

УДК 336.717

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ В БАНКОВСКОМ БИЗНЕСЕ

Яковлева Л.В.

студент магистратуры 2 курса

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Курск, Россия

Гончаров А.Н.¹

студент магистратуры 2 курса

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Курск, Россия

Аннотация

В данной статье рассматриваются подходы к развитию кредитной деятельности банковской организации в условиях цифровизации и усиления конкурентного давления на банковском рынке Российской Федерации. Статья содержит в себе исследование применяемых методик оценки кредитоспособности заёмщиков, а также отражает влияние цифровых технологий и маркетинговых инструментов на результативность кредитной деятельности. Предложенные меры по совершенствованию кредитной политики содержат внедрение AI-скоринга и технологий машинного обучения для повышения точности прогнозирования дефолтов, развитие подхода risk-based pricing, расширение омниканальной маркетинговой стратегии, создание гибких персонализированных кредитных продуктов и

¹ Научный руководитель: Меркулова Наталия Сергеевна, доцент кафедры экономики, финансов и учета ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

усиление интеграции с экосистемами партнёрских структур, что выражается в комплексной трансформации действующих процессов.

Ключевые слова: коммерческий банк, кредитный процесс, цифровизация банковской деятельности, оценка кредитоспособности, скоринговые модели, искусственный интеллект, risk-based pricing, цифровой маркетинг, персонализация кредитных продуктов

APPLICATION OF DIGITALIZATION TECHNOLOGIES IN THE BANKING BUSINESS

Yakovleva L.V.

2nd year graduate student

Kursk State University,

Kursk, Russia

Goncharov A.N.

2nd year Master's degree student

Kursk State University,

Kursk, Russia

Abstract

This article discusses approaches to the development of credit activities of a banking organization in the context of digitalization and increasing competitive pressure in the banking market of the Russian Federation. The article contains a study of the methods used to assess the creditworthiness of borrowers, and also reflects the impact of digital technologies and marketing tools on the effectiveness of lending activities. The proposed measures to improve credit policy include the introduction of AI scoring and machine learning technologies to improve the accuracy of forecasting defaults, the development of a risk-based pricing approach, the expansion of an omnichannel marketing strategy, the creation of flexible

personalized credit products and enhanced integration with partner ecosystems, which translates into a comprehensive transformation of existing processes.

Keywords: commercial bank, credit process, digitalization of banking, creditworthiness assessment, scoring models, artificial intelligence, risk-based pricing, digital marketing, personalization of credit products

Современный банковский сектор Российской Федерации характеризуется усилением конкурентного давления и трансформацией деятельности банковского бизнеса. При этом цифровизация радикально перестраивает процесс осуществления активных банковских операций – автоматизация и технологии искусственного интеллекта содействуют повышению точности оценки заёмщиков, ускорению процедур принятия решений в рамках операций с ценными бумагами и валютными активами.

Цель данного исследования заключается в разработке направлений совершенствования кредитной политики коммерческого банка на примере ВТБ. Объект исследования представлен кредитной деятельностью коммерческой банковской структуры, тогда как предмет охватывает механизмы выстраивания и реализации кредитной политики ВТБ, включая процедуры оценки заёмщиков и маркетинговые каналы продвижения кредитных продуктов.

Современные исследователи рассматривают кредитную деятельность коммерческих банков через призму структурных преобразований экономики, анализируют кредитные операции российских банков, акцентируя их определяющее значение для экономики. При этом подчёркивают, что внедрение технологических инноваций приводит к росту результативности и прибыльности процесса кредитования. В научном контексте теоретических основ кредитной политики ряд авторов исследуют стратегические и тактические элементы, и выделяют значимое место цифровых технологий в Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

снижении кредитных рисков. Интеграция искусственного интеллекта и автоматизации содействует более точной оценке заёмщиков, ускорению процедур принятия решений и оптимизации затрат, что отражает необходимость сочетания современных технологических решений с традиционными подходами.

При рассмотрении клиентского сегмента анализируются современные банковские продукты, ориентированные на долгосрочное взаимодействие кредитных организаций и предпринимательского сектора. Банковским структурам следует осуществлять постоянную подстройку спектра услуг — кредитование, факторинговые механизмы и овердрафтные инструменты — под запросы малого и среднего бизнеса, при этом прозрачность и гибкость параметров сотрудничества выражается в устойчивости партнерских связей.

Применяемые подходы к оценке кредитоспособности заемщиков представлены скоринговыми моделями, анализом финансовых коэффициентов и интегральными методами, что содействует проведению сопоставительного анализа ключевых методик (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ методов оценки кредитоспособности заёмщиков и их характеристик [1; 3; 9]

Способ оценки	Основное преимущество	Недостатки
Финансовые коэффициенты	Простота	Статичность
Скоринговые модели	Стандартизация	Зависимость от исходных данных
Комплексная модель	Высокая точность	Требует много данных

Для исследования маркетинговых инструментов задействованы модели 4P и 2S банковских услуг, что обеспечивает рассмотрение продвижения кредитных продуктов через призму классических и специализированных методологических решений. При этом в банковской практике выполняется оценка продуктивности рекламных каналов и цифровых технологий – Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

применение интернет-рекламы, программ лояльности и CRM-систем . проводится анализ цифровых каналов привлечения клиентов, которые содействуют активизации спроса на кредитные продукты и отражаются в актуальных тенденциях развития банковского маркетинга.

Система оценки кредитоспособности заёмщиков в ВТБ базируется на сочетании традиционных инструментов финансового анализа, скоринговых моделей и экспертных заключений, при этом для массовых розничных продуктов используются скоринговые функции и рейтинговые шкалы, тогда как в корпоративном сегменте применяется анализ финансовой отчётности с учётом отраслевых и региональных особенностей, но действующие подходы характеризуются перечнем ограничений, поскольку ориентация на ретроспективные данные не обеспечивает полноценного отражения динамично изменяющихся макроэкономических условий и социально-экономических факторов, что с научной точки зрения подтверждает потребность во внедрении комплексных и универсальных методик оценки заёмщиков для снижения рисков невозврата [1; 3; 9].

Применяемые методы оценки содержат количественные скоринговые алгоритмы и качественные экспертные инструменты, включая финансово-аналитические механизмы — коэффициентный анализ и исследование денежных потоков — наряду с автоматизированными скоринговыми системами для физических лиц, при этом учитывается внекредитная информация, включая поведенческие характеристики клиентов, тогда как интеграция технологий Big Data и машинного обучения содействует объединению значительных массивов данных и приводит к повышению точности прогнозирования дефолта [2; 4].

Ограничения и риски действующих подходов выражаются в том, что традиционные модели не обеспечивают полноценного учёта современных цифровых факторов и допускают наличие субъективного компонента, тогда

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

как активное расширение розничного кредитования приводит к росту долговой нагрузки населения, что обусловило ужесточение регуляторных требований в отношении необеспеченных потребительских займов, при этом основной проблемой банковского сектора остаётся вероятность непогашения задолженности, что требует дальнейшего совершенствования методологических основ оценки заёмщиков [1; 3; 9].

Уровень автоматизации кредитного процесса в ВТБ характеризуется активным внедрением цифровых решений, включая онлайн-платформы подачи заявок и автоматизированные скоринговые системы, что с научной точки зрения демонстрирует, что цифровые технологии и автоматизация оценки кредитного риска содействуют повышению точности аналитических процедур, ускорению принятия решений и снижению операционных издержек [2; 4], но полная интеграция инструментов искусственного интеллекта в процессы кредитования находится на стадии развития, вследствие чего часть сложных решений сохраняется в зоне ответственности специалистов.

Цифровизация существенно преобразует кредитный процесс ВТБ, обеспечивая внедрение новых форм взаимодействия с клиентами и повышение обоснованности принимаемых решений, при этом банк развивает цифровые платформы и мобильные приложения для дистанционного оформления кредитов и мониторинга платежей, тогда как использование решений на основе искусственного интеллекта и скоринговых моделей, анализирующих нетрадиционные данные, включая массивы Big Data, содействует ускорению процедур кредитования и снижению операционных рисков [2; 4; 6].

Внедрение цифровых платформ выражается в развитии интернет- и мобильных сервисов, позволяющих оформлять кредиты в онлайн-формате, при этом взаимодействие с клиентами — документооборот, предоставление Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

справок и отслеживание статуса заявок — осуществляется через цифровые каналы, тогда как применение кол-центров с чат-ботами и систем биометрической идентификации упрощает коммуникацию и повышает доступность банковских услуг [6; 10].

Банк ВТБ предлагает широкий спектр кредитных продуктов, который охватывает традиционные решения — ипотечное кредитование, автокредитные программы, потребительские займы, овердрафтные инструменты и факторинговые операции — и современные цифровые предложения, при этом к инновационным форматам относятся беспроцентные и ускоренные займы через мобильные приложения, кредитные карты с расширенным функционалом и программы партнёрского финансирования в структуре экосистемы банка [13].

Традиционные и инновационные продукты представлены залоговыми и беззалоговыми формами кредитования для различных категорий клиентов, тогда как цифровые сервисы отражают трансформацию продуктовой линейки — в 2022–2023 гг. реализованы механизмы полного дистанционного оформления ипотечных кредитов с применением электронной закладной и внедрены безбумажные решения автокредитования, при этом банк развивает кредитные продукты на базе API и расширяет взаимодействие с торговыми партнёрами через POS-кредитование, что содействует привлечению новых клиентов [13].

Приспособление кредитных продуктов к цифровой среде выражается в их эволюционном изменении под воздействием цифровизации и трансформации клиентских запросов, поскольку применение биометрических технологий и электронных сервисов обеспечило возможность полного онлайн-оформления ипотечных продуктов, что приводит к ускорению процедур и повышению удобства взаимодействия, при этом с научной точки зрения стоит подчеркнуть необходимость

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

постоянной корректировки банковских предложений с учётом потребностей бизнеса и развития цифровых каналов, что отражается на росте конкурентоспособности [12].

Продвижение кредитных продуктов ВТБ осуществляется посредством интегрированных маркетинговых инструментов, где применяется многоканальный подход, объединяющий традиционные форматы рекламы — телевизионные каналы, наружные носители и печатные издания — и цифровые инструменты, включая таргетированную рекламу, социальные сети, контекстные объявления и email-коммуникации, при этом используются программы лояльности и механизмы кросс-продаж, что усиливает вовлечённость клиентской аудитории [5; 7; 8; 11].

Инструменты продвижения характеризуются активным применением онлайн-платформ и социальных сетей, где значимое место занимает таргетированная реклама с учётом географических и поведенческих параметров, и осуществляется SEO-оптимизация интернет-ресурсов с развитием инструментов интернет-маркетинга, при этом реализуются партнёрские программы и промо-инициативы, включая предоставление скидок при оформлении автокредитных продуктов [5; 11].

Дальнейшая траектория развития банковской деятельности всё более тесно связана с углублением цифровых преобразований, где внедрение искусственного интеллекта, распределённых реестров и цифровых валют формирует новую архитектуру кредитных процессов, и на практике это проявляется в переходе к интеллектуальным системам оценки заёмщиков, основанным на обработке больших массивов данных и алгоритмах машинного обучения, что обеспечивает создание более точных скоринговых моделей и выработку индивидуальных условий кредитования, тогда как усиление ориентации на клиента через омниканальные форматы

взаимодействия и гибкие финансовые продукты занимает ведущую позицию в обеспечении долгосрочной устойчивости и роста банковского бизнеса.

Библиографический список

1. Высоцкая А. В. Анализ кредитоспособности заемщика // Тенденции и перспективы развития банковской системы в современных экономических условиях : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Брянск, 23 декабря 2021 г. Т. 2. Брянск: Брян. гос. ун-т им. акад. И. Г. Петровского, 2022. С. 112–116.
2. Гусейнов В. М. Цифровая трансформация при осуществлении активных операций коммерческого банка в современных условиях // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. № 6 (147). С. 341–350.
3. Давыдова А. А. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика финансовыми организациями: обзор подходов и методов оценки // Вестник ВУиТ. 2023. № 1 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-kreditosposobnosti-zaemshika-finansovymi-organizatsiyami-obzor-podhodov-i-metodov-otsenki> (дата обращения: 21.05.2026).
4. Искандарова Р. Р. Кредитная политика коммерческого банка: теоретические основы, стратегические приоритеты и роль цифровизации в управлении рисками // Journal of Monetary Economics and Management. 2024. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreditnaya-politika-kommercheskogo-banka-teoreticheskie-osnovy-strategicheskie-prioritety-i-rol-tsifrovizatsii-v-upravlenii-riskami> (дата обращения: 21.05.2026).
5. Кондрацкая Т. А., Шагина Е. А., Кондрацкая Г. Ю. Особенности рекламы банковских операций: модели 4P и 2S // Baikal Research Journal. 2023. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reklamy-bankovskih-operatsiy-modeli-4r-i-2s> (дата обращения: 21.05.2026).

6. Курманова Д. А., Галимарданов А. Р., Султангареев Д. Р. Цифровая трансформация Российского коммерческого банка // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. 2021. № 1 (35). С. 49–61.
7. Липкина Н. Д., Балова С. Л. Инструменты рекламы в повышении лояльности клиентов банков в цифровой среде // Практический маркетинг. 2022. № 3 (300).
8. Меркулова Н.С., Конорев А.М., Максимов Н.Б., Иванов К.Н. Тенденции развития отечественного рынка потребительского кредитования // Управленческий учет. 2025. 311. С.206-213.
9. Мусафиров Ф. М. Методика проведения комплексной оценки кредитоспособности юридических лиц // Вестник науки. 2024. № 5 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-provedeniya-kompleksnoy-otsenki-kreditosposobnosti-yuridicheskikh-lits> (дата обращения: 21.05.2026).
10. Пигапов С. Цифровая трансформация традиционных коммерческих банков // Информационные технологии и математические методы в экономике и управлении (ИТиММ-2023) : сб. ст. XII Междунар. науч.-практ. конф. им. А. И. Китова : в 2 кн., Москва, 23–24 марта 2023 г. М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2023. С. 176–186.
11. Синиченко О. А., Ерофеева А. П. Реклама банковских услуг: анализ особенностей и инструментов // Вестник ТИУиЭ. 2025. № 1 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-bankovskih-uslug-analiz-osobennostey-i-instrumentov> (дата обращения: 21.05.2026).
12. Смирнов В. М. Современные банковские продукты как основа долгосрочного сотрудничества банков и бизнеса // Вестник евразийской науки. 2024. № 1S. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-bankovskie-produkty-kak-osnova-dolgosrochnogo-sotrudnichestva-bankov-i-biznesa> (дата обращения: 21.05.2026).

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

13. Финансовые результаты ВТБ по МСФО [Электронный ресурс].
— URL: <https://www.vtb.ru/ir/statements/results/> (дата обращения: 21.05.2026).