

Центральный банк Российской Федерации

П Р С

Платежные и расчетные системы

Анализ и статистика

Выпуск 42

Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей

Аналитический отчет по результатам исследования, проведенного Банком России совместно с Национальным агентством финансовых исследований

2014

© Центральный банк Российской Федерации, 2007
107016, Москва, ул. Неглинная, 12

Материалы подготовлены Департаментом национальной платежной системы совместно
с Национальным агентством финансовых исследований
E-mail: prs@cbr.ru

Издание подготовлено к печати отделом периодических изданий Банка России
Пресс-службы Банка России

Текст данного сборника размещен на сайте Центрального банка Российской Федерации в сети Интернет:
<http://www.cbr.ru>

Отпечатано в ООО «Полиграфический комплекс ТОЧКА»
Тел. (495) 995-52-80
www.pc-t.ru

РЫНОК РОЗНИЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ: ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аналитический отчет по результатам исследования,
проведенного Банком России совместно с Национальным
агентством финансовых исследований

СОДЕРЖАНИЕ

Список сокращений	6
Введение	7
Структура выборки	8
Раздел 1. Использование наличных и безналичных денежных средств.....	11
Раздел 2. Использование платежной инфраструктуры.....	16
Раздел 3. Использование безналичных платежных инструментов и методов.....	26
Раздел 4. Финансовая грамотность	60

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ДФО – Дальневосточный федеральный округ
ИП – индекс привлекательности
ПФО – Приволжский федеральный округ
СЗФО – Северо-Западный федеральный округ
СКФО – Северо-Кавказский федеральный округ
СФО – Сибирский федеральный округ
ТСП – торгово-сервисные предприятия
УФО – Уральский федеральный округ
ФГУП – федеральное государственное унитарное предприятие
ЦФО – Центральный федеральный округ
ЮФО – Южный федеральный округ

В отдельных случаях возможны незначительные расхождения между итогом и суммой слагаемых, а также расхождения в расчетных показателях, что связано с округлением данных.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время центральные банки многих стран мира уделяют большое внимание развитию рынка розничных платежных услуг, повышению эффективности розничных платежных систем, используемых платежных инструментов, а также поддержанию инноваций, способствующих повышению доступности платежных услуг для населения. Надежное и эффективное функционирование розничных платежных систем рассматривается как важное условие поддержания общественного доверия к национальной валюте, а уровень развития платежной инфраструктуры в современных условиях существенно влияет на развитие торговли и вовлеченность населения в финансовую сферу. Для рынка розничных платежных услуг актуальна проблема перехода от наличных денег к безналичным платежным инструментам, от офисных форм обслуживания – к дистанционным.

Общему дизайну розничных платежных систем отводится фундаментальная роль, что обусловлено современными процессами реформирования и модернизации национальных платежных систем во многих странах мира. Международными организациями, в том числе Комитетом по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов, Всемирным банком, был опубликован ряд исследований и рекомендательных документов, посвященных развитию розничных платежных систем в разных странах.

В России за последние годы рынок розничных платежных услуг претерпел серьезные изменения. Этому, как и в других странах, способствовало активное внедрение в повседневную жизнь информационно-коммуникационных технологий, возросшая мобильность населения, выход на рынок новых поставщиков платежных услуг. Перечисленные факторы оказывают заметное влияние на характер предпочтений современных потребителей платежных услуг в розничном сегменте. В условиях высокого уровня обеспеченности населения средствами мобильной связи, повышения спроса на платежные услуги и поступательного роста финансовой грамотности потребителей возросли требования к качеству платежных услуг и доступности платежной инфраструктуры.

Предложение новых платежных инструментов определяется не только развитием инновационных технологий, но и доступностью инфраструктуры, уровнем кооперации и конкуренции на рынке, а также эффективностью существующей в стране правовой среды и системы регулирования национальной платежной системы. Принятие Федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» создало правовую основу для модернизации как национальной платежной системы России в целом, так и ее розничного сегмента.

В целях совершенствования подходов в сфере регулирования рынка розничных платежных услуг Банк России предпринимает усилия по его более глубокому изучению, в том числе с привлечением научно-исследовательских организаций.

В настоящей публикации представлены результаты социологического исследования «Поведение потребителей в сфере розничных платежных услуг», проведенного в 2013 г. Банком России в сотрудничестве с Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) с целью определения наиболее распространенных форм платежных услуг и платежных инструментов, современных потребительских ожиданий, степени доверия потребителей к платежным услугам, уровня финансовой грамотности населения.

СТРУКТУРА ВЫБОРКИ

Исследование Банка России, проведенное в сотрудничестве с НАФИ, предусматривало изучение розничного рынка платежных услуг на основе индивидуальных (личных) формализованных интервью по технике «лицом к лицу» (*face-to-face*) по месту жительства респондента (массовый опрос россиян по формализованной анкете). Преимуществом данного метода является возможность демонстрации наглядных материалов, карточек; уточнения встречных вопросов респондентов и фиксации в инструментарии дополнительной информации; постановки более сложных вопросов; повышения достижимости целевой группы при личном контакте интервьюера с респондентом, а также в удаленных населенных пунктах с низким уровнем телефонизации и интернетизации.

Количество респондентов составило 3209. Использовалась выборка, квотная по полу, возрасту и образованию. Статистическая погрешность выборки на общероссийском уровне при 95-процентной доверительной вероятности не превысила 1,73%. Схема реализации выборочной совокупности обеспечила выборку респондентов таким образом, что число субъектов России, в которых реализовывалась выборка, было не менее 52, число населенных пунктов – не менее 150, а число респондентов в одном населенном пункте – не менее 5 человек.

Таблица 1. Характеристика репрезентативности выборки исследования

Федеральный округ	Субъекты Российской Федерации, в которых проводился опрос	Количество респондентов
Центральный федеральный округ	г. Москва Московская область Воронежская область Владимирская область Тверская область Ярославская область Липецкая область Костромская область	842
Северо-Западный федеральный округ	г. Санкт-Петербург Ленинградская область Республика Коми Мурманская область Архангельская область Новгородская область Калининградская область	304
Южный федеральный округ	Краснодарский край Ростовская область Волгоградская область Астраханская область	306
Северо-Кавказский федеральный округ	Республика Дагестан Ставропольский край Северная Осетия – Алания Кабардино-Балкария Карачаево-Черкесия	210
Приволжский федеральный округ	Удмуртская Республика Республика Башкортостан Республика Татарстан Нижегородская область Самарская область Пермский край Саратовская область Оренбургская область Республика Мордовия Республика Марий Эл	683
Уральский федеральный округ	Свердловская область Челябинская область Тюменская область Курганская область Ханты-Мансийский АО	276

Федеральный округ	Субъекты Российской Федерации, в которых проводился опрос	Количество респондентов
Сибирский федеральный округ	Красноярский край Кемеровская область Новосибирская область Иркутская область Алтайский край Омская область Забайкальский край Томская область	442
Дальневосточный федеральный округ	Приморский край Хабаровский край Республика Саха (Якутия) Амурская область Магаданская область	146
Общее количество участников опроса		3209

Социально-демографическая структура выборки соответствовала структуре населения Российской Федерации, представленной данными Всероссийской переписи населения, осуществленной в 2010 г. Федеральной службой государственной статистики:

- доля женщин (54,5%) в составе выборки несколько превышала долю мужчин (45,5%). При этом наибольший удельный вес респондентов мужского пола по сравнению с остальными типами населенных пунктов отмечался в селах (47%);
- Центральный и Приволжский федеральные округа представлены наибольшим количеством респондентов: их доли в общем числе участников опроса составили 26,2 и 21,3% соответственно. Чуть больше половины респондентов (51,3%) проживали в небольших городах (с численностью менее 100 тыс. человек) или в сельских населенных пунктах;
- наиболее многочисленные возрастные группы, представленные в выборке, – 45–59 лет (29,5%) и 25–34 года (20,5%);
- почти две трети респондентов (63,6%) имели среднее или среднее специальное образование. Около трети опрошенных (31,3%) определили свое образование как неоконченное высшее (с 4-го курса вуза) или высшее;
- около двух третей респондентов (60,1%) имели работу, а четверть (25,1%) – являлись пенсионерами. В Москве и Санкт-Петербурге доля работающих (75%) была выше, чем в других населенных пунктах и в среднем по России (61,1%);
- у пятой части респондентов (20,7%) среднемесячный доход семьи находился в интервале от 20 001 до 30 000 руб. Только десятая часть респондентов (9,5%) отметила, что имеет ежемесячный доход на семью свыше 60 000 тыс. руб. В Москве и Санкт-Петербурге 37% респондентов имеют месячный доход на семью в интервале от 60 001 до 80 000 тыс. руб., что в десятки раз превышает долю респондентов с таким уровнем дохода по России.

Таблица 2. Социально-демографическая структура выборки по размеру населенного пункта

Пол	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
Мужской	1460	45,5	44	44	45	44	46	47
Женский	1749	54,5	56	56	55	56	54	53
Возрастная группа, лет	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
18–24	449	14,0	12	14	12	15	13	15
25–34	657	20,5	22	22	21	21	21	19
35–44	546	17,0	17	17	18	18	17	17
45–59	946	29,5	30	27	29	27	31	31
60+	611	19,0	19	20	20	19	18	19

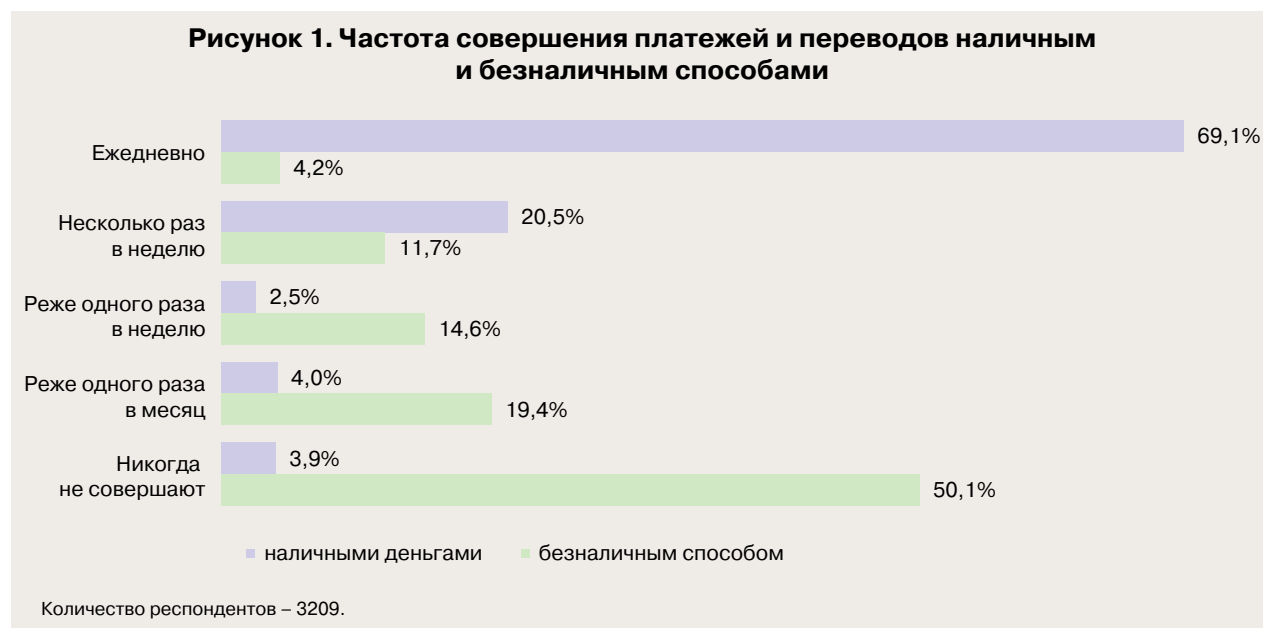
Уровень образования	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
Начальное или ниже	29	0,9	0	1	1	1	1	1
Неполное среднее	136	4,2	1	5	4	4	3	7
Среднее	896	27,9	16	29	22	30	26	35
Среднее специальное	1145	35,7	33	31	36	31	36	42
Высшее, неоконченное высшее (с 4-го курса вуза)	1003	31,3	50	34	38	35	35	15
Уровень доходов в месяц на семью, руб.	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
Меньше 5000	35	1,0	0	1	0	0	0	2
5001–8000	117	3,6	0	3	2	3	3	7
8001–10000	192	6,0	0	4	5	4	8	9
10 001–20 000	610	19,0	2	16	21	19	19	26
20 001–30 000	667	20,7	7	21	19	22	21	25
30 001–40 000	419	13,1	10	20	15	13	12	11
40 001–60 000	320	10,0	14	16	8	10	11	6
60 001–80 000	213	6,7	37	1	3	5	4	1
Свыше 80 000	89	2,8	7	0	2	3	4	0
Затрудняюсь ответить	547	17	21	17	24	19	17	12
Занятость	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
Пенсионер (в том числе по инвалидности)	806	25,1	19	25	23	28	25	26
Учащийся, студент	178	5,5	4	4	6	8	5	6
Временно не работаю, безработный	126	3,9	1	4	4	4	4	5
Занят домашним хозяйством / В декретном отпуске	140	4,4	2	6	5	3	4	6
Работаю	1958	61,0	75	60	62	57	62	57
Состав семьи	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
1 человек	318	9,9	4	8	14	10	10	12
2 человека	951	29,6	28	34	30	28	28	32
3 человека	1107	34,5	46	33	33	33	37	30
4 человека	599	18,7	16	18	17	20	20	18
5 и более человек	234	7,3	6	7	5	8	5	8
Федеральный округ	Количество респондентов	Доля, %	Доля по населенным пунктам, %					
			Москва и Санкт-Петербург	города-миллионники	более 500 тыс. чел.	100–500 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	села
Центральный	842	26,2	70,1	0	19,9	28,2	26,3	18,8
Северо-Западный	304	9,5	29,9	0	0	10,4	10,4	6,3
Южный	306	9,5	0	14,5	9,6	9,1	5,3	15,8
Приволжский	683	21,3	0	43,4	34,4	17,3	19,8	21,6
Северо-Кавказский	210	6,5	0	0	0	9,4	5,8	12,4
Уральский	276	8,6	0	17,6	5,0	10,4	10,9	6,6
Сибирский	442	13,8	0	24,5	22,0	9,7	15,5	14,0
Дальневосточный	146	4,5	0	0	9,2	5,5	6,1	4,5

Раздел 1. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЛИЧНЫХ И БЕЗНАЛИЧНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Для получения обобщенной характеристики использования наличных и безналичных денежных средств при осуществлении платежей и переводов респондентам задавался ряд вопросов, позволяющих определить:

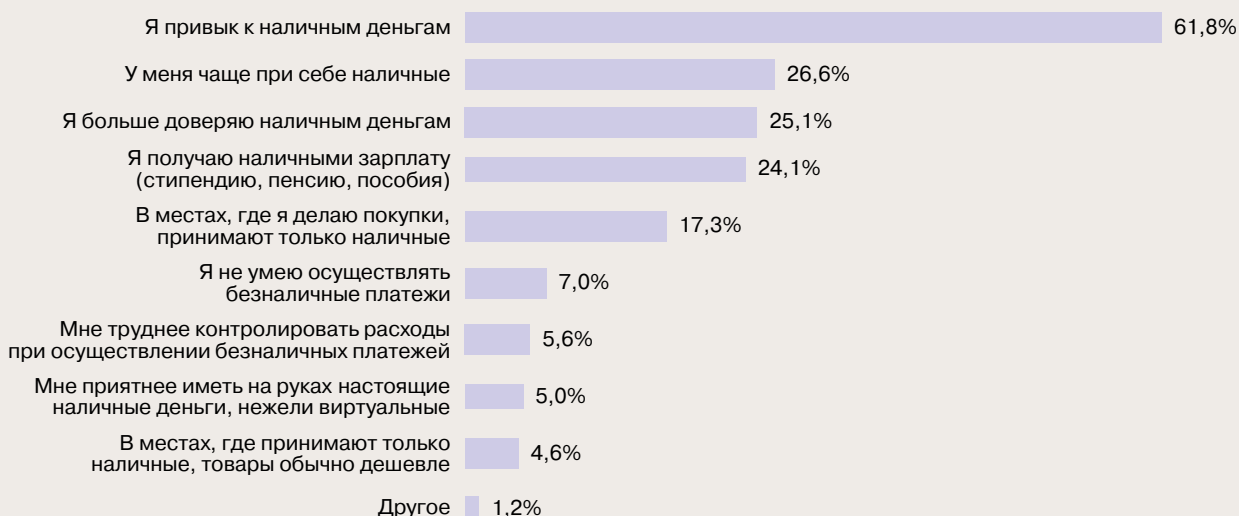
- лояльность к наличным и безналичным денежным средствам, выражаемую в частоте осуществления платежей и переводов с их использованием;
- степень использования наличных и безналичных денежных средств при осуществлении платежей и переводов в различных торгово-сервисных предприятиях;
- наиболее распространенные цели платежей и переводов, осуществляемых наличным и безналичным способами;
- причины предпочтения использования наличных денег при осуществлении платежей и переводов.

Результаты исследования Банка России, проведенного в сотрудничестве с НАФИ, показали, что наличные деньги остаются в России наиболее востребованным платежным средством. Подавляющее большинство опрошенных (89,6%) ежедневно или несколько раз в неделю при осуществлении платежей и переводов используют наличные деньги. Половина респондентов (50,1%) признали, что никогда не используют безналичные средства платежа, и лишь 15,9% опрошенных отдают им предпочтение на еженедельной основе.



Анализ показал, что преимущественное использование населением при осуществлении платежей и переводов наличных денег обусловлено в основном привычкой расплачиваться наличными деньгами (61,8%), отсутствием необходимости в совершении безналичных платежей (26,6% респондентов чаще имеют при себе наличные деньги, 24,1% получают наличными деньгами заработную плату, пенсию и пр.), а также большей степенью доверия к наличным деньгам (25,1%).

Рисунок 2. Причины предпочтения наличных денег при осуществлении платежей и переводов



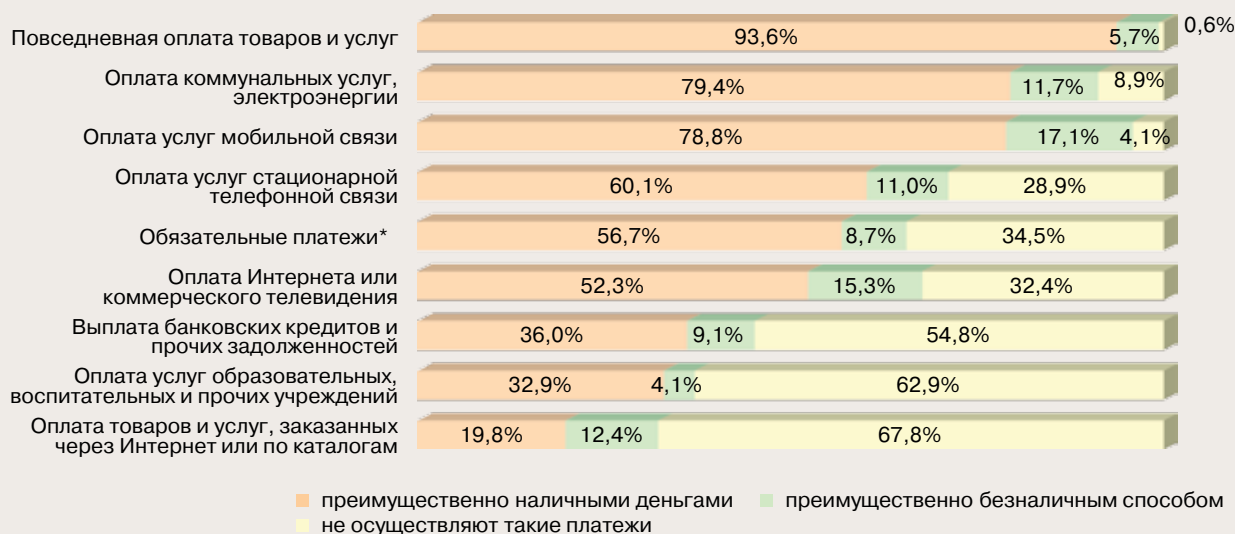
Количество респондентов – 2996.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

К числу наиболее распространенных целей осуществления платежей и переводов наличными деньгами относятся повседневная оплата товаров и услуг (93,6%), оплата жилищно-коммунальных услуг (79,4%), оплата услуг мобильной связи (78,8%), стационарной телефонной связи (60,1%), обязательные платежи – налоги, штрафы, государственные пошлины и т.п. (56,7%), оплата Интернета и коммерческого телевидения (52,3%).

Самый высокий уровень преимущественного использования безналичных денежных средств был отмечен при оплате услуг мобильной связи (17,1%) и товаров и услуг, заказанных через Интернет или по каталогам (12,4%). Кроме того, относительно большая доля безналичных платежей приходилась на погашение банковских кредитов и прочих задолженностей (9,1%), услуг образовательных, воспитательных и прочих учреждений (4,1%). Вместе с тем следует отметить, что большинство респондентов не пользуются перечисленными услугами.

Рисунок 3. Использование наличных денег и безналичных денежных средств при осуществлении платежей



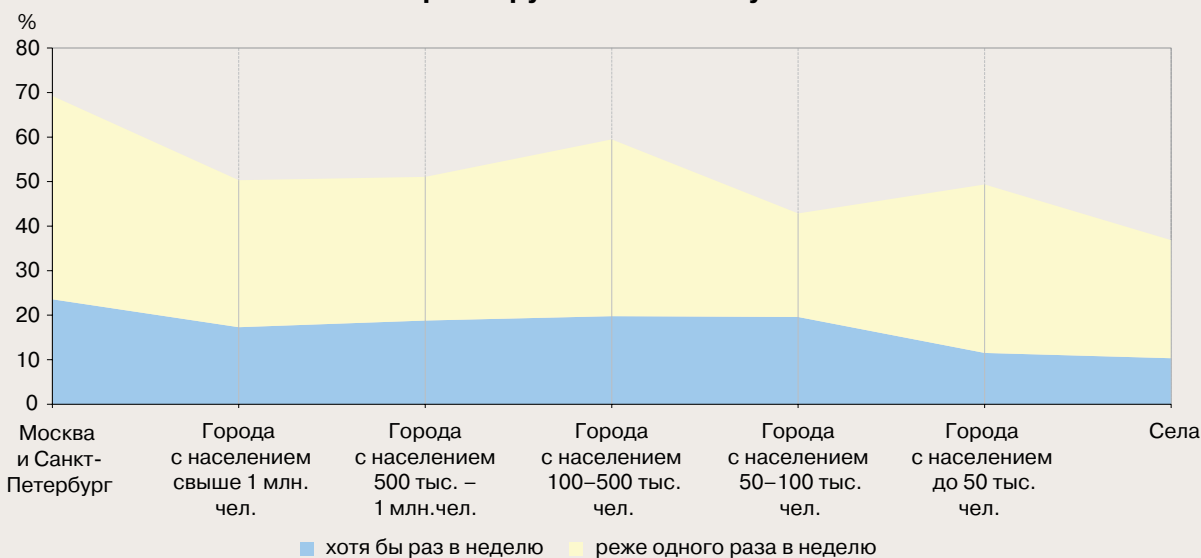
* Налоги, штрафы, государственные пошлины и т.п.

Количество респондентов – 3209.

На частоту осуществления платежей и переводов безналичным способом в значительной степени влияют социально-демографические факторы.

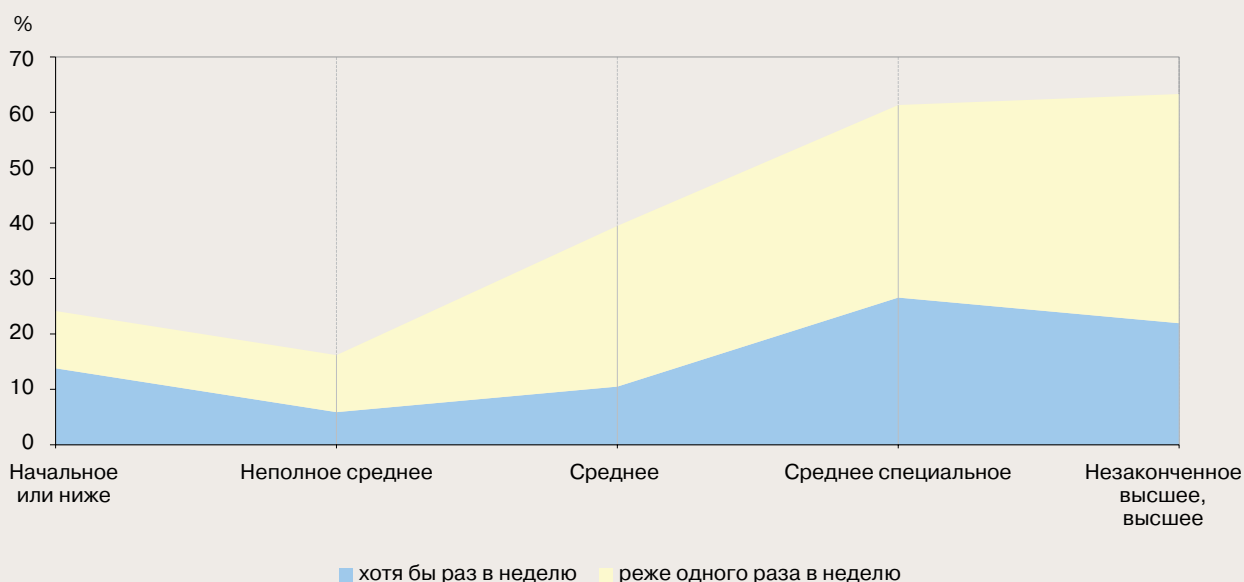
Как правило, чем больше размер населенного пункта, тем чаще его жители совершают платежи и переводы с использованием безналичных средств платежа. Почти 70% респондентов из Москвы и Санкт-Петербурга осуществляли безналичные платежи и переводы, при этом почти четверть опрошенных делали это еженедельно или чаще. В сельской местности эти показатели были значительно ниже – 36,9 и 10,3% соответственно.

Рисунок 4. Частота совершения платежей и переводов безналичным способом, по размеру населенного пункта



Количество респондентов – 3209.

Рисунок 5. Частота совершения платежей и переводов безналичным способом, по уровню образования

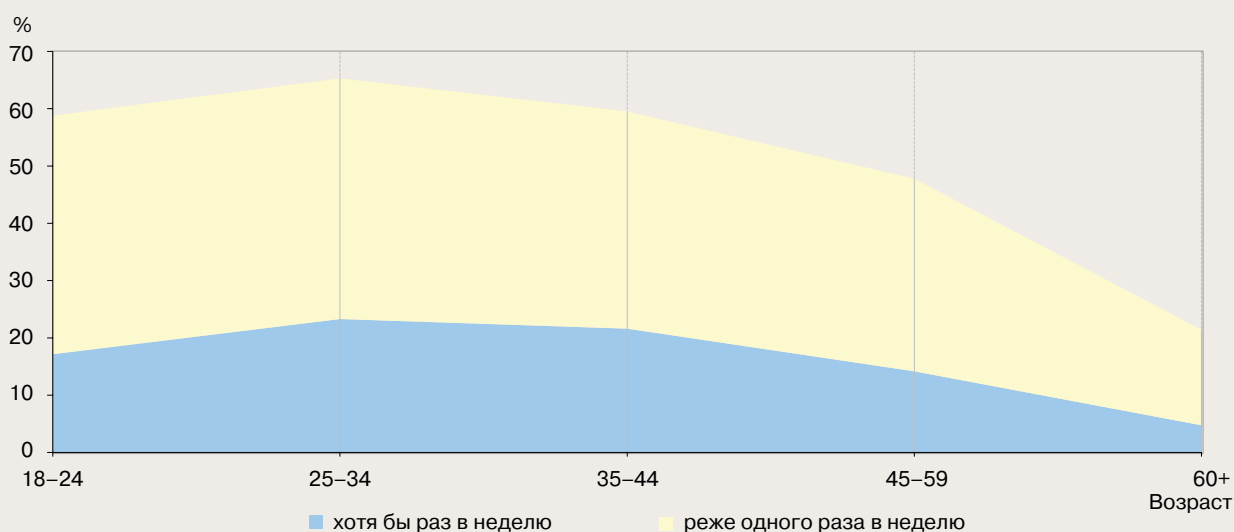


Количество респондентов – 3209.

Более половины (63,3%) участников опроса, имеющих высшее или неполное высшее образование, пользуются безналичными средствами платежа, что в 2,6 раза больше, чем в группе респондентов, имеющих начальное образование (24,1%) и на 12 процентных пунктов больше, чем в группе респондентов со средним образованием (39,5%).

Наиболее активно безналичные платежи и переводы осуществляют респонденты до 45 лет: в возрастной группе от 18 до 24 лет доля тех, кто хотя бы эпизодически осуществлял безналичные платежи и переводы, составила 58,8%, от 25 до 34 лет – 65,3%, от 35 до 44 лет – 59,5%. При этом около трети пользователей безналичных средств платежа в возрасте до 45 лет делали это чаще одного раза в неделю (29,2% в возрастной группе от 18 до 24 лет, 35,7% – в группе от 25 до 34 лет и 34,3% – от 35 до 44 лет). Респонденты более старшего возраста значительно реже обращаются к безналичным платежам и переводам: 47,8% в возрастной группе от 45 до 59 лет и лишь 21,4% – среди респондентов от 60 лет и старше.

Рисунок 6. Частота совершения платежей и переводов безналичным способом, по возрасту респондентов



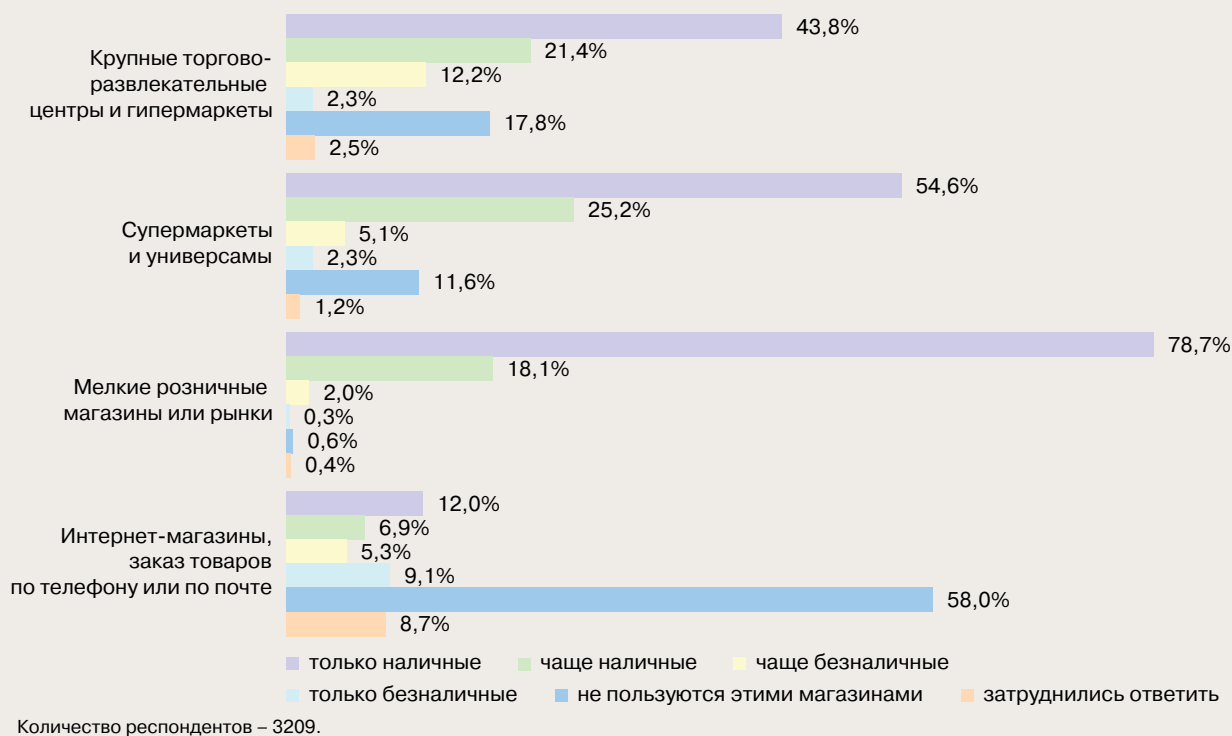
Количество респондентов – 3209.

Уровень использования наличных денег при оплате товаров и услуг снижается с увеличением размеров торгово-сервисного предприятия. Так, в мелких розничных магазинах и на рынках практически все респонденты (96,8%) расплачиваются только или чаще всего наличными, в то время как в супермаркетах и универсамах этот показатель ниже на 17 процентных пунктов (79,8%), а в крупных торгово-развлекательных центрах и гипермаркетах – почти на треть (65,2%). Доля респондентов, совершающих в каждом из перечисленных типов торгово-сервисных предприятий исключительно наличные платежи, составляет 78,7; 54,6 и 43,8% соответственно.

Более половины опрошенных (58,0%) заявили, что никогда не заказывают товары и услуги дистанционно (через интернет-магазины, по почте или телефону), 18,8% респондентов оплачивают их чаще всего наличными деньгами, и лишь 14,4% – преимущественно безналичным способом.

Среди респондентов, предпочитающих осуществлять платежи и переводы наличными деньгами, преобладают жители Южного и Северо-Кавказского федеральных округов. Доля респондентов этих регионов, расплачивающихся только или чаще всего наличными деньгами в мелких розничных магазинах или на рынках, составила 99,0 и 98,6% соответственно, в супермаркетах и универсамах – 96,4 и 94,3%, в крупных торгово-развлекательных центрах и гипермаркетах – 77,8 и 73,3%. Наименьшую приверженность использованию наличных денег продемонстрировали респонденты Северо-Западного федерального округа (87,8; 55,3 и 50,0% соответственно).

Рисунок 7. Использование наличных и безналичных денежных средств при оплате товаров и услуг в торгово-сервисных предприятиях



В Приволжском и Дальневосточном федеральных округах при осуществлении платежей в крупных торгово-развлекательных центрах и гипермаркетах также был отмечен относительно низкий уровень использования наличных денег (54,9 и 53,4%) и достаточно высокий относительно других федеральных округов уровень использования безналичных денежных средств (18,5 и 21,2%). Вместе с тем в этих регионах значительная часть респондентов вообще не совершает покупки в крупных торгово-развлекательных центрах и гипермаркетах (30,9 и 24,7% соответственно).

Дистанционный заказ товаров и услуг наиболее популярен в Уральском и Дальневосточном федеральных округах (66,4 и 64,9% респондентов пользуются данным видом совершения покупок). Эти же регионы лидируют по количеству респондентов, использующих преимущественно безналичные способы оплаты товаров и услуг, заказанных через интернет-магазины, по телефону и по почте (22,5 и 24,0%), при этом 14,9 и 18,5% опрошенных делают это исключительно безналичным способом.

ВЫВОДЫ

- ▶ Наличные деньги остаются в России наиболее популярным платежным средством.
- ▶ Преимущественное использование населением наличных денег в значительной мере обусловлено традицией расплачиваться наличными деньгами, связанной в том числе с получением доходов в наличной форме, а также большей степенью доверия к наличным деньгам.
- ▶ Активнее всего безналичные платежи и переводы осуществляют респонденты из Москвы и Санкт-Петербурга (69,3%), в возрастной группе 25–34 года (65,3%), с высшим или неоконченным высшим образованием (63,3%), реже всего – жители сельских населенных пунктов (36,9%), респонденты с неполным средним образованием (16,2%) и в возрасте от 60 лет и старше (21,4%).
- ▶ Крупные торгово-развлекательные центры и гипермаркеты лидируют среди торгово-сервисных предприятий по доле респондентов, использующих в них преимущественно безналичные средства оплаты, однако эта доля остается пока незначительной (14,6%).
- ▶ Самый высокий уровень преимущественного использования безналичных денежных средств (17%) наблюдается при оплате услуг мобильной связи.

Раздел 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТЕЖНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

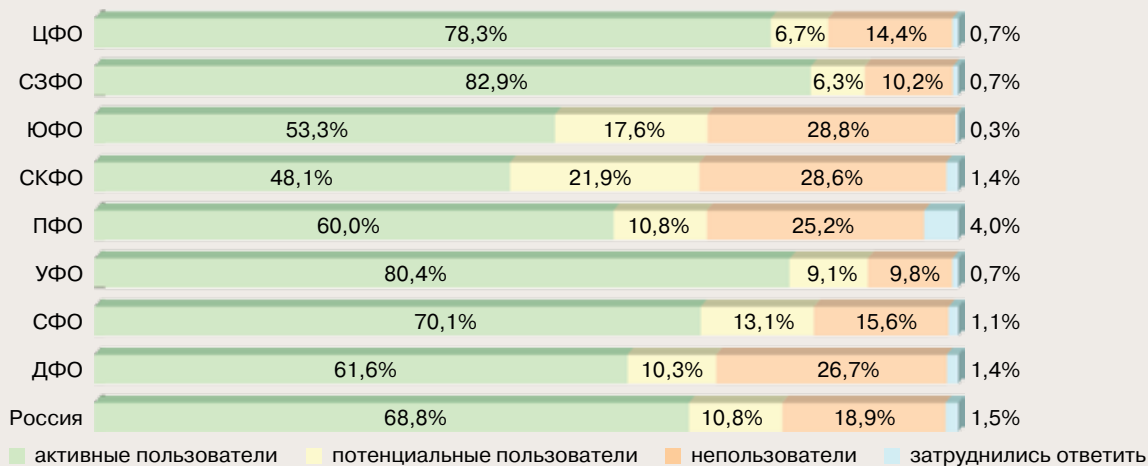
В целях оценки доступности для населения розничных платежных услуг респондентам задавался ряд вопросов, позволяющих определить:

- степень активности использования респондентами услуг банковской системы;
- степень активности использования респондентами сети Интернет;
- осведомленность об основных поставщиках розничных платежных услуг;
- удовлетворенность потребителей платежной инфраструктурой;
- использование офисного и дистанционного платежного обслуживания¹.

В рамках исследования оценивалась **активность респондентов в качестве пользователей банковских услуг** в зависимости от наличия или отсутствия у них банковского счета. В качестве *активных пользователей* банковских услуг рассматривались респонденты, указавшие на наличие банковского счета (68,8% от общего числа респондентов). *Потенциальными пользователями банковских услуг* были названы те, кто не имеет счета в банке, но планирует его открыть (18,9% от общего числа респондентов). Респонденты, не имеющие счета и не планирующие открывать его в будущем, образовали группу так называемых *непользователей банковских услуг* (10,8% от общего числа респондентов).

Северо-Западный, Уральский, Центральный федеральные округа являются лидерами по доле респондентов, вовлеченных в пользование услугами банковской системы: доля активных пользователей в этих регионах составила 82,9; 80,4 и 78,3% от общего числа опрошенных соответственно. Наименьшие значения этого показателя были отмечены в Южном (53,3%) и Северо-Кавказском (48,1%) федеральных округах. Вместе с тем в этих регионах доля респондентов, не имеющих счета в банке, но планирующих его открыть, была больше, чем в других федеральных округах (17,6 и 21,9% соответственно).

Рисунок 8. Вовлеченность респондентов в банковскую систему, по федеральным округам



Количество респондентов – 3209.

Наибольшая доля участников опроса, ответивших положительно о наличии банковского счета, отмечена в возрастной группе от 25 до 45 лет (около 75%). Активными пользователями банковских услуг чаще являются женщины (71,1%), чем мужчины (66,0%). Доля активных пользователей возрастает с ростом уровня образования опрошенных, а также их ежемесячных доходов.

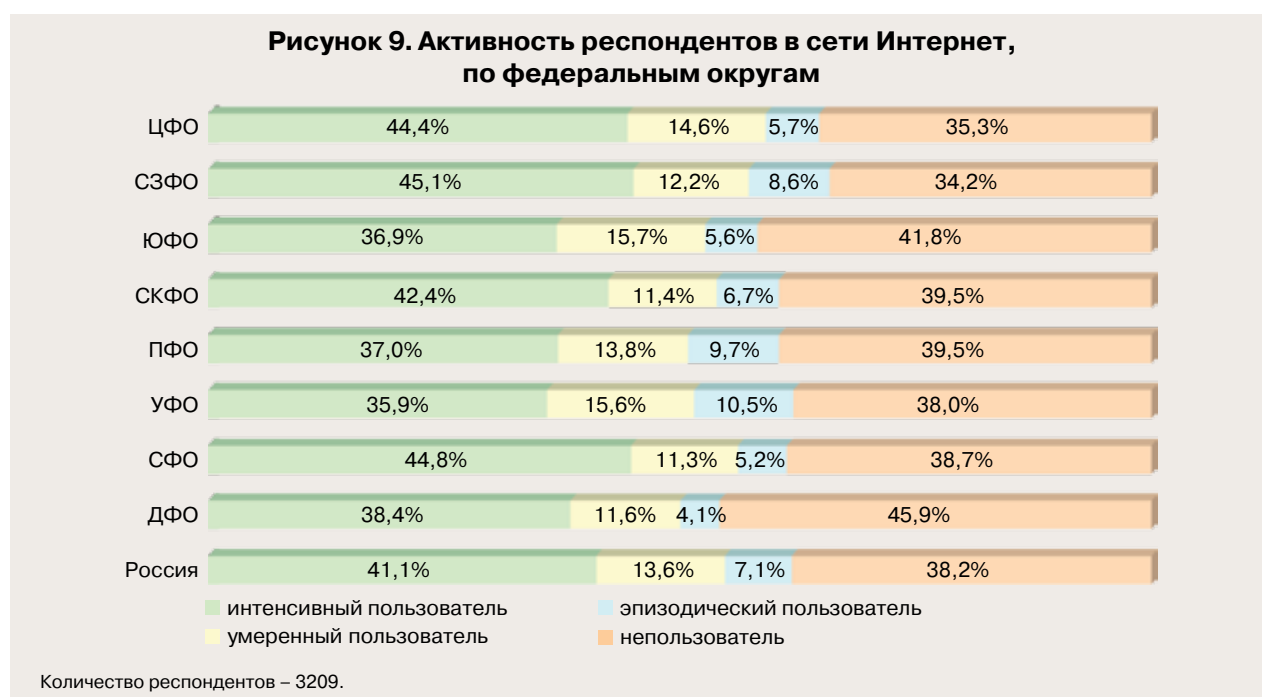
Среди наиболее распространенных причин, по которым респонденты не открывают банковский счет, были названы: отсутствие необходимости (36,6%), низкие доходы (32,0%), привычка

¹ В рамках данного исследования к офисным видам платежного обслуживания относится осуществление платежей и переводов через сотрудников (кассу) организаций, предоставляющих платежные услуги, к дистанционным видам обслуживания – осуществление платежей и переводов через Интернет и мобильные устройства. Также в данную классификацию было включено самостоятельное осуществление платежей и переводов респондентами через банкоматы и платежные терминалы, представляющее собой переходный способ между офисным и дистанционным платежным обслуживанием.

к использованию наличных денег (4,1%), низкий уровень доверия к банковской системе (2,3%). 18,5% респондентов затруднились ответить на этот вопрос.

Также для целей данного исследования в зависимости от частоты входа в Интернет был определен **статус респондентов в сети Интернет**. Респонденты, пользующиеся Интернетом практически ежедневно, были отнесены к группе *интенсивных пользователей* (41,4% от общего числа респондентов). Группу *умеренных пользователей* составили респонденты, пользующиеся Интернетом несколько раз в неделю (13,6% от общего числа респондентов), *эпизодических пользователей* – пользующиеся Интернетом несколько раз в месяц, но не менее одного раза в полгода (7,1% от общего числа респондентов). Респонденты, не входящие в Интернет, формируют группу так называемых *непользователей* (38,2% от общего числа респондентов).

Наибольшее число интенсивных пользователей среди респондентов наблюдалось в Северо-Западном, Сибирском и Центральном федеральных округах (около 45% в каждом). Самыми значительными долями непользователей Интернета характеризовались Дальневосточный и Южный федеральные округа (45,9 и 41,8% соответственно).

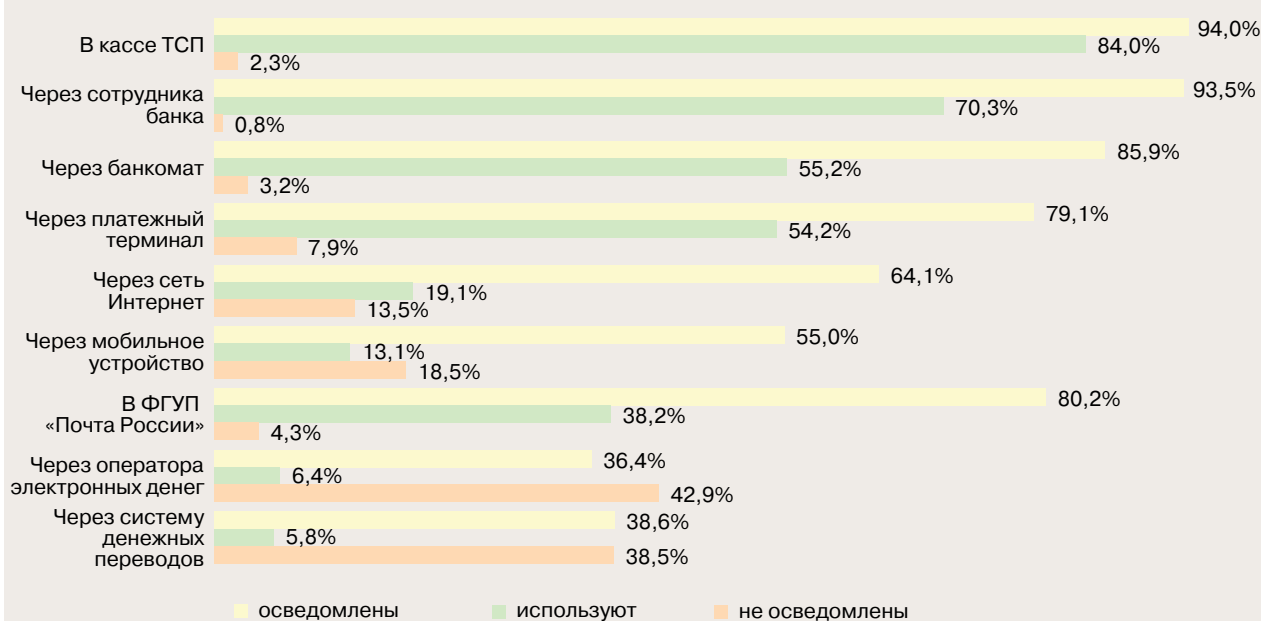


В разбивке по размеру населенного пункта доля интенсивных пользователей колебалась от 29,4% в городах с населением 50–100 тыс. человек до 55,7% в Москве и Санкт-Петербурге. Группа непользователей сети Интернет составила в Москве и Санкт-Петербурге 26,2% респондентов, тогда как в сельской местности этот показатель достигал 48,2%.

Респондентов просили уточнить, через какие организации или устройства они хотя бы раз за последний год совершали платежи и переводы денежных средств. Интересно отметить, что в списке по-прежнему лидируют традиционные места совершения платежей и переводов – кассы торгово-сервисных предприятий (84,0%) и банков (70,3%). Банкоматы (55,2%) и платежные терминалы (54,2%) образуют вторую по предпочтительности группу. Отделения ФГУП «Почта России» (38,2%), также являясь традиционным для россиян местом совершения платежей и переводов, заняли третью строчку рейтинга. Дистанционные способы оплаты находятся на последнем месте в списке потребительских предпочтений. При этом более половины респондентов хорошо осведомлены о возможности совершения платежей и переводов через сеть Интернет и мобильные устройства (64,1 и 55,0% соответственно), но доля использующих их невелика (19,1 и 13,1%).

Знания потребителей о некоторых способах совершения платежей недостаточны или отсутствуют вообще, что в значительной мере обусловило низкий уровень их использования. Например, велика доля респондентов, никогда не слышавших о возможности оплаты электронными денежными средствами (42,9%), через системы денежных переводов (38,5%) – она или превышала долю тех, кто о них осведомлен, или была лишь немного меньше. Только 16,1% респондентов сообщили, что знают обо всех перечисленных организациях и устройствах.

Рисунок 10. Поставщики платежных услуг, места и устройства для совершения платежей: осведомленность и использование

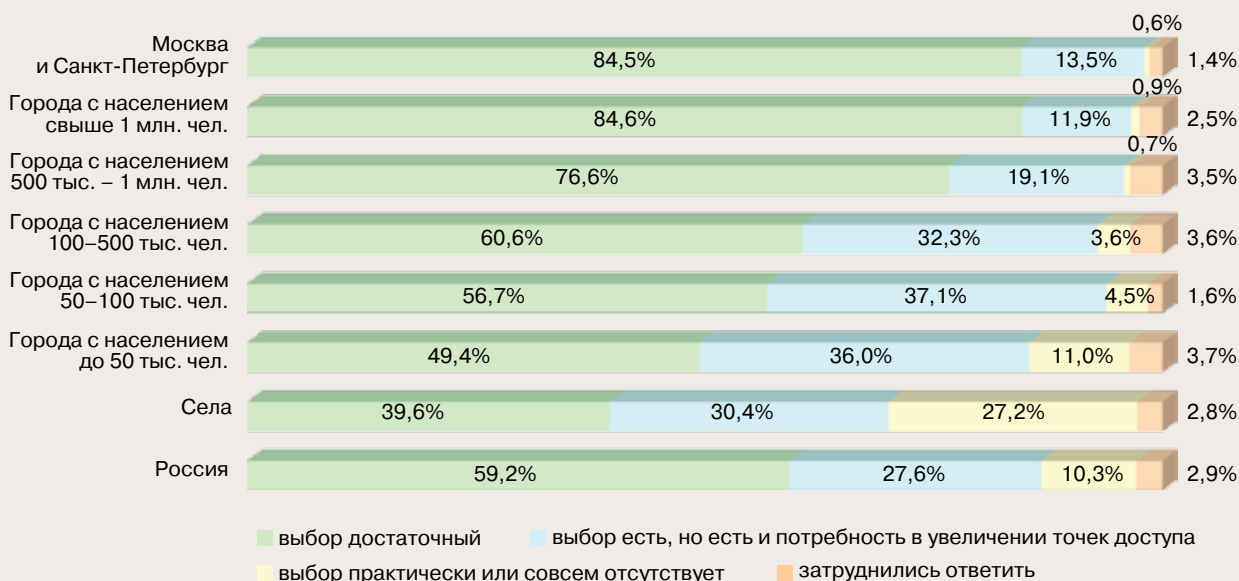


Количество респондентов – 3209.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

В результате опроса было установлено, что россияне в целом удовлетворены имеющейся платежной инфраструктурой: 59,2% респондентов считают, что в их населенном пункте достаточный выбор мест или устройств для совершения платежей и переводов. Вместе с тем 27,6% респондентов высказали мнение о необходимости увеличения точек доступа к платежным услугам (наиболее востребованными они были у респондентов Северо-Западного федерального округа – 40,1%). Лишь небольшая часть (10,3%) опрошенных пожаловались на практически полное отсутствие выбора. При этом в Северо-Кавказском (22,4%) и Приволжском (16,8%) федеральных округах этот показатель был значительно выше общероссийского. В Уральском федеральном округе лишь 1,1% опрошенных указали на отсутствие выбора мест или устройств для совершения платежей и переводов.

Рисунок 11. Достаточность точек доступа к платежным услугам, по размеру населенного пункта



Количество респондентов – 3209.

Доля респондентов, частично или полностью удовлетворенных платежной инфраструктурой, растет с увеличением размеров населенного пункта. Так, в сельской местности лишь 39,6% опрошенных отметили достаточность мест или устройств для совершения платежей и переводов, тогда как в Москве и Санкт-Петербурге и городах-миллионниках этот показатель достигает порядка 85%. Почти треть (27,2%) сельских жителей считают, что выбор мест или устройств для совершения платежей и переводов в их населенном пункте отсутствует. В городах с населением менее 500 тыс. человек также велика доля респондентов, заявивших о потребности в новых точках доступа к платежным услугам (данный показатель колеблется на уровне 35%).

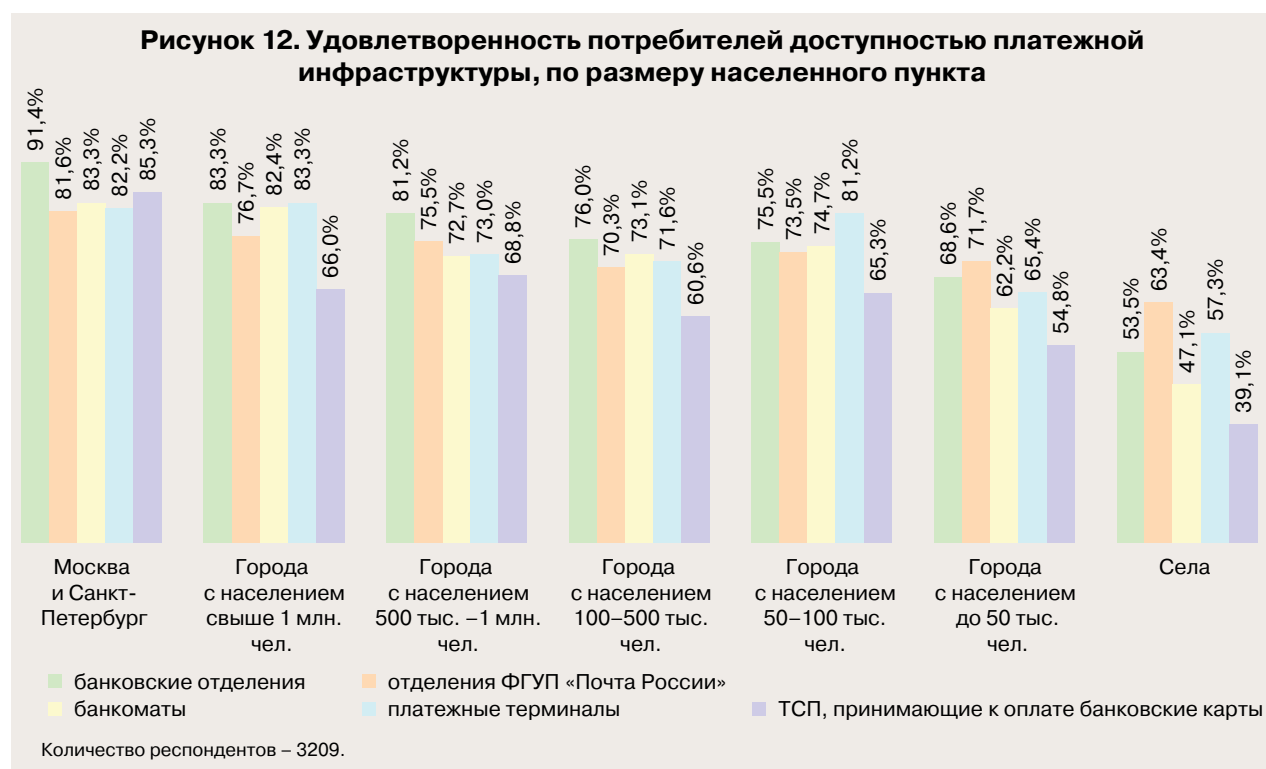
Удовлетворенность потребителей платежной инфраструктурой определялась и в отношении количества и удобства расположения банковских отделений, отделений ФГУП «Почта России», банкоматов, платежных терминалов, количества торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты, а также в отношении качества интернет- и мобильной связи.

Выяснилось, что количество и удобство расположения банковских отделений устраивают 71,6% опрошенных, отделений ФГУП «Почта России» – 71,3%, банкоматов и платежных терминалов – 66,4 и 69,9% соответственно. Более половины (58,2%) респондентов полностью или частично удовлетворены количеством торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты. Доступностью и качеством интернет- и мобильной связи удовлетворены 58,0 и 75,3% респондентов соответственно.

В сельской местности удельный вес респондентов, частично или полностью удовлетворенных имеющейся банковской инфраструктурой – количеством и удобством расположения банковских отделений (53,5%), банкоматов (47,1%), а также торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты (39,1%), – существенно ниже, чем в более крупных населенных пунктах. Для сравнения: соответствующие показатели в городах и поселках городского типа с населением до 50 тыс. человек составили 68,6; 62,2 и 54,8% (что в среднем на 15 процентных пунктов больше, чем в селах), а в Москве и Санкт-Петербурге – достигали 91,4; 83,3 и 85,3% соответственно (примерно в 2 раза больше, чем в селах).

Отделения ФГУП «Почта России» распределены по территории Российской Федерации более равномерно, что выражается в меньших разрывах в показателях удовлетворенности респондентов их количеством и удобством расположения в различных населенных пунктах (от 63,4% в селах до 81,6% в обеих столицах).

Уровень удовлетворенности респондентов доступностью платежных терминалов не коррелирует напрямую с размером населенного пункта и колеблется от 57,3% в селах до 83,3% в городах-миллионниках.



Наблюдается значительный разрыв в степени удовлетворенности доступностью и качеством интернет-связи между респондентами, проживающими в Москве и Санкт-Петербурге (79,6%) и в остальных населенных пунктах (от 43,8% в селах до 63,2% в городах-миллионниках). Удовлетворенность доступностью и качеством мобильной связи, напротив, относительно равномерна и достигает максимального уровня в городах-миллионниках (89,3%).

Рисунок 13. Удовлетворенность потребителей доступностью и качеством интернет- и мобильной связи, по размеру населенного пункта



Удовлетворенность количеством и удобством расположения точек доступа к платежным услугам различается и по федеральным округам. Наименьшая доля респондентов, высказавших удовлетворенность количеством и удобством расположения банковских отделений, проживает в Северо-Кавказском (57,6%) и Дальневосточном (63,7%) федеральных округах. Наибольшей была удовлетворенность жителей Урала и Сибири, где данный показатель достигал 80,1 и 78,3% соответственно.

Жители Дальневосточного федерального округа менее других удовлетворены доступностью платежной инфраструктуры: 45,2% опрошенных частично или полностью не удовлетворены количеством и удобством расположения отделений ФГУП «Почта России», 43,8% – количеством торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты, 37,7% – количеством и удобством расположения платежных терминалов. В отношении доступности банкоматов доля неудовлетворенных жителей этого федерального округа (48,6%) превысила долю удовлетворенных (46,6%). Уровень доступности и качества интернет- и мобильной связи в регионе также был признан недостаточным (40,4 и 37,0% респондентов соответственно).

Следует отметить, что Северо-Кавказский федеральный округ по показателям удовлетворенности респондентов близок к Дальневосточному округу: так, доля тех, кого не устраивает количество или удобство расположения банкоматов, составляет 38,1%, количество торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты, – 40,0%, доступность и качество интернет-связи – 31,4%, доступность и качество мобильной связи – 26,7%.

Жители Сибирского федерального округа продемонстрировали наибольшую степень удовлетворенности платежной инфраструктурой и каналами дистанционного доступа к платежным услугам: количеством и удобством расположения отделений ФГУП «Почта России» удовлетворены 79,0%, банкоматов – 74,9% (как и в Уральском федеральном округе), количеством электронных терминалов, установленных в предприятиях торговли и услуг, – 70,8% (в Северо-Западном федеральном округе аналогичный показатель составил 70,1%), доступностью и качеством интернет-связи – 67,9% (в Центральном федеральном округе – 63,1%), а также доступностью и качеством мобильной связи – 81,4% (так же, как в Южном федеральном округе).

По удовлетворенности количеством и удобством расположения платежных терминалов лидирует Южный федеральный округ (82,4%).

Рисунок 14. Удовлетворенность потребителей платежной инфраструктурой, по федеральным округам

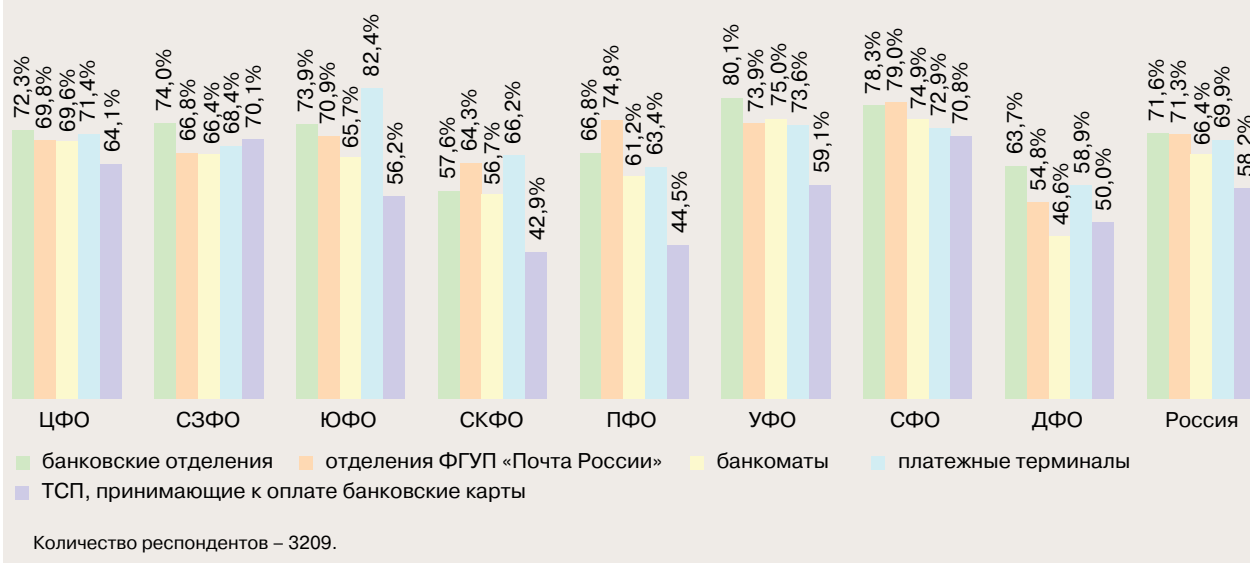
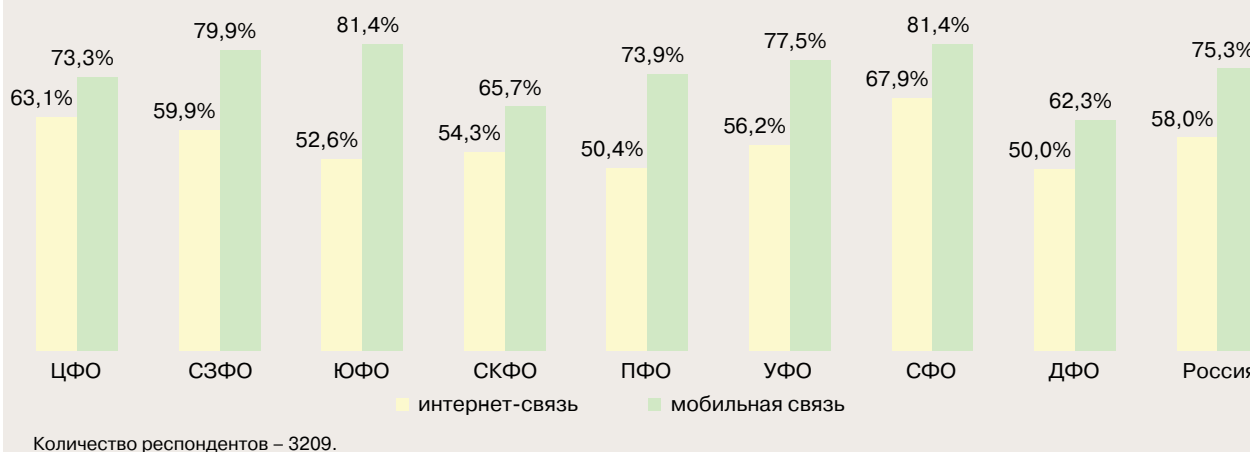


Рисунок 15. Удовлетворенность потребителей доступностью и качеством интернет- и мобильной связи, по федеральным округам



Как показало исследование, совершать платежи и переводы потребители предпочитают, используя офисные каналы обслуживания. Так, в случае необходимости осуществить платеж наличными деньгами три способа получили предпочтение респондентов по своей надежности: оплата через кассу торгово-сервисного предприятия (26,3%), через сотрудника салона сотовой связи (20,3%) и через сотрудника банка (19,7%). В то же время каждый пятый опрошиваемый заявил, что в последнюю очередь станет совершать наличный платеж через ФГУП «Почта России» и через платежный терминал (21,7 и 20,4% соответственно).

Аналогичным образом респондентам было предложено оценить надежность различных способов оплаты в случае необходимости осуществить безналичный платеж. Более трети опрошенных (36,8%) отдали предпочтение оплате банковской картой через банкомат; почти четверть респондентов (24,1%) считают самым надежным перевод через сотрудника банка со своего банковского счета. В последнюю очередь респонденты воспользовались бы оплатой через Интернет электронными денежными средствами (22,4%) как наименее надежным, по их мнению, способом. Вместе с тем значительная часть респондентов (19,0%) затруднилась назвать наименее предпочтительный для них способ оплаты наличными деньгами. Вопросы, касающиеся выбора самого надежного безналичного способа оплаты, вызвали проблемы у 22,5% опрошенных, наименее надежного – у 30,0%.

Рисунок 16. Оценка надежности способов совершения платежей и переводов наличными деньгами

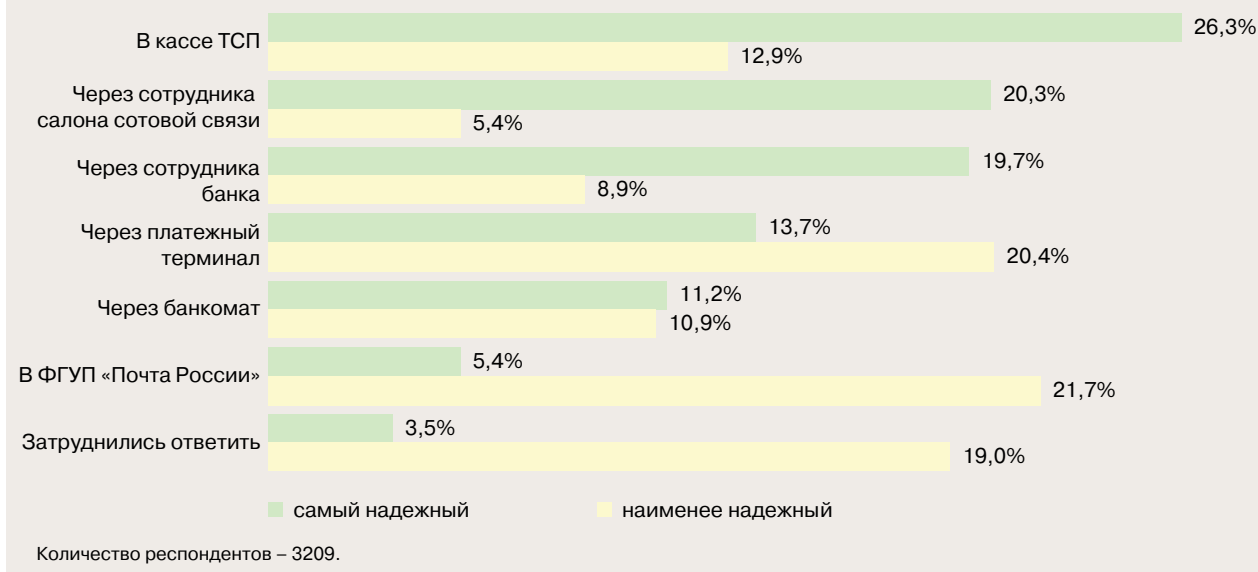
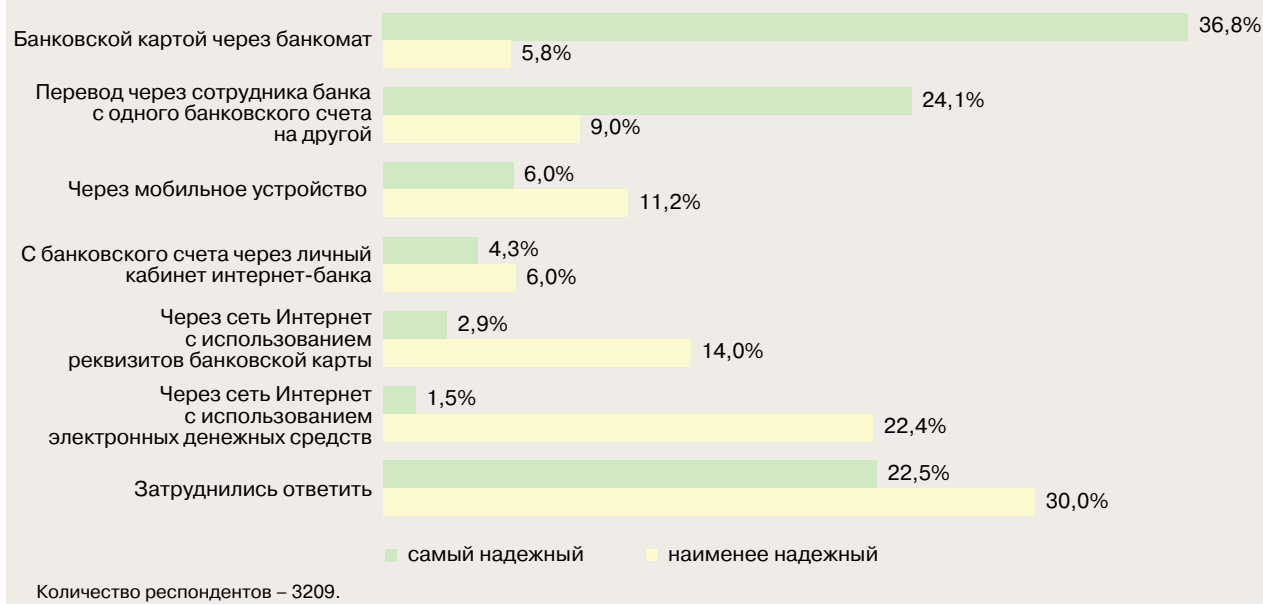


Рисунок 17. Оценка надежности безналичных способов совершения платежей и переводов



Наиболее консервативными в выборе способов оплаты были люди пожилого возраста: лишь около 10% респондентов от 60 лет и старше отдали предпочтение осуществлению самостоятельных платежей наличными (через банкомат или платежный терминал), тогда как в группе до 35 лет треть опрошенных (33,3%) выбрали этот способ в качестве самого надежного. Кроме того, около половины респондентов из группы от 60 лет и старше не смогли определиться с выбором безналичного способа оплаты. Самыми финансово грамотными оказались респонденты 25–34 лет. Они меньше всего затруднялись с ответами, причем в данной возрастной группе наибольшая доля тех, кто отдал предпочтение платежам через Интернет (11,7%). Самые же молодые участники опроса (18–24 года) лидируют среди тех, кто выбрал платежи с использованием мобильных устройств (9,1%) и электронных денежных средств (3,8%).

Потребительская оценка офисных и дистанционных способов совершения платежей и переводов была также рассмотрена в зависимости от пяти критериев ранжирования: выгоды, удобства, быстроты, надежности/безопасности и понятности. По критериям выгоды (50,3%), надежности/безопасности (66,9%) и понятности (62,4%) потребители чаще всего выбирают платежи и переводы через сотрудника банка, ФГУП «Почта России» или салона сотовой

связи. Самостоятельным платежам и переводам через банкоматы и платежные терминалы – устройства, представляющие собой переходный способ между офисным и дистанционным видами обслуживания, – было отдано предпочтение по удобству (39,5%) и скорости (42,8%) совершения операций. Осуществление платежей и переводов через Интернет или мобильные устройства наименее привлекательно для респондентов по всем пяти критериям (от 6,1% по надежности/безопасности и понятности до 15% по удобству и скорости использования).



Для каждого из способов совершения платежей и переводов был определен индекс привлекательности (ИП)², который показал, что наиболее популярными у респондентов по совокупности критериев являются офисные способы оплаты (значение индекса по 100-балльной шкале – 49,9). На втором месте по привлекательности находятся самостоятельные платежи и переводы через банкоматы и платежные терминалы (29,1). Наименьшее значение индекса соответствует оплате через Интернет или мобильное устройство – 9,9.



² Индекс привлекательности (ИП) – кумулятивный показатель оценки потребителями выгоды, удобства, скорости, надежности/безопасности и понятности. На основе факторно-регрессионного анализа расчетное значение ИП было масштабировано таким образом, чтобы оно находилось в интервале от 0 (что означает самую низкую привлекательность способа оплаты по совокупности характеристик) до 100 (что соответствует его максимальной привлекательности).

Респонденты, не имеющие банковского счета и не планирующие его открыть (непользователи банковских услуг), больше других предпочитают осуществлять платежи и переводы через офисные способы оплаты (ИП = 61,1). Для активных и потенциальных пользователей банковских услуг данный показатель составляет 47,5 и 46,9 соответственно.

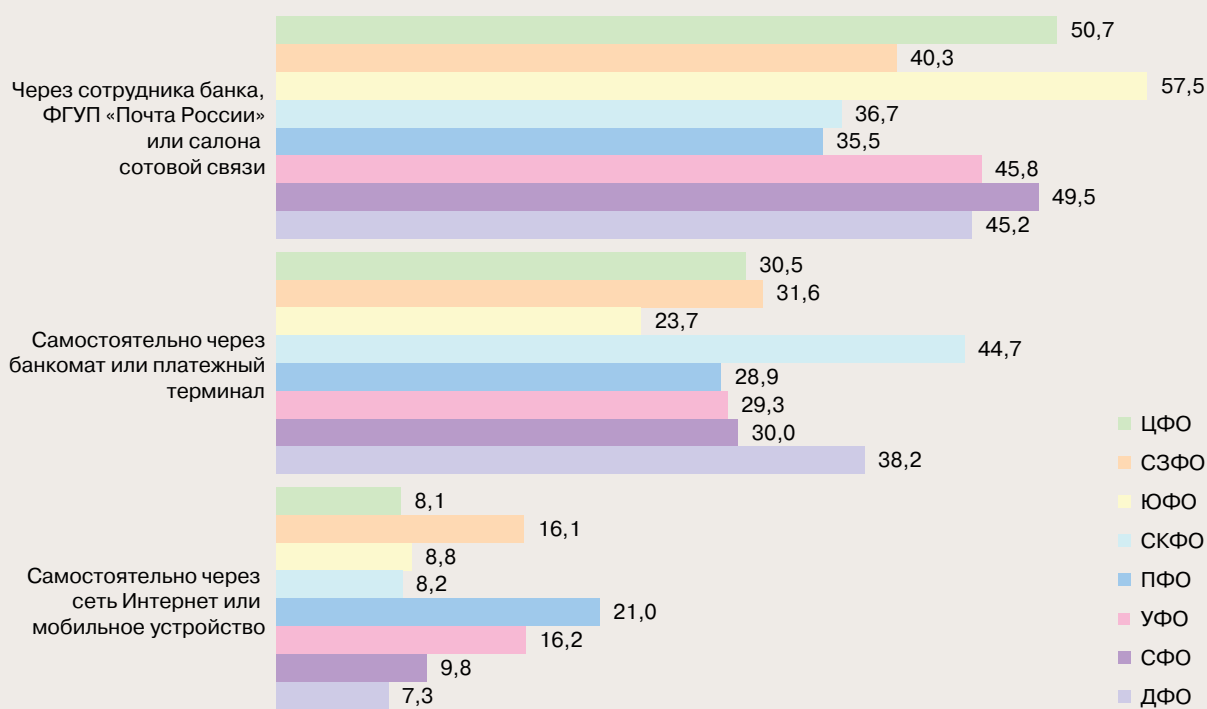
Среди социально-демографических факторов заметное влияние на уровень ИП способов оплаты оказывает возраст. Дистанционные платежи через Интернет или мобильные устройства являются значительно более привлекательными для респондентов до 45 лет, чем для респондентов более старшего возраста, которые отдают предпочтение услугам, оказываемым через сотрудников банков, ФГУП «Почта России» или салона сотовой связи. Офисное обслуживание почти в два раза привлекательнее для самой старшей группы респондентов (60+), чем для респондентов 18–24 лет.



Территориальный анализ данных исследования не выявил значимых различий в привлекательности офисных и дистанционных способов оплаты в зависимости от размера населенного пункта. Тем не менее в Москве и Санкт-Петербурге и городах-миллионниках доля респондентов, предпочитающих осуществлять платежи через Интернет или мобильные устройства (ИП = 14,5), в среднем на 5 процентных пунктов выше, чем в остальных населенных пунктах.

Наиболее привлекательным офисное обслуживание является для респондентов из Южного (ИП = 57,5) и Центрального (ИП = 50,7) федеральных округов, а наименее привлекательным – для жителей Северо-Кавказского и Приволжского федеральных округов (ИП = 36,7 и 35,5 соответственно). Самостоятельное осуществление платежей через банкоматы и терминалы выбирают респонденты Северо-Кавказского и Дальневосточного федеральных округов (ИП = 44,7 и 38,2 соответственно), почти вдвое менее популярно оно в Южном федеральном округе (ИП = 23,7). Дистанционные платежи предпочитали жители Приволжского федерального округа (ИП = 21,0), тогда как в Дальневосточном округе их индекс привлекательности составил всего 7,3.

Рисунок 21. Индекс привлекательности офисных и дистанционных способов совершения платежей и переводов, по федеральным округам



Количество респондентов – 3209.

Вопрос о максимальной сумме платежа или перевода, который респонденты готовы осуществить через различных поставщиков платежных услуг, вызвал сложности у большинства опрошенных. Доля респондентов, выбравших вариант «затрудняюсь ответить», варьировала от 25,1% в случае оплаты через сотрудника банка до 60,7% при использовании электронных денежных средств. Вместе с тем значительная часть респондентов заявила о готовности совершить платеж или перевод на любую сумму независимо от способа оплаты: этот показатель максимален (60,0%) при оплате через сотрудника банка и минимален (21,0%) при оплате через мобильное устройство.

ВЫВОДЫ

- ▶ Охват населения банковскими услугами остается в ряде регионов ограниченным и дифференцированным территориально. Это может привести к тому, что спрос на безналичные платежные инструменты останется невысоким и, как следствие, по-прежнему будут использоваться преимущественно наличные деньги.
- ▶ Платежной инфраструктурой респонденты скорее удовлетворены, чем не удовлетворены: 59,2% респондентов считают, что в их населенном пункте достаточный выбор мест или устройств для совершения платежей и переводов, 27,6% респондентов высказали мнение о необходимости увеличения количества точек доступа к платежным услугам, 10,3% опрошенных пожаловались на практически полное отсутствие выбора.
- ▶ Наибольшей была удовлетворенность респондентов доступностью и качеством мобильной связи (75,3%), а также количеством и удобством расположения банковских отделений (71,6%). В наименьшей мере опрошенные удовлетворены количеством торгово-сервисных предприятий, принимающих к оплате банковские карты (58,2%).
- ▶ Самая низкая степень удовлетворенности доступностью платежной инфраструктуры наблюдается у респондентов Дальневосточного и Северо-Кавказского федеральных округов. Жители Сибирского федерального округа настроены наиболее оптимистично.
- ▶ Совершать платежи и переводы потребители предпочитают, используя офисные каналы обслуживания (ИП = 49,9), в то время как самостоятельные платежи через банкоматы и платежные терминалы (ИП = 21,1) и дистанционные каналы обслуживания (ИП = 9,9) пользуются меньшей популярностью.

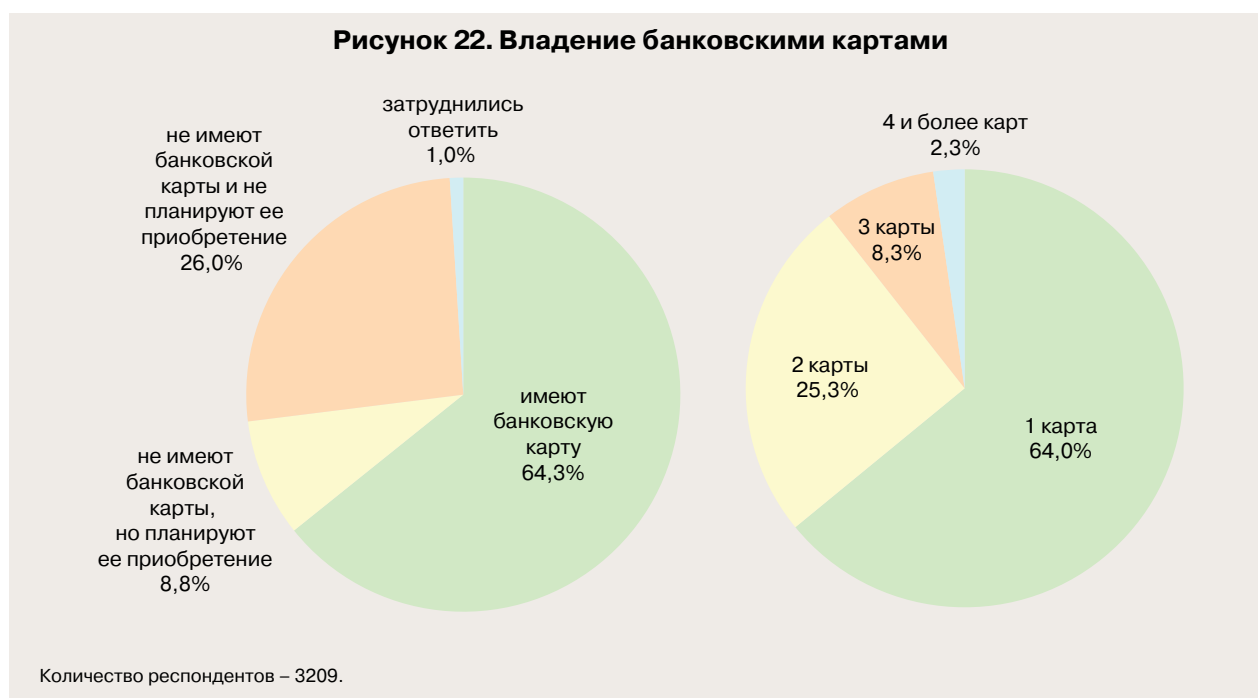
Раздел 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ

В рамках исследования, проведенного Банком России в сотрудничестве с НАФИ, изучалось платежное поведение потребителей, связанное с использованием следующих платежных инструментов и методов: банковских карт, электронных денежных средств, платежей и переводов через Интернет и мобильные устройства, постоянных платежных поручений, прямого дебетования, денежных переводов в пользу физических лиц.

Была проведена также оценка отдельных платежных инструментов и методов по ряду важных для потребителей критериев: стоимости обслуживания / размеру комиссий, удобству использования платежного инструмента/метода, скорости оформления/подключения платежной услуги, скорости осуществления платежей и переводов, качеству обслуживания, безопасности и отсутствия мошенничества и т.д.

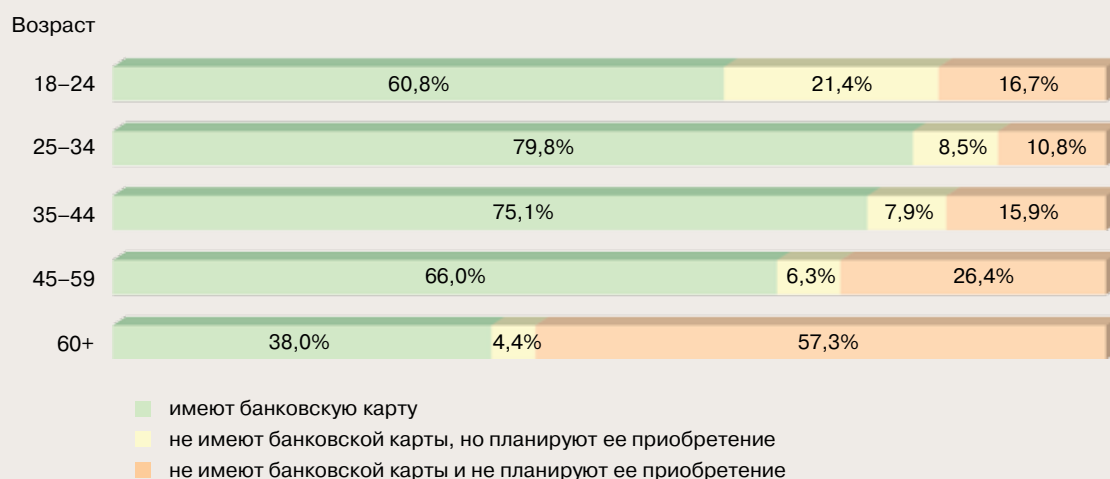
3.1. БАНКОВСКИЕ КАРТЫ

По результатам исследования было выяснено, что почти две трети (64,3%) респондентов являются держателями банковских карт. При этом 35,9% из них имеют более одной карты. Большинство держателей карт (68,4%) сообщили о наличии у них зарплатных карт, открытых работодателями; четверть опрошенных (25,2%) владеют социальными картами, примерно такая же доля респондентов (24,4%) имеет кредитные карты. Кроме того, 8,8% респондентов не являются владельцами банковских карт, но планируют завести их в будущем. Следует отметить, что среди тех, кто не имеет банковской карты и не заинтересован в ее получении (26,0%), половина опрошенных (48,3%) не проявляет интереса и к открытию банковского счета.



В разных социально-демографических группах отмечается разный уровень владения банковскими картами. Больше всего держателей банковских карт среди респондентов в возрастных группах от 25 до 34 лет (79,8%) и от 35 до 44 лет (75,1%). Самый низкий уровень данного показателя отмечается среди участников опроса от 60 лет и старше (38,0%), причем в этой возрастной группе наиболее высок удельный вес тех, кто не планирует заводить банковскую карту, – 57,3%, что почти вдвое выше среднего показателя по России. Наиболее востребованными банковские карты являются среди самых молодых участников опроса: пятая часть (21,4%) респондентов возрастной группы от 18 до 25 лет заявили, что планируют завести карту в будущем.

Рисунок 23. Владение банковскими картами и спрос на их приобретение, по возрастным группам

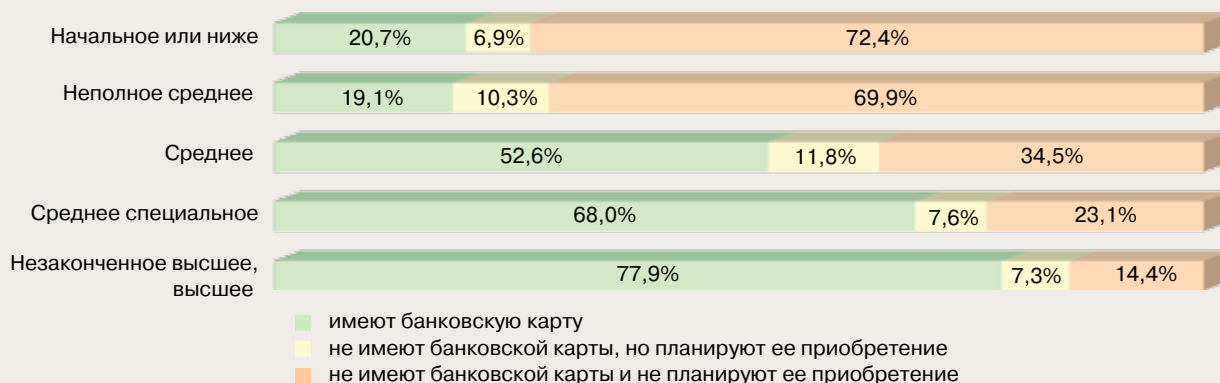


Количество респондентов – 3209.

На диаграмме не показана доля затруднившихся с ответом.

Уровень владения банковскими картами коррелирует с уровнем образования. Среди респондентов с неоконченным высшим или высшим образованием 77,9% имеют банковские карты. Этот показатель почти вдвое превышает совокупную долю держателей банковских карт, имеющих начальное образование или ниже (20,7%), а также неполное среднее образование (19,1%). Следует отметить, что большинство респондентов этих образовательных групп не проявили интереса и к приобретению банковских карт в будущем (72,4 и 69,9% соответственно).

Рисунок 24. Владение банковскими картами и спрос на их приобретение, по уровню образования



Количество респондентов – 3209.

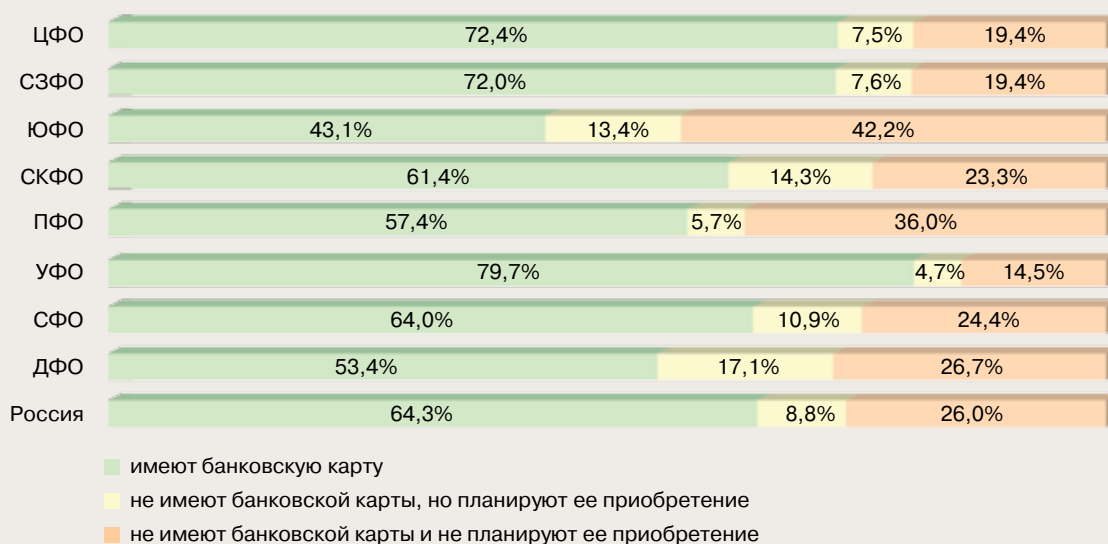
На диаграмме не показана доля затруднившихся с ответом.

Наблюдается также прямая зависимость уровня владения банковскими картами от величины ежемесячного дохода. Так, в группе с ежемесячным доходом на семью 25 000 руб. и меньше лишь около половины (47,8%) имеют банковскую карту (в этой же доходной группе велико отсутствие интереса респондентов к приобретению банковских карт в будущем – 43,9%). Среди респондентов с более высокими доходами показатели владения банковскими картами превышают среднероссийский уровень (64,3%).

В Москве и Санкт-Петербурге доля держателей банковских карт (83,9%) почти в 1,3 раза превышает аналогичный показатель в менее крупных городах и в 1,6 раза – в сельской местности (53,8%). При этом треть жителей сел (33,1%), не имеющих банковской карты, не планируют ее приобретения и в будущем.

По результатам исследования уровень владения банковскими картами значительно варьируется по федеральным округам. Лидерами по доле держателей банковских карт являются Уральский, Центральный и Северо-Западный федеральные округа (79,7; 72,4 и 72,0% соответственно). В Приволжском (57,4%), Дальневосточном (53,4%) и Южном (43,1%) федеральных округах этот показатель ниже среднероссийского. Южный федеральный округ, в котором доля владельцев банковских карт наименьшая, характеризуется и самым низким спросом на их приобретение в будущем со стороны тех, кто таковых не имеет (42,2%). Более трети респондентов Приволжского федерального округа (36,0%) также не планируют приобрести банковскую карту. Самая высокая востребованность этого платежного инструмента выявлена в Дальневосточном федеральном округе (17,1%).

Рисунок 25. Владение банковскими картами и спрос на их приобретение, по федеральным округам



Количество респондентов – 3209.

На диаграмме не показана доля затруднившихся с ответом.

Среди причин, по которым респонденты не планируют оформлять банковскую карту, более четверти респондентов (26,6%) назвали свою недостаточную финансовую обеспеченность. 17,1% респондентов считают, что пользоваться банковской картой слишком хлопотно, 16,8% опасаются мошенничества, а 15,7% сложно контролировать свои расходы в случае использования банковской карты. Каждый седьмой респондент (14,3%) указал, что не знает, где и как можно картой пользоваться. На отсутствие доступной инфраструктуры по приему банковских карт пожаловались лишь 8,2% опрошенных.

Рисунок 26. Причины, по которым респонденты не приобретают банковскую карту

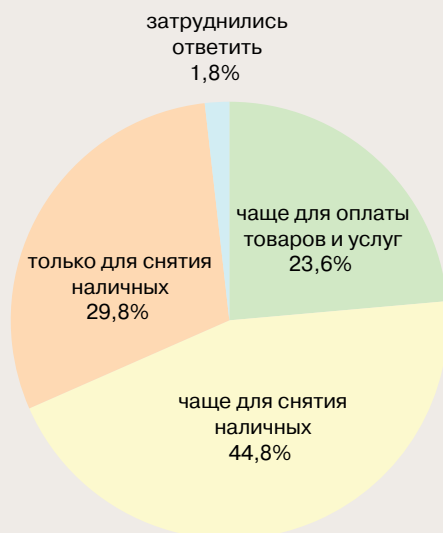


Количество респондентов – 1072.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Практически все владельцы банковских карт (94,6%) пользуются ими, однако лишь 23,6% – преимущественно в целях оплаты товаров и услуг. Главным образом респонденты используют банковскую карту только или чаще всего для снятия наличных (74,6%).

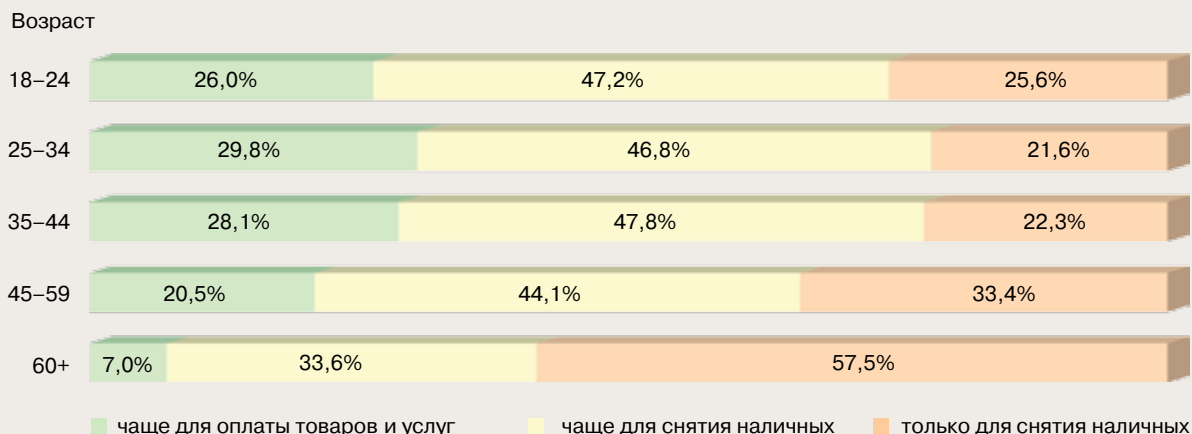
Рисунок 27. Структура использования банковских карт



Количество респондентов – 1952.

Реже всего в сравнении с другими возрастными группами банковские карты используют как безналичное платежное средство респонденты от 60 лет и старше: доля среди них респондентов, в основном оплачивающих банковской картой товары и услуги, составляет лишь 7,0%. Активнее всего это делают респонденты в возрастной группе от 25 до 34 лет (29,8%). Более половины респондентов от 60 лет и старше (57,5%) применяют карты исключительно для снятия наличных, тогда как среди респондентов 25–34 лет этот показатель составил 21,6%.

Рисунок 28. Использование банковских карт, по возрастным группам



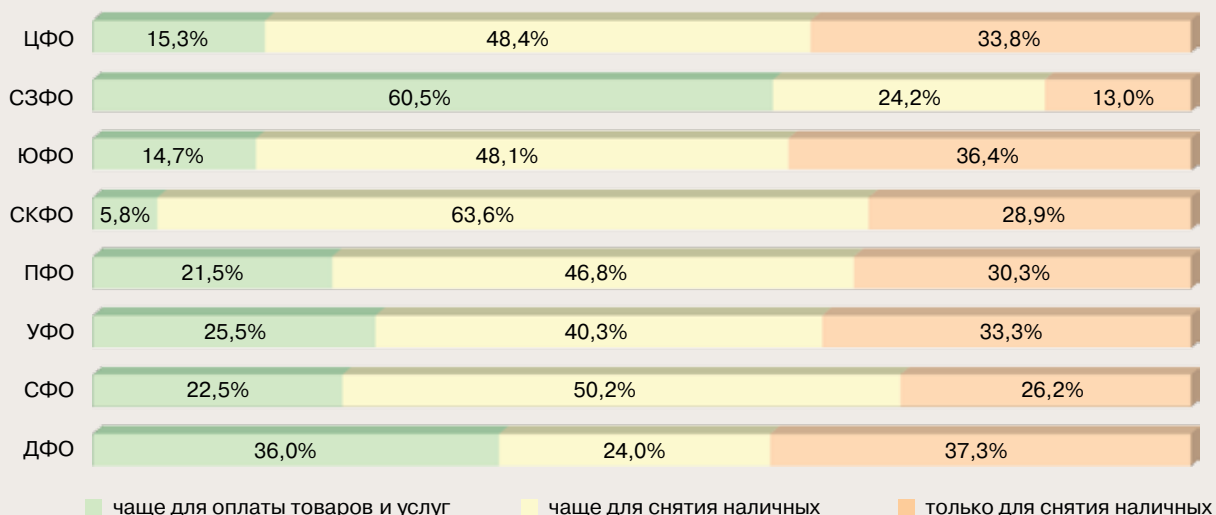
Количество респондентов – 1952.

На диаграмме не показана доля затруднившихся с ответом.

Почти треть респондентов с неоконченным высшим или высшим образованием (30,6%) используют банковскую карту преимущественно для оплаты товаров и услуг. Это в 1,6 раза превышает аналогичный показатель в группе респондентов со средним и средним специальным образованием и в 2 раза – в группе опрошенных с образованием ниже среднего. Тем не менее среди всех образовательных групп доля использующих карты только для снятия наличных велика: она составляет 22,8% в группе респондентов с высшим и неоконченным высшим образованием, а в остальных группах превышает общероссийский показатель (29,8%).

В региональном разрезе безусловным лидером по доле респондентов, использующих банковскую карту преимущественно для оплаты товаров и услуг, является Северо-Западный федеральный округ (60,5%). В Северо-Кавказском федеральном округе лишь каждый двадцатый респондент (5,8%) применяет карту для безналичной оплаты. Исключительно для снятия наличных банковские карты чаще всего используются в Дальневосточном (37,3%) и Южном (36,4%) федеральных округах, реже всего – в Северо-Западном федеральном округе (13,0%).

Рисунок 29. Использование банковских карт, по федеральным округам

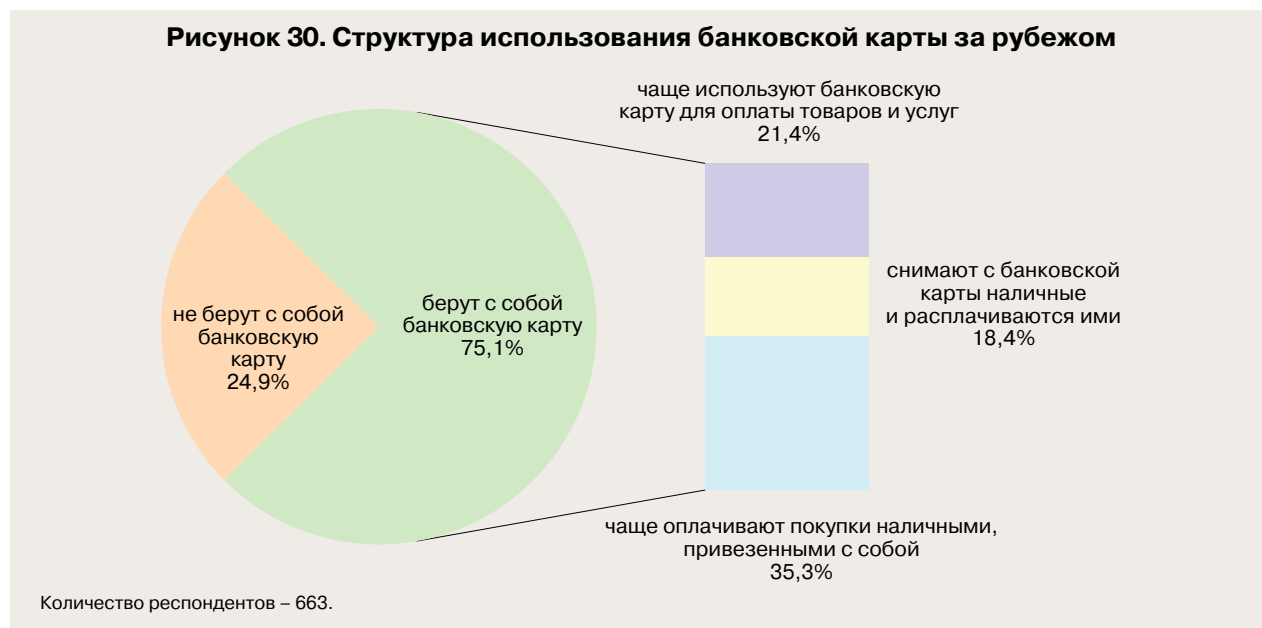


Количество респондентов – 1952.

На диаграмме не показана доля затруднившихся с ответом.

Среди немногочисленных респондентов, которые ездят в зарубежные поездки и берут с собой банковские карты (25,5% от общего числа владельцев карт), преобладают те, которые берут с собой карту на всякий случай, а покупки оплачивают наличными, взятыми с собой.

Рисунок 30. Структура использования банковской карты за рубежом



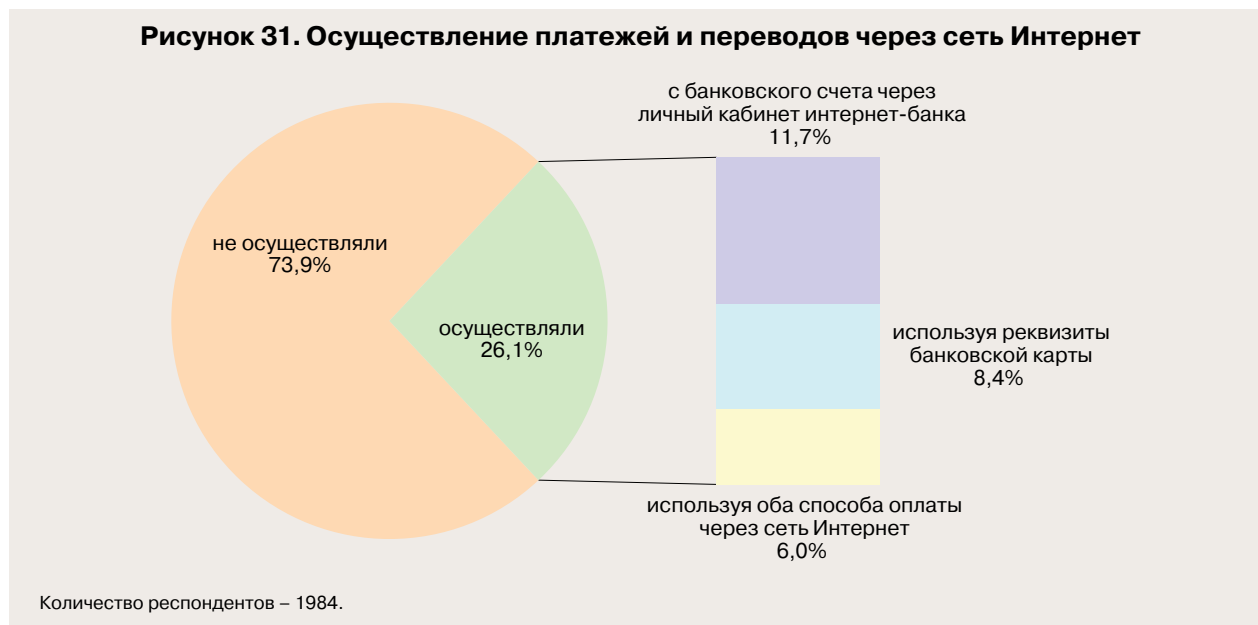
Респондентов также просили назвать минимальную и максимальную сумму товара (услуги), которую они готовы были бы оплатить банковской картой. Оказалось, что большинство опрошенных (61,0% при ответе на вопрос о минимальной сумме и 73,3% – о максимальной сумме) оплачивают товары и услуги банковской картой независимо от их стоимости.

ВЫВОДЫ

- ▶ Почти две трети (64,3%) респондентов являются держателями банковских карт. При этом практически все владельцы банковских карт (94,6%) пользуются ими.
- ▶ В Москве и Санкт-Петербурге доля держателей банковских карт (83,9%) заметно превышает аналогичный показатель в менее крупных городах и в сельской местности. Лидерами по доле держателей банковских карт являются Уральский, Центральный и Северо-Западный федеральные округа (79,7; 72,4 и 72,0% соответственно).
- ▶ Банковские карты используются населением преимущественно для снятия наличных денег (74,6%).
- ▶ В качестве безналичного платежного инструмента они активнее всего используются респондентами в возрасте от 25 до 34 лет (29,8%).
- ▶ В региональном разрезе безусловным лидером по доле респондентов, использующих банковские карты преимущественно для оплаты товаров и услуг, является Северо-Западный федеральный округ (60,5%).
- ▶ Основными причинами, по которым респонденты не планируют оформление банковской карты, являются недостаточная финансовая обеспеченность респондентов (26,6%), предполагаемые трудности при использовании карты (17,1%), неуверенность в надежности и безопасности ее использования (16,8%), сложность контроля расходов (15,7%).
- ▶ Большинство опрошенных готовы оплатить с использованием банковской карты любую сумму.

3.2. ПЛАТЕЖИ И ПЕРЕВОДЫ ЧЕРЕЗ СЕТЬ ИНТЕРНЕТ

Почти три четверти респондентов (73,9%) на вопрос, приходилось ли им за последний год осуществлять платежи и переводы через Интернет, ответили отрицательно. 11,7% участников опроса осуществляли платежи и переводы с банковского счета через личный кабинет интернет-банка, 8,4% при совершении платежей использовали в Интернете реквизиты банковской карты, 6% респондентов делали это обоими способами.



Следует отметить, что осуществление респондентами платежей и переводов через Интернет зависит от частоты и длительности пользования ими сетью. Так, доля тех, кто осуществляет платежи с банковского счета через личный кабинет, максимальна среди респондентов, пользующихся Интернетом практически ежедневно (13,8%), и втрое превышает аналогичный показатель среди респондентов, пользующихся Интернетом эпизодически (4,6%). Что касается длительности пользования Интернетом, то результаты исследования показали, что в группе респондентов, пользующихся Интернетом менее года, зафиксирован самый высокий процент тех, кому не приходилось осуществлять платежи или переводы через Интернет (88,5%). Это в 1,3 раза больше соответствующего показателя среди респондентов с пользовательским стажем в сети Интернет более 5 лет.

Развитие интернет-банкинга и интернет-коммерции открывает для держателей банковских карт многочисленные возможности при совершении платежей и переводов. Результаты исследования показали, насколько активны в Интернете респонденты, имеющие банковскую карту, и те, кто таковой не имеет. Около половины держателей и потенциальных держателей банковских карт пользуются Интернетом практически каждый день (49,7 и 48,2% соответственно), четверть (25,5%) держателей банковских карт и треть их потенциальных держателей (34,8%) никогда не пользуются Интернетом. Доля не входящих в сеть (70,1%) почти в три раза больше среди тех респондентов, которые не имеют банковской карты и не планируют заводить ее в будущем.

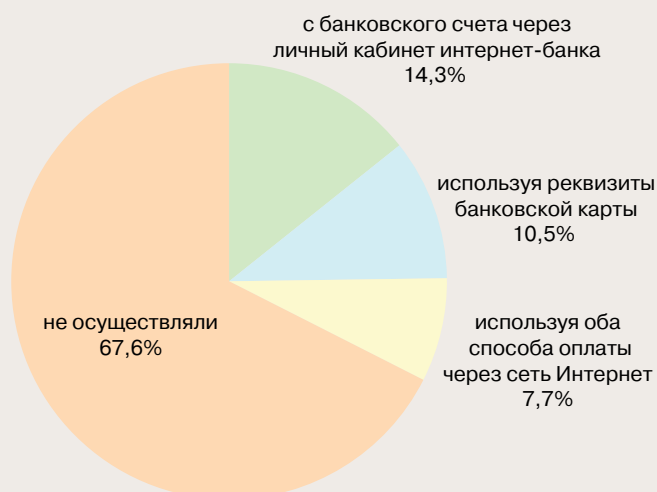
Несмотря на относительно высокую активность пользования Интернетом, лишь одна треть держателей банковских карт (32,5%) применяет их при совершении платежей и переводов через Интернет: каждый седьмой из них (14,3%) делает это с банковского счета через личный кабинет интернет-банка, каждый десятый (10,5%) – с использованием реквизитов банковской карты на веб-сайтах и 7,7% – обоими способами.

Рисунок 32. Активность в сети Интернет респондентов, являющихся / не являющихся держателями банковских карт



Количество респондентов – 3209.

Рисунок 33. Платежи и переводы через сеть Интернет, осуществляемые держателями банковских карт



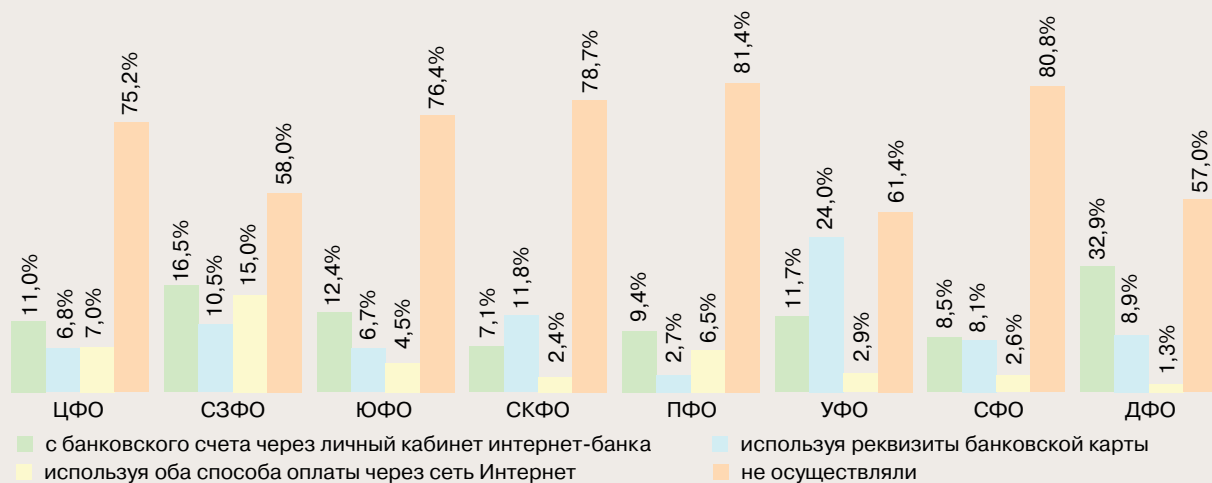
Количество респондентов – 1984.

Респонденты из Москвы и Санкт-Петербурга в 2–3 раза активнее, чем респонденты из других населенных пунктов, используют оба способа осуществления платежей и переводов через Интернет (с банковского счета через личный кабинет интернет-банка и с использованием реквизитов банковской карты). Доля опрошенных, никогда не совершавших платежи и переводы через Интернет, наиболее значительна в населенных пунктах с населением менее 100 тыс. человек (80,3%).

Дальневосточный федеральный округ лидирует по доле респондентов, осуществляющих платежи и переводы через личный кабинет интернет-банка (32,9%), далее следует Северо-Западный федеральный округ, где данный показатель почти вдвое меньше (16,5%). Оба этих федеральных округа характеризуются также наиболее низким удельным весом респондентов, не осуществлявших платежи и переводы через Интернет (57,0 и 58,0% соответственно).

Чаще всего используют банковскую карту для совершения платежей через Интернет путем ввода ее реквизитов на веб-сайте респонденты Уральского федерального округа (24,0%), реже всего – респонденты Приволжского федерального округа (2,7%). Наиболее низкий уровень использования Интернета для совершения платежей и переводов был отмечен в Приволжском и Сибирском федеральных округах (около 19% в каждом).

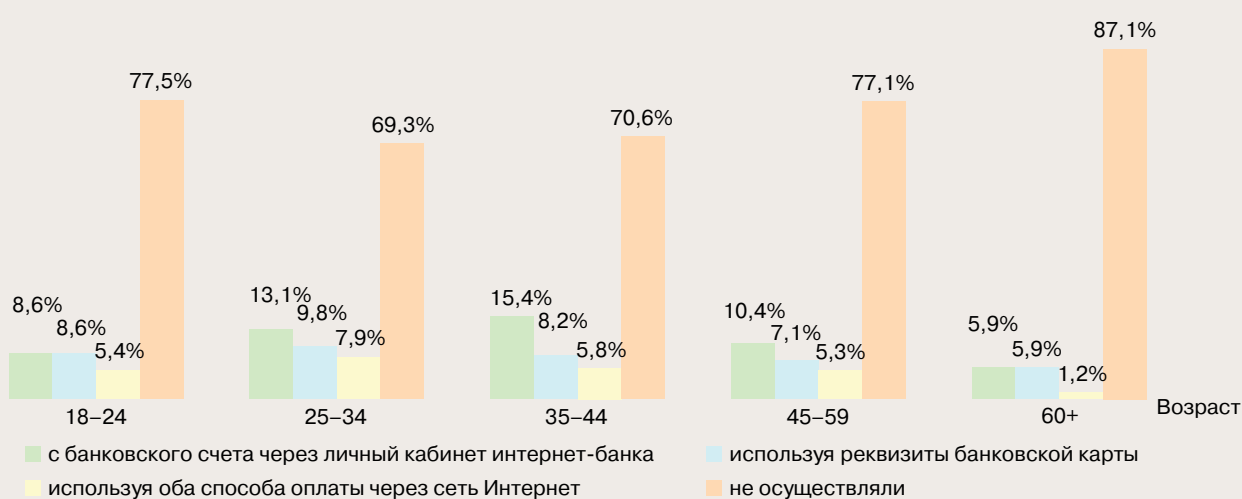
Рисунок 34. Платежи и переводы через сеть Интернет, по федеральным округам



Количество респондентов – 1984.

Результаты исследования в очередной раз подтвердили, что молодое поколение лучше адаптировалось к дистанционным способам платежа. Так, наиболее активно платежи и переводы через Интернет осуществляют респонденты в возрасте от 25 до 44 лет (в возрастной группе 25–34 лет – 30,8%, 35–44 лет – 29,4%). Активность самых молодых респондентов выборки (группа 18–24 лет) составила 22,5%. Самые старшие участники опроса (группа 60+) вдвое реже использовали Интернет для совершения платежей и переводов, чем остальные респонденты.

Рисунок 35. Платежи и переводы через сеть Интернет, по возрастным группам

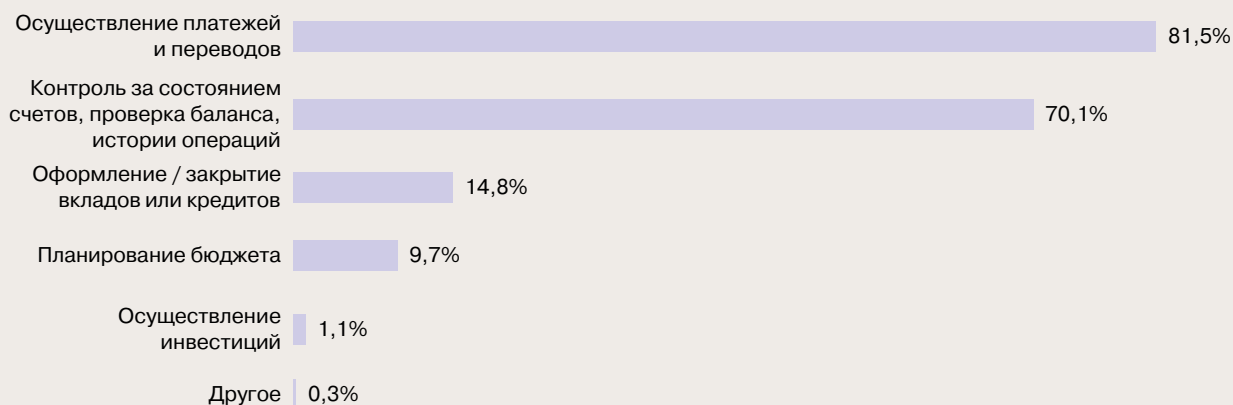


Количество респондентов – 1984.

Пользователям интернет-банкинга был задан вопрос о том, для каких операций они его используют. 81,5% респондентов заявили, что осуществляют главным образом платежи и переводы. Более двух третей опрошенных (70,1%) сообщили, что контролируют состояние счетов, проверяют баланс и историю операций. Чуть меньше 15% респондентов упомянули оформление / закрытие вкладов и кредитов.

Респонденты, не совершающие платежи и переводы через Интернет, назвали основные причины, по которым они этого не делают: 38,2% – из-за отсутствия потребности в таких операциях, чуть меньше трети респондентов (31,6%) высказали недоверие к этому способу оплаты (неуверенность в его надежности и безопасности), пятая часть опрошенных (21,3%) указали на недостаточность знаний о такой возможности.

Рисунок 36. Цели использования интернет-банкинга



Количество респондентов – 351.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Рисунок 37. Причины, по которым респонденты не совершают платежи и переводы через сеть Интернет



Количество респондентов – 1418.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Доля респондентов, высказавших опасения относительно надежности и безопасности совершения платежей через Интернет, была максимальной в Москве и Санкт-Петербурге (52,4%) среди достаточно обеспеченных групп населения с ежемесячным доходом семьи от 60 до 100 тыс. руб. (45,5%), а также в возрастной группе от 60 лет и старше (40,5%). Меньше всего обеспокоены этим учащиеся и студенты (19,0%) и жители городов-миллионников (18,1%).

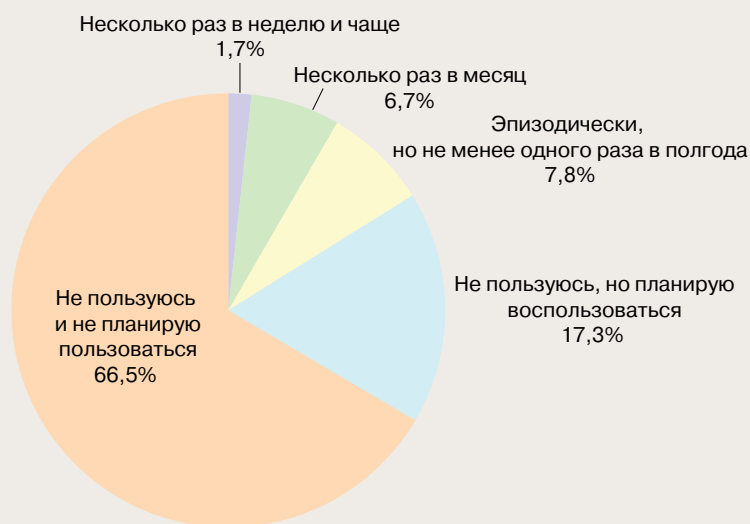
ВЫВОДЫ

- ▶ Почти три четверти респондентов (73,9%) за последний год не осуществляли платежи и переводы через Интернет.
- ▶ Среди социально-демографических факторов заметное влияние на уровень использования для осуществления платежей и переводов сети Интернет оказывает возраст: наибольшую активность проявляют респонденты в возрасте от 25 до 44 лет.
- ▶ В Москве и Санкт-Петербурге доля респондентов, осуществляющих платежи и переводы через Интернет, в 2–3 раза больше, чем в других населенных пунктах. Среди федеральных округов лидерами являются Дальневосточный и Северо-Западный.
- ▶ Несмотря на относительно высокую активность пользования Интернетом, лишь треть держателей банковских карт (32,5%) применяет их при совершении интернет-платежей.

3.3. ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА³

Две трети респондентов (66,5%) сообщили, что они не совершали платежей и переводов электронными денежными средствами за последний год и не планируют делать это в будущем. Чуть меньше пятой части опрошенных (17,3%), хотя и не пользовались электронными денежными средствами, но высказали намерение сделать это. 16,1% респондентов подтвердили использование электронных денежных средств: 7,8% делали это эпизодически (но не реже одного раза в полгода), 6,7% – несколько раз в месяц и лишь 1,7% респондентов делали это чаще.

Рисунок 38. Использование электронных денежных средств за последний год



Количество респондентов – 3209.

Уточняющий вопрос по поводу того, указывали ли респонденты свои персональные данные при оформлении электронных кошельков, не выявил предпочтений респондентов в пользу персонализированных⁴ или неперсонализированных⁵ электронных кошельков: как те, так и другие были востребованы ими примерно в равной степени.

³ В рамках данного исследования изучалось мнение потребителей о так называемых электронных кошельках, используемых для составления, удостоверения и передачи распоряжений при осуществлении переводов электронных денежных средств за счет денежных средств, предварительно предоставленных плательщиками кредитной организации и учитываемых кредитной организацией без открытия банковского счета. Доступ к электронным кошелькам осуществляется с использованием компьютеров, мобильных устройств, в том числе посредством устанавливаемого на этих устройствах специального программного обеспечения. При этом предоплаченные банковские карты в данном исследовании не рассматривались.

⁴ Согласно ст. 2 Федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» электронное средство платежа является персонализированным в случае проведения оператором электронных денежных средств идентификации клиента – физического лица в соответствии с Федеральным законом от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (в данном случае использование электронного средства платежа осуществляется клиентом – физическим лицом при условии, что остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 100 тыс. руб. либо сумму в иностранной валюте, эквивалентную 100 тыс. руб. по официальному курсу Банка России).

⁵ Согласно ст. 4 Федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» электронное средство платежа является неперсонализированным в случае непроведения оператором электронных денежных средств идентификации клиента – физического лица в соответствии с Федеральным законом от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (в данном случае использование электронного средства платежа осуществляется клиентом – физическим лицом при условии, что остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 15 тыс. руб.).

Рисунок 39. Анонимность электронных кошельков



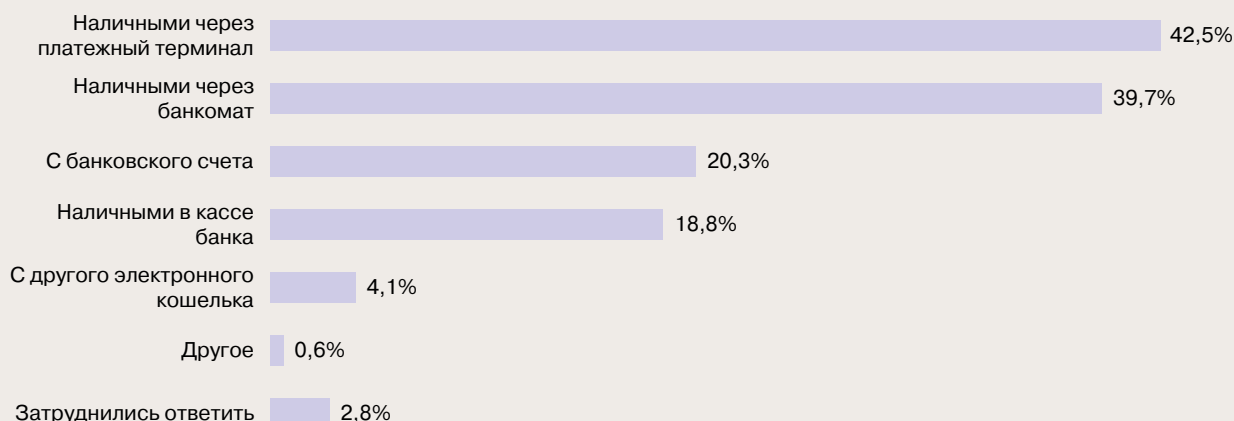
Среди операций, совершаемых с использованием электронных денежных средств, первое место по популярности занимает оплата услуг мобильной связи – такие операции осуществляют 59,4% от общего числа опрошенных. Далее следуют оплата Интернета или коммерческого телевидения (41,3%), оплата товаров и услуг, заказанных через Интернет или по каталогам (34,1%), оплата коммунальных услуг и электроэнергии (27,8%), оплата услуг стационарной телефонной связи (21,6%), перевод денежных средств на другой электронный кошелек или банковский счет (20,6%).

Рисунок 40. Операции с использованием электронных денежных средств



На вопрос о способе пополнения своего электронного кошелька большинство респондентов – пользователей электронных денежных средств ответили, что предпочитают делать это наличными деньгами через платежный терминал (42,5%) или банкомат (39,7%). Далее следуют вдвое менее популярные способы: пополнение с банковского счета (20,3%) и наличными деньгами в кассе банка (18,8%).

Рисунок 41. Способы пополнения электронных кошельков



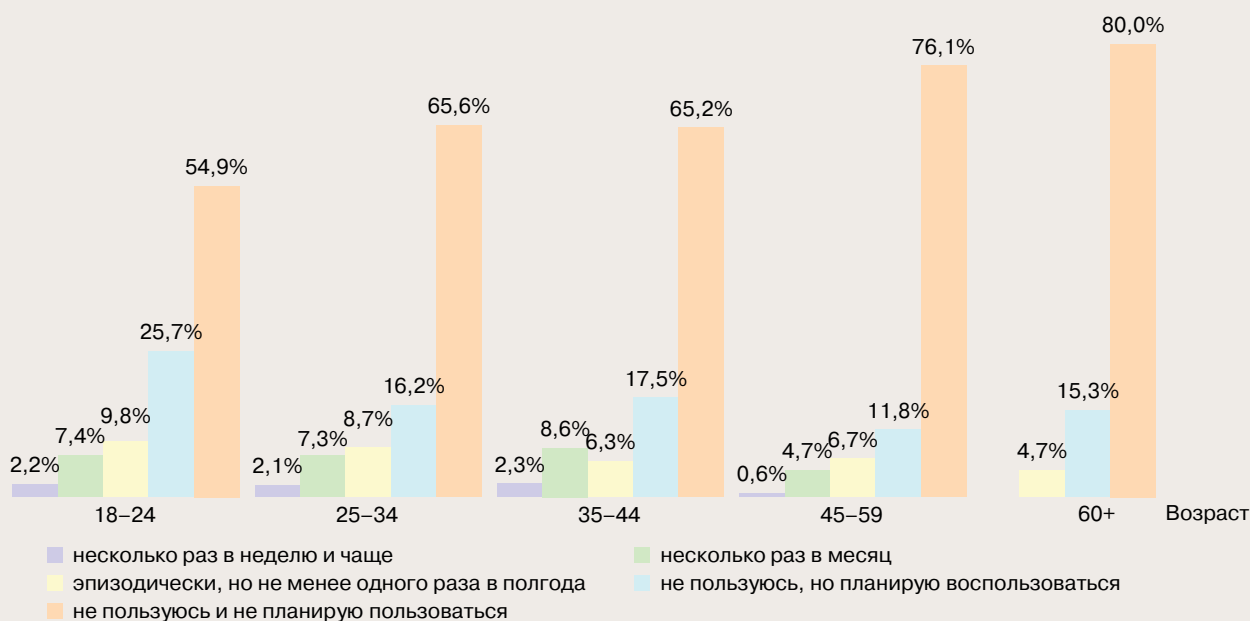
Количество респондентов – 311.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Подавляющее большинство респондентов, совершающих платежи и переводы электронными денежными средствами, являются интенсивными пользователями Интернета (82,2%). Аналогичный показатель среди тех, кто не использует электронные денежные средства, почти на 20% меньше. Доля респондентов, хотя бы эпизодически использовавших электронные денежные средства в течение последнего года, возросла с ростом длительности пользования Интернетом соответствующей группой респондентов (от 7,7% в случае пользовательского стажа в сети Интернет менее 1 года до 19,8% при стаже более 5 лет).

Наиболее значимые различия в использовании электронных денежных средств разными социально-демографическими группами респондентов прослеживаются в возрастном разрезе выборки. Самый высокий удельный вес пользователей электронных денежных средств отмечался среди респондентов до 25 лет (19,4%). В этой же группе наибольшее число респондентов заявили, что собираются использовать электронные денежные средства в будущем (25,7%). Для сравнения: востребованность данного платежного инструмента в других возрастных группах была на 8–14 процентных пунктов ниже. Респонденты от 45 лет и старше используют электронные денежные средства крайне редко, хотя 12–15% из них все же высказывают интерес к их использованию в будущем.

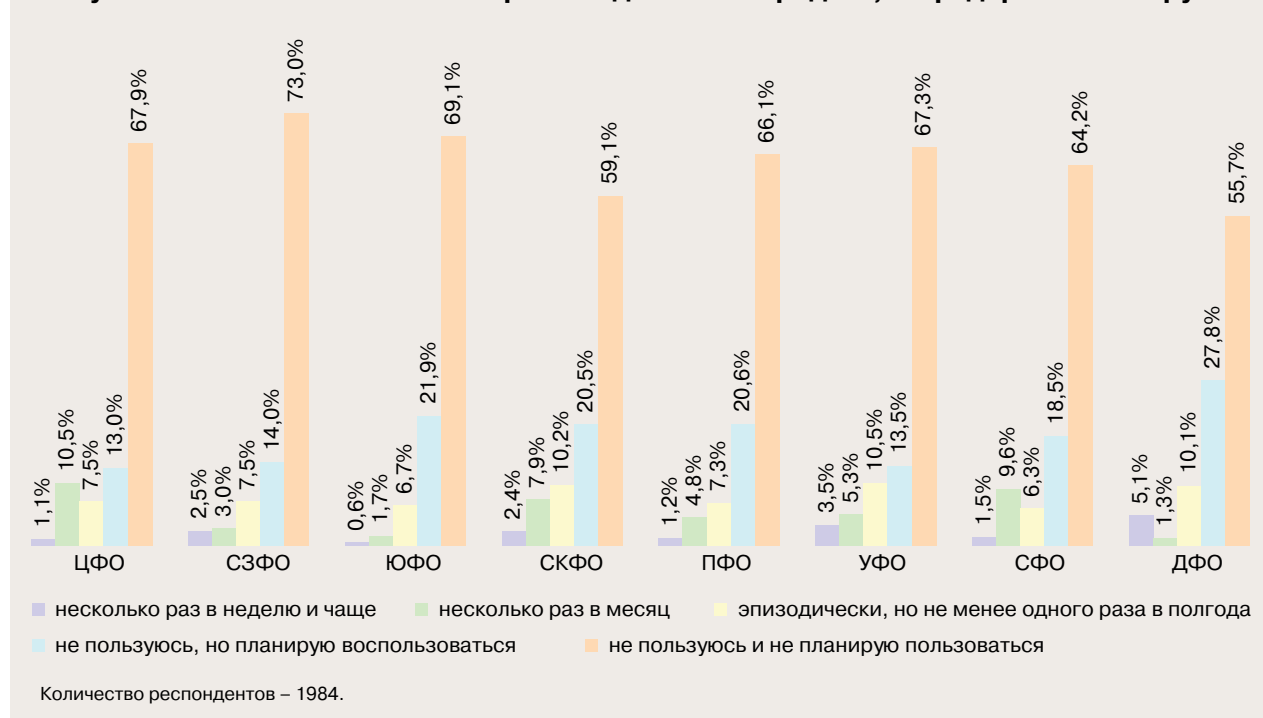
Рисунок 42. Использование электронных денежных средств, по возрастным группам



Количество респондентов – 1984.

Электронные денежные средства активнее всего используются респондентами Северо-Кавказского (20,5%), Уральского (19,3%) и Центрального (19,1%) федеральных округов, а реже всего – респондентами Южного федерального округа (9,0%). Центральный, Сибирский и Северо-Кавказский федеральные округа являются лидерами по частоте использования электронных денежных средств: доля респондентов, делающих это несколько раз в месяц и чаще, в указанных регионах достигает 11%. В Северо-Западном и Южном федеральных округах этот показатель составляет лишь 5,5 и 2,3% соответственно. Наибольшая востребованность данного платежного инструмента среди респондентов, в настоящее время его не использующих, отмечается в Дальневосточном федеральном округе (27,8%). Самым низким спросом на осуществление платежей и переводов электронными денежными средствами характеризуются Центральный (13,0%), Уральский (13,5%) и Северо-Западный (14,0%) федеральные округа.

Рисунок 43. Использование электронных денежных средств, по федеральным округам



Причины, по которым респонденты не используют электронные денежные средства, совпадают с причинами, по которым они не совершают платежи через Интернет (причем в том же порядке по значимости). Две пятых опрошенных указали на отсутствие потребности в этом платежном инструменте (40,4%), около трети высказали недоверие к электронным денежным средствам с точки зрения их надежности и безопасности (29,3%), больше четверти (26,3%) респондентов заявили об отсутствии достаточных знаний о возможности осуществления платежей и переводов электронными денежными средствами.

Рисунок 44. Причины, по которым респонденты не используют электронные денежные средства



Количество респондентов – 1618.

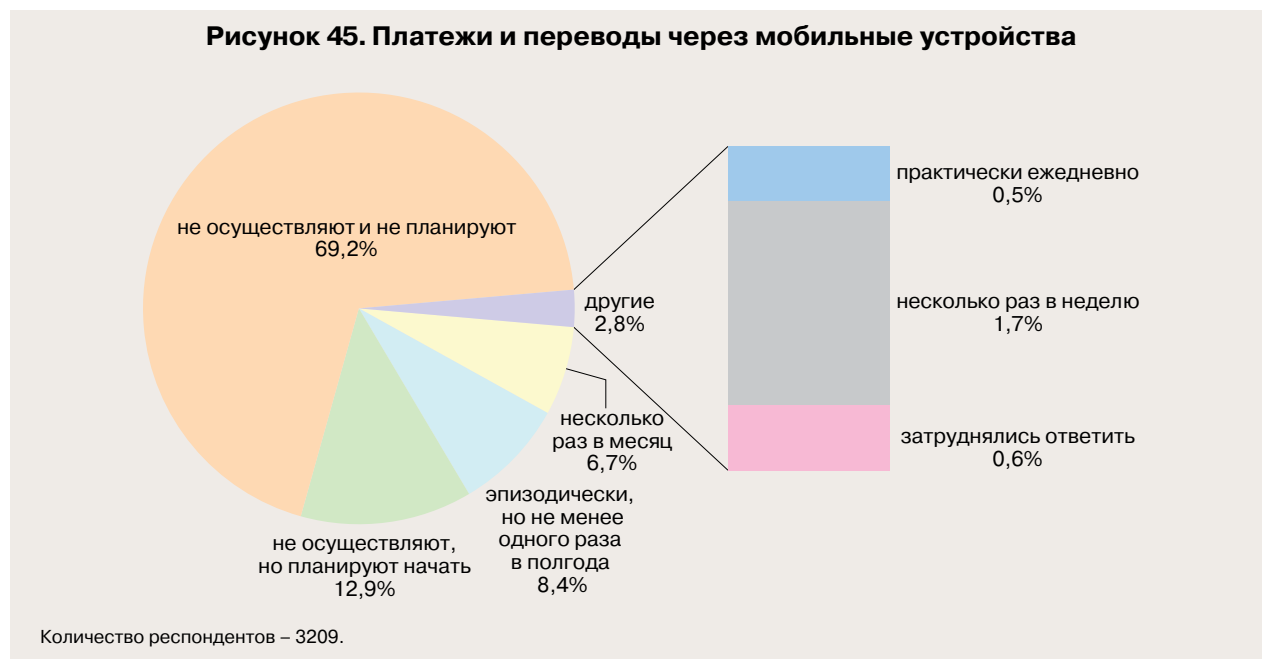
Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

ВЫВОДЫ

- ▶ Две трети респондентов (66,5%) не совершали платежи и переводы электронными денежными средствами за последний год и не планируют делать это в будущем. Лишь 16,1% респондентов являются пользователями электронных денежных средств.
- ▶ Подавляющее большинство респондентов, использующих при осуществлении платежей и переводов электронные денежные средства, являются интенсивными пользователями Интернета (82,2%).
- ▶ Самая значительная доля пользователей электронных денежных средств отмечалась среди респондентов до 25 лет (19,4%).
- ▶ Нежелание опрошенных использовать электронные денежные средства объяснялось ими отсутствием потребности (40,4%), недоверием к данному платежному инструменту с точки зрения надежности и безопасности (29,3%), отсутствием достаточных знаний о такой возможности (26,3%).

3.4. ПЛАТЕЖИ И ПЕРЕВОДЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

Большинство респондентов (69,2%) не пользуются и не планируют пользоваться мобильными устройствами для осуществления платежей и переводов; 12,9% респондентов, хотя и не совершали мобильные платежи и переводы, выразили интерес к использованию данного способа оплаты в будущем; 17,3% участников опроса указали, что эпизодически (не реже одного раза в полгода) или чаще использовали мобильные устройства для совершения платежей и переводов.

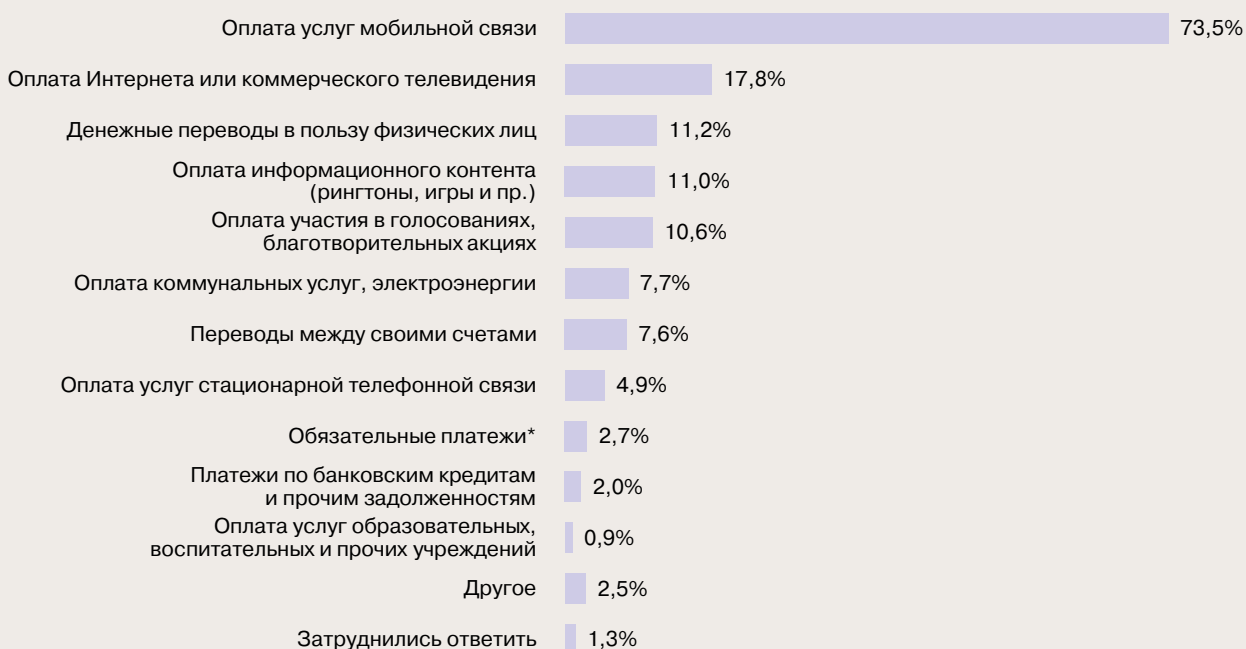


Две трети (66,3%) респондентов, осуществляющих мобильные платежи и переводы, делали это путем отправки СМС-сообщения на короткий номер, пятая часть опрошенных (21,8%) использовала специальное приложение, установленное на мобильном устройстве. Чуть меньше респондентов (17,5%) совершали платежи и переводы денежных средств с банковского счета при помощи СМС-сообщений. Опрошенными был назван еще один способ осуществления мобильных платежей и переводов – через личный кабинет на веб-сайте сотового оператора (9,5%).



По назначению среди платежей и переводов, совершаемых через мобильные устройства, преобладала оплата услуг мобильной связи (73,5%). Гораздо меньшим был удельный вес респондентов, указавших на использование мобильных устройств для оплаты Интернета или коммерческого телевидения (17,8%), осуществления денежных переводов в пользу физических лиц (11,2%) и оплаты информационного контента (11,0%).

Рисунок 47. Назначение платежей и переводов, совершаемых через мобильные устройства



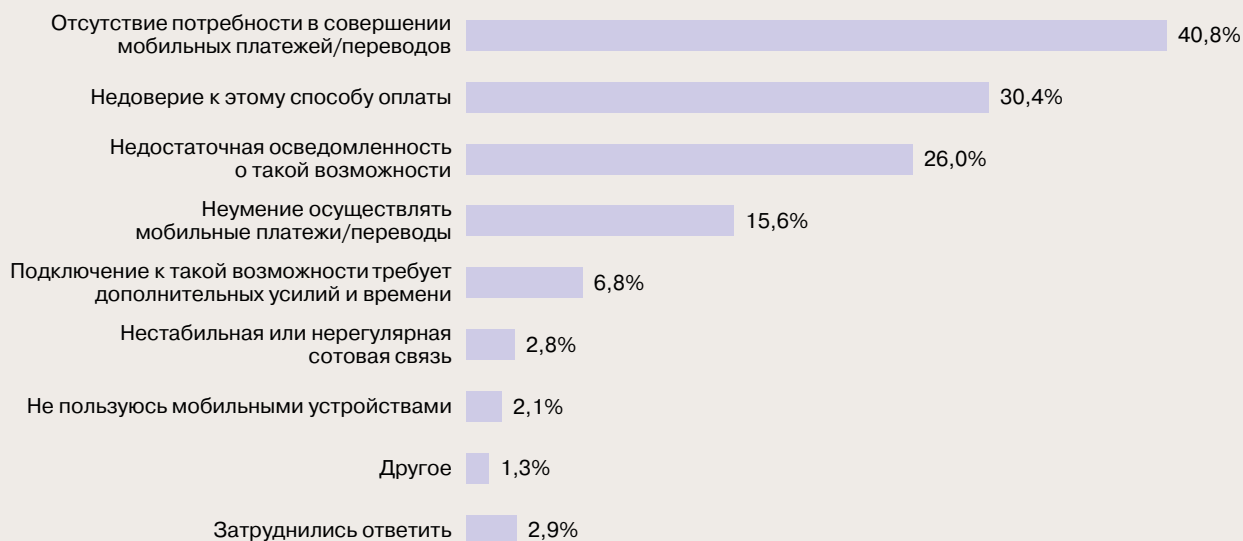
* Налоги, штрафы, государственные пошлины и т.п.

Количество респондентов – 548.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Значительная доля респондентов, не совершавших за последний год платежи и переводы через мобильные устройства, указали, что не видят в этом потребности (40,8%), почти треть (30,4%) опрошенных испытывают недоверие к этому способу оплаты (сомневаются в его надежности и безопасности), 26,0% слишком мало знают о такой возможности совершения платежей и переводов, 15,6% не понимают, как осуществлять мобильные платежи и переводы.

Рисунок 48. Причины, по которым респонденты не совершают платежи и переводы через мобильные устройства



Количество респондентов – 2576.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Респонденты из городов среднего размера (с населением 100–500 тыс. человек) и из сел наиболее активно осуществляют платежи и переводы с использованием мобильных устройств. Доля опрошенных, указавших на осуществление мобильных платежей и переводов хотя бы эпизодически, в соответствующих населенных пунктах составила 27,4 и 17,5%. Аналогичные показатели для Москвы и Санкт-Петербурга, а также городов-миллионников – 11,2 и 12,6% соответственно. Также результаты исследования показали, что в федеральных округах, где респонденты высказали наименьшую удовлетворенность доступностью платежной инфраструктуры (Северо-Кавказский и Дальневосточный), доли респондентов, осуществляющих мобильные платежи, самые большие (29,0 и 30,9% соответственно), в то время как реже всего использовали мобильные устройства для совершения платежей и переводов жители Приволжского федерального округа (11,6% опрошенных). Среди тех, кто в настоящее время не пользуется данной платежной услугой, наибольшее количество потенциальных пользователей отмечалось в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах, где около 20% респондентов высказали интерес к совершению мобильных платежей и переводов в будущем.

Рисунок 49. Платежи и переводы через мобильные устройства, по федеральным округам

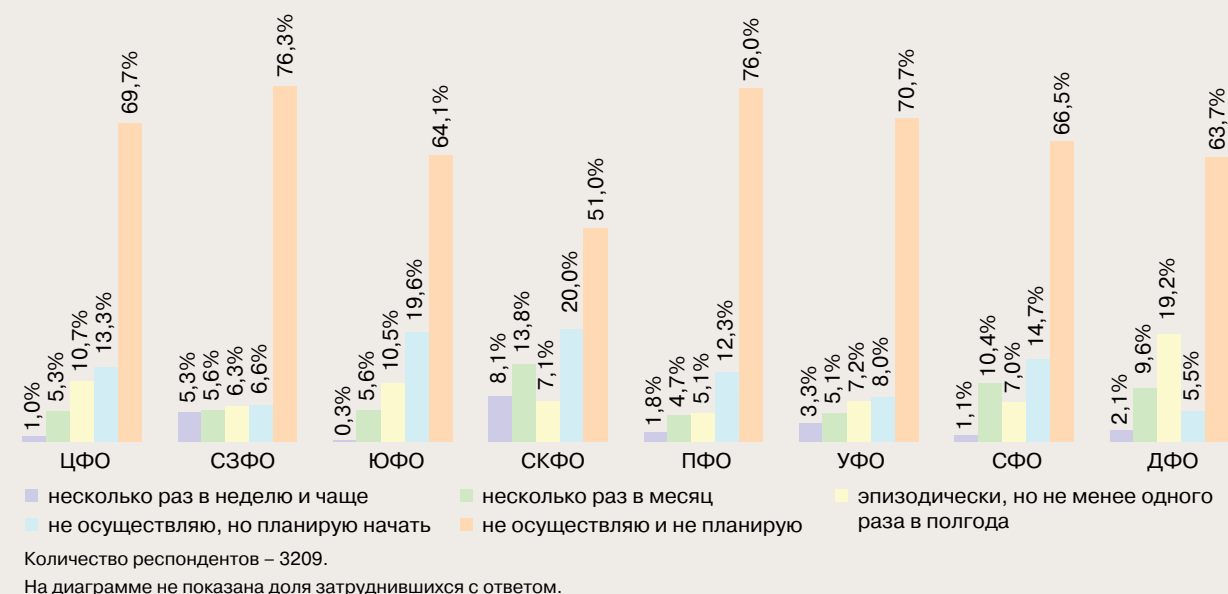
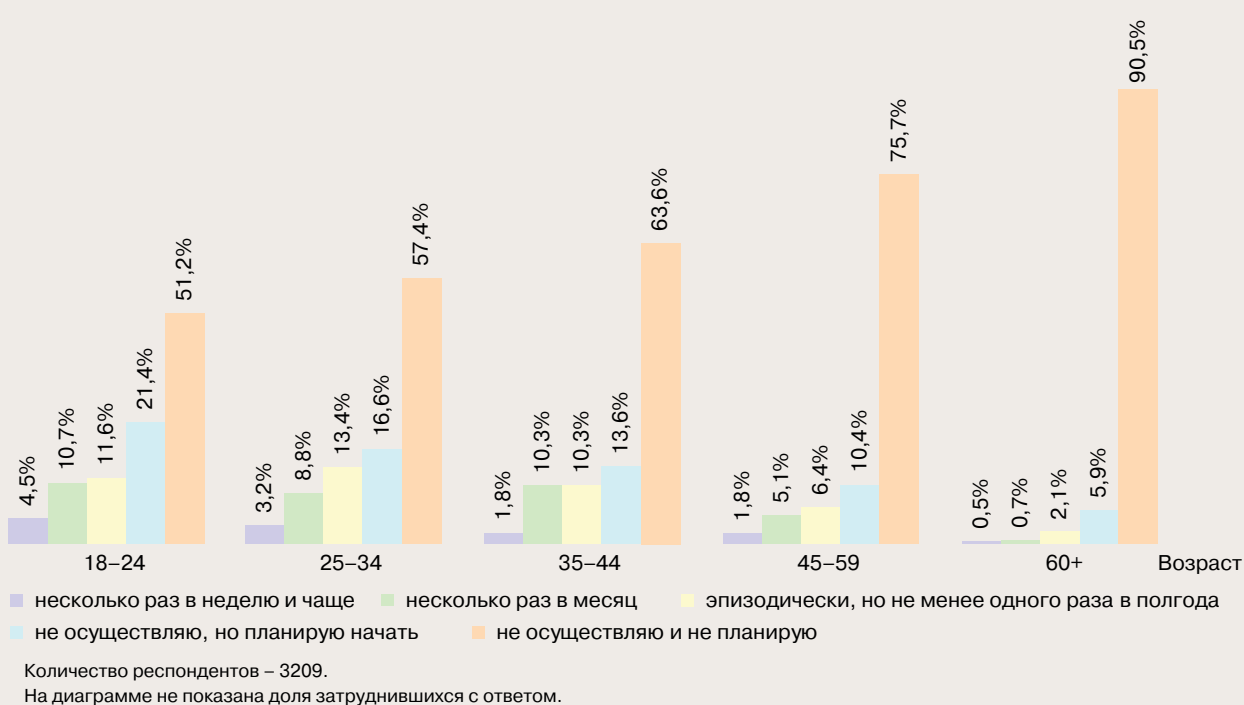


Рисунок 50. Платежи и переводы через мобильные устройства, по возрастным группам



Активность совершения платежей и переводов с использованием мобильных устройств снижается с увеличением возраста респондентов. Так, в возрастной группе до 25 лет доля участников опроса, которые хотя бы эпизодически совершали такие платежи и переводы (26,8%), более чем в 8 раз превышает соответствующий показатель в группе 60+ (3,3%) и в 2 раза – в группе 45–59 лет (13,3%). Доля тех, кто планирует использовать мобильные устройства для совершения платежей и переводов в будущем, также обратно пропорциональна возрасту: среди респондентов до 25 лет она составляет 21,4%, а в возрастной группе от 60 лет и старше – всего 5,9%.

Количество респондентов, обращавшихся к оплате через мобильные устройства хотя бы эпизодически, возрастает по мере повышения их образовательного уровня. Доля совершающих мобильные платежи и переводы более чем вдвое больше среди респондентов, имеющих незаконченное высшее или высшее образование, чем среди респондентов с неполным средним или еще более низким уровнем образования.

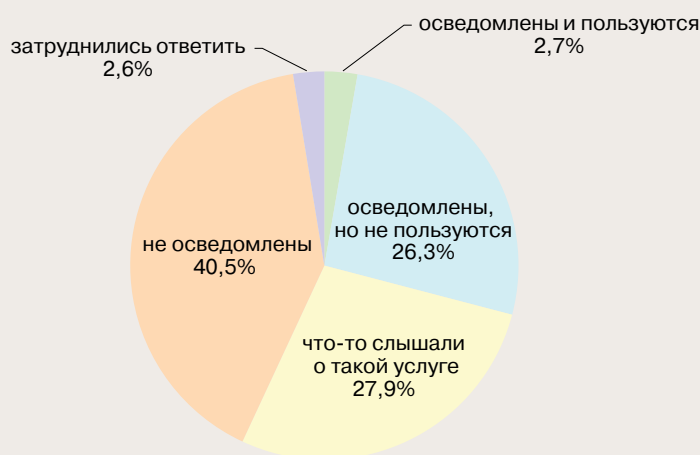
ВЫВОДЫ

- ▶ Большинство респондентов (69,3%) не пользуются и не планируют пользоваться мобильными устройствами для совершения платежей и переводов.
- ▶ Респонденты из городов среднего размера, с населением 100–500 тыс. человек (27,4%), а также сел (17,5%) наиболее активно осуществляют платежи и переводы с использованием мобильных устройств.
- ▶ В федеральных округах, где респонденты высказали наименьшую удовлетворенность доступностью платежной инфраструктуры (Северо-Кавказский и Дальневосточный), удельный вес респондентов, осуществляющих мобильные платежи, наиболее высокий (29,0 и 30,8% соответственно).

3.5. ПОСТОЯННОЕ ПЛАТЕЖНОЕ ПОРУЧЕНИЕ И ПРЯМОЕ ДЕБЕТОВАНИЕ

Осведомленность населения о возможности совершения регулярных автоматических платежей со своего банковского счета посредством оформления постоянного платежного поручения невысока: 40,5% опрошенных впервые услышали о такой возможности во время опроса, чуть более четверти респондентов (27,9%) что-то уже слышали об этом, примерно такое же количество участников опроса (26,3%) заявили, что знают об этой услуге, но не пользовались ею, и только очень малая доля респондентов (2,7%) знают о постоянном платежном поручении и пользуются им.

Рисунок 51. Осведомленность о постоянном платежном поручении и его использование

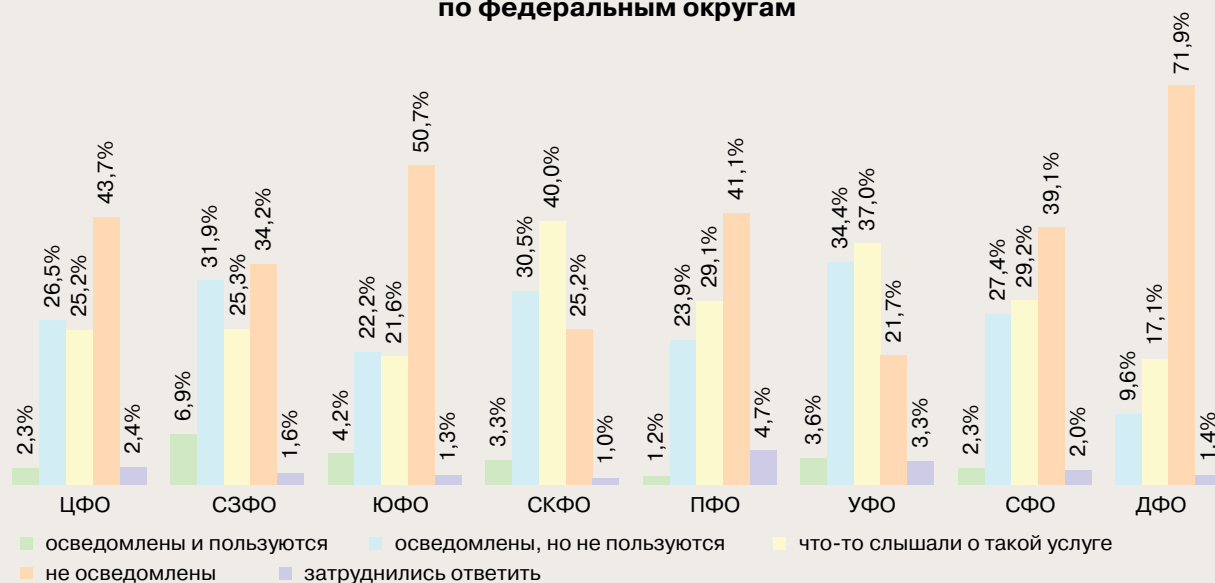


Количество респондентов – 3209.

Наибольшая доля респондентов, осведомленных о возможности использования постоянного платежного поручения, была выявлена в Москве и Санкт-Петербурге (35,1%), при этом доля пользующихся этой услугой (6,6%) более чем вдвое превышает аналогичный показатель в других населенных пунктах.

Количество респондентов Дальневосточного федерального округа, знающих о постоянном платежном поручении, было наименьшим (9,6%). Кроме того, в данном регионе никто из опрошенных не осуществлял регулярные платежи подобным способом. Больше других знают о постоянном платежном поручении респонденты Северо-Западного (38,8%), Уральского (38,0%) и Северо-Кавказского (33,8%) федеральных округов, а большинство респондентов, использующих его, проживает в Северо-Западном (6,9%) и Южном (4,2%) федеральных округах (это в 2,6 и 1,5 раза больше, чем в среднем по России).

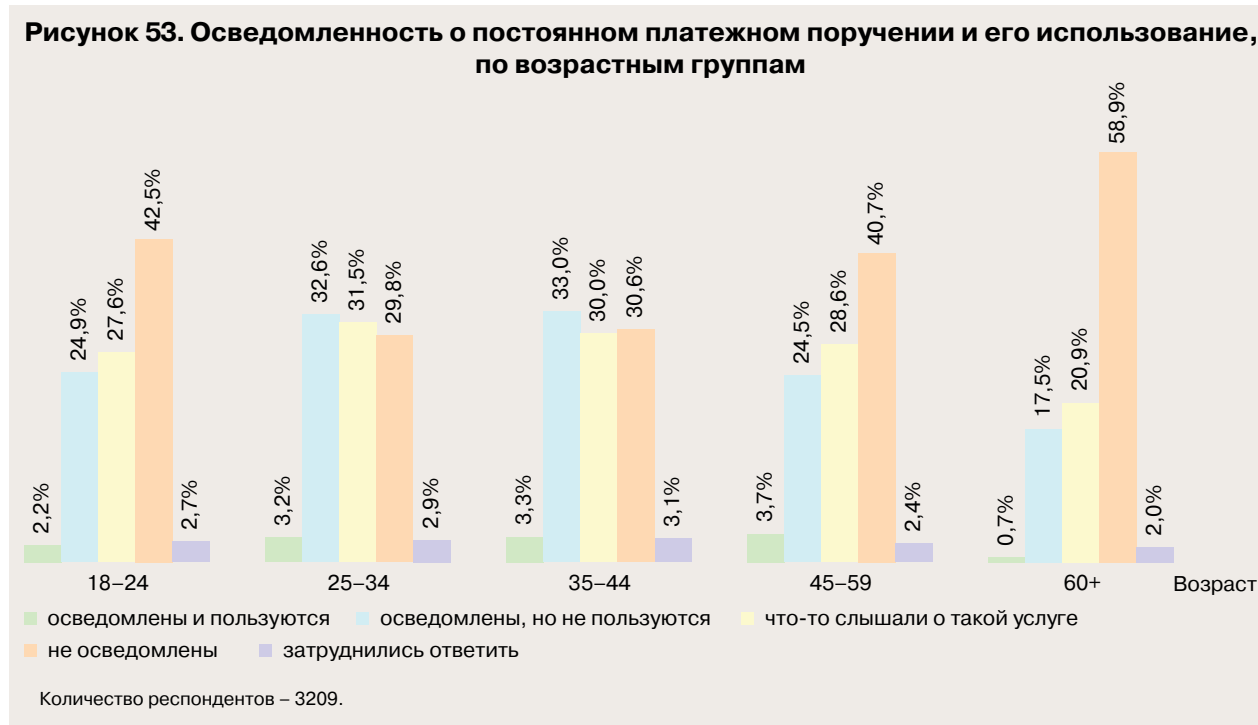
Рисунок 52. Осведомленность о постоянном платежном поручении и его использование, по федеральным округам



Количество респондентов – 3209.

Наблюдается прямая зависимость между уровнем образования и осведомленностью о возможности использования постоянного платежного поручения: среди респондентов с высшим и неоконченным высшим образованием доля осведомленных (31,3%) в 2,5 раза превышает аналогичный показатель в группе респондентов с начальным образованием и ниже.

Анализ в возрастном разрезе показал, что наибольшую осведомленность о постоянном платежном поручении демонстрируют респонденты в возрасте от 25 до 44 лет (более 35%), а в возрастной группе 45–59 лет отмечен самый высокий процент использующих данный платежный инструмент (3,7%). Большинство респондентов в возрасте от 60 лет (58,9%) впервые услышали о постоянном платежном поручении в ходе опроса.



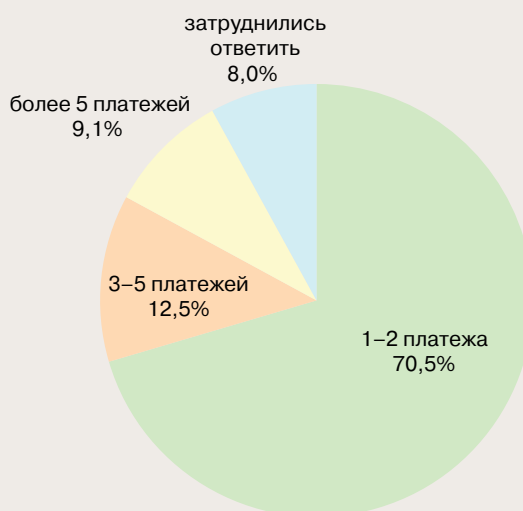
Среди тех, кто знает о возможности использования постоянного платежного поручения, но не пользуется им, или кто что-то слышал об этом, активные пользователи банковских услуг составляют 76,8 и 72,1% соответственно, а среди респондентов, которые ничего не слышали о постоянном платежном поручении, – лишь 60,7%.



Респонденты, не осведомленные о постоянном платежном поручении, оказались также и наименее активными пользователями сети Интернет: более половины из них (53,6%) вообще не входят в сеть. Для сравнения, две трети (67,0%) респондентов, оформивших постоянное платежное поручение, и половина (51,4%) респондентов, которые знают о такой услуге, пользуются Интернетом практически ежедневно.

Респондентов, оформивших постоянное платежное поручение, попросили уточнить, сколько регулярных автоматических платежей совершается с их банковского счета в среднем за месяц. Оказалось, что 70,5% опрошенных совершают в течение месяца 1–2 платежа.

Рисунок 55. Количество регулярных автоматических платежей с банковского счета в месяц



Количество респондентов – 88.

Среди наиболее востребованных назначений регулярных автоматических платежей и переводов респонденты, оформившие постоянное платежное поручение, назвали оплату услуг мобильной связи (62,5%), а также коммунальных услуг и электроэнергии (54,5%). Далее следуют оплата Интернета и коммерческого телевидения (37,5%), стационарной телефонной связи (33,0%), выплата банковских кредитов и прочих задолженностей (14,8%), обязательные платежи (12,5%), оплата товаров и услуг, заказанных через Интернет или по каталогам (10,2%).

Рисунок 56. Назначение платежей и переводов, совершаемых посредством постоянного платежного поручения



* Налоги, штрафы, государственные пошлины и т.п.

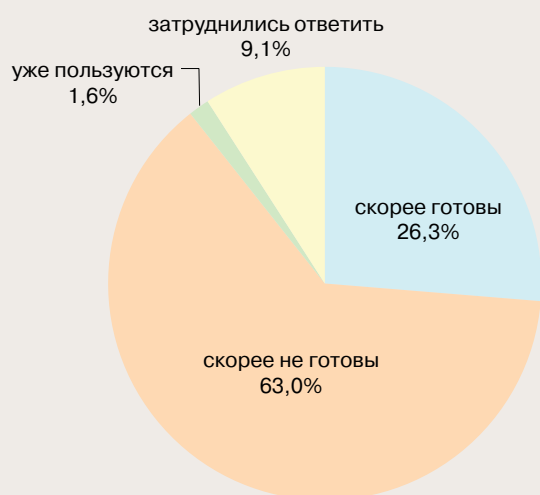
Количество респондентов – 85.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

ОТНОШЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ К ПРЯМОМУ ДЕБЕТОВАНИЮ

В процессе опроса участники могли высказать свое мнение о появившейся в соответствии с законодательством о национальной платежной системе новой возможности совершения регулярных платежей посредством прямого дебетования⁶ и оценить свою готовность к его использованию, например, для осуществления регулярных платежей за коммунальные услуги. Почти две трети респондентов (63,0%) признали, что, скорее всего, не готовы воспользоваться этой услугой, более четверти опрошенных (26,3%) отнеслись к такой возможности положительно. Доля респондентов, заявивших о том, что уже пользовались данной возможностью, пока очень мала – менее 2%.

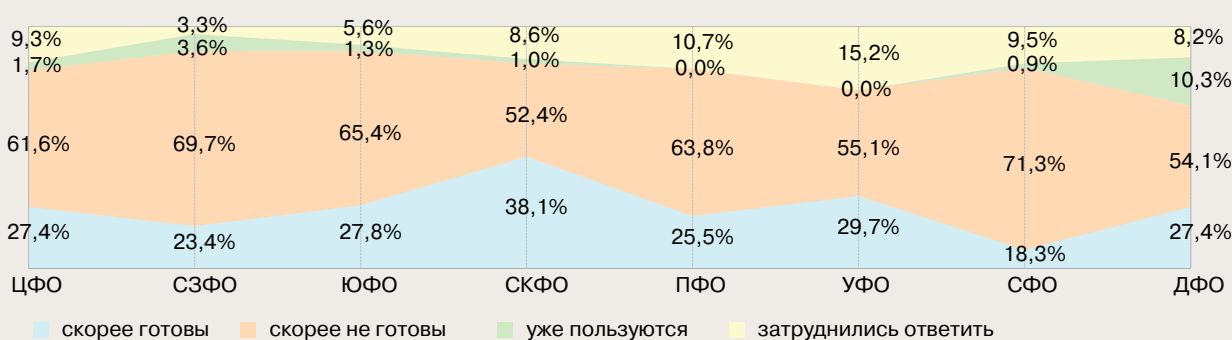
Рисунок 57. Готовность воспользоваться услугой прямого дебетования



Количество респондентов – 3209.

Жители Северо-Кавказского федерального округа продемонстрировали наибольшую степень готовности к использованию услуги прямого дебетования (38,1% респондентов), заметно отстает по данному показателю Сибирский федеральный округ (18,3% опрошенных). В Дальневосточном федеральном округе отмечена самая большая доля респондентов, заявивших о наличии опыта совершения платежей и переводов посредством прямого дебетования (10,3%), со значительным отрывом за ним следует Северо-Западный федеральный округ (3,6%). Тем не менее востребованность данного платежного инструмента в Северо-Западном федеральном округе – одна из самых низких по стране (23,4%). В Приволжском и Уральском федеральных округах ни один респондент еще не пользовался услугой прямого дебетования.

Рисунок 58. Готовность воспользоваться услугой прямого дебетования, по федеральным округам

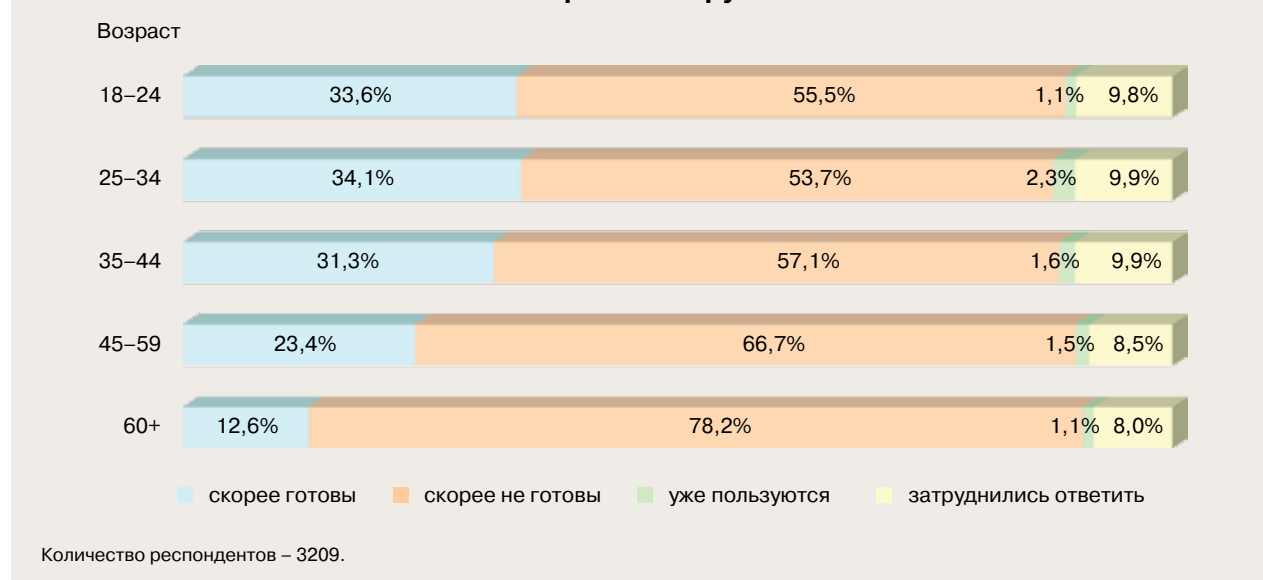


Количество респондентов – 3209.

⁶ Согласно ст. 6 Федерального закона от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» при осуществлении безналичных расчетов в форме перевода денежных средств по требованию получателя средств (прямым дебетованием) оператор по переводу денежных средств на основании договора с плательщиком осуществляет списание денежных средств с банковского счета плательщика с его согласия (акцепта плательщика) по распоряжению получателя средств.

Большая часть пользователей услуг прямого дебетования – респонденты в возрасте от 25 до 34 лет (2,3%), эта же возрастная группа выражает наибольшую готовность к применению данного платежного инструмента в будущем (34,1%). Среди более молодых респондентов также достаточно много потенциальных пользователей (33,6%). Участники опроса старше 44 лет проявляют заметно меньший интерес к прямому дебетованию, а в возрастной группе от 60 лет и старше лишь каждый десятый готов воспользоваться этой услугой.

Рисунок 59. Готовность воспользоваться услугой прямого дебетования, по возрастным группам



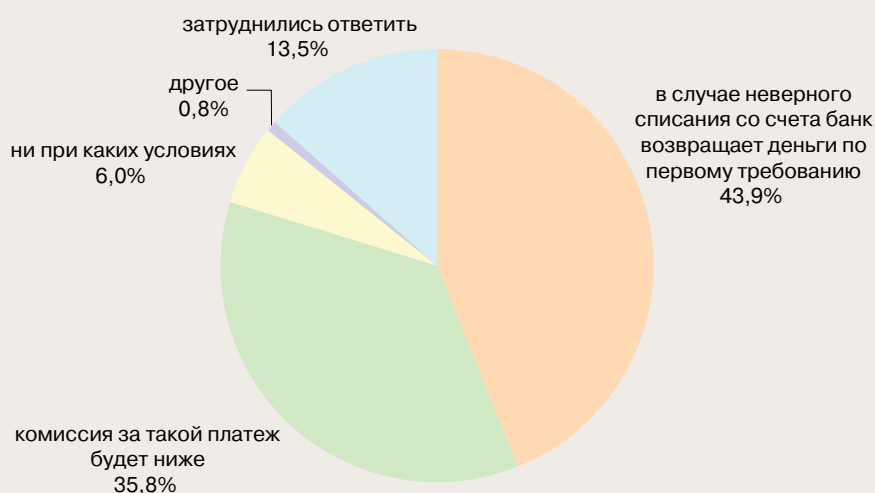
Среди причин, почему такая услуга неинтересна большинству опрошенных, преобладают недоверие к банку и желание самостоятельно контролировать оплачиваемые суммы (указана почти половиной респондентов – 44,2%) и недоверие к поставщику услуг, который может ошибиться в сумме платежа (этот ответ выбран почти третью опрошенных – 29,2%). Примерно пятая часть респондентов (17,7%) сомневается, что им вернут деньги, если банк спишет больше, чем требуется. Чуть меньшая доля опрошенных (16,1%) призналась, что обычно имеет слишком мало денег на банковском счете для использования такой услуги.

Рисунок 60. Причины низкой востребованности прямого дебетования



Тем не менее респонденты назвали условия, при которых они были бы согласны воспользоваться услугой прямого дебетования: немедленное возвращение денег на банковский счет в случае их неверного списания (43,9%), более низкая комиссия (35,8%). Только 6,0% респондентов заявили, что не будут пользоваться этой услугой ни при каких условиях.

Рисунок 61. Условия, при которых респонденты были бы готовы воспользоваться услугой прямого дебетования



Количество респондентов – 1136.

Среди назначений платежей и переводов, которые участники опроса готовы были бы осуществить прямым дебетованием с их банковского счета, большинство (72,7%) назвали оплату коммунальных услуг, электроэнергии, чуть более половины (53,2%) указали оплату услуг мобильной связи, 46,5% респондентов готовы оплатить таким образом Интернет и коммерческое телевидение, 40,6% – стационарную телефонную связь. Более пятой части опрошенных согласны воспользоваться услугой прямого дебетования для совершения обязательных платежей (23,3%) и платежей по банковским кредитам и прочим задолженностям (20,2%).

Рисунок 62. Виды платежей и переводов, которые респонденты готовы осуществлять посредством прямого дебетования



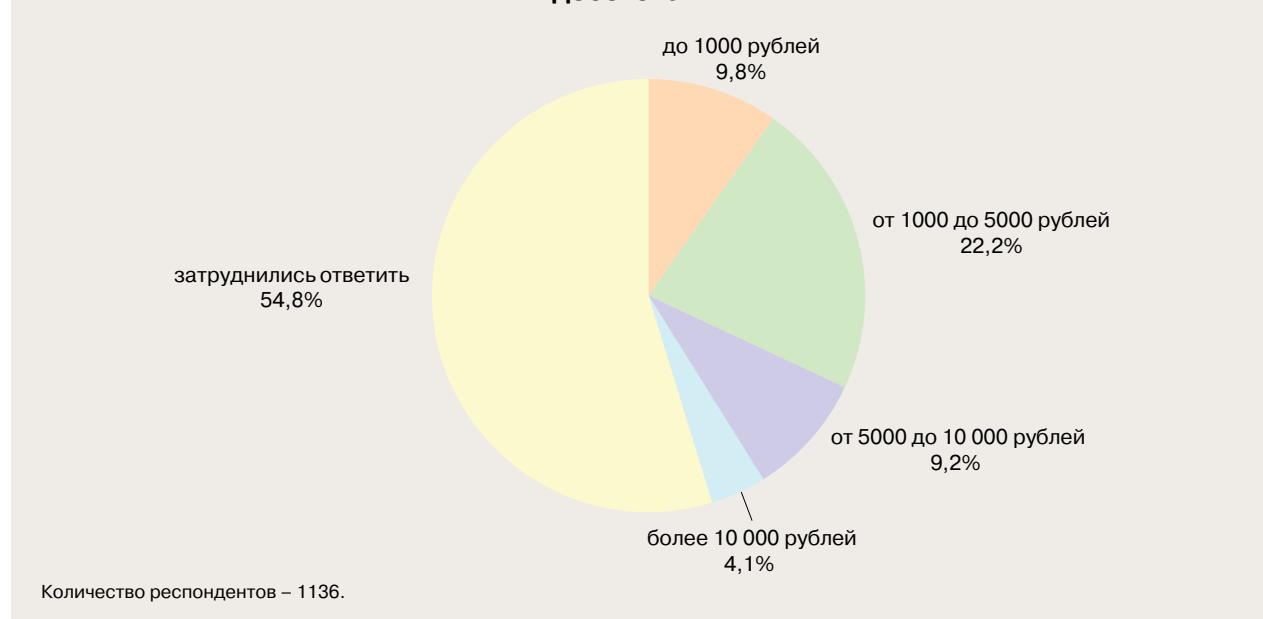
* Налоги, штрафы, государственные пошлины и т.п.

Количество респондентов – 1136.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Отвечая на вопрос о максимальной сумме, которую они готовы были бы оплатить посредством прямого дебетования, почти четверть опрошенных (22,2%) назвали значение в интервале от 1000 до 5000 руб., однако больше половины респондентов (54,8%) затруднились назвать точную сумму.

Рисунок 63. Максимальная сумма платежа или перевода посредством прямого дебетования

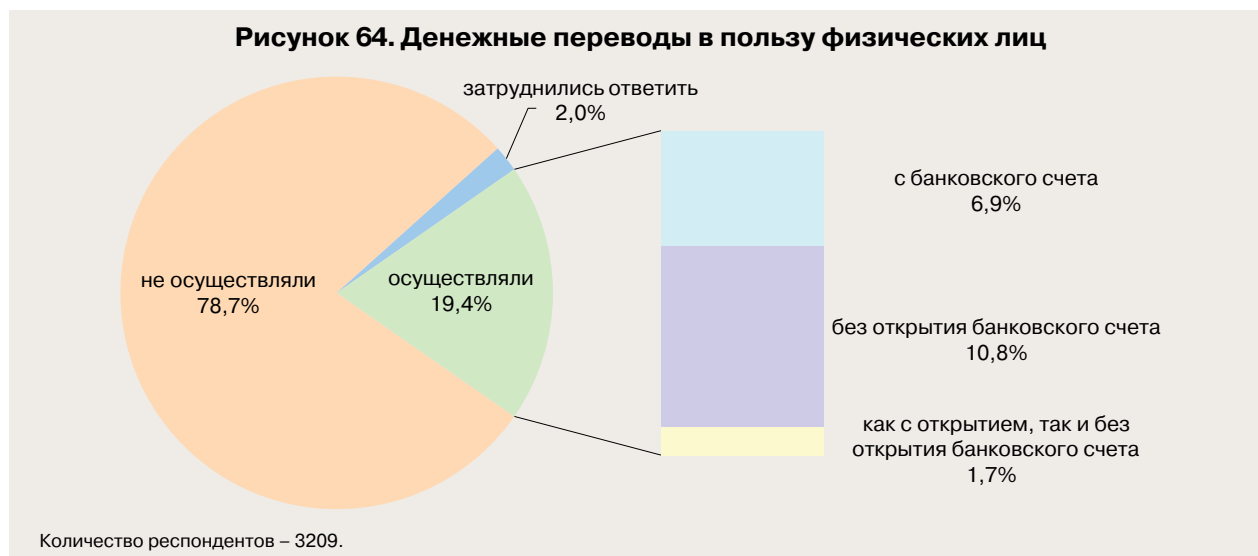


ВЫВОДЫ

- ▶ Население недостаточно осведомлено о возможности совершения регулярных платежей путем оформления постоянного платежного поручения – 40,5% респондентов впервые услышали о такой возможности во время опроса.
- ▶ Наибольшая доля респондентов, осведомленных о постоянном платежном поручении, была выявлена в Москве и Санкт-Петербурге (35,1%), при этом доля пользующихся этой услугой (6,6%) более чем вдвое превышает аналогичный показатель в других населенных пунктах.
- ▶ В настоящее время Россия характеризуется низкой заинтересованностью населения в использовании прямого дебетования. Почти две трети респондентов (63,0%), скорее всего, не готовы использовать данный платежный инструмент. Положительно к такой возможности отнеслись 26,3% опрошенных. В настоящее время пользователи услуг прямого дебетования составляют менее 2% респондентов, участвовавших в опросе.

3.6. ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ В ПОЛЬЗУ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Большинство участников опроса (78,7%) сообщили, что за последний год не осуществляли денежные переводы в пользу физических лиц. Каждый десятый респондент (10,8%) осуществлял переводы, внося денежные средства наличными (без открытия банковского счета), 6,9% – с банковского счета, около 2% респондентов осуществляли переводы обоими способами.



Среди респондентов, совершавших денежные переводы, 76,7% делали это эпизодически (но не менее одного раза в полгода), 17,9% – несколько раз в месяц, 1,1% – несколько раз в неделю.

Подавляющее большинство респондентов (87,0%) осуществляли денежные переводы по России. В страны СНГ отправляли деньги 17,3% опрошенных, в государства дальнего зарубежья – 2,9%.

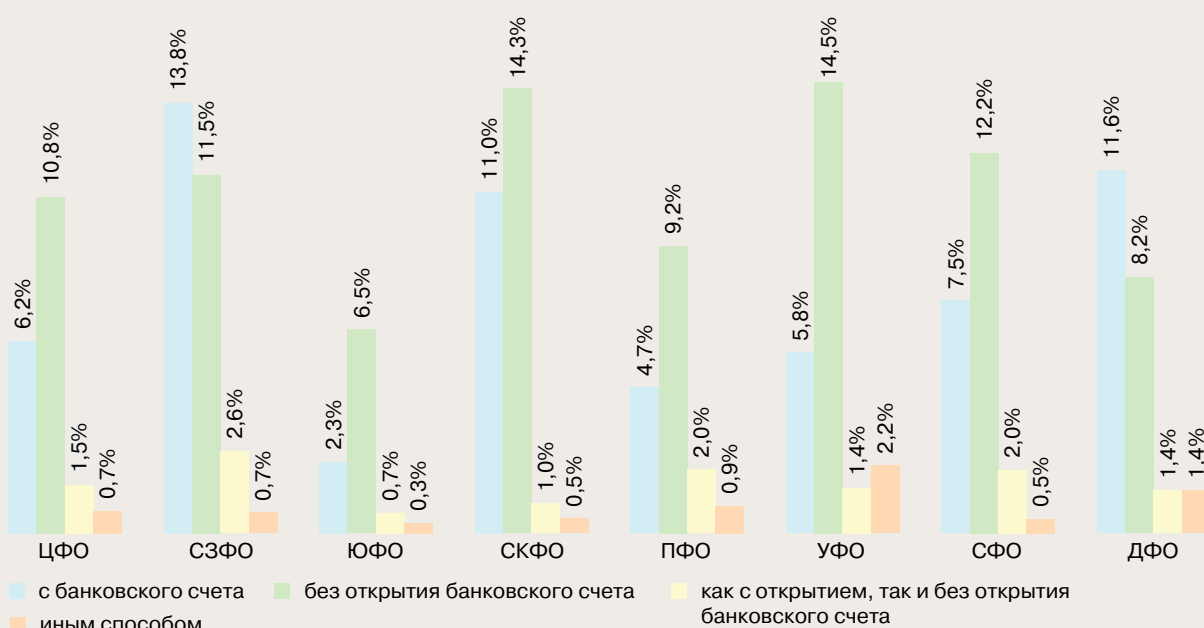
Чаще всего осуществляют денежные переводы респонденты в возрасте от 35 до 44 лет (27,2%), реже всего – респонденты от 60 лет и старше (10,7%). Переводы наличными (без открытия банковского счета) пользуются популярностью в основном у респондентов от 35 до 60 лет (около 13%), переводы с банковского счета – у респондентов 25–44 лет (10,5%).

Активность совершения денежных переводов коррелирует также с уровнем образования. Так, респонденты с высшим или неполным высшим образованием в 1,6 раза чаще переводят денежные средства в пользу физических лиц (25,5%), чем респонденты со средним образованием (15,7%). Переводы с банковского счета предпочитают участники опроса, имеющие высшее или неполное высшее образование (10,6%), а переводы наличными – респонденты со средним специальным образованием (12,0%).

Наибольшая доля опрошенных, осуществляющих денежные переводы, проживает в Москве и Санкт-Петербурге (22,4%). В этих же городах чаще всего совершаются переводы с банковского счета (8,6%). В городах-миллионниках, напротив, удельный вес респондентов, переводящих денежные средства в пользу физических лиц, самый низкий – 17,3%. Переводы без открытия банковского счета наиболее популярны в городах с населением от 50 до 100 тыс. человек (13,5%) и в селах (12,3%).

Среди федеральных округов по количеству респондентов, совершающих денежные переводы в пользу физических лиц, лидируют Северо-Западный (28,6%) и Северо-Кавказский (26,7%). Почти втрое реже совершают денежные переводы жители Южного федерального округа (9,8%), также отстает по данному показателю Приволжский федеральный округ (16,8%). Удельный вес осуществляющих денежные переводы с банковского счета в Северо-Западном (13,8%), Дальневосточном (11,6%) и Северо-Кавказском (11,0%) федеральных округах в 1,5–2 раза выше общероссийского показателя (6,9%). Переводы без открытия банковского счета чаще всего совершают респонденты Уральского (14,5%) и Северо-Кавказского (14,3%) федеральных округов. Интересно отметить, что лишь в Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах доля сторонников денежных переводов с банковского счета превысила долю тех, кто предпочитает осуществлять их наличными.

Рисунок 65. Осуществление денежных переводов в пользу физических лиц, по федеральным округам

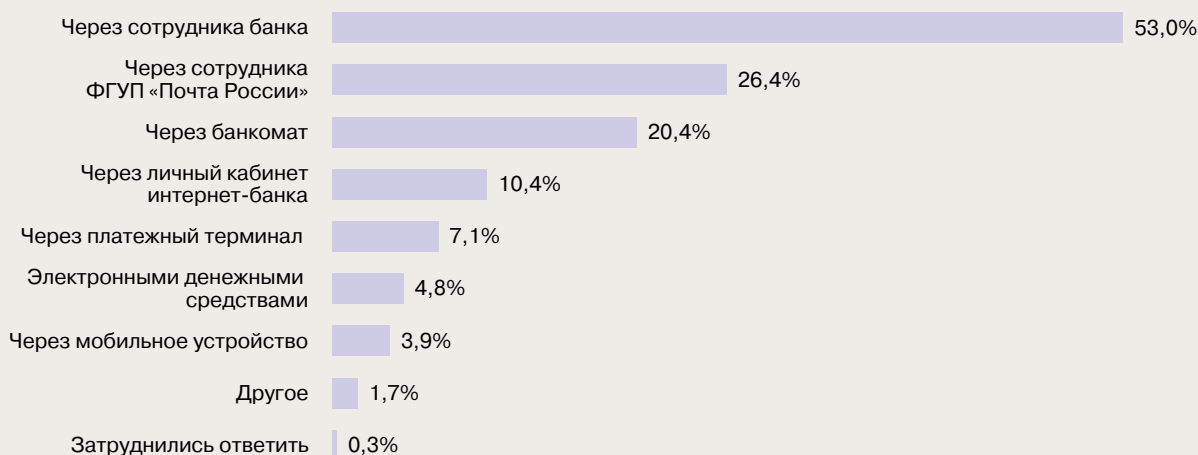


Количество респондентов – 3209.

На диаграмме показаны доли респондентов, совершавших денежные переводы.

Были определены наиболее популярные способы осуществления денежных переводов. Более половины респондентов (53,0%) указали, что переводят денежные средства через сотрудника банка, чуть больше четверти опрошенных (26,4%) – через сотрудника ФГУП «Почта России», пятая часть (20,4%) предпочитают использовать банкомат. Значительно меньшая доля респондентов (10,4%) совершают денежные переводы через личный кабинет интернет-банка или через платежный терминал (7,1%).

Рисунок 66. Способы осуществления денежных переводов



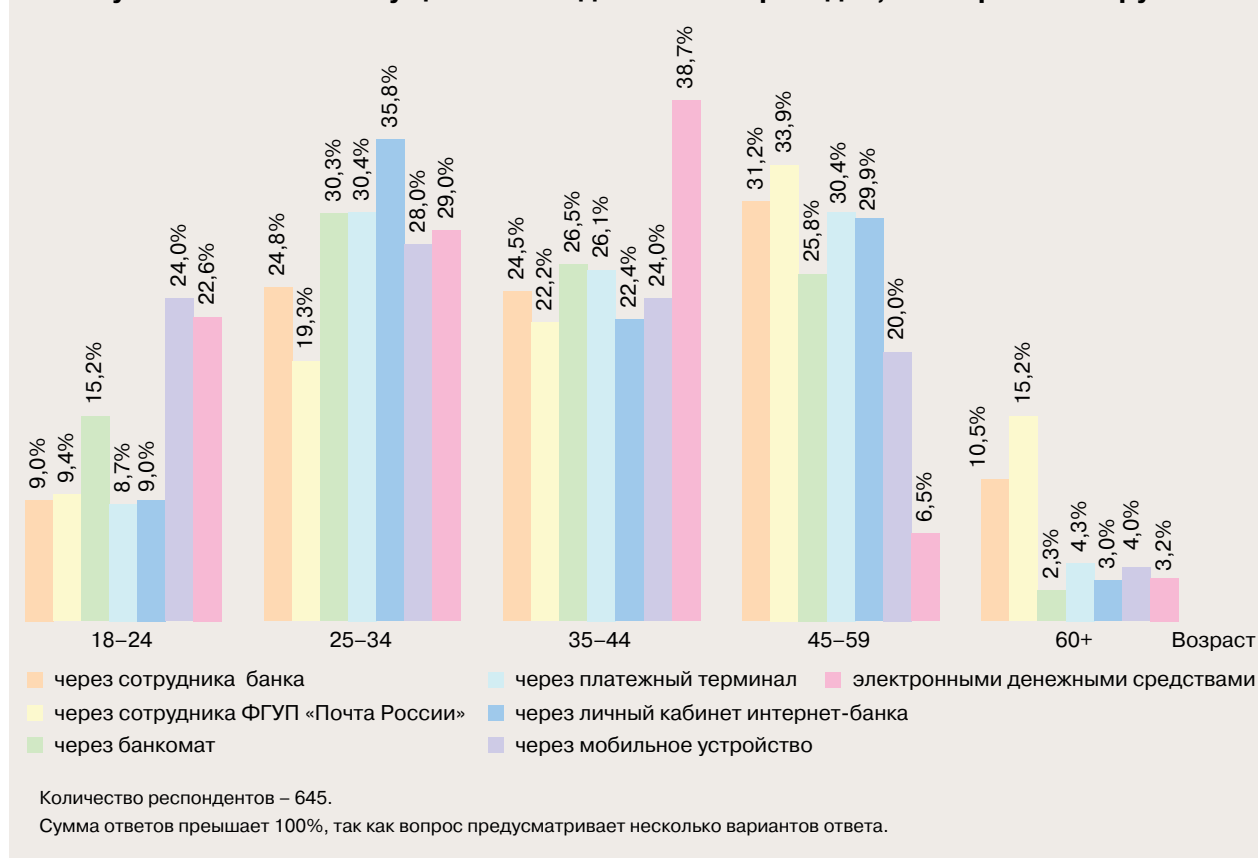
Количество респондентов – 645.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

При этом большинство респондентов в возрастной группе до 25 лет совершали денежные переводы через мобильные устройства (24,0%) и электронными денежными средствами (22,6%). Респонденты постарше (25–34 лет) предпочитают осуществлять их с помощью интернет-банкинга (35,8%), через платежный терминал (30,4%) или банкомат (30,3%). Предпочтения респондентов возрастной группы 35–44 лет достаточно равномерно распределились в пользу как офисных, так и дистанционных способов совершения денежных переводов. Вместе с тем следует отметить,

что удельный вес совершающих денежные переводы с использованием электронных денежных средств в данной возрастной группе (38,7%) выше, чем в других возрастных группах. Среди респондентов от 45 лет наибольшей популярностью пользовались денежные переводы в офисах ФГУП «Почта России» (22,2%) и банков (13,0%).

Рисунок 67. Способы осуществления денежных переводов, по возрастным группам



ВЫВОДЫ

► Большинство участников опроса (78,7%) сообщили, что за последний год не осуществляли денежные переводы в пользу физических лиц. Каждый десятый респондент (10,8%) осуществлял переводы, внося денежные средства наличными (без открытия банковского счета), 6,9% – с банковского счета и примерно 2% респондентов осуществляли переводы и тем и другим способом.

► Наибольшая доля опрошенных, совершающих денежные переводы, проживает в Москве и Санкт-Петербурге (22,4%). В этих же городах чаще всего совершаются переводы с банковского счета (8,6%). Переводы без открытия банковского счета наиболее популярны в городах с населением от 50 до 100 тыс. человек (13,5%) и в селах (12,3%).

3.7. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПЛАТЕЖНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ И МЕТОДАМИ

Респондентам предложили оценить ряд наиболее важных характеристик используемых ими платежных инструментов и методов: стоимость обслуживания / размер комиссий, удобство использования платежного инструмента/метода, скорость оформления/подключения платежной услуги, скорость осуществления платежей и переводов, качество обслуживания, безопасность и отсутствие мошенничества, а также некоторые дополнительные характеристики применительно к отдельным платежным инструментам/методам. Результаты оценки респондентами своей удовлетворенности разными платежными инструментами и методами по вышеперечисленным критериям представлены в таблицах 3–8.

Было выявлено, что безопасность и отсутствие мошенничества при использовании различных платежных инструментов и методов, а также размер комиссий лидируют среди причин, влияющих на степень удовлетворенности ими респондентов.

При оценке использования банковских карт (15,2%), интернет-банкинга (17,6%) и денежных переводов в пользу физических лиц (20,7%) по признаку безопасности доля полностью или частично неудовлетворенных респондентов была больше, чем при их оценке по всем другим признакам. Доля респондентов, высказавших полную неудовлетворенность по данному критерию, была наибольшей для всех платежных инструментов и методов (кроме платежей и переводов в отделениях ФГУП «Почта России»): от 3,4% в случае использования интернет-банкинга до 6,8% при совершении платежей и переводов через мобильные устройства.

Доля респондентов, полностью или частично неудовлетворенных размером комиссии, была максимальной при осуществлении мобильных платежей (25,6%) и получении наличных денежных средств с электронного кошелька (23,4%). Этот показатель был относительно велик также при оценке платежей и переводов электронными денежными средствами (20,0%), денежных переводов в пользу физических лиц (17,6%), стоимости использования банковской карты (13,6%).

В случае денежных переводов в пользу физических лиц наибольшую неудовлетворенность респондентов вызвало количество доступных мест и устройств для их совершения (20,7%). Что касается оценки платежей и переводов в отделениях ФГУП «Почта России», то процент полностью или частично неудовлетворенных респондентов был значительным по всем рассматриваемым критериям: от 18,0% по качеству обслуживания до 34,9% по скорости совершения операций.

Таблица 3. Удовлетворенность характеристиками использования банковских карт, %

	Стоимость обслуживания и размер комиссии	Удобство использования	Скорость оформления карты	Скорость осуществления платежей и переводов	Качество обслуживания при оформлении карты в банке	Безопасность и отсутствие мошенничества
Полностью удовлетворены	28,2	42,8	34,9	37,9	34,6	24,2
Скорее удовлетворены	53,4	50,2	50,1	47,5	51,8	49,4
Скорее не удовлетворены	11,8	3,8	9,4	5,2	7,3	11,5
Полностью не удовлетворены	1,8	1,2	1,3	1,3	1,4	3,7
Затруднились ответить	4,9	2,0	4,3	8,1	4,8	11,1

Таблица 4. Удовлетворенность характеристиками использования интернет-банкинга, %

	Стоимость подключения и размер комиссии за совершаемые операции	Удобство использования	Скорость оформления доступа к интернет-банкингу, подключения услуги	Скорость осуществления платежей и переводов	Качество обслуживания при оформлении доступа к интернет-банкингу	Безопасность и отсутствие мошенничества
Полностью удовлетворены	37,3	52,1	42,7	47,0	42,5	27,9
Скорее удовлетворены	55,0	41,6	48,7	44,2	49,6	45,9
Скорее не удовлетворены	4,0	3,4	4,6	3,7	3,7	14,2
Полностью не удовлетворены	1,1	0,6	0,9	1,1	0,6	3,4
Затруднились ответить	2,6	2,3	3,1	4,0	3,7	8,5

Таблица 5. Удовлетворенность характеристиками использования электронных денежных средств, %

	Размер комиссии за платеж или перевод денежных средств	Размер комиссии за получение наличных денежных средств с электронного кошелька	Удобство открытия (регистрации) электронного кошелька	Удобство использования	Скорость совершения платежа или перевода	Безопасность и отсутствие мошенничества	Удобство контроля расходов	Лимит на сумму платежа
Полностью удовлетворены	23,8	21,6	35,9	42,2	41,3	23,1	35,0	29,7
Скорее удовлетворены	53,4	51,9	55,3	48,1	48,4	47,2	56,3	49,4
Скорее не удовлетворены	18,1	20,6	6,6	5,3	5,6	15,3	5,9	9,1
Полностью не удовлетворены	1,9	2,8	0,6	0,6	0,6	5,3	0,6	4,1
Затруднились ответить	2,8	3,1	1,6	3,8	4,1	9,1	2,2	7,8

Таблица 6. Удовлетворенность характеристиками использования мобильных устройств для совершения платежей и переводов, %

	Размер комиссии за платеж или перевод	Удобство совершения платежа или перевода	Скорость совершения платежа или перевода	Безопасность и отсутствие мошенничества
Полностью удовлетворены	28,6	39,1	40,7	29,7
Скорее удовлетворены	43,2	51,7	49,0	38,9
Скорее не удовлетворены	19,8	4,9	4,7	14,2
Полностью не удовлетворены	5,8	1,1	2,5	6,8
Затруднились ответить	2,5	3,2	3,1	10,3

Таблица 7. Удовлетворенность характеристиками совершения денежных переводов в пользу физических лиц, %

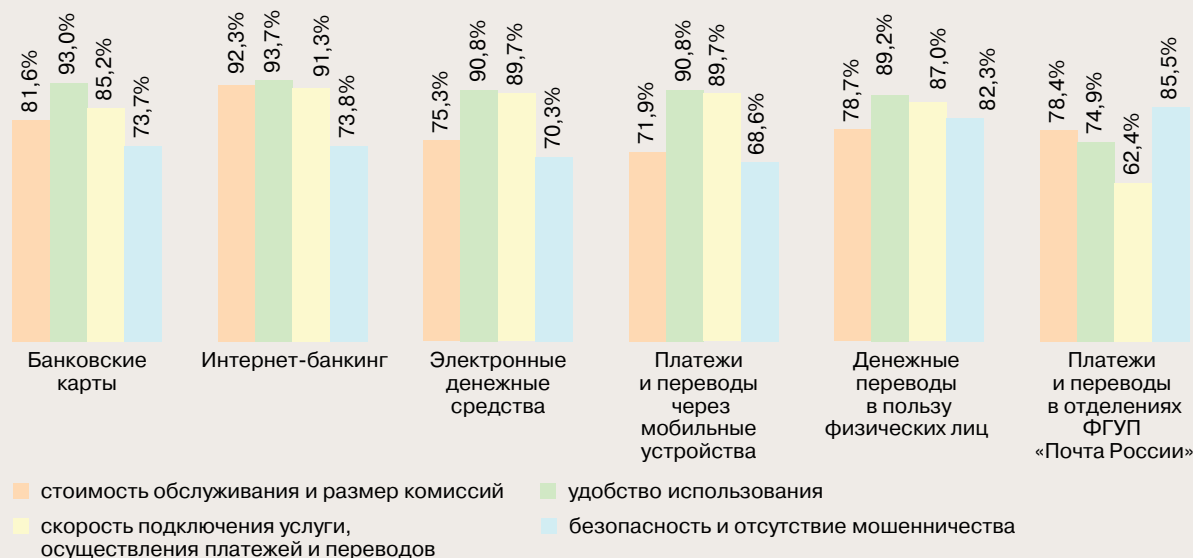
	Стоимость оказываемой услуги	Удобство совершения денежного перевода	Скорость оформления денежного перевода	Скорость доставки перевода получателю	Надежность и отсутствие мошенничества	Качество обслуживания при оформлении денежного перевода	Доступность мест для осуществления денежных переводов
Полностью удовлетворены	32,5	40,5	41,2	43,6	39,6	42,1	33,2
Скорее удовлетворены	46,2	48,7	44,0	45,2	42,7	44,2	42,4
Скорее не удовлетворены	15,4	5,8	10,4	7,0	9,9	6,7	16,5
Полностью не удовлетворены	2,2	2,0	2,0	1,3	1,6	2,0	4,2
Затруднились ответить	3,8	2,9	2,3	2,9	6,1	5,0	3,7

Таблица 8. Удовлетворенность характеристиками совершения платежей и переводов в отделениях ФГУП «Почта России», %

	Стоимость оказываемой услуги	Удобство	Скорость	Качество обслуживания	Безопасность и отсутствие мошенничества
Полностью удовлетворены	26,3	21,2	21,2	28,2	38,4
Скорее удовлетворены	52,2	53,7	41,2	50,6	47,1
Скорее не удовлетворены	13,3	18,4	24,7	14,9	9,4
Полностью не удовлетворены	5,9	5,1	10,2	3,1	2,4
Затруднились ответить	2,4	1,6	2,7	3,1	2,7

В наибольшей мере респонденты удовлетворены различными платежными инструментами и методами по признаку удобства их использования: от 89,2% полностью или частично удовлетворенных респондентов при осуществлении денежных переводов в пользу физических лиц до 93,7% при использовании интернет-банкинга. Пользователи электронных денежных средств также в примерно равной степени удовлетворены удобством контроля расходов при осуществлении платежей и переводов (91,3%), а респонденты, совершающие денежные переводы в пользу физических лиц, – скоростью доставки денежных средств получателю (88,8%). В отличие от всех других платежных инструментов и методов, доля респондентов, удовлетворенных осуществлением платежей и переводов в отделениях ФГУП «Почта России», максимальна по критерию безопасности и отсутствия мошенничества (85,5%).

Рисунок 68. Удовлетворенность потребителей платежными инструментами и методами



Для каждого из перечисленных безналичных платежных инструментов и методов был рассчитан индекс удовлетворенности, отражающий потребительские предпочтения по совокупности признаков. Значение данного индекса было рассчитано по 4-балльной шкале, где 1 соответствует крайней степени неудовлетворенности, а 4 – полной удовлетворенности потребителя.

Таблица 9. Индекс удовлетворенности платежными инструментами и методами

	Количество респондентов	Индекс удовлетворенности	Стандартное отклонение ⁷
Банковские карты	1857	3,22	0,524
Интернет-банкинг	342	3,35	0,486
Электронные денежные средства	311	3,17	0,465
Платежи и переводы через мобильные устройства	541	3,16	0,579
Денежные переводы в пользу физических лиц	658	3,25	0,570
Платежи и переводы через отделения ФГУП «Почта России»	249	3,00	0,664

Несмотря на недостаточную популярность у россиян дистанционного банковского обслуживания, платежи и переводы с банковского счета через личный кабинет интернет-банка характеризуются наивысшим индексом удовлетворенности потребителей по совокупности признаков – 3,35. В частности, 93,7% респондентов выразили свою полную или частичную удовлетворенность удобством пользования интернет-банкингом, 92,3% – стоимостью подключения к услугам интернет-банкинга и размером комиссий за совершаемые операции, 92,1% – качеством обслуживания при оформлении доступа к интернет-банкингу, 91,4% – скоростью оформления этого доступа, 91,2% опрошенных – скоростью осуществления платежей и переводов.

Индекс удовлетворенности был наименьшим при оценке платежей и переводов в отделениях ФГУП «Почта России» (3), что отражает сравнительно высокий удельный вес респондентов, частично или полностью неудовлетворенных скоростью и удобством осуществления платежей и переводов (34,9 и 23,5% соответственно), стоимостью оказываемых услуг (19,2%) и качеством обслуживания (18,0%).

Среди основных преимуществ использования платежных услуг ФГУП «Почта России» респонденты назвали надежность (25,5%), удобство использования (9,0%), а также удобное расположение отделений (8,2%). Главным недостатком, по мнению 37,6% опрошенных, является наличие очередей, 12,2% указали на недостаточную скорость осуществления операций.

Интересно отметить, что при выборе отделений ФГУП «Почта России» для совершения платежей и переводов 21,6% респондентов – пользователей услуг данной организации руководствовались их месторасположением, 18,0% действовали в силу привычки, 15,6% ответили, что для них это удобно, 12,5% пожаловались на отсутствие других доступных поставщиков платежных услуг, а 11,7% затруднились с ответом.

Респондентам было также предложено назвать преимущества и недостатки отдельных дистанционных способов совершения платежей и переводов: с банковского счета через личный кабинет интернет-банка, через мобильные устройства, электронными денежными средствами. Главным их преимуществом были названы быстрота (43,9; 45,4 и 38,8% соответственно) и удобство использования (37,0; 24,5 и 33,8% соответственно). Основным недостатком интернет-банкинга 12,8% респондентов считают возможность мошенничества (это вдвое превышает аналогичный показатель для мобильного банкинга и втрое – для оплаты электронными денежными средствами). Основными недостатками совершения платежей и переводов через мобильные устройства и электронными денежными средствами респонденты считают завышенные комиссии (8,5 и 5,9% соответственно) и недостаточную надежность (4,0 и 5,3%). Кроме того, часть респондентов сообщили об отсутствии недостатков в использовании этих видов дистанционного платежного обслуживания: 12,3% – интернет-банкинга, 7,9% – мобильного банкинга и 5,0% – электронных денежных средств.

⁷ Стандартное отклонение – показатель гомогенности оценок, определяющий, насколько кардинально разные оценки были даны респондентами или, наоборот, насколько опрошенные были единодушны.

ВЫВОДЫ

► При оценке использования банковских карт (15,2%), интернет-банкинга (17,6%) и денежных переводов в пользу физических лиц (20,7%) было выявлено, что среди причин, влияющих на степень удовлетворенности ими респондентов, лидируют безопасность и отсутствие мошенничества, а также размер комиссии. При оплате электронными денежными средствами, с использованием мобильных устройств, а также при переводах через отделения ФГУП «Почта России» процент полностью или частично неудовлетворенных респондентов был выше по иным признакам/характеристикам.

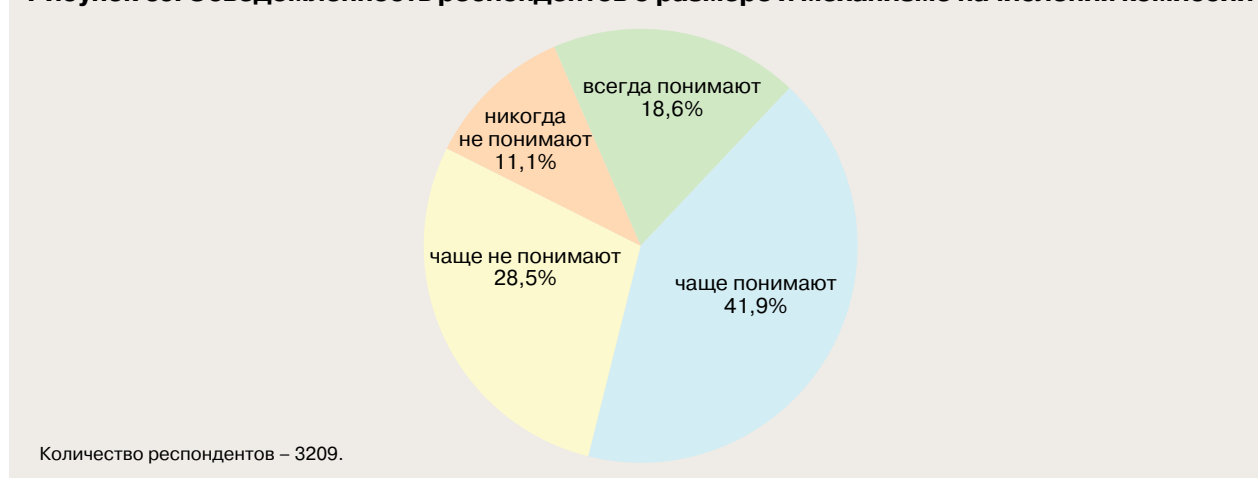
Раздел 4. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Повышение прозрачности различных элементов затрат и условий обслуживания платежных инструментов способствует росту уровня удовлетворенности потребителей этими инструментами. Однако зачастую потребители розничных платежных услуг не имеют точного представления о реальной стоимости использования определенного платежного инструмента.

Респондентам был задан ряд вопросов с целью оценить степень их осведомленности о комиссиях и механизме их начисления, а также о том, осуществляют ли пользователи услуг их сравнение при осуществлении платежей и переводов через различных поставщиков платежных услуг.

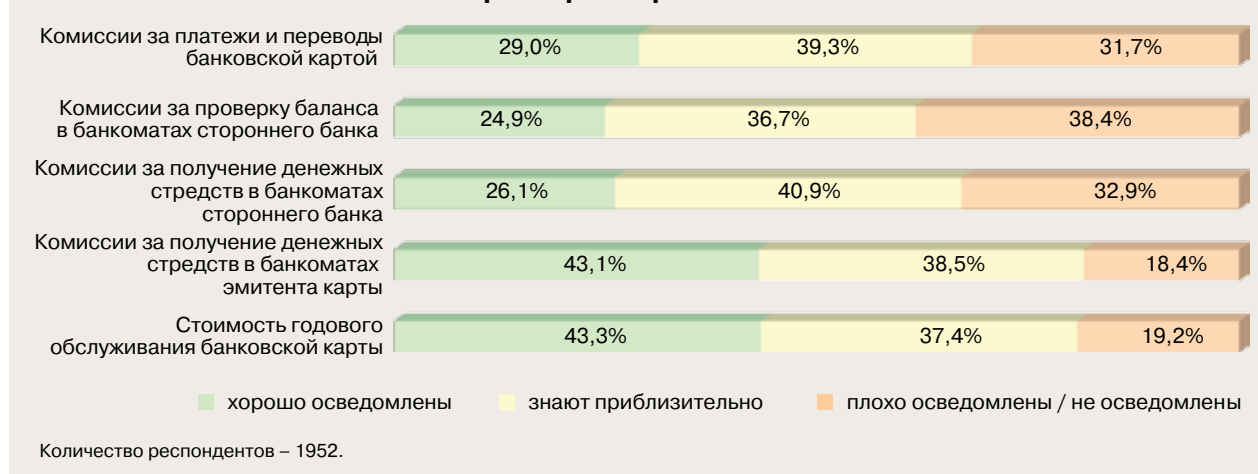
Выяснилось, что 18,6% респондентов всегда понимают, как и в каком размере начисляются комиссии за осуществление платежей и переводов; 41,9% опрошенных ответили, что чаще всего они это понимают. Примерно такая же доля участников опроса (39,6%) чаще не понимают или никогда не понимают принцип начисления и размер комиссий.

Рисунок 69. Осведомленность респондентов о размере и механизме начисления комиссий



Кроме того, более трети респондентов, использующих банковские карты (32,9%), заявили, что плохо осведомлены о комиссиях за снятие денежных средств в банкоматах сторонних банков, за проверку баланса в банкоматах сторонних банков (38,4%), а также за осуществление платежей и переводов с использованием банковской карты (31,7%). Бóльшая уверенность выражалась респондентами в отношении комиссии за годовое обслуживание карты и за снятие денежных средств в банкоматах банка – эмитента карты (43,3 и 43,1% соответственно). Около 40% респондентов имеют лишь приблизительное представление о взимаемых комиссиях при использовании их основной банковской карты.

Рисунок 70. Осведомленность держателей банковских карт о стоимости обслуживания карты и размере комиссий



На вопрос о том, сравнивают ли респонденты комиссии за осуществление платежей и переводов у различных поставщиков платежных услуг, ответы распределились примерно одинаково между вариантами «всегда», «иногда», «не сравниваю, так как всегда пользуюсь услугами одних и тех же организаций» (такие ответы дали около четверти опрошенных). При этом 9,0% респондентов не сравнивают размеры комиссий, поскольку уверены, что условия во всех организациях одинаковы, а 7,1% не желают тратить на это время.

Рисунок 71. Сравнение респондентами комиссий за осуществление платежей и переводов у различных поставщиков платежных услуг



Количество респондентов – 3209.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Больше трети (37,5%) респондентов сказали, что стали бы сравнивать комиссии в случае превышения взимаемой суммы над предполагаемой величиной. Были среди участников опроса и те, кто заявил, что ни при каких условиях не намерен сравнивать комиссии и воспользуется первой попавшейся организацией (11,1%).

Рассматривая ситуацию, когда они были бы вынуждены заплатить более высокую комиссию за пользование платежными услугами той или иной организации, респонденты назвали различные факторы, которые при выборе поставщика платежных услуг могли бы оказаться для них важнее размера комиссии. Большинство респондентов (43,1%) указали на надежность и известность организации, чуть меньший процент опрошенных (40,1%) отметили важность более быстрого обслуживания и отсутствия очередей, для 34,0% респондентов важна близость от дома / места работы, для 18,6% имеет значение опыт предыдущих обращений в данную организацию.

Рисунок 72. Факторы, которые для респондентов могут быть важнее размера комиссии при совершении платежей и переводов



Количество респондентов – 3209.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Респондентов просили уточнить, какие способы оплаты государственных услуг (пошлин, налогов, штрафов и пр.) они знают и используют. Наиболее популярным способом оказалась оплата через сотрудника банка (92,1% респондентов знают об этом способе, 64,6% пользуются им). На втором месте по популярности стоит оплата государственных услуг в отделениях ФГУП «Почта России» (79,9% респондентов осведомлены о таком способе, 33,4% его используют). О возможности оплаты государственных услуг самостоятельно через банкомат или платежный терминал знают чуть более половины респондентов (55,4 и 50,4% соответственно) и менее чем пятая часть респондентов используют ее. Около четверти респондентов осведомлены о дистанционных способах оплаты государственных услуг, однако лишь очень небольшая доля опрошенных оплачивает их подобным образом: с банковского счета через личный кабинет интернет-банка – 5,0% опрошенных, а через интернет-портал «Госуслуги», с использованием мобильных устройств или электронными денежными средствами – менее 3% респондентов.

Рисунок 73. Оплата государственных услуг: осведомленность и использование



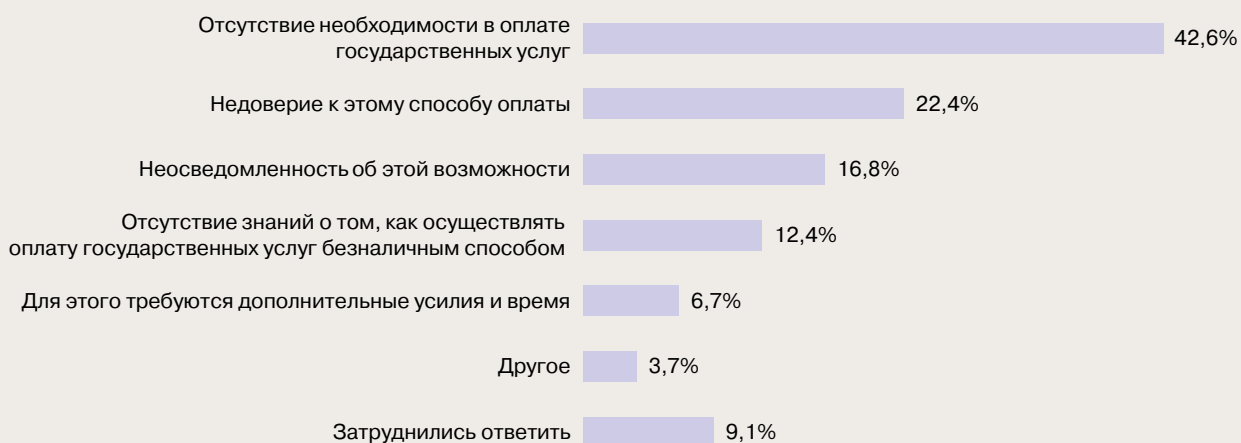
Количество респондентов: осведомленность – 3118, использование – 2705.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Среди основных преимуществ оплаты государственных услуг безналичным способом респонденты отметили быстроту (37,0%), удобство (27,0%) и отсутствие очередей (11,1%); 23,6% затруднились с ответом. Еще бóльшие затруднения вызвал вопрос о недостатках этого способа оплаты. При этом 13,9% респондентов заявили об отсутствии недостатков, менее 5% опрошенных в качестве отрицательных сторон осуществления безналичных платежей за государственные услуги назвали возможность того, что платеж может не дойти до получателя, недостаточную надежность данного способа оплаты, сложность или непонятность его совершения, а также высокую комиссию.

На вопрос о причинах, по которым респонденты не осуществляют безналичную оплату государственных услуг, 42,6% опрошенных ответили, что вообще не имеют необходимости в их оплате, 22,4% респондентов сослались на недоверие к данному способу оплаты с точки зрения надежности и безопасности, 16,8% респондентов указали на отсутствие достаточных знаний о такой возможности.

Рисунок 74. Причины, по которым респонденты не совершают платежи за государственные услуги безналичным способом

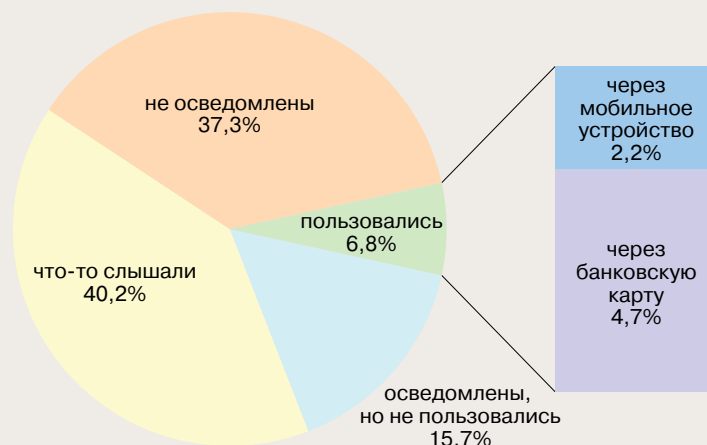


Количество респондентов – 2213.

Сумма ответов превышает 100%, так как вопрос предусматривает несколько вариантов ответа.

Более трети респондентов (37,3%) ничего не знают о бесконтактных способах оплаты с использованием банковской карты или мобильного устройства, 40,2% опрошенных что-то слышали об этом, 15,7% хорошо знают о данной технологии, но не используют ее, единично пользовались ею 5,8% респондентов.

Рисунок 75. Осведомленность о бесконтактном способе оплаты



Количество респондентов – 555.

Подавляющее большинство респондентов осведомлены о случаях мошенничества при использовании банковских карт, но не сталкивались с ними на собственном опыте (80,6%), 16,0% респондентов почти ничего не слышали об этой угрозе. Из немногочисленных респондентов, имевших подобный негативный опыт (1,7%), большинство (65,5%) обратились в банк за помощью. Почти три четверти обратившихся получили полную (41,7%) или частичную (33,3%) помощь и компенсацию потерь.

