

Д. С. Любимова¹, О. П. Фадеева^{1,2}

¹ Новосибирский государственный университет
ул. Пирогова, 2, Новосибирск, 630090, Россия

² Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН
пр. Акад. Лаврентьева, 17, Новосибирск, 630090, Россия

dashalubimova@gmail.com; fadееva@ieie.nsc.ru

МАГИЯ «ПЛАСТИКА»: КАК РОССИЯНЕ ОВЛАДЕВАЮТ БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ

Статья представляет результаты социологического исследования, посвященного изучению процесса становления и развития российского рынка электронных денег. Цель данной работы состоит в выявлении мотивов и стимулов, формирующих практики пользования банковскими картами россиянами. Актуальность этой темы определяется, с одной стороны, бурным ростом в России безналичных форм расчетов, а с другой стороны, неготовностью части российских граждан к отказу от «живых» денег в повседневной жизни. В связи с этим важна реконструкция опыта пользования картами у «рядовых» клиентов банков. Серия полуструктурированных интервью позволила выделить стимулы и мотивы, которыми руководствуются частные лица при переходе к безналичным финансовым операциям; выявить особенности обучения пользованием картами; выделить барьеры, препятствующие переходу на безналичные формы расчета, а также факторы, способствующие расширению круга используемых операций. Представлена классификация основных групп держателей карт, приведены их ключевые социально-экономические характеристики. Статья будет интересна социологам и маркетологам.

Ключевые слова: банковские карты, денежная культура, практики пользования картами.

На фоне развитых государств доля безналичных расчетов физических лиц в России очень невелика. По данным Центробанка, в 1-м квартале 2012 г. она составила всего 15 %¹, в то время как в Японии этот же показатель находится на уровне 93 %, а в Швеции – 97 %. Многие специалисты сходятся во мнении, что «процент наличности в денежном обороте страны отражает степень экономической и общественной стабильности государства, уровень финансовой грамотности и доходов населения, а также глубину криминализации общества» [1]. В последние годы в России проводится государственная политика по сокращению масштабов наличных расчетов, в том числе с 2015 г. предполагается ограничить размер расчетов наличными суммами до 300 тыс. руб.² Таким образом, государство планирует сократить издержки на денежное обращение и одновременно усилить контроль над платежами, уменьшить возможности для применения в экономике «теневых схем».

Становление рынка банковских карт в России началось около 20 лет назад, до этого население практически не имело навыка безналичных платежей. Хотя в последние годы все

¹ Безналичные расчеты по банковским картам в России будут набирать обороты. URL: <http://moneynews.ru/News/16689> (дата обращения 12.12.2012).

² Минфин решил ужесточить ограничения по обороту наличных. URL: <http://lenta.ru/news/2013/02/27/cash/> (дата обращения 27.06.2013).

больше россиян обзаводятся пластиковыми картами, однако это далеко не всегда способствует росту вариативности использования населением различных банковских услуг. В связи с этим актуальными представляются вопросы о том, насколько граждане России готовы к отказу от наличных денег, какие факторы влияют на формирование у населения тех или иных практик пользования банковскими картами, какие мотивы лежат в основе выбора разных видов платежей, а также о наличии особых социально-культурных предпосылок для интенсификации безналичных форм расчетов со стороны физических лиц?

В основу данной статьи легли материалы 14 глубинных интервью с жителями новосибирского Академгородка, проведенных в апреле-мае 2013 г. Эмпирическим объектом исследования являются владельцы банковских карт, имеющие разный опыт использования безналичных расчетов. К числу неактивных пользователей относятся те, кто остается поборником традиционных (наличных) форм оплаты, а карту использует преимущественно для снятия наличных денег. Активные пользователи банковских карт сумели оценить преимущества и недостатки «электронного кошелька» и накопили богатый опыт пользования данным финансовым инструментом [2]. В собранных интервью речь шла о субъективном опыте респондентов по поводу их знакомства и применения новых финансовых технологий в повседневной жизни, в том числе в управлении семейными финансами, стоящих перед ними проблемах осуществления «виртуальных» расчетов и способах их преодоления. Использование стратегии качественного исследования [3–5] при изучении феномена распространения «новых денег» правомерно в силу деликатности данной проблематики и выборе «недоступных» для массового опроса высокодоходных групп информантов. Полученные результаты не претендуют на репрезентативность, а касаются обследованной выборочной совокупности.

Социологические теории денег в новом контексте

В работах классиков социологической мысли – М. Вебера, К. Маркса, Г. Зиммеля – деньги предстают как объективный и обезличенный инструмент хозяйственной жизни, который является бесконечно делимым, нейтральным и абсолютно заменяемым [6]. В современных социологических теориях институт денег рассматривается уже не столь однозначно. Все чаще исследователи отказываются от «объективизированного» понимания денег и акцентируют внимание на их социальном значении. Например, В. Зелизер утверждает, что деньги не являются культурно нейтральными: люди наделяют их собственными ценностями, смыслами и «отпечатками» социальных связей, что может проявляться, например, в том, как по-разному индивиды могут распоряжаться своими деньгами в зависимости от источника их получения и особой «социальной маркировки» [7].

Социальная укорененность экономических действий, на важность которой указывали К. Поланьи и М. Грановеттер [8], непосредственным образом влияет на формирование различных рынков, в том числе финансовых. А. Гусева, исследуя этапы становления и развития российского рынка банковских карт [9], пришла к выводу о том, что в начале и середине 1990-х гг. банковские карты выступали в качестве элитарного продукта и служили «маркером» не только платежеспособности индивида, но и его особых связей (прямых или косвенных) с кредитными учреждениями. Среди первых владельцев банковских карт было немало известных людей, но для основной массы населения этот продукт был недоступен. Благодаря реализации массовых «зарплатных» проектов банковские карты стали более демократичными, усилилось разнообразие социальных характеристик их обладателей. Однако отсутствие у россиян опыта безналичных расчетов и развитой инфраструктуры для их осуществления стали факторами консервации прежних практик. Вместо того чтобы покупать товары и услуги с помощью «электронных денег», люди предпочитали действовать «по старинке» – снимали наличность в банковских терминалах и шли делать покупки и оплачивать счета. В лучшем случае процесс обналичивания растягивался на период между начислениями зарплаты. Полностью преодолеть эти установки не смогло и проведение специальных совместных кампаний банков и учреждений торговли по стимулированию спроса покупателей (клиентов) на пользование картами в виде установления высоких комиссий на снятие наличных средств или предоставления скидок при безналичных платежах.

В настоящее время доля владельцев банковских карт (дебетовых и кредитных), по разным оценкам, составляет около 65–75 % населения России. Порядка 80–90 % держателей карт используют «пластик» для снятия наличных денег в банкоматах ³, что также не исключает осуществление ими безналичных расчетов. По данным исследовательской группы «Циркон», в 2011 г. 26 % владельцев карт оплачивали с помощью карт товары и услуги в магазинах, 13 % – осуществляли безналичные платежи через банкоматы и только 3 % делали покупки в Интернете ⁴.

Приведенные данные свидетельствуют о низкой распространенности безналичных платежей. Объяснять этот факт только технологическими причинами, например, отсутствием необходимых платежных терминалов и незащищенностью прав плательщика было бы большим упрощением. Скорее всего, речь идет о несформировавшейся в достаточной мере особой денежной культуре, которая бы помогла россиянам научиться считать «невидимые» деньги, выбрать надежные формы безналичных операций, вести финансовый учет.

Выбор банковской карты: вынужденный или добровольный?

Российский рынок карт получил мощный импульс для своего развития благодаря широкому внедрению «зарплатных», «стипендиальных» и «пенсионных» проектов. Договоры банков с работодателями и образовательными учреждениями (переход на безналичные формы оплаты труда и социальных трансфертов) многократно увеличили число их клиентов, поступления на счета которых осуществлялись регулярно. Параллельно банки стали предлагать разнообразные продукты, варьируя от услуг потребительского кредитования до выплат (начислений) различных бонусов, связанных с использованием карт.

Массовая выдача «зарплатных» карт работникам зачастую происходила без выяснения их желаний и предоставления права на выбор. К «финансовым инновациям» людей принуждали, не всегда подробно разъясняя все возможности новых технологий:

«Просто всех поставили перед фактом, что со следующего месяца зарплата по карточкам будет» (Жен., 52 года).

Осознанный выбор данного инструмента безналичных расчетов осуществляли, как правило, предприниматели, управленцы высокого ранга, активно выезжающие за рубеж по делам, для получения образования, на отдых или лечение. Причем они стали осваивать эти практики еще в 1990-х гг., почти на десятилетие раньше, чем «простые россияне»:

«У меня была банковская карта еще тогда, когда их в России еще не было. Я ее оформлял в Европе. Наверное, где-то в 1998 г. Необходимость была снимать где-нибудь деньги за рубежом. Тогда было нельзя вывозить деньги больше, скажем, 2 тысяч долларов. Ну, для бизнеса необходимо было» (Муж., 46 лет).

В ряде случаев к «новым формам денег» для поездок за границу приобщался не отдельный бизнесмен, а вся его семья. Но, как правило, после возвращения на родину потребность в банковских картах отпадала сама собой:

«Наверное, все началось с наших первых поездок за границу, это было в начале 90-х. Перед отъездом за границу муж сказал, что надо деньги положить на карточку. А потом, когда приезжали домой, я ею не пользовалась» (Жен., 51 год).

Вынужденный характер получения первой карты по месту работы или учебы, как правило, не закрывал для ее владельца возможность приобретения новых банковских карт с рас-

³ Проблемы развития безналичных платежей в России. URL: <http://www.hse.ru/news/media/65007817.html> (дата обращения 20.11.2012).

¹² MasterCard: 74 % россиян пользуются банковскими картами. URL: <http://www.securitylab.ru/news/429152.php> (дата обращения 10.03.2013).

⁴ Динамика финансовой активности населения России 1998–2011 гг. URL: <http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/1/MFAN-2011.pdf> (дата обращения 10.03.2013).

ширенным «функционалом», позволяющим им оплачивать счета через Интернет или же расплачиваться за рубежом. При этом опрошенные нами респонденты не демонстрировали лояльность исключительно к одному банку. Участники «зарплатных» проектов, как правило, отличались инертностью при выборе кредитного учреждения по сравнению с группой «предпринимателей и управленцев» и не стремились вести активный мониторинг имеющихся на рынке банковских продуктов. При возникновении новой потребности им было проще обратиться за советом к знакомым или родственникам, нежели заниматься поисками лучшего варианта из имеющихся альтернатив:

«Первый раз мне кто-то из знакомых банк “Уралсиб” посоветовал. Я заводила карту “виза”, мне надо было срочно сделать перевод за границу небольшой суммы. Но сделать это банковским переводом было дорого, и мне посоветовали оформить карту» (Жен., 52 года).

Иным образом осваивали этот финансовый рынок представители «высокостатусных» групп. Они, как правило, двигались в фарватере вновь возникающих продуктов и услуг, исходя из задач своего бизнеса и личных (семейных) потребностей. Если в начале выбор карт был невелик, то в дальнейшем, по мере диверсификации рынка, представители этой группы обзаводились множеством карт от разных банков, что серьезно затрудняло процесс управления разными счетами. Поэтому вслед за практикой «количественного потребления карт» возникло естественное стремление к универсализму, т. е. к выбору наиболее удобного режима безналичных расчетов, позволяющего сократить число разных карт до разумного минимума:

«Карты – это что такое? Это – визитная карточка банка. Если тебе дают ипотеку в этом банке, а в другом не дали, то, наверное, ты с первым банком будешь поддерживать свои отношения. Потому что тебе надо и за ипотеку платить, в том числе с помощью интернет-банкинга... Это разумнее, чем иметь в МДМ одну карту, в другом банке – “зарплатную” карту, а ипотеку – в третьем... Надо упрощать, чтобы лучше администрировать. Коды забудешь или что-то еще!» (Муж., 46 лет).

Искусство платить по-новому

Появление «зарплатных» карт и снятие «налички» через банкоматы на первом этапе не вызвали у жителей Академгородка особых проблем. Интерфейс терминалов для большинства пользователей был прост и понятен, хотя некоторые респонденты все же остерегались банкоматов, на подсознательном уровне испытывая страх от мысли, что карта может быть заблокирована или произойдет несанкционированное списание со счета. Более серьезные затруднения в обучении новым технологиям наши респонденты испытали в тот момент, когда им стали доступны покупки товаров и услуг через Интернет (в первую очередь приобретение билетов на разные виды транспорта и развлекательные мероприятия, бронирование гостиниц и др.), оплата счетов непосредственно через терминалы (мобильная связь, услуги ЖКХ и др.). Обучение этим приемам зачастую происходило коллективно – при поддержке более осведомленных знакомых и родственников или же банковских служащих.

Если мужчины были более сдержаны в попытках получить такую консультацию, то женщинам обойтись без посторонней помощи оказалось гораздо сложнее, причем эта помощь, как правило, носила не разовый, а систематический характер. Причины – боязнь совершить ошибку или же нежелание запоминать сложные схемы оплаты. Иногда безналичные расчеты становились хорошим поводом для личных встреч и общения:

«Моей девушке бывает необходимо купить билеты. На автобус. А у меня есть карточка “виза”. Можно идти до кассы, которая может работать, а может и не работать, может иметь соединение, а может и не иметь соединения. А тут можно просто прийти в гости, попить чаю, залезть в Интернет и купить билет» (Муж., 24 года).

Различия между активными и пассивными пользователями карт проявляются в том, насколько те и другие расположены просить и принимать помощь в «финансовых» вопросах от людей из своего профессионального окружения. Если в кругу наемных работников, полу-

чивших «зарплатные» карты, услуги такого рода (на уровне что-то подсказать, разъяснить, показать) считаются нормой, то в кругу предпринимателей, людей, занимающих высокие управленческие позиции, подобное поведение в какой-то мере считается девиантным. Это обусловлено сложившимся стилем жизни, где умение осуществлять подобные расчеты с помощью банковских карт (как и все, что относится к вопросам управления активами компаний или собственными деньгами), входит в обязательный круг профессиональных компетенций и составляет «коммерческую тайну». По этим вопросам им проще обратиться к оплачиваемым услугам (консультациям) специалистов, чем просить кого-то по-дружески что-то показать или разъяснить. Эти люди в силу своего богатого жизненного опыта научились разбираться в качестве предоставляемого банками обслуживания и распознавать первые признаки их банкротства, чтобы вовремя «обезопасить» свои накопления:

«В 90-е годы время от времени банки начинали угорать. Вставал вопрос о том, как спасти деньги. А вторая причина – это ты все-таки сравниваешь сервис. На некоторые банки я обижался, когда со мной поступали неправильно, на мой взгляд. Когда ты еще путешествуешь, видишь всю их политику. Мне как потребителю это видно было по количеству денег, которые с меня списывали, в том числе какие-то не очень понятные суммы» (Муж., 53 года).

На основании полученных нами данных мы выделили три группы респондентов, различающихся уровнем осведомленности относительно банковских карт и услуг.

В первую группу вошли те, кто принципиально отказывается погружаться в «банковскую кухню» и знать о том, сколько им стоит обслуживание карты и другие нюансы:

«Я не хочу этого знать, это уже не мое дело. Я знаю, что банкам надо как-то работать, меня, в принципе, устраивает вот такой расклад. Пусть какую-то сумму они возьмут, меня это не должно касаться. Мне главное, чтобы у меня деньги не пропадали со счета» (Жен., 54 года).

Такое демонстративное нежелание владеть лишней информацией возникает, как правило, у неактивных пользователей, которые освоили лишь самые простые операции (снятие наличных, безналичная оплата покупок в магазинах) и не испытывают неуверенности в своих действиях. Если же проблемы все-таки возникают, они знают, к кому обратиться из числа людей ближайшего круга. К этой группе близко примыкают те, кого мы условно назвали «не особо интересующиеся держатели карт». Они пассивно относятся к новым предложениям банков, поступающим, как правило, через SMS-оповещение или телефонные звонки, и слабо реагируют на изменение ситуации на рынке банковских услуг.

В группу «наиболее осведомленных» владельцев карт входят как представители бизнес-сообщества, так и наиболее продвинутые (в том числе разбирающиеся в IT-технологиях) участники «зарплатных проектов», у которых вкус к финансовому планированию возник достаточно случайно. Так, молодые респонденты отмечали, что начали пользоваться новыми возможностями из-за элементарной лени и нежелания тратить силы на поход в банк. Кроме того, с помощью услуг интернет-банкинга они получили в свое распоряжение удобный инструмент бюджетирования собственных доходов и расходов:

«Интернет уже был, так что можно было, не вставая с кресла, пойти в банк через Интернет, и, если упала какая-то полочка и ее хватает на то, чтобы месяц прожить, и на то, чтобы что-нибудь отложить, раз в месяц через сайт распределить деньги между карточками. В каждый банк идти и что-то оформлять – это сильно долго, а тут залез в Интернет – вот тебе список» (Муж., 24 года).

Представители данной группы не только досконально знакомятся с условиями пользования своей картой, но и систематически интересуются и сравнивают между собой предложения различных банков. Иногда негативный или позитивный опыт (собственный или чужой) преодоления возникающих «неприятностей» с картой становится лучшим инструментом для оценки «профессионализма» сотрудников разных банков и поводом для перехода из одного банка в другой:

«Помогают истории, особенно если они случаются за рубежом, – как воруют карты, как банкоматы их проглатывают. У меня таких случаев несколько – кошмар, конечно. Поэтому первый признак – это то, как банк себя ведет в критической ситуации» (Муж., 46 лет).

Сила привычки и оценка рисков

В основном все «неактивные» респонденты объясняли свой консерватизм в вопросах расширения круга безналичных операций сильной предрасположенностью к «живым» деньгам, а также своей слабой информированностью:

- Существует множество различных операций с банковскими картами. Почему Вы ими не пользуетесь?
- Потому, что я про них не знала (Жен., 26 лет).

Отсутствие любопытства в подобных вопросах пока в нашей стране никак не наказывается, у покупателей остается право делать выбор между наличными и безналичными формами оплаты. Индивидам удобно и комфортно пользоваться освоенным кругом платежных операций, у них не возникает желания что-либо кардинально менять. Однако даже такая опция, как возможность с помощью карты обналичивать не всю сумму, а снимать ее небольшими порциями «от зарплаты до зарплаты», для некоторых респондентов стала важной мерой финансового самоконтроля и борьбы с личным «шопоголизмом»:

- «Преимущество этой карты для меня и состоит в том, что у меня нет наличных в кошельке. У меня “вход” через глаза, и поэтому, если вижу, что где-то что-то не так лежит, я это беру» (Жен., 54 года).

Наконец, еще одним важным барьером на пути к распространению безналичных расчетов является массовое недоверие держателей банковских карт к «виртуальной» финансовой системе в целом или к отдельным финансовым операциям. Участвовавшие случаи мошенничества в этой сфере пока не улучшают эту ситуацию, однако принятые законодательные меры повышения ответственности банков за случаи несанкционированного списывания средств со счетов клиентов могут со временем изменить вектор настроения россиян.

Совсем другими мотивами руководствуются люди бизнеса, для которых владение широким спектром операций с банковскими картами и другими инструментами является неотъемлемой частью профессиональной деятельности. «Бизнесмены» одними из первых начали пользоваться различными банковскими продуктами, поэтому они чаще других сталкивались с несовершенствами тех или иных услуг. Обсуждение возникающих коллизий и неприятных ситуаций с пластиковыми картами, судя по собранным интервью, проходит в бизнес-среде достаточно регулярно, однако эта информированность не становится фактором отторжения бизнесменов от активного взаимодействия с финансовыми институтами. Банки в жизни предпринимательского сообщества играют серьезную роль, поэтому появляющиеся в их арсенале продукты почти сразу становятся инструментами для ведения бизнеса:

- «Да, много разных карт у меня было. Как-то все это развивалось, какие-то банки разорялись, какие-то предложения становились более выгодными, какие-то – менее выгодными. В общем, мы “скакали” по разным банкам» (Жен., 51 год).

- «Я 20 лет работал в компании “Инмарко”. И для развития бизнеса мы использовали все самое современное, что можно было найти. В том числе и люди, которые с нами работали, развивали всевозможные продукты. Мы первыми переходили на “белые” зарплаты, когда все еще “в черную” платили сотрудникам; практически первыми делали в Новосибирске “зарплатные” проекты» (Муж., 46 лет).

Активный или пассивный характер пользования картами отражается также в предпринимаемых их владельцами мерах предосторожности, ограждающих их от разного рода махинаций. Можно говорить о «стратегических» и «тактических» приемах. К числу первых относятся наличие нескольких счетов для хранения денег (принцип «разведения» счетов) и запрет на размещение большой суммы денег на банковском счете, привязанном к карте; целевое закрепление доходов и расходов за разными видами карт и продумывание собственной системы запоминания паролей; мониторинг появляющихся на рынке электронных денег новых схем махинаций и разработка мер противодействия; тщательный подход к выбору покупок в Интернете.

Набор тактических приемов менее изыскан. Он включает те меры, которые обычно советуют клиентам сотрудники банков, а именно: хранить карты и пароли в разных местах; сни-

мать деньги в надежных банкоматах, адреса которых указаны на сайте банков, и закрывать при вводе «пин-код» рукой; делать покупки в сети Интернет на сайтах компаний-продавцов и избегать предложения каких-либо непроверенных посредников.

Владельцы банковских карт: каждому – свое

В качестве резюме проведенного исследования зафиксируем выявленные нами основные группы владельцев банковских карт.

1. Участники «зарплатных» и «стипендиальных» проектов, индифферентные к нововведениям в банковской сфере. Они используют пластиковые карты преимущественно как способ снятия наличных денег и / или ограничения своих потребительских appetитов (упреждая себя от совершения лишних покупок).

2. «Продвинутые» участники «зарплатных» и «стипендиальных» проектов, не ограничивающиеся использованием одной карты и осуществляющие широкий спектр платежей. Зачастую дополнительные карты оформлялись ими по мере формирования новых потребностей. Для научных сотрудников – это участие в международных конференциях и служебные поездки по России и за рубеж (оплата организационных взносов участника конференции, заказ авиабилетов, бронирование гостиницы и т. д.).

3. Дети и родители, а также другие родственники как участники сети межсемейных трансфертов, для которых пластиковые карты стали быстрым и удобным способом перевода и получения денежных средств. При этом карты зачастую становятся эффективным инструментом контроля со стороны «доноров» над платежами «реципиентов». Родительская поддержка может варьироваться от регулярного перечисления денежного перевода с одной карты на другую (как правило, эмитированные одним банком для экономии на комиссионных сборах) до заказа родителям и детям «прилинкованных» карт с возможностью отслеживать совершенные покупки с помощью сервиса SMS.

4. Владельцы кредитных карт, ориентированные на поддержание хорошей кредитной истории. Представители данной группы выстраивают стратегии попеременного использования нескольких видов карт, как дебетовых, так и кредитных, чтобы гарантировать своевременное погашение задолженностей и обслуживание «кредитных линий».

5. Получатели премий от использования кобрендинговых и других карт через накопление авиамиль, бонусов и получения разного рода привилегий, предоставляемых картой «VIP-класса». Иногда гонка за подобными бонусами становится для владельцев карт увлекательным соревнованием, принимает формы демонстративного потребления и служит способом подтверждения высокого социального статуса.

6. Предприниматели и управленцы высшего звена, которые для своих бизнес- и профессиональных целей на протяжении всей трудовой карьеры обзаводились разными видами карт, тем самым демонстрируя практики целевого (множественного) использования разных видов денег.

* * *

Новые информационно-финансовые технологии позволяют пользователям банковских услуг с легкостью преодолевать такие, казалось бы, незыблемые физические ограничения, как пространство и время, уравнивая в «потребительских правах» жителей европейских столиц и дальней периферии. Освоение этих технологий сегодня идет полным ходом в России.

Выявленные нами финансовые практики позволяют говорить о том, что российские владельцы банковских карт постепенно освобождаются от недоверия к новым финансовым инструментам и активно откликаются на различные предложения. Первичный этап обучения пройден, а значит, в ближайшее время банковские карты из привычного способом получения наличных через банкомат станут универсальным платежным средством, многократно расширяющим возможности клиентов.

Список литературы

1. *Смоленская В.* Плюсы и минусы безналичных расчетов. URL: http://www.odnako.org/magazine/material/show_17956 (дата обращения 17.11.2012)
2. *Халина Н. В.* Электронные деньги в современной России: критерии пользования различными видами платежей // Материалы IV Всерос. социол. конгресса «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие». Уфа, 2012. URL: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part46.pdf> (дата обращения 10.03.2013)
3. *Семенова В. В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998. 289 с.
4. *Готлиб А.* Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара: Универс-групп, 2004. 448 с.
5. *Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А.* Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009. 352 с.
6. *Веселов Ю. В.* Экономическая социология: история идей. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1995. С. 64–73.
7. *Зелизер В.* Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы. М.: Дом интеллектуальной книги; Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. 283 с.
8. *Грановеттер М.* Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 3. С. 44–58.
9. *Гусева А.* Карты в руки. Зарождение рынка банковских карт в постсоветской России. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2012. 256 с.

Материал поступил в редколлегию 31.10.2013

D. S. Lyubimova¹, O. P. Fadeeva^{1,2}

¹ *Novosibirsk State University*

2 Pirogov Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation

² *Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS
17 Lavrentiev Ave., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

dashalubimova@gmail.com; fadeeva@ieie.nsc.ru

MAGIC OF «PLASTIC»: HOW RUSSIANS TAKE POSSESSION OF THE BANK CARDS

The article presents results of a sociological research devoted to studying process of formation and development of the Russian market of electronic money. The aim of this work is to identify factors that form specific practices of use bank cards. On the one hand the relevance of the subject is determined by the rapid growth of cashless forms of payment in Russia, and on the other hand, the unwillingness to refuse to «real» money in everyday life of the Russian citizens. Therefore it is important to upgrade card usage experience of the «ordinary» customers of the banks. A series of semi-structured interviews allowed us to bring out the incentives and motivation of the individuals in the transition to a non-cash financial transactions; identify features of learning processes of using cards; elicit barriers to transition to electronic forms of payment, as well as factors contributing to the expansion of the circle of used operations. There is classification of the main groups of card holders with their key socio-demographic characteristics. This article will be useful for sociologists and marketers.

Keywords: bank cards, money culture, practices of using cards.

References

1. Smolenskaia V. Plusy i minusy beznalichnykh raschetov [Pros and Cons of Cashless Payments]. URL: http://www.odnako.org/magazine/material/show_17956 (In Russ.)
2. Khalina N. V. Elektronnyie dengi v sovremennoy Rossii: kriterii polzovaniya razlichnyimi vidami platezhey [Electronic Money in Contemporary Russia: The Criteria of Using Different Types of Payments]. *Materialy IV Vserossiiskogo sotsiologicheskogo kongressa «Sotsiologiya i obshchestvo: global'nye vyzovy i regional'noe razvitiye»* [Materials of Proc. of the IV All-Russian Congress of Sociology «Sociology and Society: Global Challenges and Regional Development»]. Ufa, 2012. URL: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part46.pdf> (In Russ.)
3. Semenova V. V. Kachestvennyye metody: vvedenie v gumanisticheskuiu sotsiologiyu [Qualitative Methods: An Introduction to Humanistic Sociology]. Moscow, Dobrosvet Publ., 1998, 289 p. (In Russ.)
4. Gotlib A. Kachestvennoe sotsiologicheskoe issledovanie: poznavatel'nye i ekzistentsional'nye gorizonty [Qualitative Sociological Research: Cognitive and Existential Horizons]. Samara, Univers-grupp Publ., 2004. 448 p. (In Russ.)
5. Shteinberg I., Shanin T., Kovalev E., Levinson A. Kachestvennyye metody. Polevyie sotsiologicheskie issledovaniia [Qualitative Methods. Field Case Studies]. St. Petersburg, Aleteia Publ., 2009. 352 p. (In Russ.)
6. Veselov Yu. V. Ekonomicheskaya sotsiologiya: istoriya idei [Economic Sociology: The History of Ideas]. St. Petersburg, 1995, p. 64–73. (In Russ.)
7. Zelizer V. Sotsial'noe znachenie deneg: den'gi na bulavki, cheki, posobiia po bednosti i drugie denezhnye editsy. [Social Meaning of Money: Money on Pins, Checks, Poverty Relief and Other Currencies]. Moscow, 2004. 283 p. (In Russ.)
8. Granovetter M. Ekonomicheskoe deistvie i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic Sociology], 2002, vol. 3, no. 3, p. 44–58. (In Russ.)
9. Guseva A. Karty v ruki. Zarozhdenie rynka bankovskikh kart v postsovetsoy Rossii [Cards in Hands. Origin of the Cash cards market in Post-Soviet Russia]. Moscow, 2012. 256 p. (In Russ.)