

ДОБРОВОЛЬНЫЙ ОБЩЕСТВЕННО-СОЦИАЛЬНЫЙ СКОРИНГ: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

VOLUNTARY SOCIAL SCORING: ADVANTAGES AND RISKS

A. Zhdanov

Summary. This article reveals the advantages and risks of social scoring, which today is a new tool that allows you to collect information in order to subsequently systematize bank clients. This, in fact, is necessary to establish the client's credit rating. In addition, the author clarifies the term social scoring, examines the specifics of searching and collecting information about a potential borrower, and also summarizes the results of sociological research conducted by a consulting agency on this issue last year. Thus, we examined the criteria and principles that allow us to select information resources to determine the creditworthiness of a potential borrower. As a result, it is summarized that the integration and subsequent use of this tool in determining the customer's credit rating. The use of this tool allows, by the way, to clarify the position of the loan portfolio, as well as to further stimulate the formation of innovative processes that subsequently minimize potential risks.

Keywords: scoring, society, loans, credits, banking relations.

Жданов Алексей Владимирович

Аспирант, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный социальный университет» (г. Москва)
Alex296_97@mail.ru

Аннотация. В рамках данной статьи раскрываются преимущества и риски социального скоринга, выступающего сегодня новым инструментом, который позволяет собрать информацию, чтобы впоследствии систематизировать банковских клиентов. Это, собственно говоря, необходимо для установления рейтинга кредитоспособности клиента. Кроме того, автор уточняет термин социального скоринга, рассматривает специфику поиска и сбора информации о потенциальном заемщике, а также обобщает итоги социологических исследований, которое в прошлом году провело консалтинговое агентство по данной проблеме. Так, рассмотрели критерии и принципы, которые позволяют отбирать информационные ресурсы для определения кредитоспособности потенциального заемщика. В результате резюмируется, что интеграция и последующее использование данного инструмента при определении рейтинга кредитоспособности клиента. Использование этого инструмента позволяет, кстати, уточнить положение кредитного портфеля, а также дополнительно простимулировать формирование инновационных процессов, минимизирующих впоследствии потенциальные риски.

Ключевые слова: скоринг, общество, займы, кредиты, банковские отношения.

Введение

Принимая во внимание санкционное давление коллективного Запада на Россию вследствие проведения специальной военной операции с начала 2022 года, кредитование физических лиц выступает главным компонентом банковской системы, поскольку является ключевым актором в сфере экономических отношений. Процесс кредитования сегодня — динамично развивающийся сегмент, который играет, безусловно, существенную роль в развитии экономической системы.

Понятия, которые мы можем встретить в научных статьях и монографиях, трактуют кредитоспособность физического лица как возможность потенциального заемщика рассчитаться в установленный банковским договором срок как по главной сумме заемных средств, так и по процентному остатку.

Конструктивный анализ и, следующая за ним субъективная оценка уровня кредитоспособности потенциального заемщика дает возможность банковскому учреждению дать оценку возможности физического лица погашать кредит, а также процентную ставку вовремя и без штрафов [1].

Сегодня множество организаций, выдающих физическим лицам заемные средства, все больше стали уделять внимания именно тем организационным процессам, которые дают возможность специалисту более тщательно оценить реальное положение потенциального заемщика. Чтобы банк выдал положительное решение об одобрении кредита, потенциальный клиент обязан банковскому учреждению предоставить всю запрашиваемую информацию. Полученная информация, согласно запросу, даст возможность банковским специалистам оперативно выполнять следующие условия:

- определять решение касательно реализуемых задач в функциональных условиях кредита, который выступает как категория экономики;
- повышать уровень качества кредитного банковского портфеля, который способен обеспечивать уменьшение процентной ставки по кредиту, который уже выдан.

По этой причине банк применяет комплексные данные, которые позволяют принимать оптимальное решение по оценке уровня кредитоспособности потенциального заемщика. Вследствие этого банки все чаще стали использовать инновационные решения, позволяющие

оценить реальное положение клиента в рамках выдачи потребительского кредита.

Социальный скоринг — это одно из инновационных решений банка, который применяется в ходе установления рейтинга кредитоспособности потенциального заемщика (BigData) [10] (Yablonskaya, Shokhova, 2017).

Надо отметить, что выбранный нами термин первоначально применялся исключительно в сфере медицины, характеризуя анализ вероятности болезни. Определялся, в частности, при помощи технологии математической регрессии [2] (Kostyko, 2014). В настоящее время скоринг активно используется специалистами банковских учреждений. И не только при установлении рейтинга кредитоспособности потенциального заемщика.

Международная литература по экономике скоринг трактует как механизм, позволяющий субъективно оценивать уровень выдачи заемных средств. Методы оценки кредитоспособности, кстати, также базируются на математическом и статистическом анализе информации о клиенте [4] (Masyutin, 2015).

Содержание системы социального скоринга состоит, впрочем, как и ее структура, в определении балльно-рейтинговой системы кредитного портфеля у потенциального заемщика. Чтобы оценить уровень кредитоспособности, большая часть банков сегодня применяет традиционные технологии, а именно: анкетирование, копирование документов, содержащих персональные данные (с согласия заявителя), изучение справки из бюро кредитных историй, иные источники, подтверждающие платежеспособность клиента (список каждый банк устанавливает самостоятельно).

Тем не менее, принимая во внимания уровень воздействия внутренних и внешних факторов, банковские учреждения не всегда могут получить точную и, самое главное, проверенную информацию о потенциальном заемщике. Впоследствии это может стать одной из причин, по которой повысился кредитный риск. Из-за этого банковские учреждения применяют новые технологии, чтобы себя обезопасить.

Из этого следует, что социальный скоринг, реализуемый банковскими специалистами на добровольной форме, является инновационным инструментом, позволяющим дать субъективную оценку о потенциальном заемщике для одобрения выдачи потребительского кредита.

Основные результаты

Сегодня скоринг в социальной цифровой среде выступает одним из инновационных инструментов бан-

ковской деятельности, поскольку позволяет достаточно эффективно оценивать уровень кредитоспособности потенциального заемщика.

Социально-добровольный скоринг в рамках кредитно-заемных отношений приобретает широкую популярность непосредственно на Западе. Согласно информации РБК, которую мы получили на одноименном портале, в некоторых странах действует специальный онлайн-сервис Lenddo.com, дающий возможность банковским учреждениям через социальные сети узнать подробные персональные данные на потенциального заемщика через профиль в цифровой среде. Однако, есть некоторые ограничения. Например, касающиеся срока выплаты заемных средств — клиент может получить их только на краткосрочную перспективу, и сумма не должна превышать тысячу американских долларов [5].

Согласно статистике, которую провела немецкая фирма Kreditech, потенциальный европейский заемщик обладает возможностью через цифровую платформу только оформить краткосрочный заем сроком на календарный месяц. Стоит отметить, что специализация Kreditech — это, в основном, микрозаймы. Учреждение посредством социального скоринга оценивает уровень платежеспособности потенциального заемщика, изучая его профиль в социальных сетях. Принимая 8000 факторов при оценке профиля, компания выдает субъективное решение о выдаче заемных средств впоследствии. В особенности много внимания уделяется именно платежеспособности клиента, уровень которой оценивается по частоте покупок, совершаемых в онлайн-магазинах [5].

Надо отметить, что сегодня ведущие российские банки также стали активно использовать социальный скоринг при оценке платежеспособности потенциального заемщика при оформлении потребительского кредита (Сбербанк, Альфа-банк, «Тинькофф Банк», Совкомбанк, ВТБ и др.) [3].

Социальные сети в настоящее время активно задействованы в обыденной жизни гражданина. И это одна из первостепенных причин, по которой банковские учреждения стали использовать нетипичные инструменты для оценки платежеспособности заемщика. Банковские учреждения в процессе оформления потребительского кредита проводят комплексный анализ всей персональной информации о физическом лице, данные которого может предоставить социальная сеть. Кроме того, банки изучают кредитную историю, делают запрос в ФССП, а также смотрят внутреннюю информацию среди других банков [8] (Skiba, Louko, 2013). Отметим, что анализ персональных данных из социальных сетей реализуется при помощи специального машинного обучения, которому необходим только доменный адрес гражданина.

Важно подчеркнуть, что скоринг также позволяет банковским учреждениям найти новых клиентов через социальные сети. Например, при отсутствии кредитной истории и транзакции счетов, социальный скоринг позволяет субъективно оценить надежность потенциального клиента.

Использование социального скоринга на добровольной форме в рамках актуальной модели потребительского кредитования выступает одним из надежных механизмов, позволяющих выстроить индивидуальную модель. По этой причине скоринг считается вспомогательным полем, собирающим важную информацию, которая помогает принимать важные решения об одобрении потребительского кредита. Однако, применять данный механизм как самостоятельную модель оценки платежеспособности потенциального заемщика не совсем рационально, поскольку имеются другие, более эффективные инструменты.

Принимая во внимания другие эффективные инструменты, социальный скоринг в сфере банковской деятельности обладает сегодня широкой популярностью. Так, скоринг социально-добровольного формата в виде самостоятельного механизма применяется в маркетинге банка — для информирования клиентов о дополнитель-

ных банковских услугах. Непосредственный учет персональных данных клиента, собранный в социальных сетях, позволяет банковским специалистам составить подробный портрет потенциального заемщика и, таким образом, предложить ему выгодное персональное предложение от банка через социальные сети. Также посредством индивидуальной модели у банковского специалиста имеется возможность смоделировать реакцию на выгодное предложение.

Комплексный анализ персональных данных, которые мы получили от специалистов РБК в сфере социально-добровольного скоринга, дал нам возможность составить некоторую классификацию о типах информации, позволяющей банковскому специалисту оценить профиль потенциального заемщика (см. табл. 1).

Важно подчеркнуть, что сегодня банковские учреждения применяют персональные данные для оценки платежеспособности потенциального заемщика на вполне законной основе. При подтверждении онлайн-анкеты, делающей заявку на получение потребительского кредита, банк одновременно получает доступ к профилю клиента в социальных сетях. Получив, таким образом, доступ к профилю, специалист банковского учреждения начинает комплексный анализ, результаты которого по-

Таблица 1.

Классификация персональных данных потенциального заемщика по самостоятельной модели социального скоринга от банка

<p>Демографические характеристики клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> •Половая принадлежность, •Возраст, •Семейное положение, •Наличие детей, •Родственные связи. 	<p>Правдивость контактных данных</p> <ul style="list-style-type: none"> •Наличие подтвержденного телефона, •Наличие подтвержденного адреса электронной почты, •Наличие подтвержденного фактического адреса. 	<p>Образование, место учебы и работы</p> <ul style="list-style-type: none"> •Вуз, специальность, •Владение иностранными языками, •Место работы, •Занимаемая должность, •История изменений персональных данных.
<p>Интересы клиента (потребительские, социальные)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Наличие и количество друзей, •Политические взгляды, •Определенные события в жизни, •Увлечения, •Хобби, •Подписки, •Группы. 	<p>Технические данные (анализ профиля)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Анализ фотографий, •Частота обновлений на странице и в альбомах, •Время публикаций информации. 	

Источник: составлено авторами по: Официальный сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/money/11/10/2023/59db5ec89a7947730019424d> (дата обращения 23.02.2024).

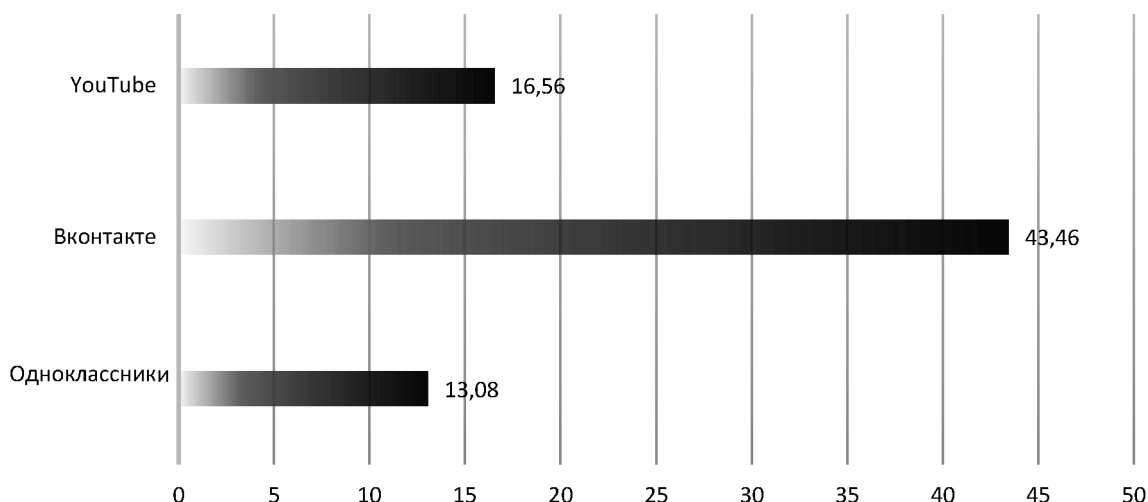


Рис. 1. Использование социальных сетей в России в процентах по популярности в 2023 году

Источник: составлено авторами по: Официальный [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http:// gs.seo-auditor.com.ru/socials/2024/](http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/2024/) (дата обращения 23.02.2024).

могут дать субъективную оценку о кредитоспособности клиента.

В связи с вводом беспрецедентного количества санкций коллективным западом относительно российских организаций, ряд социальных сетей прекратили свою функциональность после начала специальной военной операции на Украине. Тем не менее, в тройке лидеров остались такие социальные сети, как: Youtube, ВКонтакте, Одноклассники (см. рис. 1). Банковские специалисты их чаще остальных используют при социальном скоринге потенциального заемщика.

Отметим, что содержание ФЗ «О персональных данных» от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ полностью подтверждает правомерность использования банком личной информации, взятой таким образом из социальных сетей, поскольку клиент (физическое лицо, гражданин) при заполнении специальной анкеты дал добровольное согласие.

Выводы

Резюмируем преимущества и риски социального скоринга, осуществляемого на добровольной основе:

- одной из задач применения соцсетей банками стоит в изучении реального положения потенциального заемщика. Это важно при вынесении оценки кредитоспособности клиента для минимизации риска кредитного портфеля;

- потребность интеграции конкретной информации из соцсетей потенциального заемщика для её последующего применения к уже функционирующей банковской модели скоринга;
- скоринг является важным инструментом, помогающим определить дополнительный канал банковско-клиентских отношений;
- информация, собранная методом социального скоринга, дает возможность банку субъективно оценить поведение клиента в перспективу. Это важно при одобрении большой суммы заемных средств;
- скоринг, осуществляемый на добровольной форме, выступает важным игроком в кредитной системе, так как дает возможность банку эффективно решать одновременно несколько сложных задач.

Таким образом, развитие механизма социального скоринга, осуществляемого на добровольной форме, даст возможность существенным образом улучшить качество и эффективность банковской деятельности, простимулировать формирование новейших бизнес-процессов, а также уменьшить риски, связанные с кредитными отношениями.

В заключении статьи подчеркнем, что развитие социального скоринга, реализуемого на добровольной форме, будет способствовать совершенствованию цифровых технологий и обеспечиванию стабильных темпов роста в экономическом секторе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гюнтер И.Н. Скоринг — основа минимизации кредитных рисков [Текст] / И.Н. Гюнтер // Финансовая жизнь. — 2016. — № 1.
2. Костыкова М.Ю. Скоринговая модель кредитования малого бизнеса и ее совершенствование в Российской Федерации [Текст] / М. Ю. Костыкова // Финансы и кредит. — 2014. — № 15(191).
3. Bankir.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bankir.ru/news/lenta/?id=9179897>. (дата обращения 23.02.2024).
4. Масютин А.А. Кредитный скоринг на основе данных социальных сетей // Бизнесинформатика. — 2015. — № 3(33).
5. РосБизнесКонсалтинг. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/money/11/10/2017/59db5ec89a7947730019424d>. (дата обращения 23.02.2024).
6. Глобальная статистика Интернета (SEO-Auditor.com). [Электронный ресурс]. URL: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/2017>. (дата обращения 23.02.2024).
7. Сазанов В.М. Социальные сети и технологии (интеллектуальный интернет) [Текст] / В. М. Сазанов. — М., 2010.
8. Скиба С.А., Лойко В.И. Социальный скоринг [Текст] / под ред. С.А. Скиба // Научный журнал. — 2013. — № 91(07).
9. Яблонская А.Е. Анализ банковского кредитования по видам экономической деятельности [Текст] / А.Е. Яблонская // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2011. — № 4.
10. Яблонская А.Е., Шохова Н.А. Развитие банковских инноваций в кредитных организациях на современном этапе их функционирования [Текст] / под ред. А.Е. Яблонская // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2017. — № 2(63).

© Жданов Алексей Владимирович (Alex296_97@mail.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»