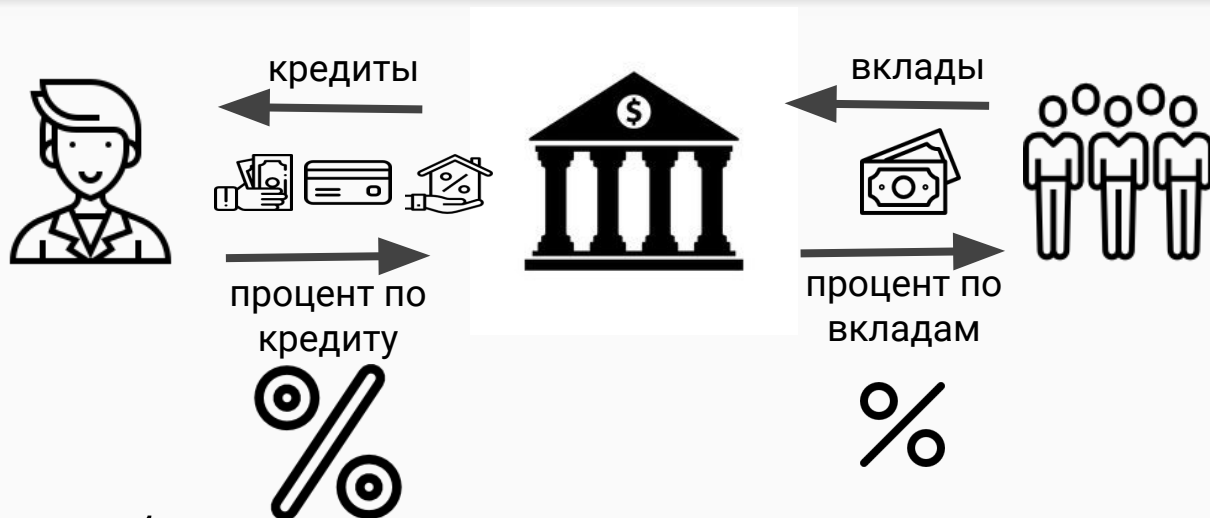


Решение задачи кредитного скоринга на данных карточных транзакций клиента

дипломная работа Соколова Александра

часть про связь задачи с бизнесом

Как и на чем банки зарабатывают



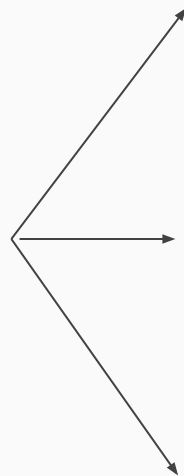
Банки зарабатывают на разнице между этими двумя процентами.

Важно, чтобы заемщик вовремя и в полном объёме платил по обязательствам иначе будет убыток, а не доход. Поэтому для банка приоритетным является ответственное кредитование, основанное на модельной оценке вероятности того, что заёмщик перестанет выполнять взятые обязательства (выйдет в дефолт).

Минусы существующей схемы получения сора от БКИ

1. Кредитная история клиента может храниться в разных БКИ.
2. Для каждого обращения в БКИ банку необходимо получать согласие клиента. Обычно это делается ТОЛЬКО один раз во время одобрения заявки на кредит.
3. Заемщик после получения кредита может неответственно подходить к финансам, и взять еще кредит в другом банке. Узнать об этом без запроса в БКИ банку никак нельзя.
4. Хотя скор БКИ формируется по единым правилам ЦБ, но для банков полностью не раскрываются модели БКИ.
5. С 2019 года БКИ обязаны рассчитывать показатель долговой нагрузки (ПДН) клиента (то есть самостоятельно собирать и агрегировать информацию из кредитных организаций по своим клиентам), что привело к увеличению стоимости запросов.

Карточные транзакции клиента



Продукты
Супермаркет
3000 р
21.04.2021
12:00 (офлайн)



Стрижка
Барбершоп
1500 р
21.04.2021
16:00 (офлайн)



Билеты
Агенство
20000 р
21.04.2021
19:00 (онлайн)

1. Можно делать прогноз кредитного сора с точностью аналогичной скору БКИ
2. Можно делать прогноз без получения согласия со стороны заемщика и заранее при изменении сора увеличивать или уменьшать кредитный лимит или предлагать новые продукты для увеличения прибыли банка

3. Можно использовать прогноз модели на транзакциях не как альтернативу БКИ, а как дополнение к существующим моделям для их улучшения:

- предложение новых кредитных продуктов или увеличение кредитной линии через мобильные приложения существующим клиентам
- персонафикация предложений новых продуктов или услуг из экосистемы в телемаркетинге через смс или роботов

Спасибо за внимание