



Одно из главных правил бизнеса – постоянно его развивать, прибегать к инновациям всегда: и в хорошие, и в плохие времена. Иначе не выживешь.

Сегодня это очевидно, как никогда, особенно в финансовом секторе. Опробовав на себе все прелести кризиса, столкнувшись с тотальным ухудшением уровня платежеспособности граждан, сейчас банки все силы бросают на совершенствование системы проверки своих клиентов – ближайших и будущих. Понятно, что сегодня из-за положения в стране кредитование сузилось до минимума, но оно не исчезло, просто акценты перешли на другие продукты, сообщает интернет-издание “[КУРС ДНЯ](#)” со ссылкой на сайт

[Antiraid](#)

.

Один из обсуждаемых сейчас способов оценки кредитоспособности – скоринг по социальным сетям. Анализируя иностранный опыт и даже отечественные разработки, готов поверить, что сети могут быть полезны. Однако мы живем не в Америке. И, исходя из наших реалий, понимаем, насколько труднее реализовать подобную систему в Украине. Что же не так?

Главная проблема автоматизации процесса – много «шума» и недостоверных данных

Главная проблема, с которой столкнутся здесь кредиторы - недостоверность данных. Часто заводя страницы в сетях, из информации о себе люди указывают только Ф.И.О. Хорошо, если оно не вымышленное или не трансформировалось во что-то на подобие ника. В этом случае остается одна возможность: получить официальное согласие потенциального заемщика на использование данных из его страниц в соцсетях. И надо сказать, подобная практика применяется в других странах: клиенты уже привыкли к

тому, что банковские анкеты запрашивают у них адреса профилей. Хотя, думаю, у нас люди пока к этому не готовы и могут даже «обидеться» на такое требование. Мы не предвидели подобных проверок и в нашей каше из постов-репостов частенько звучат темы, которые кредиторам могут не понравиться.

Но в целом и зачастую сетевой контент дает немало информации о человеке, в том числе для создания психологического портрета, что имеет весомое значение при оценке кредитоспособности. Многие компании в Украине уже научились автоматизировать подобный анализ, ведь делать выборку вручную – слишком трудоемкое и неблагодарное занятие.

Чем делятся, а чем не делятся в профиле

Семейное и социальное положение, профессия, интересы, окружение, данные о родственниках, финансовые возможности для путешествий и дорогостоящие покупки – чаще всего профили прямо или косвенно раскрывают эти данные о человеке. Однако мы не всегда хотим показывать свои неудачи и неприятности. Так, фотоотчет о поездке на отдых в другую страну, скорее всего, появится в профиле, однако человек может не признаться, что это был способ отвлечься от мрачных мыслей о предстоящем разводе или прогулять пособие по сокращению на работе.

Профиль есть не у всех

Не думаю, что отсутствие соцстраницы сможет послужить причиной отказа в кредите. Хотя нужно учитывать: высокая активность в сетях способствует повышению доверия к человеку, демонстрируя его социальную адаптивность и открытость к общению, показывая, что человеку нечего скрывать.

Но далеко не все создают профили – одним это интересно, у других не хватает времени, а многие просто не хотят лишней публичности (например, если не позволяет сфера деятельности либо статус).

Это мой аккаунт. Или, все-таки, не мой?

Случаи воровства аккаунтов в сетях – достаточно распространенное явление. Самое безобидное – когда профиль используют с целью продвижения каких-либо групп в сетях, чаще всего – рекламных. От имени лица пишут посты, ставят лайки, оформляют подписки. Бесспорно, подобные действия могут негативно повлиять на репутацию пострадавшего (особенно если это и было целью мошенников). Но если банк возьмется оценивать его психологический и социальный портрет по этой «псевдоактивности», вряд ли это будет способствовать повышению кредитного рейтинга пострадавшего. Например, человека могли подписать на сообщество типа «Как избежать уплаты долгов» и подобные радикальные группы. Понятно, как к этому отнесется кредитор.

Сможет ли банк распознать такую подделку? Разве что с помощью владельца профиля, но при условии, что он сам в курсе проблемы и, тем более, в курсе того, что его будут проверять по сетям.

Разные сети – разное качество контента

Такие показатели как качество и уровень достоверности контента в разных сетях отличаются. Например, «Одноклассники» и «ВКонтакте» из-за своей простоты привлекают больше людей, особенно школьного возраста, которые представляют для кредиторов меньший интерес. В то же время система Facebook и LinkedIn намного сложнее, и аудитория здесь, как и контент, более серьезные. Понятно, что оценивать платежеспособность человека легче по страницам в последних двух сетях, но никто не будет спрашивать у кредиторов, где заводить профиль и как его вести.

Банкам нужны дополнительные источники информации

В целом, почему кредиторы задаются вопросом о том, где искать данные по клиентам? Потому что у них очень ограничен доступ к информации о частных лицах. Если бы у нас наладить систему взаимосвязи кредитующих организаций с Налоговой службой и Пенсионным фондом - скоринг бы намного упростился. Не только уменьшился бы процент выдач кредитов мошенникам, но упростился бы процесс работы с проблемными заемщиками. Например, банк готов пойти на реструктуризацию или дисконтирование

долга, но хочет убедиться в достоверности предоставленной заемщиком информации об изменении его финансового положения. А получив данные по человеку из служб финансовой отчетности, он смог бы понять, кто перед ним – добросовестный клиент или мошенник.

Вот и в России уже летом планируют запустить пилотный проект доступа банков к базе данных о доходах граждан из Пенсионного фонда, а также готовится подспорье для подобного сотрудничества с налоговиками.

Будем готовиться

Если не брать во внимание коммерческой выгоды, главная идея социальных сетей состоит в том, чтобы помогать утолять жажду общения. Все остальные функции и возможности косвенные. Люди «приходят» в сети, чтобы расслабиться, отвлечься, а не с целью впечатлить кредиторов. Но мы должны понимать, что практика определения кредитоспособности по сетям уже применяется украинскими кредиторами (конечно же, как дополнительный источник информации о клиентах). Он позволяет производить оценку быстро и онлайн, что важно, например, при выдаче небольших займов, особенно если решение принимается удаленно.

Сомнений в том, что в ближайшие годы у нас появится по-настоящему качественный скоринг с использованием социальных сетей, нет. Стоит ли потенциальным заемщикам к этому готовиться? Думаю, профили в сетях можно начинать рихтовать уже сейчас – на всякий случай. Ведь не смотря на то, что официально в Украине сети пока не рассматривают как поле для исследований, кто знает, не заглянет ли кредитор в Facebook и не встретит ли отметку о том, чего вы не хотели ему демонстрировать?