

УДК 336.717.3

ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ ЛИНЕЙКИ РОЗНИЧНЫХ КРЕДИТНЫХ ПРОДУКТОВ В ПРАКТИКЕ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

Н.С. Меркулова, Н.Б. Максимов, К.Н. Иванов

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», Курск, email: nat-merkulova@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные подходы к оптимизации линейки розничных кредитных продуктов в условиях насыщенного и конкурентного банковского рынка. На примере Банка ВТБ (ПАО) анализируются структура кредитного портфеля физических лиц, динамика выдачи потребительских, ипотечных и автокредитов, а также уровень просроченной задолженности за 2022–2024 гг. Выявлены ключевые проблемы розничного кредитования: снижение платежеспособности населения, высокая закредитованность, недостаточная финансовая грамотность заемщиков и отсутствие эффективных механизмов взыскания долгов. В качестве решения предложен инновационный целевой кредитный продукт — «Кредит на отдых», ориентированный на повышение клиентской лояльности, расширение спроса и увеличение прибыльности банка. Проведён расчёт экономического эффекта от внедрения продукта, подтверждающий его коммерческую целесообразность.

Ключевые слова: розничное кредитование, кредитный портфель физических лиц, потребительские кредиты, оптимизация кредитных продуктов, просроченная задолженность, финансовая грамотность, клиентская лояльность.

APPROACHES TO OPTIMIZING THE RANGE OF RETAIL CREDIT PRODUCTS IN BANKING PRACTICE

N.S. Merkulova, N.B. Maximov, K.N. Ivanov

Kursk State University, Kursk, email: nat-merkulova@yandex.ru

Abstract. The article discusses current approaches to optimizing the range of retail credit products in a saturated and competitive banking market. Using the example of VTB Bank (PAO), the article analyzes the structure of the retail loan portfolio, the dynamics of consumer, mortgage, and car loans, as well as the level of overdue debt for 2022–2024. The article identifies key challenges in retail lending, such as declining consumer affordability, high levels of debt, insufficient financial literacy among borrowers, and a lack of effective debt collection mechanisms. As a solution, an innovative targeted loan product, “Credit for a vacation”, is proposed, focused on increasing customer loyalty, expanding demand and increasing the bank’s profitability. The calculation of the economic effect of the product implementation is carried out, confirming its commercial feasibility.

Keywords: retail lending, loan portfolio of individuals, consumer loans, optimization of credit products, overdue debt, financial literacy, customer loyalty.

Дата поступления статьи в редакцию: 05.11.2025

Дата принятия статьи в печать: 16.12.2025

Введение

Современный рынок розничного кредитования в России сталкивается с рядом структурных и макроэкономических вызовов: снижение реальных доходов населения, рост закредитованности, ужесточение регуляторных требований и высокая конкуренция между финансовыми организациями. В этих условиях банки вынуждены переходить от массового кредитования к разработке специализированных, клиентоориентированных продуктов.

Кредитование населения играет ключевую роль в стимулировании внутреннего спроса, обеспечивая гражданам доступ к товарам и услугам, которые они не могут приобрести за счёт текущих доходов. Оно способствует повышению уровня жизни, поддерживает развитие розничного сектора экономики и выступает важным инструментом социальной мобильности. Для банков потребительское кредитование остаётся одним из основных источников дохода, а для государства — рычагом регулирования экономической активности и реализации социальных программ.

Цель исследования

Целью настоящей статьи является анализ текущей практики кредитования физических лиц в Банке ВТБ (ПАО) и разработка предложений по оптимизации линейки розничных кредитных продуктов с учётом выявленных проблем и рыночных тенденций.

Материал и методы исследования

Информационной основой исследования послужили работы современных отечественных ученых в области финансов и кредита, а также исследования практиков банковской сферы. Их труды посвящены проблемам коммерческих банков при кредитовании субъектов экономики. Также исходными данными для проведения исследования послужили данные, размещенные на официальных сайтах различных учреждений и организаций — Банк России, информационные агентства и ведущие отечественные коммерческие банки.

В исследовании применялись общенаучные методы (анализ, сравнение, классификация), а также экономико-математические методы — сопоставление анализируемых данных, табличные методы представления данных.

Результаты исследования

Кредитные отношения с физическими лицами характеризуются временным предоставлением денежных средств заемщикам для решения их потребительских задач с обязательством возврата в установленный срок и выплатой процентов. Среди ключевых особенностей данного вида кредитования выделяются: общественная значимость, использование личных доходов граждан в качестве гарантии возврата и четкая целевая направленность займов. Классификация кредитов для физических лиц осуществляется по многим параметрам, включая наличие залога, продолжительность кредитного периода, валюту займа, схему начисления процентов, конкретное назначение кредита и способ его погашения.

Отличительными особенностями кредитования физических лиц являются общественная значимость, использование личных доходов граждан в качестве гарантии возврата и конкретная целевая направленность. Типология данных кредитных продуктов строится на разнообразных критериях: наличии залогового обеспечения, продолжительности кредитного периода, типе используемой валюты, методике начисления процентов, назначении средств, схеме погашения и других параметрах.

Исследование деятельности Банка ВТБ (ПАО) в сегменте розничного обслуживания показывает повышение результативности взаимодействия с частными клиентами. Насыщенность рынка заёмными продуктами становится очевидной проблемой — значительная часть потребителей уже обременена действующими кредитными обязательствами, что ограничивает их возможности по привлечению новых займов из-за снижения платежеспособности. Выявлена склонность банка к высокорисковой стратегии в области кредитования физических лиц. Современный рынок розничного кредитования сталкивается с комплексом вызовов: растущий процент задолженностей с нарушением сроков погашения, падение реальных доходов граждан, затрудняющее обслуживание кредитов, недостаточная финансовая осведомленность заемщиков, делающая их уязвимыми перед навязыванием дополнительных услуг.

Анализ практической деятельности Банка ВТБ (ПАО) выявил впечатляющий спектр финансовых услуг. Банк демонстрирует высокую эффективность операций, что обусловлено гармоничной процентной политикой в кредитовании и привлечении вкладов с коэффициентом согласованности 200%. Финансовые показатели отражают существенный рост активов более чем вдвое (+119,05%), причем наиболее динамично развивается работа с депозитами.

Приоритетными сферами для Банка ВТБ (ПАО) выступают обслуживание корпоративных клиентов и инвестиционная деятельность, поддержка среднего и малого предпринимательства, а также кредитование физических лиц.

Рассмотрим тенденции развития кредитных операций Банка ВТБ (ПАО) за последние годы (табл. 1).

Таблица 1

Динамика кредитования в разрезе категорий заемщиков Банка ВТБ (ПАО), млрд. руб.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное изменение	
				2024 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
Юридические лица	6918	7378	8132	1214	754
Кредитные организации	478	606	1362	884	756
Физические лица	2664	2949	4105	1441	1156
Всего	10060	10933	13599	3539	2666

Источник: составлено на основе отчетности Банка ВТБ (ПАО).

Клиенты Банка ВТБ (ПАО) продемонстрировали значительный рост потребности в заемных средствах, достигнув отметки в 13,6 трлн. рублей за трехлетний период. Лидирующую позицию в струк-

туре кредитного портфеля занимают юридические лица с показателем 8,1 трлн. рублей. Кредитование финансовых учреждений показало наиболее динамичный рост, увеличившись втрое до 1,3 трлн. рублей. Также прирост отмечен в сегменте розничных клиентов, где объем выданных средств достиг лишь 4,1 трлн. рублей [8].

В кредитном портфеле физических лиц наибольший рост характерен потребительскому и ипотечному кредитованию (табл. 2) [21].

Таблица 2

Динамика кредитования физических лиц, млрд. руб.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное изменение	
				2024г. к 2022г.	2024г. к 2023 г.
Потребительские кредиты и прочее	1930,88	2217,70	2449,80	518,92	126,87
доля, %	67,61	69,70	62,62	-4,99	
Ипотечные кредиты	755,34	802,20	1304,77	549,43	172,74
доля, %	26,45	25,21	33,35	6,90	
Кредиты на покупку автомобиля,	118,78	112,42	118,39	-0,39	0,32
доля, %	4,16	3,53	3,03	-1,13	
Прочие размещенные средства	2,11	1,83	0,01	-2,10	99,55
доля, %	0,07	0,06	0,00	-0,07	
Требования по получению процентных доходов	48,71	47,56	39,33	-9,37	19,24
доля, %	1,71	1,49	1,01	-0,70	
Итого	2664	2949	4105	1056,50	136,99

Источник: составлено на основе отчетности Банка ВТБ (ПАО).

Анализируя кредитную сферу, наблюдаются разнонаправленные тенденции по различным направлениям кредитования физических лиц, при этом максимальное падение зафиксировано в сегменте процентных доходов, где показатель сократился примерно до 39,12 миллиардов рублей [8].

Период 2022-2024 годов характеризуется значительным структурным сдвигом: ипотечное кредитование укрепило позиции, увеличившись на 549,43 млрд. рублей, в то время как потребительское кредитование также возросло на 518,92 млрд. рублей. Прочие сегменты кредитования физических лиц не продемонстрировали заметных колебаний.

В целом, структурная динамика кредитного портфеля физических лиц отражает переориентацию рынка с потребительских и автокредитов в сторону ипотечного финансирования.

Наиболее динамичными статьями кредитования физических лиц являются кредиты сроком более 3 лет и овердрафты, просроченные суды (табл. 3).

Таблица 3

Динамика кредитования физических лиц в разрезе сроков погашения, млрд. руб.

Сроки погашения	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное изменение	
				2024г. к 2022г.	2024г. к 2023 г.
до 180 дней	6782,9	2541,5	1505,6	-5277,3	-77,80
От 181 дня до 1 года	4358,3	4321,6	2659,6	-1698,7	-38,98
От 1 года до 3 лет	96983,7	88430,6	84686,7	-12297	-12,68
Более 3 лет	2619247,5	2963241,1	3625992,8	1006745	38,44
Овердрафты и прочие предоставленные средства	101548,9	97861,3	241375,2	139826,3	137,69

Источник: составлено на основе отчетности Банка ВТБ (ПАО).

Характер динамики кредитования в разрезе сроков погашения свидетельствует о предпочтении долгосрочных кредитов краткосрочным, динамика всех статей которых является отрицательной. Оценка просроченной задолженности кредитования физических лиц представлена в таблице 4.

За анализируемый период доля просроченной задолженности снизилась на 0,18%, составив 136,99 млрд. руб.

Исследование особенностей организации потребительского кредитования в Банке ВТБ (ПАО) позволило выделить следующие проблемы:

1. Отсутствие у банка простого механизма кредитного возврата в случае несостоятельности заемщика, а стоимость данных ошибок очень велика: потеря средств суммы долга, судебные банковские

издержки, административные издержки, потерянное время банка, потеря средств и потеря потенциальных заемщиков.

2. Проблемы классификации и оценки заемщика, означающие для банка необходимость достоверной оценки потенциального заемщика кредитного продукта и отсеечение в банке плохих заемщиков. Неправильные средства классификации заемщиков образуют проблему снижения обеспечения возврата кредитного продукта данным заемщиком в принудительном порядке.

3. Проблема кредитного залога, в первую очередь, сам механизм реализации залога является неудобным. В настоящее время много лазеек в законодательстве позволяют к тому же заемщику продавать или переуступать предмет залога.

4. Проблема снижения темпа роста выдачи потребительских кредитов в Банке ВТБ (ПАО) обусловлена снижением спроса на продукты и переход к конкуренту в связи с достаточно высокими процентными ставками.

Таблица 4

Динамика просроченной задолженности кредитования физических лиц, млрд. руб.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абсолютное изменение	
				2024г. к 2022г.	2024г. к 2023 г.
Кредитование физических лиц, всего, млрд. руб.	2855,81	3181,71	3912,31	1056,50	136,99
Просроченная задолженность, млрд. руб.	13,77	12,54	11,78	-1,99	14,45
Доля, %	0,48	0,39	0,30	-0,18	-

Источник: составлено на основе отчетности Банка ВТБ (ПАО).

Нами предложены следующие пути решения вышеизложенных проблем организации потребительского кредитования в Банке ВТБ (ПАО) (рис. 1).

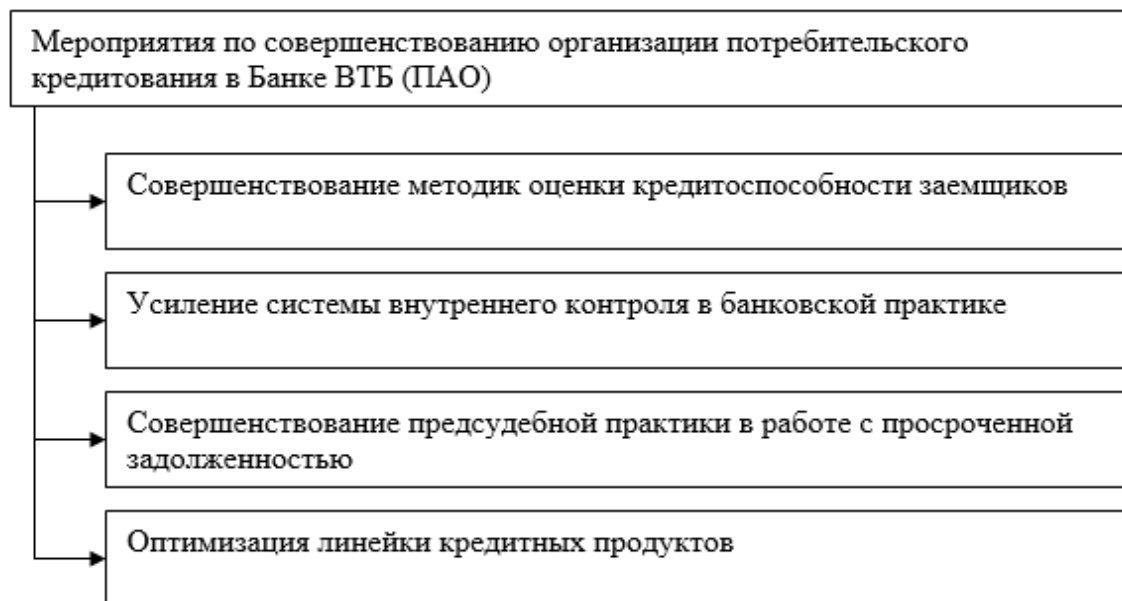


Рис. 1. Мероприятия по совершенствованию организации потребительского кредитования в Банке ВТБ (ПАО)

В целом потребительское кредитование является одним из наиболее перспективных направлений в банковской сфере. В первую очередь, это обусловлено ростом потребностей современного социума и, как следствие, развитием рынка кредитования.

Для решения проблем, возникающих в сфере кредитования, необходим комплексный анализ платежеспособности физического лица, анализ финансового состояния фирмы-кредитора, учета возможных рисков, статистический анализ рынка кредитования, изучение тенденций в кредитной сфере.

Применимо к деятельности Банка ВТБ (ПАО) наиболее актуальные риски кредитования физических лиц представлены в таблице 5.

Таблица 5

Риски деятельности Банка ВТБ (ПАО) на конец 2024 г.

Вид риска	Перспектива	Характеристика
Отток зарубежного капитала	Долгосрочная	Вследствие двухсторонних санкций, инвестиционные субъекты столкнулись с трудностями кругооборота своего финансового капитала, что приводит к его оттоку к исходным рынкам – донорам, среди которых банки стран ЕС
Увеличение просроченной ссудной задолженности	Среднесрочная	Из-за экономической конъюнктуры снижается платежеспособность физических и юридических лиц, что приводит к просроченным платежам, и к текущим банковским займам
Снижение размера валютного кредитного портфеля	Среднесрочная	Из-за нестабильности валютного курса российского рубля займы в валюте будут снижаться, что уменьшит роль данного продукта при формировании банковской маржи

Источник: составлено авторами.

В качестве ключевых проблем розничного кредитования выступает комплекс взаимосвязанных факторов: прогрессирующий рост просроченной задолженности на фоне падения реальных доходов населения, что существенно ограничивает возможности обслуживания кредитных обязательств; недостаточный уровень финансовой грамотности заемщиков, делающий их уязвимыми перед навязыванием избыточных банковских продуктов; высокая степень закредитованности населения при одновременном снижении платежеспособности, что препятствует дальнейшему расширению кредитного портфеля.

В целях диверсификации кредитного портфеля и стимулирования потребительского спроса Банк ВТБ (ПАО) внедряет инновационный кредитный продукт «На отдых», ориентированный на финансирование рекреационных и санаторно-курортных услуг. Данное целевое кредитование охватывает широкий спектр оздоровительных мероприятий и туристических программ, существенно расширяя возможности клиентов в сфере организации полноценного отдыха и восстановления здоровья.

Существуют три способа получить банковский кредит на отдых.

В рамках партнерских программ кредитных организаций и туристических агентств реализуется эффективный механизм потребительского кредитования, при котором процедура оформления займа осуществляется непосредственно в офисе турфирмы. После выбора туристического продукта клиент заполняет кредитную документацию, подлежащую оперативной обработке и последующей передаче в банк-кредитор. Стандартный период рассмотрения заявки составляет порядка тридцати минут, по истечении которых, при положительном решении, происходит заключение кредитного соглашения.

При комбинированной модели взаимодействия агентства и кредитной организации физическое присутствие заемщика в банковском отделении может являться обязательным условием. Данный финансовый инструмент, классифицируемый как целевое кредитование, подразумевает выделение денежных средств под конкретный, предварительно согласованный объект приобретения.

Отдельную категорию составляют специализированные кредитные продукты банков, ориентированные на финансирование отпускного периода. Данные программы, маркируемые как «отпускные» или «туристические», предполагают непосредственное обращение заемщика в кредитное учреждение с последующим самостоятельным оформлением заявки. При положительном решении кредитного комитета клиент получает возможность выбора туроператора как из рекомендованного банком перечня, так и по собственному усмотрению, что классифицирует данный вид займа как целевой кредитный продукт.

Альтернативой выступает привлечение стандартного потребительского (нецелевого) кредита для финансирования туристической поездки, поскольку специализированные банковские продукты для оплаты путешествий зачастую носят преимущественно маркетинговый характер, направленный на расширение клиентской базы. При этом традиционные потребительские займы в тех же кредитных организациях, как правило, предлагают более выгодные условия в сравнении с целевыми туристическими программами.

Возможности кредитования для приобретения туристических путевок по системе «горящие путевки» существенно ограничены спецификой данного формата бронирования.

Это связано со временем, которое требуется для оформления займа. Кроме того, программа отличается адаптивностью: каждый клиент может подобрать оптимальный срок и размер кредита в соответствии со своими финансовыми возможностями.

Программа повышает лояльность клиентов, предоставляя им эффективный инструмент для воплощения оздоровительных и отпускных планов. Особую привлекательность для отдыхающих создают специальные скидки на предложения здравниц и туристических компаний, что значительно увеличивает экономическую выгоду кредитования.

Потребительский кредит «На отдых» — это отличная возможность для клиентов получить необходимые средства для реализации своих планов по отдыху и оздоровлению, а также способствующая повышению клиентской лояльности и спроса на потребительские кредиты в Банке ВТБ.

Инновационные кредитные программы, разработанные для удовлетворения уникальных потребностей и целей, привлекают различные группы клиентов, которые раньше могли не рассматривать использование традиционных банковских продуктов. Это влияет на увеличение количества выдаваемых кредитов и расширение доли рынка для банка.

Предоставляя новаторские и соответствующие требованиям времени продукты, Банк ВТБ (ПАО) добивается выделения на фоне конкурентов, укрепляя свою репутацию как банка, который стремится к инновациям и ориентирован на интересы клиентов, что особенно важно в условиях острой конкуренции на банковском рынке.

С помощью специальных программ, которые интегрируют страхование и другие дополнительные сервисы, финансовые учреждения способны не только улучшить свои предложения, но и более эффективно управлять рисками. Это обеспечивает более низкий уровень невыплат и снижает вероятность дефолтов, особенно при кредитовании на конкретные цели.

Банки разрабатывают программы, такие как «На отдых», которые не только улучшают благосостояние клиентов, но и способствуют развитию долгосрочных взаимоотношений с ними, отражая стратегические приоритеты в области социальной ответственности.

Реализация данных программ даст возможность банку ВТБ (ПАО) не только усилить свое присутствие на рынке потребительских кредитов, но и повысить прибыльность, а также предложить клиентам более индивидуализированные услуги.

Средняя сумма кредита на отдых в Курской области в санатории составляет 50 тыс. руб. на 1 человека.

Расчеты производятся для семьи из двух человек. Средний срок кредитования составляет 1 год. Несмотря на то, что предполагаемый срок кредита составляет 3 года, в расчетах ориентир идет на 12 мес., так как не все клиенты берут кредит на максимально возможный срок (табл. 6).

Таблица 6

Условия кредитного продукта «Кредит на отдых»

Заемщик	Физическое лицо
Возраст заемщика	20-60 лет
Валюта кредита	Российский рубль
Минимальная сумма кредита, тыс. руб.	20 000
Максимальная сумма кредита, тыс. руб.	300 000
Срок кредита	От 6 мес. до 3 лет
Доля участия заемщика	Не менее 20 % от объема финансирования проекта.
Отсрочка погашения основного долга	До 6 мес.
Процентная ставка	6,5 %
Комиссия за выдачу кредита	отсутствует
Обеспечение	нет

Источник: составлено авторами.

В банке выявлен значительный потенциал для повторного кредитования: из 293 тыс. держателей потребительских кредитов около 87,9 тыс. клиентов (30%) досрочно погасили свои трехлетние займы, что открывает им возможность оформления нового кредитного продукта на отдых. Данная тенденция создает предпосылки для формирования устойчивого спроса на сезонные кредиты в последующие периоды при условии своевременного закрытия текущих обязательств.

Далее необходимо рассчитать сумму расходов на рекламу.

Рекламная кампания включает трансляцию радиороликов общей стоимостью 100 тысяч рублей за двухмесячный период, размещение двух баннеров с четырехмесячной экспозицией на сумму 104 тысячи рублей, а также изготовление и печать десяти тысяч рекламных листовок с совокупными затратами 500 тысяч рублей.

Совокупные затраты на рекламные кампании в банковском секторе Курской области составили 704 тысячи рублей, что в масштабах всех субъектов Российской Федерации формирует общий рекламный бюджет в размере 59,84 миллиона рублей.

Трансляция рекламных материалов на внутренних мониторах банковского учреждения осуществляется на безвозмездной основе. Экономическая эффективность от имплементации инновационного кредитного продукта «Кредит на отдых» детально отражена в таблице 7.

Таблица 7

Эффект внедрения кредитного продукта «Кредит на отдых» в Банке ВТБ (ПАО)

Показатель	Предлагаемый расчет	Значение, млн. р.
Объем предоставленных кредитов клиентам банка	100000 x 87,9 тыс. чел.	8790,0
Процентный доход, получаемый банком от предоставленных кредитов	8790,0 млн. руб. x 6,5 %	571,4
Расходы, произведенные банком на рекламные мероприятия и затраты банка	85 регионов x 704 тыс. руб.	59,84
Прибыль, получаемая банком от предложенных мероприятий	571,4-59,84	511,56

Источник: составлено авторами.

Инновационное внедрение целевого кредитного продукта «Кредит на отдых» обеспечит существенное наращивание розничного кредитного портфеля банка, генерируя дополнительную прибыль в объеме 511,56 млн. рублей.

Выводы

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы о деятельности ведущего коммерческого банка. Структура кредитного портфеля Банка ВТБ демонстрирует устойчивый рост в сегменте физических лиц: с 2,66 трлн. руб. в 2022 г. до 4,1 трлн. руб. в 2024 г. Ипотечное кредитование становится приоритетным направлением, опережая по темпам роста потребительские кредиты.

Доля просроченной задолженности по кредитам физических лиц снизилась с 0,48% до 0,30% за 2022–2024 гг., что свидетельствует об улучшении качества портфеля. Основные проблемы включают: высокую закредитованность населения, низкую финансовую грамотность, неэффективные механизмы взыскания и отсутствие гибких продуктов под конкретные потребности клиентов.

Предложенный продукт «Кредит на отдых» сочетает маркетинговую привлекательность, социальную направленность и коммерческую эффективность. Экономический эффект от внедрения продукта в масштабах банка оценивается в 511,56 млн. руб. чистой прибыли, при инвестициях в рекламу около 60 млн. руб. То есть инновационные целевые кредиты способствуют не только росту объемов кредитования, но и укреплению доверия и лояльности клиентов.

Оптимизация линейки розничных кредитных продуктов — стратегическая необходимость для банков в условиях замедления роста потребительского кредитования и усиления макроэкономической нестабильности. Анализ практики Банка ВТБ (ПАО) показывает, что переход к целевым, социально ориентированным продуктам позволяет эффективно решать одновременно несколько задач: стимулировать спрос, снижать риски невозврата, повышать клиентскую лояльность и увеличивать доходность.

Предложенный кредитный продукт «Кредит на отдых» может служить моделью для разработки аналогичных решений в других сегментах — образования, здравоохранения, сельского хозяйства и др. В долгосрочной перспективе успех банковского бизнеса в розничном сегменте будет зависеть от способности интегрировать финансовые, социальные и цифровые инновации в единую клиентоориентированную стратегию.

Таким образом, дальнейшее развитие рынка розничного кредитования требует не просто расширения объемов, а качественной трансформации кредитных предложений в соответствии с реальными потребностями и возможностями населения.

Литература

1. Барсуков М.В., Артемов А.В., Конорев А.М. и др. Аспекты современного развития кредитной деятельности в розничном банковском сегменте: монография. Курск: ЗАО «Университетская книга», 2023. 128с.
2. Бережных О.М., Ревина В.О., Парфененко М.В. Потребительское кредитование населения: проблемы и перспективы // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 2 (58). С. 546–553.
3. Носова Т.П., Гайворонская Т.Д., Березняк К.А. Направления кредитования физических лиц в современных условиях // Журнал прикладных исследований. 2024. № 12. С. 70–78.
4. Алехина А.А., Артемов В.А., Быстрицкая А.А. и др. Приоритетные направления развития экономики, финансов и учета: монография. Курск: ЗАО «Университетская книга», 2025. 294 с.
5. Синиченко О.А. Структурные изменения рынка кредитования физических лиц как индикатор поведенческих настроений населения // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2024. № 3. С. 31–40.
6. Трофимов Д.В. Потребительское кредитование в России и его экономические и социальные последствия // Инновации и инвестиции. 2022. № 5. С. 263–268.
7. Сайт Банка России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения 24.10.2025).
8. Сайт Банка ВТБ (ПАО). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vtb.ru/> (дата обращения 24.10.2025).