



شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (سامی نامس)

بولتن اقتصادی شارک

مهر ماه ۱۳۹۴

شماره ۴



بِسْمِ
اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ



فهرست مطالب

۳.....	مقدمه
۳.....	شاخص های عمده اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه
۵.....	جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی
۵.....	نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی
۶.....	نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی
۷.....	مقایسه نسبت ارزش تراکنش های شاپرکی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی
۹.....	قیاس ارزش تراکنش های شاپرک و GDP در طول زمان
۱۱.....	نسبت ارزش پرداخت های الکترونیک کارتی به GDP
۱۳.....	شاخص های عملکردی شاپرک در مهر ۱۳۹۴
۱۳.....	آمار عملکردی شاپرک
۱۳.....	آمار تعداد و ارزش تراکنش های شاپرک
۱۴.....	رشد حقیقی ارزش تراکنش های شاپرکی
۱۶.....	عملکرد شبکه شاپرک در توزیع ابزار پذیرش
۱۸.....	عملکرد هر ابزار پذیرش به لحاظ تعداد و مبلغ تراکنش ها
۲۰.....	عملکرد شاپرک به ازای نوع خدمت
۲۲.....	کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارتی
۲۳.....	درصد تراکنش های موفق به کل تراکنش ها
۲۴.....	آنالیز خطاهای رخ داده در تراکنش ها
۲۶.....	دسترس پذیری خدمات
۲۷.....	آنالیز تراکنش های معوق رخ داده در شبکه
۲۸.....	نفوذ جغرافیایی
۲۸.....	ضریب نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش (سرانه ابزارهای پذیرش)
۲۹.....	سرانه تراکنش هر یک از ابزارهای پذیرش در کشور
۲۹.....	تعداد و تعداد سرانه کارتهای فروشگاهی تراکنش دار در هر استان
۳۶.....	تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی

۳۸.....	تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی در استان‌های کشور
۳۹.....	نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنش‌ها
۴۰.....	دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی
۴۱.....	شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارتی
۴۱.....	سهم بازار هر یک از شرکت‌های PSP بر حسب تعداد و مبلغ تراکنش‌ها
۴۲.....	سهم هر یک از شرکت‌های PSP از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش
۴۶.....	اندازه‌گیری تمرکز بازار با استفاده از شاخص هرfindal - هیرشمن
۴۹.....	جمع‌بندی
۵۲.....	واژه‌نامه
۵۲.....	واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی
۵۶.....	اصطلاحات و شاخص‌های تخصصی اقتصادی
۵۸.....	فهرست جداول
۵۹.....	فهرست تصاویر

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.

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 شده‌اند.

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

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

^۱ رجوع شود به پیوست الف-۱

بولتن اقتصادی شاپرک

جدول 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

ادامه ... کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارت	
دسترس پذیری خدمات	
دسترس‌پذیری شبکه	۹۷/۹۵ درصد
دسترس‌پذیری شاپرک	۹۹/۹۶ درصد
تراکنش‌های معوق	
درصد تراکنش‌های معوق از کل تراکنش‌ها	۰/۰۱۷ درصد
نفوذ جغرافیایی	
سرانه ابزارهای پذیرش به ازای افراد بالای ۱۸ سال کشور	
کل ابزارها	۰/۰۷۰۵
کارتخوان فروشگاه	۰/۰۷۰۲
ابزار پذیرش موبایلی	۰/۰۰۰۰۴
ابزار پذیرش اینترنتی	۰/۰۰۰۰۳
سرانه تراکنش‌های هر ابزار پذیرش به ازای افراد بالای ۱۸ سال کشور	
کل ابزارها	۱۴/۶۲
کارتخوان فروشگاه	۱۱/۱۱
ابزار پذیرش موبایلی	۲/۴۷
ابزار پذیرش اینترنتی	۱/۰۴
نسبت دهکی	
نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنش‌ها	۱۰۰۶۸/۰۷

۳- شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارت در مهر ماه ۱۳۹۴	
شرکت دارای بالاترین سهم از کل تراکنش‌های بازار	
بالاترین سهم مبلغی تراکنش‌ها از کل بازار	به پرداخت ملت ۳۴/۸۳ درصد
بالاترین سهم تعدادی تراکنش‌ها از کل بازار	به پرداخت ملت ۲۳/۸۷ درصد
بالاترین سهم مبلغ تراکنش‌ها از بازار هر یک از ابزارهای پذیرش	
ابزار پذیرش اینترنتی	به پرداخت ملت ۵۸/۵۲ درصد
ابزار پذیرش موبایلی	آسان پرداخت پرشین ۴۷/۱۹ درصد
کارتخوان فروشگاه	به پرداخت ملت ۲۳/۴۸ درصد
بالاترین سهم تعداد تراکنش‌ها از بازار هر یک از ابزارهای پذیرش	
ابزار پذیرش اینترنتی	تجارت الکترونیک پارسین ۵۹/۹۸ درصد
ابزار پذیرش موبایلی	آسان پرداخت پرشین ۴۷/۸۱ درصد
کارتخوان فروشگاه	به پرداخت ملت ۲۹/۸۰ درصد
شاخص تمرکز بازار	
نتایج شاخص هر فیندال - هیرشمن (HHI)	تمرکز بالا در بازار ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی و تمرکز ملایم در بازار کارتخوان فروشگاه

۱- جایگاه شاپرک در اقتصاد ملی*	
*نسبت به آخرین آمار در دست	
سهم از نقدینگی* (خرداد ۱۳۹۴)	
نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی	۱۰/۱۲ درصد
نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی	۳/۶۴ درصد
سهم ارزش پرداخت الکترونیک شاپرکی به تولید ناخالص داخلی (GDP)* (زمستان ۱۳۹۳ - توضیح در متن)	۱۱۰/۲۲* درصد

۲- شاخص‌های عملکردی شاپرک در مهر ماه ۱۳۹۴	
آمار عملکردی	
تعداد تراکنش‌های شاپرک	۸۴۱,۳۱۰,۳۰۱ عدد
ارزش تراکنش‌های شاپرک	۸۵۸,۱۶۶,۷۸۵ میلیون ریال
رشد اسمی و حقیقی ارزش تراکنش‌ها	
رشد اسمی ماهانه مهر نسبت به شهریور	۷/۰۶- درصد
رشد حقیقی ماهانه مهر نسبت به شهریور	۷/۶۰- درصد
رشد اسمی مهر ۹۴ نسبت به مهر ۹۳	۱۰/۴۶% درصد
رشد حقیقی مهر ۹۴ نسبت به مهر ۹۳	۰/۳۴- درصد
سهم هر یک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها	
ابزار پذیرش اینترنتی	۷/۱۰۵ درصد
ابزار پذیرش موبایلی	۱۶/۹ درصد
کارتخوان فروشگاه	۷۵/۹۹۵ درصد
سهم مبلغی هر یک از انواع خدمات شاپرک	
خرید کالا و خدمات	۹۷/۲ درصد
پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه	۲/۸ درصد
سهم تعدادی هر یک از انواع خدمات شاپرک	
خرید کالا و خدمات	۶۲/۵ درصد
پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه	۲۷/۵ درصد
مانده‌گیری	۱۰ درصد
کیفیت انجام خدمات پرداخت الکترونیک کارت	
درصد تراکنش‌های موفق به کل تراکنش‌ها	۸۹/۱۲ درصد
درصد تراکنش‌های موفق سویچ شاپرک به کل تراکنش‌ها	۹۹/۹۶ درصد
سهم هر یک از خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها	
خطای پذیرندگی	۲/۶۵ درصد
خطای شاپرکی	۰/۳۸ درصد
خطای صادرکنندگی	۱۵/۸۱ درصد
خطای کاربری	۸۱/۱۶ درصد

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، 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 متأثر از اطلاعات منتشر شده در سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. می‌باشد و با توجه به اینکه اطلاعات مربوط به بخش پولی و بانکی در این سایت صرفاً تا خرداد ماه ۱۳۹۴ و آمار مربوط به تولید ناخالص داخلی فصلی تا پایان زمستان ۱۳۹۳ منتشر شده‌اند، شاخص‌های این بخش ممکن است به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات جدیدتر، تکرار شاخص‌های شماره‌های پیشین بولتن باشد.

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.

^۲ رجوع شود به پیوست ب-۱

محاسبه این شاخص نیازمند آمار مربوط به میزان نقدینگی در کشور می‌باشد که این آمار در سایت بانک مرکزی ج.ا.ا. تنها تا خرداد ماه ۱۳۹۴ گزارش شده است. به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات جدیدتر از نقدینگی نسبت به ماه‌های گذشته، اطلاعات این بخش که در شماره‌های قبلی بولتن با استفاده از آمار نقدینگی در خرداد ۱۳۹۴ منتشر شده است، مجدداً تکرار می‌شود.

جدول ۲ مقایسه ماهانه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی

شاخص	اردیبهشت	خرداد	میزان تغییر
ارزش تراکنش‌های شاپرک (میلیون ریال)	۸۱۷،۵۵۸،۸۲۲	۸۲۶،۰۹۶،۶۹۴	۱/۰۴٪
نقدینگی (میلیون ریال)	۸،۰۰۴،۴۷۰،۳۰۰	۸،۱۶۶،۶۷۵،۸۰۰	۲/۰۳٪
نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی	۱۰/۲۱٪	۱۰/۱۲٪	-۰/۰۹٪

همانطور که از جدول فوق مشخص است در خرداد ماه ارزش تراکنش‌های شاپرک ۱۰/۱۲ درصد از کل نقدینگی بوده است. این بدان مفهوم است که از کل پول‌های در حال گردش در اقتصاد ملی، بالغ بر ۱۰ درصد آن به صورت الکترونیکی و از شبکه شاپرک مبادله شده است.

مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی با ماه گذشته حاکی از کاهش ۰/۰۹ درصدی این شاخص در خرداد ماه ۱۳۹۴ بوده است. چرا که در خرداد ماه با وجود افزایش ارزش تراکنش‌های شاپرک، نقدینگی به شدت بیشتری افزایش یافته است و در مجموع سبب کاهش این شاخص به نسبت اردیبهشت ماه گردیده است.

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

^۳ رجوع شود به پیوست ب-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.

^۴ رجوع شود به پیوست ب-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.

اطلاعات مربوط به اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص^۵ نیز صرفاً تا خرداد ماه ۱۳۹۴ اعلام شده است که شاخص مورد نظر در شماره‌های قبلی محاسبه شده و به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات جدیدتر، گزارش این شاخص مجدداً در این شماره تکرار می‌شود.

همانطور که مشخص است در خرداد ماه تنها ۳/۶۴ درصد از کل نقدینگی، متعلق به اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص بوده است. میزان این شاخص نسبت به ماه اردیبهشت کاهش داشته است که این امر مبین کاهش تقاضا و استفاده از اسکناس و مسکوکات توسط مردم برای پرداخت بهای کالاها می‌باشد.

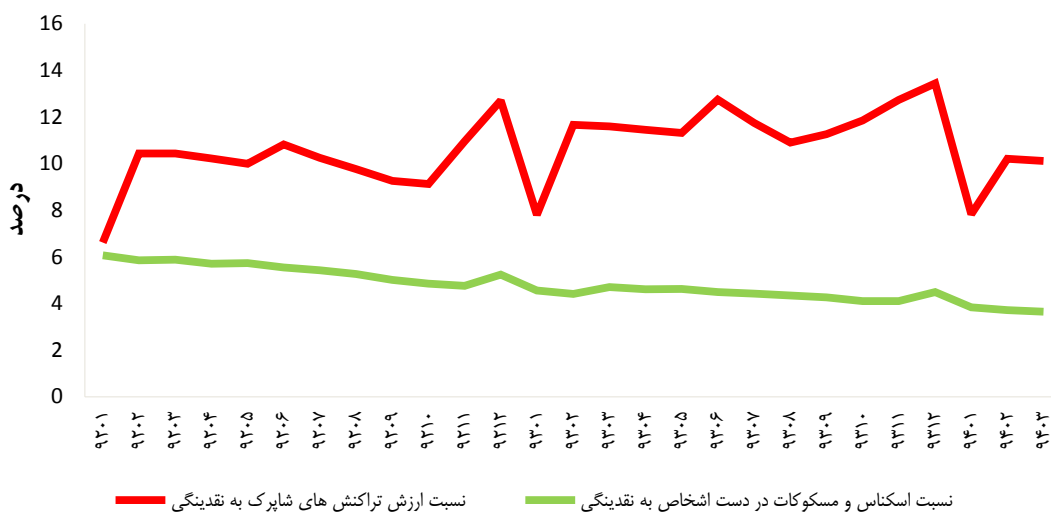
جدول ۳ مقایسه ماهانه نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی

شاخص	اردیبهشت	خرداد	درصد تغییرات
اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص (میلیون ریال)	۲۹۷،۸۸۷،۶۰۰	۲۹۷،۵۸۱،۱۰۰	-۰/۱۰٪
نقدینگی (میلیون ریال)	۸،۰۰۴،۴۷۰،۳۰۰	۸،۱۶۶،۶۷۵،۸۰۰	۲/۰۳٪
نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی	۳/۷۲٪	۳/۶۴٪	-۲/۰۹٪

مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرکی و اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی

در نمودار بعدی 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 و مسکوکات را از کل نقدینگی در طول زمان قیاس نمود.

۵ بر اساس گزارش منتشر شده در بانک مرکزی ج.ا.ا. با عنوان "مروری بر آمارهای پرداخت الکترونیک و استفاده از وجه نقد" در بخش تشریحات و پژوهش‌ها، حجم اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به عنوان شاخص پرداخت نقدی معرفی شده است.



شکل ۱ مقایسه نسبت ارزش تراکنش های 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 به طور کلی صعودی بوده است و از ۶/۶۱ درصد در فروردین ۱۳۹۲ به ۱۰/۱۲ درصد در خرداد 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 ۳/۶۴ 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 از نقدینگی در خرداد ماه امسال نسبت به مدت مشابه دو سال پیش از آن، بیشتر از ۲ واحد درصد کاهش را نشان می دهد و به نظر می رسد 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 پر قدرت کمتری به اقتصاد کشور تزریق شود و بخشی از نیاز به پول فیزیکی برای پرداخت بهای کالاها و خدمات مورد تقاضا، توسط شبکه پرداخت الکترونیک کارت جبران شود.

شایان توجه است که روند نسبت ارزش تراکنش های شاپرک به نقدینگی، به دلیل تسویه های پایان سال شرکت ها و نیز افزایش تقاضا برای خریدهای نروزی در بهمن و اسفند هر سال و همچنین کاهش تقاضا در فروردین ماه به دلیل تعطیلات عید نوروز، نوسانات مشابهی داشته و به طور سیکلی تکرار می شود که رفتار عمومی افراد جامعه را نشان می دهد. اما در مجموع این ضریب رو به افزایش بوده است. لازم به ذکر است که با توجه به سیاست بانک مرکزی ج.ا.ا. مبنی بر سقف مبلغی ۵۰۰ میلیون ریالی در تراکنش های شاپرکی و ابلاغ آن در ۲۰ فروردین ۱۳۹۴، کاهش

بخشی از سهم ارزش تراکنش‌های شاپرک از نقدینگی در دو ماه ابتدایی سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ قابل توضیح است.

قیاس ارزش تراکنش‌های شاپرک و GDP در طول زمان

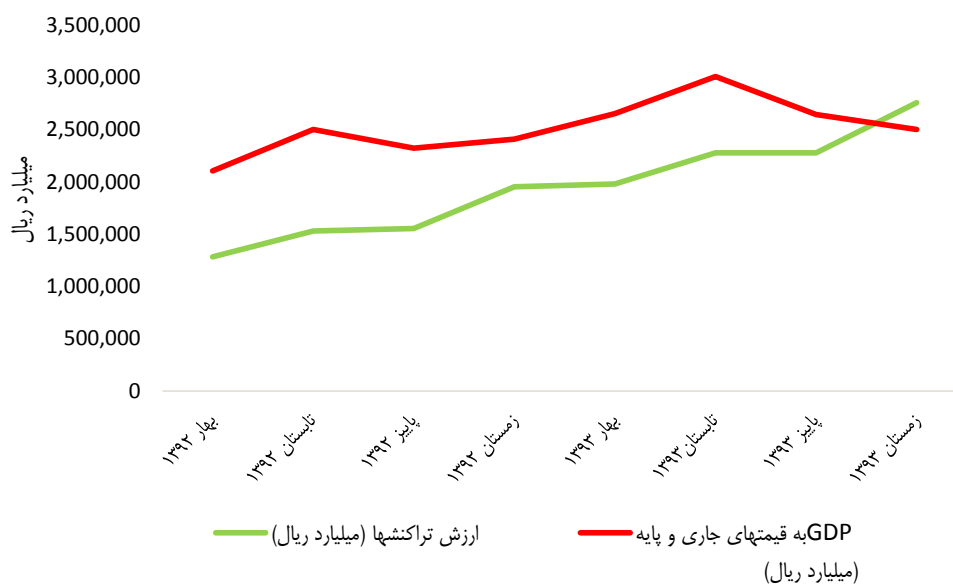
در حالت عمومی، رابطه مستقیمی بین تقاضا در دوره مشخص و مبلغ پرداخت‌های صورت گرفته در آن دوره وجود دارد. چرا که بهای کالای مورد تقاضا به طرق مختلف الکترونیکی، نقدی، اعتباری و ... پرداخت می‌شود. لذا بررسی روند ارزش پرداخت‌های الکترونیکی در طول زمان به تنهایی نمی‌تواند نمایانگر عملکرد شرکت شاپرک و یا اعتماد 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 مردم اثرگذار است. به عنوان مثال در یک جامعه 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 زیر روند تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه بر حسب قیمت‌های جاری^۶ و ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک از ابتدای سال ۱۳۹۲ لغایت انتهای سال ۱۳۹۳ به صورت فصلی نشان داده شده است.^۷ به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات جدیدتر، از نمودار شماره قبلی بولتن، مجدداً در این شماره استفاده شده است.

^۶ رجوع شود به پیوست ب-۴

^۷ 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 ۲ 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 نروزی بوده که سبب شده این روند شدت بیشتری بگیرد. نمودار فوق صرفاً 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، صرفاً 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.

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^۸ 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 مجدداً مورد استفاده قرار گرفته است.

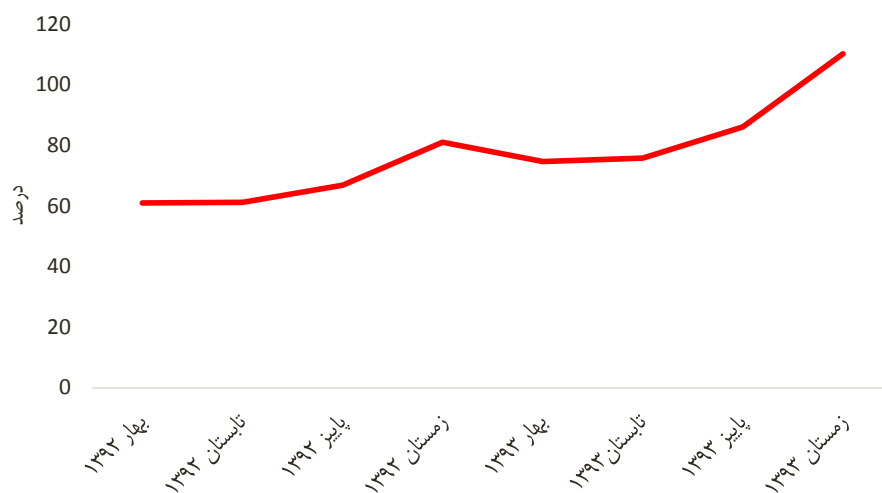
جدول ۴ نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک به GDP

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

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

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.

^۸ 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 نسبت ارزش تراکنش‌ها 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.

شاخص‌های عملکردی شاپرک در مهر ۱۳۹۴

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 سه زیر بخش "آمار عملکردی شاپرک"، "انالیز کیفیت ارائه خدمات" و نیز "میزان نفوذ جغرافیایی" تقسیم شده که در هر زیر بخش شاخص‌های مختلفی ارائه شده است.

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.

آمار تعداد و ارزش تراکنش‌های شاپرک

در مهر ماه ۱۳۹۴ بالغ بر ۸۴۱ میلیون تراکنش الکترونیکی در شبکه شاپرک با مبلغی افزون بر ۸۵۸ هزار میلیارد ریال صورت گرفته است که نسبت به ماه گذشته افت ۷/۲۲٪ و ۷/۰۶٪ درصدی در تعداد و مبلغ تراکنش‌ها داشته است.

جدول ۵ مقایسه آمار ماهانه تراکنش‌های شاپرک

نوع	شهریور ۹۴	مهر ۹۴	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۹۰۶،۷۸۱،۰۸۳	۸۴۱،۳۱۰،۳۰۱	-۷/۲۲٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۹۲۳،۳۹۳،۶۶۳	۸۵۸،۱۶۶،۷۸۵	-۷/۰۶٪

معمولاً در شهریور ماه هر سال با توجه به آغاز سال تحصیلی، به سبب خریدهای مدارس و دانشگاه‌ها و برگزاری نمایشگاه‌های پاییزه، تعداد تراکنش‌های پرداخت الکترونیک و به تبع آن مجموع مبالغ پرداخت الکترونیک افزایش

می‌یابد. لذا علت کاهش تعداد و مبلغ تراکنش‌های پرداخت الکترونیک در مهر ماه نسبت به شهریور ماه را همین موضوع می‌توان عنوان نمود.

در جدول زیر آمار تراکنش‌ها در مهر ۱۳۹۴ و مهر ۱۳۹۳ مقایسه شده است.

جدول ۶ مقایسه آمار تراکنش‌های شاپرک نسبت به ماه مشابه سال ۱۳۹۳

نوع	مهر ۹۳	مهر ۹۴	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۶۰۴،۵۶۹،۸۸۵	۸۴۱،۳۱۰،۳۰۱	۳۹/۱۶٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۷۷۶،۸۷۲،۸۱۹	۸۵۸،۱۶۶،۷۸۵	۱۰/۴۶٪

همانطور که جدول فوق نشان می‌دهد آمار تعداد و مبلغ تراکنش‌های مهر ماه سال جاری به نسبت ماه مشابه سال گذشته به ترتیب با رشد ۳۹/۱۶ و ۱۰/۴۶ درصدی مواجه بوده است. که البته این میزان رشد مبلغی در بردارنده تورم در مدت مورد بررسی می‌باشد.

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^۹ 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^{۱۰} و تورم زدایی شده می‌باشد.

^۹ رجوع شود به پیوست ب-۵

^{۱۰} رجوع شود به پیوست ب-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.

جدول ۷ مقایسه رشد اسمی و حقیقی ارزش تراکنش‌های ماهانه شبکه شاپرک

ارزش تراکنش‌ها (میلیون ریال)	شهریور ۹۴	مهر ۹۴	درصد تغییرات
ارزش اسمی تراکنش‌ها	۹۲۳،۳۹۳،۶۶۲/۵	۸۵۸،۱۶۶،۷۸۴/۸	-۷/۰۶٪
ارزش حقیقی تراکنش‌ها	۴،۰۹۱،۲۴۳/۵	۳،۷۸۰،۴۷۰/۴	-۷/۶۰٪
شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)	۲۲۵/۷	۲۲۷	*۰/۵۸٪

*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 بالا نشان می‌دهد درصد کاهش در ارزش تراکنش‌ها به صورت اسمی نسبت به ماه گذشته، کمتر از میزان حقیقی آن بوده است؛ به عبارت دیگر با خالص‌سازی اثر تورم، افت ارزش تراکنش‌های شاپرک در مدت مورد بررسی، از ۷/۰۶- درصد به صورت اسمی به ۷/۶۰- درصد به صورت حقیقی و تورم زدایی شده کاهش یافته است که این امر از تورم مثبت 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 مهر ماه سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به ماه گذشته افزایش یافته است و نرخ تورم ماهانه معادل ۰/۵۸ درصد بوده است.

در صورت مقایسه ارزش تراکنش‌های مهر ۱۳۹۴ با ماه مشابه سال ۱۳۹۳ (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 ۸ مقایسه رشد نقطه به نقطه حقیقی و اسمی ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک

ارزش تراکنش‌ها (میلیون ریال)	مهر ۹۳	مهر ۹۴	درصد تغییرات
ارزش اسمی تراکنش‌ها	۷۷۶،۸۷۲،۸۱۹/۲	۸۵۸،۱۶۶،۷۸۴/۸	۱۰/۴۶٪
ارزش حقیقی تراکنش‌ها	۳،۷۹۳،۳۲۴/۳	۳،۷۸۰،۴۷۰/۴	-۰/۳۴٪
شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)	۲۰۴/۸	۲۲۷	*۱۰/۸۴٪

* 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 قبل اختلاف بین رشد اسمی و حقیقی (تورم زدایی) ارزش تراکنش‌های شاپرک را بین مهر ماه ۱۳۹۴ و ۱۳۹۳ نشان می‌دهد که رشد آن بعد از خالص‌سازی از تورم، از ۱۰/۴۶ درصد به صورت اسمی به ۰/۳۴- 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 گذشته 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 مهر ماه سال جاری به ۲۲۷ واحد رسیده است. این شاخص در مهر ماه سال گذشته معادل ۲۰۴/۸ واحد ثبت شده است؛ بنابراین تورم نقطه‌به‌نقطه که رشد شاخص در ماه مشخص نسبت به ماه مشابه سال قبل را در نظر می‌گیرد، در مهر ماه سال جاری به ۱۰/۸۴ درصد رسیده است. این نرخ در شهریور ماه ۱۱/۷۳ درصد بوده است. لذا بر اساس سیاست‌های دولت مبنی بر کاهش نرخ تورم، طی یک ماه، نزدیک به ۰/۸۹ درصد از نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه کاسته شده است.

لذا نتایج آمار تراکنش‌ها در مهر ماه سال جاری نسبت به مهر ماه سال ۱۳۹۳ بیانگر آن است که با رشد ۳۹/۱۶ درصدی تعداد تراکنش‌ها، ارزش تراکنش‌ها به طور حقیقی نه تنها افزایشی را تجربه ننموده است، بلکه افت ۰/۳۴ درصدی نیز داشته است. لذا این آمار حاکی از آن است که با وجود رشد تعداد تراکنش‌ها نسبت به مهر سال ۱۳۹۳، تراکنش‌ها به طور متوسط برای انجام پرداخت بهای کالاها به نسبت کم ارزش‌تری، انجام گرفته است؛ این امر با توجه به رشد تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی که معمولاً در مبالغ کوچکتر انجام می‌گیرند (و در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد) و نیز اعمال محدودیت سقف مبلغی ۵۰۰ میلیون ریالی برای تراکنش‌های خرید کالا و خدمات، قابل توجیه است.

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 و ...، 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^{۱۱} در مهر ماه سال جاری در قیاس با شهریور ماه ۱۳۹۴ و نیز مهر ماه سال ۱۳۹۳ در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۹ 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		
	شهریور ۹۴	مهر ۹۴	رشد	مهر ۹۳	مهر ۹۴	رشد
ابزار پذیرش اینترنتی	۱۵،۹۴۹	۱۵،۹۳۲	-۰/۱۱٪	۱۳،۱۵۷	۱۵،۹۳۲	۲۱/۰۹٪
ابزار پذیرش موبایلی	۲،۹۴۴	۲،۴۰۰	-۱۸/۴۸٪	۷۷۰	۲،۴۰۰	۲۱۱/۶۹٪
کارتخوان فروشگاه‌ها	۴،۰۲۲،۰۶۰	۴،۰۳۷،۵۰۶	۰/۳۸٪	۳،۲۷۹،۶۳۹	۴،۰۳۷،۵۰۶	۲۳/۱۱٪
مجموع ابزارها	۴،۰۴۰،۹۵۳	۴،۰۵۵،۸۳۸	۰/۳۷٪	۳،۲۹۳،۵۶۶	۴،۰۵۵،۸۳۸	۲۳/۱۴٪

جدول فوق بیانگر کاهش تعداد ابزار پذیرش اینترنتی و به ویژه تعداد ابزار پذیرش موبایلی نسبت به شهریور ماه بوده است که با توجه به اعمال محدودیت‌ها برای ایمن سازی بستر ابزار پذیرش موبایلی (USSD) در مهر ماه از سوی بانک مرکزی ج.ا.ا. کاهش ۱۸/۴۸ درصدی در ابزار پذیرش موبایلی قابل توجیه است. اما در مقایسه نقطه به نقطه مهر ۱۳۹۴ نسبت به مهر سال گذشته به‌خصوص در ابزار پذیرش موبایلی رشد قابل توجهی در تعداد ابزارهای پذیرش صورت گرفته است.

تنها رشد ماهانه در تعداد ابزارها به ابزار پذیرش کارتخوان فروشگاه‌ها و بیشترین میزان رشد سالانه به ابزار پذیرش موبایلی با رشد ۲۱۱/۷ درصدی اختصاص داشته است. همانطور که مشخص است بیشترین تعداد ابزار پذیرش در تمام دوره‌ها مربوط به کارتخوان فروشگاه‌ها بوده است که در مهر ۱۳۹۴ سهم تعداد این ابزار از کل ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک ۹۹/۵۵ درصد بوده است. این آمار در جدول بعدی ارائه شده است.

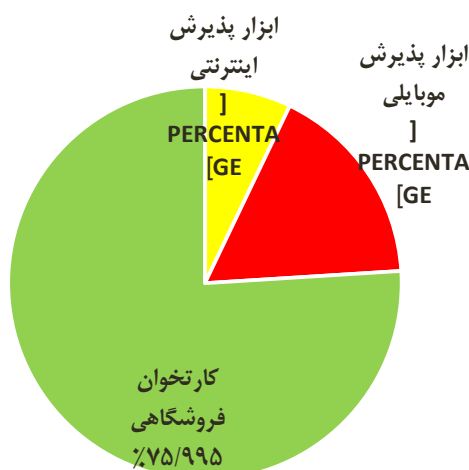
جدول ۱۰ مقایسه سهم تعدادی هر یک از ابزارهای پذیرش از کل ابزارهای بازار در مهر ۱۳۹۴

^{۱۱} منظور ابزارهای پذیرشی هستند که در بازه زمانی مورد مطالعه حداقل یک تراکنش دارند.

سهم از بازار	تعداد ابزارها	ابزار پذیرش
۰/۳۹٪	۱۵،۹۳۲	ابزار پذیرش اینترنتی
۰/۰۶٪	۲،۴۰۰	ابزار پذیرش موبایلی
۹۹/۵۵٪	۴،۰۳۷،۵۰۶	کارتخوان فروشگاهی
۱۰۰٪	۴،۰۵۵،۸۳۸	مجموع ابزارها

عملکرد هر ابزار پذیرش به لحاظ تعداد و مبلغ تراکنش ها

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 نزدیک به ۷۶ 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.



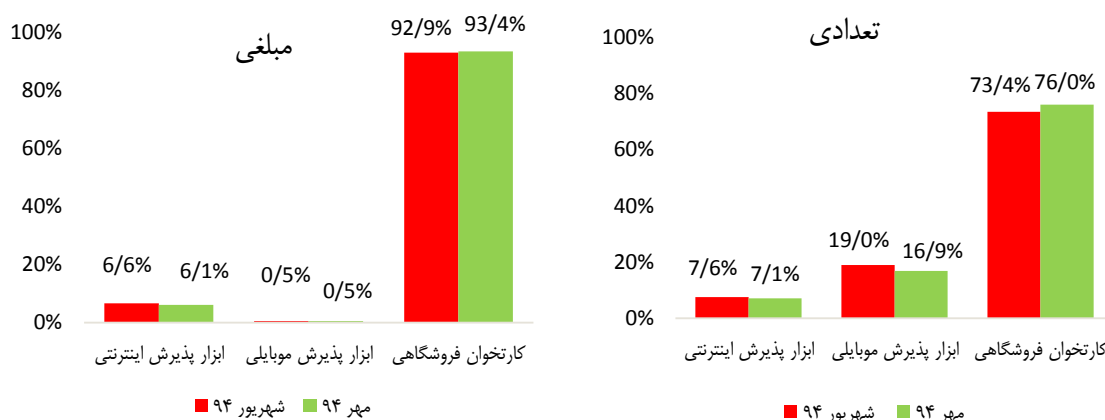
شکل ۴ سهم هریک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴

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 ۱۱ مقایسه شاخص تعداد تراکنش‌ها به ازای هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ۱۳۹۴

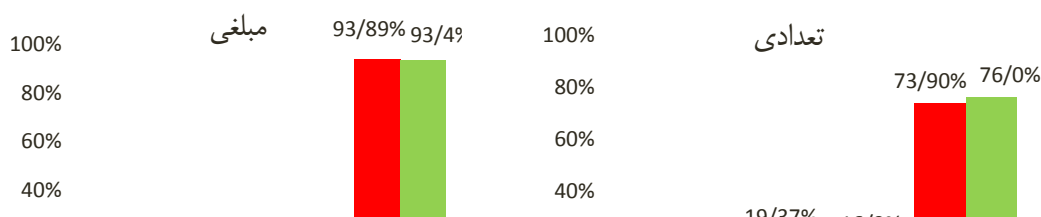
تعداد تراکنش به ازای هر ابزار	تعداد ابزارها	تعداد تراکنش ها	ابزار پذیرش
۳,۷۵۱/۶۸	۱۵,۹۳۲	۵۹,۷۷۱,۸۰۰	ابزار پذیرش اینترنتی
۵۹,۲۴۳/۶۷	۲,۴۰۰	۱۴۲,۱۸۴,۸۱۴	ابزار پذیرش موبایلی
۱۵۸/۳۵	۴,۰۳۷,۵۰۶	۶۳۹,۳۵۳,۶۸۷	کارتخوان فروشگاه‌های
۲۰۷/۴۳	۴,۰۵۵,۸۳۸	۸۴۱,۳۱۰,۳۰۱	مجموع ابزارها

برای بررسی تغییرات سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌های هر ابزار پذیرش، نمودارهای زیر برای مهر ماه ۱۳۹۴ در قیاس با ماه ماقبل آن یعنی شهریور ۱۳۹۴ ترسیم شده است.



شکل ۵ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در ماه شهریور و مهر ۱۳۹۴

در بین ابزارهای پذیرش تنها کارتخوان فروشگاه‌های با رشد در سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها مواجه بوده است. همچنین نمودارهای بعدی تغییرات سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها به ازای هر نوع ابزار پذیرش برای مهر ماه ۱۳۹۴ و مقایسه آن با ماه مشابه سال گذشته یعنی مهر ماه ۱۳۹۳ را نشان می‌دهند.

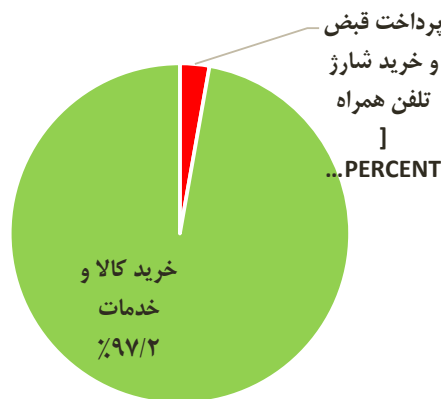


شکل ۶ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴

همانطور که نمودار فوق نشان می‌دهد نسبت به ماه گذشته صرفاً ابزار پذیرش اینترنتی به طور همزمان با رشد سهم تعدادی و مبلغی تراکنش‌ها مواجه بوده است که مبین بزرگتر شدن بازار این ابزار به نسبت ابزارهای دیگر پذیرش در طول مدت مورد بررسی است.

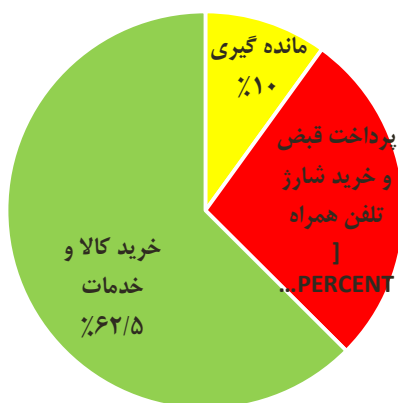
عملکرد شاپرک به ازای نوع خدمت

خدمات شبکه پرداخت الکترونیک به سه نوع اصلی خدمات خرید کالا و خدمات، خدمات پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و نیز خدمات 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 اول نشان می‌دهد که ۹۷/۲ درصد مبلغ خدمات ارائه شده در ماه مهر مربوط به خدمت خرید کالا و خدمات بوده است و مانده‌گیری نیز به دلیل ماهیت آن سهم مبلغی صفر دارد. سهم خدمت خرید کالا و خدمات در شهریور ماه ۹۸/۱ درصد بوده است.



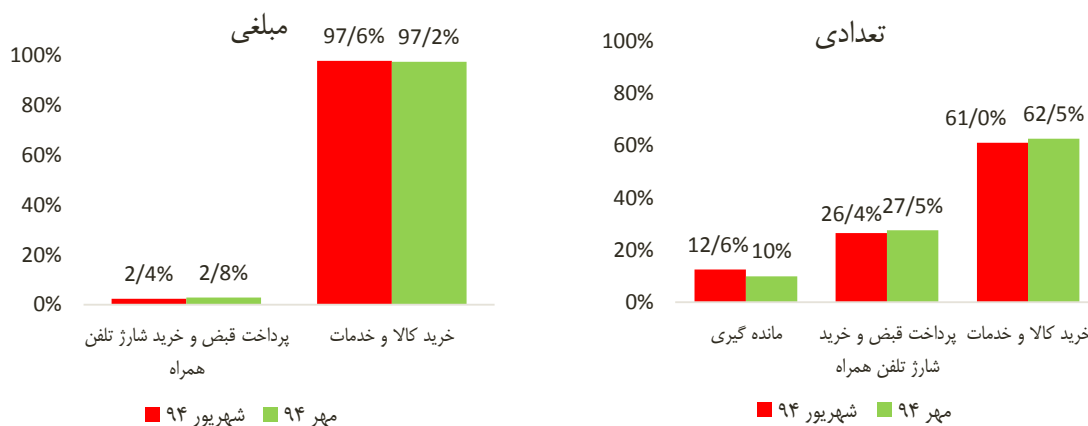
شکل ۷ سهم انواع خدمات از مبلغ تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴

نمودار زیر نیز بیان کننده آن است که ۶۲/۵ درصد تعداد خدمات ارائه شده توسط شرکت شاپرک از نوع خرید کالا و خدمات بوده است و مانده گیری با ۱۰ درصد سهم، کمترین تعداد را داشته است.



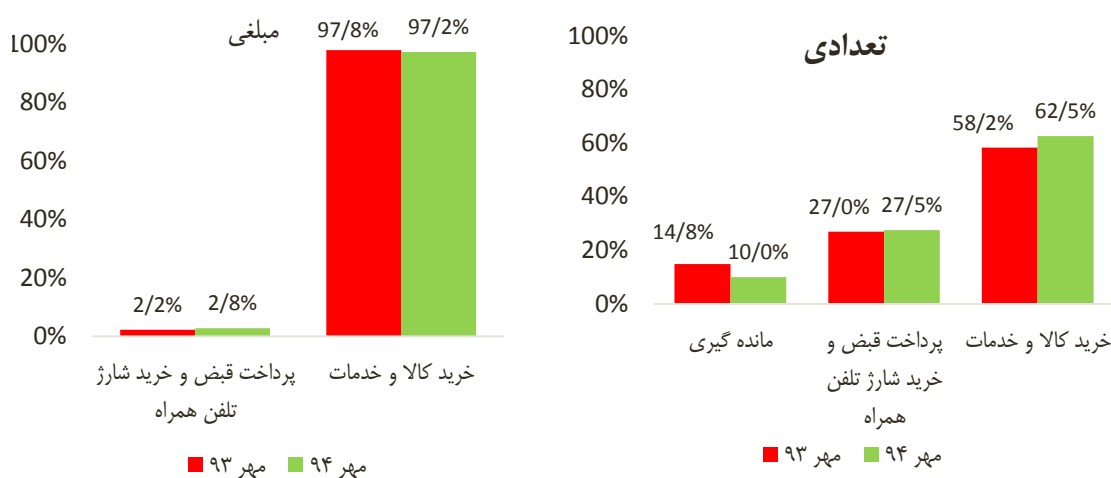
شکل ۸ سهم تعدادی انواع خدمات ارائه شده شاپرک در مهر ۱۳۹۴

برای بررسی تغییرات تعدادی و مبلغی در انواع خدمات به صورت ماهانه، نمودارهای زیر ترسیم شده‌اند. همانطور که مشخص است سهم انواع خدمات در مهر ماه نسبت به شهریور تغییر چندانی محسوس نداشته است.



شکل ۹ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در شهریور و مهر ۱۳۹۴

در نمودار زیر این موضوع در مقایسه با ماه مشابه سال گذشته یعنی مهر ۱۳۹۳ بررسی شده است. قیاس نمودارهای زیر نشان می‌دهد که در مهر ماه سال جاری مجدداً سهم تعدادی خدمت مانده‌گیری کاهش و سهم تعدادی خدمت خرید کالا و خدمات و پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه افزایش داشته است. از لحاظ سهم مبلغی نیز در خدمت پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه اندکی افزایش مشاهده می‌شود.



شکل ۱۰ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴

ملاحظه می‌شود که سهم تعدادی خدمت مانده‌گیری از کل خدمات چه در قیاس ماهانه و چه در قیاس نقطه به نقطه (ماه مهر ۱۳۹۴ با ماه مهر ۱۳۹۳) با کاهش مواجه بوده است که این امر به دلیل دستور بانک مرکزی ج.ا.ا. مبنی بر ممنوعیت مانده‌گیری در ابزارهای بدون حضور فیزیکی کارت یعنی ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی رخ داده است.

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 میزان خطاها، تراکنش‌های معوق و عدم دسترس‌پذیری 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.

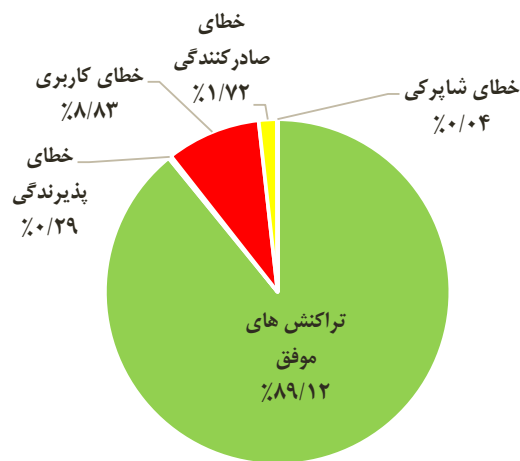
درصد تراکنش‌های موفق به کل تراکنش‌ها

یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های شرکت شاپرک، تلاش برای کاهش وقوع خطاهای شبکه و افزایش نسبت تراکنش‌های موفق از کل تراکنش‌ها می‌باشد. در شبکه پرداخت الکترونیک خطاها در چند گروه اصلی طبقه بندی می‌شوند که در قسمت بعدی بیشتر مورد بحث قرار خواهد گرفت. در این قسمت صرفاً به تعداد تراکنش‌های موفق و تعداد تراکنش‌های خطا (که به طور کلی نیاز است تا بتوان سهم تراکنش‌های موفق از کل تراکنش‌ها را به دست آورد) پرداخته می‌شود. جدول زیر سهم تراکنش‌های موفق و خطادار کل شبکه شاپرک را نشان می‌دهد که حاکی از سهم ۸۹/۱۲ درصدی تراکنش‌های موفق و ۱۰/۸۸ درصدی خطاهای رخ داده در مهر ماه سال جاری می‌باشد. شایان توجه است که تنها ۰/۰۴ درصد از خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها در حوزه فعالیت شرکت شاپرک بوده است. به عبارت دیگر نسبت تراکنش‌های موفق سیستمی سویچ شاپرک به کل تراکنش‌ها ۹۹/۹۶ درصد بوده است.

جدول ۱۲ تعداد و سهم تراکنش‌های موفق و انواع خطاها در مهر ماه ۱۳۹۴

سهم	تعداد	نوع تراکنش و انواع خطا	
۸۹/۱۲٪	۸۴۱،۳۱۰،۳۰۱	تراکنش‌های موفق	موفق
۰/۲۹٪	۲،۷۱۹،۳۰۰	خطای پذیرندگی	ناموفق
۸/۸۳٪	۸۳،۳۴۰،۰۵۱	خطای کاربری	
۱/۷۲٪	۱۶،۳۳۹،۶۳۹	خطای صادرکنندگی	
۰/۰۴٪	۳۸۶،۶۸۱	خطای شاپرکی	
۱۰۰٪	۹۴۳،۹۹۵،۹۷۲	تعداد کل تراکنش‌ها	

در نمودار زیر نیز آمار جدول قبل به تصویر کشیده شده است. شایان ذکر است که در این نمودار سهم خطاهای ارائه شده نسبت به کل تراکنش‌ها محاسبه شده است.



شکل ۱۱ سهم تراکنش‌های موفق و انواع خطاهای شبکه از کل تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴

آنالیز خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها

همانطور که در قسمت قبلی ذکر گردید، خطاهای تراکنش‌ها انواع مختلفی دارند. انواع خطاها در صنعت پرداخت به ۴ نوع خطای صادرکنندگی^{۱۲}، خطای پذیرندگی^{۱۳}، خطای شاپرکی^{۱۴} و خطای کاربری^{۱۵} تقسیم می‌شوند که سه خطای اول به سیستم و شبکه پرداخت مرتبط بوده و خطای نوع کاربری ناشی از اطلاعات نادرست دارنده کارت می‌باشد. برای بررسی هر یک از این خطاهای ذکر شده، جدول زیر تعداد هر یک از انواع خطاها در مهر ماه سال جاری و تغییرات آن نسبت به ماه قبل (شهریور) را ارائه نموده است. همانطور که مشخص است نسبت به ماه گذشته خطای شاپرکی بیشترین کاهش را داشته است.

^{۱۲} رجوع شود به پیوست الف-۳-۲

^{۱۳} رجوع شود به پیوست الف-۳-۳

^{۱۴} رجوع شود به پیوست الف-۳-۴

^{۱۵} رجوع شود به پیوست الف-۳-۵

جدول ۱۳ مقایسه تعداد تراکنش‌ها و خطاها در مهر و شهریور ۱۳۹۴

درصد تغییرات	تعداد مهر ۹۴	تعداد شهریور ۹۴	نوع تراکنش و انواع خطا	
۲۷/۱۶٪	۲,۷۱۹,۳۰۰	۲,۱۳۸,۱۳۵	خطای پذیرندگی	ناموفق
-۸/۰۸٪	۸۳,۳۴۰,۰۵۱	۹۰,۶۶۶,۸۶۵	خطای کاربری	
-۱۱/۳۷٪	۱۶,۲۳۹,۶۳۹	۱۸,۳۲۲,۷۸۱	خطای صادرکنندگی	
-۲۴/۲۹٪	۳۸۶,۶۸۱	۵۱۰,۷۳۴	خطای شاپرکی	
-۸/۰۲٪	۱۰۲,۶۸۵,۶۷۱	۱۱۱,۶۳۸,۵۱۵	تعداد کل خطاها	
-۷/۲۲٪	۸۴۱,۳۱۰,۳۰۱	۹۰۶,۷۸۱,۰۸۳	تعداد کل تراکنش‌های موفق	موفق
-۷/۳۱٪	۹۴۳,۹۹۵,۹۷۲	۱,۰۱۸,۴۱۹,۵۹۸	تعداد کل تراکنش‌ها	مجموع

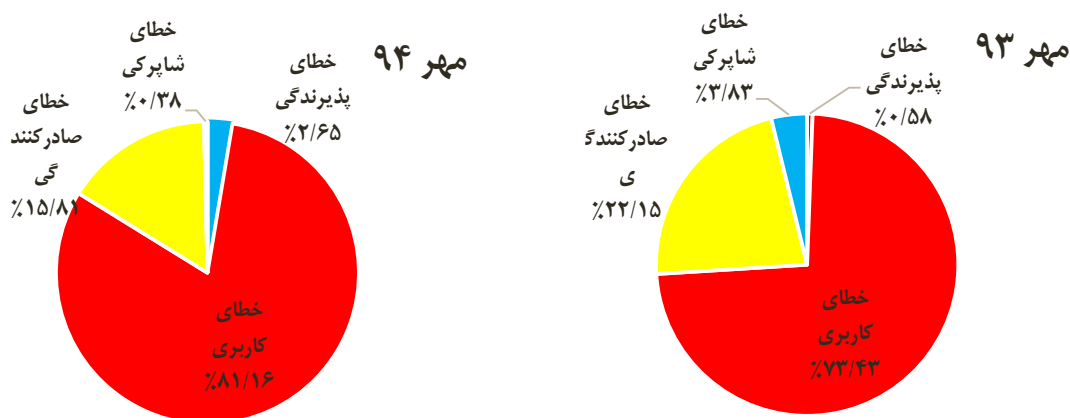
جدول بعدی نیز تعداد هر یک از خطاها را در مهر ماه سال جاری در مقایسه با مهر ماه سال ۱۳۹۳ ارائه نموده است. نتایج جدول حاکی از آن است که تمام انواع خطا به استثنای خطای شاپرکی نسبت به ماه مشابه سال گذشته افزایش داشته است. بیشترین درصد افزایش خطا، مربوط به خطای پذیرندگی با رشد حدود ۷۸۳ درصدی بوده است.

درصد تغییرات	تعداد مهر ۹۴	تعداد مهر ۹۳	نوع تراکنش و انواع خطا	
۷۸۲/۷۳٪	۲,۷۱۹,۳۰۰	۳۰۸,۰۵۵	خطای پذیرندگی	ناموفق
۱۱۴/۶۰٪	۸۳,۳۴۰,۰۵۱	۳۸,۸۳۵,۶۸۹	خطای کاربری	
۳۸/۶۲٪	۱۶,۲۳۹,۶۳۹	۱۱,۷۱۵,۳۶۸	خطای صادرکنندگی	
-۸۰/۹۲٪	۳۸۶,۶۸۱	۲,۰۲۶,۴۱۸	خطای شاپرکی	
۹۴/۱۷٪	۱۰۲,۶۸۵,۶۷۱	۵۲,۸۸۵,۵۳۰	تعداد کل خطاها	
۳۹/۱۶٪	۸۴۱,۳۱۰,۳۰۱	۶۰۴,۵۶۹,۸۸۵	تعداد کل تراکنش‌های موفق	موفق
۴۳/۵۸٪	۹۴۳,۹۹۵,۹۷۲	۶۵۷,۴۵۵,۴۱۵	تعداد کل تراکنش‌ها	مجموع

جدول ۱۴ مقایسه تعداد خطاها در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴

سهم هر یک از خطاهای رخ داده در شبکه پرداخت برای ماه مهر در دو سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ در نمودارهای زیر نشان داده شده است. این نمودارها نشان می‌دهد که سهم خطای شرکت شاپرک از کل خطاها از ۳/۸۳ درصد در مهر ۱۳۹۳ به ۰/۳۸ درصد در مهر ۱۳۹۴ کاهش داشته است. بیشترین بروز خطا در هر دو ماه همچنان از نوع خطای کاربری و

مربوط به دارنده کارت بوده است که ارتباطی به زیرساخت‌های شبکه پرداخت الکترونیک ندارد و برای کاهش آن باید فرهنگ‌سازی صورت بگیرد تا ترافیک شبکه و به تبع آن کندی و یا قطعی ناشی از آن در شبکه کاهش یابد.



شکل ۱۲ سهم هریک از انواع خطا در مهر ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴

دسترس‌پذیری 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 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 خدمات در جدول بعدی ارائه شده است.

جدول ۱۵ دسترس‌پذیری خدمات شاپرک و کل شبکه پرداخت الکترونیک

مهر ۹۴		شهریور ۹۴		مهر ۹۳		تراکنش‌های موفق
دسترس‌پذیری	تعداد	دسترس‌پذیری	تعداد	دسترس‌پذیری	تعداد	
۹۷/۹۵%	۹۲۴.۶۵۰.۳۵۲	۹۷/۹۴%	۹۹۷.۴۴۷.۹۴۸	۹۷/۸۶%	۶۴۳.۴۰۵.۵۷۴	تراکنش‌های موفق سیستمی کل شبکه ^{۱۶}
۹۹/۹۶%	۹۴۳.۶۰۹.۲۹۱	۹۹/۹۵%	۱.۰۱۷.۹۰۸.۸۶۴	۹۹/۶۹%	۶۵۵.۴۲۸.۹۹۷	تراکنش‌های موفق سیستمی سوئیچ شاپرک ^{۱۷}

^{۱۶} رجوع شود به پیوست الف-۳-۶

مهر ۹۴		شهریور ۹۴		مهر ۹۳		تراکنش‌های موفق
-	۹۴۳،۹۹۵،۹۷۲	-	۱،۰۱۸،۴۱۹،۵۹۸	-	۶۵۷،۴۵۵،۴۱۵	تعداد کل تراکنش

آمار این جدول حاکی از در دسترس بودن ۹۹/۹۶ درصدی خدمات شرکت شاپرک در مهر ماه سال ۱۳۹۴ بوده که نسبت به شهریور ماه سال جاری و مهر ۱۳۹۳ بهبود داشته است.

آنالیز تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه

شاخص میزان تراکنش‌های معوق^{۱۸} رخ داده در شبکه پرداخت الکترونیکی و روند آن در طول زمان، یکی از شاخص‌هایی است که بر کیفیت انجام عملیات و رضایت از شبکه پرداخت اثر گذار است. لذا می‌بایست نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها روندی کاهشی داشته باشد. جدول زیر مقادیر این شاخص را ارائه نموده است. همانطور که مشخص است تعداد تراکنش‌های معوق در مهر ماه نسبت به شهریور ماه سال ۱۳۹۴ کاهش ۴۶/۳۹ درصدی داشته است و شاخص نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها از ۰/۰۲۹ درصد در شهریور ماه به ۰/۰۱۷ درصد در مهر ماه کاهش یافته است. این کاهش مبین بهبود در عملکرد شبکه پرداخت الکترونیک در مهر ماه ۱۳۹۴ می‌باشد.

جدول ۱۶ درصد تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه پرداخت شاپرک در مهر و شهریور ۱۳۹۴

تراکنش‌های معوق	شهریور ۹۴	مهر ۹۴	درصد تغییرات
تعداد تراکنش‌های معوق	۲۹۲،۲۹۲	۱۵۶،۷۰۲	-۴۶/۳۹%
تعداد کل تراکنش‌ها	۱،۰۱۸،۴۱۹،۵۹۷	۹۴۳،۹۹۵،۹۷۲	-۷/۳۱%
نسبت تعداد تراکنش‌های معوق به کل تراکنش‌ها	۰/۰۲۹%	۰/۰۱۷%	-

^{۱۷} رجوع شود به پیوست الف-۳-۸

^{۱۸} رجوع شود به پیوست الف-۴-۵

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 الکترونیکی کارتی در کشور و یا هر یک از استان‌ها می‌باشد.

ضریب نفوذ جغرافیایی ابزار پذیرش (سرانه ابزارهای پذیرش)

جدول زیر آمار تعداد کل هر یک از ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک و سرانه آن به ازای افراد بالای ۱۸ سال^{۱۹} مصرف‌کننده خدمات کارت در کل کشور را ارائه می‌دهد. همانطور که مشخص است سرانه کل ابزارهای پذیرش ۰/۰۷۰۵ بوده است که نشان می‌دهد به ازای هر ۱۰,۰۰۰ فرد بالای ۱۸ سال در کشور، ۷۰۵ ابزار پذیرش شبکه شاپرک وجود دارد. این شاخص برای شه‌ریور و مرداد ۰/۰۷۰۲ و ۰/۰۶۹۱^{۲۰} بوده است که مقایسه این اعداد مبین رشد تعداد سرانه ابزار پذیرش در این مدت می‌باشد.

بیشترین تعداد سرانه این ابزارها متعلق به کارتخوان فروشگاهی با تعداد سرانه ۰/۰۷۰۲ می‌باشد و کمترین آن نیز به ابزار پذیرش موبایلی اختصاص دارد که به ازای هر ۱۰,۰۰۰ نفر صرفاً ۴ ابزار پذیرش موبایلی در کشور وجود دارد.

جدول ۱۷ تعداد سرانه ابزارهای پذیرش در کشور به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال در مهر ماه ۱۳۹۴

ضریب نفوذ جغرافیایی هر ابزار	جمعیت بالای ۱۸ سال در کشور	تعداد در کل کشور	ابزار پذیرش
۰/۰۰۰۰۴	۵۷,۵۴۱,۵۶۹ نفر	عدد ۲,۴۰۰	ابزار پذیرش موبایلی
۰/۰۰۰۰۳		عدد ۱۵,۹۳۲	ابزار پذیرش اینترنتی
۰/۰۷۰۲		عدد ۴,۰۳۷,۵۰۶	کارتخوان فروشگاهی
۰/۰۷۰۵		عدد ۴,۰۵۵,۸۳۸	کل ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک

^{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.

^{۲۰} رجوع شود به بولتن اقتصادی شاپرک در ماه شه‌ریور و مرداد

سرانه تراکنش هر یک از ابزارهای پذیرش در کشور

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

جدول ۱۸ سرانه تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال کل کشور در مهر ۱۳۹۴

ابزار پذیرش	تعداد تراکنش‌ها	جمعیت بالای ۱۸ سال در کشور	سرانه تراکنش‌های هر ابزار
ابزار پذیرش موبایلی	عدد ۱۴۲،۱۸۴،۸۱۴	عدد ۵۷،۵۴۱،۵۶۹ نفر	۲/۴۷
ابزار پذیرش اینترنتی	عدد ۵۹،۷۷۱،۸۰۰		۱/۰۴
کارتخوان فروشگاهی	عدد ۶۳۹،۳۵۳،۶۸۷		۱۱/۱۱
کل ابزارهای پذیرش شبکه شاپرک	عدد ۸۴۱،۳۱۰،۳۰۱		۱۴/۶۲

همانطور که از جدول فوق مشخص است به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال، در مهر ماه سال جاری ۱۴/۶۲ مرتبه تراکنش به صورت الکترونیکی صورت گرفته است و بیشترین سرانه تعداد تراکنش متعلق به کارتخوان فروشگاهی با ۱۱/۱۱ تراکنش برای هر فرد بالای ۱۸ سال بوده است.

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 می‌گیرد. شایان توجه است که برخلاف کارتخوان فروشگاهی، خدمات ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی لزوماً 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 استانی نیست و صرفاً تعداد توزیع شده این دو ابزار پذیرش در بخش بعدی مورد توجه قرار می‌گیرد. در این بخش صرفاً تعداد و تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی در استان‌های مختلف بررسی می‌شود.

اطلاعات مربوط به تعداد توزیع شده کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در استان‌های مختلف و تغییرات آن در مهر سال جاری نسبت به ماه گذشته (شهریور ماه) در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۹ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه شهریور و مهر ۱۳۹۴ به تفکیک استان‌ها

بولتن اقتصادی شاپرک

تعداد کار تخوان فروشگاهی تراکنش دار جدید	مهر ۹۴	شهریور ۹۴	نام استان
۳,۸۸۴	۱۸۱,۹۷۷	۱۷۸,۰۹۳	خوزستان
۲,۵۶۹	۱۲۵,۶۰۹	۱۲۳,۰۴۰	گیلان
۲,۵۲۳	۲۹۵,۸۲۶	۲۹۳,۳۰۳	خراسان رضوی
۱,۹۹۲	۶۲,۰۱۶	۶۰,۰۲۴	سیستان و بلوچستان
۱,۹۳۳	۲۲۳,۲۵۰	۲۲۱,۳۱۷	فارس
۱,۷۵۱	۹۰,۵۳۵	۸۸,۷۸۴	گلستان
۱,۳۶۴	۱۸۱,۳۴۴	۱۷۹,۸۸۰	آذربایجان شرقی
۱,۳۰۷	۶۰,۱۴۸	۵۸,۸۴۱	لرستان
۱,۲۵۰	۱۳۳,۳۵۰	۱۳۲,۱۰۰	کرمان
۱,۲۲۶	۱۳۴,۳۰۵	۱۳۳,۰۷۹	آذربایجان غربی
۱,۱۱۱	۳۷,۴۳۹	۳۶,۳۲۸	خراسان جنوبی
۱,۰۵۸	۷۱,۵۱۱	۷۰,۴۵۳	کرمانشاه
۱,۰۵۴	۱۸۶,۰۰۶	۱۸۴,۹۵۲	مازندران
۹۷۷	۳۱۰,۳۸۱	۳۰۹,۴۰۴	اصفهان
۸۵۴	۵۹,۰۱۶	۵۸,۱۶۲	قم
۸۳۲	۶۰,۲۶۴	۵۹,۴۳۲	بوشهر
۶۱۴	۱۶۹,۳۱۴	۱۶۸,۶۰۰	البرز
۳۸۹	۱۰۱,۳۸۲	۱۰۰,۹۹۳	هرمزگان
۳۵۲	۳۳,۲۰۸	۳۱,۸۵۶	خراسان شمالی
۱۲۹	۷۰,۴۱۹	۷۰,۲۹۰	مرکزی
۱۲۴	۷۱,۴۸۶	۷۱,۳۶۲	کردستان
۶۸	۴۴,۸۳۶	۴۴,۷۶۸	سمنان
-۵	۴۸,۵۳۰	۴۸,۵۳۵	چهارمحال و بختیاری
-۱۸۸	۵۸,۰۲۷	۵۸,۲۱۵	اردبیل
-۲۱۵	۲۷,۵۹۸	۲۷,۸۱۳	ایلام
-۳۰۲	۷۵,۳۴۹	۷۵,۶۵۱	همدان

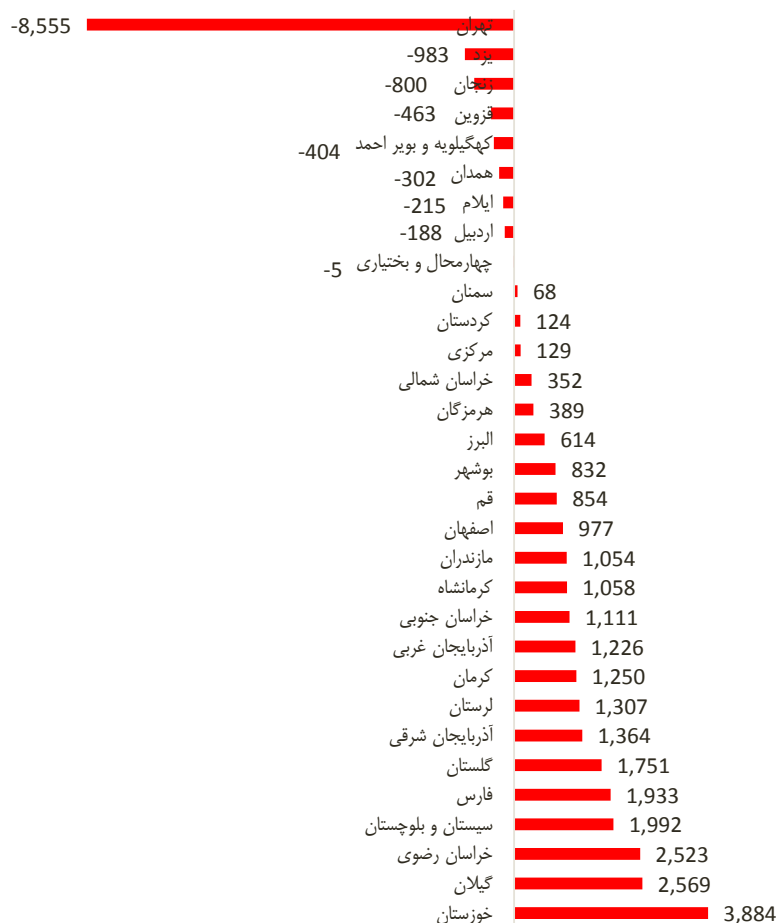


نام استان	شهریور ۹۴	مهر ۹۴	تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار جدید
کهگیلویه و بویر احمد	۳۰،۳۷۹	۲۹،۹۷۵	-۴۰۴
قزوین	۶۳،۲۹۸	۶۲،۸۳۵	-۴۶۳
زنجان	۵۲،۱۶۵	۵۱،۳۶۵	-۸۰۰
یزد	۸۱،۰۷۰	۸۰،۰۸۷	-۹۸۳
تهران	۹۰۹،۸۷۳	۹۰۱،۳۱۸	-۸،۵۵۵
خوزستان	۱۷۸،۰۹۳	۱۸۱،۹۷۷	۳،۸۸۴

*ادامه جدول ۱۹

همانطور که ملاحظه می‌شود در برخی استان‌ها تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار نسبت به ماه شهریور کاهش داشته است و این امر این موضوع را تداعی می‌کند که یا کارتخوان‌های فروشگاهی کم تراکنش توسط شرکت‌های PSP^{۲۱} جمع آوری شده‌اند و یا اینکه تعدادی از کارتخوان‌های فروشگاهی در این ماه هیچ تراکنشی نداشته‌اند. البته با توجه به برگزاری نمایشگاه‌های پاییزه در شهریور ماه در استان‌های مختلف و استفاده از ابزار کارتخوان فروشگاهی در غرفه‌های این نمایشگاه، کاهش کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار در مهر ماه نسبت به شهریور ماه محتمل تر است. بر اساس اطلاعات جدول قبل، نمودار زیر تعداد افزایش یا کاهش تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش دار در هر یک از استان‌ها را نشان می‌دهد.

^{۲۱} شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت الکترونیک کارتی

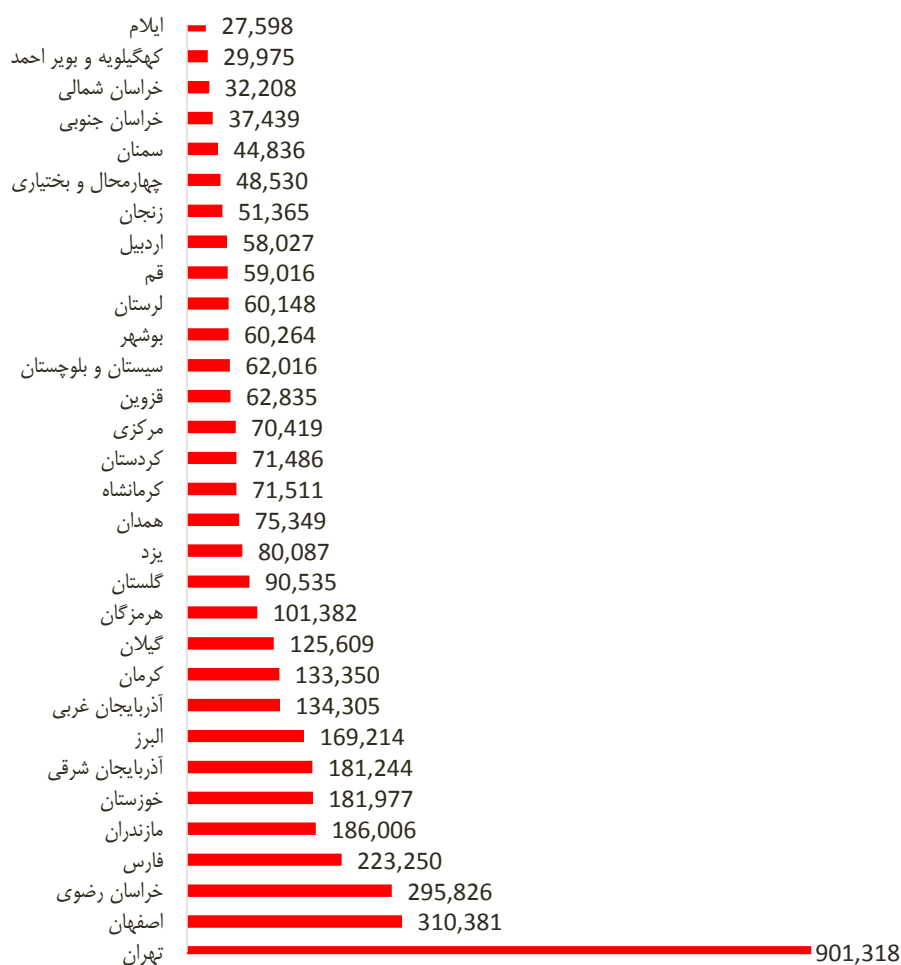


شکل ۱۳ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار جدید در هر استان در مهر ۱۳۹۴

ملاحظه می‌شود که بیشترین افزایش در تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه مهر نسبت به ماه شهریور، به ترتیب به استان‌های خوزستان، گیلان و خراسان رضوی تعلق دارد و بیشترین تعداد کاهش نسبت به شهریور ماه در کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار به ترتیب به استان‌های تهران با ۸,۵۵۵ عدد، یزد با ۹۸۳ عدد، زنجان با ۸۰۰ عدد کارتخوان فروشگاهی اختصاص داشته است. همچنین استان‌های قزوین، کهگیلویه و بویر احمد، همدان، ایلام، اردبیل و چهارمحال و بختیاری نیز کاهش در تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار نسبت به ماه گذشته را تجربه نمودند.

این آمار در ماه شهریور برای افزایش در کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه شهریور به ترتیب در استان تهران با ۱۷,۱۷۱ عدد، اصفهان با ۸,۱۲۷ عدد و خراسان رضوی با ۴,۵۹۰ عدد کارتخوان فروشگاهی بوده و تنها استانی که با کاهش در تعداد کارتخوان‌های فروشگاهی تراکنش‌دار مواجه بوده، استان سمنان بود که به نسبت ماه

مرداد این ابزار پذیرش ۷۲ عدد کاهش داشته است.^{۲۲} در ماه مرداد نیز به ترتیب استان‌های تهران ۲۶،۰۰۵ عدد، خراسان رضوی ۷،۰۰۳ عدد و مازندران ۵،۴۴۹ عدد افزایش در تعداد کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار داشتند.^{۲۳} لذا مشاهده می‌شود که در تمام این مدت تمایل به نصب کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار جدید در استان خراسان رضوی با توجه به ماهیت زیارتی و گردشگری این استان، بالا بوده است. نمودار بعدی تعداد کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار در استان‌های کشور را نشان می‌دهد که مبین آن است که بیشترین تعداد کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار در شهر تهران توزیع شده است.



شکل ۱۴ تعداد کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار در هر استان در مهر ۱۳۹۴

^{۲۲} مرجع: بولتن اقتصادی شاپرک در ماه شهریور

^{۲۳} مرجع: بولتن اقتصادی شاپرک در ماه مرداد

بولتن اقتصادی شاپرک

بهتر است توزیع این ابزار پذیرش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال^{۲۴} که متقاضی استفاده از خدمات پرداخت الکترونیک شاپرک 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 زیر ارائه شده است.

جدول ۲۰ تعداد سرانه کارتخوان فروشگاه‌های تراکش‌دار به تفکیک استان‌ها به ازای افراد بالای ۱۸ سال در مهر و شهریور ۱۳۹۴

نام استان	تعداد سرانه کارتخوان در فروشگاه‌های شهریور	تعداد سرانه کارتخوان در مهر	درصد تغییرات
یزد	۰/۱۰۱	۰/۰۹۹	-۰/۰۱۲
تهران	۰/۰۹۳	۰/۰۹۲	-۰/۰۰۹
سمنان	۰/۰۹۱	۰/۰۹۱	۰/۰۰۲
هرمزگان	۰/۰۹۰	۰/۰۹۱	۰/۰۰۴
البرز	۰/۰۸۹	۰/۰۸۹	۰/۰۰۴
اصفهان	۰/۰۸۰	۰/۰۸۱	۰/۰۰۳
خراسان جنوبی	۰/۰۷۶	۰/۰۷۸	۰/۰۳۱
بوشهر	۰/۰۷۶	۰/۰۷۷	۰/۰۱۴
مازندران	۰/۰۷۵	۰/۰۷۵	۰/۰۰۶
چهارمحال و بختیاری	۰/۰۷۲	۰/۰۷۲	۰/۰۰۰
گلستان	۰/۰۶۷	۰/۰۶۸	۰/۰۲۰
قم	۰/۰۶۷	۰/۰۶۸	۰/۰۱۵
قزوین	۰/۰۶۸	۰/۰۶۷	-۰/۰۰۷
خراسان رضوی	۰/۰۶۶	۰/۰۶۷	۰/۰۰۹
زنجان	۰/۰۶۷	۰/۰۶۶	-۰/۰۱۵
ایلام	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	-۰/۰۰۸
مرکزی	۰/۰۶۳	۰/۰۶۳	۰/۰۰۲
آذربایجان شرقی	۰/۰۶۲	۰/۰۶۳	۰/۰۰۸
فارس	۰/۰۶۲	۰/۰۶۳	۰/۰۰۹
کردستان	۰/۰۶۲	۰/۰۶۲	۰/۰۰۲
گیلان	۰/۰۶۱	۰/۰۶۲	۰/۰۲۱

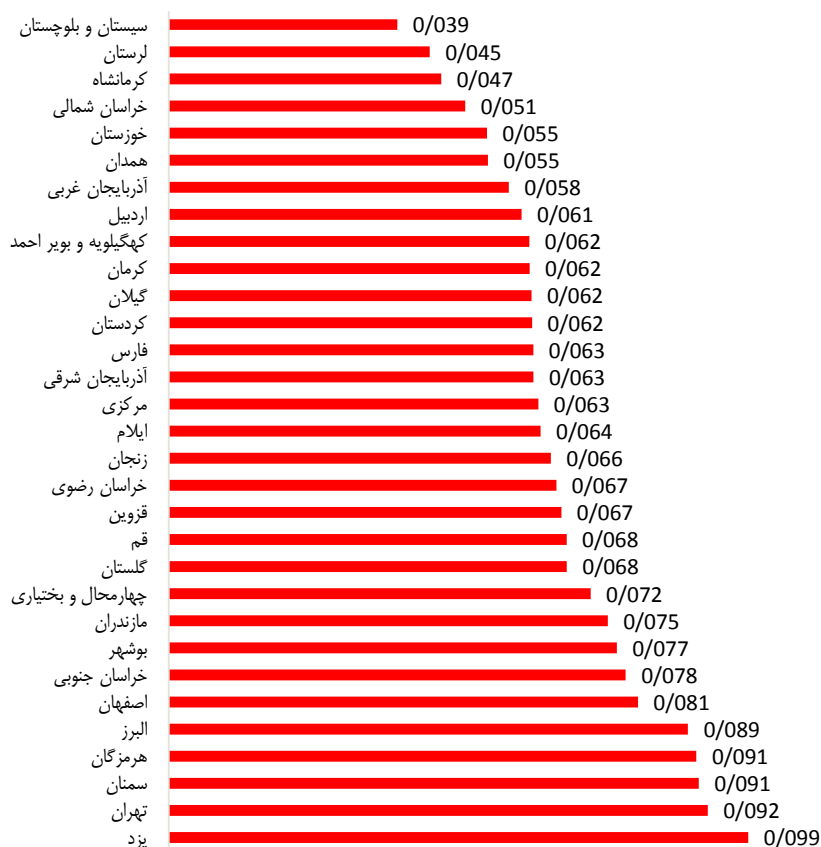
^{۲۴} آمار جمعیت افراد بالای ۱۸ سال به تفکیک استان‌ها از بخش نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ در شبکه ملی آمار استخراج شده است. برای جمعیت بالای ۱۸ سال در سال ۱۳۹۴، جمعیت افراد بالای ۱۵ سال در سال ۹۰ مد نظر قرار گرفته است.



نام استان	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی در شهریور	تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی در مهر	درصد تغییرات
کرمان	۰/۰۶۱	۰/۰۶۲	۰/۰۰۹
کهگیلویه و بویر احمد	۰/۰۶۳	۰/۰۶۲	-۰/۰۱۳
اردبیل	۰/۰۶۱	۰/۰۶۱	-۰/۰۰۳
آذربایجان غربی	۰/۰۵۸	۰/۰۵۸	۰/۰۰۹
همدان	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	-۰/۰۰۴
خوزستان	۰/۰۵۳	۰/۰۵۵	۰/۰۲۲
خراسان شمالی	۰/۰۵۰	۰/۰۵۱	۰/۰۱۱
کرمانشاه	۰/۰۴۶	۰/۰۴۷	۰/۰۱۵
لرستان	۰/۰۴۴	۰/۰۴۵	۰/۰۲۲
سیستان و بلوچستان	۰/۰۳۸	۰/۰۳۹	۰/۰۳۳

*ادامه جدول ۲۰

نمودار بعدی، 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، تهران و سمنان تعلق داشته است.



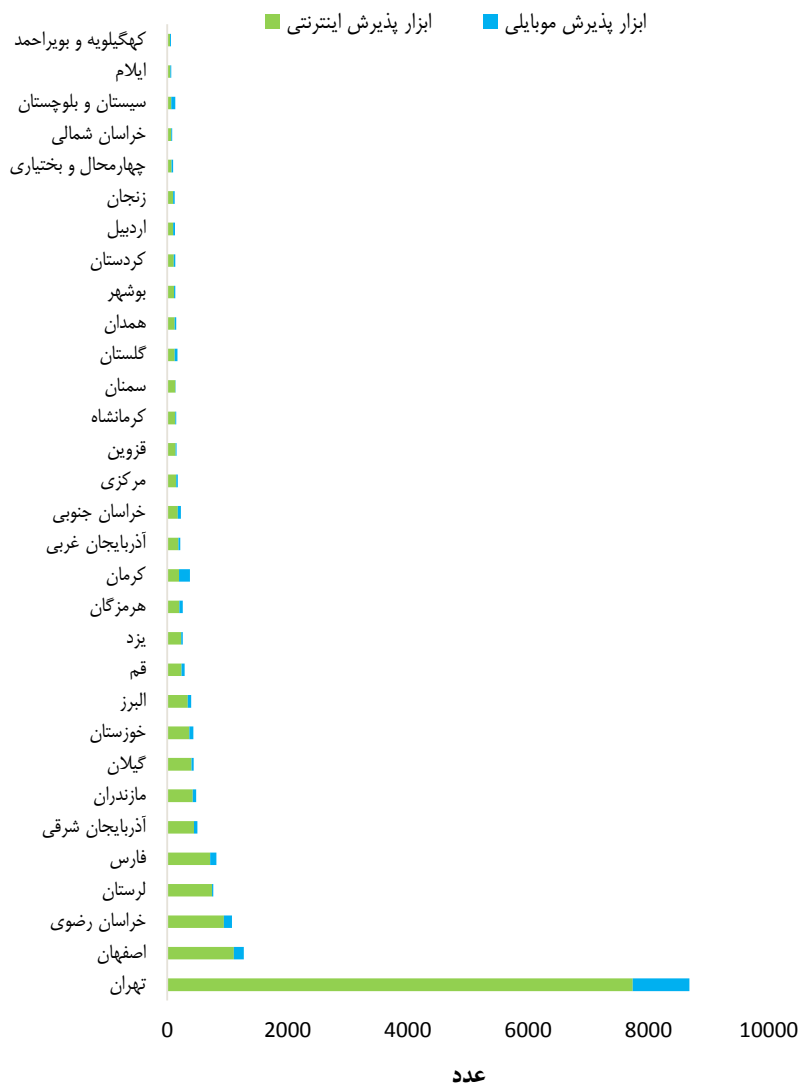
شکل ۱۵ سرانه تعداد کارتخوان فروشگاه‌های تراکنش‌دار هر استان به ازای افراد بالای ۱۸ سال در مهر ۱۳۹۴

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

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 قبلاً ذکر شد، امکان استفاده از ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی برای انجام عملیات پرداخت الکترونیکی (بر خلاف کارتخوان فروشگاه‌های) به دلیل اینکه نیاز به حضور فیزیکی ابزار کارت ندارد، لزوماً به منطقه و یا استان خاصی تعلق ندارد 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 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 پذیرندگان آن‌ها، در نمودار زیر ترسیم شده است.

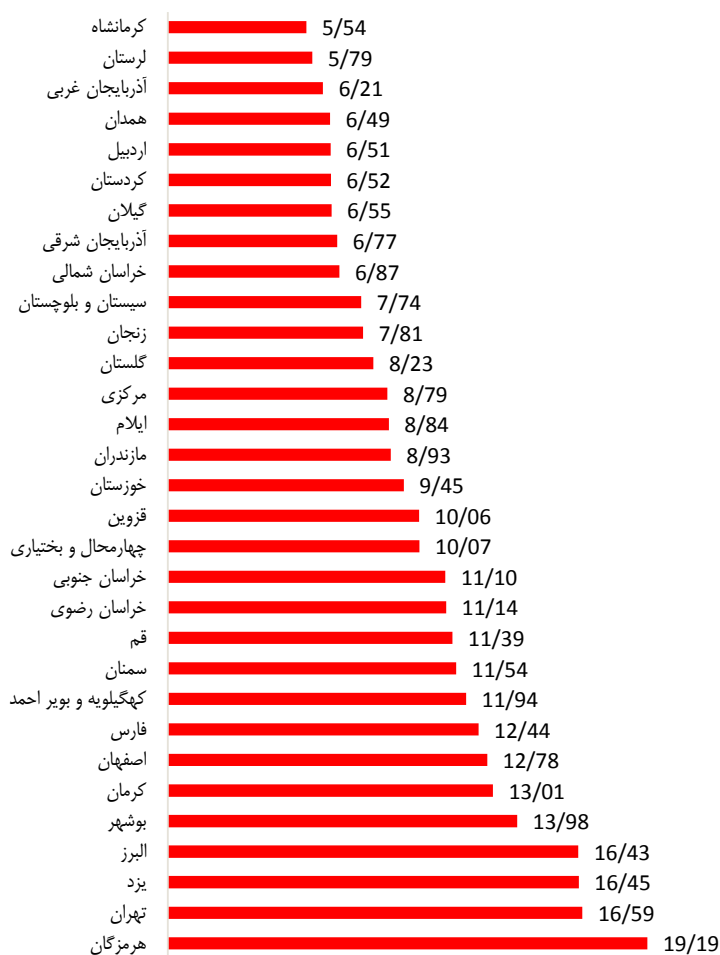


شکل ۱۶ تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی در استان‌های کشور در مهر ۱۳۹۴

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

تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌های در استان‌های کشور

همانطور که در قسمت قبلی توضیح داده شد استفاده از ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی برای انجام عملیات پرداخت الکترونیکی بر خلاف کارتخوان فروشگاه‌های لزوماً به منطقه و یا استان خاصی تعلق ندارد 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 صرفاً برای ابزار کارتخوان فروشگاه‌های (که موقعیت محلی برای آن معنی دار بوده) در استان‌های مختلف برای مهر ماه ۱۳۹۴ ترسیم شده است. همانطور که مشخص است استان‌های هرمزگان، تهران و یزد در سه جایگاه نخست تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌های به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان، قرار گرفته‌اند و کرمانشاه، لرستان و آذربایجان غربی نیز کمترین تعداد سرانه تراکنش‌های این ابزار را در مهر ماه ۱۳۹۴ داشته‌اند.



شکل ۱۷ تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌های به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان در مهر ۱۳۹۴

نسبت متوسط ارزش دهک دهم به دهک اول تراکنش ها

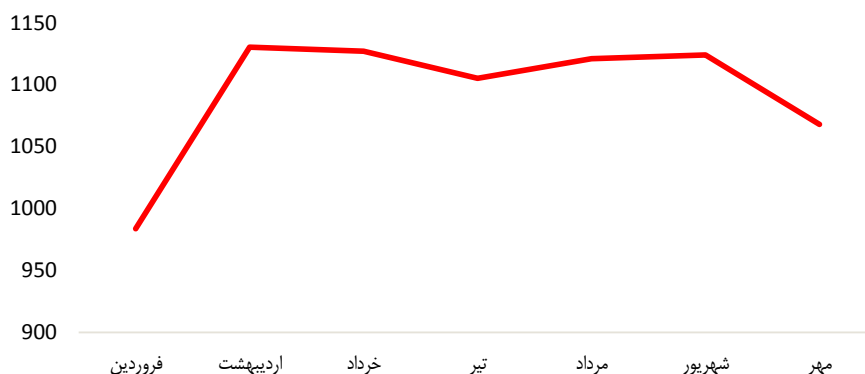
شاخص نسبت دهکی^{۲۵} به منظور اندازه گیری نابرابری در توزیع ارزش‌هایی نظیر درآمد، ثروت و ... محاسبه می‌شود. محاسبه این نسبت برای مبلغ تراکنش‌ها، بیانگر توزیع نابرابری مبلغی تراکنش‌های پرداخت الکترونیک کارتی می‌باشد که روند نزولی آن در طول زمان نشان‌دهنده میزان موفقیت و عملکرد شرکت شاپرک در حذف تراکنش‌های با مبالغ ریزتر و کاهش بار شبکه، تعریف شود. جدول زیر شاخص نسبت دهکی مبلغ تراکنش‌های شبکه شاپرک را از ابتدای سال ۱۳۹۴ ارائه نموده است که روند آن در نمودار بعدی نشان داده شده است.

جدول ۲۱ شاخص دهکی از ابتدای لغایت مهر ماه سال ۱۳۹۴

نسبت متوسط قیمت دهک دهم به دهک اول	میانگین مبالغ تراکنش دهک اول (ریال)	میانگین مبالغ تراکنش دهک دهم (ریال)	دوره زمانی
۹۸۳/۷۶	۹,۳۸۶	۹,۲۳۳,۵۸۶	فروردین
۱,۱۳۰/۴۷	۹,۲۹۷	۱۰,۵۰۹,۹۶۸	اردیبهشت
۱,۱۲۷/۲۷	۹,۳۶۴	۱۰,۵۵۵,۷۱۳	خرداد
۱,۱۰۵/۴۱	۹,۳۲۱	۱۰,۳۰۳,۵۴۵	تیر
۱,۱۲۱/۰۴	۸,۹۹۱	۱۰,۰۷۸,۶۸۶	مرداد
۱,۱۲۴/۱۹	۹,۰۰۷	۱۰,۱۲۶,۱۰۳	شهریور
۱,۰۶۸/۰۷	۹,۲۷۲	۹,۹۰۲,۷۸۵	مهر

اطلاعات جدول فوق و نمودار بعدی حاکی از افزایش شاخص نسبت دهکی در اردیبهشت و کاهش نسبی از اردیبهشت تا تیر ماه می‌باشد. و پس از افزایش نسبی در مرداد و شهریور، مجدداً در مهر ماه این شاخص کاهش را نشان می‌دهد. این تغییرات در مجموع چندان محسوس نبوده است و مبالغ تراکنش‌ها در تمام این مدت به طور متوسط در بازه نزدیک به ۱۰۰۰ ریالی تا حدود ۱۰ میلیون ریالی توزیع شده است. به عبارت دیگر متوسط ده درصد بالای مبالغ تراکنش‌ها، چیزی در حدود یک میلیون تومان است و ابزارهای صنعت پرداخت الکترونیک شبکه شاپرک به طور عمده برای پرداخت‌های با مبالغ ریز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

^{۲۵} رجوع شود به پیوست ب-۷

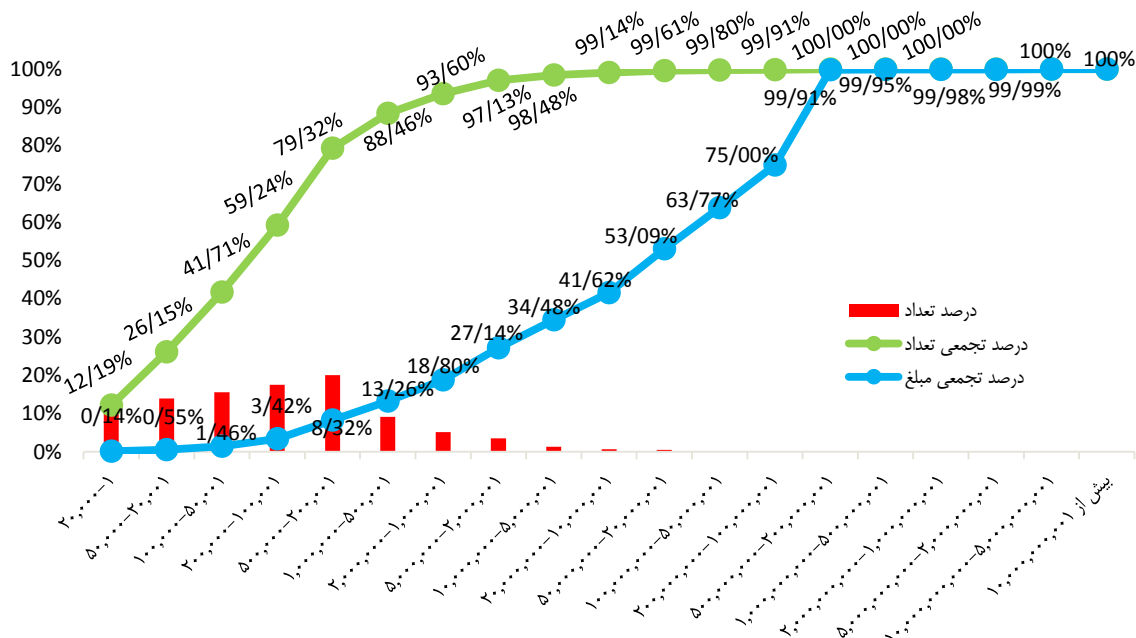


شکل ۱۸ نسبت متوسط قیمت دهک دهم به دهک اول قیمتی (سال ۱۳۹۴)

دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌ها

در این بخش از گزارش نمودار دامنه مبلغی تراکنش‌های مربوط به کارتخوان فروشگاه‌ها طی ماه مهر سال ۱۳۹۴ ترسیم شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بر اساس نمودار، بیشترین تعداد تراکنش‌ها در بازه ۵۰۰،۰۰۰-۲۰۰،۰۰۰ ریال قرار گرفته‌اند که این بازه ۸/۳۲ درصد از کل تراکنش‌ها را در بر می‌گیرد و حدود ۸۰ درصد تراکنش‌ها با مبلغ زیر ۵۰۰،۰۰۰ ریال انجام گرفته‌اند.



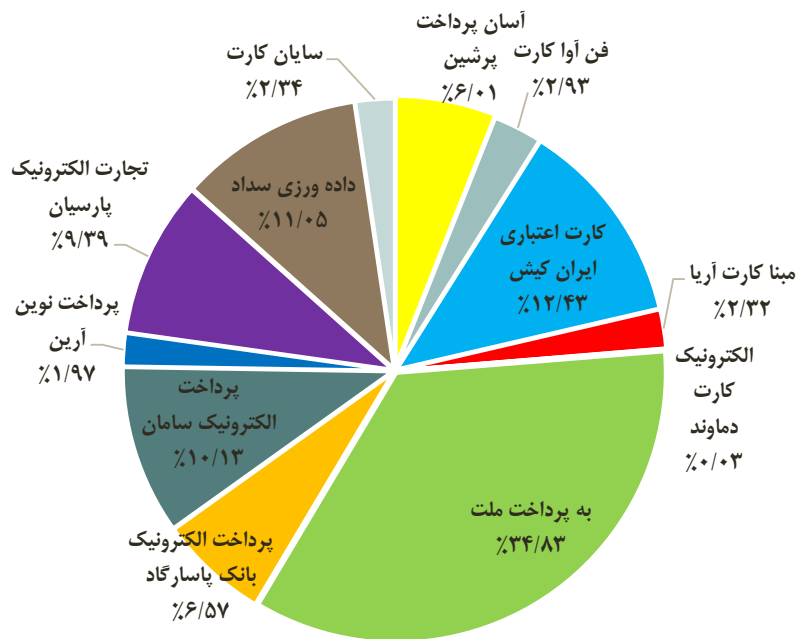
شکل ۱۹ دامنه مبلغی (بر حسب ریال) تراکنش‌های ابزار کارتخوان فروشگاه‌ها در مهر ۱۳۹۴

شاخص‌های بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارتی

شاخص‌های این بخش با هدف درک سهم بازار هر یک از شرکت‌های PSP و نیز سهم آنها از هر یک از ابزارهای پذیرش شبکه پرداخت الکترونیک تعریف 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.

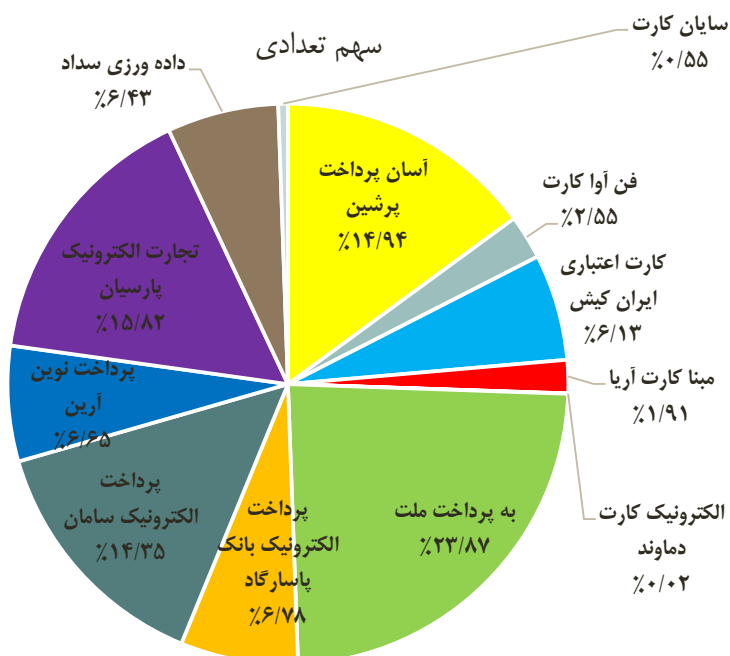
سهم بازار هر یک از شرکت‌های PSP بر حسب تعداد و مبلغ تراکنش‌ها

این شاخص گستره فعالیت هر یک از شرکت‌های PSP را در صنعت پرداخت الکترونیک 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 مبلغی و تعدادی هر یک از شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت در دو نمودار زیر ترسیم شده است.



شکل ۲۰ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر مبلغ تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴

همانطور که مشخص است شرکت به پرداخت ملت با سهم ۳۴/۸۳ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها و ۲۳/۸۷ درصدی از تعداد تراکنش‌ها، بیشترین سهم از بازار را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست قرار گرفته است.



شکل ۲۱ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر تعداد تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴

سهم هر یک از شرکت‌های PSP از بازار تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش

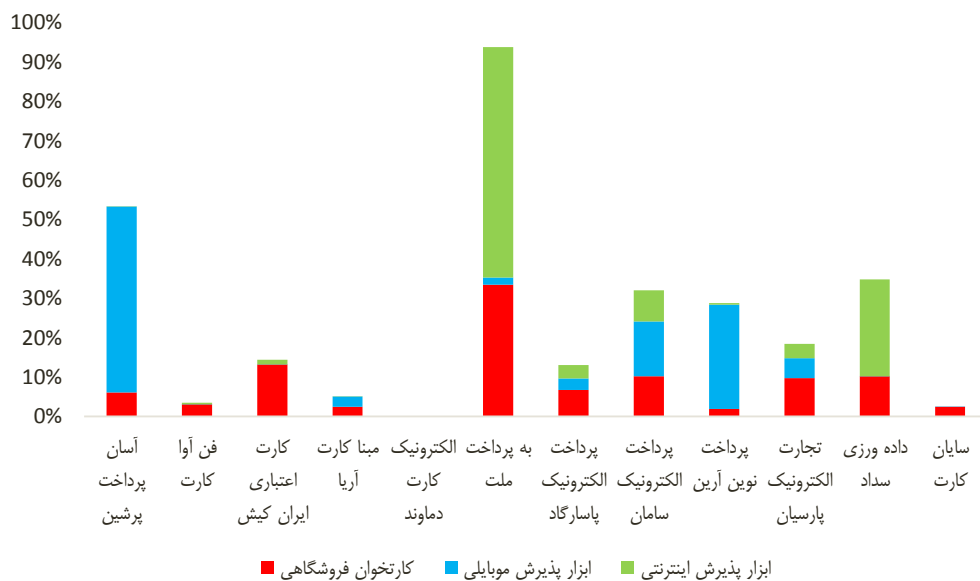
این شاخص، سبب شناخت حوزه فعالیت و نحوه سرمایه‌گذاری هر یک از شرکت‌های PSP در ابزارهای پذیرش می‌شود. سهم مبلغی تراکنش‌های هر یک از شرکت‌های PSP از بازار ابزارهای پذیرش برای مهر و شهریور ماه ۹۴ در جدول زیر ارائه شده است. اطلاعات این جدول مبین آن است که بیشترین سهم مبلغی در بازار دو ابزار کارتخوان فروشگاه‌های با ۳۳/۴۸ درصد و نیز ابزار پذیرش اینترنتی با ۵۸/۵۲ درصد متعلق به شرکت به پرداخت ملت و در ابزار پذیرش موبایلی با ۴۷/۱۹ درصد متعلق به شرکت آسان پرداخت پرشین بوده است.

جدول ۲۲ مقایسه سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر و شهریور ۱۳۹۴

شرکت PSP	سهم از مبلغ تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی			سهم از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی			سهم از مبلغ تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی		
	شهریور	مهر	اختلاف	شهریور	مهر	اختلاف	شهریور	مهر	اختلاف
آسان پرداخت پرشین	۶/۰۲٪	۶/۱۵٪	-۰/۱۳٪	۰/۰۵٪	۰/۰۷٪	-۰/۰۲٪	۴۶/۸۸٪	۴۷/۱۹٪	-۰/۳۱٪
فن آوا کارت	۳/۰۸٪	۳/۱۲٪	-۰/۰۴٪	۰/۲۳٪	۰/۳۶٪	-۰/۱۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
کارت اعتباری ایران کیش	۱۳/۱۴٪	۱۳/۲۴٪	-۰/۱۰٪	۱/۶۹٪	۱/۱۵٪	-۰/۵۴٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪	-۰/۰۰٪
مینا کارت آریا	۲/۴۹٪	۲/۴۷٪	-۰/۰۳٪	۰/۰۲٪	۰/۰۲٪	-۰/۰۱٪	۳/۱۵٪	۲/۶۰٪	-۰/۵۴٪
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۳٪	۰/۰۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
به پرداخت ملت	۳۳/۷۱٪	۳۳/۴۸٪	-۰/۲۳٪	۵۵/۲۲٪	۵۸/۵۲٪	-۳/۳۰٪	۱/۸۳٪	۱/۸۴٪	-۰/۰۱٪
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۶/۹۱٪	۶/۷۹٪	-۰/۱۲٪	۳/۷۵٪	۳/۳۸٪	-۰/۳۶٪	۲/۹۵٪	۲/۹۰٪	-۰/۰۵٪
پرداخت الکترونیک سامان	۱۰/۲۹٪	۱۰/۲۶٪	-۰/۰۳٪	۸/۴۲٪	۷/۸۷٪	-۰/۵۴٪	۱۵/۷۶٪	۱۳/۹۳٪	-۱/۸۳٪
پرداخت نوین آرین	۱/۹۲٪	۱/۹۳٪	-۰/۰۱٪	۰/۳۶٪	۰/۳۷٪	-۰/۰۱٪	۲۳/۳۹٪	۲۶/۵۰٪	-۳/۱۱٪
تجارت الکترونیک پارسین	۹/۷۵٪	۹/۷۹٪	-۰/۰۴٪	۳/۵۷٪	۳/۷۰٪	-۰/۱۳٪	۶/۰۲٪	۵/۰۰٪	-۱/۰۲٪
داده ورزی سداد	۱۰/۳۵٪	۱۰/۲۳٪	-۰/۱۱٪	۲۶/۶۹٪	۲۴/۵۶٪	-۲/۱۳٪	۰/۰۱٪	۰/۰۱٪	۰/۰۰٪
سایان کارت	۲/۳۱٪	۲/۵۱٪	-۰/۲۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۱٪	-۰/۰۱٪

رشد سهم بازار به لحاظ مبلغی 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. شایان ذکر است که بیشترین اختلاف بین سهم مبلغی تراکنش‌ها در دو ماه شهریور و مهر ۱۳۹۴ در ابزار کارتخوان فروشگاهی با ۰/۲۳ درصد کاهش و در ابزار پذیرش اینترنتی با ۳/۳ درصد افزایش متعلق به شرکت به پرداخت ملت بوده است. همچنین در ابزار پذیرش موبایلی نیز بیشترین اختلاف سهم مبلغی با ۳/۱۱ درصد افزایش به پرداخت نوین آرین تعلق داشته است.

نمودار زیر سهم شرکت‌های PSP از مبلغ تراکنش‌های ابزارهای مختلف را در مهر ماه سال ۱۳۹۴ نمایش می‌دهد.



شکل ۲۲ سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ماه ۱۳۹۴

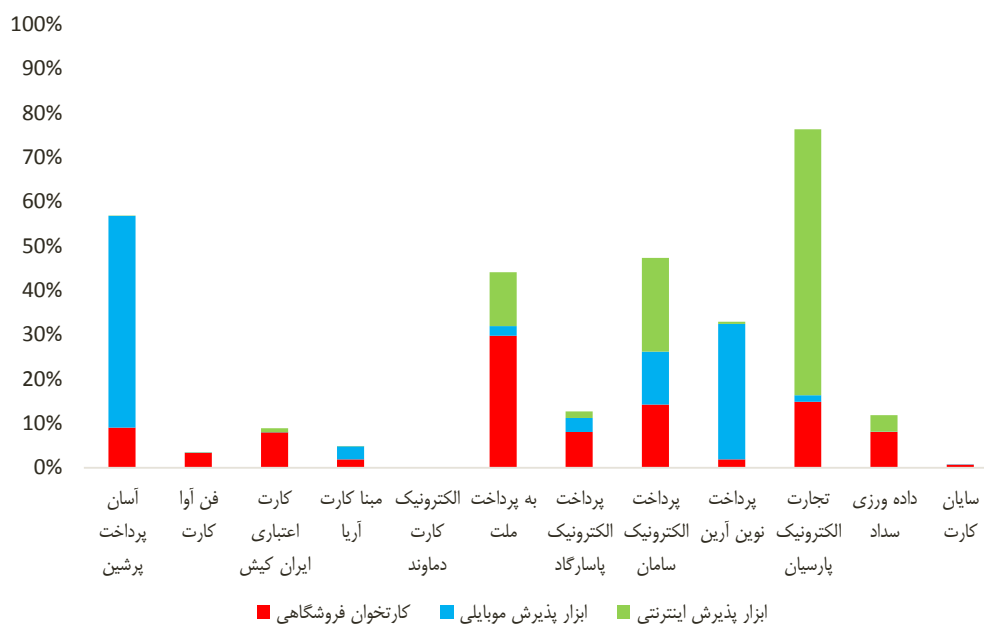
جدول بعدی نیز سهم تعدادی هر یک از شرکت‌های PSP را از بازار شبکه پرداخت الکترونیک کارت‌های نشان می‌دهند که آمار آن حاکی از آن است که بیشترین اختلاف بین سهم تعدادی تراکنش‌ها در ماه مهر نسبت به شهریور، در کارتخوان فروشگاه‌های با ۰/۲۹ درصد کاهش و در ابزار پذیرش اینترنتی با ۳/۴۴ درصد کاهش متعلق به شرکت تجارت الکترونیک پارسین بوده است. همچنین در ابزار پذیرش موبایلی نیز بیشترین اختلاف سهم مبلغی با ۳/۴۲ درصد افزایش به پرداخت نوین آراین تعلق داشته است.

جدول ۲۳ مقایسه سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزار پذیرش در شهریور و مهر ۱۳۹۴

شرکت PSP	سهم از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌های			سهم از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی			سهم از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش موبایلی		
	شهریور	مهر	اختلاف	شهریور	مهر	اختلاف	شهریور	مهر	اختلاف
آسان پرداخت پرشین	۸/۷۸٪	۹/۰۲٪	-۰/۲۴٪	-۰/۰۱٪	-۰/۰۱٪	-۰/۰۰٪	۵۰/۶۴٪	۴۷/۸۱٪	-۲/۸۳٪
فن آوا کارت	۳/۳۷٪	۳/۳۵٪	-۰/۰۲٪	-۰/۰۵٪	-۰/۰۸٪	-۰/۰۲٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
کارت اعتباری ایران کیش	۸/۰۵٪	۷/۹۸٪	-۰/۰۷٪	-۰/۵۳٪	-۰/۹۳٪	-۰/۴۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
مبنا کارت آریا	۱/۹۸٪	۱/۸۶٪	-۰/۱۲٪	-۰/۰۲٪	-۰/۰۳٪	-۰/۰۱٪	۳/۳۰٪	۲/۹۶٪	-۰/۳۴٪
الکترونیک کارت دماوند	۰/۰۳٪	۰/۰۳٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۰٪
به پرداخت ملت	۲۹/۸۷٪	۲۹/۸۰٪	-۰/۰۷٪	۱۱/۵۴٪	۱۲/۱۶٪	-۰/۶۲٪	۲/۰۱٪	۲/۱۴٪	-۰/۱۳٪
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۷/۹۳٪	۸/۰۹٪	-۰/۱۶٪	۱/۳۹٪	۱/۴۷٪	-۰/۰۸٪	۳/۲۳٪	۳/۱۳٪	-۰/۱۰٪
پرداخت الکترونیک سامان	۱۴/۰۵٪	۱۴/۲۵٪	-۰/۲۰٪	۱۸/۳۹٪	۲۱/۱۴٪	-۲/۷۴٪	۱۲/۴۱٪	۱۱/۹۱٪	-۰/۵۰٪
پرداخت نوین آراین	۱/۸۹٪	۱/۹۲٪	-۰/۰۳٪	-۰/۴۸٪	-۰/۴۹٪	-۰/۰۱٪	۲۷/۱۱٪	۳۰/۵۳٪	۳/۴۲٪
تجارت الکترونیک پارسیان	۱۵/۱۷٪	۱۴/۸۸٪	-۰/۲۹٪	۶۳/۴۲٪	۵۹/۹۸٪	-۳/۴۴٪	۱/۲۴٪	۱/۴۷٪	-۰/۲۴٪
داده ورزی سداد	۸/۲۲٪	۸/۱۰٪	-۰/۱۲٪	۴/۱۷٪	۳/۷۳٪	-۰/۴۴٪	-۰/۰۶٪	۰/۰۲٪	-۰/۰۴٪
سایان کارت	۰/۶۶٪	۰/۷۲٪	-۰/۰۶٪	-۰/۰۰٪	-۰/۰۰٪	-۰/۰۰٪	۰/۰۰٪	۰/۰۲٪	-۰/۰۲٪

شایان ذکر است که با توجه به جدول فوق و نمودار ترسیم شده در زیر، بیشترین سهم از تعداد تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌های با ۲۹/۸۰ درصد متعلق به شرکت به‌پرداخت ملت، از ابزار پذیرش موبایلی با ۴۷/۸۱ درصد متعلق به شرکت آسان پرداخت پرشین و از ابزار پذیرش اینترنتی با ۵۹/۹۸ درصد متعلق به شرکت تجارت الکترونیک پارسیان بوده است که سهم تعدادی هر سه این شرکت‌ها نسبت به ماه گذشته کاهش داشته است.

سهم تعدادی شرکت‌های مختلف ارائه دهنده خدمات پرداخت از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش به راحتی در نمودار بعدی قابل درک است.



شکل ۲۳ سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ماه ۱۳۹۴

مقایسه جداول و نمودارهای این بخش حاکی از آن است که ضعیف‌ترین عملکرد چه در سهم مبلغی چه در سهم تعدادی مربوط به شرکت الکترونیک کارت دماوند بوده است که سهم آن از بازار تمام ابزارهای پذیرش تقریباً صفر بوده است.

اندازه‌گیری تمرکز بازار با استفاده از شاخص هرfindahl - هیرشمن^{۲۶}

یک روش اندازه‌گیری میزان رقابت و انحصار، اندازه‌گیری تمرکز بازار است. هرچه میزان شاخص تمرکز کمتر باشد، بازار رقابتی‌تر و هر چه تمرکز بیشتر باشد، بازار به انحصار نزدیک‌تر خواهد بود.

در این بخش وضعیت تمرکز و قدرت رقابتی شرکت‌های فعال در بازار با استفاده از شاخص هرfindahl-هیرشمن سنجیده و بررسی می‌شود. شاخص هرfindahl - هیرشمن یکی از شاخص‌های مهم و کاربردی برای بیان مفهوم تمرکز است. این شاخص از اطلاعات همه بنگاه‌های صنعت برای اندازه‌گیری تمرکز و نیز قدرت رقابتی صنعت استفاده می‌کند.

^{۲۶} Herfindahl-Hirshman Index

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.^{۲۷} بر اساس مقادیر مختلف شاخص هرفیندال-هیرشمن، می‌توان در خصوص تمرکز بازار قضاوت نمود که دامنه مقادیر شاخص و وضعیت تمرکز بازار در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۲۴ وضعیت تمرکز بازار با توجه به شاخص هرفیندال-هیرشمن

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

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

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

^{۲۷} 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.

کارتخوان فروشگاه		ابزار پذیرش موبایلی		ابزار پذیرش اینترنتی		شرکت PSP و شاخص H-H
S_i^2	S_i	S_i^2	S_i	S_i^2	S_i	
۸۱/۳۵	۹/۰۲	۲,۲۸۵/۹۲	۴۷/۸۱	۰/۰۰	۰/۰۱	آسان پرداخت پرشین
۱۱/۲۱	۳/۳۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۸	فن آوا کارت
۶۳/۶۲	۷/۹۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۸۶	۰/۹۳	کارت اعتباری ایران کیش
۳/۴۵	۱/۸۶	۸/۷۵	۲/۹۶	۰/۰۰	۰/۰۳	مبنا کارت آریا
۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	الکترونیک کارت دماوند
۸۸۷/۹۶	۲۹/۸۰	۴/۵۹	۲/۱۴	۱۴۷/۷۹	۱۲/۱۶	به پرداخت ملت
۶۵/۴۹	۸/۰۹	۹/۷۸	۳/۱۳	۲/۱۷	۱/۴۷	پرداخت الکترونیک پاسارگاد
۲۰۳/۱۳	۱۴/۲۵	۱۴۱/۹۶	۱۱/۹۱	۴۴۶/۷۷	۲۱/۱۴	پرداخت الکترونیک سامان
۳/۶۸	۱/۹۲	۹۳۲/۰۳	۳۰/۵۳	۰/۲۴	۰/۴۹	پرداخت نوین آراین
۲۲۱/۴۳	۱۴/۸۸	۲/۱۶	۱/۴۷	۳,۵۹۷/۰۸	۵۹/۹۸	تجارت الکترونیک پارسیان
۶۵/۶۵	۸/۱۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۱۳/۹۰	۳/۷۳	داده ورزی سداد
۰/۵۲	۰/۷۲	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	سایان کارت
۱,۶۰۷/۵۰	-	۳,۳۸۵/۲۰	-	۴,۲۰۸/۸۰	-	شاخص هرفیندال - هیرشمن

ملاحظه می‌شود که شاخص هرفیندال-هیرشمن در صنعت پرداخت الکترونیک از بازار ابزار پذیرش موبایلی و ابزار پذیرش اینترنتی به ترتیب اعداد ۳,۳۸۵/۲ و ۴,۲۰۸/۸ به دست آمده است (بالاتر از ۱,۸۰۰) که با توجه به جدول ۲۴، 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 فروشگاه عدد ۱,۶۰۷/۵ به دست آمده است (بین ۱,۰۰۰ تا ۱,۸۰۰) که بر اساس جدول ۲۴، مبین وجود تمرکز ملایم در بازار این ابزار می‌باشد. لذا سایر شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت در بازار کارتخوان فروشگاه نسبت به بازار دو ابزار دیگر، سهم قابل توجه‌تری از بازار را دارند.

شایان ذکر است که شاخص هرفیندال در این ماه نسبت به ماه شهریور در بازار هر سه ابزار کاهش داشته است که بیانگر رو به کاهش بودن تمرکز بازار و افزایش قدرت بازاری دیگر شرکت‌ها در این مدت می‌باشد. اما این افزایش چندان قابل توجه نبوده است که ساختار بازار از حالت تمرکز بسیار بالا در بازار دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی و تمرکز ملایم در بازار کارتخوان فروشگاه تغییر دهد.

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 اجتناب‌ناپذیر 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 مهر ماه و نیز شاخص‌های بازار در همین ماه پرداخته است. شایان توجه است که در بخش اول به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات جدیدتر، مجدداً آخرین شاخص‌های محاسبه شده شماره‌های گذشته بولتن اقتصادی شاپرک تکرار شده 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. همچنین در این بخش روند ارزش تراکنش‌ها با روند GDP مقایسه شد که نتایج 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 شاخص نسبت دهکی طبقه‌بندی شده‌اند. نتایج حاکی از آن بوده که در مهر ماه سال جاری تعداد و مجموع مبالغ اسمی تراکنش‌ها به طور طبیعی نسبت به شهریور ماه ۱۳۹۴ به دلیل افزایشی که به سبب برگزاری نمایشگاه‌های پاییزه و افزایش خرید برای مدارس و دانشگاه‌ها در شهریور ماه رخ داده بود، کاهش داشته است، اما نسبت به مهر ۱۳۹۳ تعداد و ارزش تراکنش‌ها رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند. محاسبه رشد حقیقی ارزش تراکنش‌ها (تورم زدایی شده) نیز حاکی از کاهش ۷/۶ درصدی ارزش حقیقی تراکنش‌های مهر ماه نسبت به شهریور

۱۳۹۴ و کاهش ۰/۸۶ درصدی نسبت به مهر ۱۳۹۳ بوده است. این آمار مبین آن است که با وجود رشد تعداد تراکنش‌ها نسبت به مهر سال ۱۳۹۳، تراکنش‌ها برای انجام پرداخت بهای کالاهای به نسبت کم ارزش‌تری، انجام گرفته است. قیاس رشد تعدادی و رشد ارزش تراکنش‌ها چه به صورت اسمی و چه به صورت حقیقی، بیانگر آن است که مبالغ تراکنش‌ها به طور متوسط کاهش داشته که با توجه به رشد تعدادی تراکنش ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی و محدود نمودن سقف مبلغی برای خدمت خرید کالا و خدمات در فروردین سال جاری، این امر توجیه می‌شود. رشد تعداد ابزارهای پذیرش و تعداد تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴ نسبت به مهر ماه ۱۳۹۳ نیز حاکی از آن بوده است که اندازه بازار صنعت پرداخت بزرگتر شده است. در همین دوره سهم تعدادی خدمت مانده‌گیری از کل خدمات کاهش یافته و سهم خدمت خرید کالا و خدمات و خدمت پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه بیشتر شده است. به عبارت دیگر ابعاد بازار در انواع مختلف خدمات نظیر خرید کالا و خدمات و پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه در دوره گزارش افزایش یافته است و 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 خطای پذیرندگی و سیستمی افزایش داشته‌اند، اما در مقایسه با ماه مشابه سال گذشته، تمام انواع خطاها به استثنای خطای شاپرکی با رشد چشمگیر مواجه بوده‌اند. به عبارت دیگر تنها نوع خطایی که چه در مقایسه ماهانه و چه مقایسه نسبت به مهر ۱۳۹۳ کاهش داشته است خطا از نوع شاپرکی بوده است. میزان دسترس‌پذیری شاپرک و نیز دسترس‌پذیری کل شبکه نسبت به شهریور ۹۴ و مهر سال گذشته بهبود داشته است. همچنین شاخص تراکنش‌های معوق حاکی از ثبات سهم تراکنش‌های معوق از کل تراکنش‌ها به نسبت ماه گذشته بوده 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 تراکنش هر یک از ابزارها به ازای افراد بالای ۱۸ سال که متقاضی خدمات پرداخت الکترونیک هستند، معرفی شد.

نتایج در بعد کشوری بیان کننده آن است که در کل کشور به ازای هر ۱۰,۰۰۰ نفر، ۷۰۵ ابزار پذیرش وجود دارد که بالاترین سرانه ابزار پذیرش به کارتخوان فروشگاه‌ها با ۷۰۲ عدد به ازای هر ۱۰,۰۰۰ نفر تعلق دارد. بیشترین سرانه تراکنش ابزارها نیز مجدداً به کارتخوان فروشگاه‌ها با ۱۱/۱۱ 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 فروشگاه‌ها (سرانه تعداد ابزار) به ترتیب در استان یزد، تهران و سمنان بوده است. بیشترین تعداد پذیرنده ابزار

پذیرش اینترنتی در استان‌های تهران، اصفهان و خراسان رضوی فعال هستند و در تعداد پذیرنده ابزار پذیرش موبایلی استان‌های تهران، کرمان و اصفهان در راس دیگر استان‌ها قرار گرفته‌اند. همچنین بیشترین تعداد سرانه تراکنش کارتخوان فروشگاه‌ها به استان هرمزگان اختصاص داشته است؛ تغییرات شاخص نسبت دهکی مبالغ نیز در مدت مورد بررسی تغییرات چندانی محسوس نداشتند. در این شماره دامنه مبلغی تراکنش‌های کارتخوان فروشگاه‌ها نیز در قالب نموداری به تصویر کشیده شد که نتایج مبین آن است که بیشترین تعداد تراکنش‌ها در بازه ۵۰۰,۰۰۰-۲۰۰,۰۰۰ ریال قرار گرفته‌اند که این بازه ۸/۳۲ درصد از کل تراکنش‌ها را در بر می‌گیرد و حدود ۸۰ درصد تراکنش‌ها با مبلغ زیر ۵۰۰,۰۰۰ ریال انجام گرفته‌اند.

بخش سوم: شاخص‌های این بخش با هدف درک سهم بازار هر یک از شرکت‌های PSP و نیز سهم آنها از هر یک از ابزارهای پذیرش شبکه پرداخت الکترونیک تعریف و محاسبه شد. نتایج شاخص سهم از بازار حاکی از آن بوده که شرکت به پرداخت ملت با سهم حدود ۳۴/۸ درصدی از مبلغ تراکنش‌ها و ۲۳/۹ 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 ۴۷/۱۹ درصدی اختصاص داشته و در ابزار پذیرش اینترنتی و کارتخوان فروشگاه‌ها به شرکت به پرداخت ملت با سهم به ترتیب ۵۸/۵۲ و ۳۳/۴۸ درصدی تعلق داشته است. به لحاظ تعدادی نیز در ابزار پذیرش موبایلی، آسان پرداخت پرشین با سهم ۴۷/۸۱ درصدی، در ابزار پذیرش اینترنتی شرکت تجارت الکترونیک پارس‌بان با سهم ۵۹/۹۸ درصدی و در کارتخوان فروشگاه‌ها به پرداخت ملت با سهم ۲۹/۸ درصدی بیشترین سهم از بازار را داشته‌اند. شایان ذکر است که ضعیف‌ترین عملکرد چه در سهم مبلغی چه در سهم تعدادی مربوط به شرکت الکترونیک کارت دماوند بوده است که سهم آن از بازار تمام ابزارهای پذیرش تقریباً صفر بوده است.

نتایج اندازه‌گیری تمرکز بازار با شاخص هر‌فیندال - هیرشمن حاکی از وجود تمرکز بالا 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 فروشگاه‌ها حکایت دارد. شاخص هر‌فیندال در این ماه نسبت به ماه شهریور در بازار هر سه ابزار کاهش داشته است که بیانگر رو به کاهش بودن تمرکز بازار و افزایش قدرت بازاری دیگر شرکت‌ها نسبت به ماه قبل می‌باشد. اما این افزایش چندانی قابل توجه نبوده است که ساختار بازار را از حالت تمرکز بسیار بالا در بازار دو ابزار پذیرش اینترنتی و موبایلی و تمرکز ملایم در بازار کارتخوان فروشگاه‌ها تغییر دهد.

واژه نامه

در این بخش منظور از انواع واژگان به کار برده شده در متن بولتن در دو بخش الف- واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی بر اساس "مستند تعاریف پایه شبکه الکترونیک پرداخت کارت" و ب- اصطلاحات و شاخص های تخصصی اقتصادی و فرمول های نحوه محاسبه بیان خواهد شد.

الف- واژگان تخصصی شبکه الکترونیک پرداخت کارتی

۱- شبکه الکترونیکی پرداخت کارت شاپرک

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

۲- انواع خدمات^{۲۸}

خدمات موجود در شبکه الکترونیکی پرداخت کارت شامل خرید کالا و خدمات، پرداخت قبض و مانده گیری است.

۱-۲- خرید کالا و خدمات^{۲۹}

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

۲-۲- پرداخت قبض^{۳۰}

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

^{۲۸} Service Type

^{۲۹} Purchasing Good/Services

^{۳۰} Bill Payment

۱-۲-۲ خرید شارژ تلفن همراه^{۳۱}

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^{۳۲} و خرید و شارژ غیر هم‌زمان انجام شود.

۳-۲ مانده گیری^{۳۳}

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.

۳- وضعیت تراکنش‌ها^{۳۴}

۱-۳ تراکنش موفق کاربری

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

۲-۳ 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.

۳-۳ تراکنش خطای پذیرندگی

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

۴-۳ تراکنش خطای شاپرکی

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

۵-۳ تراکنش خطای کاربری

^{۳۱} Reload

^{۳۲} Top-up

^{۳۳} Balance Inquiry

^{۳۴} Transaction Status

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.

۳-۶- 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.

۳-۷- 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.

۳-۸- 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.

۴- انواع ابزارهای پذیرش

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

۴-۱- کارتخوان فروشگاه^{۳۵}

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.

^{۳۵} EFTPOS



کارتخوان فاقد تراکنش: کارتخوانی است که در طول یک ماه، هیچ گونه تراکنشی از آن به سوئیچ شاپرک ارسال نشده است.

۲-۴- ابزار پذیرش اینترنتی

ابزاری است که امکان انجام هرگونه عملیات پرداخت را بدون حضور کارت از طریق اینترنت و درگاه پرداخت اینترنتی^{۳۶}، فراهم می‌نماید.

۳-۴- ابزار پذیرش موبایلی

ابزاری است که امکان انجام هرگونه عملیات پرداخت را بدون حضور کارت از طریق تلفن همراه و درگاه پرداخت موبایلی^{۳۷}، فراهم می‌آورد.

۵- انواع تراکنش

۱-۵- 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 سوئیچ 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.

۲-۵- تراکنش تأییدیه انجام تراکنش

به تراکنش‌هایی گفته می‌شود که توسط شرکت ارائه دهنده‌ی خدمات پرداخت ارسال می‌شود. هدف از این تراکنش‌ها تأییدیه 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.

۳-۵- تراکنش اصلاحیه

^{۳۶} Internet Payment Gateway

^{۳۷} Mobile Payment Gateway

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).

۴-۵- تراکنش معوق

تراکنش دارنده‌ی کارت که موفق کاربری بوده است و به ازای آن تراکنش درخواست واریز تا ۴۸ ساعت به سویچ 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).

۵-۵- 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.

ب- اصطلاحات و شاخص‌های تخصصی اقتصادی

۱- نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی

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

۲- تعریف نقدینگی و حجم پول

در اقتصاد، نقدینگی به مجموع حجم پول و شبه پول^{۳۸} اطلاق می‌شود.

حجم پول، اسکناس و مسکوکات در درست اشخاص به اضافه‌ی مانده سپرده‌های دیداری بخش خصوصی نزد بانک‌ها^{۳۹} تعریف می‌شود. سپرده‌های دیداری، سپرده‌های قابل چک کشیدن بدون بهره‌ی بخش خصوصی در بانک‌های تجاری است.

منظور از شبه پول یا سپرده‌های غیر دیداری، انواع سپرده‌های قرض الحسنه پس‌انداز و سپرده‌های مدت‌دار هستند که به نسبت پول سرعت نقدشوندگی کمتری دارند. (اقتصاد کلان، نظریه‌ها و سیاستها- شاکری، عباس- ج ۲)

^{۳۸} quasi money

^{۳۹} demand deposits

۳- سهم اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از نقدینگی

$$\text{سهم اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص از نقدینگی} = \frac{\text{اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص}}{\text{نقدینگی}} \times 100$$

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 صرفاً مبادلات کالاهای نهایی در محاسبات GDP لحاظ می‌شوند.

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.

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:

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

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.

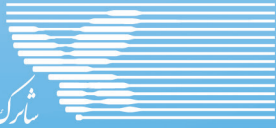
$$\text{شاخص توزیع مبلغی دهکی} = \frac{\text{متوسط ارزش دهک دهم تراکنش‌ها}}{\text{متوسط ارزش دهک اول تراکنش‌ها}}$$

فهرست جداول

جدول ۱ شاخص‌های اقتصادی و عملکردی شرکت شاپرک در یک نگاه	۴
جدول ۲ مقایسه ماهانه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی	۶
جدول ۳ مقایسه ماهانه نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی	۷
جدول ۴ نسبت ارزش پرداخت‌های الکترونیک به GDP	۱۱
جدول ۵ مقایسه آمار ماهانه تراکنش‌های شاپرک	۱۳
جدول ۶ مقایسه آمار تراکنش‌های شاپرک نسبت به ماه مشابه سال ۱۳۹۳	۱۴
جدول ۷ مقایسه رشد اسمی و حقیقی ارزش ماهانه تراکنش‌های شبکه شاپرک	۱۵
جدول ۸ مقایسه رشد نقطه به نقطه حقیقی و اسمی ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک	۱۵
جدول ۹ مقایسه تعداد هر یک از ابزارهای پذیرش به صورت ماهانه و نقطه به نقطه	۱۷
جدول ۱۰ مقایسه سهم تعدادی هر یک از ابزارهای پذیرش از کل ابزارهای بازار در مهر ۱۳۹۴	۱۷
جدول ۱۱ مقایسه شاخص تعداد تراکنش‌ها به ازای هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ۱۳۹۴	۱۸
جدول ۱۲ تعداد و سهم تراکنش‌های موفق و انواع خطاها در مهر ماه ۱۳۹۴	۲۳
جدول ۱۳ مقایسه تعداد انواع تراکنش‌ها و خطاها در مهر و شهریور ۱۳۹۴	۲۵
جدول ۱۴ مقایسه تعداد خطاها در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴	۲۵
جدول ۱۵ دسترس‌پذیری خدمات شاپرک و کل شبکه پرداخت الکترونیک	۲۶
جدول ۱۶ درصد تراکنش‌های معوق رخ داده در شبکه پرداخت شاپرک در مهر و شهریور ۱۳۹۴	۲۷
جدول ۱۷ تعداد سرانه ابزارهای پذیرش در کشور به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال در مهر ماه ۱۳۹۴	۲۸
جدول ۱۸ سرانه تعداد تراکنش‌های هریک از ابزارهای پذیرش به ازای جمعیت بالای ۱۸ سال کل کشور در مهر ۱۳۹۴	۲۹
جدول ۱۹ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در ماه شهریور و مهر ۱۳۹۴ به تفکیک استان‌ها	۲۹
جدول ۲۰ تعداد سرانه کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار به تفکیک استان‌ها به ازای افراد بالای ۱۸ سال در مهر و شهریور ۱۳۹۴	۳۴
جدول ۲۱ شاخص دهکی از ابتدای لغایت مهر ماه سال ۱۳۹۴	۳۹
جدول ۲۲ مقایسه سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر و شهریور ۱۳۹۴	۴۳
جدول ۲۳ مقایسه سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزار پذیرش در شهریور و مهر ۱۳۹۴	۴۵
جدول ۲۴ وضعیت تمرکز بازار با توجه به شاخص هرفیندال-هیرشمن	۴۷
جدول ۲۵ محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن	۴۸

فهرست تصاویر

- شکل ۱ مقایسه نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک و نسبت اسکناس و مسکوکات در دست اشخاص به نقدینگی..... ۸
- شکل ۲ مقایسه روند GDP و ارزش تراکنش‌های شاپرک ۱۰
- شکل ۳ نسبت ارزش تراکنش‌ها به GDP ۱۲
- شکل ۴ سهم هریک از ابزارهای پذیرش از تعداد تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۱۸
- شکل ۵ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در ماه شهریور و مهر ۱۳۹۴..... ۱۹
- شکل ۶ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴..... ۲۰
- شکل ۷ سهم انواع خدمات از مبلغ تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۲۰
- شکل ۸ سهم تعدادی انواع خدمات ارائه شده شاپرک در مهر ۱۳۹۴..... ۲۱
- شکل ۹ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در شهریور و مهر ۱۳۹۴..... ۲۲
- شکل ۱۰ مقایسه نسبت مبلغی و تعدادی انواع خدمات در مهر ۱۳۹۳ و مهر ۱۳۹۴..... ۲۲
- شکل ۱۱ سهم تراکنش‌های موفق و انواع خطاهای شبکه از کل تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۲۴
- شکل ۱۲ سهم هریک از انواع خطا در مهر ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴..... ۲۶
- شکل ۱۳ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار جدید در هر استان در مهر ۱۳۹۴..... ۳۲
- شکل ۱۴ تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار در هر استان در مهر ۱۳۹۴..... ۳۳
- شکل ۱۵ سرانه تعداد کارتخوان فروشگاهی تراکنش‌دار هر استان به ازای افراد بالای ۱۸ سال در مهر ۱۳۹۴..... ۳۶
- شکل ۱۶ تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی و موبایلی در استان‌های کشور در مهر ۱۳۹۴..... ۳۷
- شکل ۱۷ تعداد سرانه تراکنش‌های کارتخوان فروشگاهی به ازای افراد بالای ۱۸ سال در هر استان در مهر ۱۳۹۴..... ۳۸
- شکل ۱۸ نسبت متوسط قیمت دهک دهم به دهک اول قیمتی (سال ۱۳۹۴)..... ۴۰
- شکل ۱۹ دامنه مبلغی (بر حسب ریال) تراکنش‌های ابزار کارتخوان فروشگاهی در مهر ۱۳۹۴..... ۴۰
- شکل ۲۰ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر مبلغ تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۴۱
- شکل ۲۱ سهم بازار هر شرکت PSP از نظر تعداد تراکنش‌ها در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۴۲
- شکل ۲۲ سهم هر شرکت PSP از مبلغ تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۴۴
- شکل ۲۳ سهم هر شرکت PSP از تعداد تراکنش‌های هر یک از ابزارهای پذیرش در مهر ماه ۱۳۹۴..... ۴۶



شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپراک)

بولتن اقتصادی شاپراک

مهر ماه ۱۳۹۴

شماره ۴

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

آدرس وب گاه شاپراک:

www.shaparak.com

آدرس پست الکترونیک:

Info@shaparak.com

شماره تلفن:

۰۲۱-۲۶۴۰۴۹۰۱-۱۵

شماره دورنگار:

۰۲۱-۲۳۳۲۸۱۲۱

نشانی پست:

ایران، تهران، بلوار میرداماد،

خیابان شهیدشاه نظری،

کوچ دوم، پلاک ۱۴

