

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Давыдова, Н.Л.¹, к.э.н., доцент, **Сплошнов С.В.²**, к.э.н., доцент

¹Полесский государственный университет,
Республика Беларусь, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23
davydova_nl@mail.ru

²Институт «Кадры индустрии»,
Республика Беларусь, г. Минск, ул. Карбышева 25
sespl@tut.by

ТЕНДЕНЦИИ ПОВЕДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТОЧЕК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время на рынке розничных платежных инструментов Республики Беларусь наибольшее развитие получил сегмент банковских платежных карточек, насыщенный разнообразными продуктами, поддерживаемый развитой инфраструктурой обслуживания и широким перечнем дистанционных каналов взаимодействия с клиентами.

По состоянию на 01.01.2023 г. численность населения Республики Беларусь составляла 9200617 человек, при этом общий объем эмиссии банковских платежных карточек в республике составил 18075,5 тысяч единиц [1; 2]. Общий объем выпуска платежных карточек, возраставший незначительно за 2020-2021 гг. (1,5-3%), за 2022 г. показал прирост на 14,9%, увеличившись на 2345,3 тыс. карточек, что обусловлено массовыми обращениями российских граждан за получением карточек международных платежных систем в белорусские банки в связи с санкционным давлением на банки Российской Федерации.

В целях выявления специфики поведения студенческой молодежи на рынке платежных карточек Республики Беларусь в период с 23 марта по 07 апреля 2023 г. было проведено анкетирование среди студентов 1-3 курсов УО «Полесский государственный университет». Общий объем выборки составил 504 человека. Среди участников исследования преобладающую долю составили студенты в возрасте 17-18 лет (207 человек, 41%) и 19-20 лет (277 человек, 55%). Респонденты старше 22 лет составили 4% от общего количества участников анкетирования.

Анализ результатов исследования показал, что появление первой платежной карточки у студентов связано, в первую очередь, с личной инициативой (277 человек, 55%), потребность в наличии счета для зачисления денежных доходов (стипендии) находится на втором месте - 175 человек (35%). 10% или 51 человек из общего количества опрошенных стали владельцами платежных карточек по инициативе родителей, 1 человек не имеет платежной карточки.

Изучение структуры респондентов по количеству имеющихся карточек показало, что студенты преимущественно имеют от 1 до 3 карточек (87% или 439 человек), 37 человек (7%) являются держателями 4 карточек, 19 человек (4%) – держателями 5 карточек. 6 и более карточек имеется у 8 студентов.

В активном использовании у 91% опрошенных (453 человека) находится 1-2 карточки, 5 человек (1%), при наличии карточек, не используют их для проведения платежей и расчетов.

Наличие у студентов карточек, полученных по личной инициативе, позволяет изучить вопрос использования источников информации о банковских карточных продуктах и уровня доверия к таким источникам. На рисунке 1 представлено распределение участников исследования по ответам на вопрос, сформулированный следующим образом: «При наличии карточек, полученных по личной инициативе (вне стипендиальных проектов, социальных выплат): какие источники информации использовались для выбора банка-эмитента и карточного продукта?».

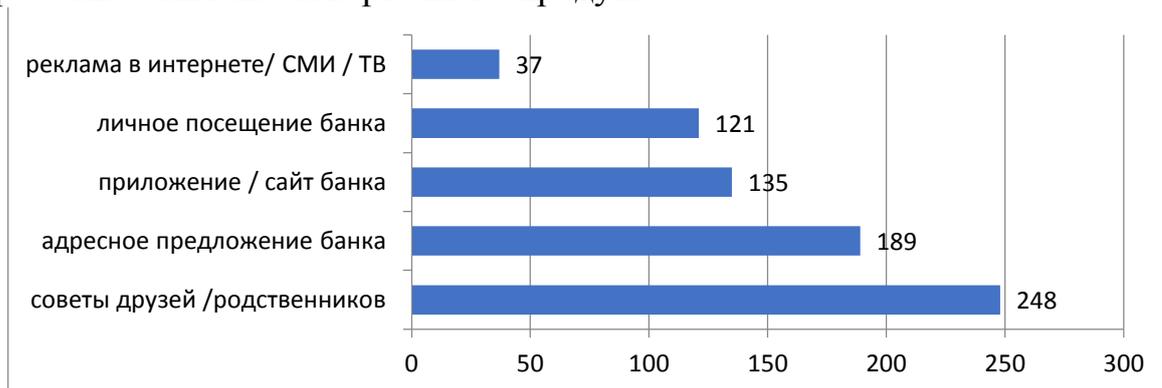


Рис. 1 – Распределение участников исследования по источникам информации о характеристиках банковских карточных продуктов, чел.

Проведенное исследование позволило определить предпочтения молодежной аудитории в выборе инструментов платежа, их ориентацию на мнение представителей старшего поколения в выборе банковских карточных продуктов, что позволяет при прямом воздействии на данный клиентский сегмент обеспечивать дополнительные продажи в молодежном сегменте без дополнительных затрат. Незначительное влияние рекламных мероприятий и большое внимание к адресным предложениям, формируемым в социальных сетях, должно способствовать трансформации системы продвижения банковских карточных продуктов, её переориентации от воздействия на потенциальную аудиторию в целом на более индивидуальный подход к каждому клиентскому сегменту.

Список использованных источников

1. Численность населения на 1 января 2023 г. и среднегодовая численность населения за 2022 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, городов, поселков городского типа. Статистический бюллетень [Электронный ресурс]. / Национальный статистический комитет URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/266/g7tfria1rlnl0pb5rp7b942bh6eu6tiv.pdf>. (дата обращения: 10.09.2023).

2. Состояние рынка банковских платежных карточек [Электронный ресурс]./ Национальный банк Республики Беларусь. URL: https://www.nbrb.by/payment/plasticcards/state_of_the_market_of_bank_payment_cards. (дата обращения: 09.09.2023).