

УДК 339.138(075): 336.7:659.4

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИЗДЕРЖКИ РОЗНИЧНОГО БЕЗНАЛИЧНОГО ОБОРОТА

ДОЛБЕЖКИН Валерий Александрович, к.т.н.¹

¹Кафедра банковского бизнеса и инновационных финансовых технологий,
АНО ВО «Международный банковский институт», Санкт-Петербург, Россия,
Адрес для корреспонденции: Долбежкин В.А., 191023, Россия, Санкт-Петербург,
Невский пр., д. 60
Т.: +7 812-494-05-24. E-mail: mbi.dva@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросу определения маркетинговых барьеров развития безналичного денежного оборота, обусловленных объективными свойствами «видового конкурента» – наличных денег, удовлетворяющих потребности рынка. Показана динамика доли наличного денежного оборота (НДО) в национальных финансах, рост которого больше роста ВВП. В статье проанализированы некоторые условия существования ниши наличного оборота в цифровой экономике. Интересы плательщиков и получателей платежа определяют необходимость адаптации методов продвижения безналичных платежей к особенностям потребительского спроса. Для расширения сферы безналичных платежей предложено компенсировать некоторые конкурентные преимущества наличных денег адаптацией тарифов эквайринга.

Ключевые слова

Банк, маркетинг, потребительское поведение, наличные деньги.

MARKETING COSTS OF RETAIL NON-CASH CIRCULATION

DOLBEZHNIK Valeriy, Ph D (Tech)¹

¹Department: Bank business and innovation finance technologies
«International banking institute», Saint-Petersburg, Russia
Address for correspondence:
V. Dolbezhkin, 191023, Saint-Petersburg, Nevsky pr., 60
Т.: +7 812 494 05 24. E-mail: mbi.dva@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the definition of marketing barriers to the development of non - cash money circulation, due to the objective properties of the "specific competitor" – cash, that meet the needs of the market. The article shows the dynamics of the share of cash circulation in national finances, the growth of which is greater than GDP growth. The article analyzes some conditions for the existence of a niche of cash circulation in the digital economy. The interests of payers and payees determine the need to adapt the methods of promotion of non-cash payments to the peculiarities of consumer demand. To expand the sphere of

non-cash payments, it is proposed to compensate for some of the competitive advantages of cash by adapting acquiring tariffs.

Keywords

Bank, marketing, consumer behavior, cash circulation.

Введение. Все технологически развитые страны мира провозгласили одним из конкурентных приоритетов своего развития цифровизацию экономики. Это подразумевает внедрение цифровой обработки и передачи данных, в том числе – цифровизацию денежных расчетов между экономическими субъектами. В тренд не вписываются денежные расчеты наличными, т.к. эти материальные измерители ценностей реального обмена несовместимы с прогрессом – они имеют размер, форму, массу, подвержены износу и т.п. Архаизм наличных денег в мире микрогаджетов и мобильных покупателей объективно предполагает исторически быстрое сжатие ниши обращения наличных и неотвратимую смерть банкнот и монет как средств платежа. Однако есть множество объективных свидетельств того, что сокращение ниши наличного оборота имеет свои пределы, а следовательно, сфера распространения безналичных расчетов – свои естественные границы.

Понятно, что живая ниша НДО является прямым конкурентом расширению цифровых, безналичных платежей, и передовым методам необходимо искать методы «внутривидовой» конкуренции в системах розничных расчетов, возможно, находить компромиссы для обоснованного «захвата» большей доли рынка платежей безналичными технологиями.

Цель исследования. Определить влияние отдельных потребительских предпочтений на сдерживание развития безналичных розничных расчетов в конкуренции с наличным денежным обращением, а также рассмотреть задачи банковского маркетинга в этой нише.

Обзор статистики денежного оборота и розничных платежей

В наиболее крупной и технически прогрессивной экономике – США, статистика национального финансового регулятора – ФРС – свидетельствует, что объем наличных денег в обороте увеличивается. Так, в 1998 году объем наличных в обороте составил «458 in billions of dollars, as of December 31 of the year», в 2011 превысил 1 трлн долларов и на январь 2019 года показатель составил уже 1,66 трлн долларов [1]. Для России эти значения показателя М0 составили соответственно: 130,3; 5062,7; 9339,0 млрд рублей [2]. Прямое сравнение этих национальных данных очевидно некорректно, т.к. и размер, и структура экономик существенно различаются, а высокая вола-

тельность курса обмена двух валют за 20 лет достигала своих исторических максимумов. Однако, по мнению автора, именно сходные тренды парциального развития наличного оборота, отмеченные в существенно различных национальных экономиках, говорят о существовании объективных причин сохранения наличных. Более того – аналогичный анализ мирового оборота наличных, выполненный Банком международных расчетов (базель) рост в нем доли НДО с 7 до 9% за период 2000–2016 гг. [3].



Рис. 1. Наличный денежный оборот, как доля мирового ВВП

Заметный рост доли НДО в 2008–2009 был обусловлен не только абсолютным снижением объема мирового ВВП в кризис 2008 года. И без влияния кризиса общий 16-летний тренд убеждает в неуклонности роста доли НДО.

Российский рынок весьма молод относительно развитых западных стран, и новые технологии банковского бизнеса у нас развиваются быстрее исторических аналогов в силу импорта готовых отлаженных технологий и обширного позитивного опыта активного использования безнала за рубежом. В публикации 2012 года специалисты ЦБ РФ прогнозировали рост доли безналичных платежей до 45% к 2025 году [4]. Еще в 2016 году доля безналичных платежей в России составляла 32%, в 2017 – чуть более 50%, в конце 2018 – 55% [5]. Это стремительный рост, это агрессивный захват более половины рынка платежей за 5 лет. Но заметно, что темп роста падает, и это отражает постепенное насыщение рынка, а возможно, и первые признаки сопротивления традиционного наличного оборота. Где может быть граница

компромиссного раздела между формами оплаты рынка платежей, например, по опыту развитых финансовых рынков?

Пример двух сильных, вполне стабильных экономик с разными историческими путями развития, показывает, что доля безналичного денежного оборота может составлять и 49%, и 82% (рис. 2).

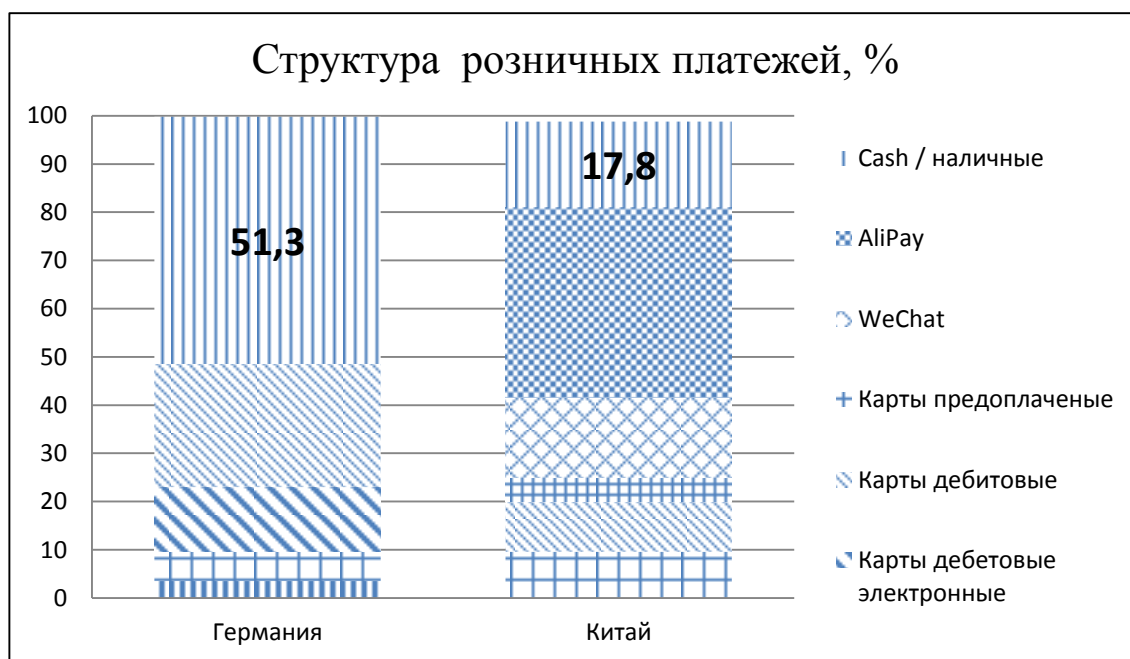


Рис. 2. Структура розничных платежей в Китае и Германии, доли форм расчета, % [6]

Статистика множества других национальных рынков, свидетельствует, что единого универсального целевого количественного показателя для «наилучшего» соотношения наличного и безналичного сегментов платежей просто нет. Значит, это «лучшее» значение в каждой экономике – свое, и оно определяется не столько общеэкономическими законами (как, например, целевым коэффициентом монетизации), сколько национальными /локальными особенностями рынка, потребительскими традициями и маркетинговыми акцентами, используемыми для продвижения цифровых технологий. Наличные деньги сопротивляются, защищая свою нишу.

Условия жизнеспособности ниши НДО

Объективные темпы распространения безналичных платежей определяются полезностью (удобством пользования) этих способов оплаты розничных рыночных сделок. Современные технологические достижения уже позволяют использовать для исполнения оплаты различные подручные бытовые предметы – часы, телефоны, брелоки, браслеты, одежду и даже просто орга-

ны тела, в которые хирургически вшиты электронные идентификаторы. В ближайшее время станет возможным подтверждать оплату аутентичными мимикой и жестами плательщика. Развивавшаяся последние 80 лет с первой банковской карты техника индивидуального безналичного платежа уходит в высокотехнологичную сферу дополненной реальности. В перспективе ближайших 10 лет у человека средствами платежа останутся его виртуальный цифровой образ и... наличные деньги. Наличный оборот сохраняется в XXI веке, наличные конкурируют с электронными формами денег. В современном банковском маркетинге безналичные платежи все чаще становятся объектом активного продвижения, плательщикам предлагаются бонусные программы, рекламируются выгоды безналичной формы оплаты. Это свидетельствует о том, что операторы безналичных платежей уже не довольствуются экстенсивным расширением этой ниши силами объективных технологических преимуществ и инвестируют в активное привлечение к себе новых пользователей безналичных расчетов, отвлекая их от привычных наличных.

Автор ранее уже сделал попытку систематизировать маркетинговые причины выживания ниши наличного денежного оборота [7]. Здесь обсудим новые данные по еврозоне, представленные Европейским центральным банком (ЕЦБ). Краткий вывод масштабного исследования одного из самых передовых финансовых рынков мира гласит: *«В 2016 году наличные деньги были доминирующим платежным инструментом в POS. В количественном отношении 79% всех операций осуществлялись с использованием наличных средств, что составляет 54% от общей стоимости всех платежей. Карты были вторым, наиболее часто используемым платежным инструментом в POS; 19% всех транзакций были рассчитаны с помощью платежной карты. С точки зрения стоимости, это составляет 39% от общей стоимости, выплачиваемой на POS»* [8, с.4]. Отметим, что рассматриваемая статистика ЕЦБ включает только платежи в розничных точках расчета, не учитывает интернет-онлайн-платежи в системах ДБО, то есть обсуждаемые данные не являются общими суммарными показателями платежной системы. Однако для нас интерес представляет сама возможность выбора плательщиком формы оплаты в точке розничного платежа, именно здесь формируется граница ниши наличного оборота.

Для устойчивого существования ниши наличного денежного оборота должно выполняться минимум три условия:

- А) существует возобновляемый источник собственно наличных денег;
 - Б) условия расчета наличными выгодны плательщику;
 - В) условия расчета наличными выгодны получателю платежа.
- Рассмотрим подробнее эти условия.

А) Источник наличных денег – это эмиссионный центр, национальный или общерегиональный банк, который обладает таким исключительным правом в силу закона. Объем эмиссии наличных денег в мире не снижается и, как отмечалось ранее [7], во многих странах темп роста НДО выше, чем рост ВВП. Например, «В Соединенных Штатах оборот наличных вырос с 2007 по 2012 год на 42%. Как ожидается, масса американских денег, имеющих хождение в купюрах и монетах, будет расти на 5% ежегодно» [9].

Но для того, чтобы централизованная эмиссия включилась в ежедневный розничный оборот, деньги должны попасть в руки плательщиков. Основным источником средств для оплаты розничных покупок – заработная плата, которую, по убеждению борцов за цифровую революцию, все наемные работники получают на банковские счета в рамках зарплатных проектов. Статистика европейских получателей зарплаты показывает, что источником наличных является именно выплата регулярного дохода [8]. На вопрос: «Как много в вашем регулярном доходе вы получаете наличными?» – ответили более на 30 тысяч человек в зоне евро. Ответов предполагалось два: No – «нет», Yes, at least quarter – «да, как минимум четверть». В каждой стране зоны евро нашлось как минимум 5% (Нидерланды) и как максимум 57% (Греция) респондентов, которые имеют регулярно более 25% дохода наличными. Средний показатель равен 16%, то есть каждый 6-й европеец получает доход наличными.

Результаты опроса свидетельствуют, что в еврозоне выплата дохода наличными практикуется работодателями. В статистике ЕЦБ не указаны данные крупнейшей экономики зоны – Германии, но ранее отмеченная высокая доля наличных расчетов в национальной системе говорит о том, что проблемы с наличными в этой стране нет.

Другим источником наличных, поддерживающим нишу их оборота, являются сами цифровые системы ДБО, из которых изымаются средства в наличной форме.

Деньги получают в банкоматах, берут из домашних запасов, занимают у коллег и друзей, обналичивают в банках, и 14% приходится на неопреде-

ленные источники наличных. Разнообразие источников наличных, в том числе перевод из безналичной формы, свидетельствует о востребованности банкнот в ежедневном обороте.

Б) выгода плательщика с точки зрения маркетинга может быть измерена двумя количественными параметрами – экономией издержек (или даже выгодой от формы оплаты) и экономией времени, необходимого для выполнения оплаты. Здесь не случайно упоминается выгода, т.к. сегодня продвижение безналичных платежей осуществляется под рекламным лозунгом «получения дополнительного дохода» в форме возврата части стоимости покупки (cash-back и другие бонусные программы) – в прямом противопоставлении с наличным расчетом.

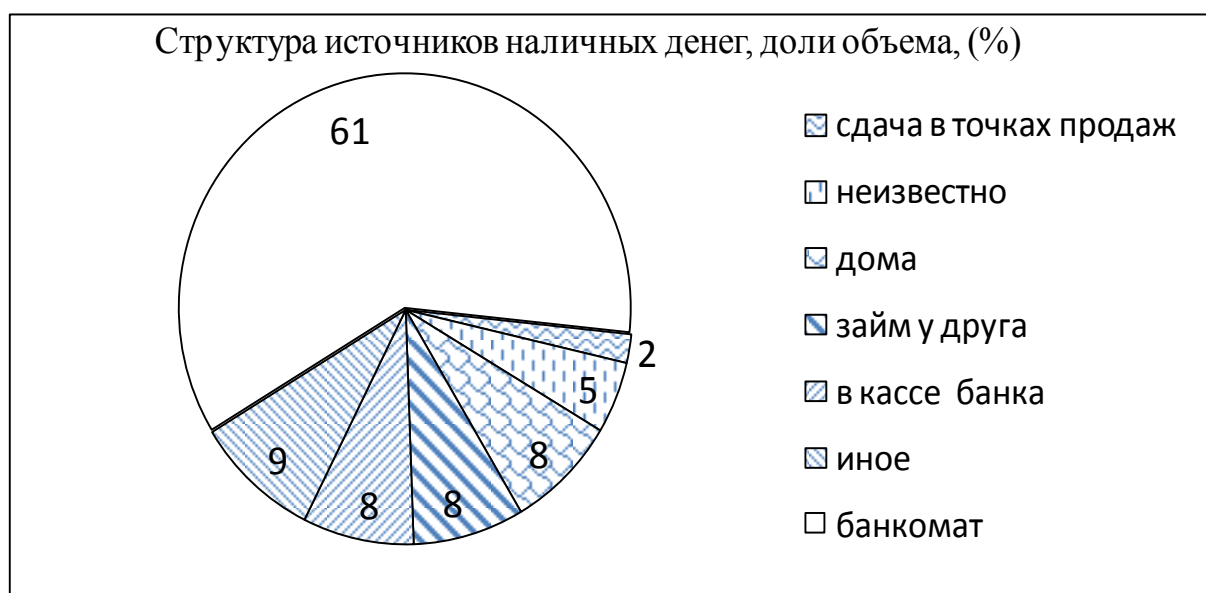


Рис. 3. Структура источников наличных денег (доля объема, %) [8]

Рейтинг преимуществ наличных расчетов для плательщика так же был предметом исследования ЕЦБ. На вопрос: «Для вас лично что является двумя наиболее значимыми преимуществами наличных расчетов?» – ответило более 8 тыс. респондентов. Согласно опубликованным результатам [8], наличные расчеты формируют следующие преимущества для плательщика (в порядке убывания частоты упоминания):

- ясный контроль затрат (42%);
- повсеместный прием (38%);
- скорость (32%);

- простота (21%);
- безопасность (16%);
- анонимность (13%);
- немедленное подтверждение операции (13%);
- иное и без ответа (12%).

Первый аргумент необходимо прокомментировать. Здесь ясно выражается потребительское опасение риска сверхплановых спонтанных, импульсивных расходов. Технические средства платежа работают в руках потребителя одинаково просто и быстро при любой сумме расчета, что является их технологическим преимуществом, но представляется плательщику как потеря контроля над расходами. С другой стороны, наличный оборот, сопровождающийся ручным пересчетом банкнот и тактильным получением сдачи, выглядит рациональным сдерживающим фактором. Кроме того, некоторые маркетологи рассматривают получение сдачи как визуальный символ самооценки благосостояния плательщика. Можно сколь угодно подробно объяснять возможности управления текущими расходами с помощью специализированных компьютерных приложений, однако психология потребителя ищет успокоения в пересчете наличных.

В) выгода получателя платежа в операционных издержках. Относительная экономичность розничных наличных платежей показана А. В. Трачуком, Д. Ю. Голембиовским еще в работе [6]. В предшествующей статье автора о наличном денежном обороте [7], была представлена сравнительная оценка затрат английского продавца, принимающего платеж в разных формах. По оценкам крупного сетевого ритейлера «М.Видео-Эльдорадо», «тарифы за эквайринг в среднем в 10 раз выше, чем за инкассацию наличных, оборот безналичных за последний год вырос в 1,5 раза и расходы на их прием все больше давят на цены» [12]. В 2019 году появился пример российского предпринимателя из сферы микро- и малого бизнеса (ММБ), который указывает на тормозящую развитие финансовую нагрузку, обусловленную безналичными расчетами в рознице [10].

Логика получателя платежа проста. Тариф эквайринга, обеспечивающего прием и исполнение безналичных платежей в рознице, составляет от 0,2 до 2% от суммы конечной сделки, и наибольшие ставки применяются для розничных продавцов с минимальным оборотом. В условиях стабильного роста экономики, и потребительского спроса на единицы процентов в год, и рентабельности производства розничного ММБ в 10-15% нагрузка 2% обо-

ротного тарифа эквайринга (на часть оборота, оплачиваемого безналично) воспринималась как неизбежная, но приемлемая плата за привлечение новых покупателей. Однако по мере снижения темпов развития экономики и потребительского спроса рентабельность ММБ снижается. И при рентабельности 6–8% оборотный тариф в 2% становится неприемлемой нагрузкой, особенно в случаях высокой доли безналичных расчетов (85% и более). В этих условиях предприниматель расценивает затраты на безналичные расчеты как прямые потери и открыто объявляет акционный приоритет наличным деньгам [11]. Фактически нормативные затраты на эквайринг передаются, по условиям стимулирующей спрос маркетинговой акции, в бонусный доход покупателю, расплатившемуся наличными. Это неявный аналог cash-back по картам, но в наличной форме.

Клиенты банков из сферы розничного бизнеса недовольны обременением своего безналичного оборота комиссией в 1–3% за расчеты по банковским картам. Ассоциация ритейлеров АКОРТ предлагает регулировать ставки за прием карт – не более 0,3% [13]. Помимо прямолинейных отказов розницы от приема безналичных платежей без дополнительных льгот и бонусов плательщику, практика показывает публичное предоставление скидок до 3–5% от стоимости при наличных платежах, что уже выше прямых потерь оборота от тарифов эквайринга (<2%). Это говорит о наличии в рознице скрытых дополнительных недостатков безналичных расчетов, маркетинговые издержки от которых значимее для бизнеса, чем привлечение дохода от безналичных плательщиков.

Значимость вопроса подтверждается обсуждением тарифов эквайринга на форуме «Деловая Россия» в первом квартале 2019 года, где высокая комиссия за безналичные расчеты по картам была прямо названа «ограничителем роста электронной торговли» [12].

Выводы. Наличные розничные платежи сохраняют свою рыночную нишу, несмотря на активное развитие технологий безналичных платежей. Доля наличных платежей составляет в разных странах от 2 до 50% общего национального оборота, и величина этого параметра денежного оборота страны существенно не меняется последние 10 лет. Сохранение ниши наличного оборота обусловлено не только социально-психологическими факторами предпочтения (анонимность, контроль расходов, защищенность от кибермошенничества), но и микроэкономическими (затраты на обслуживание оборота). Для расширения поля прогрессивных безналичных расчетов необхо-

димом тщательно анализировать рациональные причины предпочтения розничными продавцами наличных расчетов и использовать гибкие тарифы приема безналичных платежей для этой сферы цифровой экономики.

Список источников

1. Currency in Circulation: Value. URL: https://www.federalreserve.gov/paymentsystems/coin_currcircvalue.htm/ (дата обращения 14.03.2019).
2. Наличная и безналичная составляющие М2. URL: http://www.cbr.ru/statistics/? Prtid=ms&ch=ITM_24379#CheckedItem/ (дата обращения 14.03.2019)/
3. Доля наличных денег в мировом ВВП. URL: <http://www.video.filemeggagroom.com/2018/03/16/за-последние-10-лет-оборот-наличных-дене/> (дата обращения 11.02.2019)/
4. **Трачук А. В., Голембиовский Д. Ю.** Перспективы распространения безналичных розничных платежей//Деньги и кредит. 2012. № 7. С. 24.
5. ЦБ ожидает роста доли безналичных платежей в РФ до 55% к концу года. URL: <https://tass.ru/ekonomika/5534607> (Дата обращения 11.03.2019).
6. LAURENS CERULUS, CAT CONTIGUGLIA. Central bankers warn of chaos in a cashless society. URL: <https://www.politico.eu/article/central-bankers-fear-cybersecurity-chaos-in-a-cashless-society/>(дата обращения 10.03.2019).
7. Инструменты маркетинга в нише наличного оборота// Ученые записки международного банковского института. 2018. №23. С. 127–140.
8. **Henk Esselink, Lola Hernández.** The use of cash by households in the euro area //ECB Occasional Paper Series No 201. November 2017.
9. **Rose Eveleth.** The truth about the death of cash. URL: <http://www.bbc.com/future/story/20150724> (дата обращения 02.03.2019).
10. **Белов Олег.** Бойкот банкам. Кто заставляет покупателей рассчитываться наличными // АиФ 26.02.2019. URL: http://www.tmn.aif.ru/money/details/boycot_bankam_kto_zastavlyayet_pokupateley_rasschityvatsya_nalichnymi (дата обращения 06.03.2019).
11. **Либерман И.М.** Открытое письмо // Официальный сайт «Кондитерская фабрика "Квартет"». URL: <http://xn----7sbfnbzsjwubb7kya.xn--r1ai/> (дата обращения 11.03.2019).
12. **Еремина А., Третьяк А.** Путин счел комиссию за прием карт слишком высокой для магазинов. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/02/06/793438-komissiyu-za-priem-kart> (дата обращения 21.03.2019).
13. ЦБ поможет платить в магазинах без карт и наличных. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/01/23/792290-tsb> (дата обращения 05.03.2019).

Reference

1. Currency in Circulation: Value. URL: https://www.federalreserve.gov/paymentsystems/coin_currircvalue.htm/ (data obrascheniya 14.03.2019).
2. Nalichnaya I beznalichnaya sostavliyaushie M2. URL: http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=ms&ch=ITM_24379#CheckedItem/ (data obrascheniya 14.03.2019).
3. Dolia nalichnih deneg v mirovim VVP. URL: <http://www.video.filemgaroom.com/2018/03/16/за-последние-10-лет-оборот-наличных-дене/> (data obrascheniya 11.02.2019).
4. **Trachuk A.V., Golembiovskiy D.Yu.** Perspektivy rasprostraneniya beznalichnih roznichnih platezhey // Dengi I Credit. 2012. № 7. P. 24.
5. CB ozhidaet rosta ljkb beznalichnih plftezhey v RF do 55% k konzu goda. URL: <https://tass.ru/ekonomika/5534607> (data obrascheniya 11.03.2019).
6. LAURENS CERULUS, CAT CONTIGUGLIA. Central bankers warn of chaos in a cashless society. URL: <https://www.politico.eu/article/central-bankers-fear-cybersecurity-chaos-in-a-cashless-society/> (data obrascheniya 10.03.2019)
7. Instrumenty marketinga v nishe nalichnogo oborota // Uchenie zapiski mezhdunarodnogo bankovskogo instituta. 2018. №23. С. 127–140.
8. **Henk Esselink, Lola Hernández.** The use of cash by households in the euro area // ECB Occasional Paper Series No 201. November 2017.
9. **Rose Eveleth.** The truth about the death of cash. URL: <http://www.bbc.com/future/story/20150724> (data obrascheniya 02.03.2019)
10. **Belov O.** Boicott bankam. Kto zastavliaet pokupateley raschitivatsia nalichnimy A&F 26.02.2019. URL: http://www.tmn.aif.ru/money/details/boycot_bankam_kto_zastavlyaet_pokupateley_rasschityvatsya_nalichny_mi (data obrascheniya 06.03.2019)
11. **Lieberman I.M.** Otkrytoe Pismo. URL: <http://xn----7sbfnbzsjwubb7kya.xn--plai/> (data obrascheniya 11.03.2019)
12. **Eremina A Tretiak A.** Putin schel komissiyu za priem kart slishkom vysokoy dlia magazinov. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/02/06/793438-komissiyu-za-priem-kart> (data obrascheniya 21.03.2019)
13. CB pomozhet platit v magazinah bez kart i nalichnih URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/01/23/792290-tsb> (data obrascheniya 05.03.2019)