



SKOLKOVO
Moscow School of Management

Оценка глубины использования безналичных методов оплаты российскими держателями карт





Екатерина Семерикова, руководитель
направления исследований,

Центр исследования финансовых технологий
и цифровой экономики SKOLKOVO-РЭШ





Московская школа управления SKOLKOVO



Одним из направлений развития финансовой вовлеченности является усиление глубины использования финансовых услуг

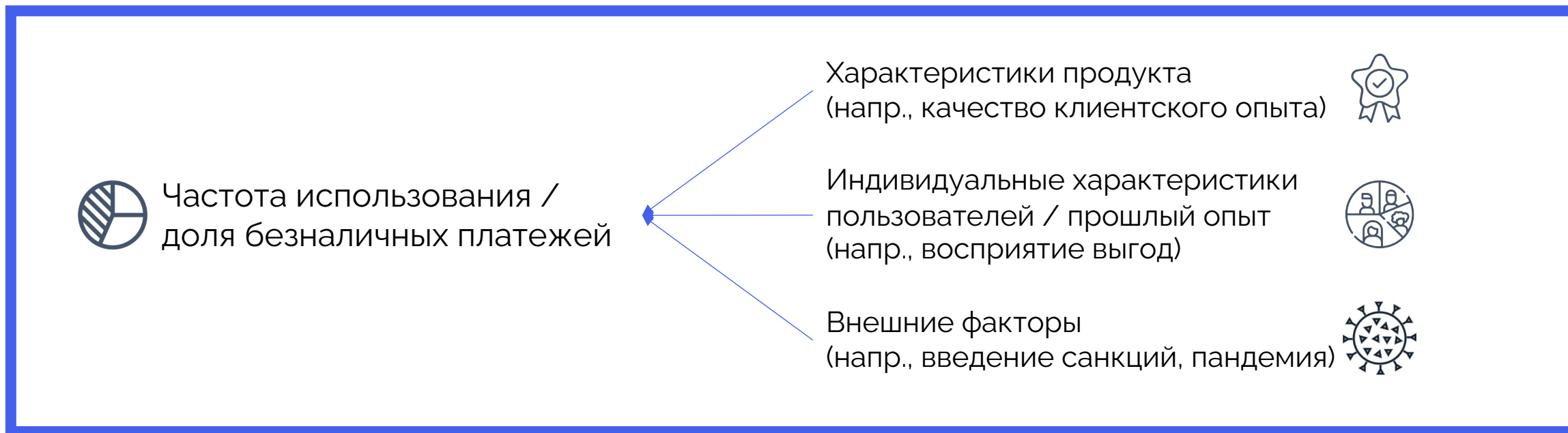
	Предложение	Поведение/спрос
Базовая вовлеченность	<p>Доступ</p>  <p>Сколько пользователей имеют возможность использовать финансовые услуги</p>	<p>Использование</p>  <p>Насколько много (напр., по типам ситуаций и фин. услуг) и часто используются финансовые услуги</p>
Продвинутая вовлеченность	<p>Качество</p>  <p>Насколько качественны предоставляемые финансовые услуги</p>	<p>Благосостояние</p>  <p>Насколько формат финансовых услуг повышает качество жизни</p>

Одним из направлений развития финансовой вовлеченности является усиление глубины использования финансовых услуг

	Предложение	Поведение/спрос
Базовая вовлеченность	<p>Доступ</p>  <p>Сколько пользователей имеют возможность использовать финансовые услуги</p>	<p>Использование</p>  <p>Насколько много (напр., по типам ситуаций и фин. услуг) и часто используются финансовые услуги</p>
Продвинутая вовлеченность	<p>Качество</p>  <p>Насколько качественны предоставляемые финансовые услуги</p>	<p>Благосостояние</p>  <p>Насколько формат финансовых услуг повышает качество жизни</p>

Безналичные платежи – один из важных драйверов благосостояния общества. Это стало еще заметнее на волне внешних шоков

Факт наличия платежного инструмента – **недостаточный показатель вовлеченности участников рынка**



Цель исследования – определить, какие факторы объясняют долю безналичных платежей на микроуровне

Методология

сбор данных

Взрослое население России (18+ лет)

Репрезентация по критериям*:

- Федеральный округ
- Тип населенного пункта
- Возраст
- Пол
- Уровень образования

Методы сбора данных: **Личное интервью**

Выборка: **1600 чел.**

Стат.ошибка: **±2,45%**

модель

$$depth_i = \tilde{\alpha} + \tilde{\beta} \times FD_i + \tilde{\gamma} \times SD_i + \tilde{\delta} \times B_i + \tilde{\nu} \times PI_i + \tilde{\omega} \times P_i + \tilde{\varepsilon} \quad (1)$$

$depth_i$ – бинарная переменная, равна 1 если доля безналичных платежей более 50% и 0, если ниже.

*Замер происходил с помощью вопроса: **За последний месяц какую часть ваших расходов в магазинах/кафе Вы оплачивали безналичным способом?***

Диапазон от 0 до 10, где 0 – 0%, а 10 – 100% трат были сделаны безналично.

FD_i – вектор бинарных переменных, представляющих федеральные округа
 SD_i и PI_i – векторы соц-дем. факторов и характеристик платежного инструмента

B_i – вектор выгод от безналичных и наличных платежей

P_i – влияние пандемии

$\tilde{\varepsilon}$ – вектор ошибки

*Согласно статистическим данным Росстата.

Контроли*

Замер восприятия выгод

Количество названных выгод в отношении безналичных платежей

Диапазон: от 0 до 5.

Две бинарные переменные:

- 1) Если 4 или 5 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 2) Если 0 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 3) Референтная категория: согласие с 1-3 утверждениями.

Количество названных выгод в отношении наличных платежей

Диапазон от 0 до 3.

Два бинарные переменные:

- 1) Если 3 упомянутые выгоды, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 2) Если 0 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 3) Референтная категория: согласие с 1-2 утверждениями.

Вопрос напрямую: если безналичные выгоднее, то бинарная переменная принимает 1, если наличные, то 0

Подробнее в приложении

Соц.-дем. контроли

Возраст
Пол
Образование
Доход
Семейное положение
Средние месячные траты



Характеристики платежных инструментов

Тип карты
Уровень карты
Банк-эмитент
Платежная система
Программа лояльности
Инициатива открыть карту



Влияние пандемии

Увеличение доли безнала из-за пандемии



Результаты

	(1)	(2)	(3)
Очень низкий доход	-0.782^{***} (0.204)	-0.685^{***} (0.207)	-0.345 (0.237)
Низкий доход	-0.427^{***} (0.119)	-0.371^{***} (0.123)	-0.420^{***} (0.136)
Высокий доход	0.0138 (0.111)	0.0373 (0.114)	-0.110 (0.124)
Пандемия	0.305^{***} (0.0943)	0.135 (0.0978)	0.111 (0.111)
Премиальный статус карты	-0.213 (0.172)	-0.221 (0.180)	-0.345* (0.189)
Программы лояльности	0.446^{***} (0.0919)	0.355^{***} (0.0941)	0.267^{**} (0.107)
Безналичные более выгодны		0.621^{***} (0.0964)	
Нулевые выгоды наличных			0.600^{***} (0.148)
Максимальные выгоды наличных			-0.352^{***} (0.110)
Нулевые выгоды безналичных			-0.684^{***} (0.184)
Максимальные выгоды безналичных			0.400^{***} (0.109)
Траты	>25к/+1%	>25к/+1%	>25к/+5%
ФО	NCFD/-/10%	NCFD/-/10%	Не значимы
Тип населенного пункта	50к/+5%	50к/+1%	Не значимы
Возраст	18-24/+5%	Не значимы	Не значимы
Константа	0.184 (0.288)	0.0412 (0.298)	0.346 (0.341)
Кол-во наблюдений	1,094	1,088	955

Робастные стандартные ошибки в скобках, *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

- **Все коэффициенты перед выгодами значимы на 1% с ожидаемым знаком.**
- Положительный и значимый знак у переменной «пандемия» **исчезает при добавлении восприятия выгод.**
- **Высокая значимость программ лояльности с положительным коэффициентом.**
- **Низкий доход** (с негативным коэфф.) и **самые высокие траты** (с положительным коэфф.) имеют **высокую значимость** во всех моделях
- **Остальные соц-дем контроли**, либо **не значимы**, либо теряют значение при добавлении переменных, отвечающих за выгоды (пол, семейное положение, образование, не показаны в таблице)
- **Остальные характеристики карты** – инициатива, тип карты, платежная система, банк – **не значимы** ни в одной модели (не показаны в таблице)

Некоторые выводы

- **Выгоды:** существует группа потребителей, которые **не понимают** или **не воспринимают** общепринятые **преимущества безналичных**.
 - Риски для здоровья во время пандемии не смогли изменить их мнение.
 - **Психологические факторы** и **желание оставаться в серой зоне** – основные драйверы.
 - Проблема в дальнейшем развитии финансовой вовлеченности, особенно в странах с близким к 100% доступом к инфраструктуре и высококачественным услугам.

Некоторые выводы

- **Выгоды:** существует группа потребителей, которые **не понимают** или **не воспринимают** общепринятые **преимущества безналичных**.
 - Риски для здоровья во время пандемии не смогли изменить их мнение.
 - **Психологические факторы** и **желание оставаться в серой зоне** – основные драйверы.
 - Проблема в дальнейшем развитии финансовой вовлеченности, особенно в странах с близким к 100% доступом к инфраструктуре и высококачественным услугам.
- **Влияние пандемии:** Нет кардинальных изменений в поведении из-за внешних факторов, скорее постепенная адаптация (Kotkowski & Polasik, 2021).
 - **Привычка играет сильную роль** в использовании платежных инструментов*.

**Так как опрос проводился тогда, когда острая фаза завершилась, потребители могли вернуться в привычное поведение*

Некоторые выводы

- **Выгоды:** существует группа потребителей, которые **не понимают** или **не воспринимают** общепринятые **преимущества безналичных**.
 - Риски для здоровья во время пандемии не смогли изменить их мнение.
 - **Психологические факторы** и **желание оставаться в серой зоне** – основные драйверы.
 - Проблема в дальнейшем развитии финансовой вовлеченности, особенно в странах с близким к 100% доступом к инфраструктуре и высококачественным услугам.
- **Влияние пандемии:** Нет кардинальных изменений в поведении из-за внешних факторов, скорее постепенная адаптация (Kotkowski & Polasik, 2021).
 - **Привычка играет сильную роль** в использовании платежных инструментов*.
- **Соц-дем.:** использование безналичных инструментов в России относительно однородно
 - **Исключение – доход.** Низко-доходные группы склонны платить наличными, но они же не хотят переходить на безнал, не видят в этом выгод.

**Так как опрос проводился тогда, когда острая фаза завершилась, потребители могли вернуться в привычное поведение*

Некоторые выводы

- **Выгоды:** существует группа потребителей, которые **не понимают** или **не воспринимают** общепринятые **преимущества безналичных**.
 - Риски для здоровья во время пандемии не смогли изменить их мнение.
 - **Психологические факторы** и **желание оставаться в серой зоне** – основные драйверы.
 - Проблема в дальнейшем развитии финансовой вовлеченности, особенно в странах с близким к 100% доступом к инфраструктуре и высококачественным услугам.
- **Влияние пандемии:** Нет кардинальных изменений в поведении из-за внешних факторов, скорее постепенная адаптация (Kotkowski & Polasik, 2021).
 - **Привычка играет сильную роль** в использовании платежных инструментов*.
- **Соц-дем.:** использование безналичных инструментов в России относительно однородно
 - **Исключение – доход.** Низко-доходные группы склонны платить наличными, но они же не хотят переходить на безнал, не видят в этом выгод.
- **Характеристики карты:** программы лояльности являются существенным фактором для доли безналичных расходов.
 - Есть сегменты, для которых кэшбеки и скидки играют большую роль и являются **драйвером поведения** (пример – вовлечение в продукты экосистемы).
 - Все оставшиеся характеристики не играют значимой роли, в том числе, из-за высокого качества фин. услуг в России.

**Так как опрос проводился тогда, когда острая фаза завершилась, потребители могли вернуться в привычное поведение*

Ограничения и дальнейшие направления исследования



Данные, предоставленные самим респондентом

Предвзятость, ограничения в памяти, когнитивные искажения, особенно когда речь идет об **оценке доли транзакций**



Отсечка в 50% для доли транзакций, чтобы снизить уровень ошибки

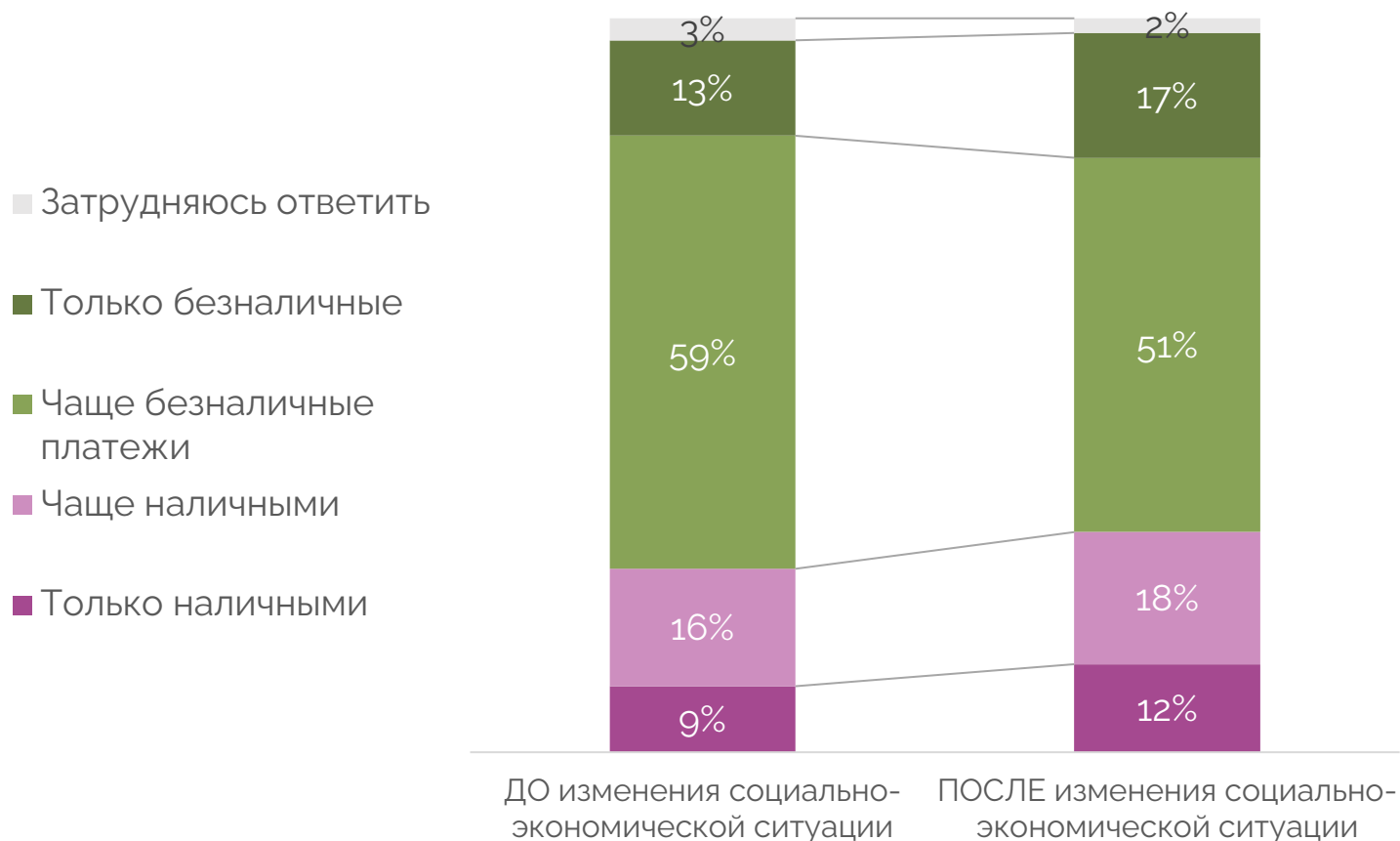


Дальнейшие шаги:

- Изучение более точных измерений глубины использования безналичных платежей
- Использование более детальных замеров выгод
- Влияние санкций

Вернемся к 2022

Санкционное давление не сильно повлияло на использование наличных в качестве платежного метода



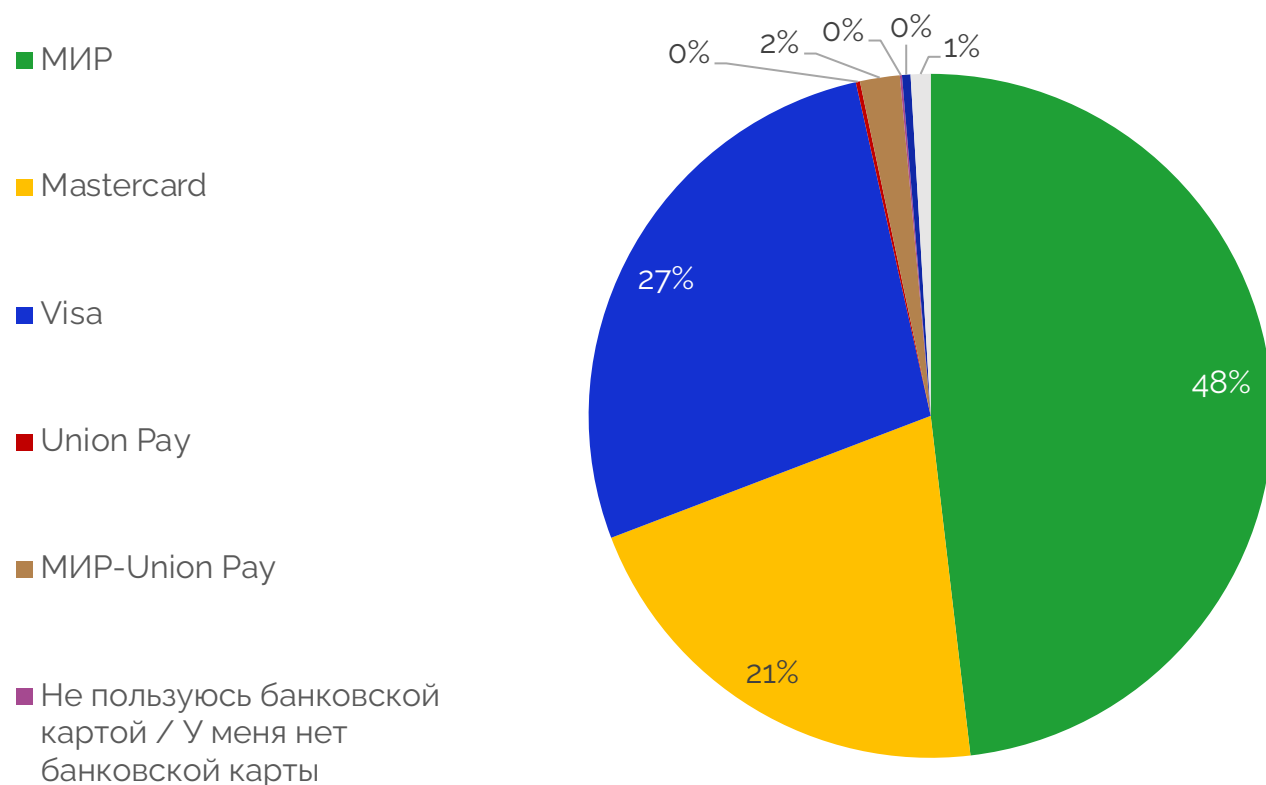
– рост на 3 п.п. использующих **ТОЛЬКО наличные**

– рост на 2 п.п., кто стал **чаще** платить **наличными**

– рост на 4 п.п. использующих **ТОЛЬКО безналичную** оплату

Данные омнибуса НАФИ на середину марта 2022

Потребители не готовы так просто отказаться от конкретного привычного платежного метода



Смена платежной системы тоже происходит довольно постепенно,

48% владельцев карт среди интернет-пользователей считают основными карты Visa и Mastercard, несмотря на все ограничения.

Данные на базе онлайн-опроса на середину марта 2022 (методология в приложении)

Важно понимать психологические аспекты смены платежного инструмента

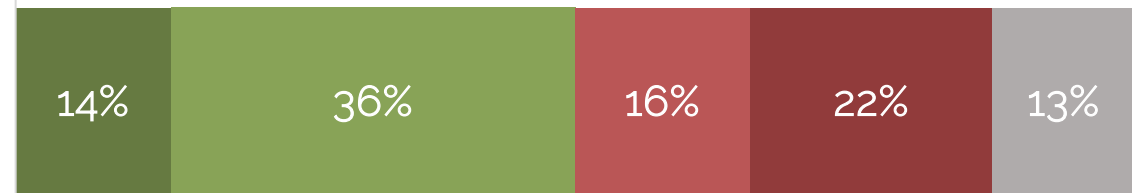
Пример карты МИР

- **Противоречивый имидж** среди всех ПС
- В декабре 2021 основные **негативные** атрибуты были связаны с **ограничениями** и «**навязанностью**»; **позитивные** – со **стабильностью** в случае санкций и **гордостью**
- Часть аудитории очень **инертны**: все изменения происходят очень медленно
- Возможный стимул для изменения поведения – **программы лояльности**

Цифровой рубль – не исключение

В 2021 году цифровой рубль был интересен 50% россиян

Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться?



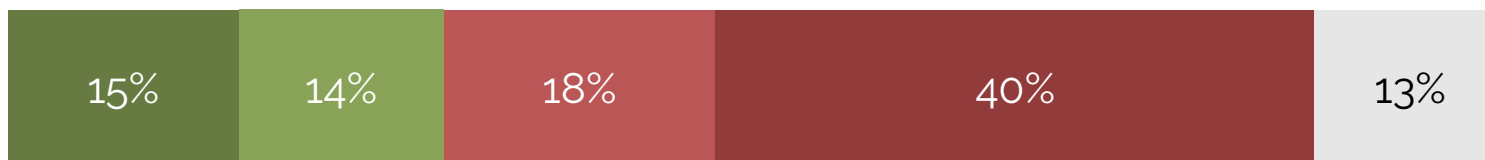
- Да, точно буду пользоваться
- Скорее нет
- Не знаю

- Скорее да
- Нет, точно не буду пользоваться

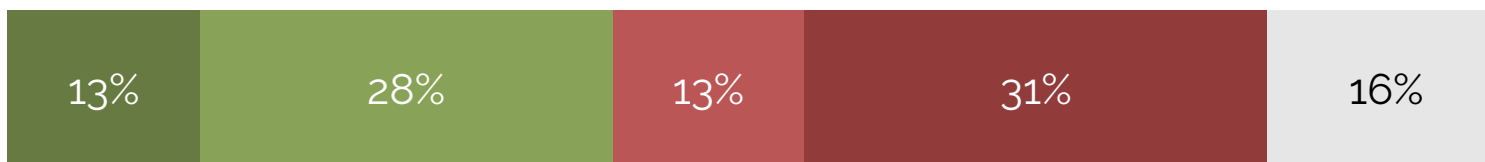
ЦР для инклюзивности? Люди с низким доходом и не вовлеченные в рынок сегодня менее склонны пользоваться ЦР

■ Да, точно буду ■ Скорее да ■ Скорее нет ■ Нет, точно не буду пользоваться ■ Не знаю



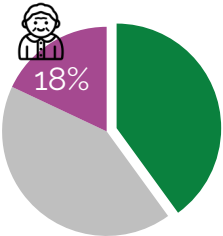
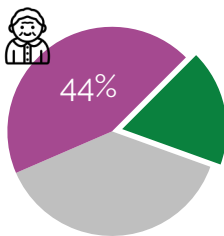

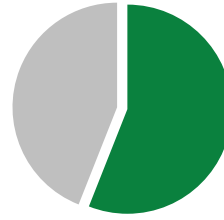


Нет карты



Доходы



Сегменты по желанию использовать ЦВЦБ

	 Точно буду использовать ЦР N = 205	 Точно не буду использовать ЦР N = 243
Возраст	 <p>18% 40 % от 18 до 35</p>	 <p>44% 18 % от 18 до 35</p>
Стабильный доход <i>«Денег хватает на продукты и одежду, но покупка холодильника, телевизора, мебели - для нас проблема»</i>	 <p>72 %</p>	 <p>56 %</p>
Наличие карты	 <p>9 из 10</p>	 <p>7 из 10</p>
Считали карту МПС основной	61 %	43 %

Сегменты по желанию использовать ЦВЦБ



Точно буду использовать ЦР
N = 205



Точно не буду использовать ЦР
N = 243

Что выгоднее:
нал VS безнал

67 %



17 %



Предпочитают безнал за

- скорость*
- финансовые выгоды (кэшбеки)*
- безопасность*
- доступ к онлайн-покупкам*

84 %

78 %

73 %

79 %

51 %

35 %

34 %

36 %

Предпочитают нал за

анонимность



46 %



63 %

При отмене программ лояльности
откажутся от карты в пользу наличных
VS ничего не изменят в поведении

2% vs 65%

11% vs 56%

Выводы

Доля безналичных платежей связана с восприятием выгод

Больше безналом платят те, кто считает это выгодным

При этом даже внешние факторы влияют на смену поведения незначительно

Аудитория ЦР – продвинутые пользователи безнала

Они склонны осознавать выгоды, пользоваться онлайн-коммерцией, а также меньше зависят от программ лояльности. Те, кто точно не будут пользоваться, считают, что наличные выгоднее, чаще ценят анонимность; у 30% нет карты.

Важны психологические аспекты смены платежного инструмента

Происходит медленно и тяжело, если нет очевидного и **значимого стимула/очевидной выгоды**

Что может быть таким стимулом?

- увеличение скорости
- повышенная безопасность
- финансовая выгода
- анонимность
- доступ к чему-то

Спасибо за внимание!

Контакты: ekaterina_semerikova@skolkovo.ru

<https://www.skolkovo.ru/centres/finance/sfice-research-reports/>

Приложение

Контроли: замер восприятия выгод

ВОПРОС

Я предпочитаю безналичную оплату вместо наличных, так как с ее помощью **можно покупать товары и услуги через интернет** (в том числе, в зарубежных интернет-магазинах)

Я предпочитаю безналичную оплату вместо наличных, потому что **так совершать покупки быстрее**

Я предпочитаю безналичную оплату, а не наличные, так как **можно получать кэшбэк и другие бонусы**

Я предпочитаю безналичную оплату, так как это более **надежный способ оплаты** в отличие от наличных

Я предпочитаю безналичную оплату, так как в отличие от наличных **можно переводить деньги людям и организациям удаленно**

Я предпочитаю наличные, так как их **принимают везде** в отличие от безналичной оплаты

Я предпочитаю наличные, так как это **анонимный способ оплаты**, в отличии от безналичных платежей

Я предпочитаю наличные – так **проще контролировать расходы**

Для Вас лично, если рассматривать все плюсы и минусы использования безналичных и наличных способов оплаты, **какой способ оплаты имеет больше преимуществ?**

НОВЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ:

Количество названных выгод в отношении безналичных платежей

Диапазон: от 0 до 5.

Две бинарные переменные:

- 1) Если 4 или 5 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 2) Если 0 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 3) Референтная категория: согласие с 1-3 утверждениями.

Количество названных выгод в отношении наличных платежей

Диапазон от 0 до 3.

Два бинарные переменные:

- 1) Если 3 упомянутые выгоды, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 2) Если 0 упомянутых выгод, то принимает 1, в остальных случаях 0
- 3) Референтная категория: согласие с 1-2 утверждениями.

Если безналичные, то бинарная переменная принимает 1, если наличные, то 0

Дополнительные контроли

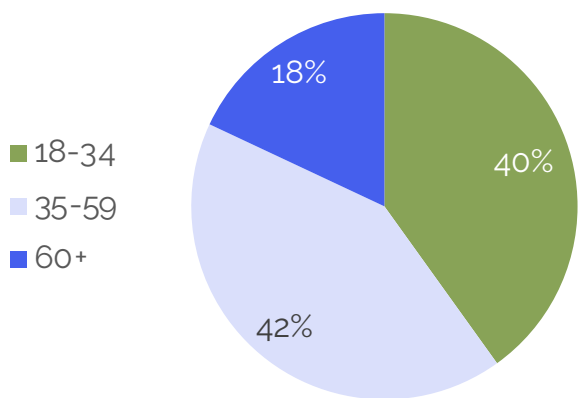
Соц.-дем. контроли	Бинарные переменные
Возраст Пол Образование Доход Семейное положение Средние месячные траты	Принадлежность к категории 18-24, 25-34, 35-44 и 45-59 Мужской (1)/женский (0) Есть высшее (1)/нет высшего (0) Принадлежность к доходной группе: очень низкий, низкий доход, высокий Женат или замужем или гражданский брак (1)/другие статусы (0) Принадлежность к категории:10k-15k, 15k-20k, 20k-25k, >25k,
Характеристики платежных инструментов	
Тип карты Банк-эмитент Платежная система Программа лояльности Инициатива открыть карту	Кредитная или рассрочки (1) / дебетовая или предоплаченная (0) Топ-4 банка (1)/другие (0) МИР (1)/МПС(0) Да(1)/Нет(0) Личная (1)/ инициаторы работодатель или государство (0)
Влияние пандемии	Можете ли Вы сказать, что из-за пандемии Вы стали чаще платить безналичным способом, а не наличными?
Увеличение доли безнала из-за пандемии	Да (1) / нет(0)

Люди, которые точно хотят попробовать – это, в основном, более молодые пользователи карт со стабильным доходом

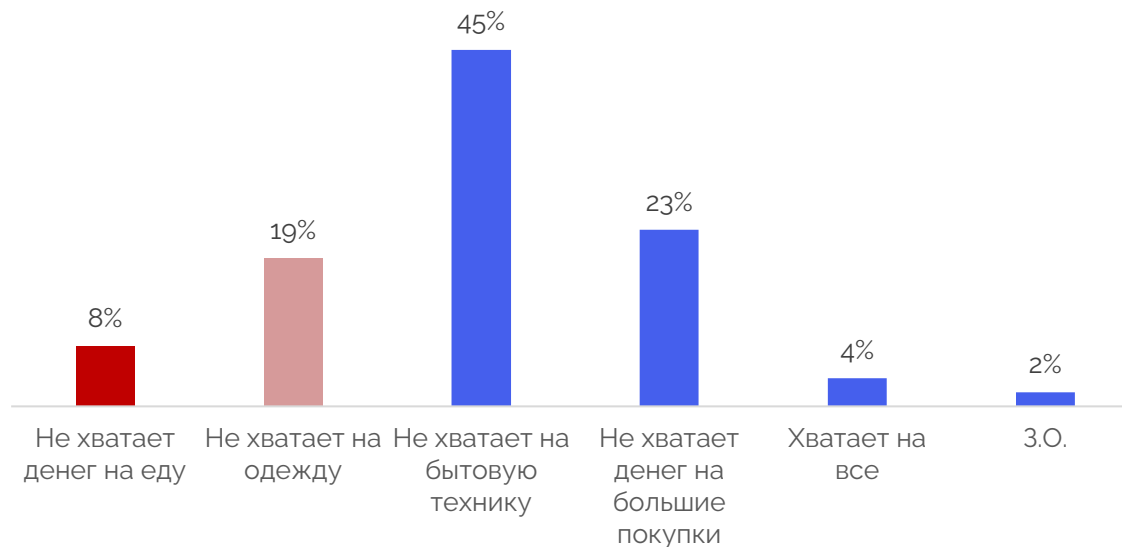
Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться?



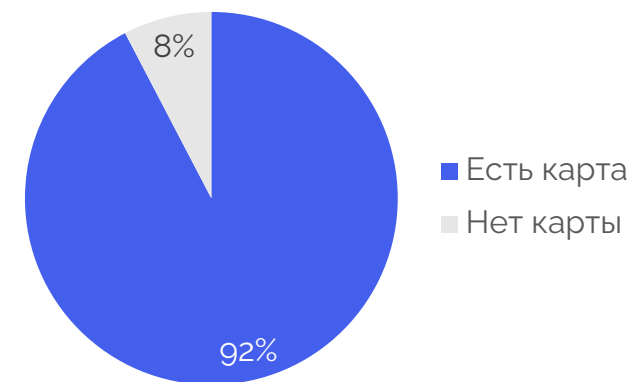
Возраст



Доход

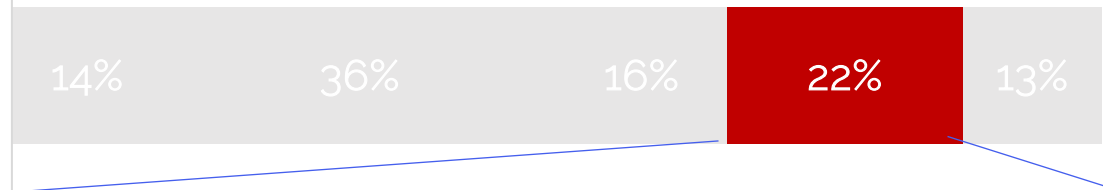


Наличие карт

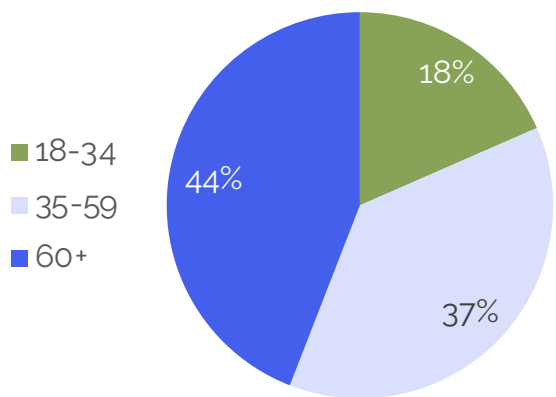


Среди тех, кто не хочет пользоваться ЦР, больше старшего поколения с низким/средним уровнем дохода

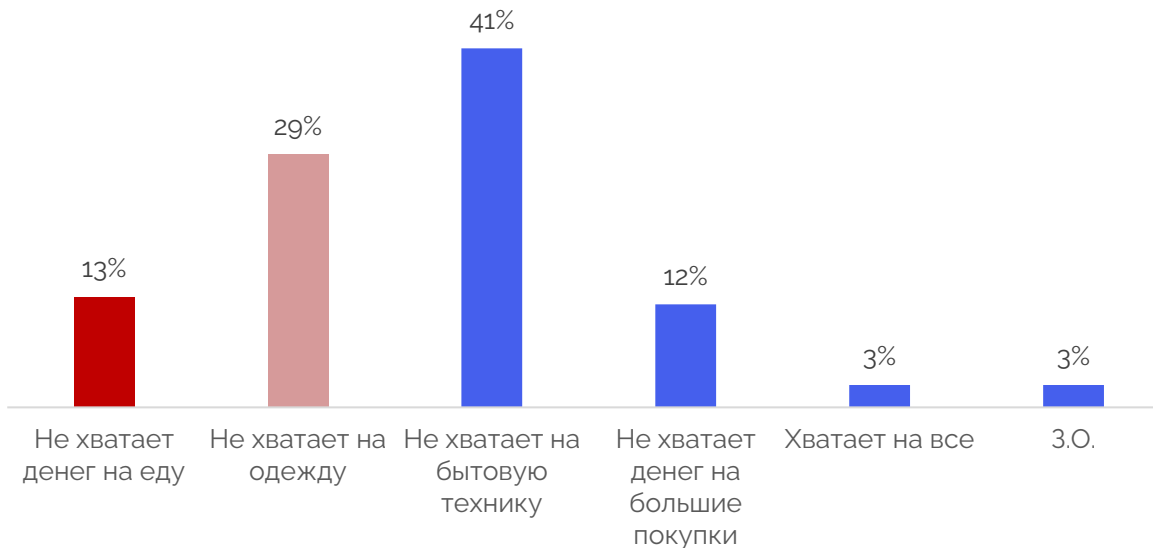
Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться?



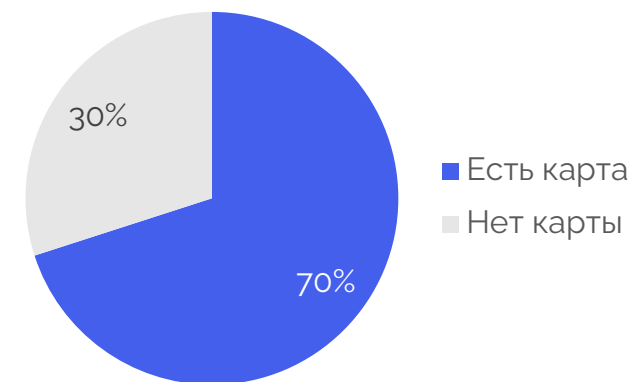
Возраст



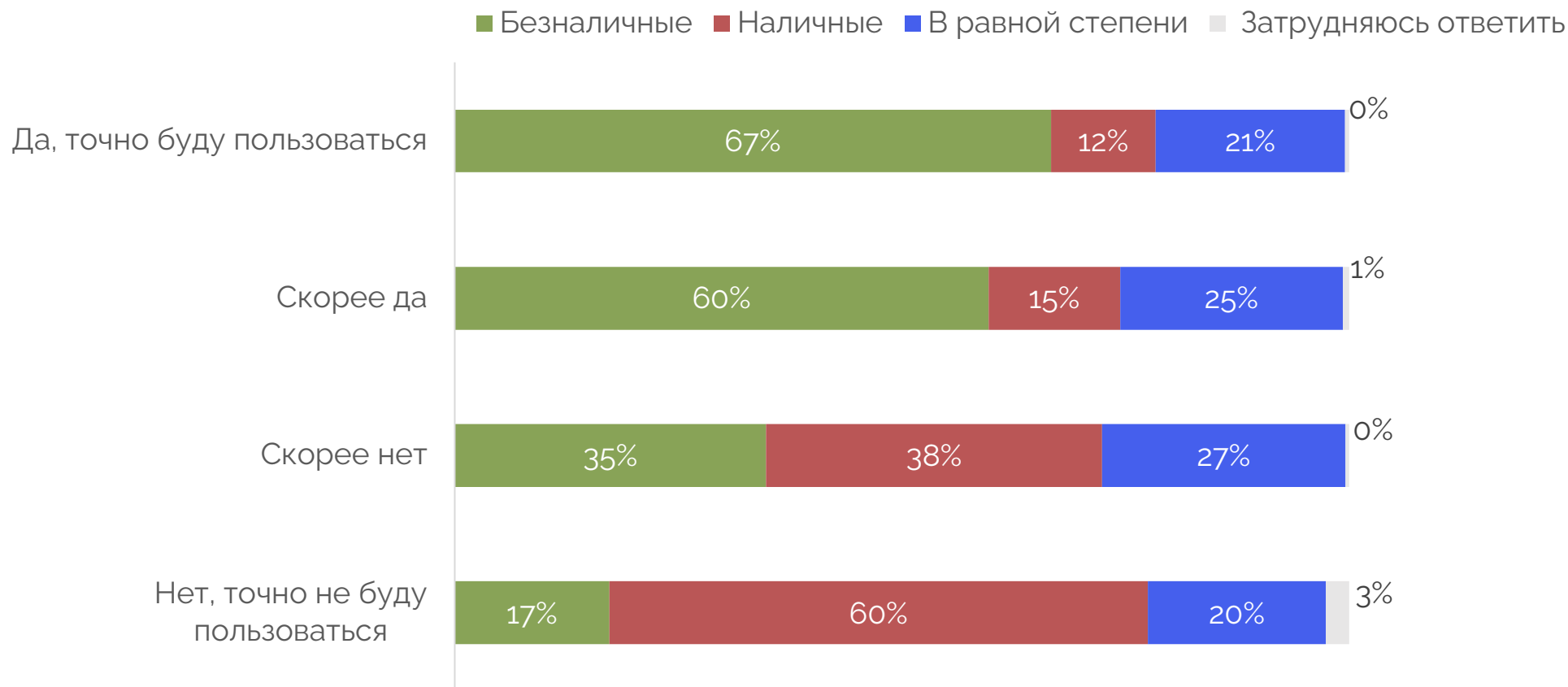
Доход



Наличие карты



Наоборот, те, кто видят больше выгод в безналичных в сравнении с наличными при прочих равных склонны пользоваться ЦР



Q32. Для Вас лично, если рассматривать все плюсы и минусы использования безналичных и наличных способов оплаты, какой способ оплаты имеет больше преимуществ?

Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 222, 579, 250, 347

Какие выгоды наиболее значимы?

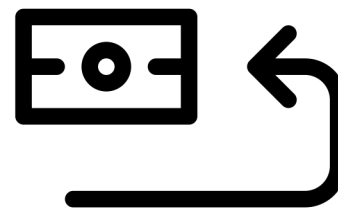
3 доминантные



Удобство
и скорость



Безопасность



Финансовая выгода

Сегмент: «Точно буду использовать ЦР»»

*Я предпочитаю безналичную оплату
вместо наличных*

■ Да ■ Скорее да, чем нет ■ Скорее нет, чем да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



Потому что так совершать покупки **быстрее**



Так как можно **получать кэшбэк**
и другие бонусы



Так как это **более надежный**
способ оплаты



Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N=205

Сегмент: «Скорее буду использовать ЦР»»

*Я предпочитаю безналичную оплату
вместо наличных*

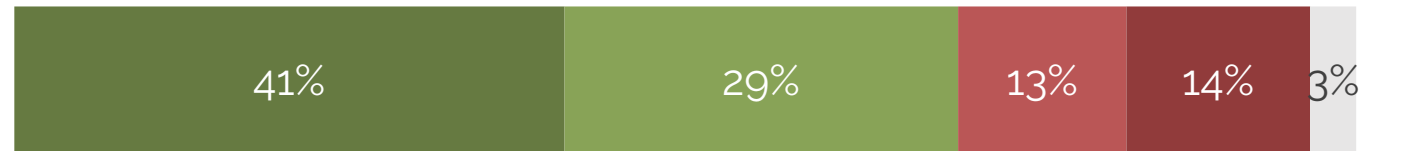
■ Да ■ Скорее да, чем нет ■ Скорее нет, чем да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



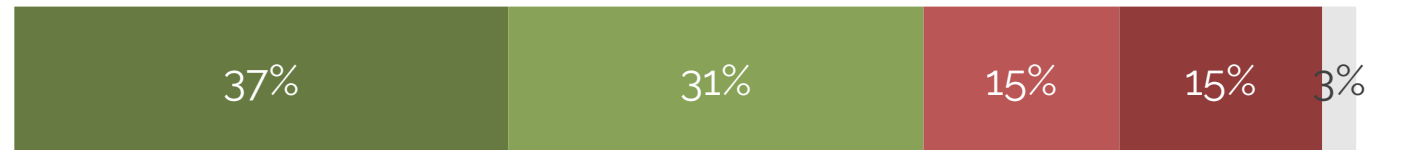
Потому что так совершать покупки **быстрее**



Так как можно **получать кэшбэк**
и другие бонусы



Так как это **более надежный**
способ оплаты



Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 549

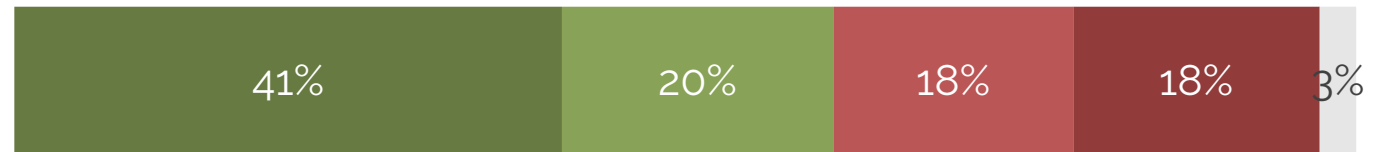
Сегмент: «Скорее не буду использовать ЦР»»

*Я предпочитаю безналичную оплату
вместо наличных*

■ Да ■ Скорее да, чем нет ■ Скорее нет, чем да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



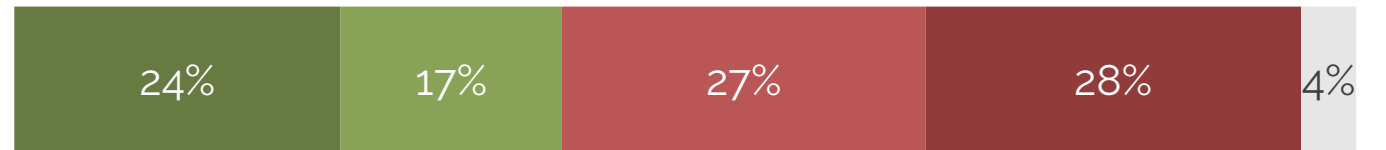
Потому что так совершать покупки **быстрее**



Так как можно **получать кэшбэк**
и другие бонусы



Так как это **более надежный**
способ оплаты



Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 218

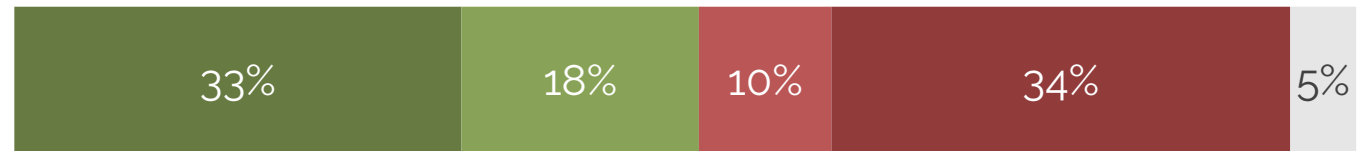
Сегмент: «Точно не будут использовать ЦР»

*Я предпочитаю безналичную оплату
вместо наличных*

■ Да ■ Скорее да, чем нет ■ Скорее нет, чем да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



Потому что так совершать покупки **быстрее**



Так как можно **получать кэшбэк**
и другие бонусы



Так как это **более надежный**
способ оплаты

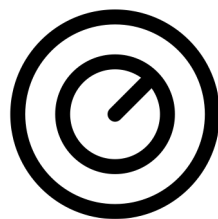


Какие выгоды наиболее значимы?

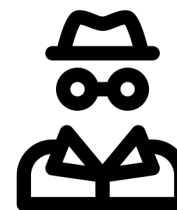
3 дополнительных



Доступ
(к онлайн-покупкам,
переводам)



Контроль
за тратами

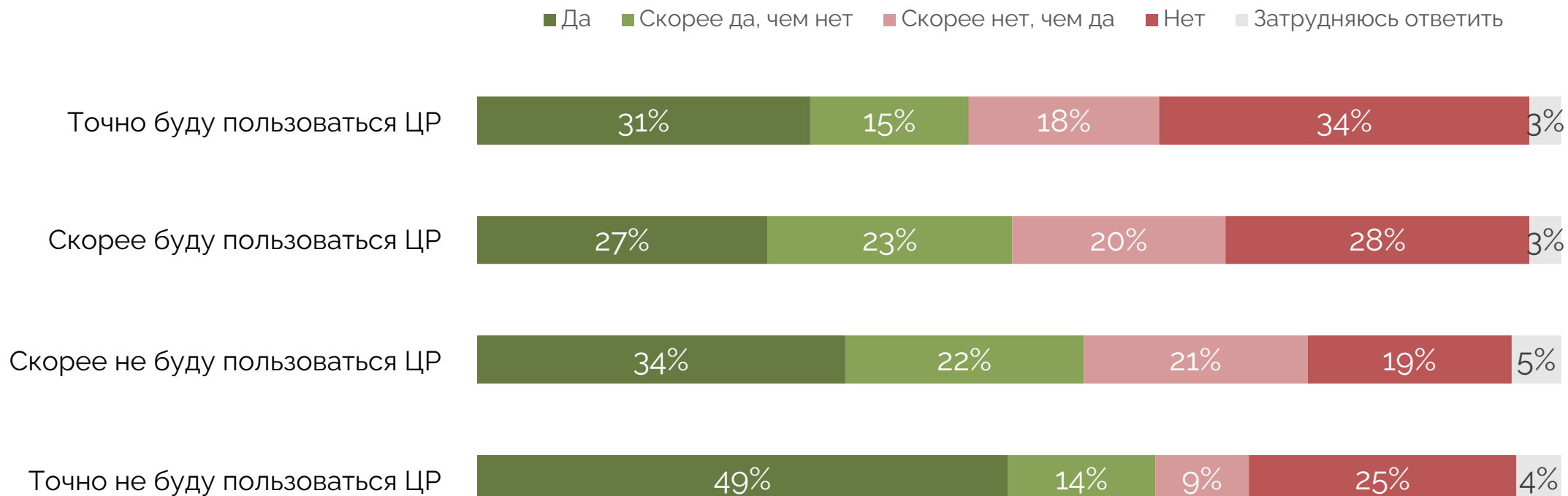


Анонимность

Анонимность чуть больше волнует тех, кто точно не будет пользоваться ЦР



«Я предпочитаю наличные, так как это анонимный способ оплаты, в отличие от безналичных платежей»

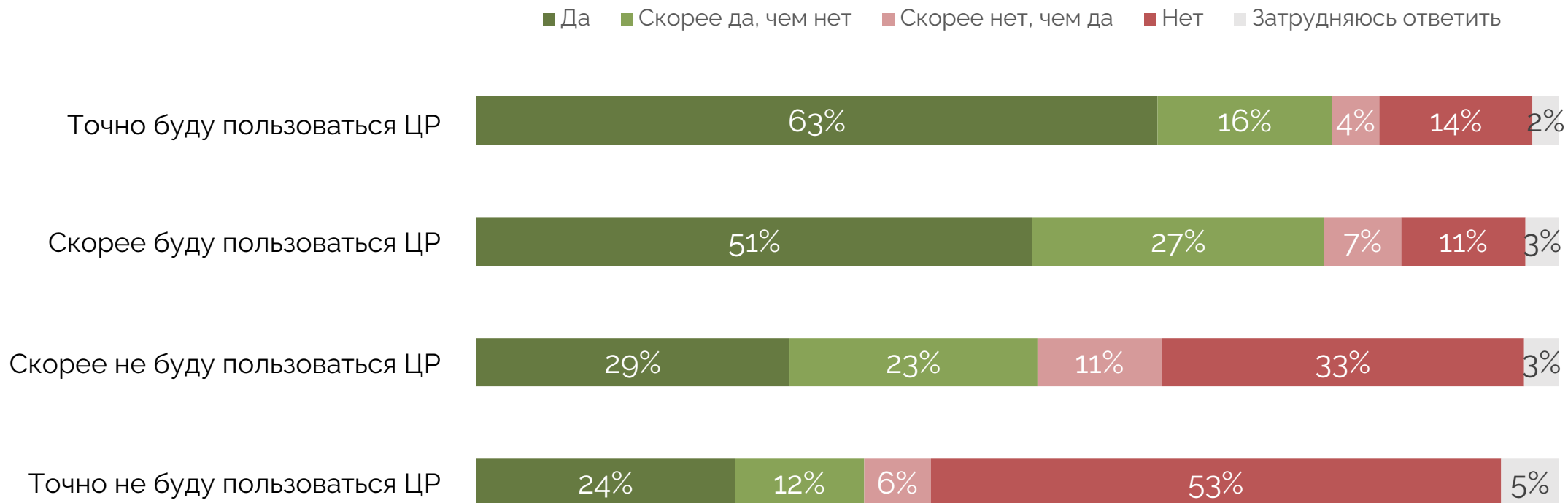


Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 205, 549, 218, 243

Сегмент наиболее склонных использовать ЦР – наиболее продвинутые пользователи онлайн-коммерции

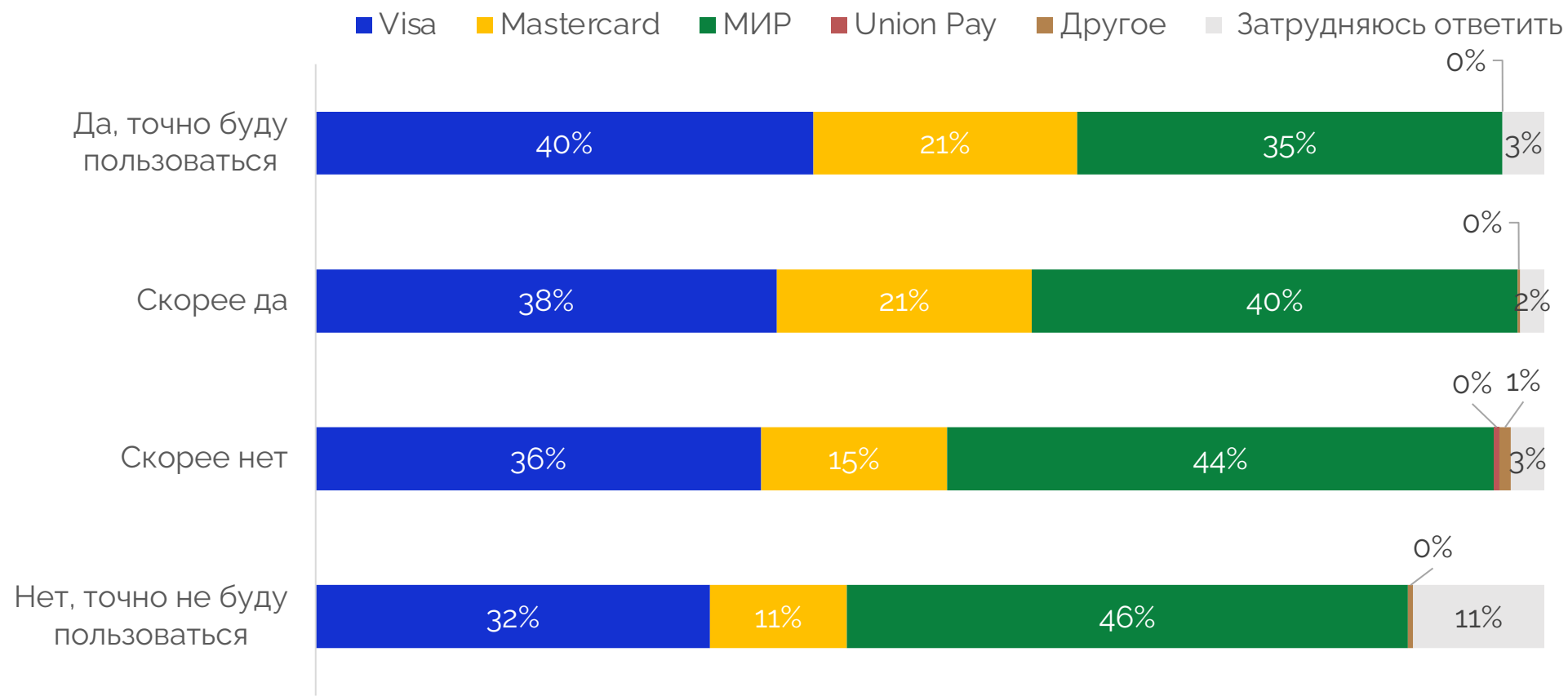


«Я предпочитаю безналичную оплату вместо наличных, так как с ее помощью можно покупать товары и услуги через интернет (в том числе, в зарубежных интернет-магазинах)»



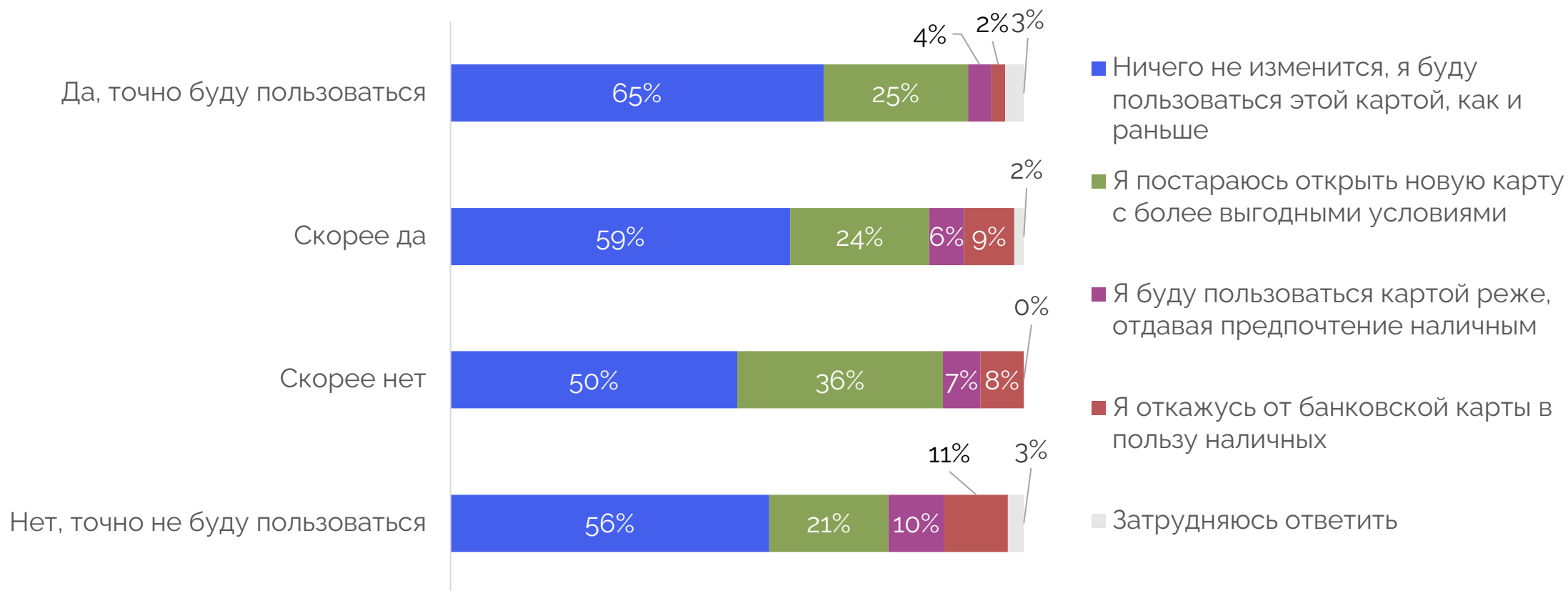
Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 205, 549, 218, 243

Те, кто склонны использовать ЦР, в 2021 считали карты МПС своими основными картами



Q12. Какой платежной системы данная карта? Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? N = 205, 549, 218, 243

Те, кто точно будет пользоваться ЦР наиболее склонны ничего не менять, не хотят отказываться от карты или переходить на наличные полностью в случае отмены бонусов



Q25. Как Вы себя поведете, если ваш банк отменит бонусы, кэшбэк?

Q39. Если завтра Центральный Банк выпустит национальную цифровую валюту (то есть, наличные перейдут в цифровой формат), которыми можно будет платить абсолютно в любом месте наравне с обычными наличными, будете ли Вы ими пользоваться? 123. 297, 92, 72

	Точно буду использовать ЦР	Точно не буду использовать ЦР
Возраст	44% – от 18 до 35; 18 % – старше 60	18 % – от 18 до 35; 44 % – старше 60
Доход от «Денег хватает на продукты и одежду, но покупка холодильника, телевизора, мебели - для нас проблема»	72 %	56 %
Карта есть	92 %	70 %
Считают безналичные более выгодными чем наличные	67 %	17 %
Считают наличные более выгодными чем безналичные	12 %	60 %
Предпочитают безнал за		
<i>скорость</i>	84 %	51 %
<i>финансовые выгоды (кэшбеки)</i>	78 %	35 %
<i>безопасность</i>	73 %	34 %
<i>доступ к онлайн-покупкам</i>	79 %	36 %
Предпочитают нал за анонимность	46 %	63 %
В случае отмены программ лояльности		
<i>откажутся от карты в пользу наличных</i>	2 %	11 %
<i>ничего не изменят в поведении</i>	65%	56%
Считали карту МПС основной	61 %	43 %
N	205	243

Методология (2022)

Омнибус

Период: март 2021

ЦА: население РФ от 18 лет
(репрезентирует по полу, возрасту,
типу населенного пункта и географии)

Метод: онлайн-опрос

Выборка: 1200 интернет-пользователей
