

УДК 316.334.2

Потребительское поведение в цифровой финансовой среде

Малинин Егор Евгеньевич

tarakan1803@gmail.com

Научный руководитель:Сидорова Софья Андреевна^(*)

sidorovasa@bmstu.ru

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Россия

Аннотация. Раскрыты изменения финансового поведения потребителей, вызванные цифровизацией в финансовой среде. При этом рассмотрен широкий спектр цифровых продуктов и услуг, включая мобильный банкинг, инвестиционные приложения, робоэдвайзеры, криптоактивы и NFT, сервисы рассрочек (BNPL) и микрозаймов, киберстрахование, а также инструменты, в основе которых лежит искусственный интеллект. В исследовании выделены ключевые эффекты цифровизации: повышение доступности и удобства потребления финансовых услуг, снижение транзакционных издержек и порога входа, рост интенсивности взаимодействия пользователей, особенно молодежи. Также установлены риски финансовой среды: увеличение долговой нагрузки у потребителей вследствие получения широкого доступа к кредитным продуктам, информационная асимметрия и высокая волатильность новых классов активов, проблемы кибербезопасности и недостаточной прозрачности алгоритмов ИИ-консультантов и робоэдвайзеров.

Ключевые слова: цифровое финансовое поведение, финтех-услуги, мобильный банкинг, «купи сейчас плати потом», финансовая грамотность, потребительское поведение, цифровизация финансового сектора

Consumer behavior in the digital financial environment

Malinin Egor Evgenievich

tarakan1803@gmail.com

Scientific supervisor:Sidorova Sofya Andreevna^(*)

sidorovasa@bmstu.ru

BMSTU, Moscow, Russia

Abstract. This article analyzes changes in consumer financial behavior caused by digitalization in the financial environment. It examines a wide range of digital products and services, including mobile banking, investment apps, robo-advisors, cryptoassets and NFTs, instalment plans (BNPL) and microloans, cyber insurance, and AI-powered tools. The study highlights key effects of digitalization: increased accessibility and convenience of financial services, reduced transaction costs and entry barriers, and increased user engagement, particularly among young people. It also identifies risks to the financial environment: increased consumer debt burden due to widespread access to credit products, information asymmetry and high volatility of new asset classes, cybersecurity issues, and the lack of transparency in AI advisors and robo-advisors' algorithms.

Keywords: digital financial Behavior, fintech services, mobile banking, “buy now pay later”, financial literacy, consumer behavior, financial sector digitalization

Введение. Финансовая среда традиционно развивается в тесной взаимосвязи с технологическими инновациями: от внедрения магнитных банковских карт и банкоматов с середины XX в. до банковских и инвестиционных приложений современного типа, предоставляющих широкий спектр продуктов и услуг. Так, в 2017 г. Сбербанк представил первое в России приложение для частных инвестиций «Сбербанк Инвестор», а в 2024 г. на законодательном уровне было закреплено право банков дистанционно открывать счета и предоставлять кредиты гражданам. В то же время на платформе «Госуслуги» появилась возможность устанавливать запрет на выдачу кредитов для защиты от мошенничества.

Однако мошеннические операции представляют лишь одну из угроз в финансовой среде. Так, в настоящее время любая форма потребительских практик: кредитная, накопительная, инвестиционная или страховая несет в себе социальные риски. При нерациональном использовании эти практики способны привести как к финансовой дестабилизации отдельного человека, так и к негативным последствиям на уровне общества.

При этом следует отметить, что современные цифровые технологии существенно изменили характер финансового поведения потребителей. Возможность управлять денежными средствами дистанционно упростила и ускорила процессы, делая изменения в материальном положении стремительными: удачная инвестиция может за короткое время принести существенную прибыль, тогда как микрозаем способен привести к долговой зависимости и обнищанию.

В связи с этим цель статьи заключается в установлении влияния цифровизации на потребительские практики в финансовой среде.

Методы и материалы. Основу исследования составили научные труды современных зарубежных ученых. Применен метод анализа документов.

Результаты. Финансовая среда претерпела существенную трансформацию в условиях цифровизации: возникновение и повсеместное распространение онлайн-платформ и мобильных приложений изменили не только спектр доступных продуктов и услуг, но и характер потребительского поведения. Удобство доступа, скорость осуществления транзакций и низкий порог входа позволили цифровым интерфейсам повысить интенсивность использования финансовых сервисов, что особенно заметно среди молодежи — они чаще проверяют счета, совершают операции и пробуют новые продукты именно через мобильные приложения и платформы [1].

Классические банковские и страховые услуги стали доступны в формате полноценных цифровых приложений: мобильный банкинг позволил перевести на самообслуживание многие операции (проверка баланса, переводы, оплата, открытие вклада), а страховые компании и инвестиционные платформы предлагают интерфейсы с автоматизированными калькуляторами, онлайн-оформлением и оперативной поддержкой. Такие приложения снижают транзакционные издержки и барьеры входа, ускоряют процесс принятия решений и усиливают приверженность пользователей к цифровым каналам об-

служивания [1, 2]. Инвестиционные приложения и робо-эдвайзеры уменьшили порог вхождения на рынок инвестиций благодаря снижению комиссий, возможности приобретения доли акций компании и упрощению их приобретения. Таким образом они расширили базу розничных инвесторов и привлекли молодых пользователей к активной торговле и пассивному инвестированию через алгоритмические портфели [2].

Появление новых цифровых продуктов существенно расширило набор финансовых потребительских практик. Криптовалюты и NFT выступают в качестве альтернативных классов активов. Они привлекательны для потребителей высокой доходностью, возможностью социальной демонстрации и участия в цифровой культуре. Несмотря на это, они связаны с высокой волатильностью и информационной асимметрией. Поведение инвестирующих в такие активы часто мотивировано социальными сигналами и эффектом «FOMO» (страх упустить возможность) [1, 3, 4]. Появление NFT усилило тенденцию к воспринимаемости цифровых активов как носителей редкости и статуса, что трансформирует мотивацию молодого поколения от простого потребления к обретению цифровых символов принадлежности.

Современные кредитные практики также имеют цифровую форму: платежные рассрочки (Buy-Now-Pay-Later) и микрозаймы стали широко доступны через встроенные в торговые платформы и мобильные приложения сервисы. BNPL-продукты снижают барьер для совершения покупки и повышают частоту транзакций, но при этом создают риски накопления необслуживаемых обязательств из-за недопонимания условий и кажущейся «бессрочности» платежей [5]. Микрозаймы обеспечили быстрый доступ к небольшим суммам при реализации минимальных процедур, что повышает финансовую гибкость у уязвимых групп, но одновременно может способствовать циклу частых займов и росту долговой нагрузки [6]. Рефинансирование кредитов как цифровая услуга дала возможность реструктурировать долговые портфели и оптимизировать нагрузку, но при неэффективном употреблении может лишь отсрочить и усугубить долговые обязательства [7].

Также цифровизация породила новые страховые продукты и подходы к их потреблению: на рынке появились киберстрахование и продукты для защиты цифровых активов, которые предлагают покрытие убытков от онлайн-мошенничества, взломов и утраты доступа к ключам. При этом спрос на такие услуги остается ограниченным из-за низкой осведомленности о стоимости и объемах покрытий. Страховые компании шире применяют цифровую автоматизацию принятия решений и использование ИИ в андеррайтинге, что, с одной стороны, повышает эффективность, но, с другой стороны, порождает проблемы прозрачности и доверия у потребителей [1].

Рост персонализированных цифровых решений — робо-эдвайзеры и ИИ-консультанты изменил способ получения финансовых советов: алгоритмы предлагают индивидуальные стратегии, автоматизируют ребалансировку и дают рекомендации на основе больших данных, что позволяет частным пользователям получать такой уровень сервиса, который ранее был доступен

исключительно состоятельным клиентам. Потребление таких услуг зависит от степени прозрачности алгоритмов и доверия к ним. При грамотной интеграции ИИ может выступать дополнительным консультантом, снижающим информационную асимметрию между профессиональными и розничными инвесторами [8].

Одновременно с расширением предложения трансформировалось и информационное поведение потребителей: цифровые инструменты способствуют росту самообслуживания, повышению оперативной финансовой осведомленности и использованию аналитики расходов (personal finance apps, автосбережения), что в ряде случаев повышает финансовую грамотность и дисциплину. Финтех-продукты предоставляют образовательные интерфейсы, подсказки и автоматизацию, которые упрощают формирование навыков бюджетирования и откладывания денежных средств [5]. Тем не менее парадоксально: доступность кредитов и инструментов инвестирования может одновременно повысить закредитованность и подталкивать менее опытных пользователей к рискованным практикам (крипто, активная спекуляция), если не сопровождается соответствующими мерами финансовой защиты и просвещения [5, 9, 10].

Важную роль в новой экосистеме играют и институциональные инновации: открытый банкинг (open banking) и встроенные финансовые сервисы (embedded finance) обеспечили интеграцию финансовых возможностей в нефинансовые платформы, что усилило конкуренцию, повысило прозрачность и упростило сравнение продуктов для потребителей. При этом усиление кибербезопасности и регулятивные инициативы остаются критическими условиями дальнейшего роста: доверие пользователей к цифровым каналам определяется эффективностью защиты персональных данных и устойчивостью сервисов к мошенничеству [1, 8].

Обсуждение полученных результатов. В связи с тем, что цифровизация оказывает значительное влияние на потребительские практики в финансовой среде, при проведении дальнейших исследований необходимо учитывать не только традиционные детерминанты (доход, возраст, образование) как это делалось в недалеком прошлом, но и цифровую доступность, алгоритмическую архитектуру сервисов и уровень цифровой финансовой грамотности потребителей, поскольку именно на стыке технологий и практик формируются современные модели финансового поведения.

Заключение. Таким образом, цифровая финансовая среда состоит из широкого набора продуктов и услуг, в том числе относительно новых — от инвестиционных приложений и робэдвайзеров до рассрочек, микрозаймов, крипто и NFT-платформ, киберстрахования и ИИ-консультирования, которые, с одной стороны, расширяют возможности потребителей, с другой стороны, создают новые риски.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- [1] Jalani S.N., Easwaramoorthy S.V. Factors Influencing the Usage of Mobile Banking Apps Among Malaysian Consumers. *School of Engineering and Technology*, 2024, vol. 5, 17 p. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.16689>
- [2] Dharmadhikari S. Investment Apps Market Report. Illinois, Cognitive Market Research, 2025, 250 p.
- [3] Chang C.-W., Lai C.-J., Yen C.-C. Examining drivers of NFT purchase intention: The impact of perceived scarcity and risk. *Acta Psychologica*, 2024, vol. 248, 10 p.
- [4] Kala D., Chaubey D.S., Al-Adwan A.S. Cryptocurrency investment behaviour of young Indians: mediating role of fear of missing out. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 2023, vol. 74, pp. 2047–2068. <https://doi.org/110.1108/GKMC-07-2023-0237>
- [5] Cervellati E.M., Filotto U., Sgrulletti D., Stella G.P. Buy now, pay later consumer credit behavior: impacts on financing decisions. *Qualitative Research in Financial Markets*. 2025, vol. 248, 13 p.
- [6] Aldrees A., Shahab S., Dutta A.K., Ahmad W. et al. Behavioral Patterns in Micro-lending: Enhancing Credit Risk Assessment with Collaborative Filtering and Federated Learning. *Int J Comput Intell Sys*, 2025, vol. 18. <https://doi.org/10.1007/s44196-025-00776-w>
- [7] CFPB Report Finds Cash-Out Mortgage Refinance Borrowers Improve Credit Scores (Consumer Finance). URL: <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/cfpb-report-finds-cash-out-mortgage-refinance-borrowers-improve-credit-scores/> (дата обращения 08.10.2025).
- [8] Waliullah Md., Hossain G.Md Z., Hasan Md T., Alam Md K. et al. Assessing the influence of cybersecurity threats and risks on the adoption and growth of digital banking: a systematic literature review. *American Journal of Advanced Technology and Engineering Solutions*, 2025, vol. 1, pp. 226–257. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.22710>
- [9] Dong Y., Hu J., Huang Y., Qiu H. The Use and Disuse of Fintech Credit: When Buy-Now-Pay-Later Meets Credit Reporting. *BIS Working Papers*, 2025, no. 1239, 84 p.
- [10] Brewer Z., Arber A. Risk Perception on Buy-now, Pay-later Platforms. *Technology Science*, 2025, vol. 1, 12 p.