

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФИНАНСОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ СМАРТ-БИЗНЕС МОДЕЛИ БАНКА

Павловская Наталья Евгеньевна, магистрант

Сибирский федеральный университет

Pavlovskaya Natalia Evgenievna, Master's student
Siberian Federal University, pavlovskaya.ne@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается влияние поведенческих финансов на формирование смарт-бизнес моделей банков. Анализируются когнитивные искажения клиентов и применение поведенческого скоринга, машинного обучения и цифровых технологий для повышения эффективности управления и снижения рисков.

Ключевые слова: поведенческие финансы, смарт-бизнес модель, банковский сектор, цифровая трансформация, управление рисками, аналитика поведения.

Актуальность. Поведенческие финансы – сравнительно новое направление, объединяющее экономику и психологию. Оно позволяет объяснить, почему участники рынка принимают решения под влиянием эмоций, стереотипов и когнитивных искажений. Для банков этот подход особенно важен: понимание поведенческих факторов клиентов способствует повышению рентабельности, снижению рисков и формированию конкурентных преимуществ.

Научная новизна. Новизна исследования заключается в рассмотрении поведения человека как ключевого измерителя эффективности банковских стратегий. Поведенческие финансы позволяют перейти от абстрактных рациональных моделей к анализу реальных мотивов и привычек клиентов.

Цель исследования – определить, как принципы поведенческих финансов могут быть интегрированы в смарт-бизнес-модель банка для повышения эффективности управления и удовлетворённости клиентов.

Поведенческие финансы (behavioral finance) возникли как ответ на ограниченность классических экономических моделей, исходящих из гипотезы рационального инвестора и эффективного рынка. В действительности, как показали исследования Д. Канемана и А. Тверски в рамках Prospect Theory (1979) [1, с. 270], решения экономических агентов определяются не объективной рациональностью, а когнитивными искажениями – систематическими ошибками восприятия, памяти и суждения. Люди не оптимизируют полезность, а упрощают процесс выбора при помощи эвристик – ментальных «ярлыков», что нередко ведёт к переоценке риска, эффекту избыточной уверенности и иррациональному поведению на рынках.

Работы М. Статмана, Г. Шефрина и Р. Талера расширили этот подход, создав теоретическую основу так называемого «второго поколения» поведенческих финансов, где внимание сосредоточено не только на описании иррациональности, но и на возможностях её прогнозирования и моделирования. Эти исследования продемонстрировали, что отклонения от рациональности имеют устойчивый характер, поддаются статистическому анализу и могут быть встроены в финансовые модели – например, в корректировки ставок дисконтирования или в оценку инвестиционного риска.

В российской научной мысли предпосылки поведенческих финансов начали формироваться значительно раньше – в рамках экономической психологии. Как

отмечают исследователи О. С. Беломытцева и И. П. Супис, уже в трудах В. М. Бехтерева (1903) и А. И. Китова (1980-е) рассматривались психологические механизмы принятия экономических решений, влияние внушения, моды и социального подражания на финансовое поведение. Эти идеи предвосхитили западную традицию поведенческой экономики, оформившуюся десятилетия спустя [2, с. 118].

Переход России к рыночной экономике стимулировал развитие междисциплинарных исследований, сочетающих психологию и финансы. В 2000-е годы формируется отечественная школа поведенческих исследований, ключевыми представителями которой являются Н. Б. Рудык, В. А. Горецкая и С. Ю. Богатырёв. Последний предложил концептуальную триаду поведенческих инструментов (поведенческая оценка, отчётность и планирование) отражающую прикладной потенциал теории для управления корпоративными финансами и инвестиционными решениями.

Исследование Р.И. Капелюшникова дополняет классическую теорию перспектив эмпирическим анализом когнитивных механизмов, лежащих в основе финансового поведения. Авторы выделяют несколько устойчивых паттернов мышления, определяющих экономические решения:

- эвристика доступности (availability heuristic) – склонность судить о вероятности событий по лёгкости их воспоминания, что приводит к переоценке актуальных рыночных угроз;
- эффект якорения (anchoring effect) – зависимость оценки активов от первоначальной информации (цены, прогнозов, медиаповестки);
- эффект подтверждения (confirmation bias) – избирательное восприятие данных, подтверждающих собственные убеждения;
- когнитивный диссонанс – нежелание признавать ошибочность прошлых решений, что приводит к запаздыванию корректировок портфеля [2, с. 119].

В финансовом анализе эти когнитивные механизмы проявляются в виде переоценки «горячих» акций, иррационального следования за трендом и низкой склонности инвесторов фиксировать убытки. В современных условиях цифровой трансформации эти эффекты усиливаются алгоритмическими рекомендациями, что делает необходимым внедрение смарт-моделей управления рисками, учитывающих психологическую составляющую принятия решений.

Как отмечает российский исследователь В. И. Хватков, современный этап развития поведенческих финансов связан с переосмыслением условий их применения в постпандемийной и санкционной экономике. Классические модели столкнулись с новыми ограничениями: ростом регуляторного давления, нарушением информационных потоков, сокращением прозрачности отчётности компаний. Эти факторы усиливают иррациональные колебания на финансовых рынках, затрудняя использование стандартных инструментов поведенческого анализа. В ответ на это в России формируется новый прикладной этап исследований – расчёт *поведенческой ставки дисконтирования*, корректирующей традиционные оценки стоимости капитала с учётом эмоционального фона и действия эвристик (эффекта избыточной реакции, когнитивного диссонанса и др.) [3, с. 3].

В то же время, как показывает практика крупнейших банков, концепции поведенческих финансов интегрируются в развитие смарт-стратегий: автоматизированных моделей кредитного скоринга, персонализированных продуктов и инструментов машинного обучения, которые анализируют поведение клиентов на протяжении всего цикла взаимодействия с банком. Эти технологии позволяют

адаптировать поведенческие принципы к операционной деятельности финансовых институтов, превращая иррациональность из источника неопределённости в управляемый параметр [3, с. 4].

Таким образом, поведенческие финансы прошли путь от описательной психологии финансового выбора к сложной междисциплинарной системе анализа, применяемой для оптимизации банковских бизнес-моделей. Эволюция этого направления отражает общий сдвиг в экономической мысли – от формальных моделей рациональности к исследованию реальных когнитивных и социальных факторов принятия решений. В современных условиях поведенческая парадигма становится неотъемлемым элементом цифровой трансформации финансового сектора, обеспечивая интеграцию аналитики данных и поведенческих закономерностей в единую смарт-архитектуру управления рисками и клиентскими стратегиями.

Для оценки влияния поведенческих факторов на деятельность банка всё чаще применяются методы, основанные на принципах поведенческой экономики, которые позволяют понимать не только рациональные, но и эмоциональные мотивы клиентов. Одним из ключевых инструментов в этом направлении является поведенческий скоринг, основанный на моделях машинного обучения. Такие алгоритмы анализируют динамику поведения заёмщиков: частоту платежей, реакцию на уведомления, изменения в расходных привычках. Это помогает банку прогнозировать вероятность просрочек, оптимизировать кредитные лимиты и формировать персонализированные предложения. Значительное место в практике занимают автоматизированные аналитические системы, интегрированные в цифровые каналы обслуживания. Они обрабатывают массивы клиентских данных и выявляют скрытые закономерности, определяя, какие стимулы повышают вовлечённость. Применение искусственного интеллекта позволяет выстраивать точечные коммуникации с клиентом: например, отправлять напоминания о платеже или показывать предложение в момент наибольшей вероятности отклика [4].

Наряду с количественными подходами используются и качественные методы анализа, такие как интервью и поведенческие наблюдения. Они помогают выявить барьеры, мешающие клиенту принять решение: страх потерь, привычку откладывать действия или недостаток уверенности. Эти данные позволяют корректировать сценарии взаимодействия и упрощать пользовательский путь. Анализ основан как на финансовых данных (транзакции, структура расходов, регулярность платежей), так и на поведенческих признаках, отражающих психологические реакции клиента. Так, банки учитывают активность пользователя в мобильном приложении, его предпочтения, время отклика на предложения. На основе этого создаются персонализированные сценарии, в которых используются «поведенческие подталкивания» (nudges) – небольшие стимулы, побуждающие к действию. Например, напоминание о скидке с указанием ограниченного срока её действия повышает конверсию за счёт страха упустить выгоду, а индикатор прогресса при заполнении формы усиливает мотивацию завершить процесс [4].

Список использованных источников

1. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk // *Econometrica*. – 1979. – Vol. 47. - №2. – P. 263-291.
2. Беломытцева О.С., Супис И.П. Обзор исследований в области поведенческих финансов в России: история и современность // *Бизнес. Образование. Право. Бюллетень Волгоградского института бизнеса*. – 2019. – №1 (46). – С. 117-122.

3. Хватков В.И. Условия применения и параметры ограничения использования инструментов поведенческих финансов при анализе финансовых решений и результатов стоимостной оценки на современных рынках капитала // Российский экономический интернет-журнал. – 2023. - №2. – С. 1-17.

4. Чурсина В. Как использовать поведенческую экономику для прибыльности бизнеса [Электронный ресурс] // Unisender. – 2025. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/blog/kak-ispolzovat-povedencheskuyu-ehkonomiku-dlya-rosta-pribylnosti-biznesa/> (дата обращения: 20.10.2025).