

УДК 339.138:336.71
ББК 65.262.101-32

В.В. ПОЛЯКОВ
кандидат экономических наук, доцент,
Байкальский государственный университет экономики и права

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Рассмотрены тенденции трансформации финансового обслуживания в условиях повсеместного использования инновационных средств коммуникации. Выявлена взаимосвязь способов оплаты товаров (услуг) и особенностей принятия решения о покупке на разных этапах распространения финансовых услуг. Показаны особенности совершения импульсных покупок в условиях применения инновационных средств коммуникаций.

Ключевые слова: поведение потребителей; финансовые услуги; импульсные покупки.

V. V. POLYAKOV
*PhD in Economics, Associate Professor,
Baikal State University of Economics and Law*

TRENDS OF CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOR ON FINANCIAL SERVICES MARKET

The article deals with some trends of financial services transformation under the conditions of common usage of innovative means of communication. The author describes the interconnection between the method of payment for goods (services) and the peculiarities of making a decision about a purchase at different stages of financial services distribution. Besides, some features of impulse purchases under the conditions of using innovative means of communication are shown.

Keywords: consumer behavior; financial services; impulse purchases.

В настоящее время развитие средств коммуникаций, в первую очередь мобильных, способствует изменению финансового обслуживания. Если раньше реализация большей части финансовых услуг, предоставляемых коммерческими банками населению, осуществлялась через традиционные каналы, таких как офисы, то в настоящее время используются удаленные каналы самообслуживания. Эти каналы обеспечивают возможность быстрого доступа к получению финансовых услуг посредством автоматизированных программно-технических комплексов, банковских карт, мобильного телефона, Интернета. Значительную долю финансовых услуг, получаемых с помощью современных каналов, составляют платежи без использования наличных денег, которые совершаются практически мгновенно. В результате потребитель, имея быстрый доступ

к получению финансовых услуг, в том числе к совершению мгновенных платежей при покупках в магазине, получил возможность «мгновенного удовлетворения потребностей» [2, с. 10].

У многих потребителей, оказавшихся в роли пользователя мобильных устройств, покупателя интернет-магазина, участника электронных небанковских платежных систем, стали меняться потребительские привычки при получении финансовых услуг. В первую очередь изменения коснулись банковского обслуживания, и они потребовали модернизации каналов взаимодействия банка с клиентом. Во вторую очередь потребуется трансформация ассортимента финансовых услуг, предоставляемых населению.

В настоящее время потребители уже используют мобильные устройства для получения необходимой информации от бан-

ка. Главным образом, это информация с предложением новых услуг банка, а также данные о состоянии текущего счета клиента. Таким образом, потребитель уже сегодня имеет возможность осуществлять контроль за поступлением и списанием денежных средств со своего счета. Б. Кинг отмечает, что такая «доступность информации дала потребителям новые возможности» и, по сути, является первым шагом для трансформации поведения потребителей и для изменения процесса предоставления услуг финансовыми посредниками [2, с. 28].

Действительно, широкое распространение мобильных устройств в обществе дало возможность использовать свой телефон или смартфон для контроля за финансовыми операциями. По данным Национального агентства финансовых исследований, 32% российских граждан через свои мобильные устройства осуществляют управление и контроль своего текущего банковского счета (данные 2012 г.) [4]. Главным образом, это — СМС-оповещение об операциях по банковской карте.

Кроме того, развитие и распространение мобильных устройств, электронных платежных систем и финансовых услуг повлияет на процесс принятия решения о покупке товаров и услуг в торговых точках. Можно выделить три этапа изменения в потребительском поведении на стадии покупки.

На первом этапе изменений потребитель имеет возможность в любое удобное для него время получать наличные деньги через банкоматы для дальнейшей оплаты, а также осуществлять безналичные платежи в точках продаж. Такие операции стали возможны в условиях распространения банковской и предоплаченной карт. На этом этапе у потребителя стала исчезать потребительская привычка в заблаговременном сборе и пересчете наличных денег.

Переход на второй этап связан с расширением кредитования граждан. Деньги в кредит можно получить как в наличной форме в офисе банка, так и в безналичной форме при использовании банковских карт. Также кредит можно оформить в магазине и получить сразу нужный товар в долг. Получение кредита посредством банковской карты (кредитных и дебетовых с разрешенным овердрафтом) возможно в случае,

если пользователю был выделен так называемый «кредитный лимит». Овердрафтом называют «форму предоставления краткосрочного кредита в случае, когда величина платежа превышает остаток средств на счете» [1, с. 169]. На конец первого полугодия 2012 г. в России выпущено 158,3 млн шт. банковских дебетовых карт [5], из них каждая шестая карта с разрешенным овердрафтом [4]. Количество кредитных карт составляет 18,6 млн шт. [5].

В результате у потребителя начала «стираться» грань между собственными деньгами, которые он получал как зарплату, пенсию и т.д., и деньгами, которые он получал в долг у банка. Банковская карта позволяет не замечать переход от момента, когда собственные деньги уже полностью списаны со счета, к моменту, когда человек стал тратить уже «кредитные» деньги. В этот же период стали развиваться так называемые экспресс-кредиты, т.е. кредиты, которые можно получить в магазинах. При отсутствии денег можно быстро (не более чем за 15–20 мин) получить необходимую сумму на покупку товара в этом магазине. Данная ситуация подтолкнула потребителя к совершению импульсных покупок, к увеличению их числа, также объема потраченных денежных средств.

Дальнейшее развитие этого явления, по нашему мнению, приведет к третьему этапу. Он будет характеризоваться, прежде всего, отсутствием каких-либо ограничений потребителя в покупках, «стиранием» границ между покупкой и платежом, а также еще большим распространением потребительского кредитования.

Это станет возможным при создании мобильных устройств нового поколения, в которых будут соединены функции безналичных денег, кредита и платежа. Б. Кинг называет этот процесс «взаимопроникновением мобильного телефона и кредитной/дебетовой карты» [2, с. 23]. Платежи, совершаемые с помощью наличных денег, могут быть вытеснены «мобильными платежами». Б. Кинг утверждает, что исчезновение наличных денег произойдет «вскоре после утверждения технического стандарта на мобильные деньги», в котором заинтересованы телекоммуникационные компании [Там же, с. 24]. Кроме того, разработанные

системы NFC и RFID уже сегодня способны заменить такие традиционные финансовые продукты, как банковская карта и экспресс-кредит в магазине.

В настоящее время уже создаются необходимые условия для перехода к третьему этапу. Например, наблюдается распространение смартфонов и планшетных компьютеров: в России смартфонами пользуются примерно 30% абонентов [7], а планшетными компьютерами — 16% от числа пользователей мобильных телефонов [6].

С развитием мобильных устройств и распространением на их базе мобильных платежей в будущем возникнут условия для использования кредитных лимитов практически каждым пользователем. Кредиты будут предоставляться в рамках лимитов, которые будут определяться на основе тех же методов, с помощью которых сейчас осуществляется расчет овердрафта. Другой вариант возможных расчетов кредитных лимитов будет аналогичен расчету для кредитных карт, которые выдаются потребителям без подтверждения доходов.

На первый взгляд, новое устройство всего лишь заменит традиционные инструменты, например, пластиковые карты, а условия предоставления банковских услуг останутся прежними. Но это не совсем так. Всеобщее применение кредитных лимитов, которые будут доступны каждому в любой точке продаж, изменит отношение потребителя к платежу как к финансовому продукту (услуге).

Вероятнее всего, при совершении платежа от потребителя не будет требоваться подтверждение на его осуществление. Его избавят от этой обязанности. Большинство стандартных платежей будут осуществляться в так называемом «автоматическом» режиме, т.е. потребителю не нужно будет каждый раз вводить различные идентификационные коды и пароли. На базе существующих технологий-прототипов, функционирующих пока только в локальном режиме, уже сейчас возможно списание средств без дополнительных подтверждений плательщика. Такие системы распознают владельца мобильного устройства уже при входе в магазин, и далее по мере того, какие товары потребитель кладет себе в корзину, система считывает информацию о стоимости товара (аналогич-

ным образом, так как это делается у кассы супермаркета). После выхода потребителя из магазина сумма платежа автоматически списывается с мобильного счета покупателя. После чего покупатель получает выписку о списании денег со счета по совершенной им покупке. Предварительно потребитель будет предупрежден о том, что такая система оплаты функционирует в конкретном магазине, а сама такая система будет законодательно формализована.

В этих условиях потребитель попадает в новую ситуацию, в которой ему нет необходимости контролировать не только баланс дебетовых денег, но и лимит кредитных средств, так как любая покупка будет автоматически списывать средства со счета, неважно — дебетовые или кредитные. Если сегодня потребителю необходимо совершить покупку, то он должен располагать определенной суммой денежных средств. В будущем ему ничего не помешает купить все, что он хочет, фактически не имея денежных средств, если он будет зарегистрирован в системе и опознан в магазине этой же системой. Уже после совершения покупки банк пришлет отчет о списании, в том числе с использованием кредитных денег, а также изложение условий погашения образовавшегося кредита.

В результате у потребителей изменятся предпочтения на рынке финансовых услуг. Если ранее его интересовали услуги, с помощью которых он мог получить необходимый кредитный лимит на совершение покупок, т.е. сначала — получение кредита, а потом — покупки, то в будущем — актуальность переместиться в область погашения кредита, а не его получения.

Для торговых компаний это даст новый толчок к увеличению продаж, так как еще более сократится время от возникновения потребности до совершения покупки. Фактически доля импульсных покупок будет увеличиваться, между тем именно такие покупки более всего считаются привлекательными для розничного торгового бизнеса.

Следовательно, потребители будут вынуждены тратить свои усилия не на получение кредита, а на его погашение, или возврат. Поэтому у потребителей возникнут потребности в эффективном финансовом планировании, в оценке будущего финан-

сового положения. Фактически потребитель будет вынужден осуществлять оценку своих будущих усилий и возможных доходов, что приведет к изменению его потребительских привычек.

Представляется, что финансовые посредники, в связи с этим, будут стремиться

осуществлять мониторинг расходов потребителя, а не доходов, как это делается сейчас. Именно данные о расходах могут дать более точную информацию о том, как потребитель будет тратить, а значит, покупать в будущем, и в каких формах у него будут формироваться сбережения.

Список использованной литературы

1. Банковское дело: розничный бизнес : учеб. пособие / под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. — М. : КНОРУС, 2010. — 416 с.
2. Кинг Б. Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг / Б. Кинг. — М. : Олимп-Бизнес, 2012. — 521 с.
3. На 1 января количество эмитированных карт в России достигло 200 млн штук. — URL : <http://www.finmarket.ru/z/nws/news.asp?id=2827904> (дата обращения: 21.03.2012).
4. Немобильные финансы. — URL : <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10616.html> (дата обращения: 19.11.2012).
5. Российские банки выпустили 220 млн пластиковых карт. — URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/17740> (дата обращения: 28.09.2012).
6. Российские владельцы iPhone больше всех довольны своим смартфоном. URL : http://hi-tech.mail.ru/news/misc/russia_iphone.html (дата обращения: 23.11.2012).
7. Россияне покупают смартфоны реже, чем жители других стран. — URL : <http://hitech.newsru.com/article/07dec2012/rusmrtpnsts> (дата обращения: 07.12.2012).

References

1. Bankovskoe delo: roznichnyi biznes : uchebnoe posobie / pod red. G. N. Beloglazovoi, L. P. Krolivetskoj. — М. : KNORUS, 2010. — 416 s.
2. King B. Bank 2.0. Kak potrebitel'skoe povedenie i tekhnologii izmenyat budushchee finansovykh uslug / B. King. — М. : Olimp-Biznes, 2012. — 521 s.
3. Na 1 yanvarya kolichestvo emitirovannykh kart v Rossii dostiglo 200 mln shtuk. URL : <http://www.finmarket.ru/z/nws/news.asp?id=2827904> (data obrashcheniya: 21.03.2012).
4. Nemobil'nye finansy. — URL : <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10616.html> (data obrashcheniya: 19.11.2012).
5. Rossiiskie banki vypustili 220 mln plastikovykh kart. — URL : <http://www.vestifinance.ru/articles/17740> (data obrashcheniya: 28.09.2012).
6. Rossiiskie vladel'tsy iPhone bol'she vsekh dovol'ny svoim smartfonom. — URL : http://hi-tech.mail.ru/news/misc/russia_iphone.html (data obrashcheniya: 23.11.2012).
7. Rossiyanе pokupayut smartfony rezhe, chem zhiteli drugikh stran. — URL : <http://hitech.newsru.com/article/07dec2012/rusmrtpnsts> (data obrashcheniya: 07.12.2012).

Информация об авторе

Поляков Владимир Владимирович — кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: vla88701858@yandex.ru.

Author

Polyakov Vladimir Vladimirovich — PhD in Economics, Associate Professor, Senior Researcher, Baikal State University of Economics and Law, 11, Lenin Street, Irkutsk, 664003, e-mail: vla88701858@yandex.ru.