۸] quasi money

[۴۹] demand deposits

$$\text{شاخص توزیع مبلغی دهکی} = \frac{\text{متوسط ارزش دهک دهم تراکنش ها}}{\text{متوسط ارزش دهک اول تراکنش ها}}$$

۷-۲-۸- شاخص هرفیندال-هیرشمن

شاخص هرفیندال - هیرشمن یکی از شاخص‌های مهم و کاربردی برای بیان مفهوم تمرکز است. این شاخص از اطلاعات همه بنگاه‌های صنعت برای اندازه گیری تمرکز و نیز قدرت رقابتی صنعت استفاده می‌کند.
کاربرد اصلی این شاخص در نظارت و مراقبت از بازار انحصارات خصوصی، ادغام‌ها و تبانی بخش‌های خصوصی در بازار و نیز انجام روندهای اصلاحی رفع این مشکلات برای دستیابی به بازار رقابتی است.
برای به دست آوردن این شاخص از مجموع مربع سهم در بازار صنایع مختلف، اندازه‌های تولید، فروش، نیروی کار و مانند آن برای همه بنگاه‌ها در صنعت یا بازار استفاده می‌شود. در واقع این شاخص به هر بنگاه به اندازه سهم آن در بازار وزن می‌دهد. شاخص هرفیندال- هیرشمن (HHI) به صورت زیر تعریف می‌شود.

$$HHI = \sum_{i=1}^{N} S_i^2$$

که S_i^2 مربع سهم بازار بنگاه (شرکت) i و N تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت یا بازار است.
بر اساس مقادیر مختلف شاخص هرفیندال-هیرشمن، می‌توان در خصوص تمرکز بازار به شرح جدول زیر قضاوت نمود.

وضعیت تمرکز بازار با توجه به مقادیر شاخص هرفیندال-هیرشمن

وضعیت تمرکز	اندازه HHI
رقابتی	کمتر از ۱۰۰۰
تمرکز ملایم	بین ۱۰۰۰ تا ۱۸۰۰
تمرکز بالا	بالای ۱۸۰۰

۸. منابع

- اقتصاد کلان، نظریه‌ها و سیاست‌ها- شاکری، عباس- ج ۲
- بولتن اقتصادی شاپرک در ماه‌های اسفند، بهمن و دی ۱۳۹۴
- مستند تعاریف پایه شرکت شاپرک (کد مستند: SHP_STD_TERMINOLOGY)
- نظام‌های پرداخت و بانکداری الکترونیک در ایران- احمدی، سید محمود ، خندان سویری، مهدی- تابستان ۱۳۹۴
- وبسایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران www.cbi.ir
- وبسایت مرکز آمار ایران www.amar.org.ir

- Brown, Donald M.; Warren-Boulton, Frederick R. (May ۱۱, ۱۹۸۸). "Testing the Structure-Competition Relationship on Cross-Sectional Firm Data". Discussion paper ۸۸-۶. Economic Analysis Group, U.S. Department of Justice

فهرست شکل‌ها

شکل ۳-۱ مقایسه شاخص نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی به صورت ماهانه در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴ ..... ۸
شکل ۳-۲ مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک و نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی ۱۰
شکل ۳-۳ مقایسه روند GDP و ارزش تراکنش‌های شاپرک ۱۲
شکل ۳-۴ نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به GDP ۱۴
شکل ۴-۱ سهم هریک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۲
شکل ۴-۲ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۳
شکل ۴-۳ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۳
شکل ۴-۴ سهم انواع خدمات از مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۴
شکل ۴-۵ سهم تعدادی انواع خدمات ارائه شده شاپرک در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۵
شکل ۴-۶ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۵
شکل ۴-۷ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در فروردین ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ ..... ۲۶
شکل ۴-۸ سهم هر یک از انواع تراکنش‌های ناموفق و تراکنش‌های موفق از کل ۲۹
شکل ۴-۹ سهم هر یک از انواع خطا ۲۹
شکل ۴-۱۰ تغییر در تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر استان در فروردین ۱۳۹۵ نسبت به ماه اسفند ۱۳۹۴ ... ۳۷
شکل ۴-۱۱ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار در هر استان در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۳۸
شکل ۴-۱۲ سرانه تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار هر استان به ازای افراد بالای ۱۸ سال در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۴۱
شکل ۴-۱۳ تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی در استان‌های کشور در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۴۲
شکل ۴-۱۴ تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۴۳

شکل ۴-۱۵ روند نسبت متوسط مبالغ دهک دهم به دهک اول قیمتی..... ۴۵
شکل ۴-۱۶ دامنه مبلغی تراکنش‌های ابزار کارتخوان فروشگاهی (بر حسب ریال) در فروردین ۱۳۹۵..... ۴۶
شکل ۵-۱ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵..... ۴۸
شکل ۵-۲ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵..... ۴۹
شکل ۵-۳ سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵..... ۵۱
شکل ۵-۴ سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵..... ۵۳
شکل ۵-۵ سهم بازاری هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به تفکیک استان‌ها در فروردین ۱۳۹۵. ۵۴
شکل ۵-۶ سهم بازار هر بانک پذیرنده از نظر تعداد تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵..... ۶۰
شکل ۵-۷ سهم بازار هر بانک پذیرنده از نظر مبلغ تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵..... ۶۱
شکل ۵-۸ سهم هر بانک پذیرنده از تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵..... ۶۴
شکل ۵-۹ سهم هر بانک پذیرنده از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵..... ۶۷
شکل ۵-۱۰ سهم بانک‌های صادر کننده از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵..... ۷۱
شکل ۵-۱۱ سهم بانک‌های صادر کننده از تعداد هر یک از انواع کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵..... ۷۴

فهرست جداول

جدول ۲-۱ شاخص‌های اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه ۵

جدول ۳-۱ مقایسه ماهانه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در سال ۱۳۹۴ ..... ۷

جدول ۳-۲ مقایسه ماهانه نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی در سال ۱۳۹۴ ..... ۹

جدول ۳-۳ نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک کارتی به GDP ۱۳

جدول ۴-۱ مقایسه آمار ماهانه تراکنش‌های شاپرک ۱۶

جدول ۴-۲ مقایسه آمار تراکنش‌های شاپرک نسبت به ماه مشابه سال ۱۳۹۴ ..... ۱۶

جدول ۴-۳ مقایسه رشد اسمی و حقیقی ارزش ماهانه تراکنش‌های شبکه شاپرک ۱۷

جدول ۴-۴ مقایسه رشد حقیقی و اسمی نقطه به نقطه ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک ۱۸

جدول ۴-۵ مقایسه تعداد هر یک از ابزارهای پذیرش به صورت ماهانه و نقطه به نقطه ۲۰

جدول ۴-۶ مقایسه سهم تعدادی هر یک از ابزارهای پذیرش از کل ابزارهای بازار در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۱

جدول ۴-۷ مقایسه شاخص تعداد تراکنش‌ها به ازای هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۲

جدول ۴-۸ تعداد و سهم تراکنش‌های موفق و ناموفق از کل تراکنش‌ها در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۲۷

جدول ۴-۹ آنالیز خطاهای رخ داده در شبکه پرداخت الکترونیک کارتی ۲۸

جدول ۴-۱۰ مقایسه تعداد انواع تراکنش‌ها و خطاها در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۳۰

جدول ۴-۱۱ دسترسپذیری حس شده خدمات شاپرک و کل شبکه پرداخت الکترونیک کارتی ۳۱

جدول ۴-۱۲ درصد تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه پرداخت شاپرک در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۳۲

جدول ۴-۱۳ تعداد سرانه ابزارهای پذیرش در کشور به ازای هر ۱۰،۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۳۳

جدول ۴-۱۴ سرانه تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال کل کشور در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۳۴

جدول ۴-۱۵ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ به تفکیک استان‌ها ۳۵

جدول ۴-۱۶ تعداد سرانه استانی کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار به ازای افراد بالای ۱۸ سال در اسفند۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ . ۳۹

جدول ۴-۱۷ شاخص نسبت دهکی ۴۴
جدول ۵-۱ مقایسه سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۵۰
جدول ۵-۲ مقایسه سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در اسفند ۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۵۲
جدول ۵-۳ وضعیت تمرکز بازار با توجه به مقادیر شاخص هرفیندال-هیرشمن ۵۵
جدول ۵-۴ محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن در بازار شرکت‌های PSP ۵۶
جدول ۵-۵ مقایسه اختلاف شاخص هرفیندال-هیرشمن در اسفند۱۳۹۴ و فروردین ۱۳۹۵ ..... ۵۷
جدول ۵-۶ شاخص اثربخشی کارتخوان‌های فروشگاهی فعال سیستمی هر شرکت در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۵۹
جدول ۵-۷ مقایسه سهم هر بانک پذیرنده از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۶۲
جدول ۵-۸ مقایسه سهم هر بانک پذیرنده از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۶۵
جدول ۵-۹ محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن در بازار بانک‌های پذیرنده ۶۸
جدول ۵-۱۰ تعداد و سهم هر یک از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۷۰
جدول ۵-۱۱ مقایسه سهم هر بانک صادرکننده از تعداد هر یک از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در فروردین ۱۳۹۵ ..... ۷۲

شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (سهامی خاص)
شاپرک

بولتن اقتصادی شاپرک

فروردین ماه ۱۳۹۵

شماره ۱۰

کلیه حقوق معنوی این اثر، متعلق به شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت شاپرک بوده و هرگونه استفاده، چاپ، پخش و رونوشت، با ذکر منبع بلامانع است.

نشانی: تهران، بلوار میرداماد، خیابان شاه نظری، کوچه دوم، پلاک ۱۴

کدپستی: ۱۵۴۷۹۱۴۸۱۱

صندوق پستی: ۸۱۳۴ - ۱۵۸۷۵

تلفن: ۱۵ - ۲۶۴۰۴۹۰۱ (۰۲۱)

دورنگار: ۲۲۲۲۸۱۲۱ (۰۲۱)

www.shaparak.ir

info@shaparak.ir