

ПРОФИЛИРОВАНИЕ КЛИЕНТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ: АНАЛИЗ ОТРАСЛЕВЫХ ПРАКТИК

Суранова Оксана Александровна

канд. экон. наук, старший преподаватель
кафедра менеджмента и сервиса

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,
SuranovaISU@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические аспекты и практические способы и инструменты профилирования клиентов как метода управления дебиторской задолженностью. Актуальность исследования обусловлена необходимостью минимизации финансовых рисков предприятий в условиях экономической нестабильности. Автором проведен сравнительный анализ отраслевого опыта применения профилирования в сферах финансовых услуг, телекоммуникаций, e-commerce и розничной торговли. В работе систематизированы способы профилирования по этапам жизненного цикла дебиторской задолженности и целевым установкам (снижение рисков, повышение лояльности, оптимизация взыскания). По результатам исследования структурированы факторы, обеспечивающие эффективное применение профилирования, включающие качество обработки данных, автоматизацию процессов и соблюдение этико-правовых норм защиты персональной информации. Новизна исследования заключается в комплексном подходе к профилированию, обеспечивающему баланс между финансовой безопасностью предприятия и развитием долгосрочных отношений с клиентами (покупателями, абонентами и др.).

Ключевые слова. Управление дебиторской задолженностью, профилирование клиентов, профиль клиента, сегментация, финансовая устойчивость.

CUSTOMER PROFILING AS A TOOL FOR EFFECTIVE RECEIVABLES MANAGEMENT: ANALYSIS OF INDUSTRY PRACTICES

Suranova Oksana Alexandrovna

Ph.D. in Economics, Senior Lecturer

Department of Management and Service

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

SuranovaISU@mail.ru

Abstract. The article discusses theoretical aspects and practical ways and tools of customer profiling as a method of managing accounts receivable. The relevance of the study is due to the need to minimize the financial risks of enterprises in conditions of economic instability. The author conducted a comparative analysis of industry experi-

ence in the application of profiling in the fields of financial services, telecommunications, e-commerce and retail. The paper systematizes the methods of profiling by stages of the life cycle of receivables and target settings (risk mitigation, loyalty enhancement, collection optimization). According to the results of the study, factors are structured that ensure the effective use of profiling, including the quality of data processing, automation of processes and compliance with ethical and legal standards for the protection of personal information. The novelty of the study lies in an integrated approach to profiling, which ensures a balance between the financial security of the enterprise and the development of long-term relations with customers (buyers, subscribers, etc.).

Keywords. Receivables management, customer profiling, customer profile, segmentation, financial stability.

В условиях нестабильной экономической ситуации эффективное управление дебиторской задолженностью становится критически важным фактором для обеспечения финансовой устойчивости предприятий. Дебиторская задолженность, возникающая в результате предоставления товаров или услуг с отсрочкой платежа, представляет собой значительный риск для компаний, поскольку несвоевременное погашение долгов может привести к дефициту денежных средств, снижению прибыльности и даже банкротству. В связи с этим, особую актуальность приобретают методы и инструменты, позволяющие снизить риски невозврата долгов и оптимизировать процессы взыскания. Одним из таких инструментов является профилирование клиентов. Эффективное профилирование позволяет компаниям разрабатывать индивидуальные стратегии управления дебиторской задолженностью, учитывающие специфику каждого клиента или сегмента клиентов, что, в свою очередь, способствует снижению финансовых рисков и повышению эффективности работы с задолженностью.

Целью данного исследования является анализ отраслевых практик применения профилирования клиентов как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью. В ходе исследования последовательно решены следующие задачи: изучены теоретические основы профилирования клиентов в контексте управления дебиторской задолженностью, проведен анализ отраслевых практик применения профилирования клиентов для управления дебиторской задолженностью в различных сферах деятельности, структурированы способы и инструменты профилирования клиентов для управления дебиторской задолженностью по различным критериям, определены факторы эффективного применения профилирования клиентов в управлении дебиторской задолженностью.

Профилирование клиентов – это многогранный процесс, включающий сбор, анализ и интерпретацию данных о клиентах для создания детального «портрета», отражающего их характеристики, поведение и риски. В контексте управления дебиторской задолженностью, профилирование позволяет оценить вероятность своевременного погашения долга и разработать наиболее эффективную стратегию работы с каждым клиентом.

Процесс профилирования клиентов в управлении дебиторской задолженностью состоит из следующих этапов (табл. 1).

Таблица 1

Процесс профилирования клиентов в управлении дебиторской задолженностью

Наименование	Характеристика
Сбор данных	Сбор максимально полной информации о клиенте. Это могут быть данные из CRM-системы, финансовой отчетности (для B2B), бюро кредитных историй (с согласия клиента), данные о платежной дисциплине, общедоступная информация (например, данные о банкротстве из открытых источников), поведенческие факторы (например, частота обращений в поддержку, изменения в структуре заказов).
Анализ и построение профиля	Анализ собранных данных для выявления факторов, влияющих на платежеспособность и вероятность возврата долга. Формирование «профиля риска» клиента.
Сегментация	Разделение клиентов на группы (сегменты) с разным уровнем риска неплатежа.
Разработка стратегии работы с каждым сегментом	Разработка индивидуальных стратегий управления дебиторской задолженностью для каждого сегмента, включающих: условия предоставления отсрочки платежа, лимиты кредитования, частота напоминания о платеже, интенсивность работы по взысканию долга (от мягких напоминаний до обращения в суд).
Мониторинг и корректировка	Постоянный мониторинг поведения клиентов и корректировка профилей и стратегий в зависимости от изменяющейся ситуации.

Составлена автором.

Ключевую роль в процессе профилирования клиентов играют данные, в том числе: демографические данные (возраст, пол, место жительства), социально-экономические данные (уровень дохода, образование, сфера деятельности), финансовые данные (кредитная история, финансовая отчетность, история платежей), поведенческие данные (частота обращений в поддержку, изменения в структуре заказов, активность в социальных сетях). Источниками данных могут служить: внутренние системы учета компании (CRM, ERP), бюро кредитных историй, открытые источники информации (данные о банкротстве, судебные решения), анкеты и опросы клиентов.

Проанализирован опыт применения профилирования потребителей (клиентов) как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью в различных сферах деятельности: в сфере предоставления финансовых услуг, в сфере предоставления телекоммуникационных услуг, в сфере e-commerce (интернет-магазины), в сфере розничной торговли.

В сфере предоставления финансовых услуг профилирование клиентов широко используется для оценки кредитоспособности заемщиков (кредитный скоринг), выявления мошеннических операций и управления проблемной задолженностью (табл. 2).

Таблица 2

Опыт применения профилирования потребителей (клиентов) как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью
в сфере предоставления финансовых услуг

Наименование	Характеристика
Кредитный скоринг	Использование профилирования для оценки кредитоспособности заемщика. Банки используют данные из кредитных историй, анкетные данные, информацию о доходах и занятости для построения модели, предсказывающей вероятность возврата кредита. Этот скоринг напрямую влияет на процентную ставку, лимит кредитования и условия погашения [1–3]

Наименование	Характеристика
Выявление мошеннических операций	Анализ транзакций и поведения клиентов с целью выявления подозрительных операций и предотвращения мошенничества [4]
Управление проблемной задолженностью	Разработка индивидуальной стратегии взыскания долга, на основе профиля должника, учитывающей его финансовое положение и готовность к сотрудничеству ¹

Составлена по: [1–4].

Анализ отраслевой практики в сфере предоставления финансовых услуг подтверждает, что профилирование выступает базовым механизмом управления кредитным риском, где скоринговые модели и системы антифрод-мониторинга являются определяющими инструментами, что позволяет кредитным организациям устанавливать процентные ставки и лимиты кредитования, исходя из вероятностных характеристик платежеспособности заемщика. Применение профилирования в рассматриваемой сфере переводит задачу управления дебиторской задолженностью из плоскости реагирования на свершившиеся события в плоскость превентивного математического моделирования надежности контрагента.

В сфере предоставления телекоммуникационных услуг профилирование клиентов широко используется для оценки риска неплатежа, предоставления персонализированных услуги и прогнозирования оттока абонентов (табл. 3).

Таблица 3

Опыт применения профилирования потребителей (клиентов) как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью
в сфере предоставления телекоммуникационных услуг

Наименование	Характеристика
Оценка риска неплатежа	Использование операторами связи данных о кредитной истории и платежной дисциплине для оценки риска неплатежа при подключении новых абонентов ²
Персонализированные условия	Предложение разных условий подключения (например, предоплата или постоплата) в зависимости от профиля риска абонента [5]
Прогнозирование оттока	Анализ поведения абонентов (изменение трафика, звонки в поддержку) позволяет прогнозировать отток и предпринимать действия для удержания клиента [6–8]
Взыскание задолженности	Использование данных о клиенте для выбора оптимальной стратегии взыскания (напоминание, блокировка услуг, передача долга коллекторам) при образовании задолженности [9]

Составлена по: [5–9].

В сфере предоставления телекоммуникационных услуг профилирование клиентов демонстрирует особую эффективность как инструмент комплексного удержания абонентской базы: интеграция данных о кредитной дисциплине с поведенческими метриками (частота использования услуг, изменения трафика) позволяет операторам не только минимизировать риски неплатежей через диф-

¹ Технологии взыскания в эпоху цифровой трансформации. URL: <https://fisgroup.ru/blog/tehnologii-vzyskaniya-v-epoxy-cifrovoy-transformacii> (дата обращения: 14.03.2026).

² Зачем «Ростелекому» кредитный скоринг? URL: <https://releases.ict-online.ru/news/zachem-rostelekomu-kreditnyy-skoring-98105> (дата обращения: 02.04.2026).

ференциацию условий доступа к сервисам, но и реализовывать предиктивные стратегии удержания. Профилирование в рассматриваемой сфере становится связующим звеном между финансовым контролем и маркетинговой стратегией, обеспечивая баланс между доходностью и уровнем лояльности абонентов.

В сфере e-commerce (интернет-магазины) профилирование клиентов используется для предотвращения мошенничества, управления рисками при постоплате и формирования персонализированных предложений (табл. 4).

Таблица 4

Опыт применения профилирования потребителей (клиентов) как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью
в сфере e-commerce (интернет-магазины)

Наименование	Характеристика
Предотвращение мошенничества	Анализ IP-адресов, истории заказов, данных банковской карты для выявления мошеннических транзакций [10,11]
Управление рисками при постоплате	Использование профилирования для оценки вероятности отказа от выкупа заказа клиентами, выбирающими оплату при получении
Персонализированные предложения	Предложение скидок, бонусов и других привилегий клиентам с хорошей платежной историей ¹

Составлена по: [10–11].

Опыт использования профилирования в сфере e-commerce подчеркивает приоритетность задач по предотвращению мошенничества и управлению транзакционными рисками в условиях дистанционного взаимодействия. Систематизация данных об истории заказов и цифровых следах позволяет интернет-магазинам эффективно оптимизировать убытки от невыкупа товаров и недобросовестных действий, а также сегментировать покупателей для формирования персонализированных лояльных предложений. Применение профилирования в рассматриваемой сфере трансформирует процесс работы с задолженностью в эффективный инструмент увеличения пожизненной ценности клиента.

В сфере розничной торговли профилирование клиентов применяется для оценки платежеспособности, управления просроченной задолженностью и формирования персонализированных предложений (табл. 5).

Таблица 5

Опыт применения профилирования потребителей (клиентов) как инструмента совершенствования управления дебиторской задолженностью
в сфере розничной торговли

Наименование	Характеристика
Оценка платежеспособности	Применение скоринговой системы для оценки вероятности возврата средств в случае предложения магазином кредитной линии клиентам или рассрочки ²
Управление просроченной задолженностью	Разработка индивидуальных стратегий влияния на покупателей, с использованием данных об их поведении, с целью мотивации погашения задолженности [12]

¹ Программа лояльности: мифы, реальность, практика, 2024. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_loyalty_programs_2024.pdf (дата обращения: 20.03.2026).

² Лид-скоринг и скоринг клиентов – что это такое. URL: <https://sbercrm.com/blog/sales/tpost/4ur34fx2f1-lid-skoring-i-skoring-klientov-cto-eto> (дата обращения: 02.04.2026).

Наименование	Характеристика
Персонализированные предложения	Предложение скидок, бонусов и других привилегий клиентам с хорошей платежной историей ¹

Составлена по: [12].

Специфика розничной торговли обуславливает применение профилирования как средства управления «дробной» дебиторской задолженностью, возникающей при реализации программ рассрочки или кредитных линий. Выявленные в ходе анализа методы оценки платежеспособности и индивидуальной мотивации покупателей к погашению долга свидетельствуют о том, что в сфере розничной торговли успешно интегрируются аналитические инструменты в программы лояльности, что позволяет оптимизировать дебиторскую задолженность без необоснованного снижения объема продаж и сохранять доверие целевой аудитории через адаптивные механизмы взаимодействия.

Систематизированные результаты исследования отраслевого опыта профилирования потребителей (клиентов) позволяют структурировать выделенные способы и инструменты профилирования клиентов для управления дебиторской задолженностью по различным критериям, в зависимости от целей анализа и представления информации, в том числе по этапам жизненного цикла дебиторской задолженности (табл.6) и по целям профилирования (табл.7).

Таблица 6

Структурирование способов и инструментов профилирования по этапу жизненного цикла дебиторской задолженности

Этап жизненного цикла	Способы и инструменты профилирования
Предотвращение возникновения просроченной задолженности	Кредитный скоринг (оценка кредитоспособности на этапе выдачи кредита/предоставления отсрочки). Персонализация условий (предложение различных схем оплаты в зависимости от профиля риска). Предотвращение мошенничества (выявление подозрительных транзакций до того, как возникнет задолженность).
Управление текущей дебиторской задолженностью	Прогнозирование оттока (выявление клиентов, которые могут перестать платить в будущем). Персонализированные предложения (стимулирование клиентов к своевременной оплате).
Работа с просроченной задолженностью	Управление рисками при постоплате (минимизация убытков от невыкупленных заказов). Управление проблемной задолженностью (выбор оптимальной стратегии взыскания для каждого должника).

Составлена автором.

Структурирование способов и инструментов по этапам жизненного цикла дебиторской задолженности подтверждает, что профилирование является не-

¹ Big Data на службе розничной торговли. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d66c23c9a79476e7d9aff95?from=copy> (дата обращения: 02.04.2026).

прерывным и динамичным процессом, адаптирующим свои методы к конкретной операционной задаче.

На этапе предотвращения возникновения просроченной задолженности профилирование выступает в качестве фильтра, отсеивающего потенциально рискованных клиентов и, персонализируя условия сотрудничества, что позволяет минимизировать вероятность возникновения проблем в дальнейшем.

На этапе управления текущей задолженностью профилирование реализует прогностическую функцию, обеспечивая отслеживание ранних сигналов ухудшения платежной дисциплины и стимулируя своевременное выполнение обязательств.

На завершающей стадии работы с просроченной задолженностью профилирование трансформируется в инструмент стратегического выбора, позволяющий дифференцировать подход к взысканию на основе прогноза вероятности успеха и сохранения дальнейших отношений с должником.

Эффективное управление дебиторской задолженностью требует целостного взгляда на профилирование как на систему, последовательно применяющую разные методики анализа данных для достижения конкретных операционных целей на каждом этапе цикла.

Таблица 7

Структурирование способов и инструментов профилирования
по целям профилирования

Цель профилирования	Способы и инструменты профилирования
Снижение риска неплатежей	Кредитный скоринг, персонализация условий, предотвращение мошенничества, управление рисками при постоплате, прогнозирование оттока
Повышение лояльности клиентов	Персонализированные предложения
Оптимизация взыскания	Управление проблемной задолженностью

Составлена автором.

Классификация способов профилирования по его целям обосновывает его роль в обеспечении баланса между финансовой безопасностью и коммерческими интересами компании:

1) снижение риска неплатежей, достигается комплексом аналитических инструментов (скоринг, прогнозирование оттока и другие), которые работают на всех этапах и формируют основу риск-ориентированного управления;

2) повышение лояльности клиентов, раскрывает стратегический потенциал профилирования, позволяющий использовать данные не только для контроля, но и для формирования персонализированных предложений, стимулирующих положительное поведение и укрепляющих долгосрочные отношения;

3) оптимизация взыскания направлена на повышение операционной эффективности уже на стадии возникших проблем, что минимизирует затраты и предотвращает конфликты.

Результаты проведенного исследования позволили выделить факторы, определяющие эффективность применения технологий профилирования клиентов в процессе управления дебиторской задолженностью:

1) Обеспечение высокого уровня точности, полноты и релевантности данных является критически важным условием для построения эффективных профилей клиентов и проведения качественного анализа.

2) Привлечение квалифицированных специалистов, обладающих глубокими знаниями в области статистики, машинного обучения и анализа данных для эффективного применения методов профилирования.

3) Внедрение и эффективное использование CRM-систем и других инструментов автоматизации процессов сбора, обработки, анализа и хранения данных.

4) Соблюдение нормативно-правовых требований действующего законодательства о защите персональных данных (Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ) и получение согласия клиентов на обработку их персональной информации.

5) Недопустимость дискриминации и обеспечение прозрачности процессов профилирования. Клиенты должны обладать ясным пониманием того, каким образом их данные используются для оценки кредитных рисков [13; 14].

В заключение следует отметить, что профилирование клиентов представляет собой эффективный инструмент, позволяющий существенно повысить результативность управления дебиторской задолженностью в различных сферах деятельности. Однако, для достижения максимального эффекта необходимо обеспечить высокое качество используемых данных, применять передовые аналитические методы, а также соблюдать этические нормы и требования действующего законодательства.

Список использованной литературы

1. Вобликов А. И. Совершенствование кредитного скоринга банка на основе данных о транзакциях / А. И. Вобликов, В. П. Морозов, В. Е. Белоусов // Проблемы экономики современных промышленных комплексов; Финансирование и кредитование в экономике России: методологические и практические аспекты : сб. тр. XVI Всерос. науч.-практ. конф. Памяти профессора Виктора Гавриловича Засканова, Самара, 04 дек. 2023 г. – Самара : Самарский федеральный исследовательский центр РАН; – 2023. – С. 59–65.

2. Ковалев М. Методика построения банковской скоринговой модели для оценки кредитоспособности физических лиц – URL: <https://bsu.by/upload/pdf/49623.pdf> (дата обращения: 02.04.2026).

3. Петроченкова Д. С. Анализ скоринговых моделей кредитного риска / Д. С. Петроченкова, В. М. Дуплякин // Проблемы экономики современных промышленных комплексов. Финансирование и кредитование в экономике России: методологические и практические аспекты : сб. / Ин-т проблем упр. Рос. акад.

наук им. В. А. Трапезникова, Самар. гос. аэрокосм. ун-т им. С. П. Королева (нац. исслед. ун-т). – 2010. – Вып. 6. – С. 113–117.

4. Саяков Д. А. Применение Big Data в обеспечении безопасности национальной цифровой валюты / Д. А. Саяков, А. Н. Акматова // Проблемы автоматизации и управления. – 2024. – № 1. – С. 52–60.

5. Нгуен Туан Ань Методы интеллектуальной обработки данных в процессах предоставления персонализированных услуг телекоммуникационными предприятиями : автореф. дис. ... канд. тех. наук : 05.13.01 / Туан Ань Нгуен. – Волгоград, 2017 – 20 с.

6. Денисов В. В. СЕМ – ключ к снижению оттока клиентов – URL: https://www.wellink.ru/content/customer_experience_management (дата обращения: 03.03.2026).

7. Денисов В. В. Применение технологий анализа больших данных в сфере телекоммуникаций – URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/primenenie-tehnologiy-analiza-bolshih-dannyh-v-sfere-telekommunikatsiy.pdf> (дата обращения: 02.04.2026).

8. Тукунова Г. С. Использование машинного обучения для прогноза оттока в телекоммуникационной отрасли / Г. С. Тукунова, А. Н. Молдагулова // Международный журнал информационных и коммуникационных технологий. – 2022. – № 3 (2). – С. 19–25.

9. Третьякова В. Е. Организация расчетов за телекоммуникационные услуги в посткризисный период / В. Е. Третьякова // Финансы и кредит – 2013. – № 20 (548). – С. 65–72.

10. Шейнов А. И. Зачем интернет-магазинам антифрод-системы, или как e-commerce сражается с кибермошенниками – URL: <https://bigdata.beeline.ru/blog/articles/big-data-antifrod-dlya-e-com> (дата обращения: 02.04.2026).

11. Шейнов А. И. Современные способы выявления мошеннических транзакций в сети интернет / А. И. Шейнов, О. Н. Пастухова // Вестник Тульского филиала Финансового университета. – 2019. – № 1-2. – С. 311–313.

12. Лебедева А. С. Исследование влияния параметров профиля потребителя на управление эффективностью работы с клиентами. – URL: https://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/69117/md_lebedeva_na_sayt.pdf?sequence=1 (дата обращения: 02.04.2026).

13. Медведева Е. И. Использование персональных данных: правовой и этический аспекты / Е. И. Медведева // Либерально-демократические ценности. – 2019. – № 3-4 – URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/02PLLD319.pdf> (дата обращения: 02.04.2026).

14. Яковенко А. А. Этико-правовые аспекты использования персональных данных, размещенных в сети Интернет / А. А. Яковенко, Г. А. Серобян // Теология. Философия. Право. – 2019. – № 1 (9). – С. 8–18.

Информация об авторе

Суранова Оксана Александровна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, SuranovaISU@mail.ru.

Information about the author

Suranova Oksana Aleksandrovna – Ph.D. in Economics, Senior Lecturer, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, SuranovaISU@mail.ru.