

# Экономические последствия пандемии для потребителей финансовых услуг



Ростислав Кокорев, к.э.н.,  
заведующий лабораторией  
финансовой грамотности  
экономического факультета  
МГУ имени М.В. Ломоносова

# Главные изменения – 2020 с точки зрения потребителя (внешние и внутренние)

- Падение доходов
- Изоляция
- «Онлайнизация»
- Снижение качества жизни
- Резкий рост неопределенности жизни
- Стресс и снижение рациональности
- Снижение защищенности потребителя:
  - ✓ экономическое
  - ✓ правовое
  - ✓ психологическое



# Падение доходов граждан (1)

- Росстат: реальные располагаемые доходы населения в 1 полугодии 2020 упали на 3,7% по сравнению с 1 полугодием 2019, во 2 квартале 2020 – упали на 8% по сравнению со 2 кварталом 2019

- ✓ **Сокращения зарплаты**
- ✓ **Перевод на неполный рабочий день**
- ✓ **Отправка в неоплачиваемые отпуска**
- ✓ **Увольнения**



- Online Market Intelligence и ЦСП «Платформа» (апрель 2020): у 49% работающих россиян существенное сокращение доходов семьи с начала эпидемии
- СК «Росгосстрах Жизнь» и НТЦ «Перспектива» (июнь 2020): доля россиян со среднемесячным доходом ниже 15 тыс. руб. возросла с 38,1% до 44,6%
- «Сберданные»: с марта по май 2020 трудовые доходы сократились у половины всех работающих, в т. ч. у 20% занятых они упали более чем на 30%

# Падение доходов граждан (2)

- Уровень **официальной безработицы** в мае 2020 – максимум за последние 8 лет: 4,5 млн человек, или 6,1% экономически активного населения
- При этом – традиционно низкий запас **финансовой прочности**: по разным оценкам, от 40% до 60% домохозяйств не имеют «подушки безопасности»
- **С другой стороны** – меры государственной поддержки населения: специальные выплаты на детей, повышение пособий по безработице, программы поддержки занятости...
- Похоже, что относительно более сильный удар **по доходам** пришелся не по тем категориям, которые традиционно считаются уязвимыми (пенсионеры, безработные, семьи с детьми...), а по среднему классу и мелким предпринимателям
- При этом объем депозитов граждан с 1 января до 1 августа 2020 вырос на 5,1% - с 30,5 трлн руб до 32,1 трлн руб (**«вынужденные сбережения»?!**)



# Переход потребителей в онлайн: «мир не будет прежним»

- Пандемия ускорила **массовый переход** потребителей в онлайн – как в сфере финансовых услуг, так и в отношении многих товаров и нефинансовых услуг:
  - самоизоляция
  - удобно и быстро
  - технологическая готовность значительной части населения и бизнеса
- НО! Это происходит на фоне:
  - ухудшения экономического положения значительной части населения и бизнеса
  - стресса из-за нехватки живого общения



**«Онлайнизация» не только потребления, но и жизни в целом:  
оценить все последствия пока невозможно**

# Новые тренды в «онлайн-потреблении»: расширение охвата

Цифровизация приобретения все большего набора повседневных благ:

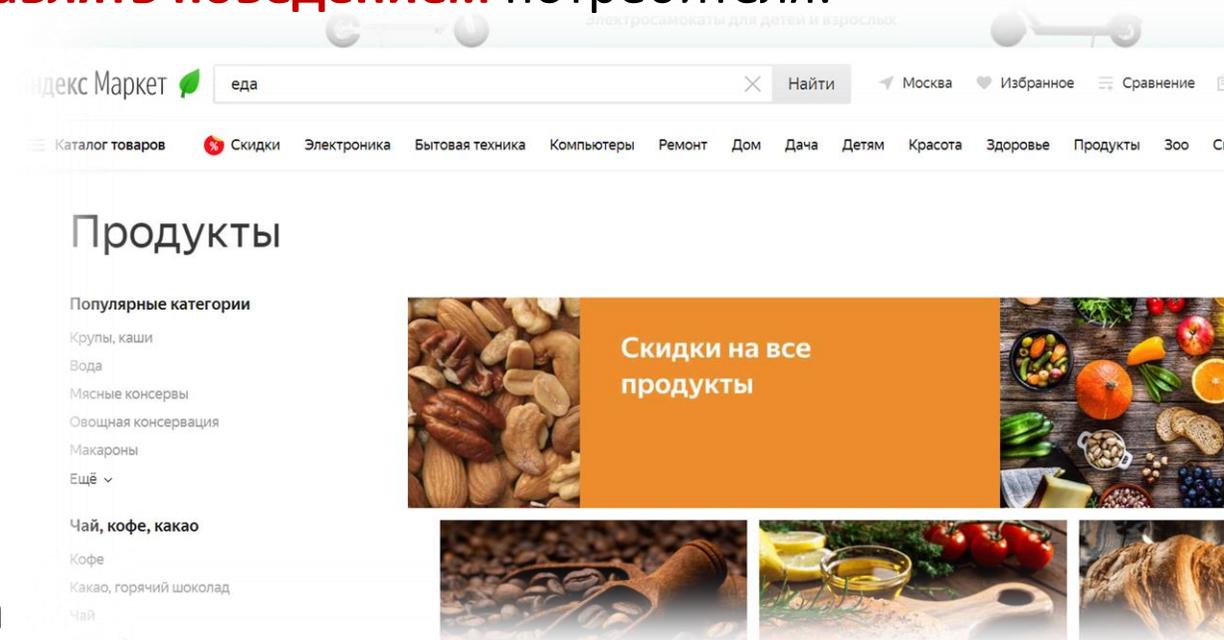
- ✓ **покупка товаров** – продовольствие, одежда и обувь, косметика, электроника, товары для дома...
- ✓ **покупка услуг:**
  - транспорт (такси-агрегаторы, каршеринг)
  - тренировки (фитнес, танцы и др.)
  - образование (!)
  - развлечения – кино, театры, музеи, оперы, квизы...
  - туризм (виртуальные туры) и др.
- ✓ **приобретение финансовых продуктов:**
  - ✓ депозиты
  - ✓ кредиты и займы
  - ✓ страхование
  - ✓ ценные бумаги и др.



**«Услуга, которую нельзя получить через Интернет, – это сегодня не услуга»**

# Развитие и усиление цифровых платформ

- **Расширение влияния** цифровых платформ и экосистем на новые сферы, усиление их **рыночной власти**
- У цифровых платформ есть возможности **управлять поведением** потребителя:
  - программы лояльности
  - санкции за оппортунистическое поведение
  - разнообразные формы «наджинга» – как технологического (расположение кнопок на экране, порядок навигации по сайту), так и маркетингового (контекстная реклама)
- Потребитель **не может** в одиночку **влиять** на условия предоставления товаров и услуг через цифровую платформу



# «Онлайн-потребитель» менее защищен

- Рост **возможностей для манипулирования** поведением потребителей со стороны контрагентов – причины:
  - недостаточная «цифровая финансовая грамотность»
  - недостаточная «цифровая правовая грамотность»
  - общий стресс из-за пандемии, ухудшения экономического положения, недостатка общения
- Рост явного и прикрытого **мошенничества**:
  - ✓ мнимые льготы, скидки, акции
  - ✓ фейковые сайты
  - ✓ борьба с коронавирусом
  - ✓ «помощь» в решении трудных ситуаций и др.



# Ухудшение правовой среды для онлайн-потребителя (не только пандемия...)

- Не столько новые законы и нормативные акты, сколько проблемы правоприменения и недостаток «цифровой правовой грамотности»
- Понимает ли потребитель:
  - когда (в какой момент), с кем и как он заключает договор?
  - что условия этого договора определены в каких-то «Правилах», «Пользовательских соглашениях», «Порядках оказания услуг», «Тарифах», приложениях к этим документам?
  - что провайдер может менять эти условия в одностороннем порядке?
  - что при заключении договора потребитель может предоставить доступ к своему счету, иногда даже незаметно для себя ?
  - что при споре будут сложности с доказыванием, что сделал и что не сделал контрагент, если все происходило в онлайне?
- Затруднено общение с провайдером для выяснения отношений в случае конфликта
- Затруднен доступ к правосудию в условиях карантина



# Снижение качества жизни из-за пандемии

- Невозможность **получить ряд благ** (туризм, культурные мероприятия, медицинская помощь...)
- Невозможность **планирования** – даже среднесрочного (см. «Неопределенность»)
- Размывание **границы** между работой и личной жизнью, рабочим и личным пространством



- Ограничения **свободы**
- Отсутствие **безопасности**
- Опасения **потерять работу**
- Снижение качества **образования**:
  - ✓ знания
  - ✓ социализация
- Ограничение участия в **общественной жизни**
- **Гиперобщение** внутри семей и др.

# Неопределенность повсюду

- Неопределенность медицинская, экономическая, правовая, социальная
- Неизвестно, **как будет развиваться эпидемия** – количество больных, тяжесть протекания болезни, легкость заражения, способы лечения
- Неизвестно, **какие меры борьбы с эпидемией** захочет предпринять государство и насколько они эффективны
- Непонятен **правовой режим** многих из этих мер («нерабочие невыходные дни», отсутствие режима ЧС, правомерность ограничений на уровне субъектов РФ и т.п.)



- Неизвестно, как жестко будут налагаться **санкции за нарушение** «противоэпидемических мер»
- Неизвестно, когда те или иные отрасли / компании / люди **смогут вернуться к «докризисной модели»** – и смогут ли вообще, и др.

# Есть ли позитивные новости?

- «Онлайнизация» многих товаров и услуг **выгодна потребителям** с точки зрения доступности и соотношения «цена – качество»
- Ускорение цифровизации экономики – шанс на **опережающее развитие** инновационных отраслей и технологий



- Исчезновение некоторых устаревших профессий – шанс для работников на **переквалификацию** на более современные виды деятельности
- Возможность **переоценить** свои ценности и **переосмыслить** свою жизнь 😊
- **Финансовая грамотность** становится еще более востребованной 😊