

Никифорова Алена Львовна

магистрант

ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

DOI 10.31483/r-21761

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ДЕТСКИХ» БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

***Аннотация:** основной проблемой, затрагиваемой в статье, является неразвитость «детских» банковских продуктов в Российской Федерации. Развитие данного направления может помочь банкам привлечь новых клиентов и занять пустующую нишу на рынке. Целью исследования стало определение перспектив разработки «детских» банковских продуктов. Объектом исследования выступили потребности родителей и детей в функционале «детских» продуктов. Обозначены наиболее известные «детские» банковские продукты в отечественных коммерческих банках, охарактеризованы их особенности. Рассмотрены перспективы развития «детских» банковских продуктов.*

***Ключевые слова:** «детский» банковский продукт, продуктовая линейка, финансовые потребности, внедрение, дебетовая карта, лимиты операций, биометрическая технология.*

«Детские» банковские продукты недостаточно широко представлены на российском банковском рынке. Эта ниша является практически не охваченной и неразвитой, что может послужить хорошей возможностью для завоевания и переманивания новых клиентов наиболее дальновидными игроками рынка за счет вывода на рынок новых удобных «детских» продуктов.

Необходимость внедрения детских продуктов в продуктовые линейки банков вызвана потребностью привлечения новых клиентов и удержания текущих. Потребности клиентов в новых продуктах возрастают по мере взросления самих клиентов и членов их семей (прохождение этапов: детский сад, школа, высшее учебное заведение, приобретение жилья для детей).

Возьмем для примера условный состав расходов и финансовых потребностей клиентов банка (табл. 1).

Таблица 1

| Статья расходов | Клиент, не обремененный семейными отношениями | Клиент, несущий финансовую ответственность за семью без детей | Клиент, несущий финансовую ответственность за семью с детьми |
|--------------------------------------|---|---|--|
| Расходы на одежду | – | – | – |
| Развлечения и собственное хобби | – | – | – |
| Детские развлечения | | | – |
| Спорт, фитнес | – | – | – |
| Поездки (отпуска) | – | – | – |
| Обучение детей | | | – |
| Расходы на одежду детей | | | – |
| Расходы на собственное лечение | – | – | – |
| Расходы на лечение детей | | | – |
| Расходы на приобретение недвижимости | – | – | – |

Таблица составлена автором.

В соответствии со ст.80 Семейного Кодекса РФ обязанностью родителей является содержание своих несовершеннолетних детей. И если до поступления ребенка в начальную школу самостоятельных трат у ребенка практически не возникает, то при поступлении в учебное заведение у ребенка появляется необходимость оплачивать обеды, и начиная с 7-летнего возраста, у родителей встает вопрос как именно обеспечить покрытие этих трат и помочь ребенку научиться правильно тратить деньги. Именно на этом этапе родители склонны рассматривать новые для себя «детские» банковские продукты, в том числе и от банков, клиентами которых они еще не являются, а также определять границы выделяемого бюджета на расходы детей.

В нашей стране наиболее развитыми «детскими» банковскими продуктами являются вклады и сберегательные счета. А с точки зрения современных родителей наиболее востребованные для детей школьного возраста, а также

отвечающие потребностям родителей – дебетовая карта и удобное приложение для смартфона, позволяющее детям 7–18 лет следить за своими расходами и учиться сохранять денежные средства, обучаться управлению своим бюджетом и планированием будущих трат.

Банковским организациям при разработке «детских» продуктов важно разработать собственные Кодексы Этики по работе с детской аудиторией, и не относиться к юным пользователям банковских услуг с точки зрения получения новых объектов для обогащения. Дети доверчивы и наивны, и очень важно при работе с ними соблюдать этические нормы. А также необходимо учитывать, что детская аудитория является наиболее лояльной к брендам, используемых и знакомых с детства. Поэтому банки заинтересованы в развитии предложения финансовых продуктов для подрастающего поколения будущих клиентов банков.

На поведение ребенка и его обращение с финансами влияет окружение ребенка и среда, в которой он растет, воспитывается, а также образование, которое ребенок получает. Например, у родителей могут возникнуть сложности в объяснении ребенку какими суммами он может распоряжаться по расчетной карте, если ребенок не владеет математическими инструментами по сложению, вычитанию, умножению, делению, либо не освоил математические операции с трехзначными и более крупными числами. Также на отношение к банковским продуктам влияет характер ребенка. И все эти факторы сопровождают ребенка до его становления зрелым взрослым человеком. Поэтому для крупной банковской организации становится важным участвовать в вопросе финансового образования своих будущих «взрослых» клиентов и воспитания ответственного отношения к распоряжению финансами и обеспечению возвратности заемных средств.

При разработке любого «детского» продукта потребуется его адаптация под конкретный детский возраст и под требования родителей. Большинство родителей могут выделить следующие риски банковских карточных продуктов для детей:

– снятие наличных в банкоматах (АТМ) – по причине того, что отследить цели использования наличных денег становится для родителя проблематично, эту функцию большинство родителей желало бы видеть заблокированной;

– проведение оплаты по карте через интернет – возрастают риски лишних трат ребенка и повышение риска нецелесообразного использования выделенных родителем средств, а также отсутствие возможности у родителя постоянно контролировать безопасность проведения операций через интернет. С точки зрения родителей, дети являются наиболее уязвимыми перед мошенническими действиями через интернет злоумышленников, так как более доверчивы и менее опытны, чем взрослые люди. Хотя возрастающая статистика мошеннических действий с банковскими картами за последние несколько лет показывает, что и взрослые люди довольно уязвимы перед мошенниками. Набирает обороты использование инструментов социальной инженерии в мошеннических целях, и это в том числе настораживает родителей и ограничивает в использовании расширенных банковских продуктов для своих детей;

– утеря контроля над платежным средством (физическая потеря, забытый пин-код, забытая карта в точке продаж и пр.) – дети младшего школьного возраста часто теряют или забывают свои вещи, а также не умеют пользоваться сервисами блокировки дебетовых карт, что несет для родителей риски дополнительных материальных расходов по восстановлению утерянного средства платежа;

– перевод денежных средств с «детской» дебетовой карты посредством мобильного перевода – риски те же, что и при проведении оплаты по карте через интернет.

Банкам желательно разделить «детские» продукты на типы: дети и молодежь. Это связано с различной структурой трат: дети до 14 лет (деление по возрасту условно, так как в разных семьях по-разному относятся к достижению ребенком возраста самостоятельности в тратах) основные расходы осуществляют на питание в школах, посещение кинотеатров и фудкортов, а подростки старше 14 лет при разрешении родителей уже самостоятельно выбирают одежду в магазинах, аксессуары, косметику, подарки для друзей, гаджеты. И примерно с 14 лет у подростков все больше расходов возникает на оплату проезда, расходы в путешествиях, в том числе за границей. С подросткового возраста расходы детей растут пропорционально доверию и финансовым возможностям их родителей. В

этом же возрасте возникает больше интереса к расширенным возможностям интернет-банка и дистанционного обслуживания.

Родители подростков соглашаются на повышение лимитов расходов и расширение перечня типов трат. И эту особенность в отношении родителей к взрослеющим детям нужно учитывать внутри наполнения банковского «детского» продукта.

Почему «детские» карты так востребованы родителями? Важна возможность устанавливать и менять лимиты на категории покупок и отслеживать траты ребенка онлайн, исключается необходимость выдавать наличные деньги ребенку, прививается навык ответственного отношения к деньгам. Через отдельные витрины в банковском приложении родители и ребенок могут увидеть отображение историй операций, родитель имеет возможность устанавливать лимиты по карте на покупки и прочие операции, устанавливать смс-оповещение обо всех совершённых операциях или только на определенные типы. Также родителям и детям может быть интересна функция кэш-бэка по детским картам, но банкам экономически невыгодно вводить кэш-бэк на «детские» продукты из-за низкой средней суммы расходной операции по карте, но предлагая данную функцию к «детским» картам банки работают на удержание и увеличение числа клиентов, что в перспективе может принести прибыль.

В настоящее время банковская линейка специальных карточных продуктов для детей представлена: «Детской картой» – продукт Альфа-Банка, «Картой Юниора» – продукт Бинбанка, «Детской картой» – продукт Райффайзен банка, «Тинькофф Юниор» – продукт Тинькофф банка. Общим у карт является то, что до 14-летнего возраста ребенка счет карты привязан к счету родителя, а начиная с 14-летнего возраста (момента получения собственного паспорта ребенком) счет может быть открыт на имя ребенка, что соответствует действующему законодательству РФ (ст. 26, 28 Гражданского Кодекса РФ). Продукт «Дополнительная карта для ребенка» от Сбербанка выполняет функционал дополнительной карты к открытому счету родителя с возможностью установления месячного лимита трат. «Молодежная карта» от Сбербанка ориентирована на детей от 14 лет.

У MasterCard в России есть совместные проекты с вузами страны – кампусные проекты, ориентированные на учащихся вузов (возраст от 17 лет).

Интересным примером банковского «детского» продукта является биометрическая технология оплаты питания с идентификацией плательщика (ребенка/подростка) по рисунку вен ладони, которую с 2015 года начал внедрять Сбербанк – сервис «Ладощки». Внедрение проекта позволило упростить процесс организации школьного питания и значительно увеличить скорость обслуживания детей в столовых, а также полностью исключить наличные деньги из обращения в школах, участвующих в проекте. Система сканирует рисунок кровеносных сосудов на ладони ребенка, автоматически определяет имя клиента банка и сравнивает отсканированное изображение с оригиналом, хранящимся в базе данных. Но конечной целью работы этого сервиса является осуществление безналичных расчетов между родителями учащихся, учебным заведением и поставщиком услуг по организации питания в школах. Интересы самих детей в данном случае связаны с удовлетворением ежедневной потребности в питании в школе, а не в управлении собственными денежными средствами. Также не утихают споры относительно использования биометрических данных несовершеннолетних детей, и наличие претензий Роскомнадзора к этой системе ставит под сомнение повсеместное использование сервиса «Ладощки» в учебных заведениях.

Чем выгодны для банков разработка и внедрение «детских» продуктов? Ответ прост: формирование достоверного риск-профиля будущих клиентов сложных финансовых продуктов. В настоящее время клиенты в возрасте 18–25 лет являются мало предсказуемыми для банков ввиду юного возраста и отсутствия сформированных кредитных историй. Продвигая и активно развивая «детские» продукты, банки могут аккумулировать информацию о поведенческих моделях своих несовершеннолетних клиентов с тем, чтобы в дальнейшем выделить категории наиболее маржинальных клиентов и предлагать при достижении ими совершеннолетия наиболее подходящие банковские продукты из взрослой линейки. При этом риски банка снижаются.

Ловушка для банков при анализе поведения юных клиентов может заключаться в том, что на рубеже 18 лет, которое закреплено в законодательстве нашей страны как возраст достижения совершеннолетия, разные дети по-разному ощущают свою самостоятельность, в том числе по причине того, что многие родители продолжают финансово поддерживать своих детей. И в переходный период (возраст 18–25 лет) формирования собственной «взрослой» кредитной истории молодого человека банки должны уделять внимание вопросу обновления профиля клиента и обновления его поведенческой модели, так как период взросления у молодежи в настоящее время зависит от создаваемых условий в обществе и семейной среды непосредственно.

Также для эффективного взаимодействия с юной аудиторией банкам необходимо следить за технологическими разработками и новинками в финансовой сфере, чтобы обеспечить постоянный интерес клиентов к их продуктам, постоянно совершенствовать it-платформы и мобильные приложения для совершения финансовых операций, внедрять новые платежные форм-факторы в виде электронных брелоков или смарт-браслетов и прочее.

Но на первое место при разработке новых «детских» банковских продуктов выходит безопасность – безопасность при пользовании финансовым продуктом, защита персональной информации несовершеннолетнего, ограждение ребенка от рекламных рассылок и любых маркетинговых активностей, которые могут нанести вред психике ребенка. Также банкам необходимо разграничить функционал мобильных приложений родителя и ребенка, но избежать возможности тотального контроля со стороны родителя за ребенком.

Проблемы, которые могут возникнуть у банков в будущем при работе с нынешней аудиторией несовершеннолетних пользователей: недостаточная дисциплинированность клиентов по использованию кредитных карт, несвоевременное внесение платежей по потребительским кредитам. Ведь кроме доступности финансовых услуг для детей и подростков, необходимо проводить работу с ними по обучению пользования финансовыми продуктами и инструментами. Особенностью повсеместного использования безналичных платежей является подмена

ощущений по владению денежными средствами и ощущений по их трате. То, что не приходит в руки в наличной форме, воспринимается более абстрактно. Поэтому возрастает риск приобретения новым поколением клиентов банков «легкого отношения к деньгам». Для уменьшения этого риска банкам необходимо заручиться государственной поддержкой в вопросе повышения финансовой грамотности населения, и проводить на территории Российской Федерации необходимые обучающие мероприятия для школьников и подростков по обращению с финансовыми инструментами.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс РФ.
2. Семейный Кодекс РФ.
3. Дети и финансы 2.0: Безопасность сбережений и расчетов / Авторы: С.С. Антонян, Г.Р. Имаева, Т.А. Аймалетдинов, Л.Р. Баймуратова, О.А. Шарова; Аналитический центр НАФИ. – М.: Изд-во НАФИ, 2017. – 72 с.
4. Сайт Роскомнадзора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rkn.gov.ru/press/publications/news53190.htm>