

Человек и деньги

Декабрь 2022

Анастасия Борисова. Руководитель Центра маркетинговых исследований АО «НСПК»

Национальная система платежных карт

Обеспечивает обработку операций по картам «Мир» и картам международных платежных систем, развивает продукты и сервисы ПС «Мир»; совместно с Банком России развивает Систему быстрых платежей (СБП)

Платежная система «Мир»

Российская национальная платежная система

260<

банков-участников

география

карта «Мир»
принимается на
территории РФ

161 млн<

карт выпущено по состоянию
на 1 октября 2022 г.

карты «Мир» более 100 банков

можно подключить к
приложению для бесконтактной
оплаты со смартфона Mir Pay

Система быстрых платежей (СБП)

Сервис Банка России

200<

участников

Мгновенные переводы

в другие банки по
номеру телефона

15 трлн рублей<

переведено через СБП с момента
запуска

Оплата товаров и услуг

по QR-коду, кнопке или ссылке



Речь пойдет о....

Новая реальность

Изменения финансового поведения в 2022 году

Платежные паттерны

Пользование в разрезе финансовых продуктов

Есот-покупки

Мотивы совершения покупок в востребованном канале

Молодежь

Активная группа с потенциальной финансовой емкостью

Оценка финансового состояния после февраля-марта 2022

Наблюдается тенденция к снижению доходов и особое внимание к учету финансов, поиску способов сохранить и преумножить имеющиеся средства.



Особое внимание – контроль финансов и сберегательное поведение в общем контексте снижения доходов

Получение выгоды за счет специальных предложений – определяющий паттерн поведения для половины населения

Времяпрепровождение после февраля-марта 2022

Более молодая возрастная группа – про «социальное» и развлечения – более частое общение с друзьями, активности



Домашний досуг

стал более актуален для половины населения

Общение в и спорт –

в фокусе внимания в период неопределенности преимущественно у более молодой аудитории

Платежные продукты и совершение операций

В среднем на одного жителя России приходится более двух банковских карт, в наличии преобладают активные дебетовые или зарплатные карты. Регулярно совершает покупки в онлайн большинство жителей городов с населением 100 тыс.+

2,4 карты
в среднем

Типы карт



Оплата в точке продаж пластиковой картой

(пользовались данным способом оплаты за последний месяц)

94%



Оплата онлайн-покупок с помощью ввода данных банковской карты

(пользовались данным способом оплаты за последний месяц)

85%



Знают, какие бонусы предлагаются по банковской карте

66%

Онлайн-покупки как зона развития

77% совершали покупки в российских, а 29% - в зарубежных интернет-магазинах. Основные преимущества онлайн-покупок – удобство (сделать покупку в любое время и в любом месте), финансовая выгода, широкий выбор продавцов и товара

Удобство

- Нет необходимости куда-то идти, покупки / платежи можно совершать из любого места – экономия времени
- Онлайн покупка / платеж не предполагают контактов с другими людьми
- Удобство подбора товара благодаря системам сортировки / фильтрам
- Наличие доставки
- Возможность подключить автоплатеж (только для некоторых онлайн платежей)

Финансовая выгода и контроль

- Более выгодные бонусы, программы при совершении покупок / платежей онлайн (в сравнении с офлайн), отсутствие комиссий
- Сохранность всей истории платежей и покупок в электронном виде - удобно для анализа и контроля расходов
- Изначально более низкие цены, чем в офлайн

Широкий выбор

- Большой ассортимент и возможность сравнить доступные предложения;
- Возможность заказать что-то уникальное, что невозможно найти в офлайн магазинах.

Мотивы выбора мест онлайн-покупок

Цена занимает первое место среди мотивов выбора. В группу основных мотивов входит близость пунктов выдачи товаров, широта ассортимента товаров, скорость и удобство доставки. Дополнительные мотивы имеют сопоставимую важность – половина аудитории, приобретающей онлайн, отметила удобство оплаты, положительный опыт покупок и интересные акции и выгодные предложения

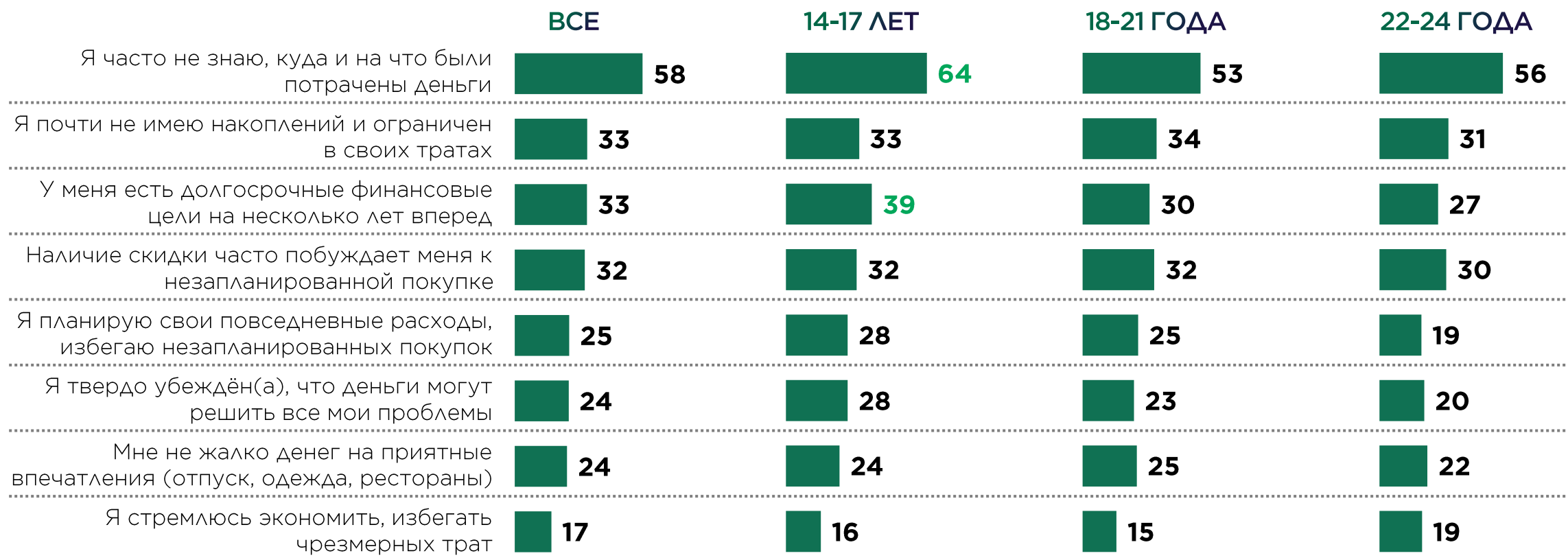




Молодежная аудитория

Психографика: платежное поведение молодежи

½ молодежи склонны не следить за финансами и часто не знают, куда и на что были потрачены деньги. 1/3 не имеет накоплений, столько же совершают незапланированные покупки из-за наличиз скидки. Для большинства нетипично иметь долгосрочные финансовые цели



Источник поступления денежных средств

Личный доход молодежи напрямую связан с возрастом. Наименьший – у подростков 14-17 лет, они получают деньги от родителей. По мере взросления помощь родителей снижается, а финансовая независимость растет. В возрасте 18-21 года у 1/4 молодежи к источникам дохода добавляется стипендия, а 1/2 уже имеет собственный заработок. В 22-24 года заработная плата становится основным источником дохода для большинства молодежи (72%)

14-17 ЛЕТ

18-21 ГОДА

22-24 ГОДА

**ЛИЧНЫЙ ДОХОД
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ**
среднее значение, тыс. руб.

8.8

24.8 ↑

35.4 ↑

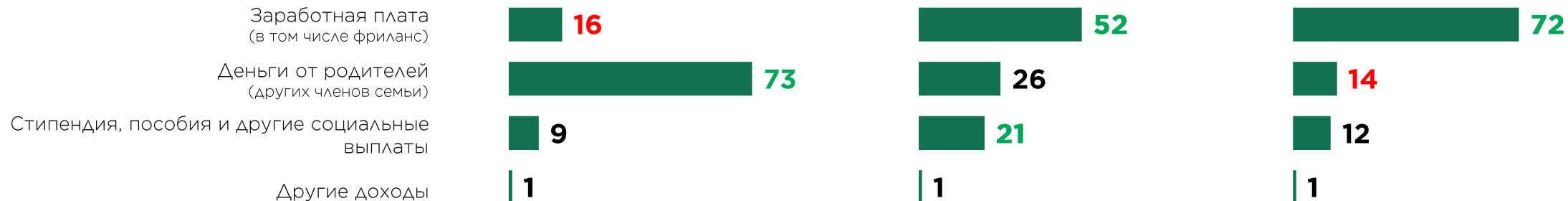
**ЛИЧНЫЙ ДОХОД
ЯДРА ГРУППЫ**

0-5000 руб.

5000-30000 руб.

10000-40000 руб.

ИСТОЧНИКИ ДОХОДА, %

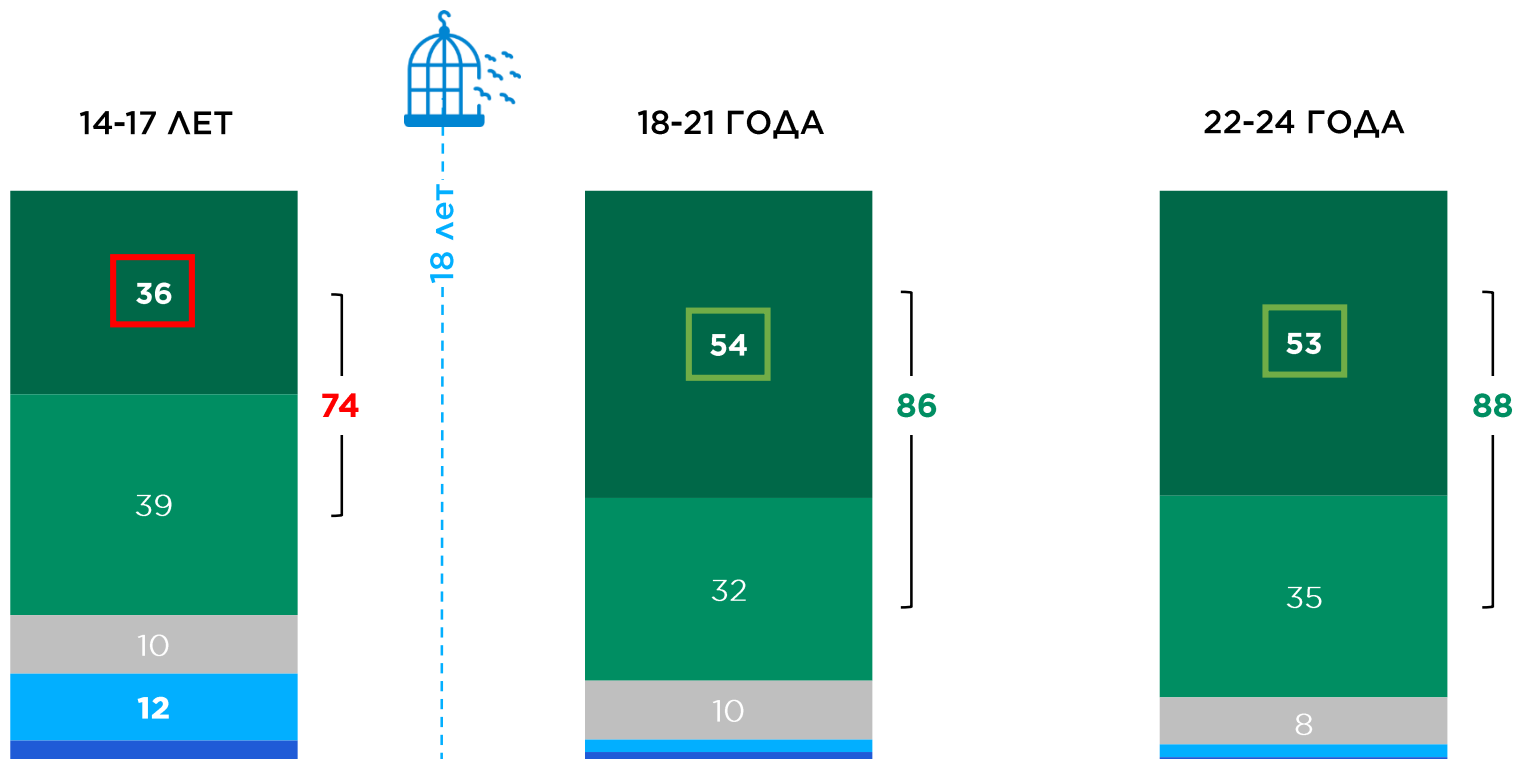


Принятие финансовых решений

С возрастом и ростом собственных доходов растёт и самостоятельность в принятии финансовых решений. Переход к финансовой самостоятельности происходит в 18 лет. До этого возраста несовершеннолетние значительно реже самостоятельно принимают решения, касающиеся их личных финансов

РОЛЬ В ПРИНЯТИИ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ % ОТВЕТИВШИХ

- Я принимаю решения самостоятельно
- Я принимаю решения самостоятельно, но учитывая мнение членов семьи
- Я принимаю решения только вместе с членами моей семьи
- Я могу обозначить свои просьбы, однако финальный выбор стоит
- Я никак не влияю на принятие решений



Структура расходов молодежи

Более половины объема ежемесячных трат уходит у молодежи на три категории: ежедневные покупки продуктов и товаров для дома, покупку одежды, обуви, крупные покупки. Продукты и товары для дома – категория №1 как по популярности, так и по доле в структуре расходов



Спасибо за внимание!

Декабрь 2022

Анастасия Борисова. Руководитель Центра маркетинговых исследований АО «НСПК»