

Платежные инструменты: отношение и восприятие россиян

Резюме

Доля пользователей финансовыми услугами среди населения растет из года в год. Так, по данным исследований НАФИ, с 2017 по 2019 год доля пользователей банковскими услугами выросла на 5 процентных пунктов и составила 86% населения страны. Одновременно с этим растет цифровая грамотность граждан: с 2017 года и по сегодняшний день уровень цифровой грамотности россиян вырос – с 52 до 62 пунктов из 100 возможных¹. Россияне проявляют интерес к цифровым технологиям и их использованию, в том числе, к цифровым финансовым инструментам. Возросшее одновременно с этим количество инструментов для совершения безналичных розничных платежей позволяет клиентам получить возможность оплаты наиболее удобным для них способом, что повышает удовлетворенность от использования данных услуг. Тем не менее, многообразие выбора может перегружать клиента, а новые платежные методы открывают возможности для новых проблем, к которым участникам рынка необходимо быть готовым.

Центр исследования финансовых технологий и цифровой экономики SKOLKOVO-РЭШ² поставил перед собой цель изучить отношение и восприятие пользователей финансовых услуг (а именно, владельцев дебетовых или кредитных карт) к разным платежным инструментам (как цифровым, так и не цифровым). Исследование включает в себя анализ восприятия их преимуществ и выгод, а также выявление болевых точек и барьеров при использовании различных платежных инструментов для оплаты товаров и услуг. Данное количественное исследование является продолжением качественного этапа, проведенного в 2018 году³, и проводилось в два этапа совместно с Аналитическим центром НАФИ. На первом этапе, проведенном во время всероссийского репрезентативного замера в сентябре 2019 года, результаты показали, что активными пользователями анализируемых платежных инструментов чаще всего являются жители крупных городов, в возрасте до 45 лет и с устойчивым финансовым положением⁴. С учетом параметров целевой аудитории в качестве метода сбора данных был выбран онлайн опрос по панели (N = 1016 человек), а для поддержания репрезентативности использовались квоты на основе данных из официальной статистики Росстат о населении России (по полу, возрасту, типу населенного пункта и федеральному округу).

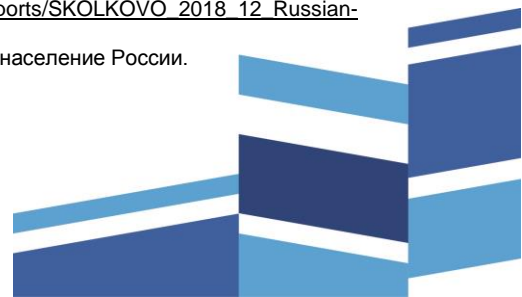
Результаты данного исследования будут полезны всем, кто непосредственно связан с российским рынком платежей. В частности, провайдеры финансовых услуг могут понять текущее отношение активных держателей банковских карт к исследуемым платежным инструментам, а именно, что данная целевая аудитория считает преимуществом и неудобством в каждом из них. Это позволит предложить новые инструменты решения проблем и улучшения качества обслуживания, повысить лояльность клиентов. Регулятор может обратить внимание на болевые точки, чтобы усилить глубину использования финансовых услуг и повысить финансовую инклюзивность в России с помощью переоценки стимулирующих мер.

¹ Уровень цифровой грамотности россиян растет /Пресс-релиз Аналитического центра НАФИ (март 2019). URL: <https://nafi.ru/analytics/uroven-tsifrovoy-gramotnosti-rossiyan-rastet-en-digital-literacy-of-russians-is-growing/>

² Данное исследование проведено совместно с аналитическим центром НАФИ по заказу Центра исследований финансовых технологий и цифровой экономики SKOLKOVO-РЭШ

³ https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_2018_12_Russian-consumers-research.pdf

⁴ Выборка = 1600 человек, репрезентирующая всё совершеннолетнее население России.



ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- 1. Самыми популярными инструментами для оплаты товаров и услуг (использование хотя бы раз за последние три месяца) среди россиян, владеющих платежной картой, являются дебетовые карты (98%), наличные деньги (97%) и переводы через мобильный банк (93%); ежедневно используются дебетовая карта (52%), смартфон (39%) и наличные (20%).**
Вдобавок к этому, за последние три месяца каждый второй пользователь финансовых услуг использовал кредитную карту или онлайн-кошелек (по 56%), чуть меньше половины – бесконтактную оплату смартфоном (46%), а самым непопулярным платежным инструментом являлась карта рассрочки (25%).
- 2. 46% держателей банковских карт пользуются бесконтактной оплатой товаров и услуг с помощью смартфона, несмотря на то что смартфон с возможностью бесконтактной оплаты есть у 76% владельцев карт. Платить смартфоном нравится почти четверти опрошенных россиян (23%).**
Среди молодежи 18-29 лет больше сторонников оплаты смартфоном, чем среди старшего поколения 38-45 лет (29% против 14%). Практически всем держателям банковских карт, использующим бесконтактную оплату смартфоном, было просто начать использовать данную технологию (97%). Наиболее популярный кошелек – Google Pay (47%). Apple Pay и Samsung Pay используют 28% и 27% соответственно.
- 3. Несмотря на то, что наличные деньги до сих пор являются одним из наиболее востребованных способов оплаты товаров и услуг, только 12% нравится их использовать, что говорит о вынужденном использовании купюр пользователями финансовых услуг.**
В основном держатели карт отмечают такие недостатки, как отсутствие кэшбэка (88%), негигиеничность (75%), более долгий процесс оплаты (64%), и повышенный риск кражи денег, по сравнению с картой или смартфоном (56%). Тем не менее, главным преимуществом наличных денег является то, что их принимают везде (51%), однако уже 4% опрошенных считают, что у наличных денег нет вовсе никаких преимуществ.
- 4. Главное преимущество банковских карт перед наличными деньгами – возможность оплаты товаров и услуг онлайн (49%).**
На втором месте – более высокая скорость оплаты на кассе (36%), на третьем – наличие кэшбеков и скидок (25%). Более чем треть владельцев кредитных карт используют их, так как с кредитной картой не нужно задумываться о том, сколько на ней денег (36%), а 30% – из-за повышенного кэшбека.
- 5. Наиболее часто указываемые неудобства при использовании банковской карты – необходимость оплачивать ее банковское обслуживание (41%) и долгий возврат денег магазином при возврате товара (33%).**
Более четверти владельцев карт не удовлетворены отсутствием касс для полностью безналичной оплаты в магазине (26%), а каждый пятый отметил, что использование банковских карт не вызывает у них никаких неудобств (19%).

6. Интернет-магазины, принимающие карты к оплате вызывают больше доверия у россиян.

Большинство владельцев банковских карт отметили, что не будут совершать покупки в интернет-магазине, если в нем нельзя расплатиться банковской картой (61%), тогда как, если в традиционном (оффлайн) магазине нельзя расплатиться банковской картой, большинство держателей карт все равно будут в нем покупать (58%).

7. 47% держателей карт утверждают, что если банковская карта не предоставляет кэшбек, мили, бонусы, скидки или прочие выплаты по программам лояльности, то они не будут ее открывать или использовать. Более того, для 49% важно, чтобы их зарплатная карта предоставляла программу лояльности, в противном случае они откроют ту, которая предоставляет подобные услуги.

Наибольшая доля тех, кто заинтересован в программах лояльности, – это жители Москвы (52%), люди в возрасте 38-45 лет (54%) и люди из группы с наибольшими доходами (68%). Тем не менее, 48% согласны иметь карту без программы лояльности. Для 39% пользователей программа лояльности на карте, предоставляемой работодателем, не имеет значения.

8. Топ 3 преимуществ смартфона как платежного инструмента: оперативность (связанная с отсутствием необходимости доставать карту) – 65%; удобство хранения нескольких карт в одном смартфоне (55%) и отсутствие необходимости помнить пин-код от карты (27%).

Для большинства пользователей основным минусом бесконтактной оплаты смартфоном является то, что смартфон может разрядиться (58%). Каждый третий опасается того, что мошенники могут получить доступ к картам в случае потери смартфона (36%). 12% опрошенных считают, что у данного способа оплаты не существует минусов.

9. Среди тех, кто не использует технологию бесконтактной оплаты смартфоном, треть просто не имеет такой возможности из-за отсутствия функции на смартфоне (33%). Две другие причины неиспользования смартфона напрямую связаны с безопасностью: респонденты боятся потерять деньги в результате получения мошенниками доступа к картам в случае потери смартфона (34%) или получения хакерами доступа к банковскому счету (32%).

Каждый четвертый не использует бесконтактную оплату, так как смартфон может разрядиться в нужный момент (25%).

10. 48% опрошенных согласны с мнением, что при оплате смартфоном «легче расставаться с деньгами».

Выше всего согласие с данным утверждением у людей из самой высокой доходной группы в опросе (63%).

11. Большинство пользователей мобильного банка считают переводы через него более безопасными, чем использование наличных денег (74%).

Самые популярные операции, совершаемые через мобильный банк – перевод денег близким или друзьям (84%), оплата услуг сотовой связи или интернет-провайдеров (81%), перевод денег между своими счетами, управление банковскими продуктами (77%).

- 12. 49% пользователей онлайн-кошельков используют их, так как нужные им интернет-магазины принимают оплату или делают возврат денег только через онлайн-кошельки. Большинство владельцев банковских карт ассоциируют онлайн-кошельки с наиболее быстрым способом оплаты в интернете (58%), с помощью которых удобнее делать переводы другим людям (50%).**

Тем не менее, о безопасности операций, совершенных с помощью онлайн-кошельков, говорят только 31% опрошенных. Больше половины владельцев карт утверждают обратное – средства на онлайн-кошельке можно безвозвратно и безнаказанно украсть: уровень защиты кошельков неясен, процедура возврата средств в случае кражи или взлома кошелька неизвестна (51%).

- 13. Онлайн-кошельки воспринимаются, прежде всего, как инструмент для конфиденциальных платежей.**

Так, 62% держателей карт считают, что онлайн-кошельки используют для анонимности, 74% - чтобы не разглашать данные банковской карты на интернет-ресурсах.

- 14. В настоящий момент онлайн-кошельки не потеряли своей актуальности.**

Так считают больше половины держателей банковских карт (55%). Но 30% утверждают обратное – кошельки сейчас используются редко, причем среди молодежи 18-29 лет сторонников данного мнения больше, чем среди людей 38-45 лет (35% и 24% соответственно).