



НОВЫЕ ВЫЗОВЫ
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

СПОКОЙСТВИЕ, КОНСЕРВАТИЗМ, УДОБСТВО: МНЕНИЯ КЛИЕНТОВ РОССИЙСКИХ БАНКОВ



СОДЕРЖАНИЕ



ВВЕДЕНИЕ
3



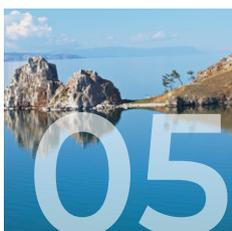
**ОСНОВНЫЕ
ВЫВОДЫ
И РЕЗУЛЬТАТЫ**
4



**БАНК РОССИИ СНИЖАЕТ
СТАВКУ, НО КЛИЕНТЫ
НЕ ПЛАНИРУЮТ
СОКРАЩАТЬ РАЗМЕР
ВКЛАДОВ**
6



**СМЕНА БАНКА –
СЕРЬЕЗНОЕ РЕШЕНИЕ
ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА
КЛИЕНТОВ**
10



**ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
БАНКОВСКИМИ УСЛУГАМИ
ПРОСТО И БЫСТРО**
12



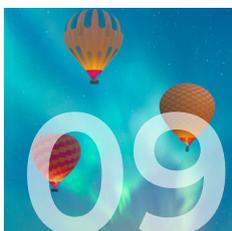
**СОВРЕМЕННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
ПРОДОЛЖАЮТ
УПРОЩАТЬ ДОСТУП
К СЕРВИСАМ**
13



**ЗА УДОБСТВО
ПРИХОДИТСЯ
ПЛАТИТЬ**
14



**СЛУЖБАМ
БЕЗОПАСНОСТИ
БАНКОВ
РАССЛАБЛЯТЬСЯ
РАНО**
15



ЗАКЛЮЧЕНИЕ
16



**ПОРТРЕТ
УЧАСТНИКОВ
ОПРОСА**
17



**КОНТАКТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ**
18



ВВЕДЕНИЕ

Группа компаний Б1 продолжает серию исследований, посвященную оценке реакции клиентов российских банков на изменения, происходящие в финансовом секторе. Мы опрашивали аналогичные категории респондентов в конце 2022-го и летом 2024 года. Анализ результатов предыдущих исследований показал, что пользователи банковских услуг адаптировались к изменениям и не столкнулись при этом со значительными сложностями.

В этом году мы опросили более 2100 респондентов из числа активных пользователей российского сегмента Интернета. Основными темами нашего исследования стали отношение клиентов банков к изменениям ключевых показателей финансового сектора и потенциальным действиям регулятора, а также удобство взаимодействия с банком по различным каналам. Кроме того, мы проанализировали, как разные группы респондентов инвестируют свободные средства и какие банковские продукты наиболее востребованы.



ГЕННАДИЙ ШИНИН

Партнер, руководитель направления по оказанию услуг компаниям финансового сектора

Проведя очередное исследование, мы в еще раз убедились в том, насколько важно понимать, как думают и действуют не только профессионалы в крупнейших банках, но и обычные клиенты, которые регулярно пользуются банковскими продуктами.

Проанализировав результаты, мы выяснили, как клиенты планируют реагировать на дальнейшие изменения в кредитно-денежной политике, какие продукты и объекты инвестиций будут наиболее интересны для частных лиц. Мы также выявили, как клиенты предпочитают получать сообщения от банков и какие каналы для них наиболее удобны при запросе разных услуг.

Один из наиболее интересных результатов нашего исследования – это почти полное совпадение мнений профессионалов банковского сектора и частных клиентов относительно возможных изменений объемов депозитов в связи с дальнейшим возможным снижением ключевой ставки.

Мы рассчитываем, что данные, полученные нами, будут полезны всем участникам финансового рынка и помогут принимать решения, направленные на дальнейшее развитие банковского сектора.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

1

ИНФОРМАЦИЮ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ ЦБ РФ ОТСЛЕЖИВАЕТ БОЛЬШИНСТВО, НО ЛИШЬ НЕКОТОРЫЕ ПРИНИМАЮТ НА ЕЕ ОСНОВЕ ЗНАЧИМЫЕ РЕШЕНИЯ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ФОРМАТА НАКОПЛЕНИЙ.

Клиенты банков интересуются информацией о ситуации на финансовом рынке. **83%** опрошенных в той или иной степени отслеживают изменения ключевой ставки. При этом большинство не готово к решительным действиям на основе полученных данных. Только **13%** респондентов принимают активные решения, основанные на изменениях ставки.

2

СРЕДНЕМУ КЛИЕНТУ БАНКА В ОСНОВНОМ ИНТЕРЕСНЫ ТРАДИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СБЕРЕЖЕНИЙ (ВКЛАДЫ). ПРИ ЭТОМ УЧАСТНИКИ ОПРОСА С ДОХОДОМ ВЫШЕ СРЕДНЕГО БОЛЕЕ ИНИЦИАТИВНО УПРАВЛЯЮТ СВОИМИ АКТИВАМИ, А МОЛОДЕЖЬ ЧАЩЕ ВЫБИРАЕТ БОЛЕЕ ДОХОДНЫЕ И НЕСКОЛЬКО БОЛЕЕ РИСКОВАННЫЕ ВАРИАНТЫ.

Респонденты в целом занимают достаточно консервативную позицию при выборе инструментов сбережения. Большинство на фоне снижения ключевой ставки в качестве наиболее интересного вида выбирает разные типы банковских вкладов.

Участники опроса с доходом более 150 тыс. рублей на человека в месяц активнее других респондентов меняют форматы вложений и перекалдывают средства на других условиях при изменении ключевой ставки. Среди них почти в два раза больше тех, кто рассматривает инвестиции на фондовом рынке. Кроме того, именно в этой категории почти в 2,5 раза больше планирующих покупать валюту и проводить операции на рынке криптовалют.

Молодые люди (18–24 года) готовы выбирать менее консервативные возможности для инвестирования. В этой категории респондентов значительно больше тех (**25%** против **16%** среди всех), кто заинтересован в инвестициях на фондовом рынке.

3

КРЕДИТНЫЕ ПРОДУКТЫ НЕ ВЫЗЫВАЮТ ЗНАЧИТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА, И САМЫМ НЕПОПУЛЯРНЫМ ВИДОМ СТАЛИ АВТОКРЕДИТЫ. ПРИ СТАВКЕ БОЛЕЕ 25% ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ РЕСПОНДЕНТЫ НЕ ГОТОВЫ БРАТЬ КРЕДИТЫ.

Клиенты банков достаточно консервативно настроены в отношении кредитов. Наименьшая заинтересованность связана с получением автокредитов, и почти половина (**47%**) не готова воспользоваться этой кредитной услугой ни при каких условиях. Ипотечный кредит при ставке ниже 10% готовы рассмотреть **43%** клиентов банков. При ключевой ставке выше 25% кредитные продукты ожидаемо неинтересны практически всем нашим респондентам.

4

НА ФОНЕ СНИЖЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ НЕ ОЖИДАЕТСЯ РЕЗКОГО ОТТОКА ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ С ДЕПОЗИТОВ. ПОДАВЛЯЮЩЕЕ БОЛЬШИНСТВО НЕ ГОТОВО ВЫВОДИТЬ СРЕДСТВА, ЕСЛИ СТАВКА СНИЗИТСЯ МЕНЬШЕ ЧЕМ НА 5%. 25% ВООБЩЕ НЕ ПЛАНИРУЮТ ЗАКРЫВАТЬ ДЕПОЗИТЫ.

Клиенты банков не планируют резко сокращать объем депозитов при дальнейшем снижении ставки. Среди тех, у кого открыты вклады в банках, **21%** готовы выводить деньги из банка в случае снижения ставки по депозитам на 5%, **33%** будут рассматривать такое решение при ее уменьшении от 5 до 10% и еще **21%** – при ее падении от 10 до 15%. **25%** вообще не собираются закрывать вклады при любом изменении ставки.

5**ДЕБЕТОВЫМИ КАРТАМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПОДАВЛЯЮЩЕЕ БОЛЬШИНСТВО РЕСПОНДЕНТОВ, ПРЕДПОЧИТАЯ ИМЕТЬ ДО ДВУХ КАРТ. ЛИШЬ У НЕКОТОРЫХ ЕСТЬ БОЛЕЕ ТРЕХ КАРТ. ПРИ ЭТОМ МНОГИЕ ОПРОШЕННЫЕ НЕ СКЛОННЫ ЧАСТО МЕНЯТЬ СВОЙ ОСНОВНОЙ БАНК.**

Дебетовые карты по-прежнему самый популярный банковский продукт. **96%** респондентов пользуются хотя бы одной дебетовой картой, а **40%** – двумя. Доля тех, у кого больше трех карт, составила **11%**.

Большинство участников нашего исследования не склонны часто менять основной банк. **63%** за последний год не делали этого. При этом более половины респондентов (**68%**) высоко оценивают важность программ лояльности при выборе банка или карты.

6**УДОБСТВО БАНКОВСКИХ СЕРВИСОВ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ВЫЗЫВАЕТ СОМНЕНИЙ У КЛИЕНТОВ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ СТАЛО НОРМОЙ. ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ БОЛЬШИНСТВО ПРЕДПОЧИТАЕТ СМС- И ПУШ-УВЕДОМЛЕНИЯ.**

Подавляющее большинство участников нашего исследования (**95%**) считают, что выполнение основных операций в банковских приложениях достаточно удобно. **63%** указали, что все занимает менее минуты и приложение очень удобно. **32%** сообщили, что работа в приложении занимает несколько минут и это приемлемо.

85% поставили за общее удобство банковских сервисов оценки «хорошо» и «отлично». **90%** респондентов указали, что им достаточно легко переключаться между различными каналами обслуживания без потери информации и необходимости ее повторять.

Мобильное приложение уже стало практически нормой при оказании банковских услуг, а наличие СМС- и пуш-уведомлений – необходимостью для передачи информации клиентам. **90%** респондентов для обращения в банк и проведения операций предпочитают пользоваться мобильным приложением. **63%** и **59%** выбрали в качестве наиболее удобного способа СМС-сообщения и пуш-уведомления соответственно.

7**КЛИЕНТЫ БАНКОВ ОТМЕЧАЮТ УДОРОЖАНИЕ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ, А ТАКЖЕ ДОВОЛЬНО ЧАСТО СТАЛКИВАЮТСЯ СО СКРЫТЫМИ КОМИССИЯМИ И СПИСАНИЯМИ.**

58% участников опроса заметили, что банковское обслуживание стало дороже. **39%** респондентов указали, что за последний год сталкивались со скрытыми комиссиями и неожиданными списаниями. При этом **87%** опрошенных указали, что информирование банка об условиях обслуживания им понятно.

8**МОШЕННИКИ ОЧЕНЬ ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЮТ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ДАВЛЕНИЕ, ПРЕДСТАВЛЯЯСЬ СОТРУДНИКАМИ СЛУЖБЫ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКА ИЛИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ.**

Более половины респондентов (**54%**) имеют опыт общения с мошенниками, которые выдавали себя за сотрудников службы безопасности банка или представителей правоохранительных органов.

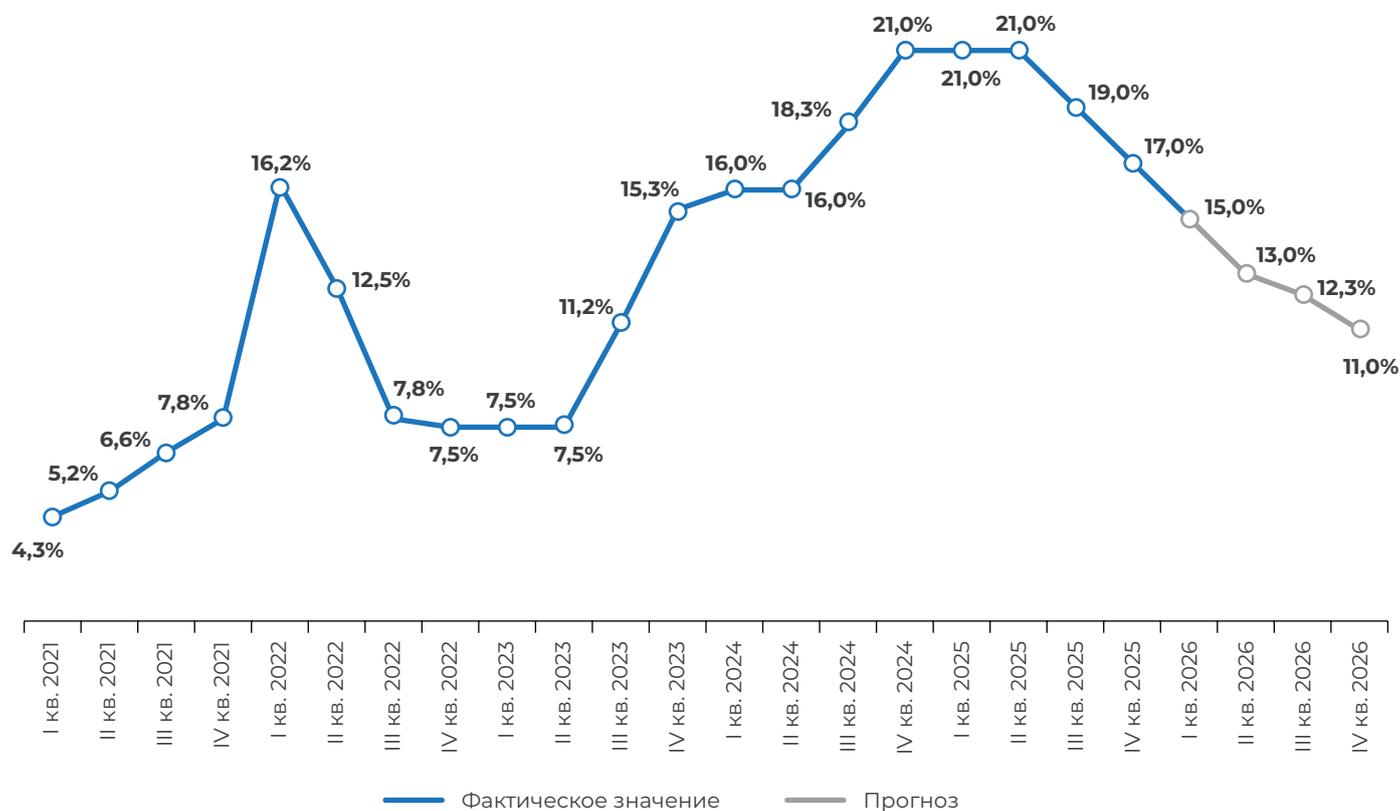
БАНК РОССИИ СНИЖАЕТ СТАВКУ, НО КЛИЕНТЫ НЕ ПЛАНИРУЮТ СОКРАЩАТЬ РАЗМЕР ВКЛАДОВ

Последние полтора года значительное влияние на деятельность финансовых организаций оказывают решения Центрального банка России по изменению ключевой ставки. Консенсус-прогноз¹ предполагает уменьшение ключевой ставки до 11–15% к 2026 году при условии снижения инфляционных ожиданий и улучшения макроэкономической ситуации.

Несмотря на то что большинство участников нашего исследования (83%) в той или иной степени отслеживают изменения ключевой ставки, лишь 13% респондентов активно преобразуют состав своих финансовых активов, основываясь на изменениях ставки.

В то же время граждане, чей доход превышает 150 тысяч рублей на одного члена семьи, активнее других респондентов корректируют форматы вложений и условия размещения вкладов при изменении ключевой ставки. В этой категории респондентов так действуют 43%.

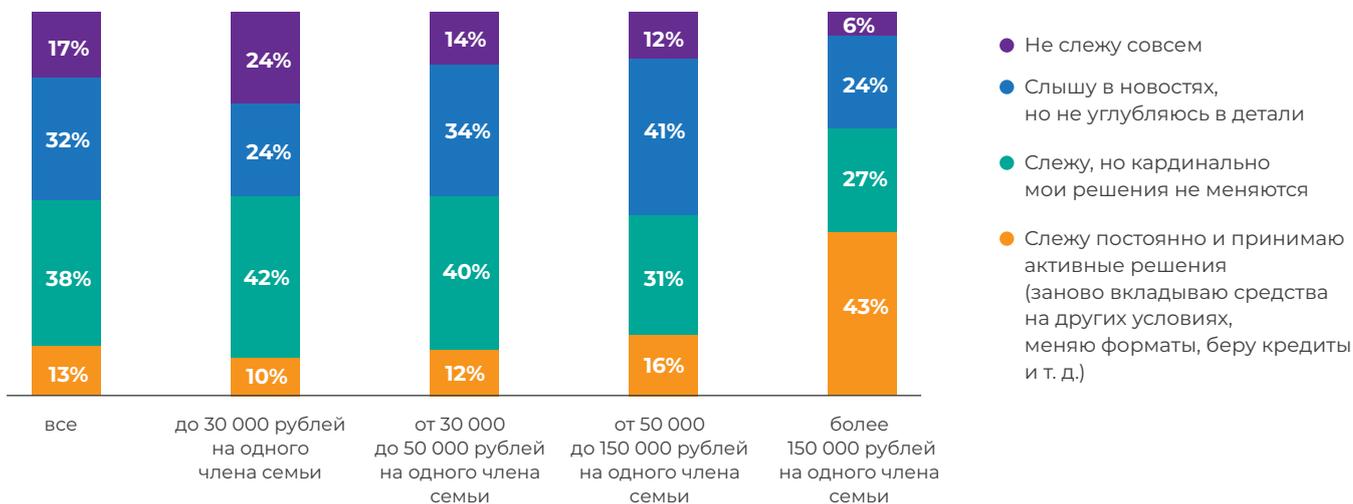
ИЗМЕНЕНИЕ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ ЦБ РФ¹



¹ Источник: www.cbr.ru, расчеты и анализ БИ.



НАСКОЛЬКО АКТИВНО ВЫ СЛЕДИТЕ ЗА ИЗМЕНЕНИЯМИ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ БАНКА РОССИИ И КАК ЭТО ВЛИЯЕТ НА ВАШИ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ?



Респондентам предлагалось выбрать наиболее интересный вид сбережений в случае дальнейшего снижения ключевой ставки. Большинство выбрало банковские вклады: 29% – краткосрочные (до 6 месяцев), 25% – среднесрочные (от 6 месяцев до 1 года) и еще 18% – долгосрочные (более 1 года).

19% опрошенных считают недвижимость перспективным активом в период снижения ключевой ставки, 18% предпочитают в этой ситуации накопления наличными в рублях.

При этом 23% респондентов указали, что у них нет возможности делать какие-либо сбережения.

Важно отметить, что респонденты с доходом выше среднего² в большей степени заинтересованы в активном управлении своими сбережениями. Среди них почти в два раза больше тех, кто рассматривает инвестиции на фондовом рынке (33% по сравнению с 16% среди всех). Именно в этой категории почти в 2,5 раза больше тех, кто рассчитывает покупать валюту и готов проводить операции на рынке криптовалют, по сравнению с ответами всех респондентов.

Среди респондентов в возрастной категории от 18 до 24 лет значительно больше тех (25% против 16% среди всех), кто заинтересован в инвестициях на фондовом рынке.

Интересно, что даже в случае дальнейшего продолжительного снижения ставок лишь 16% задумаются об инвестициях в ценные бумаги.

Участникам исследования предлагалось оценить возможность открытия кредитных продуктов в текущей ситуации. Респонденты выразили наименьшую заинтересованность в автокредитах.

² Здесь и далее в нашем исследовании к респондентам с доходом выше среднего мы относим лиц, получающих более 150 тысяч рублей в месяц на человека.

В СЛУЧАЕ СНИЖЕНИЯ СТАВОК ПО ВКЛАДАМ И НАКОПИТЕЛЬНЫМ СЧЕТАМ КАКИЕ ВАРИАНТЫ СБЕРЕЖЕНИЙ СТАНУТ ДЛЯ ВАС БОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫМИ?

Возможно несколько вариантов ответа.



СРАВНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СБЕРЕЖЕНИЙ, КОТОРЫЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ РЕСПОНДЕНТЫ С ДОХОДОМ ВЫШЕ СРЕДНЕГО И ВСЕ УЧАСТНИКИ ОПРОСА



Почти половина (47%) не готова воспользоваться этим вариантом ни при каких условиях. Возможно, это связано в том числе и с тем, что ЦБ РФ в 2025 году ужесточил требования по выдаче автокредитов³.

При этом ипотечный кредит при ставке ниже 10% готовы рассмотреть 43% опрошенных.

Если ключевая ставка превысит 25% годовых, кредитные продукты окажутся практически неинтересны нашим респондентам.

Мы спросили респондентов про влияние ставки по депозитам на решение о выводе денег из банка. Почти половина (49%) опрошенных предполагают, что сделают это при значительном снижении ставки.

Среди тех, у кого открыты депозиты в банках, 21% готовы выводить деньги в случае снижения ставки по депозитам на 5%, 33% – при ее уменьшении от 5 до 10%, а 21% – при падении от 10 до 15%.

При этом 17% всех опрошенных (25% из числа тех, у кого есть депозиты) вообще не планируют выводить деньги из банков даже при значительном уменьшении ставки по депозитам.

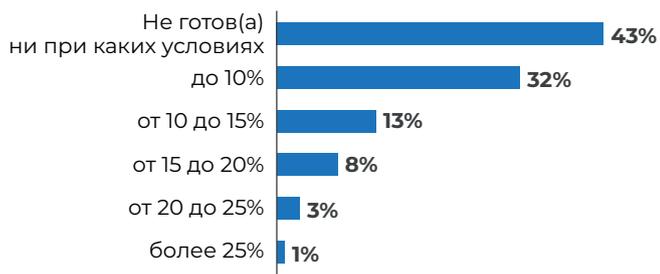
34% респондентов указали, что у них нет депозитов в банках.

Показательно, что сходную тенденцию отметили представители банков, ставшие участниками исследования, проведенного Группой компаний Б1 совместно с рейтинговым агентством НКР весной 2025 года⁴. Тогда большинство респондентов (76%) посчитали вероятность оттока депозитов из своих банков низкой или даже очень низкой в случае дальнейшего снижения ставки.

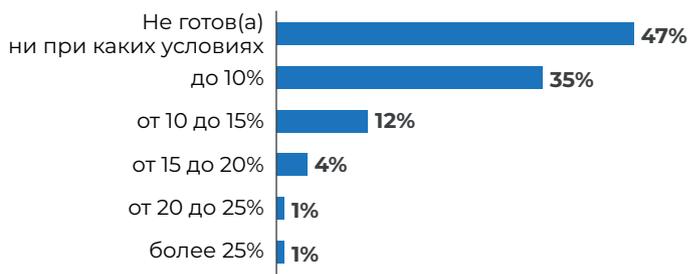
³ Банк России принял ряд решений по макропруденциальной политике (<https://www.cbr.ru/press/pr/?file=638895609849590143FINSTAB.htm>)

ПРИ КАКОМ УРОВНЕ СТАВКИ ВЫ ГОТОВЫ РАССМАТРИВАТЬ ПОЛУЧЕНИЕ КРЕДИТА ПРИ СОХРАНЕНИИ ОСТАЛЬНЫХ ТЕКУЩИХ УСЛОВИЙ?

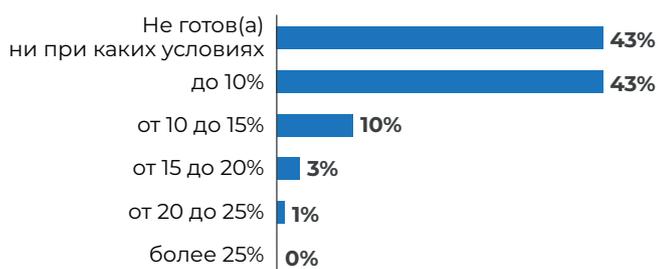
Кредитные карты



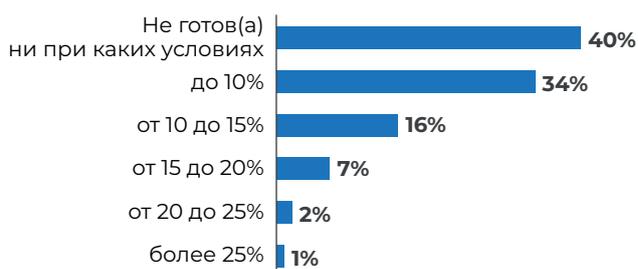
Автокредит



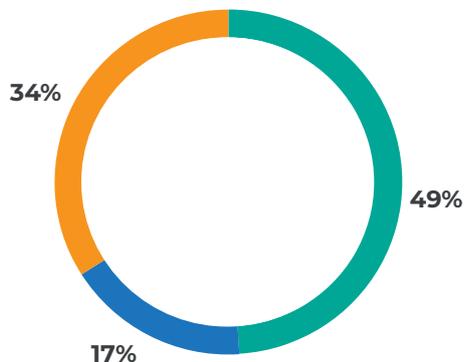
Ипотека



Потребительский кредит



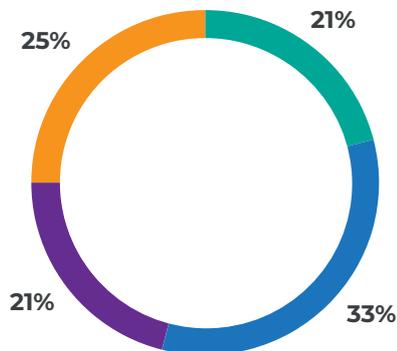
ПЛАНИРУЕТЕ ЛИ ВЫ ВЫВОДИТЬ ДЕНЬГИ ИЗ БАНКА ПРИ СНИЖЕНИИ СТАВКИ ПО ДЕПОЗИТАМ?



- Планирую выводить депозиты при снижении ставки
- Не планирую закрывать депозитные счета даже при значительном уменьшении ставки
- Нет депозитов в банках

НАСКОЛЬКО ДОЛЖНА СНИЗИТЬСЯ СТАВКА ПО ДЕПОЗИТАМ, ЧТОБЫ ВЫ ЗАКРЫЛИ ВКЛАД В БАНКЕ?

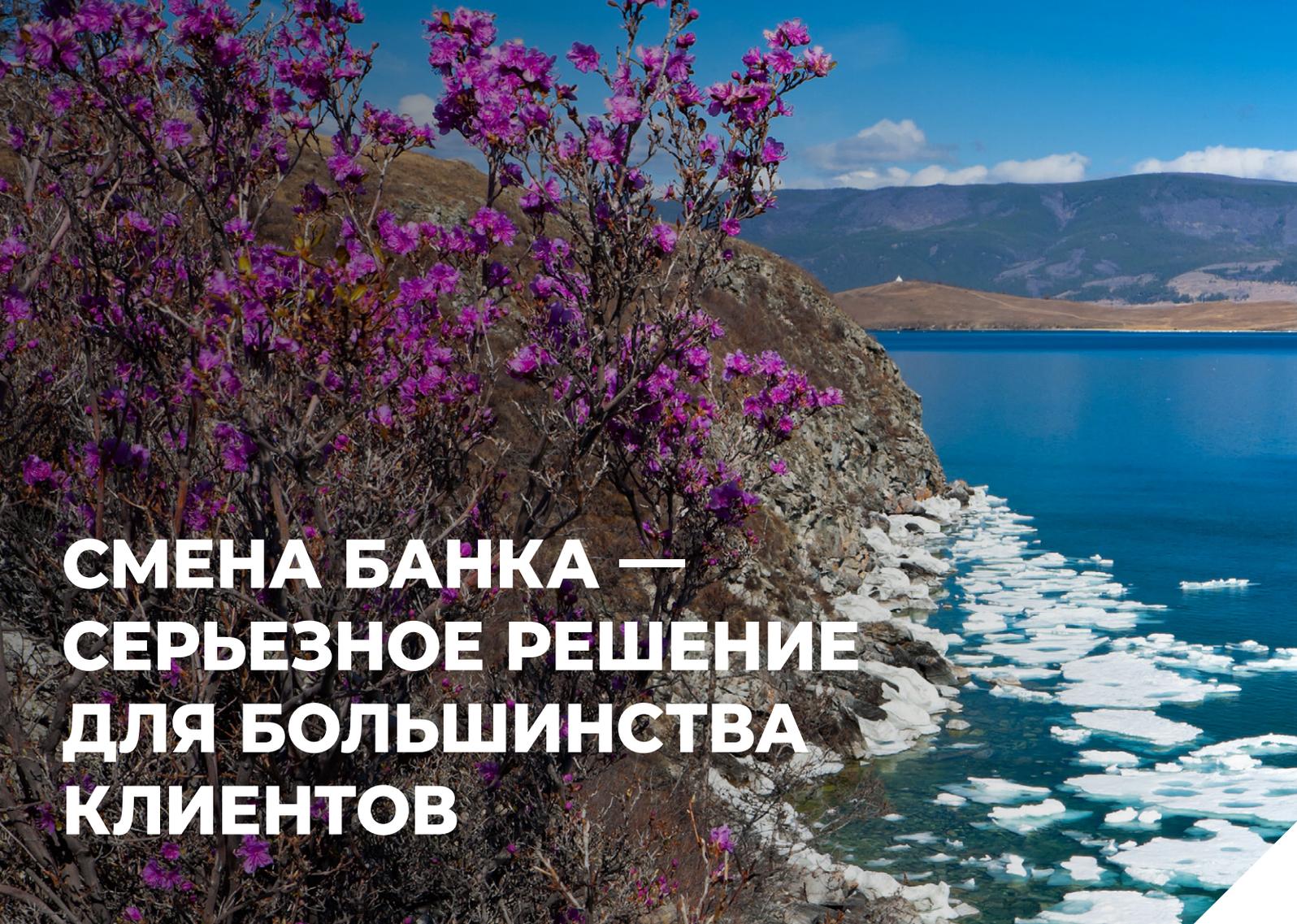
Вопрос задавался только тем, у кого есть депозит в банке.



- На 5%
- От 5 до 10%
- От 10 до 15%
- Не планирую закрывать депозитные счета даже при значительном снижении ставки

Таким образом, на основе результатов двух исследований Б1 можно с достаточной уверенностью предположить, что дальнейшее разумное снижение ключевой ставки ЦБ РФ не окажет значительного негативного влияния на объемы депозитов частных лиц в банках.

⁴ Осторожный оптимизм и ставка на долгосрочный рост: исследование Б1 (<https://b1.ru/analytics/b1-banking-trends-2025-survey/>)



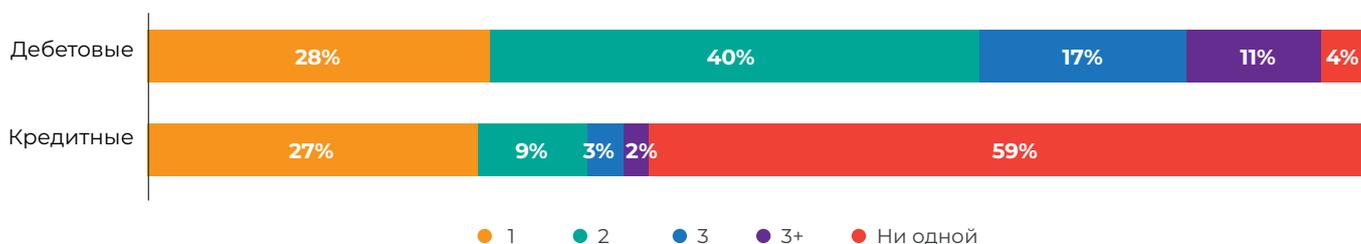
СМЕНА БАНКА — СЕРЬЕЗНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА КЛИЕНТОВ

Участники опроса активно используют банковские карты. Лишь 4% указали, что не имеют ни одной дебетовой карты. 68% пользуются одной или двумя. Доля респондентов более чем с тремя картами составила 11%.

Как стало известно, ЦБ РФ планирует ввести ограничение на количество карт у одного клиента для борьбы с мошенничеством и так называемым дроппингом^{5,6}. Как показал наш опрос, это решение затронет небольшую долю клиентов банков.

Несколько иначе обстоит ситуация с кредитными картами. 59% респондентов отметили, что не пользуются ни одной кредитной картой. При этом лишь 2% указали, что таких карт у них больше трех.

СКОЛЬКО БАНКОВСКИХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ (ДЕБЕТОВЫХ И КРЕДИТНЫХ) ВЫ АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЕТЕ?



⁵ Дроппинг – это участие в мошеннической схеме, при которой человек (дроппер) использует свою банковскую карту или счет для отмывания украденных денег, перенаправляя их дальше по цепочке или обналичивая. Зачастую дропперы – это нуждающиеся в деньгах лица, которые получают вознаграждение за свою деятельность, но при этом могут не осознавать всю тяжесть своих действий.

⁶ Сколько банковских карт в одни руки будет позволено выдавать россиянам / Национальный банковский журнал ([https://nbj.ru/publs/skolko_bankovskikh_kart_v_odni_ruki_budet_/69770/](https://nbj.ru/publs/skolko_bankovskikh_kart_v_odni_ruki_budet))

Показательно, что доли тех, у кого есть по одной кредитной и дебетовой карте, практически совпадают: 27% и 28% соответственно.

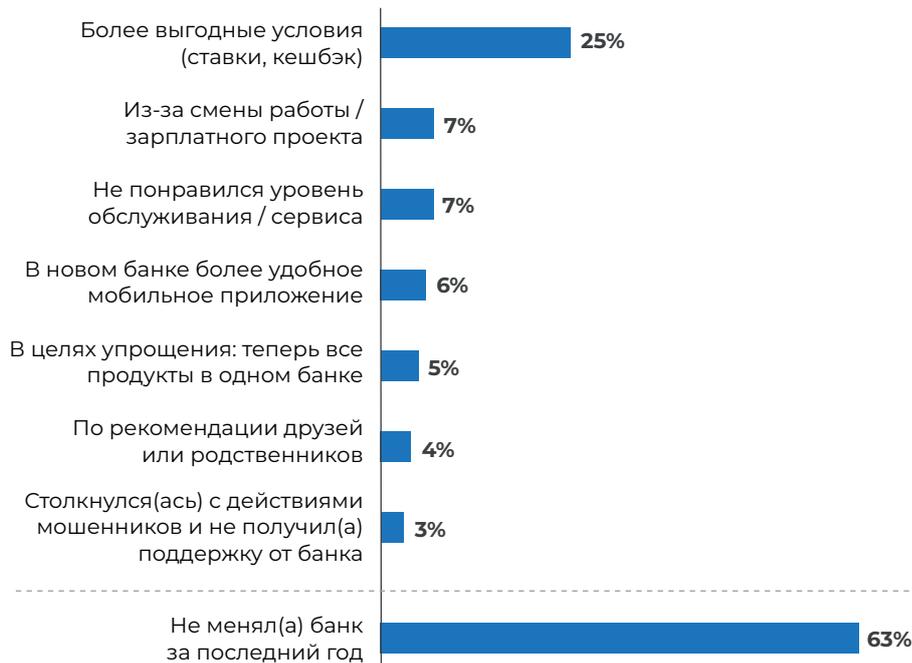
Большинство участников нашего исследования не склонны к частой смене основного банка. 63% за последний год его не меняли. Те, кто это сделал, часто называли причиной этого решения более выгодные условия обслуживания, например ставки или кешбэк.

Респонденты с доходом выше среднего более активно следят за условиями обслуживания в банках и готовы чаще менять их ради лучших ставок или уровня кешбэка, таких в этой категории оказалось 62%, против 37% среди всех респондентов.

Вполне ожидаемо, что большинство респондентов (68%) при выборе банка или карты придают достаточно высокую важность (оценки 4 и 5) программам лояльности. Особенно внимательны к этому фактору женщины. Среди них 76% оценили программы лояльности как важные и очень важные. Мужчины не так сосредоточены на этом вопросе.

МЕНЯЛИ ЛИ ВЫ СВОЙ ОСНОВНОЙ РАСЧЕТНЫЙ (ПЛАТЕЖНЫЙ) БАНК ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД? ЕСЛИ ДА, ТО ПО КАКОЙ ПРИЧИНЕ?

Возможно несколько вариантов ответа.

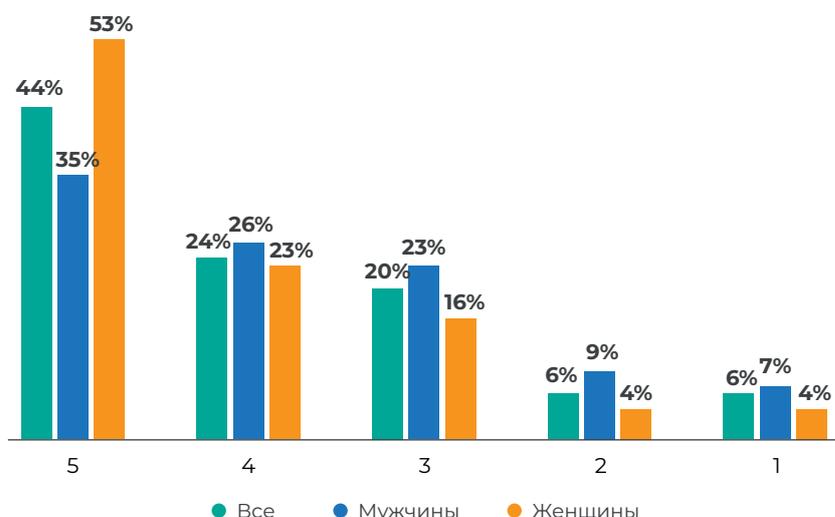


ДОЛЯ ТЕХ, КТО МЕНЯЛ ОСНОВНОЙ БАНК ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД



НАСКОЛЬКО ДЛЯ ВАС ВАЖНЫ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ⁷ ПРИ ВЫБОРЕ БАНКА ИЛИ КАРТЫ?

Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не важны, 5 – очень важны.



⁷ Кешбэк, бонусы, мили и т. п.

ПОЛЬЗОВАТЬСЯ БАНКОВСКИМИ УСЛУГАМИ ПРОСТО И БЫСТРО

Современные цифровые решения и технологии позволили значительно сократить время и усилия клиентов, затрачиваемые на выполнение банковских операций. Подавляющее большинство участников нашего исследования (95%) считают, что банковскими приложениями достаточно удобно пользоваться. У 63% решение вопросов обычно занимает менее минуты, все процессы для них

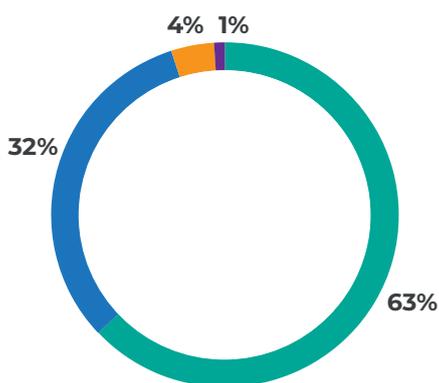
очень удобны. 32% подтвердили, что на те же действия затрачивают несколько минут и это приемлемо.

Более половины опрошенных (53%) указали, что вообще не сталкиваются с задержками и проблемами при использовании банковских приложений. 15% респондентов отметили, что иногда испытывают сложности при подтверждении операций в целях безопасности,

а также при выпуске или перевыпуске карты. Эти результаты подтверждают удобство банковских процессов для конечных пользователей.

Оценивая общее удобство обслуживания в основном банке, 85% опрошенных поставили оценки «хорошо» и «отлично». Лишь 1% оценивает его как неудовлетворительное.

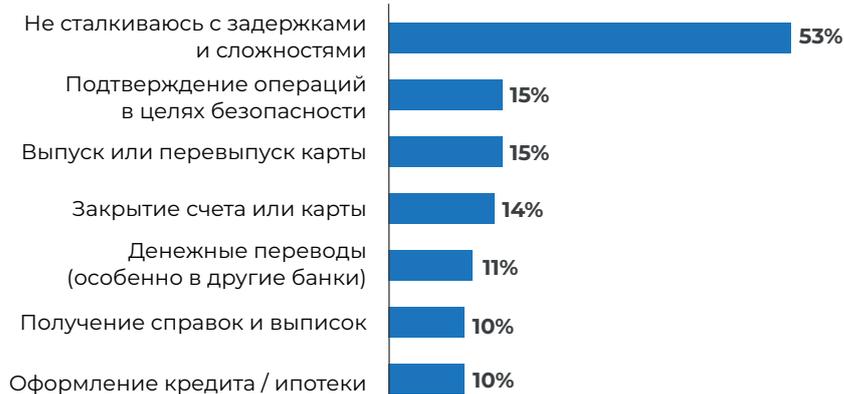
СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ В СРЕДНЕМ У ВАС ЗАНИМАЕТ ВЫПОЛНЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ОПЕРАЦИЙ⁸ В ПРИЛОЖЕНИИ БАНКА? СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ ЭТО ДОСТАТОЧНО БЫСТРЫМ И УДОБНЫМ?



- Всё занимает менее минуты, очень удобно
- Несколько минут, приемлемо
- Иногда происходят задержки, не всегда удобно
- Часто требуется много времени, процессы неудобные

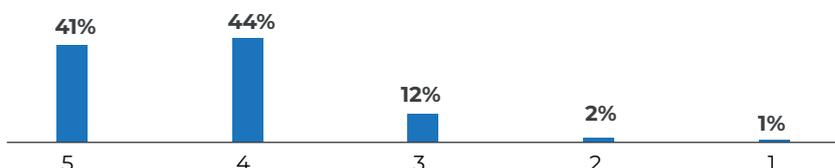
В КАКИХ БАНКОВСКИХ ПРОЦЕССАХ ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО СТАЛКИВАЕТЕСЬ С ЗАДЕРЖКАМИ ИЛИ СЛОЖНОСТЯМИ?

Возможно несколько вариантов ответа.



КАК ВЫ В ЦЕЛОМ ОЦЕНИВАЕТЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ВАШЕМ ОСНОВНОМ БАНКЕ?

Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 – неудовлетворительно, 5 – отлично



⁸ Перевод между своими счетами, перевод другому человеку, оплата услуг и т. п.

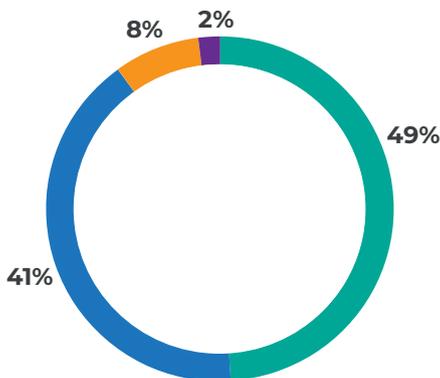
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДОЛЖАЮТ УПРОЩАТЬ ДОСТУП К СЕРВИСАМ

Переключение между каналами обслуживания в банках не вызывает сложностей. 90% респондентов указали, что им достаточно легко менять эти каналы без потери информации и необходимости ее повторять.

По данным нашего опроса, 90% клиентов банков предпочитают для обращения в банк и проведения операций пользоваться мобильным приложением. На втором месте – личный кабинет на веб-сайте: его считают удобным 53% опрошенных. Показательно, что 51% не звонят в кол-центр банка.

Мы предложили респондентам выбрать наиболее удобные способы получения уведомлений от банка о важных изменениях в условиях обслуживания. 63% и 59% выбрали СМС-сообщения и пуш-уведомления соответственно.

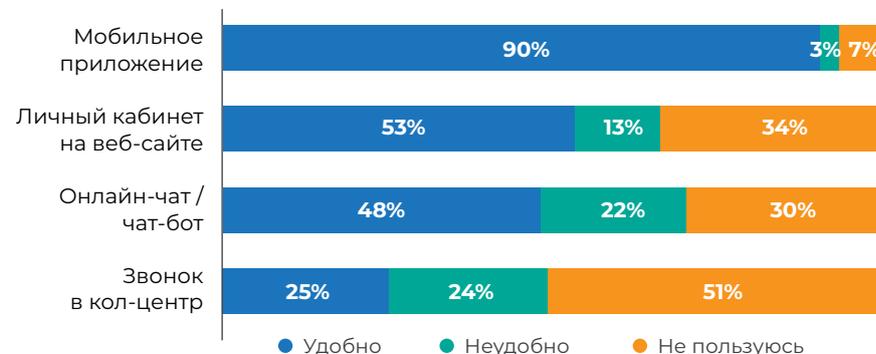
НАСКОЛЬКО ЛЕГКО ВАМ ПЕРЕКЛЮЧАТЬСЯ МЕЖДУ КАНАЛАМИ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ⁹ БЕЗ ПОТЕРИ ИНФОРМАЦИИ И НЕОБХОДИМОСТИ ЕЕ ПОВТОРЯТЬ?



- В основном легко, но иногда приходится пояснять
- Очень легко, информация синхронизирована
- Затруднительно, часто информация теряется
- Очень сложно, каждый раз начинаю процесс заново

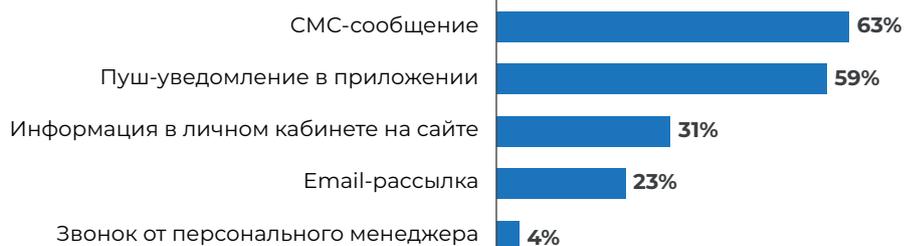
КАКИЕ КАНАЛЫ ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ПРИ ОБРАЩЕНИИ В БАНК?

Оцените удобство тех, которые используете.



КАК ВАМ УДОБНЕЕ ВСЕГО ПОЛУЧАТЬ УВЕДОМЛЕНИЯ О ВАЖНЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ В УСЛОВИЯХ ОБСЛУЖИВАНИЯ?

Возможно несколько вариантов ответа.



⁹ Мобильное приложение, сайт, офис, кол-центр и т. п.

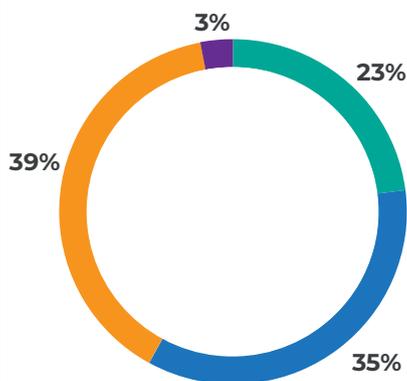
ЗА УДОБСТВО ПРИХОДИТСЯ ПЛАТИТЬ

За удобство банковского обслуживания и дополнительные услуги приходится платить. Более половины опрошенных (58%) заметили, что цены выросли.

39% респондентов указали, что за последний год сталкивались со скрытыми комиссиями и неожиданными списаниями со стороны банков.

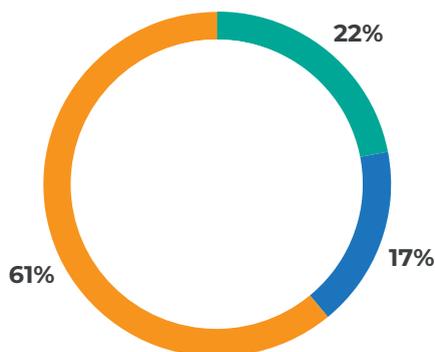
13% опрошенных не удовлетворены тем, как банк разъясняет условия использования своих продуктов. При этом 62% считают, что в целом все понятно и есть лишь незначительные детали, в которых приходится дополнительно разбираться. 25% респондентов уверены, что все абсолютно понятно.

ВЫ ОТМЕЧАЕТЕ, ЧТО БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ СТАЛО ДОРОЖЕ?¹⁰



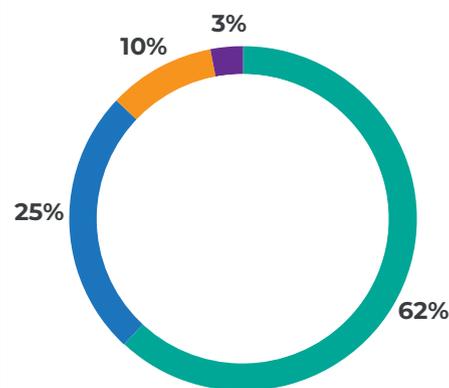
- Да, существенно
- Да, но незначительно
- Нет, не заметил(а) изменений
- Нет, стало даже дешевле / выгоднее

СТАЛКИВАЛИСЬ ЛИ ВЫ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД СО СКРЫТЫМИ КОМИССИЯМИ ИЛИ НЕОЖИДАННЫМИ СПИСАНИЯМИ СО СТОРОНЫ БАНКОВ?



- Да, один раз
- Да, неоднократно
- Нет, не сталкивался(ась)

НАСКОЛЬКО ПОНЯТНО БАНК ОБЪЯСНЯЕТ УСЛОВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СВОИХ ПРОДУКТОВ?¹¹



- В основном понятно, но в некоторых деталях приходится разбираться
- Всё абсолютно понятно, нет скрытых условий
- Информация подана сложно, много терминов и условий
- Неполная или недостоверная информация

¹⁰ Например, выросли комиссии, снизились бесплатные лимиты на переводы, обслуживание карт стало платным и т. д.

¹¹ Размеры ставок и комиссий, условия получения кешбэка и пр.

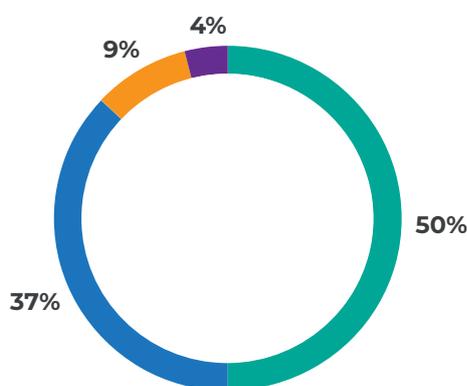
СЛУЖБАМ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВ РАССЛАБЛЯТЬСЯ РАНО

Вопросы безопасности остаются насущной проблемой как для клиентов, так и для самих банков. Мошенники для достижения своих преступных целей активно используют методы социальной инженерии и пытаются оказать психологическое давление на сотрудников и обычных людей.

Очень часто преступники представляются сотрудниками службы безопасности банков или правоохранительных органов. Так, 54% респондентов общались с мошенниками, которые выдавали себя за официальных лиц. При этом лишь 4% указали, что преступникам удалось совершить противоправные действия.

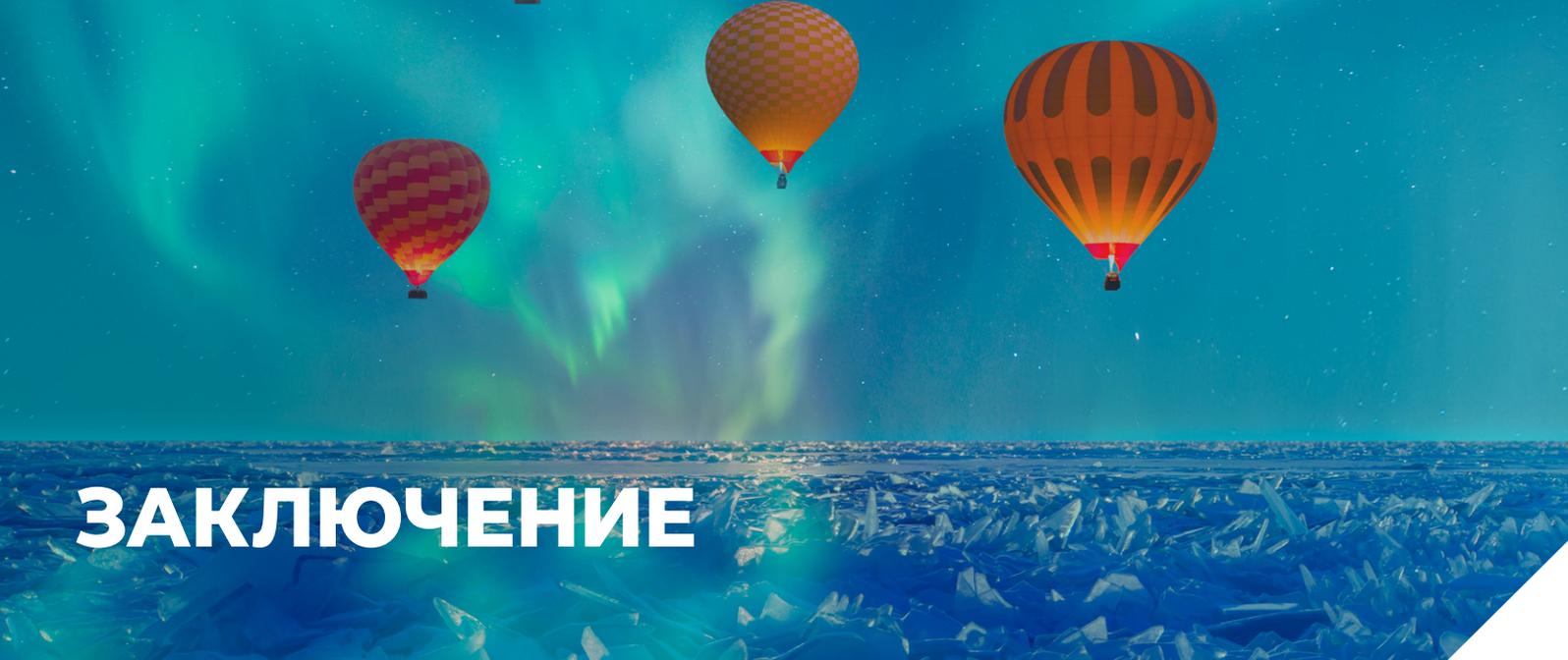
37% респондентов вообще не общались с сотрудниками службы безопасности банка — ни с настоящими, ни с мошенниками.

ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ ОБЩАТЬСЯ С МОШЕННИКАМИ, КОТОРЫЕ ПРЕДСТАВЛЯЛИСЬ СОТРУДНИКАМИ СЛУЖБЫ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКА ИЛИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ?



- Да, но они не достигли своей цели, сразу было понятно, что это мошенники
- Нет, никогда не общался(ась) с сотрудниками службы безопасности банка ни по каким вопросам
- Нет, только с реальными сотрудниками службы безопасности банка
- Да, и им удалось реализовать свои преступные намерения





ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1

РЕЗУЛЬТАТЫ НАШЕГО ОЧЕРЕДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МНЕНИЯ КЛИЕНТОВ РОССИЙСКИХ БАНКОВ ПОДТВЕРЖДАЮТ, ЧТО **РОССИЙСКИЙ БАНКОВСКИЙ СЕКТОР ПОСТУПАТЕЛЬНО РАЗВИВАЕТСЯ, НЕСМОТЯ НА СЛОЖНОСТИ И ПОСТОЯННО МЕНЯЮЩУЮСЯ СИТУАЦИЮ.**

2

КЛИЕНТЫ И БАНКИРЫ **НЕ ОЖИДАЮТ РЕЗКОГО ОТТОКА ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ ИЗ ДЕПОЗИТОВ** НА ФОНЕ СНИЖЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ.

3

БАНКОВСКИЕ СЕРВИСЫ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ УДОБНЕЕ, НО КЛИЕНТЫ ОТМЕЧАЮТ **УДОРОЖАНИЕ УСЛУГ**. НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ СТАЛКИВАЮТСЯ СО СКРЫТЫМИ КОМИССИЯМИ И НЕОЖИДАННЫМИ СПИСАНИЯМИ.

4

ПРИ ЭТОМ КЛИЕНТЫ **НЕ СКЛОННЫ МЕНЯТЬ ОСНОВНОЙ БАНК**, А БОЛЬШИНСТВО СЧИТАЕТ ОБСЛУЖИВАНИЕ В СВОЕМ БАНКЕ УДОБНЫМ.

5

КЛИЕНТЫ ПРОДОЛЖАЮТ СТАЛКИВАТЬСЯ С МОШЕННИКАМИ, СТРЕМЯЩИМИСЯ СОВЕРШИТЬ НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ. ОЧЕНЬ ЧАСТО ПРЕСТУПНИКИ МАСКИРУЮТСЯ ПОД ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СЛУЖБЫ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКА ИЛИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ, НО В БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ МОШЕННИКАМ НЕ УДАЕТСЯ ДОСТИЧЬ РЕЗУЛЬТАТА.

ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА

В исследовании приняли участие **2183** респондента.

ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТОВ



ПОЛ РЕСПОНДЕНТОВ



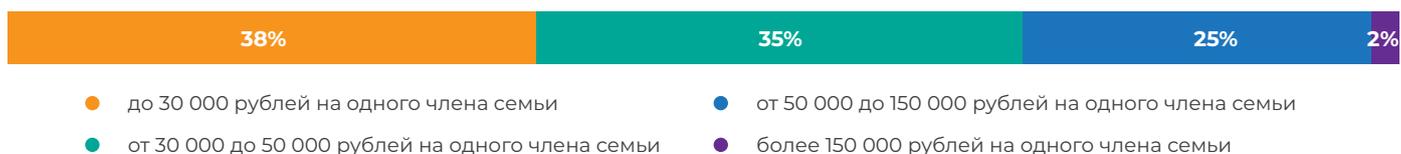
РЕГИОН ПРОЖИВАНИЯ



РАЗМЕР НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА



УРОВЕНЬ ДОХОДА



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



ГЕННАДИЙ ШИНИН

Партнер, руководитель направления по оказанию услуг компаниям финансового сектора
gennadiy.a.shinin@b1.ru



МИХАИЛ ЦИБУЛЕВСКИЙ

Партнер, руководитель группы по предоставлению консультационных услуг для организаций финансового сектора
michail.tsibulevsky@b1.ru

О ГРУППЕ КОМПАНИЙ Б1

Группа компаний Б1 предлагает многопрофильные услуги в сфере аудита, стратегического, технологического и бизнес-консалтинга, сделок, оценки, налогообложения, права и сопровождения бизнеса.

Мы работаем свыше 35 лет в России и 25 лет в Беларуси. За это время в компаниях группы создана сильная команда специалистов с обширными знаниями и опытом реализации сложнейших проектов. Наша практика представлена в 12 городах: Москве, Минске, Владивостоке, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге, Тольятти и Челябинске.

Группа компаний Б1 помогает клиентам находить новые решения, расширять, трансформировать и успешно вести свою деятельность, а также повышать свою финансовую устойчивость и кадровый потенциал.

© ООО «Б1 – Консалт», 2025
Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа компаний Б1 не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

B1.RU | B1.BY



Единый бесплатный номер для звонков по России:

8 800 500 9700

Связаться с офисом в Москве:

+7 495 755 9700