Человек, которому отказали

Человек приходит за банковским кредитом и получает отказ. Через некоторое время ему предлагают заём другой организации, иногда в привычном приложении и под знакомым оформлением. Для бизнеса это может быть ещё один канал продаж. Для клиента это момент, когда нужно заново понять, кто даёт деньги и сколько они будут стоить.

Меня интересует не удобная история о том, что все банки намеренно отправляют людей в дорогие займы. Такого вывода нельзя сделать из одной рекламы или общей статистики. Меня интересует устройство перехода. Что именно меняется после отказа и насколько ясно это объяснено человеку, которому деньги всё ещё нужны.

Банк России 17 апреля 2025 года сообщил о недостаточном информировании клиентов при предложении микрозаймов шестью банками, включая два системно значимых. Регулятор потребовал исправить недостатки. Сообщение касается раскрытия информации и не называет эти банки. Оно не доказывает, что каждый такой заём был выдан после банковского отказа. [1]

Эта граница важна. Критика становится убедительнее, когда не требует выдуманного масштаба. Уже сам факт, что клиенту приходится отдельно объяснять смену кредитора внутри знакомой среды, заслуживает разговора. Финансовая доступность не должна измеряться только тем, сумела ли группа всё-таки продать ему какой-нибудь долг.

Отказ является началом другого процесса

Кредитная организация завершает рассмотрение заявки, а человек продолжает свой день. У него остаётся ремонт, лечение, покупка оборудования или обычный кассовый разрыв до поступления дохода. Эти ситуации нельзя свести к одному психологическому портрету «плохого заёмщика». Часть расходов можно отложить, часть связана с необходимостью сохранить работу, часть возникла из-за уже накопленных обязательств. От причины зависит, будет ли новый заём решением временной проблемы или способом перенести постоянный дефицит на следующую дату.

Для продукта отказ выглядит состоянием в системе. Для исследователя это событие, после которого расходятся несколько возможных траекторий. Человек может уменьшить сумму, выбрать другой срок, отказаться от покупки, обратиться к близким или искать другого кредитора. Чтобы оценить последствия политики отказов, нужно наблюдать эти траектории. Сам факт отсутствия нового банковского договора не говорит, что потребность исчезла или что человек обязательно ушёл в микрофинансирование.

При этом ответственность банка не безгранична. Он не обязан финансировать любую потребность и не располагает полной картиной жизни заявителя. Но если после отказа сам предлагает другой продукт, возникает дополнительный предмет оценки. Как организован переход, какие данные использованы, что человек понял и какие финансовые последствия получил. Здесь уже недостаточно сказать, что клиент самостоятельно нашёл другого кредитора. Канал предложения становится частью исходной финансовой услуги.

---

[1] Банк России. Недостаточное информирование о кредиторе, 17 апреля 2025 года. Открыть источник

Отказ является началом другого процесса · продолжение

Я считаю этот переход самостоятельным продуктом. У него есть дизайн, экономика, правила отбора и показатели результата. Его можно сделать полезным, предложив подходящую альтернативу. Можно сделать непрозрачным, сохранив внешнее ощущение прежнего решения при изменении существенных условий. Поэтому анализ должен начинаться с последовательности экранов, документов и действий, а не с эмоционального отношения к названию организации, которая в итоге выдала деньги.

Корпоративное объяснение подтверждает механизм, но не его масштаб

На официальной странице займа Т-Финанс Т-Банк объясняет сотрудничество возможностью предложить финансирование, когда сам банк не может одобрить кредит. Это корпоративное описание механизма, которое подтверждает существование такого канала. Оно не сообщает долю клиентов, получивших предложение после отказа, не раскрывает индивидуальные основания решений и не доказывает, что вся динамика рынка МФО объясняется перенаправлением банковских заявителей. [4]

Такое различие принципиально для сильного текста. Можно показать реальный механизм без попытки приписать ему весь рынок. Можно исследовать стимул группы удержать клиента, не объявляя заранее установленным, что условия всегда хуже или что человек был введён в заблуждение. Для оценки конкретного случая нужны документы и фактическое представление информации. Для оценки массового эффекта нужна соответствующая выборка. Эти уровни доказательств не заменяют друг друга.

Само наличие связанной компании тоже имеет несколько возможных объяснений. Специализация на определённом продукте, другая структура издержек, отдельная технология обслуживания или регуляторный режим способны влиять на организацию бизнеса. Ни одно объяснение нельзя принять только потому, что оно выгодно продавцу, но и обвинительная версия не становится доказанной из-за своей выразительности. Исследователь должен сопоставлять устройство предложения с наблюдаемыми результатами, а не выбирать любимый мотив заранее.

Мой вопрос к подобной модели остаётся жёстким. Если человек пришёл за одним финансовым продуктом, сумел ли он осознанно выбрать другой. Ответ нельзя получить из логотипа, факта согласия с документом или наличия общей группы. Его нужно проверять через понимание клиентом кредитора, цены, срока и последствий. В цифровой продаже эти четыре вещи способны измениться быстрее, чем человек заметит, что первоначальное рассмотрение уже закончилось.

Что действительно выросло

В итоговом обзоре за 2025 год Банк России указал портфель микрозаймов 763 млрд рублей, рост на 22% за год. Объём предоставленных займов составил 2,1 трлн рублей, на 35% больше предыдущего года. Это разные показатели. Первый измеряет остаток основного долга на дату, второй суммирует выдачи за период. [2]

---

[2] Банк России. Обзор ключевых показателей МФО за IV квартал 2025 года, страницы 3-4. Открыть источник

[4] Т-Банк. Официальное описание займа Т-Финанс и сотрудничества с банком, проверено 2 октября 2026 года. Открыть источник

Что действительно выросло · продолжение

Быстрое погашение и повторная выдача могут увеличивать оборот без столь же быстрого роста остатка. Более длинные займы способны увеличивать портфель при иной динамике выдач. Поэтому большой рост одного показателя не объясняет автоматически изменение другого, тем более число людей, получивших или не получивших деньги.

Сам обзор различает банковские МФО и кэптивные компании, связанные с маркетплейсами и расчётными небанковскими кредитными организациями. Около 44% годовых выдач пришлось на вторую группу. Подменять её банками нельзя. Одинаковое бытовое слово «экосистема» не делает юридические и статистические категории взаимозаменяемыми. [2]

Эти данные показывают перестройку предложения, но не восстанавливают путь конкретного заёмщика. Чтобы ответить, сколько людей пришло в МФО после банковского отказа, нужна информация о последовательности заявок и решений. В агрегированном портфеле этой последовательности нет.

Рынок 2026 года требует нового описания

По данным Банка России за II квартал 2026 года, общий объём выдач МФО составил 490 млрд рублей, потребительских выдач 426 млрд. Уровень одобрения в потребительском сегменте снизился до 39%. Транши по открытым лимитам дали 59% объёма выдач гражданам, тогда как задолженность по договорам с лимитом составляла 25% потребительского портфеля. Это разные знаменатели. Доля NPL 90+ в потребительском сегменте достигла 41,8%. [3]

Этого набора достаточно, чтобы увидеть ограниченность привычного образа микрозайма как одной небольшой суммы на несколько дней. Но из него нельзя сделать вывод, что любой продукт стал длинным или что каждый пользователь постоянно выбирает весь лимит. Транш является фактической выдачей, лимит определяет возможность получения денег на условиях договора, остаток показывает непогашенную задолженность. Когда эти величины смешиваются, одно и то же поведение клиента можно несколько раз представить как самостоятельный рост.

У кредитной линии меняется сама точка продажи. После первоначального оформления человек может возвращаться за очередной суммой внутри уже знакомого процесса. Для бизнеса это уменьшает необходимость каждый раз заново привлекать клиента. Для анализа становится важным не только первое согласие, но и последующее использование. Сколько денег человек реально получил, как быстро сокращается основной долг, возникают ли новые транши одновременно с погашением предыдущих. В совокупных выдачах эта история видна лишь частично.

Новые данные не дают права объявить кредитную линию долговой ловушкой по определению. Они требуют сменить единицу наблюдения. Если отношения с клиентом продолжаются долго, оценивать качество продукта только по первой выдаче недостаточно. Нужно видеть весь период пользования, стоимость и возможность окончательно прекратить задолженность. Иначе финансовая доступность измеряется количеством открытых дверей, а способность человека из них выйти остаётся за пределами отчёта.

---

[2] Банк России. Обзор ключевых показателей МФО за IV квартал 2025 года, страницы 3-4. Открыть источник

[3] Банк России. Тенденции на рынке МФО за II квартал 2026 года, данные на 30 июня 2026 года. Открыть источник