DOI: 10.17117/na.2015.11.01.040

<http://ucom.ru/doc/na.2015.11.01.040.pdf>

Поступила (Received): 28.11.2015

Алейникова А.Н., Багдасарян Р.В. Формы использования социальных сетей в банковской деятельности

Aleynikova A.N., Bagdasaryan R.V.
The use of social networks in banking

Социальные сети очень прочно вошли в нашу жизнь и стали неотъемлемой ее частью. В статье представлено несколько основных направлений использования социальных сетей в работе коммерческого банка. В настоящее время социальные сети как способ оценки кредитоспособности заемщика – одно из перспективных инновационных направлений в банковской деятельности

Ключевые слова: социальные сети, скоринг, оценка кредитоспособности, кредитное решение, минимизация кредитного риска

Алейникова Алена Николаевна

Студент

Ростовский государственный экономический университет

г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

Багдасарян Роза Вячеславовна

Студент

Ростовский государственный экономический университет

г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

Social networks become part of our lives. The article presents a few basic directions of use of social networks in the commercial bank. Current Social networks can be used as a way to assess the creditworthiness of the borrower and social networks are one of the promising areas of innovation banking

Key words: social networks, scoring, credit rating, credit decision, minimization of credit risk

Aleynikova Alena Nikolaevna

Student

Rostov state university of economics

Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 69

Bagdasaryan Roza Vyacheslavovna

Student

Rostov state university of economics

Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 69

В последнее время в нашей стране наблюдается интенсивный рост рынка кредитования и, в частности, сектора кредитования физических лиц. Это неизбежно приводит к увеличению кредитных рисков, которые принимают на себя как отдельные кредитно-финансовые институты, так и банковская система страны в целом. Рост рисков обуславливается одновременно расширением контингента заемщиков и увеличением объемов кредитования. В этой ситуации качество управления кредитными рисками в розничном кредитовании приобретает особую актуальность и становится одним из факторов повышения конкурентоспособности кредитного учреждения на рынке банковских услуг.

При выдаче кредита банк, прежде всего, интересуется кредитоспособность потенциального заемщика, то есть способность полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам. Именно задаче выбора кредитоспособных заемщиков в основном и служат скоринговые системы. Сущность скоринга заключается в определении совокупного кредитного балла заемщика в результате его оценки по ряду критериев. Данные критерии имеют различные удельные веса и впоследствии агрегируются в интегральный показатель – совокупный кредитный балл.

Оценка кредитоспособности возможного заемщика проводится на основе имеющейся информации о предыдущих, выданных кредитах, т.е. не на оценке реального человека, а на основе имеющейся о нем информации, которую он же и сообщает, и клиент может представить о себе такие данные, которые позволят ему получить положительный результат при разрешении вопроса о выдаче ему кредита.

Сейчас большинство банков использует для оценки своих потенциальных заемщиков три основных источника: анкету клиента, предоставленные ими документы (паспорт, справка НДФЛ-2 и другие) и данные, получаемые из кредитного отчета БКИ. В режиме жесткой конкуренции на рынке кредитования каждый из вышеуказанных источников постоянно подвергается процессу минимизации данных, чтобы уменьшить время оформления кредитной заявки. В такой ситуации банкам становится жизненно важно черпать где-то дополнительную информацию о своих потенциальных заемщиках. На сегодняшний день социальные сети являются тем самым источником данных.

Одно из направлений использования данных из социальных сетей – противодействие мошенничеству. Например, минимизация угрозы вклейки чужой фотографии в паспорт заемщика. Сотрудник «фронта» сравнивает изображение в паспорте с фотографией в профиле социальных сетей заемщика.

Другое направление – мониторинг на наличие аккаунта потенциального заемщика в одной или нескольких социальных сетях. Например, если клиент зарегистрирован в «ВКонтакте», то вероятность его дефолта, в зависимости от возрастной группы, от 1,3 до 2,6% ниже по сравнению с той, которая могла бы быть, если бы он не присутствовал в ней. То есть один из первичных факторов, которые банки используют для оценки потенциальных заемщиков – наличие у него аккаунта в социальных сетях [1, с. 42].

Третье направление – набор предсказательных переменных. На основе профилей пользователей социальных сетей их можно сгенерировать более 1 тыс. Рациональным является выборка порядка 80, из них в активно разрабатываемых сейчас скоринговых моделях используется не больше 20.

Четвертое направление – это улучшение эффективности взыскания. Поиск контактов проблемных клиентов и методы доведения информации, анализ локаций, где заемщик появляется регулярно. Например, если в анкете он не указал место своей учебы и (или) с работы уволился, либо предоставил недостоверный адрес, то наличие информации может увеличить эффективность выездного взыскания, либо получить дополнительные направления для поиска контактов [2, с. 52].

Пятое направление – выявление сообществ и групп, где состоит потенциальный заемщик и его окружение. Участие в группах асоциального характера может существенно снизить вероятность получения положительного решения по кредитной заявке.

В настоящее время многие банки тестируют проекты по скорингу в социальных сетях. По данным РБК, до конца года скоринг по социальным сетям запустит Альфа-банк. О запуске пилотных проектов в этой сфере РБК также сообщили представители банков «Хоум Кредит» и ОТП. В своей работе уже используют социальные сети такие банки как «БКС Банк» и «Тинькофф кредитные системы» [3, с. 63].

«Тинькофф кредитные системы» использует социальные сети при анализе кредитоспособности заемщика только в том случае, если клиент сам дает свой аккаунт кредитору. Принятие решений в ТКС Банке, говорят его представители, строится на анализе больших массивов данных, и для более точной настройки скоринговых моделей банк стремится максимизировать количество источников информации.

«Скоринг в соцсетях – одна из составляющих в оценке заемщиков. Мы не преувеличиваем его значение, но чем больше мы знаем информации о клиенте, тем легче нам принять кредитное решение, – сказал РБК председатель совета директоров ТКС Банка Олег Тиньков. – Изучаем, с кем дружит клиент, на что подписан, как давно создан аккаунт. Например, мы смотрим e-mail пользователя: чем длиннее адрес, тем выше кредитный риск. Если адрес короткий, значит, он создан потенциальным заемщиком давно и не менялся последние лет десять».

«БКС Банк» на собственном примере доказывает, что скоринг на основе данных из социальных сетей может быть эффективным. В результате годового мониторинга за 2013 год были сделаны определенные наблюдения, в которых отражена взаимосвязь между личными качествами заемщика и его способностью исправно погашать кредит. Результаты исследования банка представлены в Рисунке. Графа «%» раскрывает вероятность просрочки 90 и более дней на четвертом платеже. Например, вероятность просрочки у людей с положительным отношением к курению – 21,2%, а у тех, кто относится резко отрицательно – 11,8%.

Рис. 1. Отношение к курению, %

Информация из социальных сетей позволит расширить объем данных о заемщике при выдаче кредита и более эффективно управлять процессом одобрения заявок. Чем больше информации о заемщике, тем ниже риски невозврата кредита и процент ошибки банка в оценке платежеспособности клиента. Данная система также имеет недостатки – объем информации, которую банк может получить через социальные сети, может быть ограничен личными настройками доступа клиента, а также данная информация может не отражать реального положения дел.

Социальные сети как способ оценки кредитоспособности заемщика – одно из самых перспективных и быстроразвивающихся инновационных направлений. Нет сомнения, что данная система найдет свое воплощение в жизни и будет модернизироваться, устраняя существующие в настоящее время недостатки.

Список используемых источников:

1. Бердюгин А.А., Ревенков П.В. ДБО: Интернет создает новых клиентов и расширяет профили рисков // Банковское дело. 2013. №12. С. 38-45.
2. Полещук Я.А. Уловки соцсетей // Банковское обозрение. 2014. №2. С. 46-52.
3. Чертопруд С.С. Вперед с инновациями // Банковское обозрение. 2014. №2. С. 54-66.

© 2015, Алейникова А.Н., Багдасарян Р.В.
Формы использования социальных сетей в
банковской деятельности

© 2015, Aleynikova A.N., Bagdasaryan R.V.
The use of social networks in banking