

УДК 336.77

КЭШБЭК КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Ларченко О. В.

ст. преподаватель,

Петрозаводский государственный университет,

Петрозаводск, Россия

Кузнецов А.Э.

студент,

Петрозаводский государственный университет,

Петрозаводск, Россия

Аннотация

В статье обоснована актуальность использования кэшбэка как со стороны потребителей финансовых услуг, так и банков. Проанализированы показатели, связанные с кэшбэком, и его влияние на поведение экономических субъектов. Рассмотрены преимущества программ лояльности банков, риски, а также ответственность участников.

Ключевые слова: кэшбэк, доверие к банкам, безналичные платежи, банковская карта, программа лояльности

CASHBACK AS A TOOL FOR STIMULATING DEMAND IN THE FINANCIAL SERVICES SECTOR

Larchenko O. V.

Senior Lecturer,

Petrozavodsk State University,

Petrozavodsk, Russia

Kuznetsov A.E.

student,

Petrozavodsk State University,

Petrozavodsk, Russia

Abstract

The article substantiates the relevance of using cashback both on the part of consumers of financial services and banks. The indicators related to cashback and its

impact on the behavior of economic entities are analyzed. The advantages of bank loyalty programs, risks, and the responsibility of participants are considered.

Key words: cashback, trust in banks, cashless payments, bank card, loyalty program

Кешбэк, как инструмент стимулирования спроса, стал неотъемлемой частью современного банковского рынка. Его популярность растёт благодаря возможности возврата части потраченных средств, что делает финансовые продукты более привлекательными для клиентов. Однако влияние кэшбэка на поведение потребителей требует более глубокого анализа, включая не только положительные аспекты, но и потенциальные риски.

Первой в мире массовой кэшбэк - программой стала система S&N Green Stamps, запущенная в США в 1894 году. Компания сотрудничала с розничными магазинами, которые выдавали покупателям специальные зелёные марки (аналоги почтовых) номиналом 1, 10 и 50 баллов в зависимости от суммы покупки. В дни распродаж бонусы удваивались. Клиенты наклеивали марки в коллекционные альбомы (по 50 баллов на лист), которые затем можно было обменять на товары из каталога S&N. Пик популярности программы пришёлся на 1930–1970 годы: к 1964 году каталог S&N Green Stamps стал самым массовым изданием в США. Аналогичные системы появились в Великобритании, Японии и других странах [2].

Кешбэк, как инструмент стимулирования спроса в сфере финансовых услуг, оказывает значительное влияние на экономическую активность потребителей, формируя сложные взаимосвязи между их поведением, финансовыми институтами и рынком в целом. Предлагаем проверить следующую гипотезу: кешбэк оказывает влияние на лояльность к финансовым институтам.

Кэшбэк оказывает значительное и положительное влияние на лояльность клиентов к финансовым институтам, повышая воспринимаемую ценность продукта, увеличивая частоту использования, формируя эмоциональную связь

и снижая чувствительность к конкурентным предложениям. Проанализируем данные за 2020-2024 годы о выплаченном банками кэшбэке, доверии к банкам и доле безналичных платежей, представленные в таблице 1. Как видим, наблюдается устойчивый и значительный рост выплат кэшбэка российскими банками своим клиентам, со 114 млрд. рублей в 2020 году выплаты увеличились до 400 млрд. рублей в 2024 году. Это указывает на активное использование кэшбэка как инструмента привлечения и удержания клиентов банками. Доверие к банкам выросло с 59 % в 2020 году до 82 % в 2023 году. Доля безналичных платежей также демонстрирует устойчивый рост, увеличившись с 70,3 % в 2020 году до 86 % в 2024 году. Это свидетельствует о продолжающейся тенденции к переходу от наличных к безналичным расчетам. Таблица 1. Кэшбэк и его влияние на поведение экономических субъектов [составлено автором, 2, 4]

	2020	2021	2022	2023	2024
Выплаченный банками кэшбэк, млрд. руб.	114	141	185	286	400
Доверие к банкам, %	59	60	74	82	82
Доля безналичных платежей, %	70,3	74,3	78,1	83,4	86

Также стоит отметить рост денежной массы в безналичной форме, которая за рассматриваемый период имела темпы прироста выше, чем денежная масса в целом, и в 2 раза выше, чем денежная масса в наличной форме (таблица 2).

Таблица 2. Динамика денежной массы [составлено автором, 2, 4]

Дата	Денежная масса (M2)	В том числе:	
		наличные деньги в обращении (денежный агрегат M0)	безналичные средства
01.01.2020	51 660,3	9 658,4	42 001,9
01.01.2021	58 652,1	12 523,9	46 128,2
01.01.2022	66 252,9	13 200,4	53 052,5

01.01.2023	82 388,0	15 435,7	66 952,3
01.01.2024	98 385,4	17 134,0	81 251,4
01.01.2025	117 256,4	17 274,0	99 982,4
Темп прироста, %	126,98	78,85	138,04

Очевидна положительная корреляция между выплатами кэшбэка и доверием к финансовым институтам на примере банковской сферы. Растущие выплаты по кэшбэку стимулируют потребителей использовать банковские карты для оплаты покупок, что способствует увеличению доли безналичных платежей. Кэшбэк эффективно мотивирует переход на безналичные расчеты, что означает повышение лояльности клиентов к безналичным платёжным инструментам в целом и своему банку в частности.

Рассмотрим, какие выгоды может получить, например, студент очной формы обучения. Проведя опрос среди студентов 3 курса Института экономики и права ПетрГУ, мы пришли к выводу, что средний доход обучающихся (большинство из которых занимаются подработкой) составил 30000 рублей. Структура их расходов представлена на диаграмме



Рис. 1. Структура расходов студентов Института экономики и права ПетрГУ

Большинство студентов ПетрГУ используют Мультикарту ВТБ, поскольку она является пропуском в университет, общежитие и на неё зачисляется стипендия и материальная помощь. Взяв категории кэшбэка за апрель текущего года, предлагаемые банком, были проведены следующие расчёты, представленные в таблице 3.

Таблица 3. Кэшбэк держателя зарплатной карты ВТБ в апреле т.г.

Категория	Сумма расходов	% кэшбэка	Сумма кэшбэка
Супермаркеты	12000	3%	360
Кафе и рестораны	7500	3%	225
Транспорт	3000	10%	300
Все покупки	7500	1,5%	225
Итого	30000	X	1110

Таким образом, видим, что при использовании этих категорий кэшбэка, среднестатистический студент при базовом сценарии может сэкономить свыше одной тысячи рублей, что составляет 25% от академической стипендии в университете.

Программы лояльности банков в России имеют ряд преимуществ, но также сопряжены с определёнными рисками с точки зрения регулирования. Главным преимуществом можно считать развитие конкуренции на рынке. «Охотясь» за лояльностью клиентов, банки вынуждены предлагать для них лучшие условия, что способствует улучшению качества услуг и снижению цен. Также позитивным эффектом может быть повышение финансового благополучия граждан.

Таблица 4. Сравнение программ кэшбэка некоторых банков [составлено автором, 3,8,9,10]

Банк / Карта	Базовый кэшбэк	Повышенный кэшбэк	Условия бесплатного обслуживания	Лимит кэшбэка / Примечания
Сбербанк / СберКарта	0,5% бонусами «Спасибо»	До 10% в выбранных категориях	Бесплатно при тратах от 5 000 Р в	Максимум 2 000 бонусов в месяц без

		при подписке «СберПрайм»; до 5% в кафе и ресторанах при тратах от 20 000 Р в месяц; до 10% на АЗС при тратах от 75 000 Р в месяц	месяц или остатке от 20 000 Р; иначе — 150 Р в месяц	подписки, до 15 000 с подпиской; бонусы начисляются за каждые полные 100 Р покупки
Т-Банк / Black	1% на все покупки	До 5% в выбранных категориях; до 30% у партнёров	Бесплатно при остатке от 50 000 Р или подписке Tinkoff Pro; иначе — 99 Р в месяц	До 6 000 Р в месяц
Альфа-Банк / Альфа-Карта с кэшбэком	1% на все покупки	До 5% в выбранных категориях	Бесплатно без условий	не указан
ВТБ / Мультикарта	1% на все покупки	До 10% в выбранных категориях; до 30% у партнёров	Бесплатно при тратах от 15 000 Р в месяц; иначе — 249 Р в месяц	не указан
Хоум Кредит Банк / Польза	1% на все покупки	До 15% в выбранных категориях; до 30% у партнёров	Бесплатно при тратах от 5 000 Р в месяц; иначе — 99 Р в месяц	не указан

Однако, помимо преимуществ, существуют и риски [5]. Во-первых, это риски нарушения антимонопольного законодательства. Банки могут заключать картельные сделки в сфере программ лояльности (например, о минимальном размере скидок, о перечне категорий, участвующих в программе и т.д.), а также проводить политику демпинга, ценовой дискриминации и пр. Также,

возможно нарушение защиты персональных данных. Программы лояльности требуют сбора и анализа больших объёмов данных, что создаёт риск утечек и неправомерного использования персональных данных. Всё это несёт для общества как экономический, так и социальный ущерб (снижение доверия в банковской системе)

Для минимизации рисков необходимо соблюдение законодательства и внедрение эффективных систем защиты данных. Банкам следует тщательно прорабатывать условия программ лояльности, чтобы избежать негативных последствий. Государственные органы также должны контролировать соблюдение законодательства в этой сфере.

Также стоит отметить, что банки вправе отключать клиентов от программ кэшбэка и лояльности при выявлении злоупотреблений или несоблюдении условий участия. Мы выделили следующие причины:

1. Злоупотребление повышенными категориями: Если клиент совершает покупки преимущественно в категориях с повышенным кэшбэком, игнорируя другие, банк может расценить это как злоупотребление. Например, Альфа-Банк может приостановить начисление бонусов, если сумма баллов в категориях «АЗС» или «Рестораны» превышает баллы в других категориях в 5 и более раз. [14]
2. Мошеннические или сомнительные операции: Банки отслеживают операции, которые могут свидетельствовать о попытках обналичивания средств или иных злоупотреблениях, например, возврат всех покупок или оплата только услуг мобильной связи. [17]
3. Использование карты исключительно в беспроцентный период: Некоторые банки, например, Т-Банк, могут отключить клиента от программы лояльности, если он в течение нескольких месяцев использует кредитную карту только в льготный период, не допуская просрочек. [13]

4. Нарушение условий программы: Банки могут отключить клиента от программы кэшбэка при выявлении действий, нарушающих условия программы, даже без объяснения причин.

Однако у банка, как и у клиента, в процессе реализации программ лояльности существует ответственность. Банк обязан информировать клиента об изменениях условий программы кэшбэка. Изменение условий без уведомления клиента может быть признано нарушением прав потребителя. Также Банк должен четко и ясно формулировать условия участия в программе лояльности, чтобы избежать недопонимания и возможных споров. В свою очередь, если клиент считает, что его необоснованно отключили от программы кэшбэка, он вправе обратиться в Роспотребнадзор или суд для защиты своих прав. В случае нарушения условий программы лояльности клиент может потребовать от банка выполнения обязательств или компенсации морального вреда. [16]

Подводя итог, следует сказать, что кэшбэк-программы доказали свою эффективность как инструмент повышения лояльности клиентов и стимулирования безналичных платежей. Анализ данных за 2020–2024 годы подтверждает гипотезу о положительном влиянии кэшбэка на поведение потребителей: он усиливает воспринимаемую ценность банковских продуктов, формирует эмоциональную связь с брендом и снижает чувствительность к предложениям конкурентов. На примере студентов ПетрГУ видно, что даже при базовых доходах кэшбэк позволяет экономить значительные суммы (до 25% стипендии), что делает его особенно привлекательным для молодёжи. Для дальнейшего развития программ лояльности важно: балансировать выгоды и затраты — избегать «гонки за бонусами», которая может подорвать прибыльность банков.

Кроме того, кэшбэк остаётся мощным драйвером роста безналичной экономики, но его устойчивость зависит от сбалансированного подхода, учитывающего интересы всех участников рынка.

Библиографический список:

1. Илясова Е. В., Попова К. И. Кешбэк-платформа как инновационный инструмент развития малого предпринимательства в регионе // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы стратегического управления территориальным развитием». 2018. С. 241–245.
2. Тарасов Д. В. Рынок банковских программ лояльности // Банковское дело. 2017. № 9. С. 50–54.
3. Алексеевских А. Банки не смогут без уведомления клиента ухудшить условия по кэшбэку [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2021. – URL: <https://rg.ru/2021/12/16/banki-ne-smogut-bez-vedomleniia-klienta-uhudshit-usloviia-po-keshbeku.html> (дата обращения: 23.05.2025).
4. Альфа-Карта с кэшбэком — дебетовая карта Альфа-Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alfabank.ru/everyday/debit-cards/alfacard/> (дата обращения: 23.05.2025).
5. Банки лишают клиентов кэшбэка и исключают из бонусных программ [Электронный ресурс] // Банки.ру. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=11011295> (дата обращения: 23.05.2025).
6. Банки попросили Роскомнадзор принять меры против мошенничества с кэшбэком [Электронный ресурс] // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/finances/01/04/2025/67eab3959a7947916ec4dbe1> (дата обращения: 23.05.2025).
7. Итоги работы Банка России 2023: кратко о главном / [Электронный ресурс] // Банк России : [сайт]. — URL: www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

https://cbr.ru/about_br/publ/results_work/2023/razvitie-sistemy-platezhey-iraschetov/ (дата обращения: 24.02.2025).

8. Карта Польза — дебетовая карта Хоум Кредит Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.homecredit.ru/products/debit-cards/polza/> (дата обращения: 23.05.2025).
9. Круглый стол «Программа лояльности – эффективные инвестиции или неизбежное зло и брешь в бюджете?» / [Электронный ресурс] // Plus World : [сайт]. — URL: <https://plusworld.ru/articles/62152/> (дата обращения: 24.02.2025)
10. Мультикарта ВТБ — дебетовая карта с кэшбэком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/personal/debit-cards/multicard/> (дата обращения: 23.05.2025).
11. Отношение россиян к банкам / [Электронный ресурс] // Уралсиб : [сайт]. — URL: <https://journal.uralsib.ru/analytics/attitude-of-russians-towards-banks> (дата обращения: 24.02.2025)
12. Правовые последствия злоупотребления кэшбэком [Электронный ресурс] // Российская газета. — URL: <https://pravo.rg.ru/rubrics/question/71889/> (дата обращения: 23.05.2025).
13. Программы лояльности, бонусные баллы и акции: риски [Электронный ресурс] // Право.ру. — URL: <https://pravo.ru/story/249509/> (дата обращения: 23.05.2025)
14. ТБанк подтвердил, что будет отключать начисление кэшбэка у клиентов, пользующихся льготным периодом более 4 месяцев подряд [Электронный ресурс] // VC.ru. — URL: <https://vc.ru/claim/1597120-tbank-podtverdil-chto-budet-otklyuchat-nachislenie-keshbeka-u-klientov-polzuyushih-sya-lgotnym-periodom-bolee-4h-mesyacev-podryad> (дата обращения: 23.05.2025)

15. Тренды рынка reward-программ / [Электронный ресурс] // Frank RG : [сайт]. — URL: <https://frankrg.com/wp-content/uploads/2024/04/f00443f4f461.pdf> (дата обращения: 24.02.2025).
16. Ускользающий кэшбэк [Электронный ресурс] // Банк Русский Стандарт. – 2019. – URL: <https://www.rsb.ru/press-center/publications/2019/160319/> (дата обращения: 23.05.2025).
17. Insurance Distribution Directive (IDD) / [Электронный ресурс] // European Insurance and Occupational Pensions Authority : [сайт]. — URL: https://www.eiopa.europa.eu/browse/regulation-and-policy/insurance-distributiondirective-idd_en (дата обращения: 24.02.2025)

Оригинальность 78%