



Российские потребители безналичных платежей: поведение, клиентский путь, типы платежей

Центр Финансовых инноваций и
безналичной экономики



Содержание

Цели и краткий обзор методологии исследования	3
Основные выводы	6
Роль платежей в клиентском опыте потребителей: полные результаты качественного исследования	17
Клиентский профиль	18
Платежные потребности и стратегии	26
Отношение к банкам и платежам	32
Видение будущего	38
Идеальный платеж	43
Восприятие различных инструментов платежа	50
Оплата наличными	53
Банковские продукты	61
Небанковские продукты	80
Программы лояльности	111
Автоплатежи и подписки	122
Криптовалюта	127
Отношение к платежам в различных категориях	129
Платеж как фактор влияния на этапы клиентского пути	185
Заключительные выводы	187
Приложение	193



Цели и краткий обзор методологии исследования

Цели исследования



Изучить восприятие и роль платежа на всех этапах клиентского пути потребителей (от первичной осведомленности о товаре/услуге, поиска и рассмотрения, к покупке, далее - к сервису/послепродажному обслуживанию и до этапа покупательской лояльности)



Описать эмоциональный и социальный опыт потребителей, связанный с различными типами платежей: позитивные эмоции и «болевые точки», комфортные и дискомфортные моменты в использовании платежей, «моменты истины», моменты осязаемого изменения отношения к покупке из-за процесса платежа либо информации, полученной потребителем о платеже



Выявить особенности влияния платежей на поведение потребителя в различных категориях (в том числе продукты питания, лекарства, косметика, одежда и обувь, товары длительного пользования, транспорт, регулярная оплата услуг и сервисов (ЖКХ, связь), путешествия (отели, ж/д и авиабилеты), развлечения, кафе/рестораны и др.)



Изучить отношение к наличным, безналичным и инновационным типам платежей, включая восприятие разных видов денег/платежных средств и готовность к их использованию в различных жизненных ситуациях и разными типами потребителей (в том числе в зависимости от стиля жизни)

Краткий обзор методологии исследования

ЭТАП	МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ*	СРОКИ И ОБЪЕМ ИССЛЕДОВАНИЯ	ГЕОГРАФИЯ
1	Кабинетное исследование	Сбор и анализ вторичных данных	Россия и международный рынок
2.1	Онлайн-блог: платежный дневник	10 дней ,20 участников	Москва, Екатеринбург, Саратов
2.2	Онлайн-блог: дневник депривации	10 дней, 30 участников	Москва
2.3	Включенное наблюдение (Secret Agent)	Включенное наблюдение на шести тематических сайтах	Online
2.4	Стандартные фокус-группы	8 стандартных фокус-групп по 6 чел., продолжительностью по 2 часа	Москва, Екатеринбург
2.5	Игровые группы с потребителями (Customer Journey Game)	4 игровых фокус-группы по 5 участников, продолжительностью по 3 часа	Москва, Екатеринбург

Все выводы о восприятии, ожиданиях и клиентском опыте целевой аудитории, представленные в отчете, являются результатами качественного исследования проведенного совместно с компанией Validata.

Детальное описание методологии исследования – см. в ПРИЛОЖЕНИИ



Основные выводы

Мир платежей стремительно меняется



Появились новые способы и каналы, ощутимо меняющие процесс оплаты.

Оплаты смартфоном (и кольцом), такие каналы онлайн-платежей, как небанковские сайты и приложения, банковские автоплатежи, подписки и т.п.



Привычные наличные, наоборот, уходят в прошлое.

По мнению потребителей, наличные прекратили вписываться в современный ритм жизни, на государственном уровне стимулируется переход к безналичным формам расчетов, и сами потребители ощущают, что практически готовы к исчезновению наличных в ближайшем будущем.

Подход потребителей к платежам тоже меняется



Новинки платежной индустрии – предмет внимания и интереса потребителей.

Они интересуются новыми методами платежа, смотрят и читают релизы, информацию на форумах и в соцсетях, читают информационные рассылки от банков.



Личный ассортимент опций оплаты также расширяется.

Потребители склонны иметь в арсенале различные платежные инструменты, даже если не планируют ими активно пользоваться (например, иметь кредитную карту «на всякий случай»).

Выбранные инструменты оплаты отражают основные платежные потребности



Стремление к безопасности

Потребность максимально обезопасить свои личные и платежные данные, а также финансовые средства.

или



Стремление к скорости и удобству

Потребность в максимально комфортных и быстрых инструментах оплаты, вписывающихся в активный образ жизни.

или



Стремление к финансовой выгоде

Желание заработать, расплачиваясь, найти сочетание платежных инструментов, позволяющих наиболее эффективно использовать все доступные при покупках скидки, бонусы и кешбэки.

Теперь ассортимент методов оплаты стал атрибутом имиджа



Используемые инструменты платежа говорят о потребителе.

В восприятии аудитории:

Платить наличными – консервативно и отстало, платить смартфоном – прогрессивно, современно, стильно и элегантно.



Предлагаемые варианты осуществления оплаты многое рассказывают о продавце товара или услуги.

Потребители считают, что:

Максимально широкий ассортимент возможностей оплаты предлагают прогрессивные, современные, развивающиеся и надежные продавцы. Компании, принимающие к оплате только наличные, – не развивающиеся, не успешные, вызывающие недоверие и подозрения в низком качестве продукции и сервиса.

Потребителям нужна помощь, чтобы ориентироваться в новом мире оплат и инструментов



Помощь в виде общей информационной поддержки

Получение от надежного источника структурированной информации о платежах и выгодах.

Например:

- Информационная рассылка от банка или письма/звонки персональных менеджеров
- Сайты-агрегаторы, предоставляющие полную информацию о скидках и акциях, актуальных для разных платежных инструментов.



Помощь в виде персонализированных рекомендаций

Подсказки от надежного источника по поводу выбора наиболее выгодного инструмента платежа (из ассортимента потребителя) для конкретной ситуации оплаты.

Например:

- В момент осуществления онлайн-заказа появление автоматических подсказок об акциях, скидках и кешбэках по разным платежным инструментам клиента и помощь в выборе наиболее выгодного инструмента для оплаты.

Надежный источник информации об инструментах оплаты – это банк



Барьер недоверия к банкам преодолен.

Потребители, как правило, доверяют своему/своим банкам.



Банк – гарант финансовой безопасности.

Потребители уверены, что банки отслеживают финансовые потоки, что, в том числе, помогает защищать их (потребителей) средства.



Информационная роль банков высока.

Потребители прислушиваются к рекомендациям работников банка и сами просят их о консультациях.



Хорошая коммуникация с потребителем – ключ к продвижению новых продуктов.

Чем активнее коммуникация между банком и потребителем, тем более склонен потребитель пробовать новое по рекомендации сотрудника банка.

Но нарастающий контроль банков пугает



Потребители четко ощущают усиление контроля за операциями со стороны банков.

Широко известны истории о необходимости обоснования крупных сумм при попытке их снять или перевести.



Появляется ощущение беспомощности и незащищенности (особенно от государства).

Клиенты банков все чаще сталкиваются с тем, что банк может вмешиваться в распоряжение личными финансами, передавать данные о клиентах государственным органам, списывать по запросу официальных инстанций средства со счета без оповещения клиента.



У потребителей появляется потребность иметь возможность обходить этот контроль.

Для части потребителей это мотивация использовать наличные средства, часть пользуется виртуальными кошельками, наиболее продвинутые собираются изучать информацию про криптовалюты.

Один из важных и сложных выборов: приватность или выгоды



В отношениях с банком и с государством: активное использование различных средств и каналов оплаты лишает их приватности.

Потребители понимают, что информация о каждом собирается в личном досье, таким образом, о каждом известно, как он платит, где он платит, чем и за какие товары.



В личных отношениях: «семейное» использование банковских карт помогает копить бонусы и кешбэки, но делает информацию о тратах открытой.

Нельзя скрыть личные покупки, которые не хотелось бы афишировать, или, например, тайно купить что-то в подарок.

Потребители выработали видение идеального платежа



Идеальный платеж = ожидаемый.

Потребитель четко понимает, в какое время он будет проведен и какая именно сумма будет списана.



Идеальный платеж = быстрый.

Осуществление оплаты и возврата денег в случае отказа от товара происходит мгновенно.



Идеальный платеж = безопасный.

Потребитель защищен как от кибермошенничества, так и от недобросовестности со стороны продавца товара/услуги.



Идеальный платеж = бесплатный.

Бесплатно и владение инструментом платежа, и проведение транзакций/переводов.



Идеальный платеж = избавляет от хлопот.

Не требует специальных платежных действий

Главный тренд – на нивелирование процесса оплаты



Потребители ожидают, что в идеале оплата в большинстве случаев должна быть максимально незаметно вписана в процесс покупки.

От потребителя не требуется совершать никаких специальных действий для оплаты. Оплата происходит автоматически, как только выбор сделан.

Например:

- Магазины Amazon Go, автоматически считывающие информацию о том, что приобрел покупатель, и списывающие соответствующую сумму.
- Мобильное приложение Яндекс.Заправки, позволяющее оплачивать бензин на АЗС «Лукойл», не выходя из автомобиля.
- Идея оплаты на заправках по картам по аналогии с транспондерами на платных дорогах.



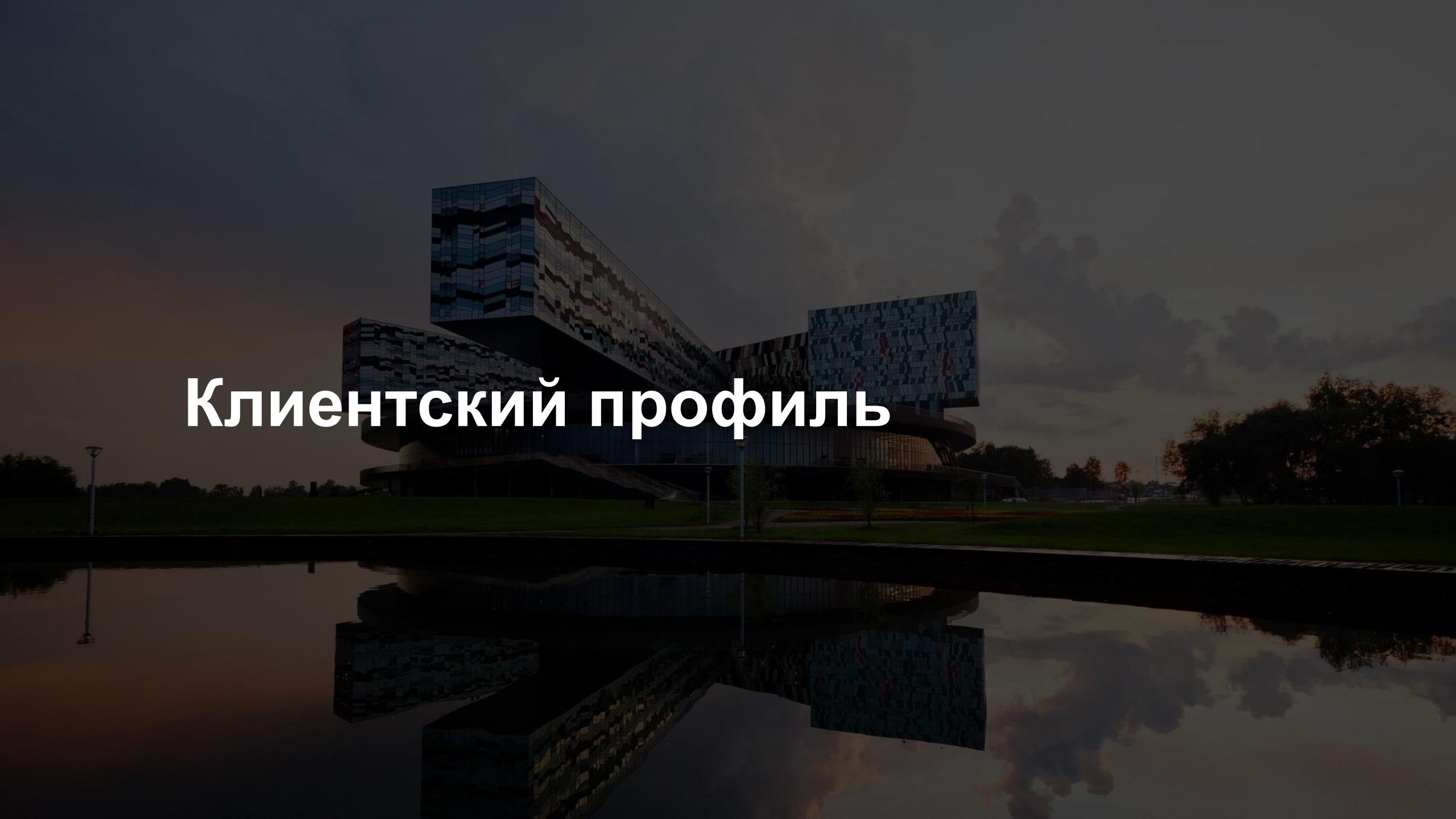
Все инструменты оплаты, которые не соответствуют этому критерию, начинают восприниматься как устаревающие.

Наличные, требующие пересчета, карты, которые нужно вставлять в терминал, даже бесконтактные карты уже устаревают по сравнению с оплатой смартфоном, т.к. требуют усилий по поиску карты и извлечению ее из кошелька/кармана/сумки.



Роль платежей в клиентском опыте потребителей: полные результаты качественного исследования

Клиентский профиль



Активно путешествуют и познают мир



Отпуск проводится в путешествиях по России и другим странам.

Помимо ставших уже классическими направлений (Европа и Азия), потребители открывают для себя Африку и Латинскую Америку.



Растет интерес к познавательному отдыху.

Значительная часть потребителей отмечает, что лежанию на пляже они предпочитают активный отдых с посещением достопримечательностей и погружением в жизнь другой страны.



У части потребителей есть опыт проживания и/или обучения в других странах.

«Мне 28 лет, живу на две страны, Россия и Кипр, по работе так получилось. Стиль жизни – кочевник. В прошлом году было 200 перелетов. Хочу где-то остаться, пустить корни, но явно не в России».
(трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)

Освоились в реальности высоких технологий



Активное использование интернета становится все более распространенным.

Причем потребители используют интернет как в рабочих, так и в бытовых целях – проводят там досуг, совершают онлайн-покупки, изучают информацию и т.п.



Значительная часть работоспособной аудитории использует смартфоны.

Телефон прекратил быть только средством связи, теперь это еще и хранилище информации, и навигатор и т.п.

«Сейчас вся жизнь в смартфоне, даже уже себе иначе ничего не представляю. Люди мусор выходят выбрасывать, ничего с собой нет, а смартфон в кармане. Это такая штука, которая всегда с собой: скорее кошелек где-то забудешь, чем телефон». (массовый + МВС, Москва, 50-65 лет, группы)

Преодолели барьер к покупкам онлайн



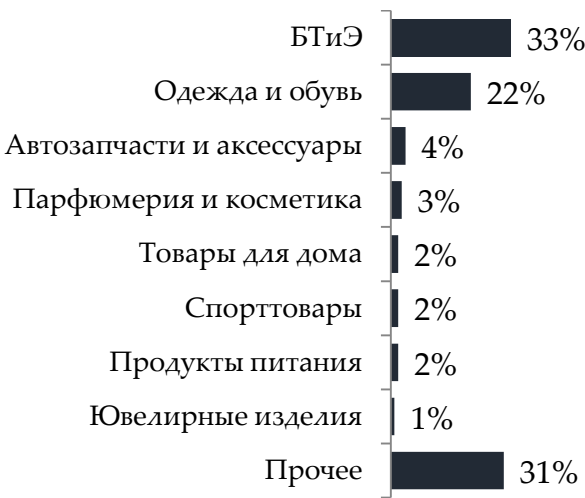
Потребители отмечают, что все активнее совершают покупки на сайтах и/или через приложения, в том числе и в иностранных магазинах.

ДИНАМИКА ОБЪЕМА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РФ, 2011-2017ГГ., МЛРД. РУБ., %

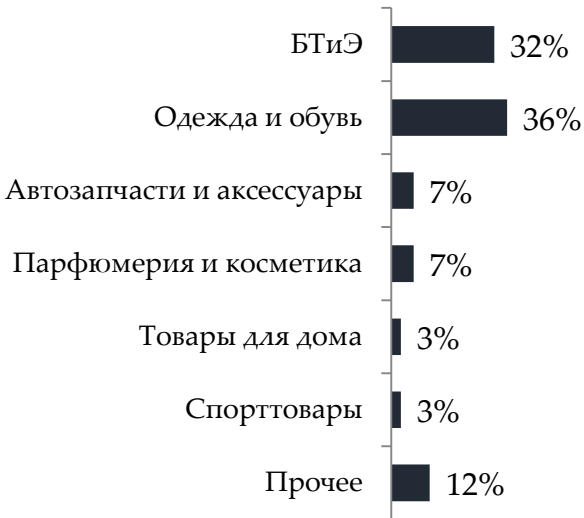


РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПО ВИДАМ ТОВАРОВ

в локальном сегменте, 2016г., %



в трансграничном сегменте, 2016г., %



Избалованы «вниманием»



Потребители живут с ощущением, что за них борются и банки, и поставщики небанковских товаров и услуг.

Рынок предлагает изобилие похожих товаров и услуг. Теперь потребитель не ищет продавца, а выбирает из ассортимента продавцов, пытающихся его привлечь.



Дополнительные выгоды теперь норма, а не приятный подарок.

Потребитель привык получать бонусы/подарки/скидки и считает их весомым аргументом в борьбе за себя.

«Банки за нас борются. Обещают кешбэки, программы лояльности. Я, например, специально купил карту МТС-банка, я там трачу определенную сумму, у меня бесплатная абонентская плата. Я за телефон не плачу. 5% возвращается, по сути, как кешбэк, но немного другие условия». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)

Инертны и ведомы в контексте инструментов оплаты



Потребители не стремятся самостоятельно расширять ассортимент платежных инструментов...



...Но готовы экспериментировать, если им предложат что-то новое и убедительно расскажут о преимуществах.

«Я помню, что мне очень долго было важно, чтобы был квиток на оплате ЖКХ. А банк снимал процент при оплате через отделение. Когда Тинькофф сказал, что у них можно без процентов оплачивать, я зашла, прикрепila карту и с того момента начала задумываться, где я еще могу экономить». (массовый, Москва, 30-45 лет, группы)

Быстро привыкают к хорошему



Стандарты уровня сервиса постоянно растут.

У наиболее прогрессивных потребителей сегодня вызывают раздражение детали, которые еще несколько лет назад были бы восприняты с восторгом.

«Честно говоря, оплата смартфоном – это медленно! Я прикладываю его к терминалу в магазине, уже бы приложил и пошел, но нет, приходится стоять и еще секунд 30 ждать, пока транзакция пройдет. Это очень раздражает». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)



Становятся чувствительными и требовательными к уровню сервиса.

Зачастую готовы отказаться от использования инструмента, если первый опыт был неудачным.

«Сейчас я «Тройку» пополняю только через кассу. Однажды оплатила через карту в банкомате, оказалось, потом надо Тройку куда-то прислонить, активировать, перевести куда-то. А я не знала и пополняла ребенку. Он звонит, и говорит: «Мама, у меня на весь автобус пикает карта». Я потом поехала в кассу разбираться, они сказали, что это я не активировала. Но мне было так неприятно, что на весь автобус звук карты, это унижительно было». (массовый, Москва, 30-45 лет, группы)

Потребители в Москве в целом более открыты к платежным инновациям



Больше заинтересованы в новинках.

Стараются быстро о них узнавать, в целом более открыты к их использованию.



Менее остро реагируют на изменения.

В том числе на изменения политики банков по отношению к потребителям. Отмечают их, но смиряются.



Острее ощущают необходимость следовать современным тенденциям.

И быстрее примеряются с ощущением снижения безопасности и приватности из-за использования современных средств оплаты.

Потребители в регионах в целом настроены более консервативно



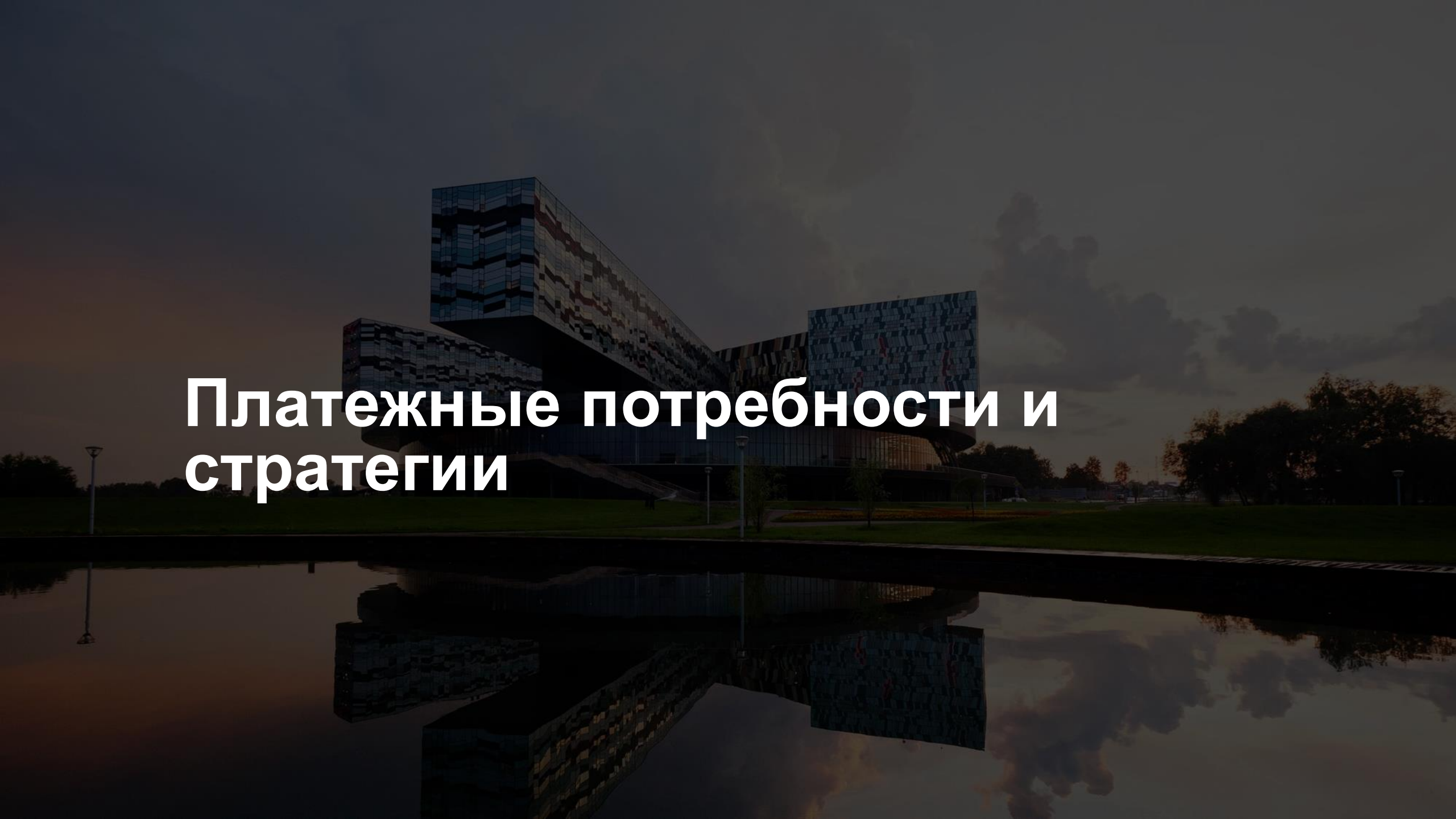
Относятся к новинкам более осторожно.

Не стремятся быть в числе первых, кто их опробует, более тщательно взвешивают все за и против перед тем, как решиться на использование.



Сравнительно острее реагируют на изменения.

Любое изменение (средства платежа, политики банка и т.п.) ощутимо обостряет чувство базовой незащищенности и опасения за сохранность средств, личных данных и свобод.

A photograph of a modern building with a facade made of colorful, pixelated tiles in shades of blue, red, and white. The building is situated behind a green lawn and a body of water. The sky is dark with some clouds, and the building's reflection is clearly visible in the water. The overall scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn.

Платежные потребности и стратегии

Выбор инструментов платежа стал осознанным



Потребители получили возможность самостоятельно выбирать инструмент платежа.

За исключением редких ситуаций, когда поставщик товара или услуги определяет способ оплаты.



Выбирая тип оплаты, потребители преследуют дополнительные выгоды.

Выгоды могут быть как рациональными (удобство, бонусы и т.п.), так и эмоциональными (ощущение безопасности, стремление быть в тренде).



Регулярно используемые инструменты платежа – те, которые соответствуют платежной стратегии потребителя.

При выборе платежных инструментов у потребителей есть три приоритета



БЕЗОПАСНОСТЬ.

«Я не продвинутый пользователь, не сильно люблю заморачиваться. Телефоном точно не буду оплачивать. Это больше понты, если человек подносит телефон. Что, карточку не может вытащить? И вообще я не доверяю привязывать карту к телефону. Человек мимо прошел с ноутбуком, кнопку нажал, сканирование прошло. 10 секунд – у меня списались деньги за то, что я не хочу покупать». (МВС, 30-45 лет, Екат., группы)



СКОРОСТЬ.

«Apple Pay - реально проще и удобнее, а с функцией Touch ID – все мгновенно, не надо вводить цифры с карты и ждать смс с кодом для подтверждения. Человечество каждый год создаёт что-то новое и более практичное - вчера я оплачивала покупку по встроенному отпечатку пальцев в телефоне, а сегодня - просто посмотрев на телефон, по скану лица». (МВС, Оплата смартфоном, 21 год, жен, Москва, блогеры)



ФИНАНСОВАЯ ВЫГОДА.

«Я стараюсь для всех крупных покупок использовать максимально выгодные условия оплаты - получить либо максимальный кешбек, либо бесплатную рассрочку. Кроме того, на паре моих карт для бесплатного обслуживания/снятия наличных необходимо совершить расходные операции на определенную сумму, поэтому я распределяю покупки по разным картам. Карта жены тоже привязана к моему счету, поэтому кешбэк мы копим вместе». (МВС, карта, 42 года, муж., Москва, блогеры)

Приоритет: безопасность



Потребители: консервативные

Верны своим привычкам, считают, что самое безопасное и надежное – проверенное временем.



Набор платежных инструментов: ограниченный

Недоверие ко всему новому препятствует расширению ассортимента используемых типов оплаты.



Типичные платежные инструменты: наличные и/или дебетовая карта для оплаты офлайн, виртуальный кошелек для оплаты онлайн

Активно используют онлайн-/мобильный банк в целях контроля движения средств по карте.

Приоритет: скорость



Потребители: продвинутые, открыты ко всему новому, беззаботные

Любят пробовать новые способы оплаты, чувствовать себя современными, продвинутыми и модными.



Набор платежных инструментов: ограниченный

Постоянно находятся в поиске более быстрых и удобных способов оплаты, найдя что-то новое, с легкостью заменяют им старое



Типичные платежные инструменты: смартфон и дебетовая карта для платежей офлайн и онлайн, мобильный банк, небанковские приложения

Не имеют привычки регулярно следить за состоянием счета, раз в месяц анализируют траты, используя мобильный/онлайн-банк.

Приоритет: финансовая выгода



Потребители: продвинутые, скрупулезные, продумывающие заранее, планирующие траты

Готовы пробовать и использовать новые типы оплаты, если они впишутся в их платежные схемы и улучшат их. Постоянно читают о новых предложениях, повышенных скидках/баллах/кешбэках.



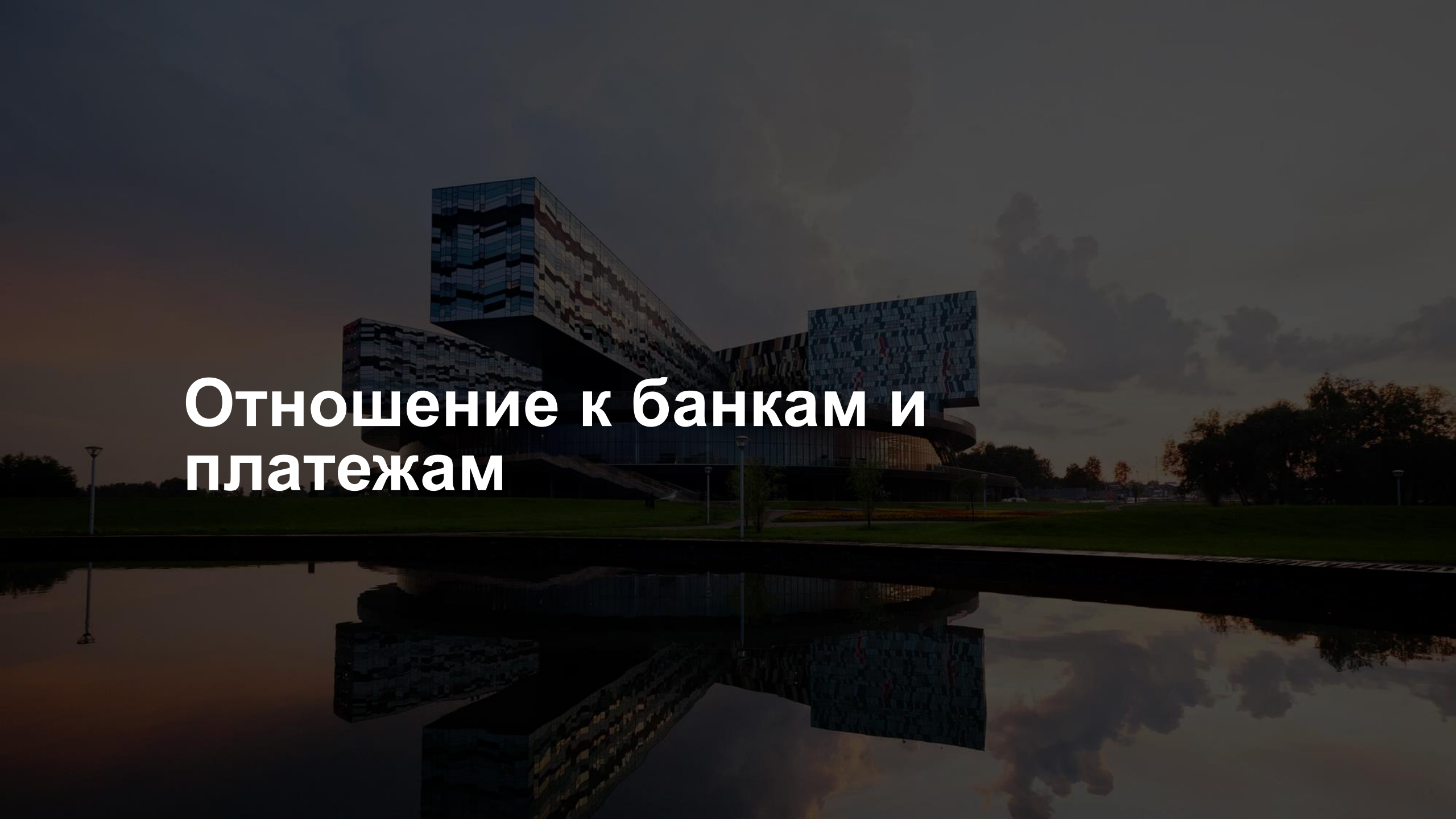
Набор платежных инструментов: широкий.

Азартно жонглируют различными платежными инструментами в поисках максимальных финансовых выгод (скидок, кешбэков).



Типичные платежные инструменты: кредитная карта, дебетовая карта, оплата смартфоном, виртуальные кошельки и привязанные к ним карты

Регулярно проверяют состояние счетов и подсчитывают «выигранные» средства.

A photograph of a modern building with a facade made of colorful, pixelated tiles in shades of blue, red, and white. The building is situated behind a green lawn and a body of water. The sky is dark with some clouds, and the building's reflection is clearly visible in the water. The overall mood is serene and architectural.

Отношение к банкам и платежам

Индустрия платежей развивается с космической скоростью



Регулярно появляются новые способы платежа и растет удобство использования.

Потребители не успевают привыкнуть и пресытиться имеющимися платежными возможностями и инструментами, т.к. им предлагают освоить что-то новое.



Россия – передовая страна по степени развития платежных сервисов.

Потребители уверены, что в вопросе развития платежей и банковских сервисов Россия значительно опережает США и страны Европы.

«У нас на телефонах есть Сбербанк Онлайн и куча других приложений. На самом деле у нас в России это развито больше, чем в Америке, потому что мы прыгнули, наш банковский сектор начал развиваться с более высокого уровня технологий. Наш Сбербанк и Альфа-Банк более комфортны, наши возможности оплаты более продвинуты».
(массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)

Банки – в авангарде развития платежной индустрии



Ассортимент банковских платежных сервисов постоянно расширяется и развивается.

Банки предлагают разные виды карт (без чипа, с чипом, бесконтактные), а также возможности онлайн-оплаты (онлайн-банк, мобильный банк).



Использовать банковские платежные сервисы стало удобно.

Теперь не каждая сумма требует подтверждения ПИН-кодом, кроме того, онлайн-сервисы расширили свой функционал, стали интуитивно понятны и просты.

«Взросла доля онлайн-платежей и расчетов в магазинах типа "приложил карту и всё"! Всё связано с новыми технологиями платежных систем и банков, удобно и быстро.

Изначально было трудно перейти на оплату в обычных магазинах картами, т.к. я не был уверен в безопасности данного метода, но попробовал и понял – все конфиденциально». (трендсеттеры, МВС, карта, 32 года, муж, Москва, блогеры)

«Все карты переходят в телефоны, в интернете оплачиваешь тоже картой. Не надо вводить данные карты. До 1000 рублей ПИН-код не нужен. На Али Экспресс выбираешь товар, нажимаешь «Оплатить», карта привязана, оплата безо всяких кодов». (трендсеттеры, массовый+МВС, 36-45 лет, Екат., группы)

Барьер недоверия к банкам удалось преодолеть



Потребители защищены государством от потери средств на вкладах

Государственное страхование вкладов помогло снять острый страх потери денег.

«У меня один раз чуть не вывели крупную сумму... Мне ночью поступил звонок, что совершили покупку [за границей], а я нахожусь в России. Видимо, слепок делали. Если бы мне из банка не позвонили, то деньги я бы потеряла». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)



Накоплен позитивный опыт взаимодействия с банками

В том числе решения банками спорных вопросов в пользу потребителей, защиты потребителей от мошенничества и т.п.

«Я тоже сначала боялась, что деньги снимут. А потом появился банк-клиент, можно стало проверить состояние счета, еще стали о защите рассказывать, на каждом сайте банка полностью вся эта информация есть». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)



Доступные инструменты для контроля и управления своими финансами также повысили доверие к банкам

СМС-информирование, онлайн-банк и мобильный банк, возможность управления своими счетами и моментального перевода средств между ними дало потребителям ощущение защищенности.

Банк – защитник и источник достоверной информации



Банки – оплот спокойствия и надежности

Потребители постоянно пытаются оценивать надежность поставщиков товаров и услуг (особенно онлайн), а также небанковских финансовых сервисов. Своему банку доверяют априори и ждут от него защиты.

«Вопрос в том, кто здесь твой защитник. Если банк, которому ты доверил свои деньги, тогда ты можешь. Если банк говорит, что ты на этом сайте можешь платить, ты можешь ему доверять. Гарантом должен выступать банк». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)



Информационная роль банков высока

Пользователи ждут от банков информации и доверяют ей: читают рассылки, стремятся обсудить с менеджерами банков интересующие их новости/вопросы.

«У меня персональный менеджер в банке, я их сам теребил, спрашивал. Они звонят сами, но не всегда, когда надо. Я новости узнаю быстрее, на форумах общаюсь, в руководстве есть знакомые. Поэтому, когда надо, звоню и расспрашиваю». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)

Но нарастание контроля вызывает тревогу и желание анонимности



Банки вторгаются и начинают контролировать и регулировать финансовые потоки потребителей.

Банк может «заморозить» входящий и исходящий платеж, запросить подтверждение происхождения финансов при попытке снять крупную сумму.

«Мне переводили большую сумму, ее заблокировали, причем мне это пришлось выяснять. Они подтвердили, что заблокировали, мне пришлось подтвердить, что они действительно предназначены мне. Честным словом, что я действительно ждал этот перевод. Это случается с крупными суммами». (массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)



Банки «сотрудничают» с государством не в пользу своих клиентов.

Предоставляют информацию о счетах и движении средств по запросу ФСН, ФСО и т.д., без уведомления списывают средства со счета по запросу судебных приставов.

«Сам банк просто списывает штрафы. Я не согласен с государством, могу с ним судиться, но средства уже автоматически списались. Вообще больше всего люди сейчас боятся государства потому, что, получается, оно имеет полное право на всё, и банки ему в этом помогают». (МВС, Екатеринбург, 30-45 лет, группы)



Видение будущего

Ожидаемые изменения в банковской системе



В ближайшем будущем: взаимодействие между банками и их клиентами станет беспрепятственным

Исчезнут комиссии за межбанковские переводы, трансграничное взаимодействие между банками станет быстрым, удобным для клиентов и также бесплатным.

*«Для меня новинкой стала возможность зачисления денег на карту ВТБ, Росбанка со счета в Сбербанке без комиссии. Помнится, что еще год назад я пробовал такое сделать, и ничего не получилось, Сбербанк в транзакции отказал. А недавно попробовал, и оказалось, что работает отлично. И происходит это практически мгновенно. Т.е. можно один раз в месяц сложить деньги на счет - и всё!»
(Массовый, карта, 40 лет, муж., Екат., блогер)*



В отдаленном будущем: ситуация на рынке кардинально изменится - количество банков сократится

Останутся только крупные банки. В самых негативных прогнозах – один банк, полностью контролируемый государством.

«Первая мысль – в будущем банков будет меньше, сейчас в новостях - каждый день закрываются. А кто останется – борзеть начнут, монополия начнется, и всё придет к социализму.» (МВС, 30-45 лет, Екат., группы)

Ожидаемые изменения в индустрии платежей и платежных инструментов



В ближайшем будущем: полный отказ от наличных

*«Роль банков увеличится, потому что наличность будет уходить. Будут электронные деньги, в основном, а наличные будут лежать в банках, как золото»
(трендсеттеры, массовый+МВС, 36-45 лет, Москва, группы)*



В ближайшем будущем: унификация банковских карт и приложений

Управление счетами в разных банках посредством одной карты/приложения.

*«Появится одна карта всех банков, в которую привязываются карты всех других банков. Такие штуки появляются уже – в одну карту можно зашить до 5-10 карт других банков и пользоваться, только в приложении выбираешь, какой картой где оплачиваешь».
(Массовый, 30-45 лет, Москва, группы)*



В обозримом будущем: слияние платежных инструментов и носителей личной информации

Одна карта, хранящая как финансовую информацию, так и личную (идентификация личности, водительские права, страховка и т.п.)

Ожидаемые изменения: отказ от физических носителей информации



В ближайшем будущем:

идентификация по сетчатке глаза

Заменит некоторые физические носители информации, по большей части, относящиеся к вопросам идентификации личности.

«В Швеции уже четырём тысячам человек внедрили чип под кожу, там все документы, для идентификации и для прохода на работу. У нас сейчас это тоже вводится, пытаются ставить терминалы FaceID, загранпаспорта уже делают по сетчатке глаза». (трендсеттеры, массовый+МВС, 30-45 лет, Москва, группы)



В обозримом будущем:

**имплантированные микрочипы
станут универсальным носителем
информации**

От личных данных и медицинской истории до банковских счетов.

Потребители 20-35 с бОльшим энтузиазмом встречают прогресс

 В большей степени увлечены технологическими новшествами, быстро и активно встраивают их в свою жизнь.

«Я попробую чипы. Я люблю новые технологии. Все ругаются на смартфоны, на автомобили, что они ломаются. Но они совершенствуются».
(трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)

 Не сильно беспокоятся за сбор и консолидацию данных о них.

«Главное, чтобы чип здоровью не вредил».
(трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 25-35 лет, группы)

 Более готовы к дальнейшему активному развитию платежной индустрии.

Потребители 35+ испытывают больше сомнений и опасений

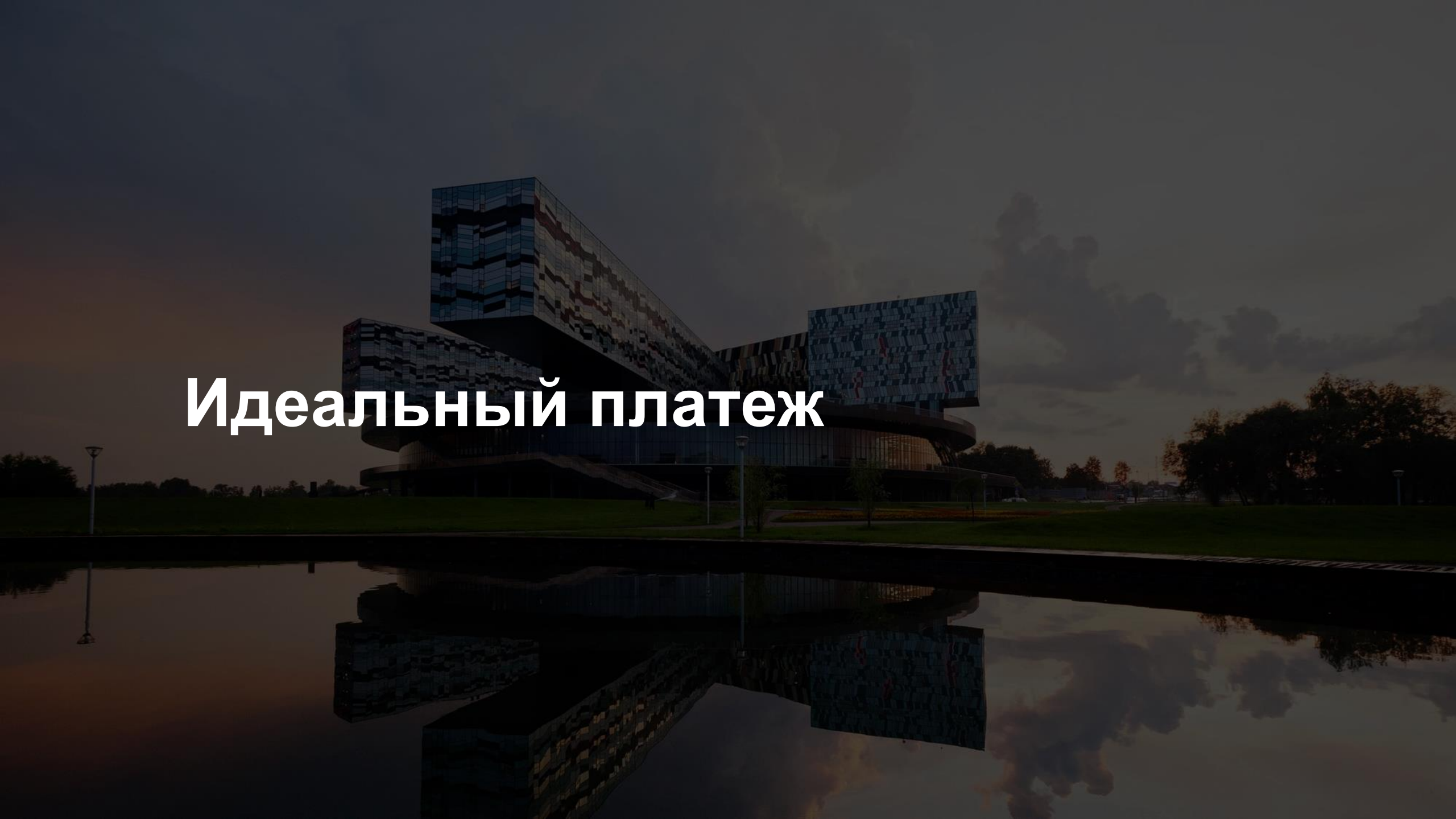
 Несколько ошеломлены темпами развития банков и платежной индустрии.

 Обеспокоены тем, что их данные собираются и консолидируются.

 Опасаются, что будущее превратится в антиутопию с тотальным контролем государства.

«Чипы - это вообще ужас. Просто «Большой брат смотрит на тебя» или фильм «Время». Кажется, что сначала они вживят чипы, будут собирать вообще всю информацию про тебя, а потом начнут управлять, подсаживать какие-то мысли так, что ты сам даже не поймешь, что это не твои мысли. Как в книгах. Жутко это всё». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 35-45 лет, группы)

Идеальный платеж



Составляющие идеального платежа



Ожидаемый



Быстрый



Безопасный



Бесплатный



**Избавляющий потребителя от
хлопот**

Ожидаемый платеж = известны время списания и сумма



Четко понимать момент списания денег - необходимость.

Платеж, списанный в неожиданный для потребителя момент, вызывает негативные эмоции.



Запланировать – не значит помнить.

Потребители забывают о том, что заранее дали согласие на проведение платежа/настроили подписку/автоплатеж. Момент списания оплаты становится для них моментом потери денег.



Знать заранее точную сумму оплаты = чувствовать себя спокойно.

Потребителю важно до совершения покупки товара и особенно услуги понимать, с какой суммой он расстанется.

«В салоне красоты тебе подбирают вид окрашивания, и не всегда удобно спросить стоимость, так что ждешь сумму как приговора. В идеале было бы стеклянные панели прозрачные, тебе предлагают, высвечивается сумма, ты говоришь, хочу или нет. Понимаешь сразу, на сколько ты попал». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 30-45 лет, группы)

Быстрый платеж = мгновенное списание и мгновенный возврат средств



Ожидание молниеносного проведения платежа

Транзакция должна проходить секунда в секунду, момент осуществления оплаты, момент списания денег со счета и момент получения денег продавцом должны слиться.

«Неприятный опыт – пришлось делать возврат неподходящего товара в магазин, а сумма за него поступит в течении 3-45 дней. Это очень неудобно, надо сохранить чеки и контролировать поступление. В идеале должно быть как при оплате наличными, надо, чтобы деньги я видела на карте сразу. Если бы оплата была наличными, то деньги бы выдали сразу». (трендсеттер, карта, МВС, 44 года, жен., Екат., блоги)



Ожидание быстрого возврата средств в случае отказа от покупки

Зачисление денег на счет должно происходить в момент оформления возврата товара. Несколько дней ожидания становятся недопустимыми.

Безопасность платежа = защита потребителя от потери денег



Ожидание полной защиты данных платежного инструмента от кибермошенников



Желание тотальной защиты покупателя от мошенничества со стороны поставщика товаров или услуг

Возможность быстро отозвать платеж в случае, если продавец оказался недобросовестным.

«На компьютерах есть решение, ты заходишь на сайт, тебе говорят, что сайт опасен, блокирует. В идеале аналогично защищать платеж должен банк, которому ты доверил свои деньги. Если банк говорит, что ты на этом сайте можешь платить, ты можешь ему доверять».
(трендсеттеры, массовый + МВС, Москва., 36-45 лет, группы)

Бесплатность платежа = отсутствие платы за инструмент и за транзакции



Бесплатное владение платежными инструментами

Выполнить условия, при которых плата за обслуживание не взимается, должно быть просто.

«Сейчас постоянным клиентам карты предлагаются без годового обслуживания. Почтабанк – молодой, развивается, у меня там был открыт вклад, они мне предложили карту, я не отказалась, т.к. она бесплатная». (трендсеттеры, массовый + МВС, Екат., 36-45 лет, группы)



Бесплатное проведение транзакций

Комиссии за проведение оплаты – пережиток прошлого, в том числе в контексте трансграничных платежей.

«С комиссиями ситуация уже сейчас меняется. ВТБ возвращает тебе на карточку деньги, которые ты заплатил в качестве комиссии за переводы в другие банки, если выполняешь определенные условия. Есть возможность зайти в мобильное приложение и пополнить свой счет с карты другого банка без комиссии. Альфа-Банк первым этот сервис запустил, у банка Тинькофф тоже он есть». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)

Платеж без хлопот = упрощающий, а не усложняющий процесс покупки



Механика оплаты – максимально быстрая, простая, желательно почти автоматическая

Платеж не должен требовать от потребителя специальных платежных действий.

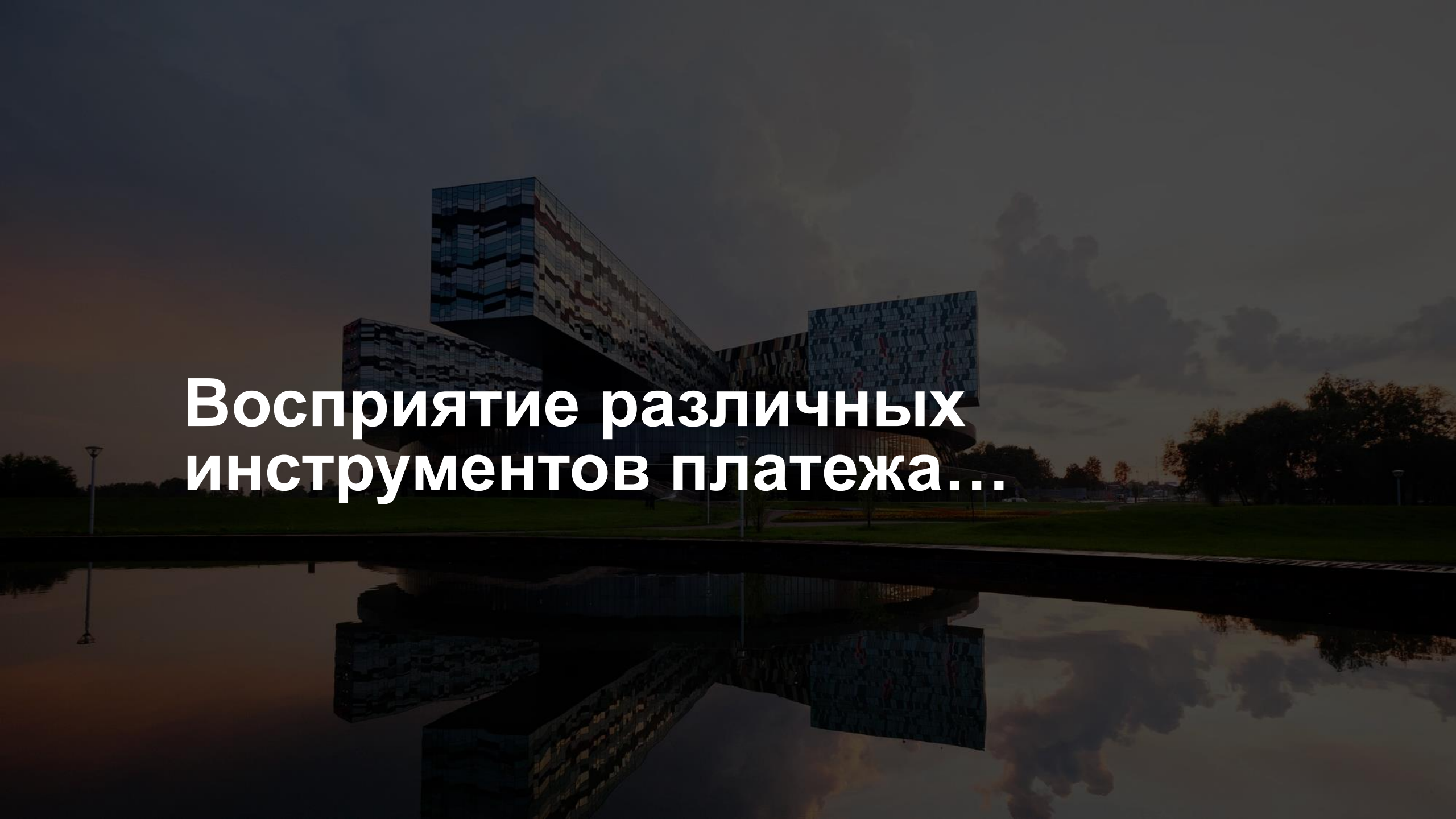
«В идеале вообще -прошел просто мимо касс и всё, как сейчас Amazon Go сделали, ничего даже самому «пропикивать» не нужно и даже телефон никуда не нужно прикладывать». (трендсеттеры, массовый + МВС, Москва, 36-45 лет, группы)



Максимальное распространение удаленной оплаты

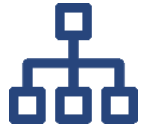
В том числе для крупных покупок (автомобиль, участок), оплата которых сейчас производится лично.

«Есть уже потрясающее приложение у «Ингосстрах», в котором можно застраховать машину через видеозвонок. Я показала мужчине машину. Никуда не ездила, просто в своем дворе застраховала: оплатила в приложении, мне прислали документы, я их распечатала и положила к себе. Вот можно было бы так и покупать: через голограмму всё посмотрел, сидя на диване, оплатил, а ее тебе к дому с бантиком и номерами привезли потом». (МВС, Москва, 30-45 лет, группы)

A photograph of a modern building with a facade made of colorful, pixelated tiles in shades of blue, red, and white. The building is situated behind a green lawn and a body of water. The sky is dark with some clouds, and the building's reflection is clearly visible in the water. The text "Восприятие различных инструментов платежа..." is overlaid in white on the left side of the image.

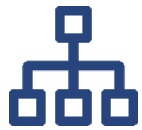
**Восприятие различных
инструментов платежа...**

В изобилии платежных инструментов легко запутаться



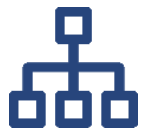
Ассортимент инструментов платежа постоянно расширяется.

Индустрия платежей переживает настоящий подъем: за последние 5 лет ассортимент инструментов оплаты вырос больше, чем за предыдущие 20.



Личный опыт использования различных инструментов ограничен.

Какие-то инструменты платежа могут вообще не использоваться, какие-то – использоваться редко.

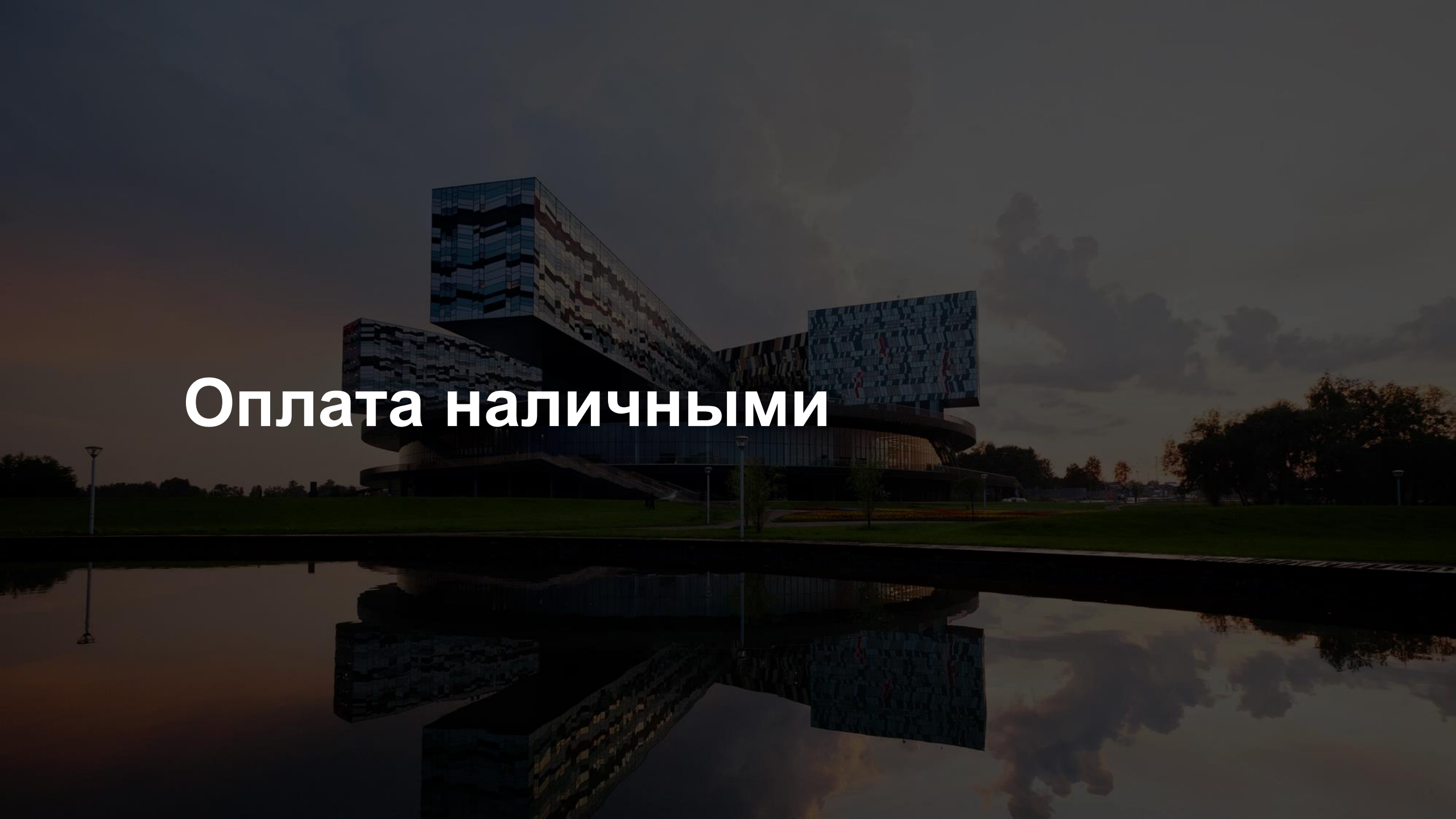


Структурировать рынок потребителям сложно.

Даже трендсеттеры не сразу вырабатывают адекватный критерий для структуры, у обычных пользователей зачастую вообще не получается создать логичную карту платежных инструментов.

Наиболее логичная структура рынка платежных инструментов в понимании потребителей



A photograph of a modern, multi-story building with a facade made of colorful, rectangular panels in shades of blue, green, and red. The building is situated on a grassy area next to a body of water, which reflects the building and the sky. The sky is overcast with grey clouds. The text "Оплата наличными" is overlaid in white on the left side of the image.

Оплата наличными

Наличные: автономность, проигравшая удобству



Пользоваться наличными неудобно.

Долго, медленно, хлопотно и с ограниченными в моменте возможностями оплаты: «сколько с тобой, столько и есть».

«Такое ощущение, что в деревне у бабушки. Вроде, всё родное, но где-то там осталось, с коврами на стене. Наличные всегда все любили и будут любить, их можно пощупать... Но скучновато, конечно, развития и инноваций тут нет». (трендсеттеры, массовый + МВС, 25-35 лет, Москва, группы)



Но обладать ими приятно.

Даже молодые потребители отмечают, что обладание наличными и их пересчет доставляет яркие положительные эмоции, которые не могут дать цифры баланса счета.

«Наличные – вот они, я чувствую, что это мои деньги, а карты – это деньги виртуальные, они уже становятся наполовину банковскими. Завтра тебя захотят наказать, ты пришел, у тебя на счете ноль. Это способ воздействия на любого человека». (МВС, 30-45 лет, Екат, группы)



Наличные дают независимость от технических средств и контроля.

Никто не может «заморозить» уже инициированную и совершенную оплату, и никто не может ее отследить.

Наличные уже плохо вписываются в современный ритм жизни



Наличные – это медленно и хлопотно: извлечение кошелька, поиск нужных купюр, обсуждение сдачи с продавцом, - всё это отнимает время и затрудняет процесс покупки.

«Сегодня был один момент: у продавца не нашлось сдачи. При фразе: «Посмотрите 12 рублей» , - я почувствовал себя обреченно, ведь я точно знаю, что монет у меня нет, а очередь за мной волнуется, ждёт, и тот самый "неумный и небыстрый" человек уже я. Но всё закончилось хорошо, сдачу нашли (хорошо что не жвачками Дональд)». (МВС, карты + электронные кошельки, 38 лет, муж., Москва, блоги)



Наличные – это не свободно: нужно планировать все покупки, иначе нужной суммы может с собой не оказаться.



Наличные – это не компактно: кошелек раздувается от купюр и особенно от мелочи.



Наличные – это негигиенично: купюры и монеты проходят через много рук.

«Я стараюсь носить с собой антисептик и пользоваться им после оплаты наличными, но не всегда хватает времени». (Массовый, оплата смартфоном, 30 лет, жен., Москва, блоги)

Наличные часто используют просто в силу привычки

Среди немногих рациональных преимуществ оплаты наличными называют:



Универсальность: наличные - единственный способ оплаты, который принимается везде.

«Сегодня пришлось нарушить условия эксперимента, т.к. закончились продукты, которые я принципиально покупаю на рынке, а там картой не расплатишься». (массовый, наличные, 40 лет, жен., блоги)



Анонимность: только наличные полностью скрывают историю движения средств от третьих лиц (начиная с жены и заканчивая ФНС).

«Наличными удобнее всего оплачивать услуги и товары, которые не хотелось бы афишировать, как мне кажется. Например, подарки для близких». (МВС, карты + электронные кошельки, 38 лет, муж., Москва, блоги)



Вещественность: для части потребителей «аналоговость» наличных дает ощущение контроля и безопасности.

«С наличными я всегда контролирую свои расходы, держу в руках купюры и эффективнее распределяю свои финансы, а картой, бывает, оплатишь, и бац, на карте остаток средств не радует, когда картой оплачиваешь - не ощущаешь, как-то размывается ценность средств». (массовый, наличные, 24 года, муж., Москва, блоги)

Наличные уходят в прошлое, но постепенно



Банковские карты есть у значительной части потребителей.

К этому привела тотальная цифровизация всех выплат (от социальных пособий и пенсий до зарплат).



Даже самые преданные пользователи наличных готовы к их исчезновению в ближайшем будущем.

«Если не произойдет технического коллапса, то скорее всего через 10 лет наличная форма оплаты пропадет совсем». (МВС, наличные, 48 лет, муж., Москва, блоги)



Но в настоящее время обходиться без наличных не всегда возможно.

«В Хосте есть тисосамишитовый лес, женщина в кассе на мой вопрос, можно ли оплатить картой, сказала: «Терминал плохо работает». На мою просьбу попробовать она ответила, что он даже не включается. Говорит: «Облака набежали»...» (массовый, наличные, 29 лет, жен., Москва, блоги)

В некоторых ситуациях наличными всё ещё пользуются абсолютно все

До сих пор есть много ситуаций, когда оплата наличными считается нормальной, потому что она идет «мимо кассы»:



Покупка продуктов на открытых рынках зачастую возможна только за наличные.



Чаевые (в ресторанах, мастерам маникюра, косметологам и т.п.) в большинстве случаев невозможно списать с карты.



Услуги частных лиц (ремонтников, репетиторов, мастеров маникюра, парикмахеров, поставщиков дров/песка/земли за городом и т.п.) также оплачиваются «мимо кассы», т.е. наличными.

Но и некоторые официальные платежи выгоднее осуществлять наличными:



Крупные суммы (выплата ипотеки, покупка квартиры/дачи/участка, покупка машины) также зачастую выплачиваются наличными с целью избежать оплаты комиссии банку.

Имидж наличных непривлекателен даже для их активных пользователей



Наличные воспринимаются как **устаревший, скучный, дискомфортный метод оплаты.**

*«Деревня, нет сотовой связи и интернета, только Почта России, здесь скучно, как в музее, можно заехать для перезагрузки, но только на чуть-чуть, всегда здесь не хочется быть».
(трендсеттеры, массовый+МВС, 25-35 лет, Екат., группы)*



А их типичный активный пользователь ассоциируется с теми, кто не способен освоить другие, более продвинутые платежные решения: с **пожилыми людьми и детьми.**

«После болят, думаю, из десяти человек девять будут расплачиваться наличными, но скоро мы придём им на смену, и ситуация изменится, так как мое поколение уже платит картами и телефоном, ну и конечно, жители не Москвы платят наличными, образ мысли таких людей - «осторожно, на всякий случай». Они недоверчивые и хлебнувшие в прошлой жизни всякого обмана, но среди них есть и умные, просто живущие по принципу «лучше пере..., чем недо...» (МВС, оплата смартфоном, 45 года, жен., Москва, блоги)

Барьер к переходу на другие типы платежа легко преодолеть



Активное использование наличных – результат инертности и консерватизма («сила привычки»).

«Чаще всего я использую наличную форму оплаты. Пользуюсь я ей с детства, еще когда родители посылали меня в магазин за продуктами, т.к. других вариантов не было. Можно сказать, уже привычка!» (МВС, наличные, 48 лет, муж., Москва, блоги)



Даже непродолжительный опыт использования других форм платежей приводит к отказу от жесткого предпочтения наличных.

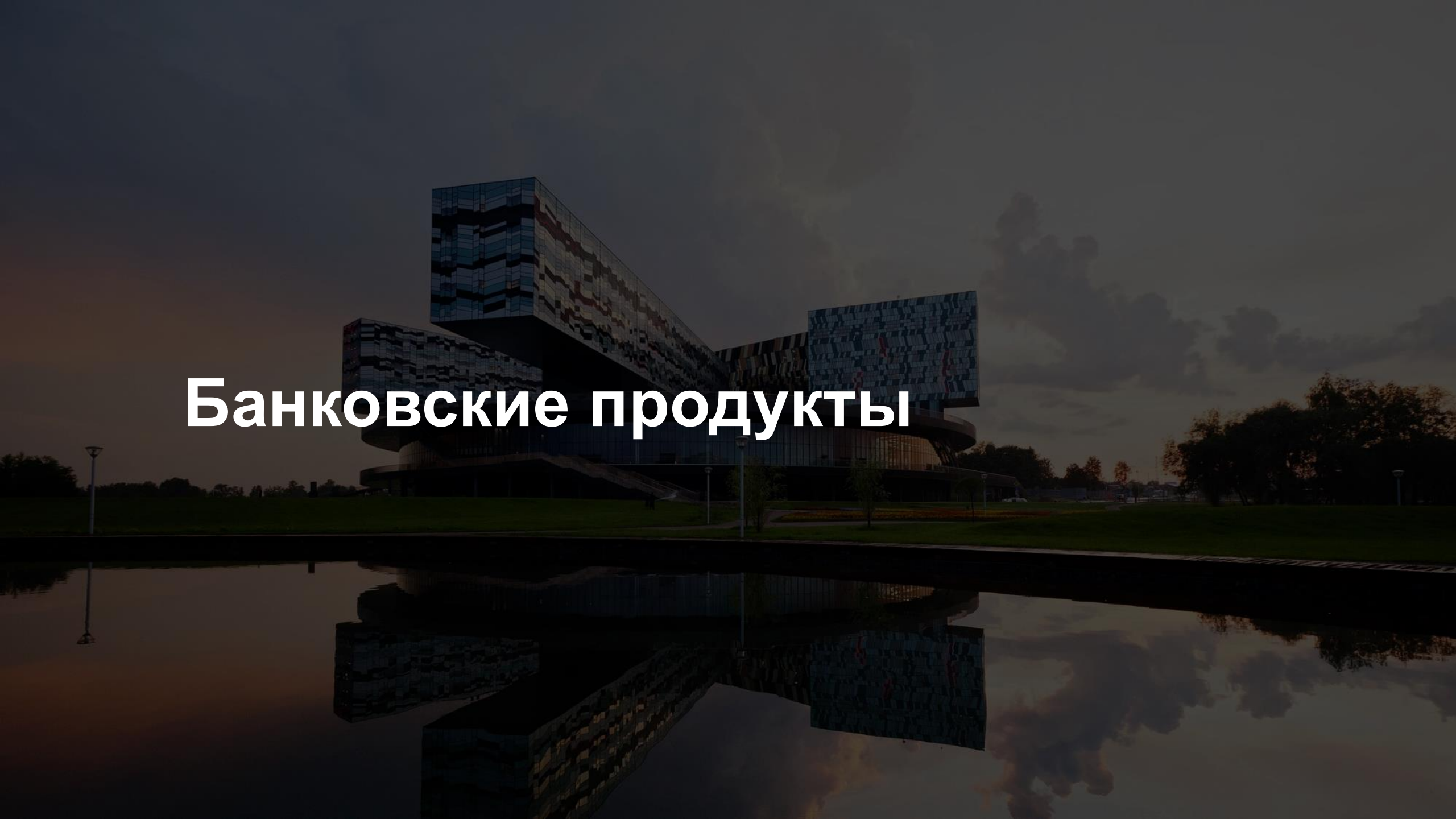
«Вообще, эксперимент любопытный. Я думаю, если бы везде принимали карты, я бы наличкой смог перестать пользоваться. Если бы в кафе можно было оставлять чаевые с карты, я бы тоже всегда платил бы картой... Конечно, иногда приятно держать деньги физически, но сдача монетами, конечно, неудобна. И при использовании карты этого эффекта нет. Не всегда хочется, чтобы системы больших данных знали, куда и сколько тратится денег, но с другой стороны, учёт вести проще, если платить картой». (МВС наличные, 33 года, муж., Москва, блоги)



В этом случае потребители начинают пробовать и экспериментировать с другими методами платежей.

«Я постараюсь использовать данный опыт и дальше. Узнаю на сайте своего банка о плюсах и выгодах расчетов картой. Пообщаюсь с друзьями, которые давно перешли на данный метод оплаты. Хочу еще попробовать оплачивать телефоном». (массовый, наличные, 49 лет, жен., Москва, блоги)

Банковские продукты



Банковские продукты: доверие, смешанное с зависимостью



Кредит доверия к банкам распространяется и на их продукты, в том числе на мобильные приложения.

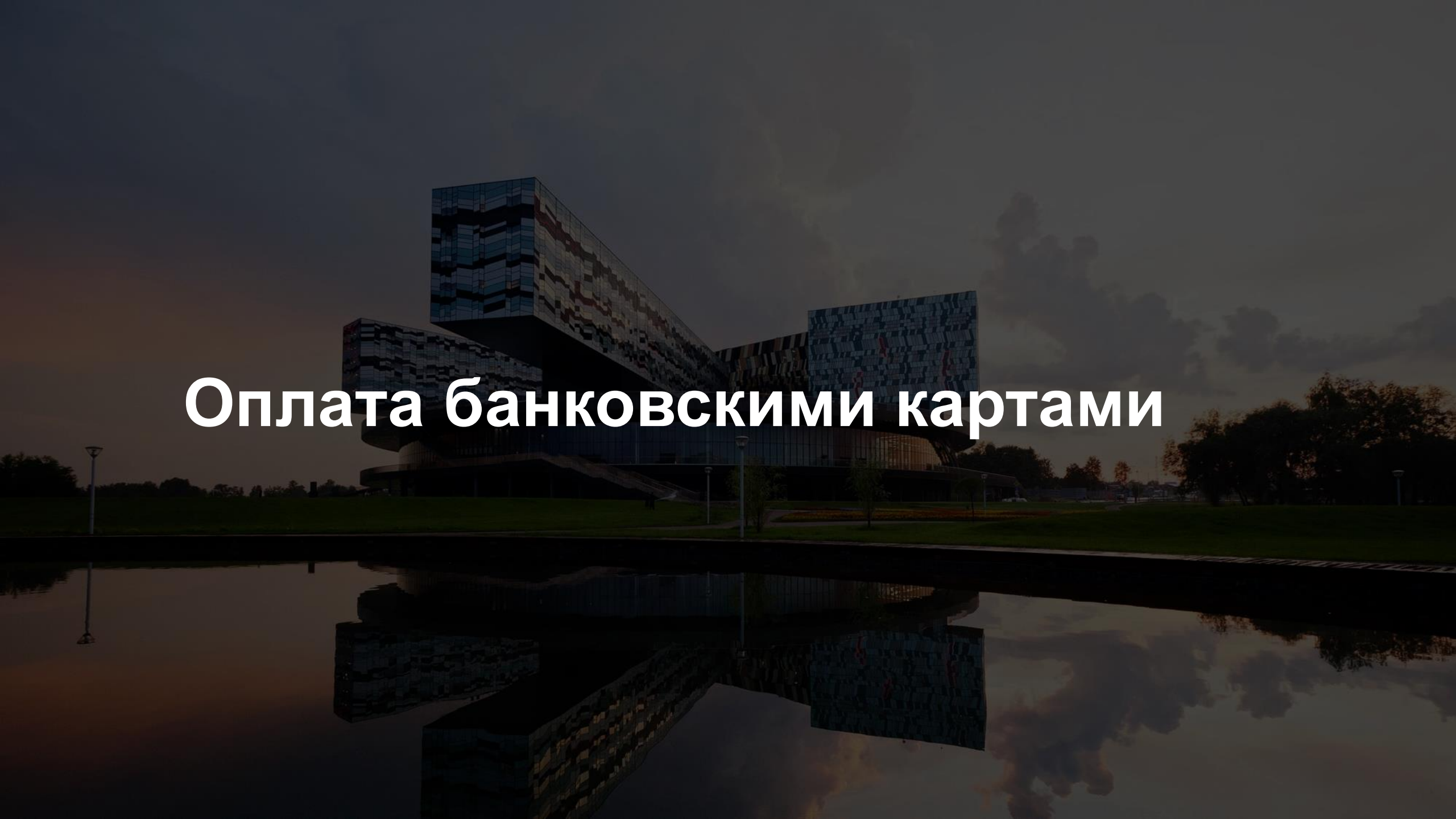
Потребители не боятся хранить деньги на картах и счетах, устанавливать мобильный банк на смартфоны.



Но использование банковских продуктов ставит потребителей в зависимое положение.

Они зависят и от стабильности самого банка, и от его политики безопасности, могут остаться без средств за границей, если банк решит заблокировать карту, не смогу провести платеж, если банку он покажется подозрительным и т.п.

«Это Москва-Сити, всё растет, развивается, очень быстрый темп жизни, но холодновато, неуютно. Да и штормит местами: то котировки рухнут, все бегает и переживают, то еще что. Какая-то неизвестность и беспомощность присутствует». (трендсеттеры, массовый + МВС, 36-45 лет, Москва, группы)

A modern, multi-story building with a facade made of colorful, rectangular panels in shades of blue, green, and yellow. The building is situated on a grassy area next to a body of water, which reflects the building and the sky. The sky is overcast with grey clouds. The text "Оплата банковскими картами" is overlaid in the center of the image.

Оплата банковскими картами

Банковские карты – новый платежный «the must»



Банковская карта – новая норма оплаты: потребители сами получают средства (стипендии, пенсии, зарплаты и пособия) на карту и по умолчанию ожидают, что за товар или услугу можно расплатиться картой.

«Однажды в кафе мне перед заказом сказали, что оплаты картой мы принимаем от 1000 рублей. Я, конечно, в шоке была, больше я туда никогда не приду». (МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)



Расплатиться картами стало возможно даже в магазинах старого типа, небольших городах и сельской местности (хоть и не везде).

«Сегодня с сыном ездили гулять загород. Пошел дождик, и нам пришлось забежать в местный магазин. К великому моему удивлению, магазин имел старый формат торговли (через прилавков). Стояли старые весы, а неожиданностью стало наличие современного проводного платежного терминала». (массовый, электронные кошельки, 33 года, жен., Москва, блоги)

Устаревшие, современные и прогрессивные - это всё про банковские карты

Потребители настолько хорошо осведомлены о картах, что дифференцируют их:



Карты без чипа считаются устаревшими.



Карты с чипом – современными.



Карты с возможностью бесконтактной оплаты – самыми продвинутыми.

Оплата картами обеспечивает уже привычный уровень комфорта



Оплата картой – это удобно: оплата происходит быстро, не нужно волноваться о сдаче, не нужно носить с собой толстый кошелек и т.п.



Оплата картой – это безопасно: потребитель застрахован от фальшивых купюр, обсчета кассиром, кроме того, потеря карты не означает потерю денег.



Оплата картой – это свободно: не нужно заранее планировать покупки и специально заботиться о том, чтобы нужная сумма была с собой.

«Для меня удобно, что можно не таскать кошелек, не отсчитывать нужную сумму на кассе и большой бонус, что карточка маленькая, и можно положить в маленькую сумочку и пойти в театр, кино и т.д. - кошелек, как правило, не влезает в миниатюрные женские сумки». (массовый, электронные кошельки, 41 лет, жен., Москва, блоги)

Оплата картами – пропуск в мир покупок онлайн



Оплата картой делает трансграничный шопинг возможным.

Позволяет покупать в иностранных интернет-магазинах, которые работают только по предоплате.

«Любимый способ оплаты – картой онлайн. Я сижу на Али Экспрессе, себя радую, дебетовая заканчивается, расплачиваюсь кредиткой, там льготный период, банкомат не надо искать, а самое приятное, что можно себе всё позволить, не выходя из дома». (МВС, 30-45, Екат, группы)



Оплата картой помогает организовывать путешествия, не вставая со стула.

Покупка билетов, бронирование отелей и автомобилей осуществляется только посредством банковской карты.

«Когда берешь билеты в отпуск, кредитка выручает, я заранее могу поймать выгодную цену на билеты, отель без карты тоже не забронируешь». (Массовый, 30-45, Екат, группы)



Оплата картой – максимально распространенное средство платежа онлайн.

Оплату картой принимают почти все поставщики товаров и услуг (в отличие от оплаты виртуальными кошельками).

Оплата картой стала финансовым инструментом



Оплата картой – не просто способ расстаться с деньгами, но и возможность их сохранить или даже «заработать»: банковские карты дают возможность скидок, участия в акциях, накопления бонусов, получения кешбэков.



Расплачиваясь картой, проще вести бюджет: современные онлайн- и мобильные банки ведут учет трат и классифицируют их по статьям (мобильная связь, транспорт, ЖКХ и т.п.)

«А если крупная покупка, то хочется вернуть кешбэк и получить бонусы лояльности. Например, большие покупки я оплачиваю через платформу кешбэка (таких сейчас много) и картой, где есть максимальный кешбэк, ну и конечно же, у каждого магазина есть свои карты лояльности, про них тоже не стоит забывать при большой покупке». (массовый, карты, 33 года, муж., Москва, блоги)

Но иногда карты беспомощны, и на помощь приходят наличные



Картой можно расплатиться не за всё. Чаевые, покупки на рынках/у бабушек у метро остаются территорией наличных.

«Так получилось, что сегодня завтракали с ребёнком в Kitchen на Ходынке. Это не Макдоналдс, завтрак на двоих 760р. Платил картой. Оценка - 6 баллов, неудобно, так как имею привычку оставлять чаевые, а с картой приходится морочиться - картой заплати, мелкую наличку отдельно найди...» (МВС, наличные, 43 года, муж., Москва, блоги)



Даже в местах, оснащенных POS-терминалами, случаются **технические неполадки, когда расплатиться картой невозможно.**

«Наличные оказываются спасением, особенно в тех ситуациях, когда ты стоишь после трудового дня уже с тележкой, полной продуктов, у кассы в очереди и узнаешь, что оплата по банковской карте не проходит».
(массовый, наличные, 30 лет, жен., Москва, блоги)

Оплата картой иногда ухудшает условия сделки



Банковские комиссии (особенно за крупные покупки, например, недвижимость, автомобиль) вынуждают потребителей использовать наличные.

«Если платить наличными, то на крупных покупках будет существенная экономия (отсутствие комиссии за перевод). Но даже в повседневной жизни, в автосалоне, где я обслуживаю авто, например, при оплате по безналу комиссия 10%». (МВС, наличные, 41 лет, муж., Москва, блогги)



Оплата картой усложняет и удлиняет возврат товара. В случае, когда вероятность возврата высокая (покупка одежды/обуви в подарок или без примерки), потребители предпочитают платить наличными.

«Утром в Адидасе купила кроссовки себе и своему молодому человеку по акции «скидка 40% на вторую пару». Дома поняла, что размер мне маловат. А молодому человеку его кроссовки очень понравились. Поехали менять. Моего размера там не оказалось, поэтому пришлось сделать возврат обеих кроссовок. И повторно купить за полную стоимость те, которые уже были на ногах моего парня! В итоге тот факт, что я оплатила изначально все картой, а не наличными, как обычно, сыграл со мной злую шутку. Вместо того, чтобы приехать и просто забрать свои деньги, я проторчала в магазине, заполняя какие-то бумажки, дополнительно заплатила полную стоимость второй раз и теперь еще жду деньги!» (массовый, наличные, 40 лет, жен., Москва, блогги)

С банковской картой оплата остается отдельным процессом



Оплата требует дополнительных действий: найти и достать кошелек, извлечь карту, потом положить всё обратно, одновременно забирая покупки.



Оплата требует концентрации внимания: необходимо вспомнить ПИН-код, не забыть забрать карту, если она не бесконтактная.

«Оплачивала покупку банковской картой: ПИН-код вспоминала пять минут, перенервничала, вспомнила, отошла от магазина и принялась проверять наличие карты в своей сумочке. Катастрофа - карты нет.... неужели забыла вытащить?! Нет - оказалась в кармане пиджака». (массовый, электронные кошельки, 33 года, жен., Москва, блоги)

Эмоциональное восприятие карт зависит от опыта использования разных способов платежа



Пользователи наличных и банковских карт считают карты универсальным, удобным, современным, прогрессивным, динамичным способом оплаты.

«В наше время это может быть абсолютно любой человек - от студента до бабушки, это может быть работающая женщина/мужчина, домохозяйка, кто угодно. Какого-то одного образа у меня в голове нет, карточки стали настолько повсеместным способом оплаты, что мне сложно представить, что кто-то ими не пользуется совсем». (трендсеттер, МВС, оплата смартфоном, 30 лет, жен, Москва, блоги)

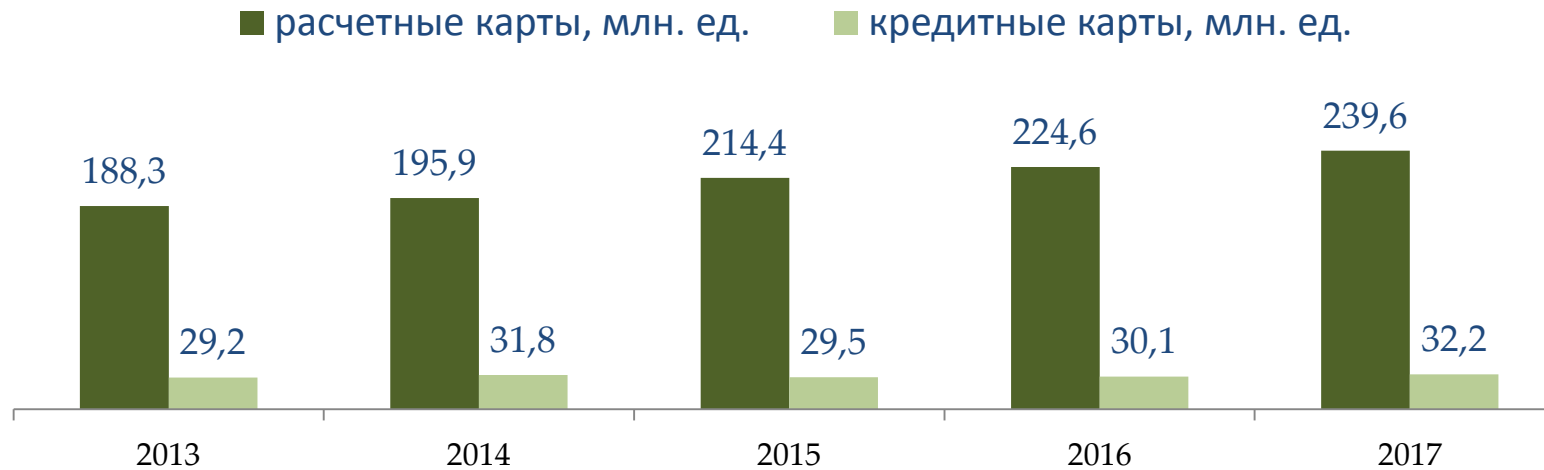


Те, кто платят смартфоном, считают карты устаревающим, скучным, недостаточно удобным и недостаточно динамичным инструментом оплаты.

«Это человек от 35 лет, консервативного склада ума, возможно, со старым типом телефона, не доверяющий новым способам оплаты, предпочитающий проверенные и надежные банковские карты. Человек, который умет считать деньги и следит за балансом банковского счета, но не любит носить много мелочи в кошельке и, скорее всего, работает по рабочей специальности, т. к. это ближе всего для его склада ума». (трендсеттер, массовый, оплата смартфоном, 47 лет, жен., Москва, блоги)

Оплата картой в большинстве случаев = оплата дебетовой картой

Динамика количества платежных карт в РФ, 2013-2017 гг., млн. ед.



Источник: данные Центрального банка РФ, расчеты Validata

Оплата кредитной картой: барьер сохраняется



Пользоваться кредиткой = жить в долг.

У многих потребителей есть эмоциональный барьер к использованию кредитных карт.

«Мне своих денег хватает. Какое веселье кредитную карту иметь? Там же отдавать свои надо. У меня друг постоянно не укладывался. Сейчас у него 4 кредитные карточки». (МВС, 30-45 лет, Екат., группы)



Пользоваться кредиткой = постоянно помнить о датах и/или платить проценты.

Потребители все еще боятся просрочек и процентов, поэтому используют кредитку только как источник дополнительных денег, когда своих не хватает.



Только «стремящиеся к финансовой выгоде» используют кредитную карту часто и активно.

Для них кредитка – финансовый инструмент: она позволяет заработать повышенный кешбэк или максимально долго сохранить деньги на счете, по которому начисляется процент.

«Моя главная карта – кредитка ВТБ, везде расплачиваюсь. Я пользуюсь деньгами банка, а мои деньги в это время лежат и процент приносят. Я погашаю ее в льготный период, процент не плачу. Плюс идет 4% кешбэк милями или 5%, если платишь телефоном». (трендсеттеры, массовый+МВС, 36-45 лет, Екат., группы)

Карты рассрочки: интересный, но новый и сырой продукт



Осведомленность потребителей о продукте невысокая.

Карты рассрочки не вспоминают спонтанно, многие знают о их существовании, но не знакомы с условиями использования.



На эмоциональном уровне ассоциируется с бедностью, нехваткой денег на текущие расходы.



Но на поверку использование оказывается не выгодным.

Условия бесплатного владения картой уступают условиям по кэшбэкам и скидкам уже имеющихся у потребителей карт.

«Карты рассрочки, никого обидеть не хочу, но это для тех, у кого нет денег... К тому же на кредитке у меня кэшбэки и четкий льготный период, а здесь – непонятно, ощущение, что всегда будешь попадать на проценты».
(трендсеттеры, массовый+МВС, 30-45 лет, Екат., группы)

Онлайн-банк и мобильный банк

A modern, multi-story building with a glass facade is reflected in a body of water. The building has a unique, angular design with several rectangular volumes. The sky is overcast with dark clouds. The water is calm, creating a clear reflection of the building and the sky. The overall scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn.

Главная функция онлайн- и мобильного банка – управление состоянием счета



Через эти сервисы проверяют состояние счета.

Проверяют баланс и отслеживают правильность списанных сумм.



Здесь потребители самостоятельно подключают новые продукты.

Заказывают новые карты, счета и т.п.



И ведут бюджет постфактум.

Благодаря автоматически предоставляемым разбивкам по категориям потребители анализируют траты за прошедший месяц.

«Для ведения бюджета семьи, чтобы не запоминать в течение дня, в конце можно зайти в личный кабинет, посмотреть, куда тратил. Смотрю раз в три дня, знаю, что через неделю я уже не вспомню, что покупала в аптеке на такую сумму». (трендсеттеры, массовый+МВС, 36-45 лет, Екат., группы)

Перевод с карты на карту – новый метод оплат «мимо кассы»



Переводы через мобильный банк заменяют наличные для проведения нелегальных платежей в офлайн-ситуациях.

При покупках на рынке, переводе чаевых, оплаты такси или услуг мастера красоты, ремонтной бригады и т.п.

«Я переводил за услуги мастера по ремонту. Там ощутимая сумма, мне удобно, что она фиксируется, потом может вопрос возникнуть, платил или нет. Он с похмелья забудет, а ты ему покажешь, вот, я тебе переводил.» (массовый+МВС, 50-65 лет, Москва, группы)



Переводы как метод оплаты покупок онлайн также распространены.

Продавцы, принимающие оплату на личные карты, обычно предлагают более выгодные цены.

«Совместные закупки - несколько человек выбирают себе БАД, лекарства на iHerb.com. Доставка из Америки стоит немаленьких денег. Но если мы скинемся и группой оплатим большой заказ, то доставка будет бесплатной. Я перевожу деньги инициатору закупки за свой заказ прямо с телефона, через мобильный банк. И мне не нужно ехать к тому человеку на другой конец города и везти ему наличку. Удобно? Не то слово!» (массовый, карта, 40 лет, муж, блогер)

Официальные платежи через мобильный/онлайн-банк менее популярны



Ассортимент оплат ограничен услугами операторов связи, ЖКХ, налогами и штрафами. Коммерческие оплаты (по выставленному электронному счету) не распространены.



Часть ЦА предпочитает оплату ЖКХ, налогов и штрафов совершать в отделении банка. В условиях недостаточного внедрения документооборота потребители вынуждены собирать «синие чеки» для официальных инстанций.

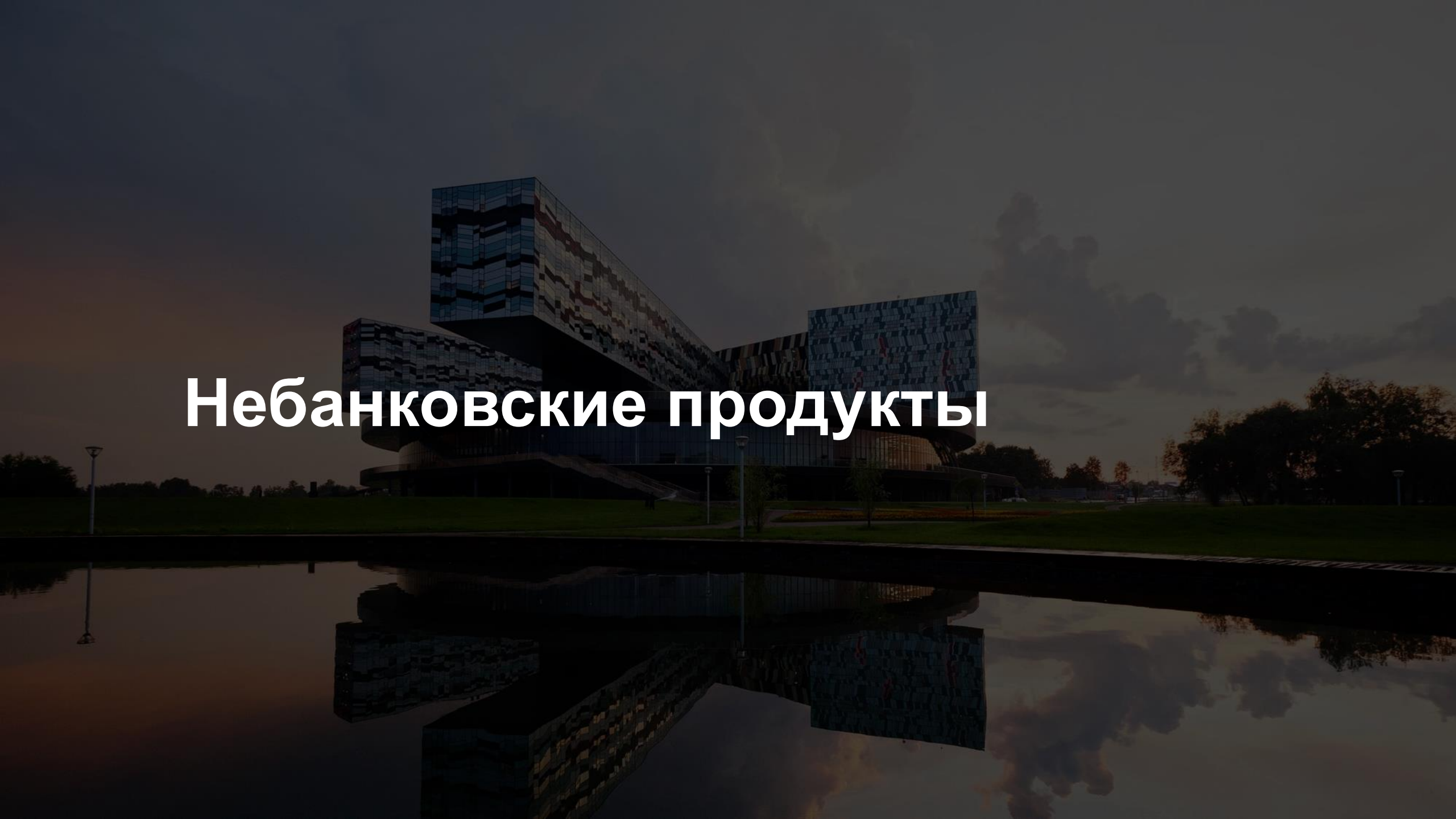
«Я стараюсь оплачивать не онлайн, потому что сдаю 3-НДФЛ, в налоговой нужны оригиналы квитанций. Я подаю на существенную сумму к возврату и храню эти квитанции». (МВС, 30-45 лет, Екат., группы)



Другая часть ЦА платит через небанковские приложения и сайты в погоне за кешбэками. Оплата через мобильный/онлайн-банк считается переводом, за который кешбэк не начисляется.

«Сайт dom.gosuslugi.ru. Я сделал шаблон, очень удобно, и плюс в том, что я плачу картой и получаю кешбэк, а через онлайн-банк проходит как перевод, за это ничего не получаешь». (трендсеттеры, массовый + МВС, 36-45 лет, Москва, группы)

Небанковские продукты



Небанковские продукты: удобство, замешанное на риске



Оплата через небанковские сайты и приложения – единственный способ совершать покупки онлайн.



Ассортимент небанковских платежных продуктов активно развивается.

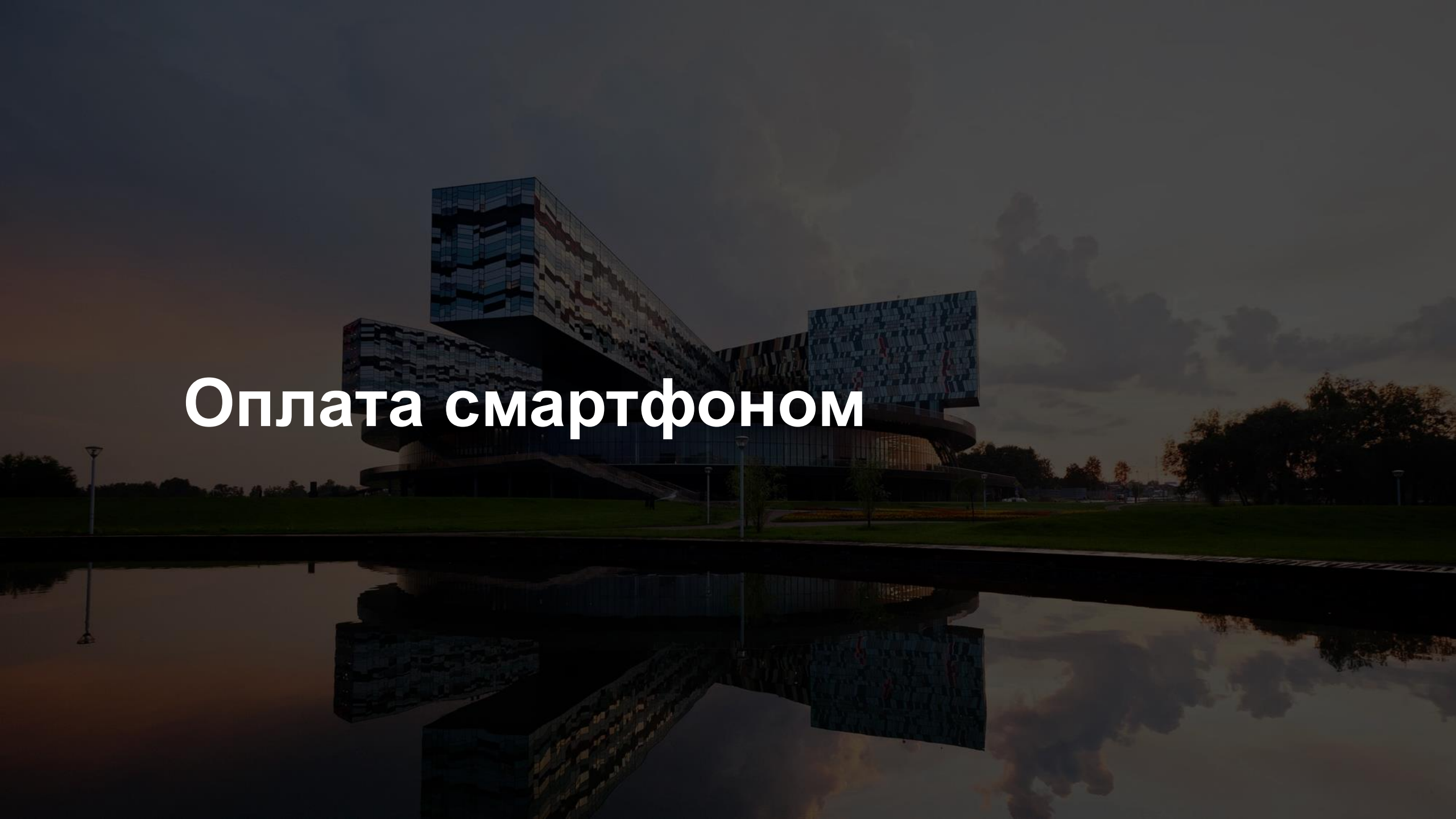
Появилась оплата смартфоном, каждый крупный продавец товаров и услуг предлагает возможность оплаты на своем сайте или через удобное приложение.



Но потребитель чувствует себя незащищенным.

Защита данных в небанковских продуктах кажется сомнительной, кроме того, сложно проверить добросовестность самого поставщика товара/услуги, а в спорных ситуациях взаимодействовать придется именно с ним.

«Бангкок. Вроде интересно, клево, но столько опасностей. То ли девушка, то ли не девушка. Если расслабился, не совсем правильно воспринимаешь реальность, зачем про это думать, если хочется понимать, что это девушка». (трендсеттеры, массовый + МВС, 25-35 лет, Москва, группы)

A photograph of a modern, multi-story building with a facade made of colorful, pixelated tiles. The building is situated on a grassy area next to a body of water, which reflects the building and the sky. The sky is overcast with grey clouds. The text "Оплата смартфоном" is overlaid in white on the left side of the image.

Оплата смартфоном

Оплата смартфоном – прорыв в мире способов платежей



Первый способ оплаты, стирающий границу между повседневной жизнью и распоряжением финансами.

«Смартфоном платит человек до 30 лет, ультрасовременный, разбирающийся во всех новых IT-технологиях! Человек, которому можно позавидовать, т.к. со стороны кажется, что его мир без границ (в хорошем понимании)». (массовый, наличные, 49 лет, жен., Москва, блоги)



Несмотря на новизну, активно распространяется, быстро становится возможным практически везде, где доступна просто оплата картой.

«Забегали сегодня в дворовую аптеку Адлера, покупала беруши для малыша, оплатила также телефоном! Так что обновлённые платежные терминалы стоят уже даже в отдалённых уголках города :) Неожиданно!» (массовый, наличные, 29 лет., жен., Москва, блоги)

Со смартфоном оплата – мгновение, а не процесс



Оплачивать смартфоном даже быстрее, чем картой.

«Не совсем привычно пользоваться картой, пришлось искать ее среди прочих в кошельке, вводить ПИН-код. 6 баллов, не совсем удобно, больше времени ушло на оплату. Если бы был выбор, оплатила бы, не задумываясь, Samsung Pay». (массовый, оплата смартфоном, 30 лет, жен., Москва, блоги)



Оплата смартфоном не требует от пользователя никаких специальных «платежных» усилий.

«У меня всегда телефон в руке или в сумочке, это удобно, так как не надо куда-то лезть, делать лишние движения, искать карту, вставлять карту и т.д.» (трендсеттеры, массовый+МВС, 25-35 лет, Екат., группы)



«Расставаться» с деньгами, оплачивая покупки смартфоном, легко.
Простота и удобство платежа делают процесс оплаты практически незаметным.

«Телефон всегда в руках, приложил и то, что ты захотел, твоё». (массовый + МВС, 25-35 лет, Москва, группы)

«Платить Apple Pay - это реально круто и практично. Ты следуешь современным тенденциям и новинкам. Всё очень просто и быстро – ведь телефон в моих руках почти постоянно. Человечество каждый год создаёт что-то новое и более практичное - вчера я оплачивала покупку по встроенному отпечатку пальцев в телефоне, а сегодня - просто посмотрев на телефон, по скану лица». (МВС, Оплата смартфоном, 21 год, жен, Москва, блоги)

Оплачивать смартфоном выгодно, но не все об этом знают



Все «приятные условия» карты (бонусы, кешбэки, скидки) распространяются и на оплату этой картой через смартфон.



Зачастую оплата смартфоном даёт ещё и **дополнительные скидки и бонусы.**

«Использовать Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay – мотивируют дополнительные бонусы и кешбэки от банков». (трендсеттер, карта, массовый, 28 лет, муж., Екат., блоги)



При этом у **непользователей** встречаются опасения, что за оплату смартфоном банки **берут дополнительную комиссию.**

«Я точно не знаю про Apple Pay, но насколько я слышал про эту платежную систему, там берут какую-то комиссию при оплате». (массовый, карты, 35 лет, муж., Москва, блоги)

Все карты в одном месте – это удобно



Возможность сохранения нескольких банковских карт в приложении разгружает кошелек и избавляет от необходимости держать в голове разные ПИН-коды.

«Не надо носить с собою целую кучу пластиковых карточек и помнить ПИН-коды от каждой из них. Достаточно один раз внести все данные в программу, и в будущем она станет всё делать за вас». (массовый, электронные кошельки, 34 года, муж., Москва, блоги)



Возможность сохранения карт лояльности в приложении разгружает сумку/кошелек и страхует потребителей от ситуации «забыл скидочную карту дома».

«Мои карты с бонусами теперь в приложении Android Pay, а кошелек и сумочка теперь легче, наверное, на килограмм». (МВС карты, 33 года., Москва, блоги)



Сохранение банковских карт и карт лояльности в одном приложении ускоряет процесс оплаты.

Оплата смартфоном – возможность подчеркнуть свой стиль



Оплата смартфоном – возможность продемонстрировать свою прогрессивность и современность.



Сама процедура оплаты полна приятных деталей: контакт и демонстрация современного смартфона, элегантность жеста оплаты, стильный звук, сигнализирующий об успешности операции.

«Плюс в том, что телефон всегда под рукой, и я его очень люблю, он такой розовый. Лишний раз его вытащить и приложить приятно, и потом, это очень современно, как мне кажется, то есть престижно. И само движение очень элегантное, и звук «Дзинь»!» (МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)

Технологический барьер тормозит распространение оплаты смартфоном



Необходим смартфон, поддерживающий функцию NFC.

И не у всех он есть.

«Оказалось, что с моего телефона нельзя проводить бесконтактную оплату, потому что у меня нет NFC. Немного расстроилась, потому что телефон относительно новый, непонятно, почему на нем нет NFC. Можно оплачивать только онлайн с Google Pay».
(массовый, карты, 27 лет., жен., Москва, блоги)



Необходимость «что-то настраивать в смартфоне» пугает и отталкивает.

«А по поводу оплаты мобильным телефоном - это тоже интересная технология, но нужно настраивать телефон, пока до этого руки не доходят». (массовый, электронные кошельки, 42 года, жен., Москва, блоги)



Технические неполадки при первых попытках использовать оплату смартфоном способны привести к отказу от этого способа.

«Оплату смартфоном до этого эксперимента пробовал лишь однажды, и неудачно, к сожалению, поэтому отложил этот способ до лучших времен. Благодаря эксперименту снова попробовал, и все получилось!» (МВС, карты, 40 лет., муж., Москва, блоги)

Впечатления от оплаты смартфоном сильно зависят от технических нюансов



Технические сложности (отсутствие сети, некорректная работа приложения, проблемы с распознаванием отпечатка) **могут нивелировать все преимущества оплаты смартфоном** и подтолкнуть потребителя к использованию других способов платежа.

«Честно говоря, я не в особом восторге от этого приложения. Срабатывает оно у меня через раз, и я не знаю, в чём причина - в моем телефоне или в терминале в магазине, но не всегда у меня получается оплатить, и тогда мне срочно приходится искать кошелек, чтобы найти карту или посмотреть наличку - всё это создает мне большие неудобства. Поэтому в ближайшее время я думаю закрыть для себя этот вид оплаты.» (МВС, карта, 28 лет, жен., Москва, блоги)



Следить за зарядом телефона становится критически важно. Севший смартфон = невозможность оплачивать покупки.

«Это удобно, так как телефон всегда с собой, и его практически невозможно забыть дома, правда, для телефона в сумочку добавился ещё и аккумулятор для подзарядки, но это уже другая тема и история». (МВС, Оплата смартфоном, 21 год, жен, Москва, блоги)

Потребители не совсем понимают, как обеспечивается защита данных и насколько это надежно



Беспокойство вызывает надежность защиты от дистанционного «взлома» смартфона.

«Стараюсь не привязывать все карты во избежание взлома и несанкционированного использования. Поэтому у меня привязана только карта для повседневных трат, на ней я не храню крупные суммы. Есть еще 2 карты для крупных покупок, но их я к смартфону не привязываю». (МВС, электронные кошельки, 37 лет, жен., Москва, блоги)



Защита данных и сохранность средств в случае потери смартфона кажется сомнительной.

«Не понимаю, как полностью обезопасить себя при утере/краже смартфона. Мне кажется, что подобрать пароль к смартфону проще, чем двухступенчатая система подтверждения (например, при оплате онлайн нужно ввести и данные карты, и смс-подтверждение, либо при офлайн-оплате - сама карта + ПИН-код)». (МВС, карты, 40 лет, муж., Москва, блоги)

Настройки безопасности усложняют бытовое использование смартфона



Обязательная идентификация для разблокировки смартфона усложняет и замедляет его использование.



Необходимость такой блокировки кажется излишней, т.к. непосредственно в момент оплаты также приходится вводить код идентификации.

«Теперь всё время требуется вводить ПИН-код или пароль, чтобы просто войти для своих каких-то других дел, ответить на смс или что-то посмотреть, это ужасно раздражает, возможно, я чайник, и это можно как-то исправить, но пока так и я не могу разобраться, как это изменить».

Пароль очень всё усложнил и замедлил, к тому же, мне кажется, быстрее достать карту, нежели достать телефон, ввести пароль непосредственно перед кассой, потом нажать Samsung Pay, опять ввести пароль, подождать(а иногда это было ожидание долгое). Мне кажется, с картой быстрее, и задержек обычно не было, я не помню такого». (массовый, электронные кошельки, 41 год, жен., Москва, блоги)

Отношение к оплате смартфоном разное, но всегда эмоциональное



Консервативных потребителей такой способ оплаты пугает и отталкивает, они считают это **позёрством и баловством**:

«Смартфоном платят фрики, гики, геи и прочие подобные личности)) Не умаляя возможных личных достоинств людей, которые выбирают такой способ, в большинстве своём это крайне эгоцентричные персонажи с крайне завышенной самооценкой, ну и со всеми вытекающими.»
(МВС, наличные, 43 года, муж., Москва, блоги)

«Человек, который пользуется таким методом оплаты, скорее всего недавно приобрел смартфон с такой функцией и просто экспериментирует или пытается впечатлить окружающих . Вероятно, он молод (лет 20 плюс-минус), неуверен в себе , своей работой не гордится или только в начале карьеры. Пытается привлечь к себе внимание, лишний раз достав кредитный телефон, и продемонстрировать кассиру свою продвинутость». (массовый, наличные, 24 года, муж., Москва, блоги)



Открытые к новому потребители считают оплату смартфоном **прогрессивным решением 21ого века в сфере платежей.**

«...мне нравится само действие прикладывания телефона к терминалу - приятно ощущать, что я шагаю в ногу с прогрессом. Некоторые мои знакомые, видя это, спросили, как я это сделала (привязала карту к телефону), и попросили помочь им в этом, мелочь, а приятно!»
(МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)

Решиться попробовать оплату смартфоном самостоятельно сложно

 **Инновационность, непривычность оплаты смартфоном и связанные с этим опасения – серьезный барьер к использованию.**

 **Преодолеть этот барьер эффективно помогает импульс извне.**

Позитивный опыт друзей/знакомых, подробное объяснение от профессионала способны убедить потребителя попробовать метод оплаты смартфоном.

 **Помощь в настройке приложения облегчает процесс перехода к оплате смартфоном.**

«Так как я являюсь клиентом Сбербанк Премьер, у меня есть личный менеджер банка, которая постоянно держит меня в курсе событий, какие вклады более выгодные появились, что нового в Сбербанке и т.д. Как-то я пришла к ней за выпиской со счета для визы, и она мне как раз и рассказала об этом приложении, и она же настроила мне в телефоне, я увидела, как там легко, и стала помогать другим, кто ко мне обращался (знакомым, друзьям)». (МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)

Личный опыт – лучшая мотивация продолжать оплачивать смартфоном



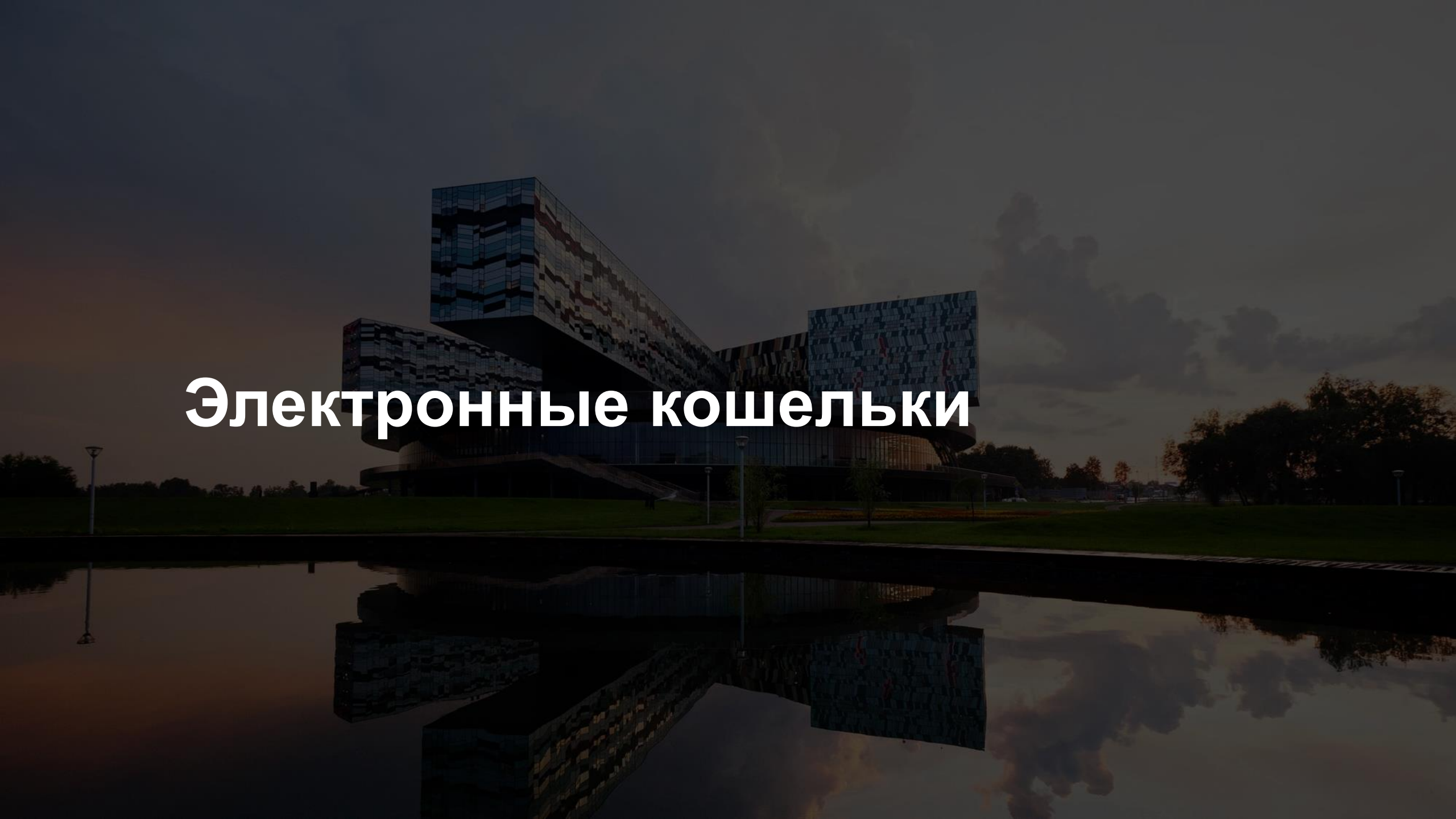
В процессе использования открывающиеся преимущества такого метода оплаты зачастую перевешивают недостатки.



Отношение к нему меняется: потребители встраивают его в свои платежные привычки.

«Данный способ оплаты оказался очень удобным, я испытывал сегодня только положительные эмоции, используя смартфон для оплаты. Apple Pay сохраняет все преимущества оплаты картой относительно оплаты наличными и в то же время гораздо удобнее карты, потому что смартфон всегда под рукой, не надо доставать кошелёк, все карты сразу в приложении, и можно выбирать и оплачивать, очень удобно, я совершенно точно буду впредь оплачивать всё именно так. Десять баллов». (МВС, карты, 26 лет., муж., Москва, блогер)

Электронные кошельки



Электронные кошельки потеряли былую популярность



Пик популярности пришелся на начало эры онлайн-оплаты в России.

Когда карты к оплате онлайн принимались редко, на помощь приходили электронные кошельки.

«Я когда-то давным-давно установил программу оплаты парковок, а она только с электронного кошелька пополнялась. Может быть, сейчас стало больше способов пополнения счета в ней, но я по старинке...» (МВС, электронные кошельки, 38 лет, муж., Москва, блогер)



В настоящее время карты практически вытеснили электронные кошельки с территории официальных онлайн-оплат в России.

«Раньше, когда не было возможности оплаты картами в интернете, я пробовал Яндекс.Деньги и QIWI кошелек, но потом отказался от них, забыв пароли». (МВС, наличные, 48 лет, муж., Москва, блогер)

Потребители плохо осведомлены об электронных кошельках



Значительная часть потребителей (особенно молодежи) никогда не использовала электронные кошельки.

«Не пользовался никогда. Не видел в этом надобности. Есть карты и наличные - они покрывают всё поле платежей». (МВС, наличные, 33 года, муж., Москва, блогги)



Выгоды использования электронных кошельков зачастую неизвестны даже их пользователям.

«У меня есть кошелек QIWI. Использую его крайне редко, почти никогда. За время использования QIWI кошелек для себя я не нашел никаких плюсов, только минусы. Так или иначе, но я считаю, что это устаревший тип оплаты. В случае каких-либо недоразумений добиться справедливости крайне сложно. Подобные системы появились в России до того, как использование дебетовых карт и онлайн-банкинг внедрились в потребительский быт. Онлайн-банкинг, на мой взгляд, вытеснил виртуальные кошельки». (массовый, наличные, 24 года, муж., Москва, блогги)

«Мне непонятно, если честно, чем этот способ может быть удобен». (массовый, карты, 27 лет, жен., Москва, блогги)

Для обывателей электронные кошельки зачастую лишь вспомогательное средство оплаты



Электронные кошельки – не универсальное средство оплаты.

За многие товары и услуги расплатиться электронным кошельком невозможно.



Большинство потребителей ограничивают использование электронных кошельков вынужденными ситуациями.

Не интересуются возможностью заменить ими другие/привычные средства оплаты.

«PayPal`ом оплачиваю только товар за границей, где не принимают Визу, или гостиницы, где тоже нет возможности оплатить картой, в общем, где не принимают к оплате физически нал и карты онлайн, оплачиваю через виртуальный кошелек». (МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)

Основной драйвер использования – отсутствие альтернатив



Зарубежные онлайн-магазины (eBay, AliExpress) принимают оплату и/или возвращают деньги только на электронные кошельки.

«У меня есть PayPal-аккаунт, использую его для оплаты покупок на eBay. Других виртуальных кошельков, к счастью, не имею)))» (массовый, наличные, 29 лет, жен., Москва, блоги)



Работа в интернете по умолчанию оплачивается через виртуальные кошельки.

«У меня есть 4 электронных кошелька - PayPal, Яндекс.Деньги, QIWI кошелек и Webmoney. В основном на них поступают различные вознаграждения за подработку в интернете». (МВС, карты, 40 лет, муж., Москва, блоги)



Вывод средств с кешбэк-сайтов возможен только через электронные кошельки.

Пользоваться электронными кошельками неудобно и накладно



Перевод средств на электронный кошелек – лишнее действие.

«На мой взгляд, легче оплачивать картой, так как я там храню деньги, и ими можно сразу воспользоваться». (МВС, карты, 26 лет, муж., Москва, блоги)

«Минусы я вижу в том, что всё- таки деньги перевожу с дебетовой карты для оплаты за услуги, и если бы можно было напрямую, то заплатила бы сразу с карты». (МВС, карты, 33 года, жен., Москва, блоги)



Использование электронных кошельков предполагает оплату комиссий (за вывод средств на карту, за трансграничный перевод).

«За вывод средств на банковскую карту там берется немаленькая комиссия». (массовый, карты, 33 года, муж., Москва, блоги)

«Минусы - высокие комиссии. Нужно переводить деньги с карты на кошелек». (массовый, карты, 27 года, жен., Москва, блоги)

Электронные кошельки потворствуют мошенничеству и незаконной деятельности



Все платежи на электронные кошельки совершаются на страх и риск плательщика.

Достоверно проверить личность получателя, а также вернуть деньги в случае необходимости невозможно.

*«Если перевёл или оплатил, то не факт, что на другом конце не мошенники».
(массовый, электронные кошельки, 23 года, муж., Москва, блоги)*



Средства на электронном кошельке можно безвозвратно и безнаказанно

украсть: уровень защиты кошельков неясен, процедура возврата средств в случае кражи/взлома кошелька также неизвестна потребителям.

«Регулярно используют виртуальные кошельки махинаторы, либо осмотровительные люди - перевод либо сомнительных денег, либо наоборот, осмотровительность в том плане, что пользуется человек десятью услугами и создаёт 10 кошельков с ограниченными суммами на них». (МВС, наличные, 42 года, муж., Москва, блоги)



Электронные кошельки в силу своей анонимности могут быть использованы для приобретения незаконных товаров и услуг.

О преимуществах электронных кошельков знают только активные пользователи



Оплата с электронного кошелька позволяет не вводить данные банковской карты.

Таким образом, деньги, хранящиеся на банковской карте, защищены от кибермошенничества.

«Оплачивать товары онлайн-кошельком безопаснее по той причине, что я не пользуюсь в магазинах своим основным счетом». (массовый, электронные кошельки, 33 года, жен., Москва, блоги)



Электронный кошелек – гарант защищенности сделки при совершении трансграничной покупки.



Электронные кошельки – наиболее доступный выгодный способ трансграничных переводов.

«Я делаю переводы на PayPal моей дочери в другую страну, на ее счет, пользуюсь этим много лет». (МВС, оплата смартфоном, 45 лет, жен., Москва, блоги)

«PayPal использую не так часто: при поездках за границу к друзьям, иногда идешь вместе в кафе/ресторан, там нужно делить оплату, перечисляем друг другу деньги на счет PayPal. В этом месяце перевозжу материал для друзей из Швеции, оплачивать они будут мне по PayPal, потому что банковский перевод - очень дорого». (Трендсеттер, МВС, оплата смартфоном, 29 лет, жен., Москва, блоги)

В ответ на спад интереса электронные кошельки стремятся стать применимыми офлайн



Возможность выпустить виртуальную карту сделала оплату электронными кошельками удобнее.

«Виртуальными кошельками расплачиваться вообще не очень выгодно, почти всегда есть комиссия, но если к виртуальному кошельку привязана виртуальная карта (Виза или Мастеркард), то оплата проходит уже как «оплата банковской картой», и все удобства сохраняются». (массовый, наличные, 29 лет, жен., Москва, блоги)



Возможность выпуска физической карты вывела электронные кошельки в сферу расчетов офлайн.

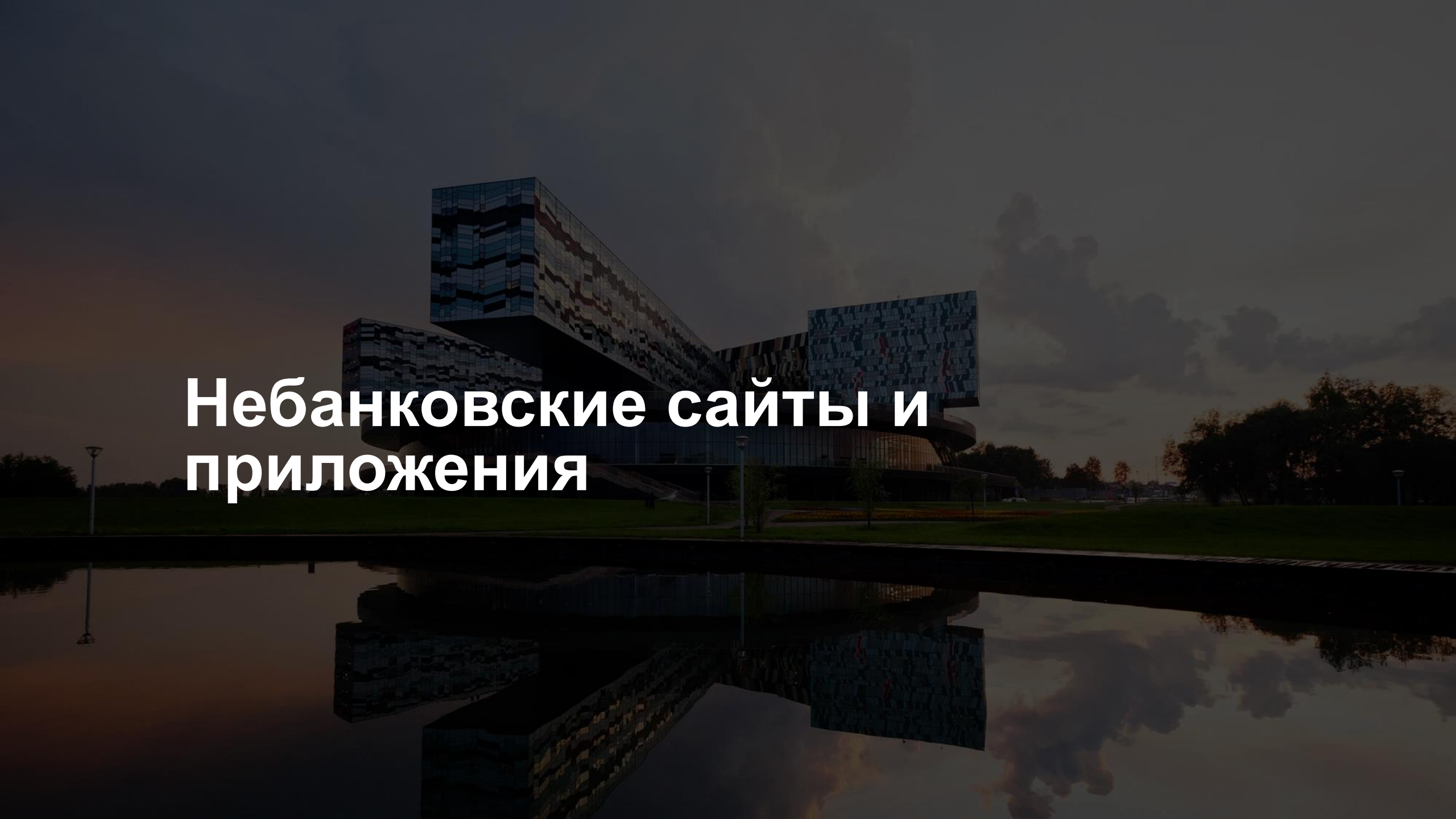
«В основном перекидываю деньги через обменники на Яндекс.Деньги и потом уже трачу их с привязанной к кошельку карты, просто расплачиваюсь в магазинах, как обычно, на такую оплату бывают повышенные кешбэки». (МВС, карты, 40 лет, муж., Москва, блоги)



Участие электронных кошельков в скидочных, бонусных и кешбэк-программах делает расчеты через них выгодными.

«Сейчас ещё и бонусы с покупок могут вернуться на кошелёк». (массовый, электронные кошельки, 42 года, жен., Москва, блоги)

«Озон недавно давал скидку за оплату через PayPal». (массовый, наличные, 29 лет, жен., Москва, блоги)

A modern, multi-story building with a facade made of colorful, rectangular panels in shades of blue, green, and yellow. The building is situated on a grassy area next to a body of water, which reflects the building and the sky. The sky is overcast with grey clouds. The text "Небанковские сайты и приложения" is overlaid in white on the left side of the image.

Небанковские сайты и приложения

Онлайн-покупки растут и развиваются



Потребители отмечают, что всё активнее совершают покупки на сайтах и/или через приложения.



Количественные данные это подтверждают:

Динамика объема рынка Интернет-торговли в РФ, 2011-2017гг., млрд. руб., %



Покупать онлайн – удобно и выгодно



Заказы онлайн экономят время.

Не нужно тратить время на офлайн-шоппинг или на уточнение деталей заказа и т.п.

«Система сама определяет твое местоположение, и сразу же можно сориентироваться, во сколько обойдется поездка, сколько по времени будет занимать путь». (трендсеттер, массовый, карта, 35 лет, жен., Москва, блоги)



Покупки онлайн экономят деньги.

Цены на товары онлайн зачастую ощутимо ниже, чем в офлайн-магазинах.

«Сама онлайн-оплата дает мне возможность более комфортного выбора. Билеты в кино, авиа, ж/д билеты - можно выбрать место, вагон. Покупаешь заранее – цена лучше, я более рационально могу свое время распределить и выбрать для себя более комфортные условия». (МВС, 30-45 лет, Екат. группы)



Покупки онлайн расширяют границы доступного.

Потребители ценят возможность выбора из ассортимента многих магазинов, в том числе и зарубежных.

Покупать онлайн – модно и современно (особенно через приложения)



Эмоциональное отношение к покупкам онлайн выражено позитивное.

«Я решила начать использовать мобильные приложения, потому что это удобно, сейчас столько умных гаджетов, стараюсь идти в ногу со временем. Человек расплачивается в мобильных приложениях, так как иначе никак, это часть его жизни, других вариантов просто нет, это самый современный способ оплаты». (массовый, карта, 30 лет, жен., Екат., блоги)



Онлайн покупают современные, продвинутые, активные люди, способные находить выгодные решения.

«30 лет, активный, шустрый, модный, идущий в ногу со временем, характер дерзкий, яркий. Ему важно в оплате скорость, новизна, факт, что это есть не у всех. Из-за скорости, ритма и обилия передвижений он пользуется приложениями, к которым привязана карта, чтобы даже на поиск карты время не тратить». (массовый, карта, 26 лет, жен., Екат., блоги)

Покупать у продавца не означает доверять его системам безопасности



Потребители априори считают онлайн-продавцов товаров и услуг не специалистами в информационной безопасности.



В большинстве случаев данные платежного инструмента не сохраняются ни в личном кабинете, ни в приложении.

Не доверяя системам защиты, потребители предпочитают каждый раз вручную вводить данные карт/электронных кошельков либо выделяют для покупок онлайн отдельную карту, на которой не держат больших сумм.

«Для покупок в онлайн у меня отдельная карта, которую мне не жалко, у меня на нее определенный лимит, я знаю, что оттуда не украдут». (трендсеттеры, массовый+МВС, 30-45 лет, Екат., группы)



Доверяют данные только тем поставщикам, кто глобально связан с информационной безопасностью и имеет хорошую репутацию.

Например, репутация Яндекс является гарантом безопасности данных карты в Яндекс.Такси. ₁₀₈

Использование приложений сцеплено с техническими трудностями



Большое количество приложений усложняет пользование смартфоном.

В них становится сложно ориентироваться/находить нужное.

«У меня под каждую ситуацию несколько приложений - по оплате еды в одной папке, такси в другой. Хочется агрегатор – чтобы всё было в одном. Для меня это актуально, потому что чем-то не пользуешься, что-то приходится сносить, потом устанавливать».

(трендсеттеры, массовый+МВС, 30-45 лет, Москва, группы)



Большое количество приложений заполняет память телефона.

Периодически потребители удаляют редко используемые приложения, чтобы освободить место.



Активное использование приложений приводит к тому, что смартфон быстро разряжается.

Потребители носят с собой кабели для зарядки и портативные аккумуляторы.

Потребители 20-35 лет более активно используют для покупок приложения



Продвинутые пользователи смартфона.

Буквально живут в нем, мобильные интерфейсы для них привычнее полноэкранных.



Ведут очень активный, динамичный образ жизни.

Любят иметь возможность заказать всё, что нужно, на ходу, не уделяя этому много времени.

«Приложений много использую, самые частые - такси, доставка еды. Всё под рукой, звонить не нужно, выбрал, что надо, ввел адрес, узнал сумму и всё. Минусов вообще не вижу. К примеру, с семьей весь день в разъездах были, на ужин кушать нечего, сделал заказ через приложение, пока ехал в такси, доехал до дома – пицца или суши уже приехали». (трендсеттер, МВС, карта, 32 года, муж., Москва, блоги)

Потребители 35+ лет скорее предпочитают купить через сайт



Более привычны к полноэкранным интерфейсам.

Считают, что через приложение не всегда удобно подробно изучить информацию о товаре/услуге.

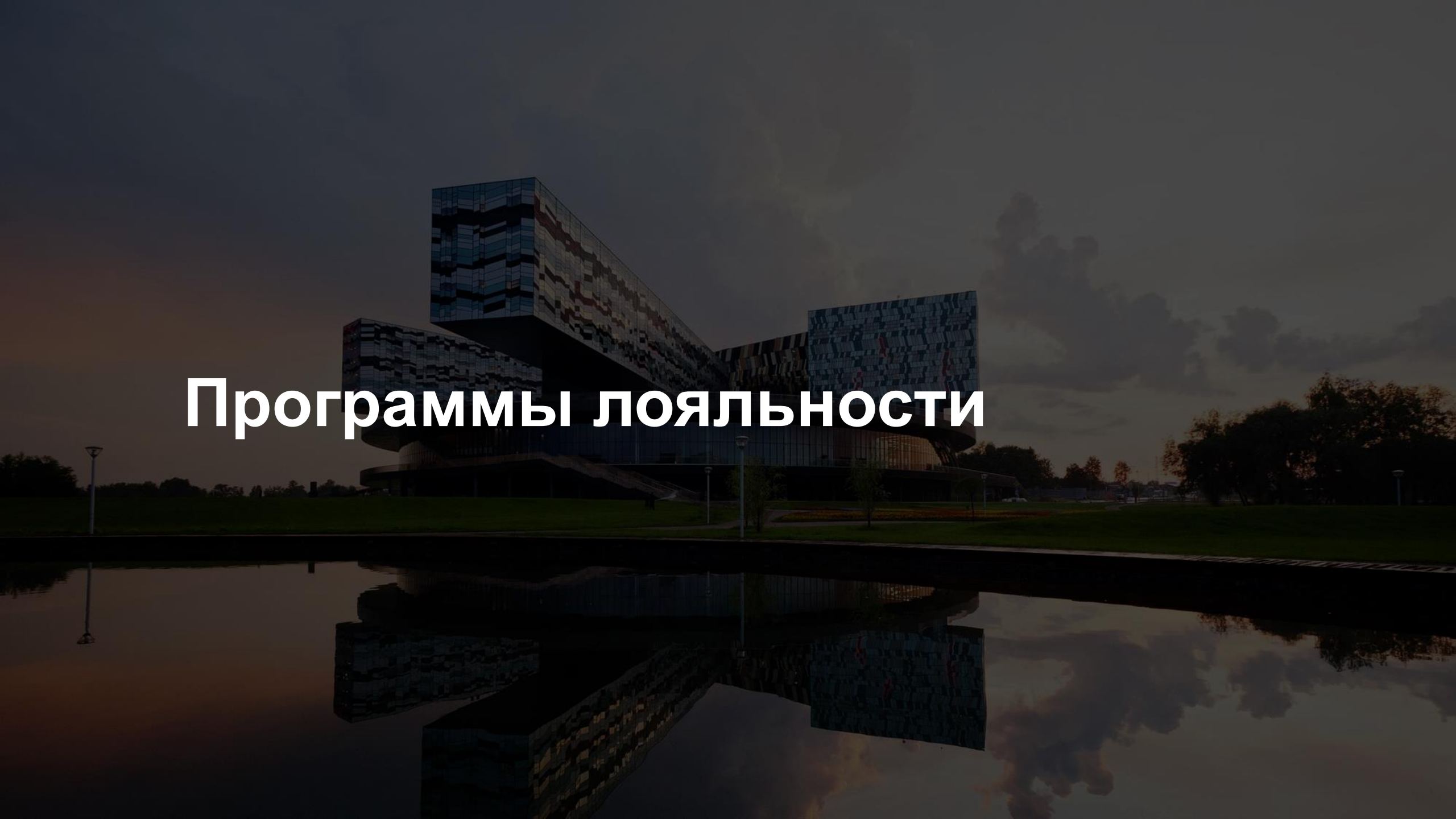


Чаще планируют покупки, реже покупают спонтанно.

Готовы выделить время на то, чтобы спокойно и комфортно сформировать и оплатить заказ через сайт.

«Когда покупаю одежду или что-то для дома через интернет, я предпочитаю через сайт – всё спокойно изучить, у меня несколько вкладок открыто, на большом экране всё видно, можно выбрать и сравнить модели, детали рассмотреть на большом экране». (массовый, 30-45, Екат., группы)

Программы лояльности



Подарочки: позволить себе что-то приятное



Бонусы/баллы/мили и кешбэки – это дополнительные финансовые возможности

«У меня на карте ВТБ кешбэк для путешествий - у них зеркало OneTwoTrip, можно тратить на билеты, аренду, гостиницу. Складываешь, как в копилочку, и потом раз в год тратишь, мы потом семьей отдыхаем практически полностью на него». (трендсеттеры, массовый+МВС, 25-35 лет, Москва, группы)



Не размениваться по пустякам

Потребители предпочитают накапливать какую-то ощутимую сумму (баллами или кешбэком) и уже потом ее тратить.

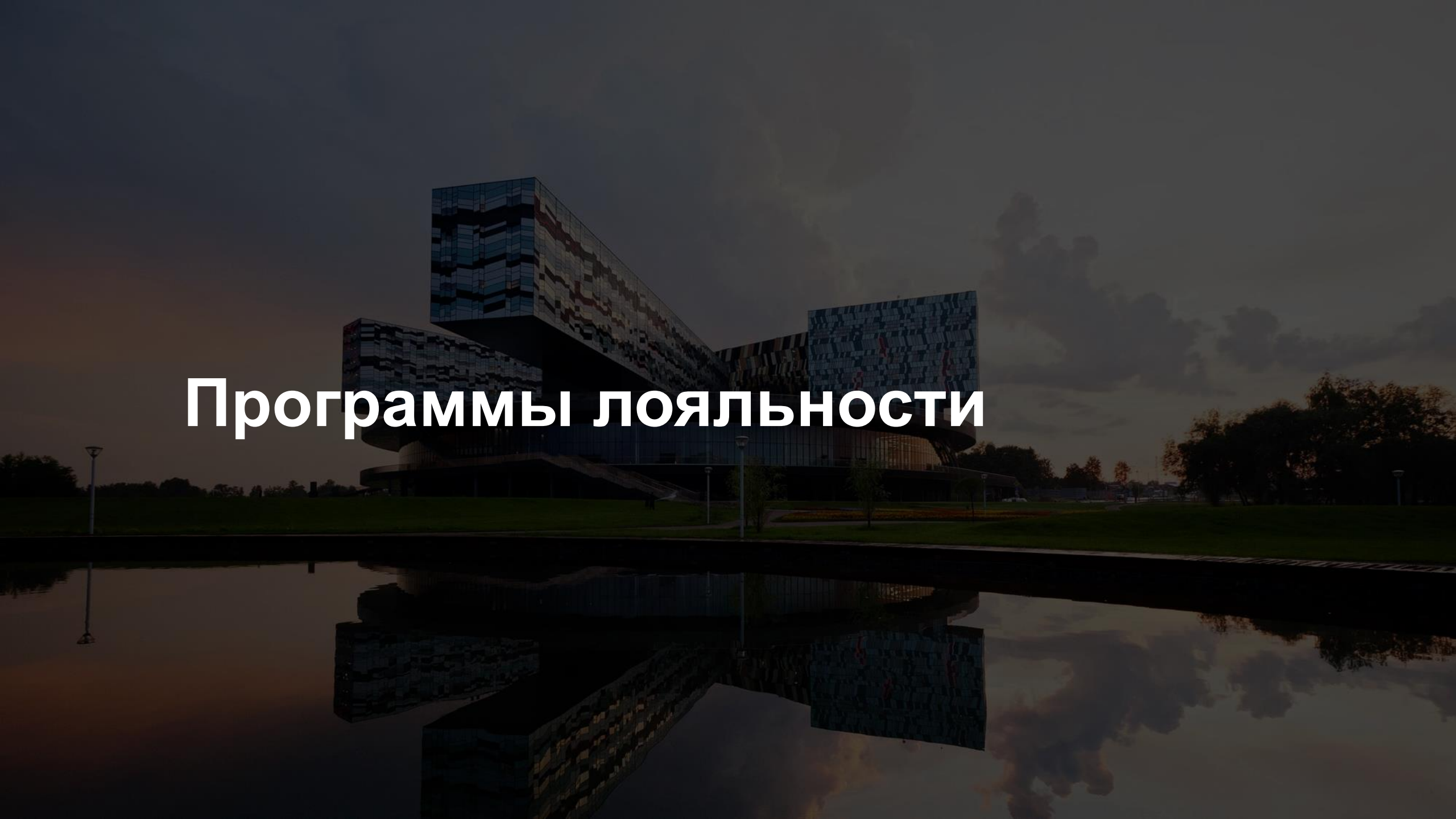
«Накопив 3000 ракет-рублей, я наконец получила возможность ими воспользоваться. И порадовала себя новым феном, который в магазине партнёре, достался мне условно бесплатно». (массовый, бесконтактная карта и приложения, 26 лет, жен., блогеры)



Позволить себе что-то «экстра»

Накопленные таким образом средства обычно тратятся на приятные, но необязательные и не запланированные покупки.

Программы лояльности



Программы лояльности в России: темп роста снижается

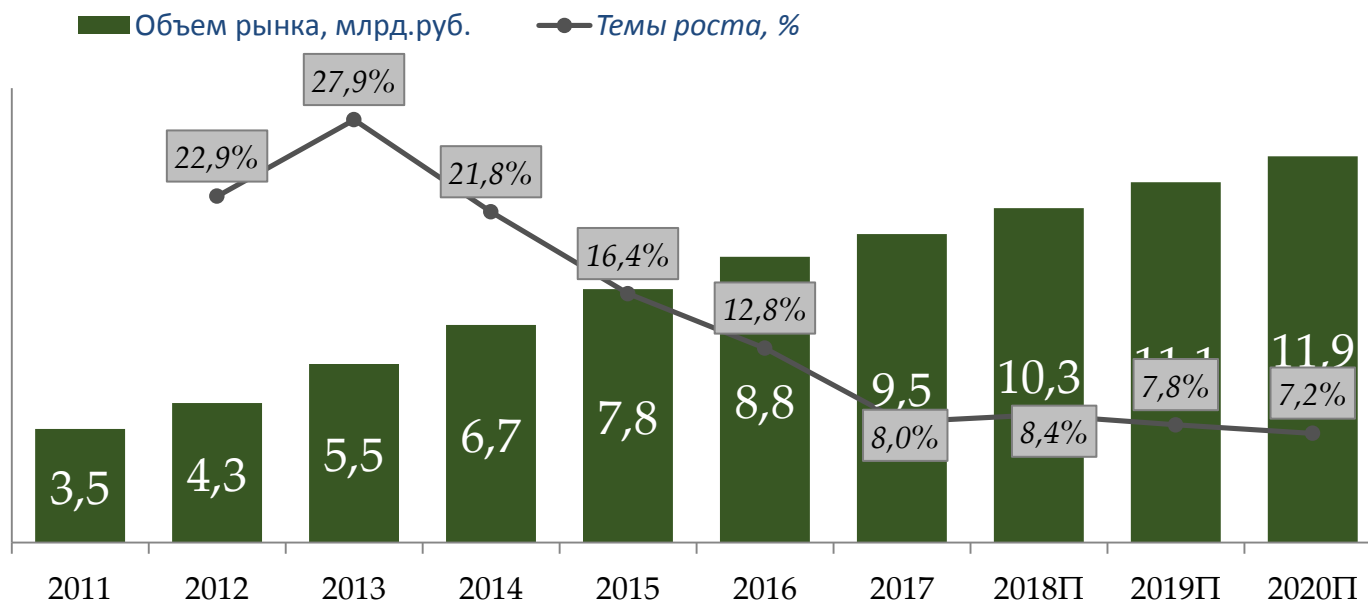


В 2018 году разорилась программа лояльности «Малина»



Вложения средств в программы лояльности со стороны поставщиков товаров и услуг снизились

Объем рынка программ лояльности (затраты компаний на участие), 2011-2020гг., млрд. руб., %



Источник: расчеты Validata на основании вторичных данных, список источников см. в Приложении

Программы лояльности теперь не означают лояльности



Получить «скидочную» карту теперь можно при первой покупке.

Не обязательно быть регулярным покупателем.



Потребители «коллекционируют» программы лояльности.

Выпускают карты везде, где им это предлагают.



Большое количество карт делает их использование затруднительным.

Потребители физически не могут носить с собой все имеющиеся карты даже тех магазинов/сетей, которыми пользуются регулярно.

*«Лет 20 назад, когда в Москве стали появляться первые дисконтные карты, я стал активно пользоваться преимуществами этого продукта... К текущему моменту у меня более 500 карт из различных магазинов, ресторанов и т.д.»
(трендсеттер, массовый, карта, 43 года, муж., Москва, блоги)*

Программы лояльности стали менее выгодными



Курс конвертации потраченных сумм в баллы изменился в худшую сторону.



Во многих случаях у баллов и бонусов появился «срок годности» и/или условия использования.

Теперь потребитель должен заботиться о том, чтобы баллы не сгорели и чтобы выполнить условия, после которых ими можно будет пользоваться.



Многие поставщики товаров и услуг ограничивают лимит доли бонусов в оплате заказа.

Даже при наличии достаточного количества баллов на счету потребитель может оплатить ими лишь определенную часть заказа.

«...Я не люблю бонусные программы из-за всевозможных ограничений по использованию бонусов, мне больше нравятся программы лояльности с прямым возвратом денег. К тому же у таких "честных" компаний, как Аэрофлот, билеты в бонусах постоянно дорожают - т.е. ставишь цель накопить тысячу бонусов на какой-то билет, а накопив, видишь, что он подорожал в два раза. А потом ты ни на что не накопил, и бонусы просто сгорают».
(массовый, карта, 41 год, жен., Москва, блогер)

Но эмоционально программы лояльности все еще приятны



Дают потребителям с картой лояльности ощущение особенности и сопричастности бизнесу.

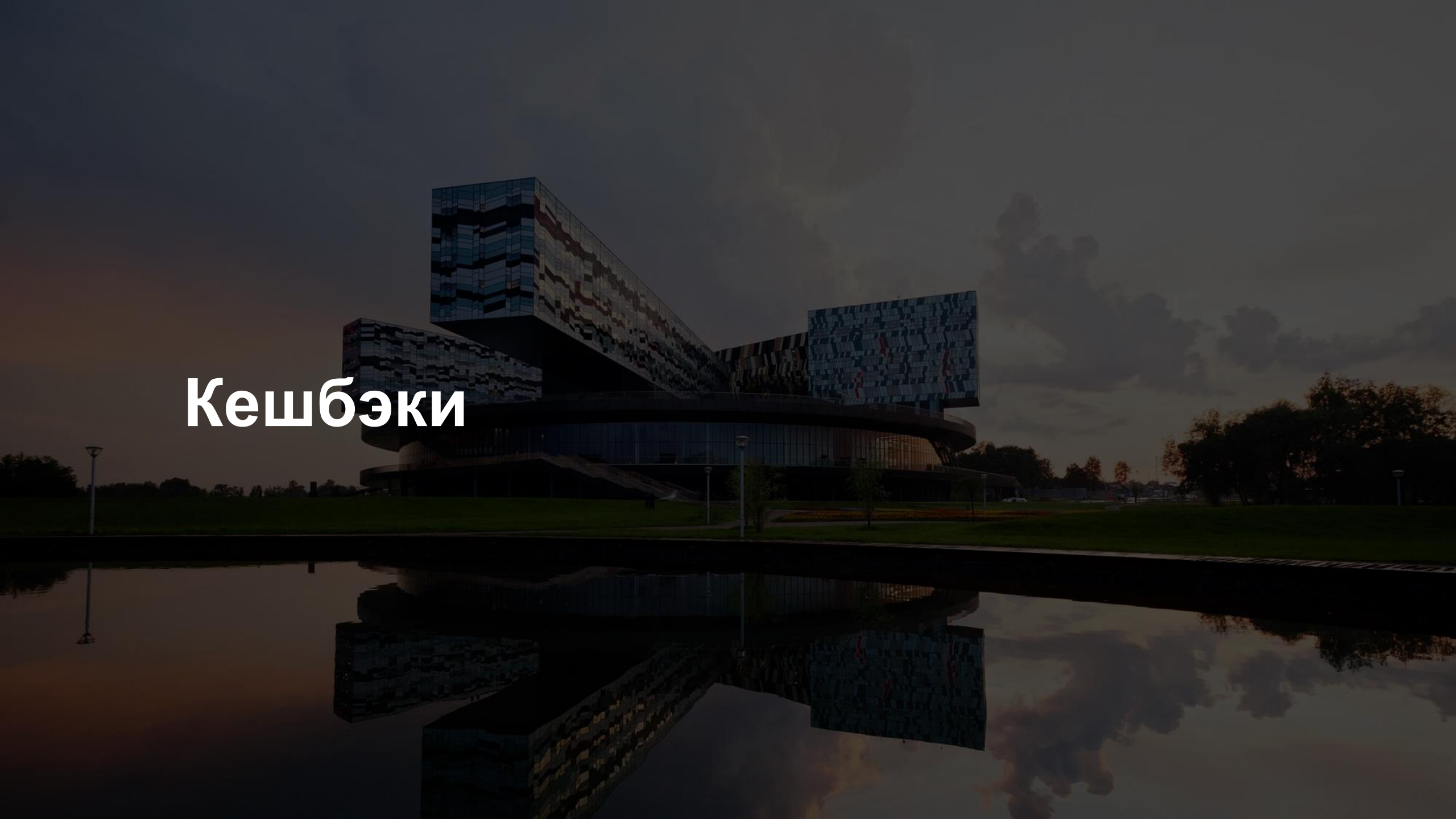
«Я люблю, когда скидки по карте постоянного клиента получаешь. У меня таких много :). Вручает тебе ее курьер после покупки, и приятно как-то становится. Ощущение такое, как при встрече с друзьями....свой человек...» (МВС, карта, 42 года, муж., Москва, блог).



Делают продавца, выдавшего карту лояльности, выбором по умолчанию.

Зачастую даже если предлагаемые им условия уступают условиям его конкурентов.

Кешбэки



Кешбэки от банков: мотивирующе, выгодно, удобно



Карта с кешбэком становится нормой.

Банки стали массово предлагать карты с кешбэком, соревнуясь в более выгодных условиях.



Кешбэк – действенный драйвер к активному использованию кредитной карты.

Потенциальная выгода так привлекательна, что часть потребителей меняет свои платежные привычки и вводит кредитную карту в пул своих платежных инструментов.

«Для меня чрезвычайно важно проводить оплату своим любимым способом - кредитными картами банков с кешбэком. Я абсолютно точно буду искать магазины, в которых смогу провести оплату кредиткой - либо на сайте, либо посредством платежного терминала, чтобы получить кешбэк и отсрочку платежа». (массовый, карта, 41 год, жен., Москва, блоги)



Начисление такого кешбэка удобно.

Сбоев практически не случается, клиенту легко проверить сумму начислений и просто их использовать.

Кешбэк-сервисы: неудобная полумера или дополнительная выгода



Количество кешбэк-сервисов растет, и они пользуются популярностью.



Кешбэк-сервисы – альтернатива кредитным картам с кешбэком для тех, кто всё еще боится.



Кешбэк-сервисы - дополнительная выгода для обладателей карт с кешбэком.

При заказе онлайн такие потребители также могут воспользоваться кешбэк-сайтами и получить возврат средств и по карте, и на сайте.

Сайты кешбэков: не так гладко, как хотелось бы



Кешбэк-сайты – квест для внимательных.

Предложения по одному и тому же магазину отличаются на разных сайтах кешбэка, потребителям приходится сравнивать условия самостоятельно.



Кешбэк-сайты – быть начеку.

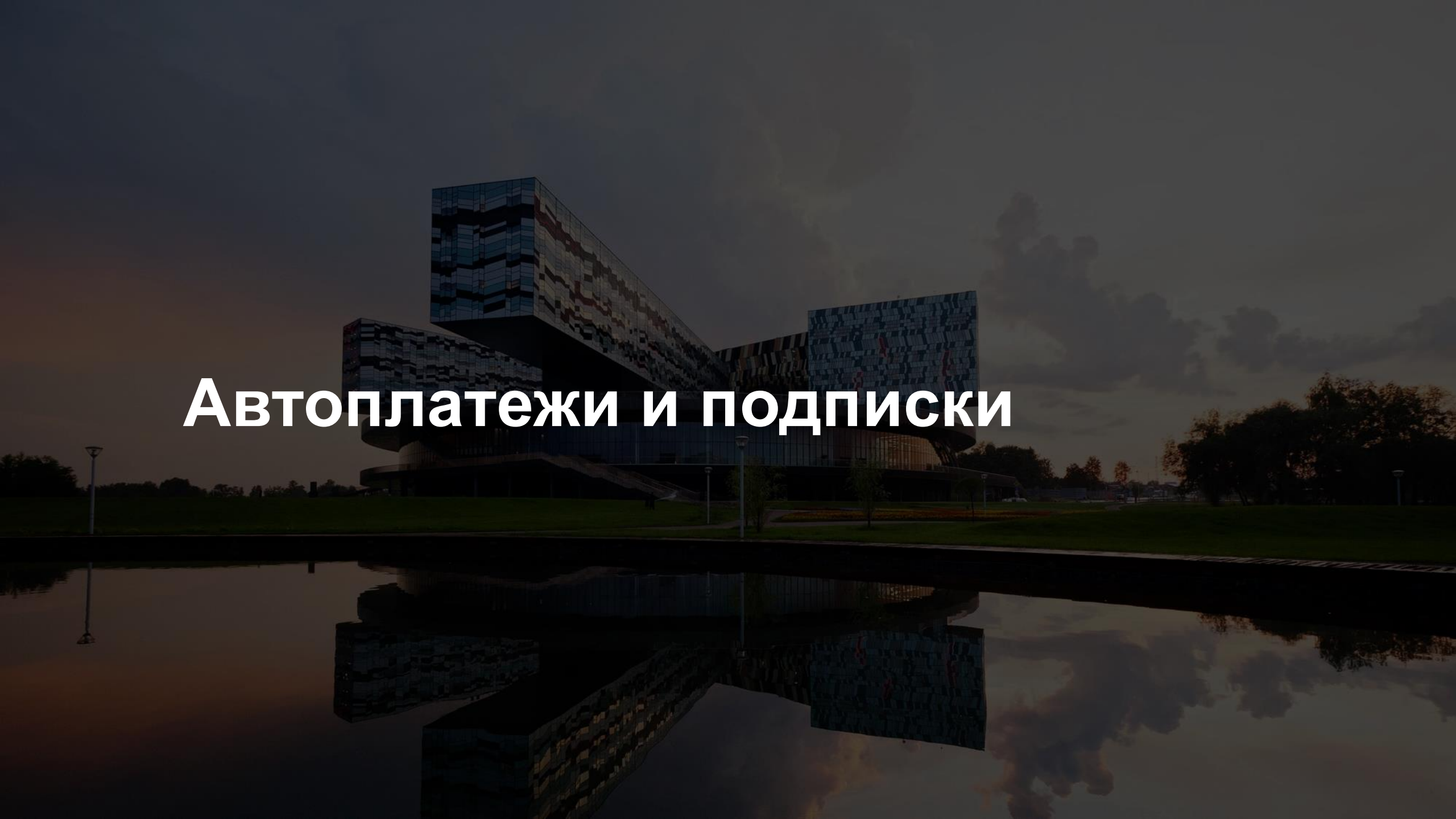
Кешбэки не всегда начисляются автоматически, потребители должны сами отслеживать начисления и обращаться в службу поддержки в случае проблем.



Кешбэк-сайты: сумел заработать, сумей и вывести.

Кешбэк на таких сайтах начисляется в баллах, а выводится в большинстве случаев на электронный кошелек, откуда потом их и нужно либо вывести, заплатив комиссию, либо потратить напрямую.

Автоплатежи и подписки

A photograph of a modern building with a facade made of colorful, pixelated tiles in shades of blue, red, and white. The building is situated on a green lawn next to a body of water, which reflects the building and the sky. The sky is overcast with grey clouds. The text "Автоплатежи и подписки" is overlaid in white on the left side of the image.

Автоматизмы: «Как будто мне в карман залезли»



На первый взгляд «автоматизмы» кажутся удобными.

Они снимают с потребителя необходимость помнить и беспокоиться о регулярных платежах.



На практике выясняется: зачастую стресса больше, чем удобства.

Потребители не знают и не помнят о запланированном списании средств, платеж оказывается неприятной неожиданностью, как будто он не был санкционирован, а средства списаны неправомерно.



И если автоплатежами пользователи в некоторой мере довольны, то подписками недовольны совсем.

«Это такое маленькое созвездие, можно легко пролететь мимо него. А там тревожно, как будто идешь по лесу, тут волк вдруг выскочил. Никогда не знаешь, что там будет, все туманно. Ассоциация еще, что ты идешь по улице, красивые плакаты, а сзади подпирают их палки, ты не видишь, здания там или пустота». (трендсеттеры, массовый + МВС, 36-45 лет, Москва, группы)

Автоплатежи: недостаток информации останавливает от подключения



Осведомленность об автоплатежах среди непользователей низкая.

Многие потребители не понимают, каким образом осуществляется автоплатеж за ЖКХ, как списываются деньги, в чем именно заключается удобство и т.п.



Необходимость самостоятельно настраивать автоплатеж останавливает.

Процесс настройки кажется потребителям долгим и хлопотным.



Но те, кто решается и настраивает, находят для себя преимущества.

«Была совместная акция с Визой, что для определенных карт есть безлимитный интернет-роуминг в любой стране мира – для этого надо было подключить автоплатеж. Я его подключал очень долго. Это был пинг-понг, банк кидал в сотовую компанию, а сотовая компания обратно. Я потратил на это 5 дней, в итоге, когда я уже вернулся из-за границы, мне эту услугу подключили». (трендсеттеры, массовый+МВС, 30-45 лет, Москва, группы)

Автоплатеж: о нем легко забыть, и он не всегда удобен



Потребители не знают/не помнят, когда именно будет осуществлен тот или иной автоплатеж.

«В данный момент мне деньги нужны больше на карте, а не там, куда их спишут по автоплатежу. Меня стало раздражать, что у меня деньги внезапно списываются, я отключила его». (тренд-сеттеры, массовый+МВС, 25-35 лет, Москва, группы)



Момент списания средств становится неожиданностью.

Потребители, снимая с себя обязанность думать об этих платежах, забывают и о том, когда именно они должны быть списаны.

«Я поставил на 500 рублей на мобильном - как только остается меньше, пополняется. За границей не останешься без связи, это очень удобно». (МВС, 30-45 лет, Москва, группы)



Автоплатеж удобен для небольших фиксированных сумм, с плавающими суммами возникают сложности.

Своевременное пополнение баланса сотового телефона безусловно удобно, но с оплатой ЖКХ возникают сложности: недоплаты/переплаты/перерасчеты.

«На одной квартире у меня постоянно шли перерасчеты по коммунальным, из-за автоплатежа то переплата, то долг повис, приходилось разбираться, на второй нельзя было настроить автоплатеж в банке, потому что у нас ТСЖ, и оплата только через терминал». (массовый, 30-45 лет, Екат., группы)

Подписка: «Я не собирался это покупать!»



Часто подписка подключается без намерения и незаметно для потребителя.

Например, оплачивая 1 месяц использования сервиса, потребитель не понимает, что он оформил подписку, а не разовый платеж.



До первого списания о подключенной подписке не знают.

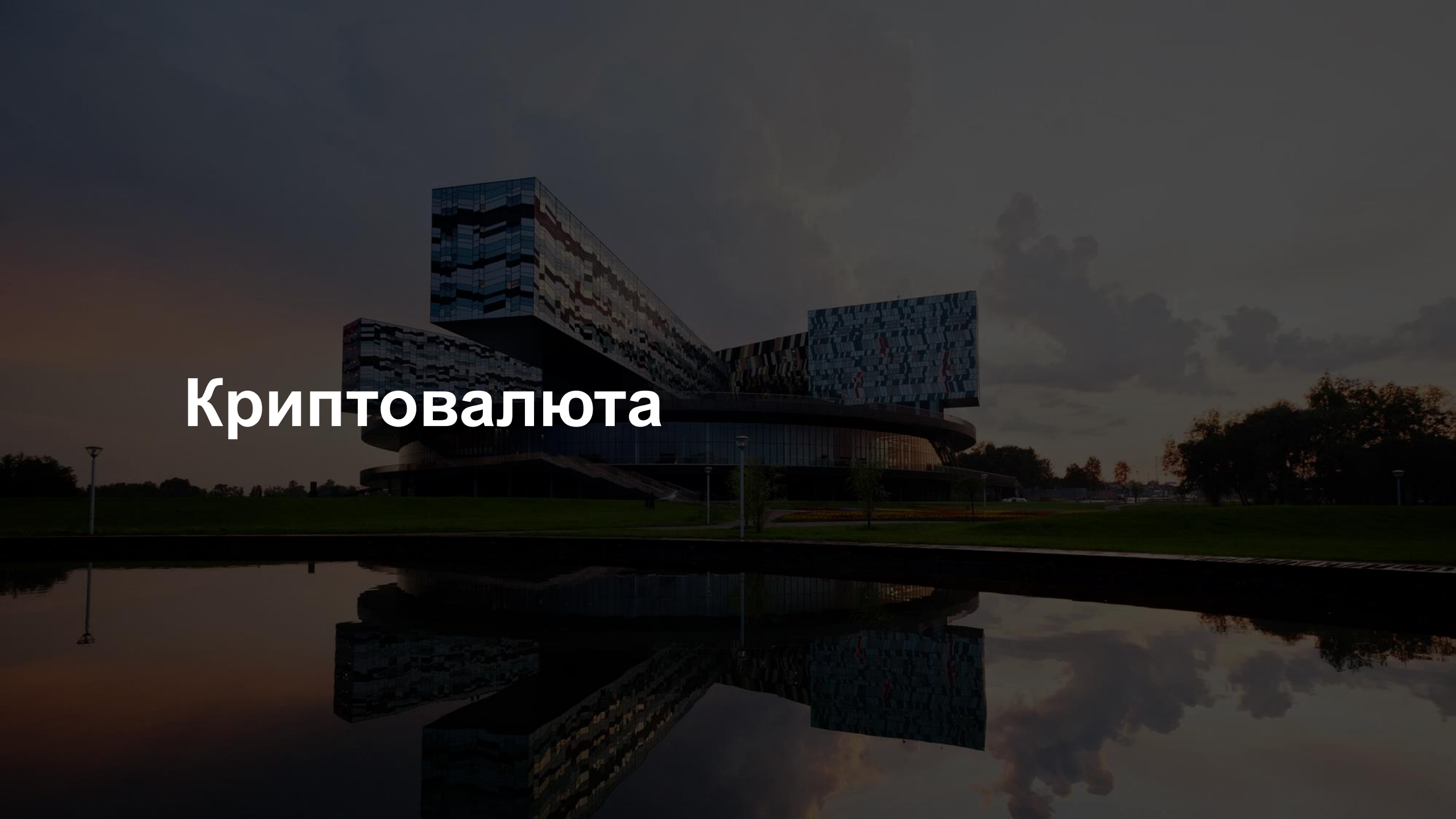
«Предлагают - возьми пробный период, а потом он автоматически продляется. Думаешь, что просто попользуешься, а потом бац и забыл. Недавно я скачал программу – она на полгода дана бесплатно. Решил - посмотрю, что это такое, поставил напоминку, чтобы отключить ее, а они за месяц до этого сняли оплату за следующий месяц». (трендсеттеры, массовый + МВС, 36-45 лет, Москва, группы)



Такие списания воспринимаются как мошенничество и воровство средств.

«Я год ругался с МТС, они так быстро там подключают тебе все эти подписки. Потом положишь деньги, даже больше, чем обычно, а они испаряются. Начинаешь выяснять, а там наподключено всего!» (МВС, 30-45, Екат., группы)

Криптовалюта



Криптовалюты: темная лошадка, о которой ничего не известно



Уровень осведомленности о криптовалютах критически низок.

Большинство потребителей не понимают, что такое криптовалюты, не знают их типов и какие возможности у них есть.



Криптовалюты считают инновационным продуктом, но неактуальным для текущего момента.

Допускают, что в будущем криптовалюты могут быть распространены, но в настоящее время даже правовая база для их использования в России отсутствует.



Для того, чтобы рассматривать криптовалюту как средство платежа, потребителям не хватает информации.

«У знакомых есть майнинг-центр, они добывают криптовалюту, по сравнению с 2016-м она очень упала и сейчас на нет сходит. Надо в этом разбираться. С картами все легко и повсеместно, а здесь – непонятно». (МВС, 30-45 лет, Москва, группы)

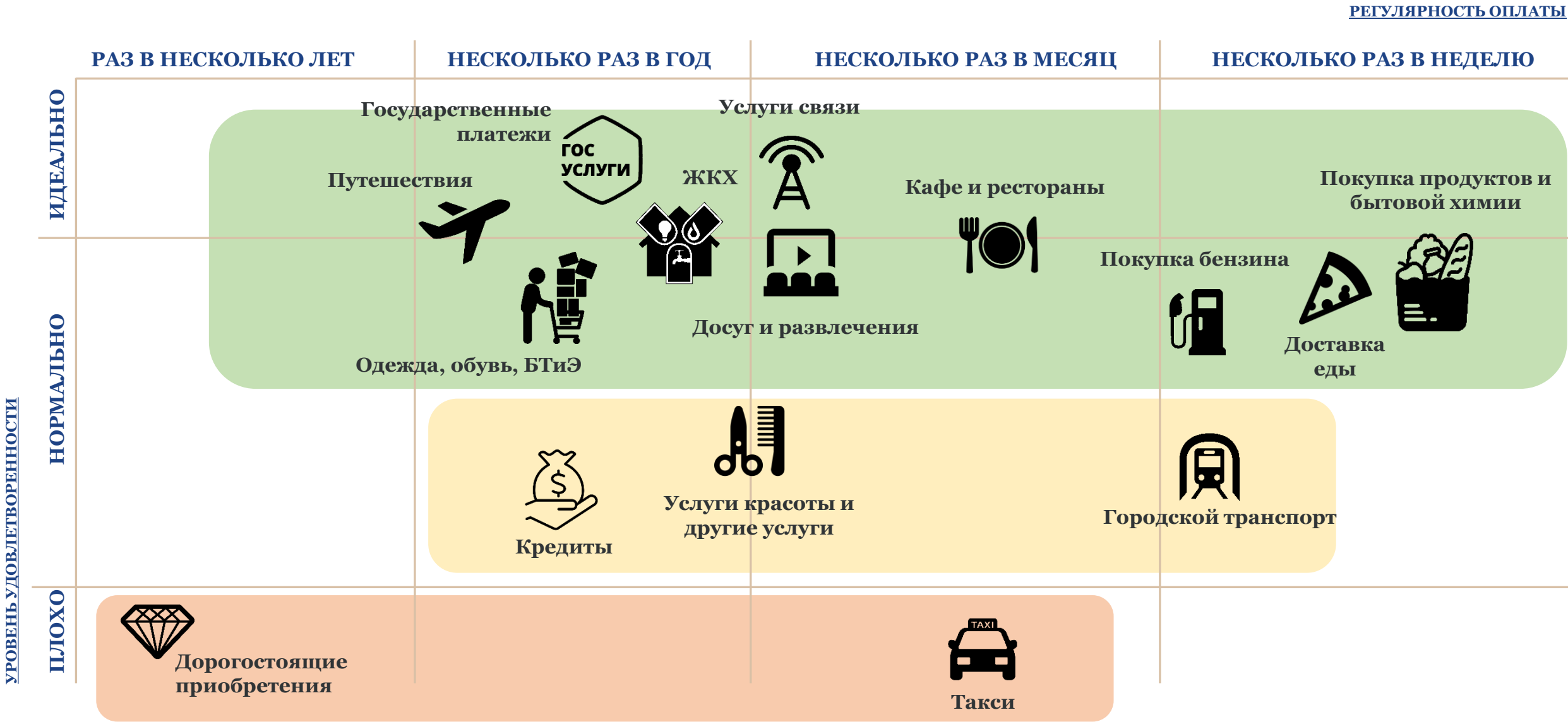
«Криптовалюты – это какой-то киберпанк, высокотехнологичный город будущего, как в Пятом элементе. Здесь для нас интересно – новый мир, новые возможности, но всё непредсказуемо, инкогнито, много непонятного, чувствуется напряженность». (трендсеттеры, массовый + МВС, 25-35 лет, Екат., группы)

A modern building with a glass facade reflecting the sky, situated behind a body of water. The building has a unique, angular design with multiple levels and a prominent glass section. The sky is overcast with dark clouds. The water in the foreground is calm, reflecting the building and the sky. The overall scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn.

Отношение к платежам в различных категориях*

*Раздел освещает спонтанно упоминаемые категории покупок, совершаемых с разной регулярностью (от ежедневных до очень редких)

Категории платежей, регулярность, уровень удовлетворенности оплатой



В целом, потребители удовлетворены удобством платежей



Оплата большей части категорий товаров и услуг не вызывает сложностей.



Самой большой радостью стало развитие удобных способов платежа в регулярных, но не ежедневных категориях (ЖКХ, Госуслуги, путешествия).

Появилась возможность безналичной оплаты и возможность дистанционной оплаты онлайн.



Самым большим разочарованием в удобстве оплаты стали сервисы такси.

Сами сервисы и их приложения активно развиваются и становятся клиентоориентированными, но оплата привязанной картой сопряжена с рисками и дискомфортом.

A modern building with a colorful, pixelated facade is reflected in a pond at dusk. The building has a unique, angular design with a facade made of many small, colorful tiles. The sky is dark with some clouds, and the water in the pond is calm, creating a clear reflection of the building and the sky.

Подробности о категориях*

* В разделе категории перечислены в порядке убывания регулярности платежей

Определения типов платежей для данных из кабинетного исследования

Наличные платежи

Денежные средства, включая все способы оплат (в кассе/курьеру, через терминалы самообслуживания, в банкоматах, в банках или Почте России, через системы переводов).

Примеры: Qiwi, Элекснет, Киберплат, банкоматы, Contact, Лидер, Золотая Корона и другие)

Безналичные платежи

Оплата банковской картой (с магнитной полосой и/или чипом напрямую или по реквизитам), технологии PayPass (MasterCard) или PayWave (Visa), электронными деньгами через интернет-кошелек, банковским переводом.

Инновационные платежи

NFC-технологии на мобильном девайсе (смартфон/умные часы), QR-коды, чаевые online, оплата топлива online (смартфон), криптовалюта

Покупка продуктов, бытовой химии и т.п.: категория, только осваивающаяся онлайн



Закупка товаров происходит ежедневно.

Потребители не продумывают четкий план закупки и докупают продукты/товары почти каждый день по мере необходимости.



Чаще всего это офлайн-покупка.

Еженедельно – в гипермаркетах, ежедневно – в магазинах шаговой доступности.



Но тренд к переходу онлайн тоже есть.

Развитие сервисов онлайн-доставок («Утконос», «Озон», «Ашан» и др.).



Уровень удобства оплаты в категории оценивается критично.

Сталкиваясь с этой категорией покупок ежедневно, потребители чувствительно относятся к любым недочетам, вплоть до раздражения на необходимость извлекать карту из кошелька/сумки.



Продукты и бытовая химия

Критерии идеального платежа	Картой в офлайн- магазине	Смартфоном в офлайн- магазине	Наличными в офлайн- магазине	Переводом с карты на карту
Ожидаемый				
Быстрый				
Безопасный				
Бесплатный				
Избавляющий потребителя от хлопот				
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию	



Продукты и бытовая химия

Как платят сейчас	Картой/ смартфоном в офлайн-магазине	Наличными в офлайн-магазине	Переводом с карты на карту
Что удобно	 Быстрая механика оплаты  Минимальный контакт с продавцом/кассиром (не нужно обсуждать сумму и сдачу)  Начисляется кешбэк	 Возможность купить продукты там, где карты не принимают (у бабушек, на открытых рынках, в магазинах без POS-терминалов)	
Что неудобно	 Ожидание («долгое») проведения транзакции  Общие очереди для покупателей с картами и наличными	 С собой может не быть нужной суммы  Нужно считать деньги	 Не начисляется кешбэк  Лишние действия (запуск мобильного банка, ввод данных карты)
Каких изменений хотят	 Возможность безналичной оплаты в любых точках продаж  Отдельные кассы (возможно, самообслуживание) для клиентов с безналичной оплатой  Идеальная организация оплаты – Amazon Go: оплата вообще не является отдельным процессом, не требует специальных действий и не занимает времени		



Продукты и бытовая химия

Критерии идеального платежа	Наличными при получении онлайн- заказа	Картой при получении онлайн- заказа	Картой/ электронным кошельком в момент заказа онлайн
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Продукты и бытовая химия

Как платят сейчас	Наличными при получении онлайн-заказа	Картой при получении онлайн-заказа	Картой/электронным кошельком в момент заказа онлайн
Что удобно	 Можно легко отказаться от товара или его части (например, если часть продуктов повредилась при перевозке)	 Начисляется кешбэк	 Бонусы за оплату онлайн (например, бесплатная доставка)
			 Можно не присутствовать при получении
Что неудобно	 Не начисляется кешбэк	 У курьера может не работать POS-терминал	 Долгий возврат средств при отказе от заказа/его части (ожидание возврата средств до 14 дней)
	 Процесс получения заказа удлинится		
	 Нужно присутствовать при получении (сложно заказать доставку другому человеку)		
Каких изменений хотят	 Оплата картой/электронным кошельком онлайн (через личный кабинет на сайте или приложение) ПОСЛЕ получения и подтверждения заказа (оплата только стоимости принятых товаров)		
	 Мгновенный возврат средств на карту/электронный кошелек в случае отказа оплаченного заказа или его части		

Доставка еды и рестораны: доля безналичной оплаты растет

 Оплата картой в категории «доставка еды и рестораны» – возможность получения повышенного кешбэка от банков.

 Возможные способы оплаты влияют не только на ее удобство, но и на уровень доверия заведению.

Заведения, не предлагающие опцию безналичной оплаты, вызывают опасения в экономии на клиентах, в том числе за счет качества пищи.

Структура платежей при оплате доставки готовой еды, заказа столика, посещения ресторанов/кафе, 2016-2017 гг., %



Источник: расчеты Validata на основании вторичных данных, список источников см. в Приложении

Кафе и рестораны: оплата картой стала максимально удобной



Возможность оплаты картой появилась в большинстве кафе и ресторанов.

Заведения, принимающие оплату только наличными, в восприятии потребителей опустились на уровень столовых и не заслуживают доверия.



Кафе и рестораны адаптируются к коллективным оплатам.

Появилась возможность разделить счет в момент оплаты, а значит, потребителей избавили от взаиморасчетов и позволили каждому копить бонусы и кешбэки, оплачивая свою часть счета со своей карты.



Чаевые все еще остаются проблемой и требуют наличных.

Минимальное количество заведений может добавить нефиксированные чаевые в счет, потребители не знают о приложении Plazius для начисления чаевых и сомневаются, что таким образом перечисленные деньги получит конкретный официант.



Кафе и рестораны

Критерии идеального платежа	Картой	Смартфоном	Наличными
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Кафе и рестораны

Как платят сейчас	Картой	Смартфоном	Наличными
Что удобно	 Быстрая и удобная механика оплаты		 Оставлять чаевые со сдачи за оплату счета
	 Начисление кешбэка		
	 Возможность разделить оплату счета между участниками		
Что неудобно	 Сложно оставить чаевые (приходится либо просить разменять купюру, либо специально носить мелкие деньги)		 Необходимо думать о сумме и сдаче
			 Взаиморасчеты внутри между участниками заказа при общей оплате счета
Каких изменений хотят	 Возможность легко перечислить чаевые напрямую официанту. Для пользователей оплаты смартфоном идеален перевод через Apple/Android/Samsung/Google Pay без комиссии.		

Заказ еды: стремительно развивающаяся категория онлайн-покупок



Интерес к сервисам доставки еды резко вырос за последние годы.

Появилась культура регулярных заказов готовой еды на дом, для многих потребителей стало актуальным заказывать бизнес-ланчи в офис, а не выходить в кафе/рестораны.



Заказ часто коллективный.

Сумма заказа ощутимая, заказ предполагает взаиморасчеты между участниками.



Сильно выросли и популяризировались сервисы-агрегаторы (Delivery Club, Food Fox и т.п.).

Потребители уже не идут на сайт конкретного заведения, а выбирают из заведений, предлагаемых агрегатором: выбор больше, доставка дешевле и быстрее.



Доставка еды

Критерии идеального платежа	Наличными при получении онлайн-заказа	Картой/смартфоном при получении онлайн-заказа	Картой/электронным кошельком во время заказа онлайн
Ожидаемый	WIN		
Быстрый		WIN	
Безопасный	WIN		
Бесплатный	WIN		
Избавляющий потребителя от хлопот			
	Удовлетворяет критерию	Не удовлетворяет критерию	WIN Максимально соответствует критерию



Доставка еды

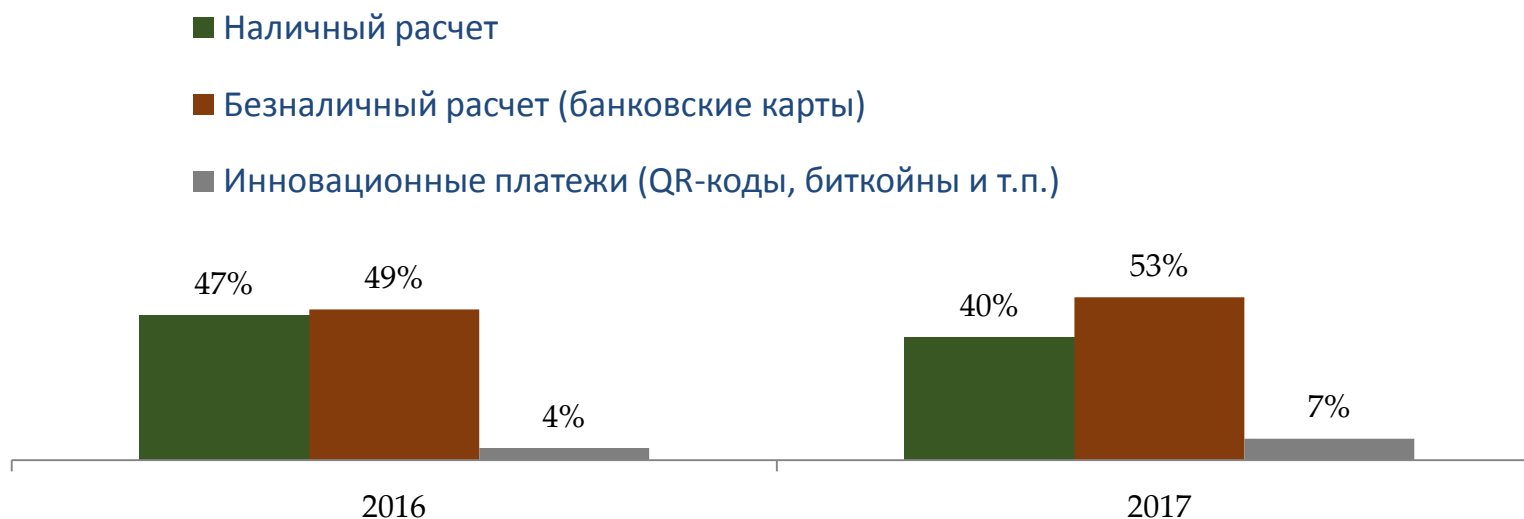
Как платят сейчас	Наличными при получении онлайн-заказа	Картой/смартфоном при получении онлайн-заказа	Картой/электронным кошельком во время заказа онлайн
Что удобно	 Оплата по факту доставки: только за те блюда, которые доставили в надлежащем виде	 Начисляется кешбэк	 Не нужно тратить время на оплату при получении
	 Взаиморасчеты с курьером (поиск сдачи или точной суммы)	 Нет возможности разделить счет на всех участников заказа: бонусы и кешбэк начисляются только тому, кто оплачивает заказ  Курьер может приехать без POS-терминала, или терминал может не работать	
Каких изменений хотят	 Возможность разделить счет на всех участников заказа при оплате курьеру или онлайн для получения бонусов и кешбэков каждым заказавшим.		

Транспорт: оплата наличными сокращается



Несмотря на возможность расплачиваться разными платежными инструментами, потребители всё больше предпочитают безналичную оплату в категории транспорта.

Структура платежей при оплате такси, общественного транспорта,
2016-2017 гг., %



Источник: данные Центрального банка РФ, расчеты Validata

Городской транспорт: транспортные карты – пятое колесо в телеге



От оплаты общественного транспорта потребители ожидают максимальной простоты и быстроты.

Любое системное промедление создает очереди и существенно увеличивает время в пути.



Пополнение транспортной карты/покупка проездного – лишняя забота.



Метрополитен предоставляет максимально широкие возможности оплаты проезда

В отличие от наземного транспорта в нем можно легко пополнить транспортную карту. На некоторых станциях есть турникеты, принимающие оплату смартфоном.



На наземных видах транспорта появляется возможность оплаты проезда напрямую с банковской карты/смартфона.



Городской транспорт

Критерии идеального платежа	ПОПОЛНЕНИЕ/ПОКУПКА ТРАНСПОРТНЫХ КАРТ		
	Банковской картой/ смартфоном	Наличными	Через онлайн-/ мобильный банк
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Городской транспорт

Как платят сейчас	<u>ПОПОЛНЕНИЕ/ПОКУПКА ТРАНСПОРТНЫХ КАРТ</u>		
	Банковской картой/ смартфоном	Наличными	Через онлайн-/ мобильный банк
Что удобно	 Быстрая механика оплаты	 Возможность расплатиться в наземном транспорте	 Возможность не тратить время на очереди в кассы/к терминалам оплаты
Что неудобно	 Очереди в кассы и к терминалам  Нельзя расплатиться в наземном транспорте	 Отсутствие сдачи (особенно у водителей)	 Необходимость активировать зачисленные средства через желтый терминал
Каких изменений хотят	 Оплата без использования дополнительных/специальных средств («Тройки», проездных): оплата картой и смартфоном, доступная на всех видах общественного транспорта без ограничений с сохранением выгодных тарифов (как по транспортной карте).		



Городской транспорт

Критерии
идеального
платежа

Ожидаемый

Быстрый

Безопасный

Бесплатный

Избавляющий
потребителя от
хлопот

НЕПОСРЕДСТВЕННАЯ ОПЛАТА ПРОЕЗДА

Банковской картой

Смартфоном



Удовлетворяет
критерию



Не удовлетворяет
критерию



Максимально соответствует
критерию



Городской транспорт

НЕПОСРЕДСТВЕННАЯ ОПЛАТА ПРОЕЗДА

Как платят сейчас	Банковской картой	Смартфоном
Что удобно	 Исключение лишнего звена – покупки транспортной карты	 Легко использовать (смартфон всегда в руках)
Что неудобно	 Нужно доставать из сумки  Не везде можно расплатиться (например, не каждый турникет метро принимает оплату банковской картой/смартфоном)  Невыгодные тарифы: проезд стоит дороже, чем по транспортной карте	
Каких изменений хотят	 Сохранение выгодных тарифов (как по транспортной карте).  Возможность расплатиться таким образом в любом турникете на любой станции метро/в любом другом городском транспорте  Бесконтактность – не нужно прикладывать карту/смартфон к турникету, просто пройти сквозь него, а деньги спишутся	

Покупка бензина: наиболее удобна оплата картой, и лучше кредитной



Оплата бензина за редким исключением производится безналичным образом.

Цена за литр всегда выливается в конечную сумму с копейками. Расплачиваться наличными крайне неудобно.



Оплата на АЗС – мощный драйвер активного повседневного использования кредитной карты.

Большинство кредитных карт предлагают повышенный кешбэк за покупку бензина, а ощутимые ежемесячные траты на топливо делают получение кешбэка выгодным.



Бензин

Критерии идеального платежа	Банковской картой (при наличии кредитной карты с кешбэком предпочитают ее)	Смартфоном
Ожидаемый		
Быстрый		
Безопасный		
Бесплатный		
Избавляющий потребителя от хлопот		
	 Удовлетворяет критерию  Не удовлетворяет критерию  Максимально соответствует критерию	



Бензин

Как платят сейчас	Банковской картой (при наличии кредитной карты с кешбэком предпочитают ее)	Смартфоном
Что удобно	 Быстрая механика оплаты  Не нужно считать сдачу и носить копейки  Оплата по карте всегда доступна	 Не нужно брать с собой кошелек
Что неудобно	 Нужно выходить из машины и идти оплачивать бензин в кассу: оплата сильно удлиняет процесс заправки и создает физические неудобства	 На некоторых АЗС не ловится мобильный интернет, и оплата смартфоном не работает
Каких изменений хотят	 Оплата на любой АЗС не выходя из машины: либо через заправочное приложение, либо по карте-аналогу транспондера для платных дорог	

Такси: в оплате картой через приложения есть свои минусы



Заказ такси через приложения становится всё более распространённым

Яндекс, Убер и приложения таксопарков постепенно вытесняют вызов такси через оператора.



Потребители отмечают, что изначально привязка карты к приложению казалась удобной.

Упрощала и убыстряла процесс оплаты, позволяла расплатиться даже при отсутствии наличных.



Однако при активном пользовании приложением такси многие клиенты столкнулись с необоснованными списаниями, в результате часть потребителей решила вернуться к оплате такси наличными.

Мошенничество водителей такси – распространённая практика, зачастую необоснованно списанную сумму вернуть сложно даже через службу поддержки.



Такси

Критерии идеального платежа	Через приложение (привязанной картой)	Наличными	Переводом на карту водителя
Ожидаемый	WIN		
Быстрый	WIN		
Безопасный		WIN	
Бесплатный	WIN		
Избавляющий потребителя от хлопот	WIN		
	Удовлетворяет критерию	Не удовлетворяет критерию	WIN Максимально соответствует критерию



Такси

Как платят сейчас	Через приложение (привязанной картой/бонусами)	Наличными	Переводом на карту водителю
Что удобно	 Оплата не занимает времени	 Точно не спишется лишнее	
	 Не нужно думать о точной сумме/сдаче	 Легко оставить чаевые со сдачи или увеличив сумму перевода	
Что неудобно	 Возникают сложности с оспариванием неправомерно списанных средств	 Необходимо лично договариваться с водителем	
	 Не во всех приложениях можно оставить чаевые	 Нужно думать о точной сумме и сдаче	 Отсутствие чека (в случаях, когда он нужен для отчетности)
Каких изменений хотят	 Списание с карты, привязанной к приложению только после подтверждения суммы клиентом  Или возможность официально оплатить картой/смартфоном в любом такси		

Досуг и развлечения: безналичная оплата зачастую финансово выгодна



К оплате картой/смартфоном мотивируют скидками (в том числе от платежных систем Visa и MasterCard).



К безналичной оплате мотивирует кешбэк: траты на категорию регулярны и ощутимы (поход с семьей в кино, как правило, составляет больше 1000 рублей)



Но иногда принимают только наличные, особенно в регионах, где POS-терминалы распространены меньше, чем в столице (в парках аттракционов, природных парках и т.п.)

Структура платежей при покупке билетов в кино/театр, спортивные и другие мероприятия, 2016-2017 гг., %



Источник: данные Центрального банка РФ, расчеты Validata



Досуг и развлечения

Критерии идеального платежа	Картой/ смартфоном в кассе	Картой/ электронным кошельком онлайн	Наличными
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Досуг и развлечения

Как платят сейчас	Картой/ смартфоном в кассе	Картой/ электронным кошельком онлайн	Наличными
Что удобно	Акции и скидки от платежных систем Начисляется кешбэк	Покупка билетов из дома – не надо стоять в очереди в кассу Можно выбрать удобные места	Можно расплатиться за любой вид развлечения
Что неудобно	Не все организации принимают такие типы оплаты		Очереди в кассы Поиск точной суммы или сдачи Нет акций и скидок за оплату наличными
Каких изменений хотят	Оповещение об акциях и скидках и их применение при покупке билетов онлайн Возможность безналичной оплаты любого билета (даже в регионах, где возможности безналичной оплаты менее распространены)		

Услуги связи: возможность оплаты всегда должна быть под рукой



Остаться без связи – катастрофа.

На наличии мобильной связи и Интернета построены договоренности, личные и рабочие взаимодействия.



Баланс сам может внезапно стать средством оплаты.

Некоторые поставщики товаров и услуг дают возможность оплатить их с баланса сотового телефона.



Услуги СВЯЗИ

Критерии идеального платежа	Переводом в онлайн-/ мобильном банке	На сайте оператора связи	Автоплатеж
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Услуги СВЯЗИ

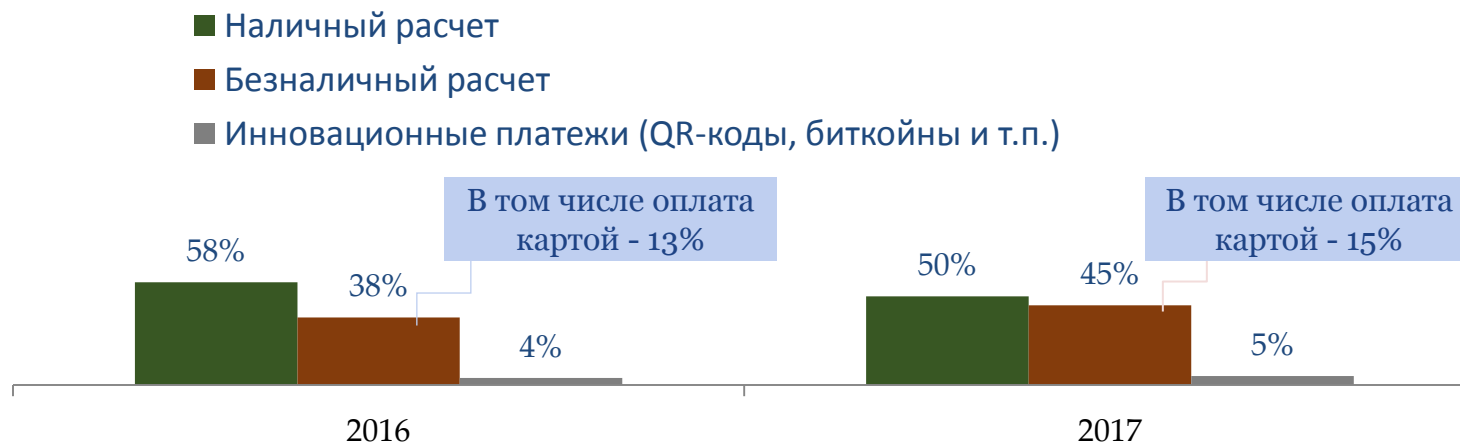
Как платят сейчас	Переводом в онлайн- /мобильном банке	На сайте оператора связи	Автоплатеж
Что удобно	 Оплата быстрая и комфортная (в любое время и в любом месте)		 Оплата не требует участия потребителя
	 Возможность создать шаблон и не вводить данные вручную	 Кешбэк начисляется	
Что неудобно	 Не начисляется кешбэк	 Данные вводятся вручную	 Не начисляется кешбэк
			 Эффект неожиданно списанных денег
Каких изменений хотят	 Кешбэк начисляется и при оплате через онлайн-банк/автоплатежом.		
	 Автоплатеж предлагается подтверждать, чтобы он не списывался без ведома и готовности потребителя		
	 Автоплатеж накопленными бонусами/баллами, а не денежными средствами		

ЖКХ: оплачивать онлайн гораздо удобнее



Появление возможности оплаты ЖКХ онлайн (через онлайн-/мобильные банки, сайты ЖСК, сайты и приложения Госуслуг и Фрисби) – революционное преобразование.
Потребители отмечают большой скачок в комфорте оплаты ЖКХ.

Структура платежей ЖКХ, 2016-2017 гг., %



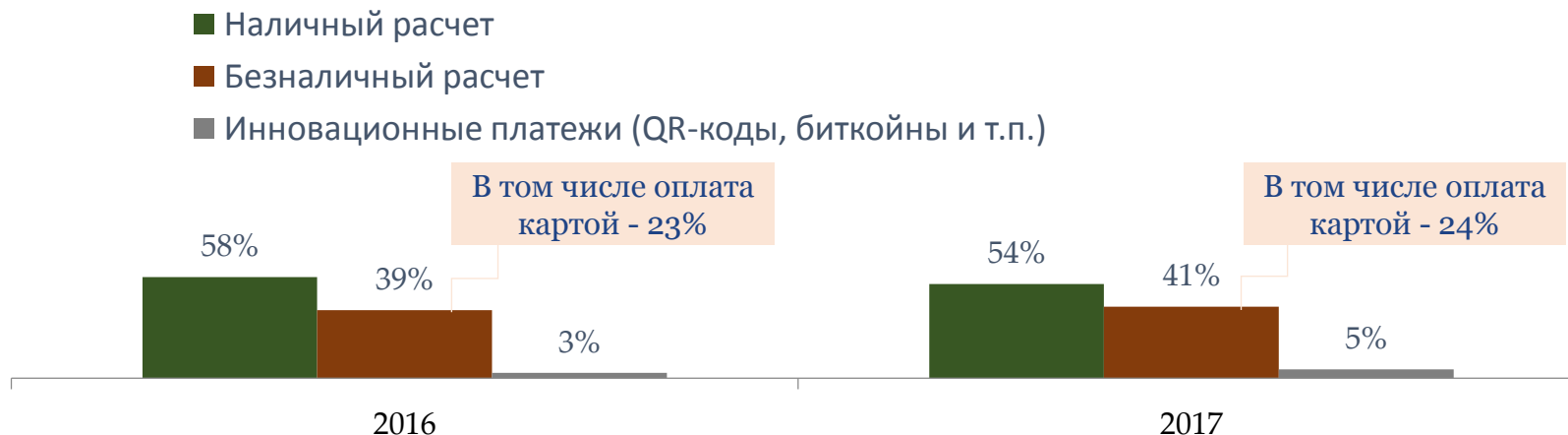
Источник: данные Центрального банка РФ, расчеты Validata

Государственные платежи (налоги, штрафы, образование): сайт Госуслуги – онлайн-аналог Сбербанка



С появлением сервисов Госуслуги и Фрисби оплата государственных платежей ускоренными темпами перемещается в онлайн.

Структура платежей государственных услуг и сервисов, 2016-2017 гг., %





Государственные платежи и ЖКХ

Критерии идеального платежа	Переводом в онлайн-банке	Автоплатеж	На сайте ЖСК или Госуслуг/Фрисби картой/ эл-ным кошельком	Оплата в отделении банка
Ожидаемый				
Быстрый				
Безопасный				
Бесплатный				
Избавляющий потребителя от хлопот				
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию	

Государственные платежи и ЖКХ



Как платят сейчас	Переводом в онлайн-/мобильном банке	Автоплатеж	На сайте ЖСК или Госуслуг/Фрисби картой/ эл-ным кошельком	Оплата в отделении банка
Что удобно	 Оплата быстрая и комфортная (в любое время и в любом месте)			 Выдают «синий чек»
	 Можно создать шаблон	 Кешбэк начисляется		
Что неудобно	 Не начисляется кешбэк	 Повышенные комиссии		 Большие потери времени
	 Комиссия за оплату	 Нельзя оплатить другим способом	 Данные вводятся вручную	
	 На руках не остается официального «синего чека»			
Каких изменений хотят	 Все данные по счетчикам передаются автоматически.			
	 Квитанция об онлайн-оплате приравнивается инстанциями к официальному чеку.			
	 Комиссии отсутствуют.			
	 Кешбэк начисляется и при оплате через онлайн-банк.			

Кредиты: оплата часто требует от потребителя либо усилий, либо трат



Если зарплатный проект и кредит открыты в одном банке, проблем с оплатой не возникает.

Большинство потребителей либо используют переводы между счетами через онлайн-/мобильный банк, либо оформляют автоплатеж.



Если банки зарплатного проекта и кредита различаются, ежемесячные платы зачастую становятся проблемой.

Клиенты либо вынуждены платить комиссию за межбанковские переводы, либо вручную вносить их на счет кредита через банкомат или отделение другого банка.

Некоторые банки вообще не предоставляют возможность погашения кредита путем перевода средств из другого банка.



Кредиты

[illegible]



Кредиты

Как платят сейчас	Переводом/ автоплатежом между счетами в одном банке	Межбанковским переводом/ автоплатежом	Через банкомат или отделение банка, выдавшего кредит
Что удобно	 Нет комиссий  Мгновенное зачисление средств  Минимум усилий со стороны клиента		 Мгновенное зачисление средств  Нет комиссий
Что неудобно	 Не всегда есть подтверждение поступления суммы на кредитный счет	 Нет комиссии  Зачисление средств в течение нескольких дней	 Хлопотно для клиента: отнимает время, требует дополнительных усилий
Каких изменений хотят	 Улучшение условий межбанковских переводов: гарантированное зачисление средств день в день, отсутствие комиссий.  Подтверждение получения платежа по кредиту банком-кредитором (в ипотеке это особенно важно)		

Одежда и обувь + бытовая техника и электроника: вероятность возврата добавляет хлопот



Часто такие траты – приватная территория.

Их хочется скрыть от других членов семьи, даже имеющих доступ к просмотру состояния счета.



Существует возможность возврата товаров.

При серьезной вероятности возврата оплата наличными предпочтительнее.



Часто покупаются в подарок.

Необходима возможность сдать товар по чеку/обменять на другой размер без участия дарителя. Оплата товара картой неудобна.



Любые операции по возврате/замене товаров требуют чека.

Потребителям приходится заботиться о хранении чеков.



Одежда, обувь, БТиЭ

Критерии идеального платежа	Наличными в офлайн-магазине	Картой/смартфоном в офлайн-магазине
Ожидаемый		
Быстрый		
Безопасный		
Бесплатный		
Избавляющий потребителя от хлопот		
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию  Максимально соответствует критерию



Одежда, обувь, БТиЭ

Как платят сейчас	Наличными в офлайн-магазине	Картой/смартфоном в офлайн-магазине
Что удобно	 При возврате товара возвращаются и деньги	 Быстрая механика оплаты
	 Покупка остается скрытой даже от тех, кто имеет доступ к выписке по счету, это удобно, когда покупку не хочется афишировать	 Начисляется кешбэк
Что неудобно	 Кешбэк не начисляется	 Если товар не подошел, деньги могут возвращаться до двух недель
		 Покупку сложно скрыть от тех, кто имеет доступ к выписке по счету (даже если покупку не хочется афишировать)
Каких изменений хотят	 Возможность мгновенного возврата средств на счет при возврате товара, оплаченного безналичным способом.	



Одежда, обувь, БТиЭ

Критерии идеального платежа	Наличными при получении онлайн-заказа	Картой при получении онлайн-заказа	Картой/электронным кошельком при оформлении заказа
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Одежда, обувь, БТиЭ

Как платят сейчас	Наличными при получении онлайн-заказа	Картой при получении онлайн-заказа	Картой/электронным кошельком при оформлении заказа
Что удобно	 Можно легко отказаться от товара	 Начисляется кешбэк	 Можно оформить заказ в иностранном магазине
	 При возврате товара возвращаются и деньги		
	 Покупка скрыта от других членов семьи это удобно, когда покупку не хочется афишировать		
Что неудобно	 Иностранные магазины не дают возможности оплаты при получении		 Если товар не подошел, деньги могут возвращаться до двух недель
Каких изменений хотят	 Возможность постоплаты только подошедших товаров даже при заказе в иностранных онлайн-магазинах.		

Услуги красоты*: территория неофициальной оплаты



Распространенная практика – услуги частных мастеров.

Мастер может как обслуживать клиента на дому (или у себя дома), так и арендовать рабочее место в салоне.



Многие салоны также вырастают из частной практики.

Мастера объединяются и снимают помещение, при этом клиентская база не сильно расширяется. Такие салоны стремятся максимально снизить свои расходы, в том числе экономят на эквайринге.



Зачастую возможности официальной оплаты картой нет.

Клиенты расплачиваются наличными или переводят деньги на карту мастеру.

* И другие офлайн-услуги от ремонта сантехники до помощи в оформлении помещений



Услуги красоты

Критерии идеального платежа	Картой или смартфоном	Наличными	Переводом на карту
Ожидаемый			
Быстрый			
Безопасный			
Бесплатный			
Избавляющий потребителя от хлопот			
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию	 Максимально соответствует критерию



Услуги красоты

Как платят сейчас	Картой или смартфоном	Наличными	Переводом на карту
Что удобно	- Удобная механика оплаты - Средств точно будет достаточно для оплаты - Начисляется кешбэк	Принимают все салоны и частные мастера	- Можно оплатить услуги частного мастера - Средств точно будет достаточно для оплаты
Что неудобно	Принимают не во всех салонах, частные мастера не принимают совсем.	Конечное количество наличных средств ограничивает в доступных услугах и покупках	Принимают не все салоны
Каких изменений хотят	- Возможность официальной безналичной оплаты частным мастерам и в любом салоне. - Понимания суммы оплаты до или в процессе оказания услуги с визуализацией опций и общей стоимости (сейчас сумму ждешь как приговора)		

Путешествия: оплата не встроена в процесс выбора



Бронирование путешествий стало самостоятельным.

Потребители покупают все составляющие путешествий онлайн.



Оплачивают через агрегаторы, а информацию ищут на других сайтах.

Процесс подбора вариантов многоступенчатый: обзор цен через агрегаторы → изучение подробной информации о вариантах на других сайтах → возвращение к агрегатору для совершения оплаты.

Структура платежей при приобретении туров/путешествия, 2016-2017 гг., %





Путешествия

Критерии идеального платежа	Картой или электронными кошельками онлайн на сайте или через приложение	Наличными или картой в турагентстве/кассе
Ожидаемый	WIN	WIN
Быстрый	WIN	
Безопасный		
Бесплатный	WIN	
Избавляющий потребителя от хлопот		
	Удовлетворяет критерию Не удовлетворяет критерию WIN Максимально соответствует критерию	



Путешествия

Как платят сейчас	Картой или электронными кошельками онлайн на сайте или через приложение	Наличными или картой в турагентстве/кассе
Что удобно	✈ Оплата не выходя из дома через приложения или сайты-агрегаторы ✈ Начисляются ощутимые бонусы и/или кешбэк	✈ Возможность личной консультации и выяснения деталей (об отеле, перелете) у специалиста
Что неудобно	✈ Информация об отелях/билетах и т.п. на сайтах-агрегаторах не полная → потребители собирают информацию на других сайтах, возвращаясь на агрегатор только для оплаты ✈ Цены на разных сайтах-агрегаторах отличаются → клиенты сравнивают их в ручном режиме	✈ Поездка в кассы или турагентство отнимает время
Каких изменений хотят	✈ «Честный и полный агрегатор» : - показывающий действительно все актуальные цены - учитывающий актуальные акции и специальные предложения - Предоставляющий подробную и детальную информацию (о билетах, отелях и т.п.)	

Дорогостоящие приобретения: оплата наличными – хоть и неудобный, но оптимальный выбор



Категории: транспорт, недвижимость, драгоценности и т.п.



Тщательный подход к выбору продукта и поставщика.

Выбор предполагает «тест-драйв» продукта: личное посещение нескольких продавцов, детальное изучение их предложений.



Онлайн-оплата развита слабо.

Чаще всего оплата возможна только при личном посещении.



Наличные – предпочтительный способ оплаты.

Продавцам это выгодно, клиентам неудобно, но спокойно: расплачиваясь наличными, они не привлекают внимание банков и не вызывают вопросов о происхождении таких крупных сумм.



Дорогостоящие приобретения

Критерии идеального платежа	Наличными	Смартфоном/картой/ электронным кошельком онлайн или офлайн
Ожидаемый		
Быстрый		
Безопасный		
Бесплатный		
Избавляющий потребителя от хлопот		
	 Удовлетворяет критерию	 Не удовлетворяет критерию  Максимально соответствует критерию



Дорогостоящие приобретения

Как платят сейчас	Наличными	Смартфоном/картой/ электронным кошельком онлайн или офлайн
Что удобно	- Банки не видят и не контролируют платеж - Не нужно подтверждать происхождение средств	- Есть возможность дистанционной оплаты - Возможность заработать большое количество бонусов или огромный кешбэк
Что неудобно	- Перевозить крупные суммы наличными деньгами небезопасно - Для оплаты необходимо личное присутствие - При покупке недвижимости - снимать ячейку в банке	- Крупные суммы привлекают внимание банков – платеж может быть заморожен, могут запросить подтверждение происхождения средств - Комиссии за безналичную оплату (например, в автосалонах) - Лимиты на оплату картой
Каких изменений хотят	3D визуализация/виртуальная реальность/эффект присутствия для первоначального дистанционного изучения товаров и формирования шорт-листа - Доставка товаров из шорт-листа для сравнения на дом - Оплата выбранных товаров при получении (доставке по адресу) безналично, минуя банковскую систему.	

Платеж как фактор влияния на этапы клиентского пути

Платеж оказывает влияние на клиентский опыт практически на всех этапах клиентского пути



Единственный этап, на котором способы оплаты **слабо влияют на потребительское поведение** – в некоторых категориях анонсирование возможности расплатиться бонусами/баллами может привлечь внимание потребителей к товару или услуге



Для **повседневных офлайн покупок**: потребители еще не думают о методах оплаты.



Для **повседневных онлайн покупок**: способы оплаты – критерий выбора продавца.



Для **дорогостоящих покупок**: способы оплаты – критерий выбора продавца и товаров из шорт-листа.



Для **всех видов покупок**: психологический комфорт и удобство оплаты влияет на удовлетворенность покупкой в целом.



Для **всех видов покупок**: доступность оговоренных/ожидаемых способов оплаты влияет на восприятие продавца как надежного, заслуживающего доверие.



Для **товаров, подлежащих возврату**: способ оплаты влияет на простоту и быстроту возврата товара и денег покупателю (при необходимости)



Для **оплаты обязательных платежей (ЖКХ, госуслуги, налоги и т.п.)**: способ оплаты влияет на простоту подтверждения совершения платежа (чаще всего необходимого в официальных инстанциях).



Для **всех категорий товаров**: возможность расплатиться накопленными бонусами/баллами или накопить бонусы/баллы способствует формированию лояльности продавцу.



Заключительные выводы

Роль платежей в клиентском опыте становится более значимой



Оплата и доступные способы платежа – важная часть сделки, теперь о ней думают, на нее обращают внимание.

Потребители осознанно выбирают тот или иной метод оплаты, стремясь приобрести материальную выгоду или сделать сам момент оплаты максимально комфортным для себя.



Потребитель становится требовательным: уровень комфорта оплаты оценивается критично, а его важность растет.

Потребители готовы отказаться от услуг продавца, если доступные методы оплаты для них неудобны и/или невыгодны. Максимально быстрое внедрение всех современных методов оплаты становится критичным: потребитель по умолчанию ожидает, что сможет расплатиться любым платежным инструментом.



Платежные инструменты становятся элементами имиджа (как личного, так и корпоративного).

Потребителю использование прогрессивных способов платежей позволяет ощутить себя современным и стильным человеком. Предлагаемые продавцом методы оплаты говорят о его успешности: современная, развивающаяся и надежная компания должна, по мнению аудитории, предлагать максимально широкий ассортимент возможностей оплаты.

Потребители адаптируются к новой цифровой реальности платежей



Безналичные способы оплаты и цифровые каналы платежей стремительно становятся наиболее предпочтительными для потребителей. Они выигрывают у наличных по скорости и удобству процесса оплаты, на порядок лучше вписываются в современный ритм жизни, а также позволяют получить наиболее выгодные условия покупки.



Наличные уходят в прошлое, но не все потребители этому рады. Несмотря на то, что безналичные методы оплаты быстрее и удобнее, часть аудитории высоко ценит наличные за анонимность и независимость от банков, которую они предлагают и которая становится особенно важной, когда речь идет о крупных суммах и платежах. Вытеснение наличных на государственном уровне ставит перед этими потребителями вопрос подбора адекватной замены.



В целом, потребители готовы к дальнейшему развитию рынка инструментов оплаты.

Они интересуются платежными новинками, готовы пробовать новые инструменты, если они имеют действительно преимущества (финансовые выгоды, удобную механику оплаты, притягательные эмоциональные атрибуты).

Остро не хватает проводника полной и достоверной информации о платежах



Потребители вынуждены сами ориентироваться в сильно меняющемся ассортименте платежных инструментов.

Они читают форумы и обсуждения в соцсетях, изучают информационную рассылку от банков, задают вопросы банковским работникам.



У потребителей есть запрос на получение полной и структурированной информации о платежах и новинках в этой сфере от надежного источника.

Потребителям сложно самостоятельно структурировать информацию о платежных инструментах и их преимуществах, также не хватает персонализированных рекомендаций по выбору наиболее выгодного инструмента платежа (из ассортимента потребителя) для конкретной ситуации оплаты.



Таким источником информации могли бы стать банки.

Барьер недоверия к ним давно преодолен. Сейчас банк воспринимается как гарант финансовой безопасности, защитник. Потребители сами обращаются к сотрудникам банков за консультациями, т.к. отмечают, что банки недостаточно активны в предоставлении актуальной информации об изменениях в мире платежных инструментов.

Идеальный для потребителей платеж – максимально безопасный и минимально хлопотный



Ожидаемый= всегда понятно в какой момент он будет происходить, и какая точно сумма будет списана.



Быстрый= средства мгновенно переходят от покупателя к поставщику товара/услуги (и при необходимости также мгновенно возвращаются обратно).



Безопасный= защищающий и от кибермошенников, и от недобросовестности продавца товара/услуги.



Бесплатный= нет затрат ни на владение инструментом платежа, ни на проведение транзакций/переводов.



Избавляющий от хлопот= максимально незаметно вписывается в процесс покупки и не требует специальных платежных действий.

Выбор платежных инструментов тесно связан со стилем жизни



Повседневная оплата кредитными картами стала актуальной для автомобилистов за счет выгодного кэшбэка на оплату бензина.



Владельцы карт с кэшбэком в милях активно используют их, «копят» мили и оплачивают ими билеты.



Часто и активно путешествующие потребители заводят кредитную карту для путешествий: используют ее для брони отелей и аренды автомобилей, чтобы замораживаемая при бронировании сумма не урезала собственные доступные средства.



Сервисы доставки еды с заказом и оплатой через приложения набирают популярность, т.к. хорошо вписываются в динамичный городской образ жизни - они дают возможность заказать и оплатить все, что нужно на ходу, не уделяя этому много времени.



Оплата ЖКХ и других видов обязательных регулярных платежей через приложения и в банковском мобильном приложении - ценится работающими женщинами, которые могут провести эти оплаты, «без отрыва» от своих семейных и рабочих обязанностей.

A photograph of a modern building with a facade made of colorful, pixelated tiles in shades of blue, red, and white. The building is situated behind a green lawn and a body of water. The sky is dark with some clouds, and the building's reflection is clearly visible in the water. The overall scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn.

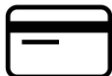
Приложение №1

Типы платежей

По типу платежных инструментов



Наличные (включая терминалы для оплаты)



Кредитная карта



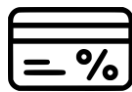
Дебетовая карта



Мобильные/цифровые кошельки



Предоплаченная карта



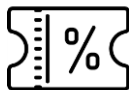
Сертификаты/ бонусные карты/ приложения



Платежное поручение



Смарт-карта, карта жителя региона



Чеки/ваучеры



Банковский перевод



Мобильный номер/ мобильный счет

По размеру

Микроплатежи

Макро

По местоположению

Проксимити

Удаленные

По частоте

Единоразовый

Подписка/автоматизация

Механизм финансирования

Предоплаченные карты

Обещанный платеж

Счет смарт-карты

Счет кредитной карты

Счет мобильного/цифрового кошелька

Счет мобильного номера

Рассрочка

A photograph of a modern building with a faceted, crystalline facade, reflecting in a pond at dusk. The building has several rectangular volumes of varying heights and angles, creating a complex, geometric form. The facade is composed of many small, rectangular panels, some of which are illuminated from within, giving it a glowing, textured appearance. The building is situated on a grassy area, and a paved path leads towards it. In the foreground, a calm body of water reflects the building and the sky. The sky is dark with some clouds, and the overall atmosphere is serene and architectural.

Приложение №2

Детальное описание методологии исследования

Этап 1. Кабинетное исследование

ЗАДАЧИ ЭТАПА

- Получить обзор существующих на сегодня типов платежей и описать их связи с различными категориями потребления
- Выделить ключевые тренды развития платежных технологий в России и мире

МЕТОД

Сбор и анализ вторичных данных

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

- Статистика Международного Банка
- Центральный Банк России
- Корпоративные сайты операторов платежных систем, банков
- Отраслевая база NeoAnalytics (www.neoanalytics.ru): статистика по рынку программ лояльности
- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Тематические интернет-площадки по проблематикам использования всех видов оплаты и программ лояльности
- Корпоративные сайты операторов программ лояльности
- Корпоративные сайты программ лояльности

Этап 2. Качественное исследование

На этапе 2 был применялся комплекс онлайн и офлайн качественных методов

Онлайн-дневники	Secret Agent	Фокус-групповые дискуссии	Customer Journey Game
2.1. Платежный дневник Участники ведут блог, описывая повседневный опыт покупок, оплат и любых моментов, связанных с платежами 2.2. Дневник деприкации Участникам ставятся ограничения на использование их привычных платежных средств— они ведут блог, фиксируют свой опыт оплат в экспериментальном режиме	2.3. Включенное наблюдение Специалист VALIDATA регистрируется и выступает активным участником веб-сообществ, где люди постоянно обсуждают свой опыт и проблемы, возникающие при различных видах платежей (например, сообщества совместных закупок, банковские форумы)	2.4.Стандартные фокус-группы Обсуждения с различными типами целевой аудитории с погружением в разные тематики: ○ Роль платежей в распоряжении деньгами и совершении покупок в зависимости от стиля жизни ЦА и категории ○ Отношение к наличным, безналичным и инновационным платежам	2.5. Игровые группы с потребителями Игровые группы по карте клиентского пути: под руководством модератора участники двигаются по этапам пути от ситуации к ситуации, оценивая с помощью фишек эмоций свой клиентский опыт платежей, делятся конкретными примерами и историям, связанными с различными типами и стадиями платежей

Этап 2.1 Платежный дневник

ЗАДАЧИ ЭТАПА



Изучить, как встроены различные типы платежей в повседневную жизнь потребителей:

- Как выбирается тип платежа в зависимости от категории потребления/расходов
- Мотивы и барьеры к использованию разных типов платежей (рациональные, эмоциональные, социальные мотивации)
- В чем видят преимущества и недостатки использования наличных/безналичных/цифровых платежей в разных ситуациях
- Эмоциональный фон, связанный с разными типами расходов и платежей: моменты фрустрации и радости
- Проблемы, возникающие с платежами, и подходы к их решению



Получить широкий спектр кейсов клиентского опыта, связанного :

- с оплатой покупок в разных форматах: офлайн-покупки, онлайн-покупки;
- с разными моделями оплаты: автоматизированные платежи и подписки, отложенные платежи, обещанные платежи, платежи до получения продукта на руки, платежи при получении товара/услуги



Понять особенности мотиваций в отношении платежных средств и рисунка использования разных типов платежей в зависимости от стиля жизни потребителей



Понять рисунок пользования и эмоции, связанные с различными видами программ лояльности:

- Как потребители подходят к использованию бонусов, дисконтных карт, купонов, участия в специальных акциях для постоянных покупателей и других видов преимуществ для постоянных клиентов
- Как оценивается роль программ лояльности в зависимости от категории покупок и от стиля жизни потребителя

Этап 2.1 Платежный дневник

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- **Мужчины и женщины, 18-60 лет, разное семейное положение**
- **Сегменты:** молодежь, массовый, массовый-высокодоходный, пенсионеры (в т.ч. работающие)
- **Микс по пользованию финансовыми продуктами:** пользователи карт, кредитных продуктов, накопительных и инвестиционных продуктов, клиенты различных банков
- **Микс по вовлеченности в тренды финансов и потребления:** обычные пользователи и тренд-сеттеры (активно совершают покупки онлайн, пользуются инновационными видами платежей)
- **Пользователи программ лояльности в разных категориях**

МЕТОДОЛОГИЯ

- **Метод: онлайн-блог с модерированием:**
Респонденты ежедневно фиксируют все платежи, описывают свой опыт, впечатления и эмоции, связанные с каждой ситуацией платежа, а также отвечают на уточняющие и дополнительные вопросы модератора
 - **Общее количество участников: 20 человек**
 - **Продолжительность блога: 10 дней**
 - **География: Москва, Екатеринбург, Саратов**
 - **Даты проведения: 18-28 сентября 2018 года**

ПОЛ	СЕКМЕНТЫ ЦА	ПРОФИЛЬ ПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫМИ ПРОДУКТАМИ	ВОЗРАСТ	ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ФИНАНСОВ И ПОТРЕБЛЕНИЯ	ГЕОГРАФИЯ (СТРУКТУРА АУДИТОРИИ ПО РЕГИОНАМ)		
					МОСКВА	ЕКТ	САРАТОВ
М/Ж 50%-50%	○ МАССОВЫЙ	Банковские карты	18-55	70% обычные пользователи 30% трендсеттеры (активно совершают покупки онлайн, пользуются инновационными видами платежей)	40%	30%	30%
	○ МАССОВЫЙ+ МВС	Пользователи карт и кредитных продуктов					
ВСЕГО 20 УЧАСТНИКОВ. ДЛИТЕЛЬНОСТЬ 10 ДНЕЙ							

Этап 2.2 Дневник депривации

ЗАДАЧИ ЭТАПА



Выявить глубинные инсайты, связанные с использованием разных типов платежных средств:

- Чего лишаются потребители в случае запрета на использование привычного, типичного для них типа платежа/вида денег (наличные, безналичные, цифровые, мобильные платежи)
- Насколько сильные эмоциональные дискомфорты/неудобства испытывают при невозможности применить каждый из типов платежа
- Как запрет на платежи влияет на потребление – откладывают ли покупку, какой способ платежа выбирают на замену и почему
- В каких ситуациях типы платежей являются взаимозаменяемыми, в каких есть острая необходимость применения конкретного типа платежа

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- **Мужчины и женщины, 18-55 лет, разное семейное положение**
- **Сегменты: молодежь, массовый, массовый-высокодоходный**
 - **ЦА1.** Активные пользователи цифровых кошельков и мобильных кошельков PayPal, Яндекс.Деньги, Advanced Cash, Perfect Money, Apple Pay, Samsung Pay и Android Pay
 - **ЦА2.** Активные пользователи банковских карт, регулярно совершают онлайн-покупки в разных категориях, переводы
 - **ЦА3.** Активные пользователи наличных (не менее 50% месячного бюджета)

Этап 2.2 Дневник депривации

МЕТОДОЛОГИЯ

- **Метод: онлайн-блог с модерированием:**

Респондентам ставится ограничение на использование наиболее типичных, характерных для них средств/способов платежей

Участники ежедневно фиксируют все ситуации платежей, свой опыт и эмоции, связанные с запретом, невозможностью применить обычный вариант платежа

- **Общее количество участников: 30 человек**
- **Продолжительность блога: 10 дней**
- **География: Москва**
- **Даты проведения: 18-28 сентября 2018 года**

ПОЛ	СЕКМЕНТЫ ЦА	ПРОФИЛЬ ПОЛЬЗОВАНИЯ	УСЛОВИЯ ЭКСПЕРИМЕНТА: ОГРАНИЧЕНИЯ НА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПОСОБОВ ОПЛАТЫ	ВОЗРАСТ	КОЛ-ВО УЧАСТНИКОВ	ГЕОГРАФИЯ
М/Ж 50%-50%	○ МАССОВЫЙ+МВС	ЦА1 .Активные пользователи цифровых кошельков и мобильных кошельков	Депривация пользования следующих продуктов: PayPal, Яндекс.Деньги, Advanced Cash, Perfect Money, Apple Pay, Samsung Pay и Android Pay	18 -35	10	МОСКВА
		ЦА2. Активные пользователи банковских карт регулярно совершают онлайн-покупки в разных категориях, переводы	Депривация пользования следующих продуктов: любые операции с онлайн-оплатой, переводами, любое использование банковских карт	30-50	10	
		ЦА3. Активные пользователи наличных (не менее 50% месячного бюджета)	Депривация использования наличности	35-60	10	
ВСЕГО 30 УЧАСТНИКОВ. ДЛИТЕЛЬНОСТЬ 10 ДНЕЙ						

Этап 2.3 Включенное наблюдение

ЗАДАЧИ ЭТАПА



Получить набор живых кейсов потребительского опыта платежей в разных категориях - спонтанные ответы о том, что наиболее важно для людей, что их волнует «здесь и сейчас»:

- Проблемы, связанные с платежами и реакции на них
- Отзывы и «лайф-хаки» потребителей по использованию разных платежных средств



Определить специфику влияния процесса платежа и роль разных типов платежей в социальных взаимодействиях в процессе потребления (например, совместное потребление, совместные закупки)

МЕТОД

Secret Agent : специалист VALIDATA вел включенное наблюдение как участник веб-сообществ и форумов, где люди постоянно обсуждают свой опыт и проблемы, возникающие при совершении различных видов платежей, а также в качестве пользователя сайтов кешбэк-сервисов

Сроки проведения: октябрь 2018

СПИСОК САЙТОВ

<https://www.biznet.ru/>

www.banki.ru

<http://otzovik.com/>

www.tripadvisor.ru

<https://epn.bz/ru/>

<https://smarty.sale>

Этап 2.4 Стандартные фокус-группы

ЗАДАЧИ ЭТАПА



Изучить отношение к разным видам денег:

какие ощущения возникают при использовании наличных, безналичных средств, как воспринимаются накопленные бонусы и другие “альтернативные” валюты (например, игровые)



Выявить мифы и стереотипы, барьеры в отношении разных видов платежей (при покупках офлайн, онлайн, подписке на онлайн-сервисы и т.п.)



Определить роль платежей в распоряжении бюджетом у потребителей с разным стилем жизни и отношением к деньгам



Изучить функции платежей и особенности их влияния на поведение потребителя в различных категориях (продукты питания, бытовые товары, лекарства, косметика, одежда и обувь, товары длительного пользования, транспорт, регулярные оплаты услуг и сервисов (ЖКХ, связь и др.), расходы в путешествиях (отели, ж/д и авиабилеты), развлечения, кафе/рестораны и др.)



Протестировать восприятие платежных инноваций: например, насколько люди готовы использовать мобильные кошельки, финансово-технические сервисы (платежи в социальных сетях и на других веб-платформах)

Этап 2.4 Стандартные фокус-группы

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Мужчины и женщины, 25-65 лет, разное семейное положение
- Сегменты по доходу: Массовый и МВС
- Профиль пользования: микс пользователей карт, кредитных продуктов, накопительных и инвестиционных продуктов
- ЦА1 ОБЫЧНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ: активные пользователи банковских карт, опыт использования инновационных платежей ограничен
- ЦА2 ТРЕНД-СЕТТЕРЫ : активные покупатели онлайн-магазинов/сервисов, продвинутые пользователи инновационных платежей

МЕТОДОЛОГИЯ

- Метод: Стандартные фокус-групповые дискуссии (ФГД)
- Кол-во участников на одной ФГД: 6 чел.
- Продолжительность одной ФГД: 2 часа
- Общее количество ФГД: 8
- География: Москва, Екатеринбург
- Даты проведения: 26 октября - 8 ноября 2018 г

Сегменты ЦА по доходу	Профиль пользования	Возраст	Москва	Екатеринбург
Массовый	ОБЫЧНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ: микс пользователей карт и кредитных продуктов	30-45	1	1
МВС			1	1
Массовый/ МВС	ОБЫЧНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ: микс пользователей карт, кредитов и вкладов	50-65	1	-
	ТРЕНД-СЕТТЕРЫ: микс продвинутых пользователей карт и кредитных продуктов, активные пользователи инновационных платежей	25-35	1	1
	ТРЕНД-СЕТТЕРЫ : микс продвинутых пользователей карт, накопительных и инвестиционных продуктов	36-45	1	-
ВСЕГО 8 ФГД				

Этап 2.5 Игровые группы с потребителями

ЗАДАЧИ ЭТАПА



Определить роль и функции платежей на каждом этапе КЛИЕНТСКОГО ПУТИ (в т.ч. влияние на эффективность/выгодность/удобство покупки, триггер к покупке, информационная функция платежей, доверие между покупателем и продавцом, социальные выгоды и др.)



Описать эмоциональный опыт потребителей, связанный с различными типами платежей, включая:

- позитивные эмоции и «болевы точки»
- ощущение комфорта и удобства в использовании платежей
- моменты изменения отношения к покупке из-за процесса платежа либо информации, полученной потребителем о платеже
- моменты фрустрации, причины возникновения барьеров к использованию разных типов платежей

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ

- A. Информированность/осведомленность о товаре/услуге** (например, как платеж способствовал получению информации о продукте)
- B. Рассмотрение/поиск информации о товаре/услуге** (например, платеж как триггер выбора, рассмотрения того или иного продукта)
- C. Приобретение товара/услуги** (в т.ч. восприятие различных параметров платежа в процессе покупки – его удобства, скорости, необходимости «держать в голове информацию», рисунок использования различных платежных сервисов PayPass, Samsung Pay и т.п.)
- D. Сервис/обслуживание после приобретения товара/услуги** (например, специфика платежей и эмоции, связанные с процессом возврата/обмена продукта и т.п.)
- E. Лояльность потребителя к бренду/месту приобретения товара/услуги** (влияние бонусов, кешбэка или предпочтения определенного способа оплаты (например, цифровой кошелек) на повторные покупки и лояльность клиентов)

Этап 2.5 Игровые группы с потребителями

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Мужчины и женщины 30-45 лет
- Микс сегментов по доходу: Массовый и МВС
- Профиль пользования: микс пользователей карт, кредитных продуктов, накопительных и инвестиционных продуктов
- ТРЕНД-СЕТТЕРЫ : активные покупатели онлайн-магазинов/сервисов, продвинутые пользователи инновационных платежей

МЕТОДОЛОГИЯ

- Метод: Customer Journey Game (игровая фокус-группа по оригинальной методике VALIDATA) - Мини ФГД
- Количество участников на одной Мини ФГД: 5 чел.
- Продолжительность одной Мини ФГД: 3 часа
- Общее количество Мини ФГД: 4
- География: Москва, Екатеринбург
- Даты проведения: 31 октября -9 ноября 2018 г

сегменты ца по доходу	профиль пользования	возраст	москва	екатеринбург
массовый/ мвс	обычные пользователи: микс пользователей карт и кредитных продуктов	30-45	1	1
	тренд-сеттеры : активные покупатели онлайн-магазинов/сервисов, продвинутые пользователи инновационных платежей		1	1
всего 4 мини фгд				