

Проказина Наталья Васильевна
Среднерусский институт управления –
филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации»,
г.Орёл, Российская Федерация
nvprokazina@mail.ru

Рынок электронных денег: представление и поведение населения

Аннотация. В статье охарактеризованы основные факторы, опережающие стратегии поведения населения: уровень образования, социально-демографические, гендерные и статусные характеристики. На основе результатов эмпирических исследований представлена обобщенная характеристика отношения населения к электронным деньгам и формирующиеся на этой основе стратегии поведения. Выделены и представлены обобщенные характеристики «активных» и «пассивных» пользователей банковских карт; «обывателей» и «специалистов» в сфере использования электронных платежных систем.

Ключевые слова: банковские карты; платежи; электронные деньги; стратегии поведения населения

Prokazina Natalya Vasilievna
Central Russian Institute of Management –
branch of FSBEI of HE "Russian Academy of National
economy and public service at
President of the Russian Federation,
Russian Federation, Oryol
nvprokazina@mail.ru

Electronic money market: presentation and behavior of the population

Abstract. The article describes the main factors that are ahead of population behavior strategies: level of education, socio-demographic, gender and status characteristics. Based on the results of empirical studies, a generalized characteristic of the population's attitude towards electronic money and behavioral strategies formed on this basis are presented. The generalized characteristics of the "active" and "passive" users of bank cards are highlighted and presented; "Commoners" and "specialists" in the use of electronic payment systems.

Keywords: bank cards; payments; electronic money; population behavior strategies

В век информационных технологий появляются многочисленные технологии, которые могут быть использованы в различных сферах жизнедеятельности общества. К одним из таких новшеств в экономической сфере можно отнести электронные сервисы, банковские карты (кредитные и дебетовые), электронные платежные системы, способы безналичной оплаты и другие виды, которые можно отнести к понятию «электронные

деньги». Несмотря на спецификацию термина, четкого и единого определения «электронных денег» так и не появилось. В ФЗ № 161 «О национальной платежной системе» используется термин «электронные денежные средства».

Результаты исследования ВЦИОМ на тему: «Банковские карты против наличных: выбираем удобство» свидетельствуют о том, что большая часть респондентов: 87 % отметили, что за последние 4–5 лет они стали чаще расплачиваться банковскими картами. К тому же, с каждым годом эта цифра будет только расти.

В ситуации выбора между наличным и безналичным способами оплаты большинство опрошенных (75 %) сообщили, что скорее расплатятся картой. Этот выбор обусловлен удобством расчетов картой (81 %) и возможностью получения бонусов от банка (70 %).

Результаты регионального социологического исследования [Меркулов, Проказина, 2020: 92–102] показывают, что за последние три десятилетия понятие «электронные деньги» получили широкое распространение в экономике. Мы заинтересовались у респондентов, слышали ли они, что-нибудь о данном понятии. И получили следующие результаты: уровень осведомленности об электронных деньгах среди жителей г. Орла является высоким – 74 %.

Несмотря на знакомство с понятием «электронные деньги» у респондентов нет однозначного представления о том, что же следует понимать под этим понятием. На основании полученных результатов выделены две группы пользователей, приблизительно равных по численности. Первая – «обыватели», которые не знают о том, что представляют собой электронные деньги или имеют ошибочное представление о них. Вторая – «специалисты», которые понимают, о чем идет речь и что конкретно подразумевается под понятием «электронные деньги».

Общие представления об «электронных деньгах» оказывают влияние и на использование населением банковских карт. Так, имеют только дебетовую карту – 63 % опрошенных, только кредитную – 2 %; дебетовую и кредитную карты – 24 %; не имеют никакой карты – 12 % респондентов.

Прослеживается осторожное отношение к кредитным картам: по результатам исследования 77 % респондентов не имеют кредитных карт.

Чуть больше половины респондентов, которые уже имеют дебетовую карту, выпускать новые не планирует. Число респондентов, которые не имеют банковских карт и не планируют их делать в ближайшее время, составляет 9 %.

При выборе средств оплаты (банковская карта или наличные деньги) респонденты, прежде всего, руководствуются:

- удобством использования – 17 %;
- наличием достаточной суммы для оплаты – 10 %;

- быстротой использования – 10 %;
- контролированием расходов – 8 %;
- возможностью оплаты без сдачи – 8 %;
- наличием бонусов/кэшбэка – 8 %;
- безопасностью использования – 7 %;
- привычкой – 7 %.

Стратегии поведения людей на рынке электронных денег зависят от многих факторов объективного и субъективного характера. Одним из существенных факторов выступает уровень образования.

Респонденты с высшим образованием имеют больше дебетовых карт (47 %) и кредитных карт (15 %). Половина опрошенных респондентов с высшим образованием являются более активными в использовании банковских карт. Это может быть связано с тем, что такие люди более эрудированные и меньше подвержены заблуждениям и стереотипам. Они лучше разбираются в системе кредитных карт, поэтому не боятся их выпускать.

Кроме того, количество банковских карт среди женщин больше (35 %), чем у представителей сильного пола (27 %). В количественном соотношении только кредитных карт и одновременно дебетовых и кредитных карт, в гендерном соотношении равны.

Более активными пользователями банковских карт являются женщины, нежели чем мужчины. В равном соотношении мужчины и женщины с помощью банковских карт оплачивают услуги в гостиницах и покупки в магазинах электронной и бытовой техники.

Менее активными в использовании банковских карт являются пенсионеры (14,5 %). Чаще всего они предпочитают снимать наличные (12 %) и оплачивать покупки в аптеке.

Наиболее распространенными причинами редкого использования банковских карт «пассивными пользователями» выступают:

- привычка платить наличными – 18 %;
- трудность в контролировании безналичных расходов – 15 %;
- боязнь мошенничества – 13 %.
- Кредитным картам не отдают предпочтение по следующим причинам:
- невыгодные условия использования – 43 %;
- пользователи не вкладываются в льготный период – 13 %.

Результаты проведенного исследования позволили выделить две основные категории держателей банковских карт и в общих чертах охарактеризовать их социальный портрет (см. табл):

Таблица. Типология держателей банковских карт

Пользователи банковскими картами	Типология держателей банковских карт	
	Активные пользователи	Пассивные пользователи
Дебетовые карты (77 %)	Женщины в возрасте от 20 до 29 лет, имеют высшее образование. Отдают предпочтение оплате банковскими картами, нежели наличными, несмотря на случаи мошенничества с ними. Имеют 2–3 карты, реже 3–5 карт. Карты для частого использования выбирают исходя из своего удобства.	Чаще имеют одну карту, которую выдали в организации или пришлось завести по каким-либо причинам, предпочитают снимать с карты наличку и расплачиваться ей.
Кредитные карты (23 %)	Имеют кредитную карту – 1 шт, реже 2–3 штуки. Чаще это женщины в возрасте от 30 до 45 лет. Все дорогостоящие товары предпочитают оплачивать кредитками.	Имеют кредитную карту – 1 шт., чаще это мужчины. Пользуются ей только при крайней необходимости. При выборе оплаты между дебетовой и кредитной, отдают предпочтение дебетовой

В последние несколько лет оплата товаров и услуг через Интернет набирает популярность. Для удобства такого рода оплат в настоящее время существуют электронные сервисы. Самыми популярными электронными сервисами среди опрошенных, являются:

- Яндекс. Деньги – 25 %;
- Qiwi кошелек – 23 %;
- Pay Pal – 14 %;
- Web Money – 12 %.

Несмотря на возрастающую популярность электронных денег, активность в использовании электронных сервисов среди респондентов низкая. Большинство респондентов не пользуются никакими электронными сервисами.

В использовании электронных платежных систем мужчины более активны, чем женщины. Так, никакими электронными платежными системами среди женщин не пользуется – 43 % опрошенных, в то время как среди мужчин – 31 %. Это может быть связано с тем, что мужчины в целом лучше разбираются в каких-либо системах. Поэтому они больше уверены в своих действиях и безопасности, особенно, когда дело касается финансов, чего нельзя сказать про женщин. Среди наиболее популярных электронных сервисов, как среди мужчин, так и среди женщин, следующие:

- Qiwi кошелек – 12 %;
- Pay Pal – 11 %;
- Яндекс. Деньги – 8 %.

Среди возрастных категорий более активными в использовании электронных платежных систем являются молодые люди в возрасте от 16 до 34 лет, что составляет 26 %.

При этом чуть больше трети опрошенных пользуется ими периодически, постоянно – 30 % и очень редко – 31 %.

В эксплуатации какого-либо продукта или гаджета, самым главным для нас является его надежность. Иначе мы просто не будем его использовать из-за своего страха или это применение будет не таким активным, как могло бы быть.

Говоря о безопасности использования банковских карт треть опрошенных, считают их безопасными, четверть ответивших так не считает. Чуть меньше половины респондентов затруднились вовсе ответить на данный вопрос.

Респонденты не считают осуществление безналичных розничных платежей безопасными, из-за того, что с ними были случаи мошенничества – 20 %. Немного меньше тех, у кого были такие случаи, но они по-прежнему считают средства осуществления безналичных розничных платежей безопасным – 10 %. Среди тех, с кем случалось мошенничество, затруднились сказать является ли такой способ безопасным или нет – 17 %.

С развитием технологий количество способов оплаты значительно увеличилось. Мы поинтересовались у респондентов, какими безналичными способами оплаты они пользуются. Полученные следующие результаты:

- дебетовыми картами – 44 %;
- переводом с карты на карту – 14 %;
- кредитными картами – 10 %;
- с помощью мобильного телефона – 10 %.

При выборе безналичного способа оплаты больше половины респондентов исходят, прежде всего, из собственного удобства. Треть опрошенных сказала, что банковскую карту, которой сейчас они пользуются, выдала организация. По предложению банка – 15 %.

При этом 16 % тех, кто имеет только одну банковскую карту, им её выдала организация.

Чуть меньше половины опрошенных предпочитают оплачивать дорогостоящие покупки дебетовыми картами. Треть опрошенных сказала, что воспользуется наличными деньгами из кошелька.

Среди преимуществ банковских карт респонденты называют:

- удобство оплаты – 27 %;
- возможность перевода с карты на карту – 23 %;
- наличие кэшбэка – 17 %;
- возможность совершения оплаты не только картой, но и носимыми устройствами, в том числе смартфонами – 17 %;
- безопасность (не нужно носить с собой наличные деньги) 11 %.

Несмотря на то, что многие респонденты имеют банковские карты, а так же осведомлены о различных бонусах, а так же о выгодах при её использовании, они по-прежнему предпочитают рассчитываться за товары и услуги наличными деньгами или

в зависимости от ситуации, то есть наличие/отсутствие возможности безналичной оплаты, суммы наличных денег с собой и т.д.

Чаще всего респонденты предпочитают расплачиваться наличными, нежели картой (приблизительно 20 % картой и 80 % безналичными) – 32 %. Среди других, наиболее часто встречающихся ответов, респонденты отметили следующие:

100 % наличными;

95 % наличными и 5 % безналичными;

90 % наличными и 5 % безналичными.

Таким образом, можно сделать некоторые выводы.

Большинство респондентов осведомлены о понятии «электронные деньги», но значение данного термина каждый понимает по-своему. Исходя из этого, мы выделили две категории людей: «обыватели» и «специалисты».

Большинство респондентов имеют дебетовую карту (63 %), но к кредитным картам относятся с осторожностью, поэтому у большинства опрошенных их нет (77 %). Наиболее распространенными причинами являются, не выгодные условия их использования, а также ни у всех респондентов получается вкладываться в льготный период без процентного использования кредитной кары.

В использовании банковских карт женщины являются более активными, нежели, чем мужчины. Они в равном соотношении предпочитают оплачивать банковскими картами услуги в гостиницах, и покупки электронной и бытовой техники. Респонденты пенсионного возраста проявляют меньшую активность в использовании банковских карт. Они предпочитают снимать наличные деньги с карты и расплачиваться ими.

К электронным сервисам респонденты не проявляют активности, а именно 60 % опрошенных ими не пользуется. Из тех, кто их использует, отдают предпочтение таким электронным сервисам, как Яндекс. Деньги, Qiwi кошелек и Pay Pal. Более активными пользователями являются молодые люди в возрасте от 16 до 34 лет. В гендерном соотношении мужчины более активны в их использовании.

Большинство опрошенных безналичный способ оплаты выбрали исходя из своего удобства.

Среди респондентов с высшим образованием держателей банковских карт больше. Так же они более активны в их использовании, нежели чем люди с другими уровнями образования.

Несмотря на наличие у большинства респондентов дебетовых (кредитных) карт, они все же предпочитают производить оплату товаров и услуг наличными деньгами.

Менее активными пользователями банковских карт и электронных платежных систем являются люди пенсионного возраста, а также люди со средним образованием.

Мотивы и интересы к банковским кредитным картам среди мужчин и женщин различны.

Таким образом, анализируя активность респондентов в отношении банковских карт, мы выделили активных и пассивных пользователей. В зависимости от уровня

понимания электронных платежных систем и включенность в их использование: «обывателей» и «специалистов». В целом стратегии поведения населения на рынке электронных денег во многом определяются гендерными особенностями, возрастом, уровнем образования и социальным статусом.

Библиографический список

Банковские карты против наличных: выбираем удобство [Электронный ресурс] // ВЦИОМ: [веб- сайт]. Данные опросов. № 3892. 01.03.2019. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9581> (дата обращения: 01.04.2020).

Меркулов П. А., Проказина Н. В. Информационный бюллетень социологической лаборатории. Научное издание. Выпуск 5. Повседневность россиян: региональные практики. Результаты социологических исследований 2018–2019 гг., проведенных в Орловской области / П. А. Меркулов, Н. В. Проказина. – Орёл: Издательство Среднерусского института управления – филиала РАНХИГС, 2020. – 256 с.