

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»

УДК 338.27

ШИНКАРЁВА
Елизавета Дмитриевна

**МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ
ПОВЕДЕНИЕМ БЕЛОРУССКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание степени магистра

по специальности 7-06-0611-07 Бизнес-аналитика и цифровой маркетинг

Научный руководитель
Лаврова Ольга Игоревна
кандидат экономических наук, доцент

Минск 2025

Работа выполнена на кафедре экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»

Научный руководитель: **ЛАВРОВА Ольга Игоревна,**

декан инженерно-экономического факультета учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент

Рецензент: **НИКУЛЬШИН Борис Викторович,**

заведующий кафедрой ЭВМ учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат технических наук, доцент

Защита диссертации состоится «23» июня 2025 г. года в 9⁰⁰ часов на заседании Государственной экзаменационной комиссии по защите магистерских диссертаций в учреждении образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» по адресу: 220013, Минск, ул. Платонова, 39, копр. 5, ауд. 209, тел. 293-89-92, E-mail: kafei@bsuir.by

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники».

ВВЕДЕНИЕ

Финансовое поведение потребителей в современных социально-экономических условиях приобретает всё большее значение как объект анализа в рамках поведенческой экономики. Традиционные экономические теории, основанные на рациональном выборе, не всегда способны адекватно описывать поведение реального потребителя, особенно в условиях нестабильности, неопределённости и асимметрии информации. Это вызывает необходимость обращения к междисциплинарным подходам, в которых важную роль играют психологические, социокультурные и институциональные факторы. Поведенческая экономика, опирающаяся на когнитивную и социальной психологию, предоставляет научный инструментарий для моделирования и прогнозирования решений потребителей, в том числе решений, связанных с использованием потребительского кредитования.

Особую актуальность данное направление приобретает в Республике Беларусь, где формируется особая модель потребительского поведения, сочетающая черты постсоветской экономической культуры, высокий уровень адаптационного конформизма и ограниченное доверие к финансовым институтам. В условиях макроэкономической нестабильности, инфляционных ожиданий и неопределённости в отношении будущего, решения белорусских потребителей в сфере личных финансов в значительной степени зависят от субъективных оценок будущей устойчивости. Это делает необходимым анализ и формализацию именно психологического компонента потребительского поведения – уверенности в завтрашнем дне.

В настоящем исследовании в качестве центрального поведенческого индикатора рассматривается субъективный уровень уверенности в будущем, который интерпретируется как агрегированный показатель психологической устойчивости, экономических ожиданий и готовности к принятию долгосрочных обязательств. Его количественное измерение осуществляется с использованием шкалы Лайкерта, что позволяет включить переменную в эконометрические модели и анализировать её влияние на решения о привлечении кредитных средств.

Объектом исследования выступает белорусский потребитель.

Предметом исследования является финансово-психологическое поведение белорусских потребителей в условиях трансформационной экономики.

Цель работы – исследовать финансово-психологические факторы, оказывающие влияние на поведение, и выявить иррациональные закономерности финансового поведения белорусского потребителя.

Для достижения указанной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- проанализировать теоретические подходы к исследованию финансового поведения потребителей и определить роль поведенческих факторов в принятии кредитных решений;
- построить модель зависимости вероятности кредитования от совокупности факторов, включая уровень уверенности в будущем;
- провести оценку эффективности модели с использованием классификационных и дискриминационных метрик;
- реализовать сценарный анализ с варьированием ключевых параметров и интерпретировать результаты с точки зрения управленческой применимости;
- разработать практические рекомендации для финансовых и маркетинговых структур по использованию модели в целях сегментации, таргетинга и прогнозирования спроса на кредитные продукты;

Гипотеза исследования – чем выше уровень субъективной уверенности потребителя в будущем, тем выше вероятность его обращения к потребительскому кредитованию. Это предположение основано на положительной корреляции между ощущением внутренней устойчивости и готовностью к принятию долгосрочных финансовых обязательств.

Методология исследования базируется на применении логистической регрессии – метода, позволяющего моделировать бинарные зависимые переменные как функцию от набора объясняющих признаков. В рамках анализа использовались методы описательной статистики, корреляционного анализа, оценка отношения шансов, а также ROC-анализ. Дополнительно применён метод сценариев, позволяющий формализовать поведение модели при изменении входных параметров, что усиливает прикладную составляющую исследования. Все вычисления производились с использованием инструментов анализа данных на языке Python (библиотеки pandas, statsmodels, scikit-learn, matplotlib и др.).

Таким образом, работа направлена на решение актуальной междисциплинарной задачи, лежащей на стыке экономики, социологии и прикладной психологии, с ориентацией на получение инструментальных решений, применимых в практике управления потребительским спросом и кредитной политикой.

Автор выражает благодарность Лавровой О.И. – научному руководителю, декану инженерно-экономического факультета кандидату экономических наук, доценту за квалифицированную помощь и консультации во время подготовки магистерской диссертации.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Актуальность темы исследования обусловлена нарастающей ролью поведенческих факторов в финансовом поведении потребителей в условиях экономической нестабильности и высокой неопределённости. Традиционные экономические модели, основанные на принципах рационального выбора, оказываются недостаточными для объяснения реальных решений граждан.

Включение психологических переменных в эконометрическое моделирование расширяет аналитический инструментарий финансового планирования, усиливает возможности клиентской сегментации и способствует развитию персонализированного банковского обслуживания. Это соответствует задачам цифровизации финансового сектора и реализации национальных стратегий в области повышения финансовой грамотности и устойчивости.

Степень разработанности проблемы

Исследование финансово-психологического поведения потребителей отражено в трудах как отечественных, так и зарубежных учёных. Значительный вклад в разработку теоретических основ поведенческой экономики внесли Д. Канеман, А. Тверски, Р. Талер, чьи работы заложили фундамент для анализа отклонений от рационального выбора и роли когнитивных искажений в финансовом принятии решений. В белорусском и российском научном пространстве проблема рассматривалась в работах И.А. Гребенщиковой, А.П. Дмитриева, С.В. Гаврилова, Л.П. Ивановой, Л.В. Петровой, И.Г. Сидорова, где акцент сделан на культурно-национальные особенности и институциональные барьеры при принятии финансовых решений населением в условиях трансформационной экономики.

Вместе с тем, в имеющихся исследованиях недостаточно внимания уделено интеграции поведенческих индикаторов в эконометрические модели прогнозирования кредитного поведения. Большинство эмпирических работ концентрируется либо на анализе доходов и объективных показателей, либо на обособленном изучении психологических установок, без перехода к формализованному моделированию. Настоящее исследование направлено на восполнение данного пробела путём построения количественной модели, объединяющей социально-демографические параметры с поведенческими характеристиками, и последующего сценарного анализа на их основе.

Цель и задачи исследования

Цель работы – исследовать финансово-психологические факторы, оказывающие влияние на поведение, и выявить иррациональные закономерности финансового поведения белорусского потребителя.

Для достижения указанной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- проанализировать теоретические подходы к исследованию финансового поведения потребителей и определить роль поведенческих факторов в принятии кредитных решений;
- построить модель зависимости вероятности кредитования от совокупности факторов, включая уровень уверенности в будущем;
- провести оценку эффективности модели с использованием классификационных и дискриминационных метрик;
- реализовать сценарный анализ с варьированием ключевых параметров и интерпретировать результаты с точки зрения управленческой применимости;
- разработать практические рекомендации для финансовых и маркетинговых структур по использованию модели в целях сегментации, таргетинга и прогнозирования спроса на кредитные продукты.

Область исследования

Содержание диссертации соответствует образовательному стандарту высшего образования второй ступени (магистратуры) ОСВО 1-39 80 03-2019 специальности 7-06-0611-07 Бизнес-аналитика и цифровой маркетинг

Теоретическая и методологическая основа исследования

Теоретическая и методологическая основа исследования опирается на труды белорусских и зарубежных исследователей в области поведенческой экономики, анализа потребительских решений и прогнозирования финансового поведения.

Информационная база исследования включает научные публикации по теме поведенческой экономики, аналитические отчёты, материалы международных и республиканских конференций, а также эмпирические данные, полученные в результате обработки пользовательских данных и поведенческой активности в мобильном приложении электронного кошелька. В исследовании использованы также открытые источники статистической информации, включая официальные данные о доходах и сбережениях населения Республики Беларусь.

Научная новизна, теоретическая и практическая значимость

Научная новизна исследования заключается в формализации субъективной уверенности в будущем как поведенческого предиктора в модели прогнозирования кредитного поведения. Построена логистическая модель для белорусского потребителя, учитывающая цифровую активность и социально-демографические характеристики.

Теоретическая значимость работы состоит в развитии поведенческого подхода через количественное представление психологических факторов, что расширяет традиционные методы анализа финансового поведения и подтверждает междисциплинарную применимость поведенческой экономики.

Практическая значимость определяется возможностью использования модели в банковском и маркетинговом управлении для прогнозирования спроса на кредиты, сегментации клиентов и адаптации продуктовых предложений с учётом поведенческих характеристик.

Основные положения, выносимые на защиту

1. Субъективная уверенность в будущем является значимым поведенческим предиктором кредитной активности потребителей. Рост показателя уверенности (*confidence_score*), рассчитанного на основе цифрового поведения, статистически достоверно повышает вероятность оформления потребительского кредита.

2. Сценарный анализ показал высокую чувствительность кредитных решений к изменениям уровня уверенности, что подтверждает необходимость учёта поведенческих факторов при формировании кредитных стратегий и оценке финансовых рисков.

3. Разработанная модель может быть применена в практике банковского и маркетингового управления для сегментации клиентов, прогнозирования спроса на кредиты и настройки индивидуальных финансовых предложений в зависимости от уровня уверенности потребителей, особенно в условиях экономической нестабильности.

Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов

Основные положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор 2025)» (Москва, Россия, 2025); VI Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития информационных технологий в научных исследованиях и прикладных областях» (Владикавказ, Россия, 2025); XVII

международной научно-практической конференции «Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России» (Уфа, Россия, 2025).

Публикации

Изложенные в диссертации основные положения и выводы опубликованы в 3 печатных работах – в 3 статьях в сборниках трудов и материалов научных международных конференций, а также подготовлена и отправлена на публикацию статья в рецензируемый журнал.

Общий объем публикаций по теме диссертации составляет 17 страниц.

Структура и объем работы

Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, четырех глав, заключения, списка использованных источников, списка публикаций автора и приложений.

В первой главе представлены теоретические основы финансово-психологического поведения потребителя, проведён обзор литературы и выявлены ключевые факторы, влияющие на кредитные решения.

Вторая глава посвящена методологическому обоснованию логистического моделирования и сценарного анализа как инструментов исследования поведенческих установок.

В третьей главе реализовано построение модели на основе эмпирических данных, проведена оценка её эффективности и сценарный анализ с варьированием параметров.

В четвёртой главе представлены рекомендации по практическому применению модели в финансовом и маркетинговом управлении, а также определены поведенческие сегменты потребителей.

В приложениях представлены листинг кода, а также отчет о проверке заимствований в системе антиплагиат.

Общий объем работы составляет 73 страницы, из которых основного текста – 56 страниц, 17 рисунков на 16 страницах, 5 таблиц на 4 страницах, список использованных источников из 104 наименований на 7 страницах и 1 приложение на 3 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава диссертации посвящена теоретическим основам анализа финансово-психологического поведения потребителей и формированию концептуальных подходов к моделированию их решений в сфере потребительского кредитования. В начале главы проводится обзор ключевых положений поведенческой экономики, обосновывается отличие данного подхода от классических моделей рационального выбора, и подчёркивается значимость субъективных факторов – таких как уверенность в будущем, восприятие риска, доверие к институтам и эмоциональные реакции – в объяснении финансового поведения.

Далее в главе рассматриваются поведенческие модели, применяемые в потребительской экономике, включая теорию перспектив, концепцию ментальных счетов и гипотезу ограниченной рациональности. Акцент сделан на эмпирических исследованиях, демонстрирующих влияние цифровой вовлечённости, отзывов, маркетинговых сигналов и информационной перегрузки на принятие финансовых решений. На основе систематизации литературных источников выделены основные группы факторов, влияющих на выбор потребителя: экономические (доход, цена, инфляционные ожидания), психологические (уверенность, риск-аппетит), социальные (демография, окружение), технологические (цифровая активность, платёжные каналы) и ситуационные (временные стимулы, акции, доступность кредита).

Отдельный раздел главы посвящён анализу состояния потребительского кредитования в Республике Беларусь. Приводятся актуальные данные по доходам населения, уровню закредитованности, структуре спроса на финансовые продукты, а также рассматриваются институциональные и макроэкономические условия, в которых формируется поведение белорусского потребителя.

Вторая глава посвящена раскрытию методологических основ моделирования финансово-психологического поведения потребителей. В главе рассматриваются три теоретических подхода к моделированию поведения потребителей: экономический, социологический и психологический. Экономический подход акцентирует внимание на рациональности выбора, основанного на доходе и полезности. Социологический делает акцент на социальной и культурной обусловленности поведения. Психологический выделяет личностные особенности и внутренние мотивации как ключевые детерминанты потребительского выбора.

Основное внимание в главе уделяется эконометрическому моделированию как способу количественного анализа поведенческих

закономерностей. Представлены теоретические основания регрессионного анализа как инструмента выявления зависимостей между социально-экономическими и психологическими переменными и конкретными проявлениями финансового поведения. Дается описание линейной регрессии и перехода к логистической регрессии, применимой в случае бинарного исхода, как наиболее адекватного метода моделирования вероятности оформления кредита.

В главе подробно рассматриваются свойства логистической регрессии, включая формальные уравнения модели, принципы интерпретации коэффициентов, использование логитов и отношения шансов (odds ratio). Описываются ключевые этапы построения модели: выбор зависимой переменной, интерпретация коэффициентов, проверка статистической значимости факторов, а также методы диагностики нарушений (мультиколлинеарность, автокорреляция, гетероскедастичность). Отдельно выделены количественные метрики качества модели – точность, полнота, F1-мера, ROC-AUC и псевдо- R^2 – как инструменты оценки прогностической способности и стабильности модели.

Также во второй главе раскрывается сущность и принципы применения метода сценариев. Сценарный подход представлен как стратегический инструмент прогнозирования и планирования в условиях неопределённости. Рассматриваются этапы разработки сценариев, включая определение ключевых факторов внешней и внутренней среды, формирование базового, оптимистичного и пессимистичного сценариев, а также методы оценки воздействия каждого сценария на поведение потребителей. Подчеркивается значимость регулярного обновления сценариев с учётом изменения экономических условий, технологических факторов и политико-регуляторной среды. Метод сценариев интерпретируется как способ снижения неопределённости в принятии решений и повышения адаптивности стратегии поведения в нестабильной среде.

Таким образом, вторая глава формирует методологический фундамент исследования, обосновывая выбор логистической регрессии и сценарного анализа как ключевых инструментов для моделирования финансово-психологического поведения белорусских потребителей.

В третьей главе проведены построение и интерпретация модели прогнозирования финансово-психологического поведения потребителей на основе логистической регрессии, а также применен метод сценариев для анализа чувствительности результатов. Основной целью главы является эмпирическая проверка гипотез, сформулированных на ранних этапах исследования, и количественная оценка влияния субъективной уверенности в будущем на вероятность оформления потребительского кредита.

В первой части главы описывается процесс подготовки и обработки данных: формируется бинарная зависимая переменная, отражающая факт оформления кредита, и набор объясняющих переменных, включающих поведенческий показатель *confidence_score*, а также переменные возраст, пол, ежемесячный доход, тип занятости, образование, регион, сумма кредита, семейное положение и наличие детей. Дается краткое описание выборки и принципов кодирования признаков.

Далее представлена структура построенной логистической модели. Приводятся значения коэффициентов регрессии (формула 1) и результаты их статистической значимости.

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -1,7238 - 0,0127 \cdot age + 0,1126 \cdot gender + 0,0002 \cdot income + 0,0484 \cdot employment + 0,0508 \cdot education + 0,4543 \cdot confidence_{score} + 0,0701 \cdot marital_status + 0,0031 \cdot has_child \quad (1)$$

Подробно интерпретируются влияния ключевых переменных на вероятность оформления кредита. Особое внимание уделено поведенческому индикатору *confidence_score*: показано, что рост уверенности в будущем статистически значимо повышает вероятность заёмных операций. Для каждой переменной рассчитаны отношения шансов (*odds ratio*), демонстрирующие направление и силу воздействия. С ростом уверенности на одну единицу вероятность использования кредита возрастает примерно на 57,5% при прочих равных.

Далее на основе построенной логистической модели реализуются три сценария: пессимистичный (низкий уровень уверенности и дохода), базовый (средние значения), и оптимистичный (высокий *confidence_score* и стабильные доходы). Рассчитаны вероятности кредитного поведения для типичного потребителя в каждом из сценариев, что позволяет визуализировать чувствительность модели к изменениям ключевых параметров. График зависимости вероятности использования кредита от уровня уверенности в будущем представлен на рисунке 1.

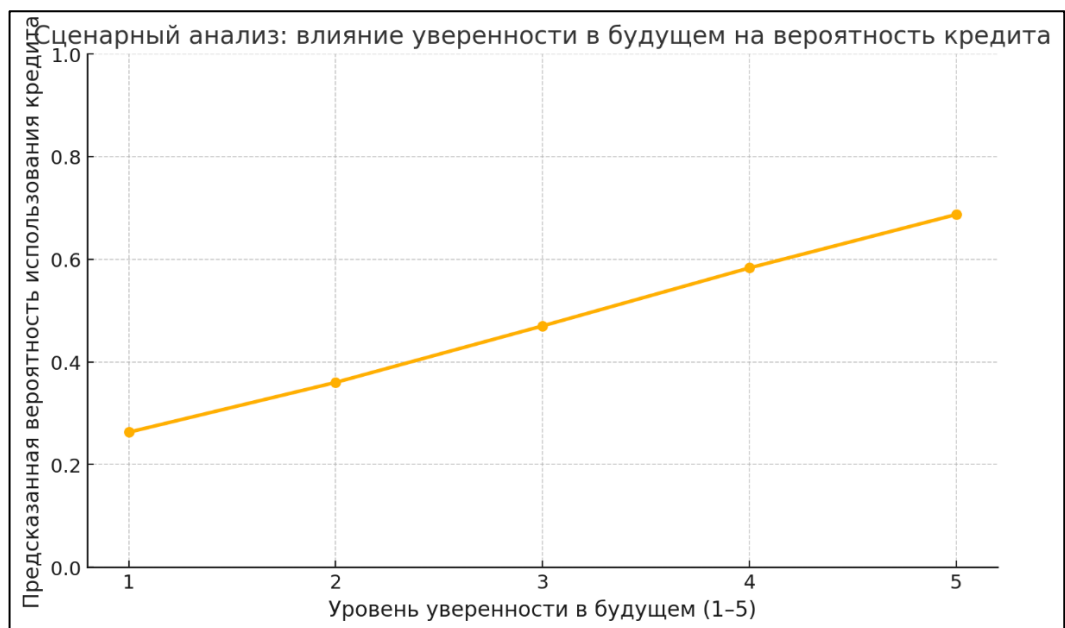


Рисунок 1 – График зависимости вероятности использования кредита от уровня уверенности в будущем

На рисунке 2 представлена визуализация результатов сценарного анализа: столбцы показывают предсказанную моделью вероятность использования потребительского кредита в зависимости от профиля потребителя. Рост социальной и психологической устойчивости ведёт к увеличению вероятности кредитования.

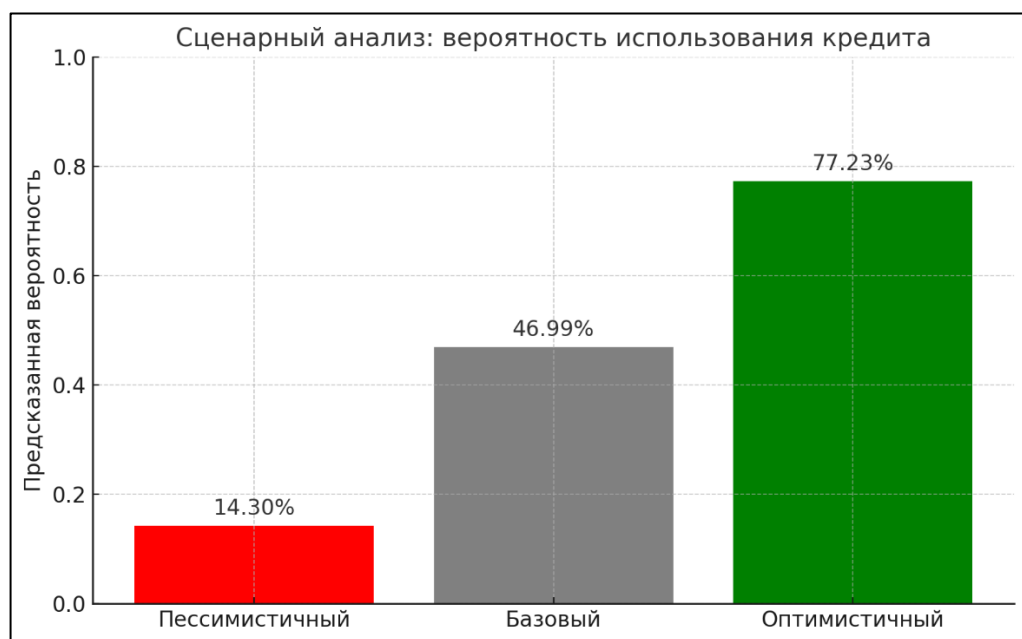


Рисунок 2 – Вероятность использования кредита для пессимистичного, базового и оптимистичного сценариев

Следующий раздел главы посвящён анализу качества модели. Рассматриваются метрики оценки прогностической способности – точность (67,95%), полнота (52,97%), F1-мера (59,61%), ROC-AUC (0,615). Дается количественная интерпретация уровня объяснённой дисперсии, а также проводится проверка устойчивости результатов и отсутствие мультиколлинеарности между признаками.

Таким образом, третья глава демонстрирует возможность количественного моделирования финансово-психологического поведения, подтверждает выдвинутые гипотезы и обосновывает применимость результатов для целей управления потребительским спросом в сфере кредитования.

Четвёртая глава диссертации направлена на раскрытие прикладных возможностей разработанной модели управления финансово-психологическим поведением потребителей и формулирование практических рекомендаций для банковского сектора. Ключевым элементом модели выступает поведенческий индикатор – субъективная уверенность в будущем, который интегрируется в логистическую регрессионную структуру как основной фактор склонности к потребительскому кредитованию.

В первой части главы подчёркивается, что модель обладает высоким уровнем прогностической интерпретируемости и позволяет учитывать не только платёжеспособность, но и психологическую готовность к финансовым обязательствам. Это особенно актуально в белорусском контексте, где субъективное восприятие финансовой устойчивости зачастую сильнее влияет на поведение, чем формальные показатели дохода.

Далее рассматривается применение модели для построения чувствительных к поведению сегментов клиентов. Для каждой из четырёх ключевых комбинаций уверенности и дохода (высокая/низкая уверенность и высокий/средний доход) предложены специфические продуктовые стратегии, учитывающие предпочтения, уровень риска и степень вовлечённости. Отмечается необходимость персонализации не только условий кредитования, но и маркетинговых сообщений, с использованием разных сценариев коммуникации и digital-инструментов.

Значительное внимание уделено институциональным аспектам применения модели: возможности её интеграции в CRM-системы, автоматизацию предложений, создание триггерных коммуникаций и адаптацию продуктовых решений в реальном времени. Особо подчёркнута роль модели в усовершенствовании систем скоринга – как способа дополнить традиционные метрики поведенческим уровнем, особенно в случае отсутствия кредитной истории.

В завершении главы рассматривается макроэкономический эффект от внедрения модели. Повышение точности прогнозов, стимулирование уверенного потребления и рост доверия к финансовым институтам рассматриваются как факторы, способствующие стабилизации и антицикличности банковской системы. Поведенчески ориентированное управление спросом на кредиты укрепляет устойчивость экономики в условиях кризисов и способствует более справедливому распределению финансовых ресурсов.

Таким образом, четвёртая глава демонстрирует потенциал модели как инструмента не только точечной маркетинговой адаптации, но и стратегического развития поведенчески-чувствительной финансовой экосистемы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации

1. Проведен анализ теоретических подходов к изучению финансового поведения позволил систематизировать концепции, в которых подчёркивается роль психологических факторов. Установлено, что уверенность в завтрашнем дне является значимым предиктором кредитного поведения, поскольку отражает готовность индивида брать на себя долгосрочные обязательства.

2. Проанализирован набор данных, содержащий 2000 наблюдений, сконструирована и оценена логистическая регрессионная модель, в которой зависимой переменной выступает факт использования потребительского кредита, а независимыми – вышеуказанные характеристики.

3. Подтверждена гипотеза о наличии положительной зависимости между уровнем субъективной уверенности и склонностью к кредитованию. Рост уверенности на одну единицу по шкале Лайкерта приводит к увеличению вероятности оформления кредита более чем на 50% при прочих равных условиях.

4. Проведена количественная оценка эффективности модели, рассчитаны такие метрики, как ассигасу (68%), AUC (0,615), F1-мера (59,61%), полнота (52,97%) и точность положительного класса (68,16%). Эти значения позволяют оценить модель как умеренно эффективную, пригодную для задач сегментации и прогнозирования в условиях ограниченности информации.

5. Реализован метод сценариев, в рамках которого были заданы пессимистичный, базовый и оптимистичный сценарии, отражающие разные комбинации ключевых переменных. Этот анализ позволил оценить чувствительность модели к изменению параметров, а также разработать прикладные рекомендации в разрезе поведенческих сегментов.

Рекомендации по практическому использованию результатов

1. Разработанная модель управления финансово-психологическим поведением белорусского потребителя предоставляет возможности для оптимизации стратегий банковского сектора. Модель может быть внедрена в системы аналитической поддержки принятия решений в банковских структурах, микрофинансовых организациях, страховых компаниях, а также в сфере государственного прогнозирования потребительского спроса.

2. Предложенные сценарии могут быть использованы для поведенческой сегментации потребителей, таргетинга рекламных сообщений, персонализации кредитных продуктов, оценки рисков и прогнозирования поведения клиентов в кризисных условиях.

3. Внедрение модели может оказать значительное влияние на экономику страны. Привлечение клиентов в банковском секторе, поддержка различных сегментов стимулирует потребление и инвестиции домохозяйств, что оживляет внутренний рынок и повышает деловую активность, способствуя увеличению ВВП страны.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ

Статьи в сборниках научных трудов

1. Корбут, К.И., Шинкарёва, Е.Д. Статистический анализ влияния временных и количественных ограничений на потребительское поведение / К.И. Корбут, Е.Д. Шинкарёва // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор–2025): сб. материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 21 мая 2025 г. – Ч. 2 (в 5 ч.). – Москва, 2025. – с. 217–221.

2. Шинкарёва, Е.Д., Корбут, К.И. Влияние эмоциональных факторов на принятие финансовых решений / Е.Д. Шинкарёва, К.И. Корбут // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России: материалы XVII Международной научно-практической конференции, Уфа, 2025. – Ч. 1 (в 5 ч.). – Уфа, 2025. – с. 353–359.

3. Корбут, К.И., Шинкарёва, Е.Д. Анализ влияния ограничений по времени и количеству на поведение потребителей товаров повседневного спроса / К.И. Корбут, Е.Д. Шинкарёва // Современные тенденции развития информационных технологий в научных исследованиях и прикладных областях: материалы VI Международной научно-практической конференции, Владикавказ, 2025. – Владикавказ, 2025. – с. 210–215.

РЭЗІЮМЭ

Шынкарова Лізавета Дзмітрыеўна

Мадэль кіравання фінансава-псіхалагічнымі паводзінамі беларускага спажывецкага крэдыту

Ключавыя словы: паводзінная эканоміка, упэўненасць у будучыні, лагістычная рэгрэсія, крэдытаванне, сцэнарны аналіз.

Мэта працы: распрацоўка і апрабацыя мадэлі, якая адлюстроўвае ўзаемасувязь паміж паводзіннымі ўстаноўкамі і фактам выкарыстання спажывецкага крэдыту, з наступнай фармалізацыяй рэкамендацый для фінансавага і маркетынгавага кіравання.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: распрацавана лагістычная мадэль, якая ўлічвае паводзінны прадзідтар confidence_score, што адлюстроўвае ўзровень суб'ектыўнай упэўненасці ў будучыні; даказана, што дадзены паказчык мае статыстычна значны ўплыў на верагоднасць афармлення крэдыту пры іншых роўных умовах; праведзены сцэнаралы аналіз, які выявіў адчувальнасць паводзін спажывецкага да змены ключавых параметраў. Устаноўлена, што ўключэнне паводзіннага кампанента павышае дакладнасць прагнозу і дазваляе адаптаваць фінансавыя прапановы да псіхалагічных асаблівасцей кліентаў.

Ступень выкарыстання: вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны на практыцы ў банкаўскіх і фінансавых арганізацыях для прагназавання паводзін спажывецкага, адаптацыі крэдытнай палітыкі і персаналізацыі кліенцкіх стратэгий. Распрацаваная мадэль прыдатная для сістэм паводзіннай аналітыкі, адукацыйных праграм па фінансавай пісьменнасці і пры распрацоўцы дзяржаўнай палітыкі ў галіне павышэння фінансавай устойлівасці Рэспублікі Беларусь.

Вобласць ужывання: банкаўскі сектар, паводзіннае мадэляванне ў эканоміцы.

РЕЗЮМЕ

Шинкарёва Елизавета Дмитриевна

Модель управления финансово-психологическим поведением белорусского потребителя

Ключевые слова: поведенческая экономика, уверенность в будущем, логистическая регрессия, кредитование, сценарный анализ.

Цель работы: разработка и апробация модели, отражающей взаимосвязь между поведенческими установками и фактом использования потребительского кредита, с последующей формализацией рекомендаций для финансового и маркетингового управления.

Полученные результаты и их новизна: разработана логистическая модель, учитывающая поведенческий предиктор `confidence_score`, отражающий уровень субъективной уверенности в будущем; доказано, что данный показатель оказывает статистически значимое влияние на вероятность оформления кредита при прочих равных условиях; проведён сценарный анализ, выявляющий чувствительность потребительского поведения к изменению ключевых параметров. Установлено, что включение поведенческого компонента позволяет повысить точность прогноза и адаптировать финансовые предложения под психологические особенности клиентов.

Степень использования: результаты работы могут быть использованы в практике банковских и финансовых организаций для прогнозирования поведения потребителей, адаптации кредитной политики и персонализации клиентских стратегий. Разработанная модель применима в системах поведенческой аналитики, образовательных программах по финансовой грамотности и при формировании государственной политики в сфере повышения финансовой устойчивости Республики Беларусь.

Область применения: банковский сектор, поведенческое моделирование в экономике.

SUMMARY

Shinkaryova Elizaveta Dmitrievna

Model for managing the financial and psychological behavior of Belarusian consumers

Keywords: behavioral economics, future confidence, logistic regression, consumer credit, scenario analysis.

The object of study: to develop and validate a model that captures the relationship between behavioral attitudes and the actual use of consumer credit, followed by the formalization of recommendations for financial and marketing decision-making.

The results and novelty: a logistic regression model was developed, incorporating a behavioral predictor – *confidence_score* – which reflects the subjective level of future confidence. It was statistically proven that this indicator has a significant impact on the likelihood of credit use, all else being equal. A scenario analysis was conducted, demonstrating the sensitivity of consumer behavior to changes in key parameters. It was established that the inclusion of behavioral components increases prediction accuracy and allows for the adaptation of financial offers to the psychological profiles of clients.

Degree of use: the results can be applied in the operations of banking and financial institutions to forecast consumer behavior, adjust credit policies, and personalize customer strategies. The model is suitable for use in behavioral analytics systems, financial literacy educational programs, and in the development of public policy aimed at strengthening financial resilience in the Republic of Belarus.

Sphere of application: banking sector, behavioral modeling in economics.