



**КонфОП**

Международная конфедерация  
обществ потребителей

## **Электронный журнал**

# **«Проблемы защиты прав граждан на рынке потребительского кредитования»**

*Выпуск 1*

*Октябрь 2014*

## Оглавление

Определение проблемных зон при взаимодействии финансовой организации и потребителя.....	4
Сбор предварительной информации о финансовой услуге .....	6
Обращение потребителя в избранную финансовую организацию с целью получения услуги .....	7
Ознакомление с индивидуальными условиями по кредиту и заключение договора .....	9
*** .....	11
Выборка кредитных финансовых организаций .....	12
Потребительское кредитование .....	15
Ипотечное кредитование .....	16
Автокредитование .....	18
Небанковские кредитные услуги .....	19
Методика проведения исследования и создания рейтингов .....	21
Методика расчёта сводных показателей .....	21
Порядок сбора данных .....	22
Краткие легенды и инструкции для полевых исследователей.....	22
Секторальные рейтинги проблем потребителей банковского розничного кредитования .....	26
Проблема №1: Информация о кредитных услугах не обеспечивает потребителя возможностью правильного выбора .....	27
«Неявные» условия кредитования .....	28
Кредитные калькуляторы на сайтах банков вводят потребителя в заблуждение .....	30
Основной перечень затрат по ипотечным кредитам не раскрывается банками-кредиторами .....	31
Проблема №2: Кредитор взимает с потребителей отдельную плату за действия, необходимые для предоставления кредитной услуги .....	32
Информирование потребителя происходит только на платной основе .....	33
Проблема №3: Обуславливание получения финансовых услуг обязательным приобретением других дополнительных услуг .....	34
Выдача кредита в большинстве случаев предполагает оказание	

услуг по открытию и обслуживанию банковского счета 35

Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем увеличения стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг 35

Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем создания «коробочных решений» и предоставления нечёткой информации о том, что содержится в «коробке» 36

Проблема №4: Порядок заключения договора с потребителем как экономически слабой стороной и соблюдение принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями.....36

Заявка-оферта требует много знаний от заёмщиков потребительских кредитов 37

Потребителю не разъясняются все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой 38

Потребителю не доступны типовые условия кредитования, включаемых банком в договор, до выбора предмета кредитования 39

Проблема №5: Включение в кредитные договоры условий, ущемляющих права и интересы потребителя .....40

Несоразмерность возлагаемых на потребителя штрафов последствиям нарушения обязательства 42

Наибольший процент нарушений прав потребителей зафиксирован по гипотезе о несоразмерности штрафов. Для анализа штрафных санкций мы использовали данные, собранные не только в договорах, но и на сайтах банков, указанные в предложениях потребительских кредитов. 42

Изменение условий обслуживания в одностороннем порядке 43

Некоторые вопросы защиты прав потребителей займов до зарплаты....43

Штрафные санкции и пени в случае просрочки выплат по долгу 43

Досрочное погашение задолженности по займу 44

Пролонгация действия микрозайма 45

Агрессивная маркетинговая политика 45

Рекомендации регулятору по совершенствованию законодательства ....46

Приложения .....56



## **Определение проблемных зон при взаимодействии финансовой организации и потребителя**

Проведенное под эгидой Мирового банка межстрановое исследование законодательного и нормативно-правового регулирования защиты прав потребителей в секторе кредитных услуг специально

подчеркивает, что государственное вмешательство и регулирование в сфере защиты прав потребителей оправдываются информационной асимметрией и дисбалансом на рынках, где производители или поставщики услуг владеют большей информацией о продукте или услуге, чем потребители. Направления защиты прав потребителей обычно включают в себя требования большей прозрачности и осведомленности для потребителей о товарах и услугах, развитие конкуренции на рынке, предотвращение мошенничества, обучение потребителей и недопущение недобросовестной практики<sup>1</sup>.

Данное исследование, в соответствии с техническим заданием, рассматривает только некоторые аспекты весьма широкой проблемы – проблемы информационной асимметрии в процессе взаимодействия профессиональных участников рынка и потребителей розничных кредитных услуг.

На Рисунке 1 представлена модель взаимодействия потребителя с финансовым учреждением в ходе принятия решения о получении кредита и его использования. На основании данной модели в дальнейшем мы рассмотрим наиболее значимые проблемы потребителей в ходе получения достаточной и необходимой для принятия решения информации о различных кредитных услугах от финансового учреждения.

Как видно из данной модели, особенность кредитной услуги в том, что она является не самостоятельной целью потребителя, а средством, предпосылкой достижения другой цели, связанной с удовлетворением его реальных потребностей в товарах и/или услугах.

Далее мы кратко опишем с какими основными проблемами сталкивается потребитель, на каждой из стадий взаимодействия с финансовым учреждением.



Рис 1. Модель взаимодействия потребителя и финансового учреждения

## **Сбор предварительной информации о финансовой услуге**

Предварительная (преддоговорная) информация является одним из ключевых инструментов, обеспечивающих принятие потребителем решения при покупке услуг кредитования, сравнивая предложения разных финансовых организаций и выбирая лучшее из них. Тем не менее, опыт показывает, что во многих случаях эта информация непонятна, недостаточна или по разным причинам сложна для восприятия потребителем.

Банки зачастую в рекламных буклетах и на интернет-порталах дают множество информации, но в таком количестве информации, во-первых, легко потерять главное, во-вторых, легко «утопить» неблагоприятные для потребителя условия. В рамках предварительного сбора данных мы сталкивались со случаями, когда информация о кредитовании была разбросана по десятку различных документов, размещенных на интернет-сайте банка, и каждый документ содержал несколько страниц для изучения. Или, в другом случае, информация предлагалась как совокупность текущих и архивных документов, причем текущие документы представляли собой просто поправки к отдельным положениям архивных документов. Для получения актуальной информации требовались довольно развитые практические навыки поисков необходимой информации и сопоставления текущих обновлений информации с информацией, ранее предоставленной. Формально при этом трудно было упрекнуть банк в том, что информация отсутствовала.<sup>2</sup>

Помимо информации в письменном изложении, потребителю часто требуется персональная квалифицированная консультация для разъяснения непонятных ему положений информационных документов и обсуждения плюсов и минусов выбираемого финансового продукта. Если возможность таких консультаций не предоставляется финансовой организацией, потребитель вынужден полагаться на мнение родственников и знакомых, также часто не обладающих необходимыми познаниями и навыками.

В целом, качественная предварительная (преддоговорная) информация о финансовой услуге является необходимым условием рационального подхода потребителя к принятию решения об использовании кредита для удовлетворения своих потребностей и выбору наиболее соответствующей его потребности финансовой услуги. Тем не менее, потребители при получении такой предварительной информации нередко сталкиваются с трудностями, в том числе, при обращении в финансовые организации. Соответственно, возникают трудности и при выборе подходящего продукта.

Между тем, предоставление потребителю неясной, неполной или противоречивой предварительной информации может иметь худшие

последствия, чем отсутствие информации, поскольку дезориентирует потребителя и стимулирует его при принятии решения о получении кредита и выборе кредитного продукта полагаться скорее на собственное мнение и советы знакомых, даже если они экономически несовершенны.

В связи с этим, первой из отмеченных Консультантом проблем взаимодействия потребителя и финансовой организации сформулирована следующим образом:

*Проблема 1. Своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации об услугах, обеспечивающей возможность их правильного выбора.*

### **Обращение потребителя в избранную финансовую организацию с целью получения услуги**

На этом этапе очень важно общение потребителя с квалифицированным консультантом. Между тем, консультирование потенциальных клиентов-потребителей в банках имеет те же недостатки, что и предварительное предоставление информации.

Проведенное в 2008 году в Германии по заказу Федерального министерства продовольствия, сельского хозяйства и защиты прав потребителей исследование эффективности действий финансовых посредников оценивает ежегодные потери потребителей от некачественных консультаций в финансовом секторе в 20-30 млрд. евро<sup>3</sup>.

Кредитные консультанты, работающие в финансовых учреждениях с потребителями, не всегда владеют информацией об особенностях предлагаемых банком кредитных услуг и, следовательно, не могут оказать помощь в выборе наиболее подходящего продукта. Особой проблемой является частый конфликт интересов сотрудников банка, когда при консультировании потребителя консультант руководствуется собственными интересами и мотивационной программой.

Конфликты интересов наблюдаются в таких вопросах, как сборы посредников (комиссия), бонусы для сотрудников, которые смогли продать больше определенного целевого числа/количества/суммы финансовых продуктов.

Трудно однозначно сказать, насколько широко распространены такие проблемы, поскольку, с одной стороны, исследования исполнения своих функций консультантами, работающих в банках с потребителями, в России не проводились, а с другой – известны случаи, когда квалифицированная консультация сотрудника банка недостаточно понятна потребителю в силу недостаточной финансовой (или даже общей) грамотности последнего.

Однако в результате потребитель, заключая договор, получает не вполне то, что он хотел бы получить. Прежде всего, это проявляется в более высокой стоимости услуги для потребителя по сравнению с той, на которую он рассчитывал.

Широко распространенная до недавнего времени практика взимания банком комиссий за рассмотрение кредитной заявки, за выдачу кредита, за обслуживание или ведение ссудного счета, за расчетно-кассовое обслуживание была названа незаконной и нарушающей права потребителей документами Высшего Арбитражного Суда РФ<sup>4</sup>.

Судом было признано, что действия кредитора, за которые взимаются названные выше комиссии, не могут рассматриваться как самостоятельные банковские услуги, поскольку неразрывно связаны с предоставлением кредита, и должны совершаться за счет кредитного учреждения.

Тем не менее, многие банки до сих пор взимают с заемщиков хотя бы некоторые из названных комиссий. При этом «старым» комиссиям могут быть присвоены новые названия, действия банка, за которые ранее взималась «незаконная» комиссия могут быть объединены с другими действиями, которые еще не были признаны в качестве неразрывно связанных с предоставлением кредита. Банковские комиссии могут достигать значительных размеров, поскольку рассчитываются как процент от стоимости кредита либо как ежемесячный платеж заемщика<sup>5</sup>.

В связи с этим мы решили сформулировать следующую потенциальную проблему заемщика:

*Проблема 2. Взимание кредитором отдельной платы за необходимые для предоставления услуги действия кредитора*

При этом мы надеемся, что после вступления в силу специального закона о потребительских кредитах эта проблема уйдет в историю. Следующая из проблем, рассматриваемых нами происходит на этапе консультирования с целью заключения кредитного договора между потребителем и финансовым учреждением, её мы формулируем следующим образом:

*Проблема 3. Обусловливание получения финансовых услуг обязательным приобретением других дополнительных услуг*

Наиболее распространенной дополнительной услугой, предлагаемой банками российскому потребителю при заключении договоров кредитования, является страхование. К ряду таких сопутствующих услуг можно отнести личное страхование, страхование жизни и потери трудоспособности, добровольное страхование имущества, титульное



страхование, а также услуги информирования потребителя о состоянии его обязательств перед банком.

Последняя услуга выделена из кредитных услуг банками для получения дополнительных комиссий и навязывается потребителю, как дополнительное удобство по доступу к информации о состоянии кредита. Однако, по сути кредитная услуга должна быть представлена потребителю в течение всего срока кредитования и в её предоставление также входят расчеты обеспечения данного кредита и информирование потребителя о состоянии его счетов.

## **Ознакомление с индивидуальными условиями по кредиту и заключение договора**

Заключение договора о кредитовании в России в настоящее время происходит в большинстве случаев в момент обращения потребителя в кредитную организацию. Исключением здесь являются договоры ипотечного и автокредитования, которые требуют предварительного выбора предмета ипотеки или автомобиля. Но и в этих случаях потребитель чаще всего знакомится с текстом договора в день его подписания.

Договор на небольшую сумму в случаях потребительского кредитования или микрозайма можно заключить онлайн, порой и вовсе не посещая офис организации, поскольку договор на подписание, а также деньги по договору могут принести прямо на дом.

По мнению экспертов, такой облегченный подход к процедуре заключения договора кредитования в значительной мере содержит риски последующих просроченных задолженностей и перекредитованности населения РФ.

Вступая в кредитные отношения российский заемщик выступает в роли экономически слабой стороны и вследствие этого нуждается в дополнительных разъяснениях о сути кредита, возможности его выплатить и последствиях неисполнения обязательств. Такую деятельность финансовые учреждения называют оценкой кредитоспособности, и в случае рационального потребления оценкой возможностей семейного бюджета потребителя.

Вследствие того, что кредитным услугам в России в том виде, в котором мы наблюдаем их сейчас, не более 15 лет, проблема финансового просвещения в первую очередь возложена на плечи самого потребителя и требует высокой бдительности с его стороны. И следующая из рассматриваемых нами проблем взаимодействия состоит в следующем:

*Проблема 4 Порядок заключения договора с потребителем как экономически слабой стороной и соблюдение принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями*

Такой подход также создает дополнительные риски включения в договор условий, ущемляющих права потребителя и ограничивающих средства последующей защиты ими своих прав. К таким условиям могут относиться условия о праве кредитующей организации изменять в одностороннем порядке тарифы, применимые к договору, передавать информацию о заемщике третьим лицам, устанавливать кабальные правила касательно ответственности заемщика за нарушение обязательств, ограничивать предусмотренные законом правила о подсудности.

*Проблема 5. Включение в кредитные договоры условий, ущемляющих права потребителя.*

Учитывая предстоящие значительные регулятивные изменения в процедуре заключения договора кредитования и наши ожидания от вступления специального закона о потребительском кредите в силу, мы рассмотрели проблему порядка заключения договора с потребителем, с целью проверить готовность кредитных услуг к новому формату взаимоотношений с потребителем, который описан в Законе. А также для сопоставления информации, полученной в ходе настоящего исследования, с данными из кредитных договоров, которые мы получим в будущем (после вступления в силу и реализации регулятивных норм, прописанных в ФЗ «О потребительском кредите (займе»)).

\*\*\*

Таким образом, в рамках данной волны мониторинга мы выбрали для углубленного анализа следующие ключевые проблемы взаимодействия потребителя и финансовой организации:

1. Своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации об услугах, обеспечивающей возможность их правильного выбора,
2. Взимание кредитором отдельной платы за необходимые для предоставления услуги действия кредитора,
3. Стимулирование кредитором потребителя к приобретению дополнительных услуг,
4. Порядок заключения договора с потребителем как экономически слабой стороной и соблюдение принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями
5. Включение в договор условий, ущемляющих права потребителей.

Выявленные проблемы были сопоставлены с судебной практикой и статистикой обращений потребителей в Роспотребнадзор. Кроме того, Консультант проанализировал воздействие на динамику данных проблем ожиданий вступления в силу Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

В итоге нами были сформулированы основные направления учета данных проблем в гипотезах текущей волны мониторинга в Таблице 1, приведенной в приложении.



## Выборка кредитных финансовых организаций

Наиболее востребованными, а вследствие этого наиболее проблемными с точки зрения потребителя в России являются следующие виды кредитных услуг:

- Потребительские кредиты (в том числе кредиты наличными, кредитные карты и кредиты в точках продаж);
- Автокредитование;
- Ипотечного кредитование;
- Микрокредитование физических лиц (в том числе «займы до зарплаты» и небанковские потребительские кредиты).

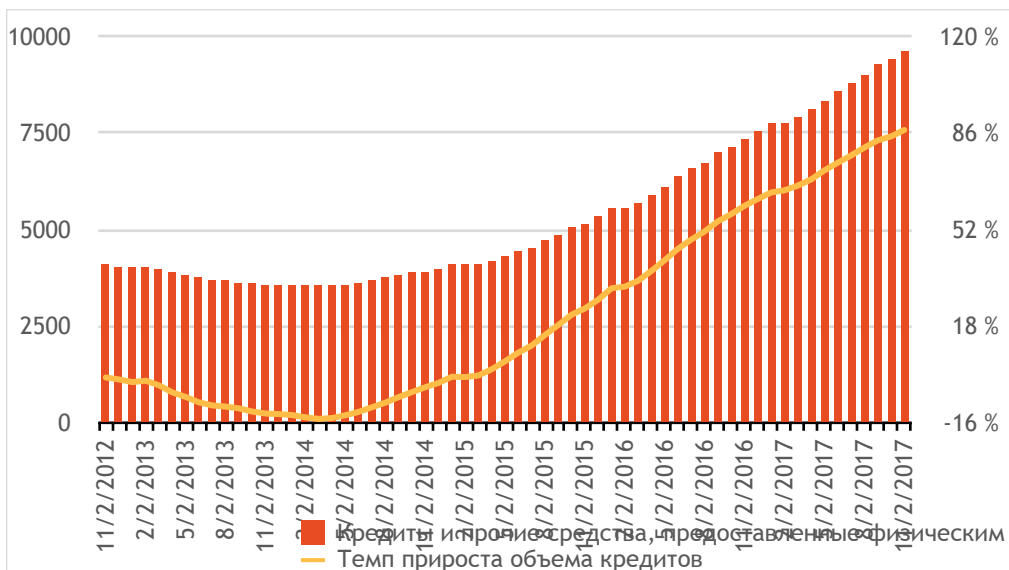
Для формирования легенды на исследование мы попытались провести анализ основных рыночных характеристик по рынку розничного кредитования. Однако, в ходе создания данного обзора мы столкнулись с проблемой выбора надежного источника рейтингов и выявления объемов рынков по каждому из выделенных секторов розничного кредитования. Эта проблема также касается и рационального заёмщика, который не может достоверно убедиться в надежности выбранной финансовой организации.

По состоянию на 01.11.2013 года, по данным ЦБ РФ кредитование физических лиц банковским сектором оценивалось в размере 9 613,94 млрд. руб. из них просроченная задолженность составила 435,49 млрд. руб. (4,53%).

За пять лет рынок кредитования населения вырос более, чем в 2 раза, сохраняя с 2010 года стабильный среднемесячный прирост на уровне 2-3% в месяц. Сопоставляя динамику кредитования населения с динамикой просроченной задолженности, можно увидеть, что за пять лет просроченная задолженность населения выросла более, чем в 3 раза, ежемесячный прирост последние 3 года сохраняется на уровне 3-4%. Что ещё раз говорит о том, что риски потребителей кредитных услуг существуют и растут с каждым годом опережающими темпами.

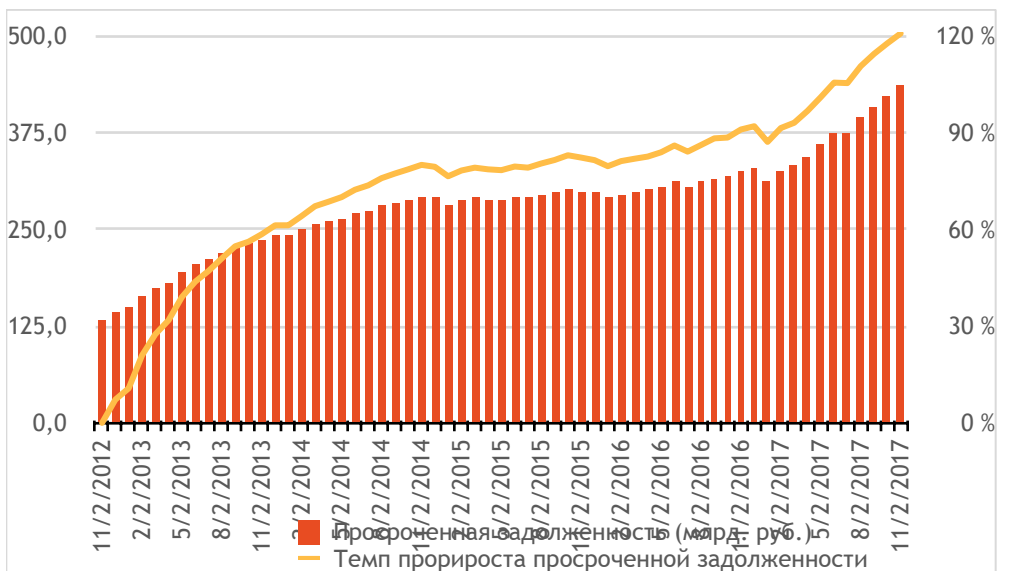
Граждане России берут кредиты, которые не могут быть обеспечены доходом, в свою очередь финансовые организации выдают такие кредиты без должной проверки кредитоспособности и далее провоцируют повышение просроченной задолженности высокими штрафными санкциями.

**Рисунок 2. Динамика объема кредитования физических лиц (млрд. руб.)**



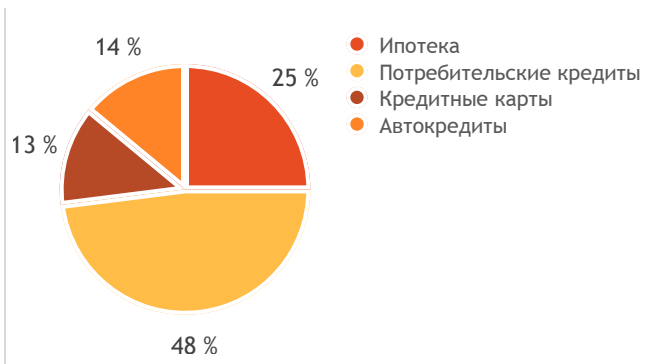
Источник: Банк России

**Рисунок 3. Динамика объема просроченной задолженности физических лиц (млрд. руб.)**



Источник: Банк России

Вполне вероятно, что динамика, приведенная на рисунках выше, будет сглажена после принятия специального Закона «О



потребительском кредитовании». По оценкам Национального бюро кредитных историй населения, наибольшая доля выданных населению кредитов приходится на необеспеченные потребительские кредиты, которые регулируются данным законом.

**Рисунок 4. Распределение кредитного портфеля населения по видам кредитов**

*Источник: Национальное бюро кредитных историй, Июль 2013*

Следующим по значимости с точки зрения защиты прав потребителей является рынок ипотечного кредитования, который на июль 2013 года, по оценке Национального бюро кредитных историй, составлял 25% от общего кредитного портфеля населения.

Автокредиты в России пользуются меньшей популярностью, нежели потребительские и ипотечные кредиты, их объем составляет около 14% по состоянию на июль 2013 года.

Исходя из приведенных данных, физические лица в России предпочитают необеспеченные потребительские кредиты и кредитные карты, суммарно их доля в общем объеме кредитования занимает 61%.

## **Потребительское кредитование**

Беззалоговые (потребительские) кредиты физическим лицам (кредиты наличными, кредитные карты и POS-кредиты) являются наиболее массовым кредитным продуктом, в последние годы отличающимся крайне высокими темпами роста. С апреля 2012 года по апрель 2013 году незначительно упали темпы прироста и объем рынка розничных кредитов вырос на 47%, объем задолженности по потребительским кредитам вырос на 82%. Число выданных розничных кредитов превысило 20 млн., количество владельцев кредитных карт составляет около 17 миллионов человек.

В 2013 году Банк России ввел новый пакет мер по ограничению рисков роста просроченных обязательств в банковской системе, которые, скорее всего, несколько замедлят рост рынка. С середины 2014 года вступил в действие специальный закон «О потребительском кредитовании», который также может позитивно отразиться на динамике просроченных кредитов и повысить правовую обеспеченность потребителей. Объем просроченных розничных кредитов на конец 2013 года составил 4,2%, и их взыскание (в том числе штрафные санкции) является существенной проблемой для потребителей и финансовых организаций.

Ситуация с оформлением потребительских кредитов в России существенно улучшилась в середине 2000-х годов в связи с формированием судебной практики по защите потребителей, более жестким регулированием рекламы, а также действий ФАС и Банка России по более детальному раскрытию информации об условиях предложения кредитных продуктов (в частности требования ЦБ РФ о размещении Памятки Заемщика во всех точках продаж кредитных продуктов). Однако опросы социологических служб и судебная практика свидетельствуют о наличии существенных проблем с осведомленностью потребителей об их правах в отношении банков.

Необеспеченные розничные кредиты отличаются высокой однородностью, единообразием параметров, независящих от социально-экономического профиля заемщиков и региона их проживания.

Проведение мониторинга (включающего в себя анализ информационно-рекламных материалов, веб-сайтов, «тайные закупки» в колл-центрах, отделениях банков и иных точках продаж) позволит сформировать рекомендации по повышению прозрачности взаимоотношений потребителя и финансового учреждения и защищенности прав потребителей.

Для проведения мониторинга рынка потребительского кредитования, мы включили в выборку 25 участников рынка потребительского кредитования, которые составляют по оценкам из разных рейтингов около 85% рынка потребительского кредитования. Полный список организаций приведен в Таблице 1.

**Таблица 1. Выборка финансовых организаций для исследования рынка потребительских кредитов**

1	Альфа-Банк	10	Русский стандарт	19	Юникредит
2	Восточный экспресс	11	Русфинанс	20	УБРИР
3	ВТБ 24	12	Сбербанк	21	Примсоцбанк
4	МКБ	13	Связной	22	НБД-банк
5	ОТП Банк	14	Ситибанк	23	Тверь Универсал Банк
6	Промсвязьбанк	15	ТКС Банк	24	Европейский
7	Райффайзен	16	Траст	25	Русский Южный Банк
8	Ренессанс Кредит	17	Уралсиб		
9	Россельхоз	18	ХКФ Банк		

*Источники: ИА «РБК», данные по активам банков Банка России*

Выборка сформирована исходя из данных, представленных в рейтинге «Крупнейшие банки на рынке беззалогового кредитования в I полугодии 2013 года», ИА «РБК». В нее вошли наиболее крупные игроки рынка по портфелю беззалоговых кредитов и с наибольшим процентом просроченной задолженности по данному виду кредитов. Отдельно (с 20 по 25 пункта) выборка дополнена специфичными региональными банками, занимающими лидирующие позиции в выделенных для обследования регионах по портфелю потребительских кредитов и доле просроченной задолженности. Данные по региональным банкам сформированы исходя из рейтинга РБК «Крупнейшие региональные банки России» по чистым активам на 1 октября 2013 года.

## **Ипотечное кредитование**

Ипотечные кредиты являются массовым финансовым продуктом с быстрыми темпами роста. В 2013 году объем рынка ипотечных кредитов вырос на 20%. В целом за 2013 год было выдано 824 799



ипотечных кредитов на общую сумму 1 353,8 млрд рублей, что в 1,19 раза превышает уровень 2012 года в количественном и в 1,31 раза в денежном выражении.

Объем просроченных ипотечных кредитов составляет 3%, и их взыскание (в том числе штрафных санкций) является существенной проблемой для потребителей и финансовых организаций, в силу различных требований жилищного и гражданского законодательства. Ипотечные кредиты отличаются разнообразием параметров, зависимостью продуктов от социально-экономического профиля заемщика и региона его проживания.

В целях проведения исследования были выбраны 25 банков, занимающих около 70% рынка ипотечного кредитования в федеральном масштабе. Выборка сформирована по данным рейтингов ИА «РБК» из лидеров рынка, а также дополнена анти-лидерами по проценту просроченной задолженности по ипотечным кредитам. Список исследуемых банков представлен в Таблице 2.

**Таблица 2. Выборка финансовых учреждений для исследования ипотечного кредитования**

1	Сбербанк России	14	Нордеа Банк
2	ВТБ 24	15	Ак Барс
3	ДельтаКредит*	16	Санкт-Петербург
4	Росбанк	17	РосЕвроБанк
5	Уралсиб	18	МКБ
6	Абсолют Банк	19	Инвестторгбанк
7	Связь-Банк	20	Промсвязьбанк
8	ЮниКредит Банк	21	НОМОС-Банк
9	Райффайзенбанк	22	Юниаструм Банк
10	Банк Москвы	23	Союз
11	Запсибкомбанк	24	Ханты Мансийский Банк
12	Возрождение	25	Газпромбанк
13	МТС-Банк		

*Источник: ИА «РБК», данные по портфелю ипотечных кредитов*

## Автокредитование

Автокредитование представляет собой достаточно стабильный сегмент кредитования населения, проблемы здесь возникают в основном со страховыми услугами, которые являются отчасти обязательными и отчасти дополнительными услугами к такому виду кредитов.

Доля автомобилей, купленных в кредит, в общем объеме зарегистрированных машин достигла по итогам III квартала 2013 года 45,82%. За тот же период прошлого года эта цифра была равна 28,65%. Такие данные содержатся в отчете Национального бюро кредитных историй (НБКИ) «Автокредитование: движение без помех. Итоги девяти месяцев 2013 года».

Это означает, что почти каждый второй автомобиль в России на данный момент покупается в кредит. Несмотря на то что розничное кредитование растет быстрее, чем автомобильное, разрыв между ними постепенно сокращается. В 2013 году рост суммарного объема автокредитования составил 17,07%. Российский автомобильный рынок все сильнее впадает в зависимость от кредитования, а банки хоть очень медленно, но все же поворачиваются от необеспеченного кредитования в сторону залогового.

В выборку для изучения автокредитования включены 25 банков, которые являются лидерами данного рынка (согласно рейтингам ИА РБК за I полугодие 2013 года) и входили в программу льготного государственного автокредитования Минпромторг, запущенную в июле 2013 года. Список исследуемых банков в Таблице 3.

**Таблица 3. Выборка финансовых учреждений для исследования автокредитования**

1	ВТБ 24	14	АйМаниБанк
2	Сбербанк России	15	Абсолют Банк
3	Русфинанс Банк	16	Азиатско-Тихоокеанский Банк
4	Росбанк	17	Нордеа Банк
5	ЮниКредит Банк	18	Инвесткапиталбанк
6	Райффайзенбанк	19	Транскапиталбанк
7	Уралсиб	20	Татфондбанк
8	Сетелем Банк	21	Спурт Банк
9	Советский	22	Плюс Банк
10	Московский Кредитный Банк	23	Зенит

11	Локо-Банк	24	Возрождение
12	БыстроБанк	25	Петрокоммерц
13	Ак Барс		

*Источник: ИА «РБК», Минпромторг*

По оценке ИА «РБК» приведенные в таблице игроки занимают около 75% рынка автокредитования.

## **Небанковские кредитные услуги**

Помимо банковского кредитования в рамках настоящего исследования кредитных услуг мы рассмотрели также рынок микрокредитования, который на данный момент развивается намного более быстрыми темпами и характеризуется низкой защищенностью прав потребителей и крайне высокими ставками по кредитам.

По прогнозам Российского микрофинансового центра, совокупный портфель микрофинансовых организаций (МФО) и кредитных потребительских кооперативов (на них приходится чуть меньше половины рынка) в конце 2013 года составит порядка 85 млрд рублей против 48 млрд годом ранее. Двукратный рост продемонстрировало и количество микрофинансовых организаций: если год назад в реестре Федеральной службы по финансовым рынкам (ФСФР) было 2000 МФО, то сегодня уже более 4100.

Для исследования рынка микрокредитования Консультантом выбраны 25 микрофинансовых организаций. Оценка объемов рынка в настоящий момент затруднена тем, что МФО оказывают услуги финансирования как физическим, так и юридическим лицам, и не производит разбивку по столь разным сегментам целевой аудитории. Поэтому для формирования настоящей выборки были использованы разные источники и проведен предварительный интернет-анализ указанных организаций. Выборка МФО, принятых для исследования, приведена в Таблице 4.

**Таблица 4. Выборка финансовых учреждений, выдающих небанковские потребительские кредиты и микрозаймы**

1	Актив-деньги	14	Еврофинанс
2	Вива-деньги	15	Столичный залоговый дом
3	Да! Деньги	16	Нано финанс
4	Деньги на прокат	17	MoneyMan (он-лайн кредит)
5	Джет-мани	18	FastMoney

6	Домашние деньги	19	МикроКредит
7	Миг кредит	20	Деньги до зарплаты
8	Отличные наличные	21	РусКапиталГрупп
9	Рамфин	22	Сто рублей
10	Честь	23	Е-заем (он-лайн кредит)
11	Центр микрофинансирования	24	Куб-займы
12	Народная казна	25	Кредит 911
13	Срочно деньги		

*Источник: Эксперт-РА, обзор рынка авторов*

## Методика проведения исследования и создания рейтингов



Для формирования задания на сбор информации, мы сформировали гипотезы и критерии их проверки, которые отражены в Таблице 2 в Приложении. Мы описали все возможные и предполагаемые проблемы потребителей и обозначили, на каких рынках мы проверяли их наличие. В таблице в приложении и ниже по тексту примеряются следующие сокращения: рынок потребительского кредитования - П.К., рынок ипотечного кредитования - И.К., рынок автокредитования - А.К., рынок микрокредитов - МФО.

### Методика расчёта сводных показателей

Оценку гипотез по секторам розничного кредитования в рамках настоящего исследования было принято произвести в двух разрезах:

- Процент организаций из общей выборки, участвующей в исследовании;
- Оценка по доле от объема рынка организаций, представленных в выборке.

При выборе двух показателей для оценки мы исходили из следующих предпосылок:

- Выборка, принятая на исследование, достаточно репрезентативна для того, чтобы обобщить её на рынок в целом, в ней отражены как региональная специфика, так и крупные федеральные банки, с совокупной оценкой объема рынка;
- Доля региональных банков крайне мала в общем объеме рынка, что существенно искажает представление о том, сколько договоров между потребителями и кредитными организациями потенциально заключены с нарушением интересов и прав потребителей;
- С помощью представленных в России рейтингов с достаточной степенью надежности можно оценить только кредитный портфель по выделенным секторам кредитования, однако невозможно провести оценку объемов кредитования в регионах.

Таким образом, приведенные в результатах исследования два показателя дают возможность оценить степень распространенности проблемы, провести сопоставление с весом организаций, нарушающих права потребителя, в общей выборке исследования и обобщить полученные выводы на сектор кредитования в целом.

## **Порядок сбора данных**

Сбор данных осуществлялся с помощью кабинетного исследования интернет-сайтов выбранных финансовых организаций и обращения за консультациями в офисы и представительства по методу «тайного покупателя». Порядок сбора данных в рамках исследования по всем выделенным на данную волну финансовым услугам был следующий:

- 1) Сбор данных по Интернет-ресурсам финансовых организаций;
- 2) Сводный анализ полученных первичных данных по Интернет-ресурсам;
- 3) Формулировка задания для тайных покупателей и специальных условий по каждому финансовому учреждению;
- 4) Проведение «тайных покупок»:
  - a. в случаях с потребительскими, автокредитами и ипотечными кредитами – неполные «тайные покупки», нацеленные на получение полной предварительной информации и типовых условий договора;
  - b. в случае с микрокредитованием – полные «тайные покупки» «займов до зарплаты».

Для проведения исследования Консультантом был подобран технический персонал, отвечающий следующим требованиям:

1. Региональные координаторы с опытом проведения маркетинговых или социологических исследований в регионах, выбранных на Проект;
2. Исследователи интернет-сайтов с опытом сбора и обработки данных для маркетинговых и социологических исследований;
3. Тайные покупатели со следующим требованием к социально-демографическому профилю:
  - a. Возраст от 25 лет;
  - b. Высшее образование;
  - c. Стаж работы по основному месту – от 2 лет.

## **Краткие легенды и инструкции для полевых исследователей**

Действия тайных покупателей и исследователей Интернет-ресурсов банков и микрофинансовых организаций исходили из следующих потребительских запросов:

### **1) Потребительский кредит наличными на личные нужды**

Основная цель кредитования: произвести косметический ремонт собственного жилья и приобретения бытовой техники. Расходы,

которые планируется совершить на кредитные средства, – это покупка стройматериалов, сантехники (унитаз и раковина) и кухонной плиты.

Сумма кредита:

- для Москвы – от 100 тысяч рублей;
- для других регионов – от 75 тысяч рублей.

Срок: на год, но готовы рассмотреть хорошие предложения на более длительный срок.

Вид кредита: потребительский кредит наличными без поручительства.

Страхование жизни: Нет и не интересует, поскольку «тайный покупатель» предполагает, что сумма кредита не столь высока и срок погашения всего 1 год.

Прочие условия: Поручителей нет и для тайного покупателя они нежелательны. Залоговые кредиты не рассматриваются и не интересны. Это первое обращение за кредитом, в текущий момент кредитной истории нет.

## 2) Потребительский кредит в точке продаж

Основная цель кредита: покупка дорогого ноутбука



Сумма кредита: от 32 000 руб.

Вид кредита: кредит в точке продаж

Срок кредита: от 1 года

Поручителей и залога: Нет и не предполагается

## 3) Ипотечный кредит на расширение жилплощади

Основная цель кредитования: купить двухкомнатную квартиру на вторичном рынке жилья вместо имеющейся однокомнатной.



Ориентировочная сумма кредита:

для Москвы – от 3 млн. рублей;

для других регионов – от 1,5 млн. рублей.

Срок: максимальный срок, но готовы рассмотреть хорошие предложения на более короткий срок.

Вид кредита: ипотечный кредит.

Услуги страхования: страхование залоговой недвижимости, обязательное согласно законодательству РФ. Остальные услуги страхования готовы оформить, если это действительно будет выгодно.

Прочие условия: Поручители возможны – родственники или коллеги.

## 4) Автокредит на покупку нового иностранного автомобиля

Основная цель кредитования: покупка нового иностранного автомобиля Ford Focus.



Сумма кредита: 750 000 руб. (самая дорогая комплектация данного автомобиля).

Первоначальный взнос: сейчас накоплено 115 000

руб. (чуть больше 15%)

Срок: на 2-3 года, но готовы рассмотреть хорошие предложения на более длительный срок.

Страхование жизни: Нет и не интересуется, поскольку тайный покупатель предполагает, что сумма кредита не столь высока и срок погашения короткий.

Автострахование: На КАСКО в настоящий момент «тайный покупатель» не желает тратить деньги и хотел бы обойтись в ближайшее время без него.

Прочие условия: Поручителей нет.

## 5) Срочно нужны деньги до зарплаты



Основная цель займа: необходимо погасить задолженность по услугам ЖКХ и на личные нужды, зарплату задерживают.

Сумма кредита (если указанная сумма превышает возможную, то «тайному покупателю необходимо было запросить займ на максимально возможную сумму до 10 000 руб.): 10 000 руб.

Срок займа: 7-10 дней.

Вид кредита: микрозайм без поручительства.

Схема выплат: удобнее либо выплачивать небольшими суммами проценты и в конце основной долг, либо через 7-14 дней произвести единовременный платеж (основного долга и накопленных процентов).

Страхование жизни: нет и не интересуется.

Прочие условия: поручителей нет, и они нежелательны. Залоговые кредиты не рассматриваются и не интересны. Это первое обращение в МФО. Справки с места работы и другие документы, кроме паспорта нет возможности предоставить.

Приведенную ниже информацию полевые исследователи приводили правдивую (учитывая, что в некоторых случаях потребуется оставлять свои персональные данные):

- Персональные данные
- Информация об образовании и трудоустройстве
- Информация о семейном положении и количестве иждивенцев
- Информация о доходах и расходах

Для проведения исследования, согласно выдвинутому техническому заданию, описанному в Таблице 2 (см. Приложение), были сформированы анкеты тайных покупателей. В сформированных анкетах каждый из вопросов уточнял показатель, подтверждающий или опровергающий поставленные на исследование гипотезы. В следующем разделе мы рассмотрим результаты проведенного мониторинга и



приведем оценки проблем потребителей при взаимодействии с финансовыми организациями.

\*\*\*

Для проведения исследования мы использовали метод «тайного покупателя», методика которого подразумевает поведенческую идентификацию с потребителем, сбор данных из «шкуры» потребителя и дальнейшую регистрацию тех точек взаимодействия потребителя и финансовой организации, в которых могут возникать проблемы информационной асимметрии. Все «тайные покупатели» проходят тест на социально-демографическую пригодность, получают инструктаж по обозначенным легендам и специфичные указания для проверки дополнительных гипотез.

Для ознакомления с анкетами и исходными данными, собранными «тайными покупателями», можно направить электронный запрос в КонфОП на E-mail, указанный в контактах.

## **Секторальные рейтинги проблем потребителей банковского розничного кредитования**

Общий сводный анализ в данной версии отчета проведен на основании оценки доли от исследуемых организаций. По каждой из выделенных проблем и сформированных гипотез ниже описаны основные точки взаимодействия потребителя и финансовой организации, в которых возникает информационная асимметрия, в разных секторах. Для удобства использования данного материала мы заменили наименование рынков розничного кредитования на соответствующие значки, введенные в прошлом разделе. Секторальная оценка каждого рынка строилась на основании разных выборок, которые мы описали в соответствующем разделе.

## Проблема №1: Информация о кредитных услугах не обеспечивает потребителя возможностью правильного выбора

№	Гипотеза / Процент банков в выборке			
1.1	Потребителю представляют разные условия в разных каналах информирования	58%	21%	37%
1.2	Банки указывают только минимальную ставку по кредиту.	26%	13%	24%
1.3	Вилки в процентах годовых могут составлять более чем 7 процентных пунктов.	63%	4%	32%
1.4	При наличии кредитного калькулятора на сайте банка для расчета стоимости кредита не указывается состав затрат потребителя, учитываемый при расчете	85%	77%	78%
1.5	Значимая для потребителя информация об условиях кредитования приводится неявным образом	89%	88%	76%
1.6	Отсутствует полный сводный перечень затрат потребителя при получении и обслуживании кредита для каждой из ипотечных программ	–	71%	–

## «Неявные» условия кредитования

Как видно из таблицы, проблема информирования для обеспечения правильного выбора является крайне актуальной для потребителей всех секторов банковского кредитования:

- В секторе потребительского кредитования – 89% от выборки;
- В секторе ипотечного кредитования – 88% от выборки;
- В секторе автокредитования – 76% от выборки.

Значимыми для потребителя условиями кредитования (в п.1.5) в рамках настоящего исследования выступили следующие условия: пределы процентной ставки, пределы суммы кредитования, пределы сроков кредитования, информация о штрафных санкциях, условиях досрочного погашения, информация о дополнительных комиссиях.

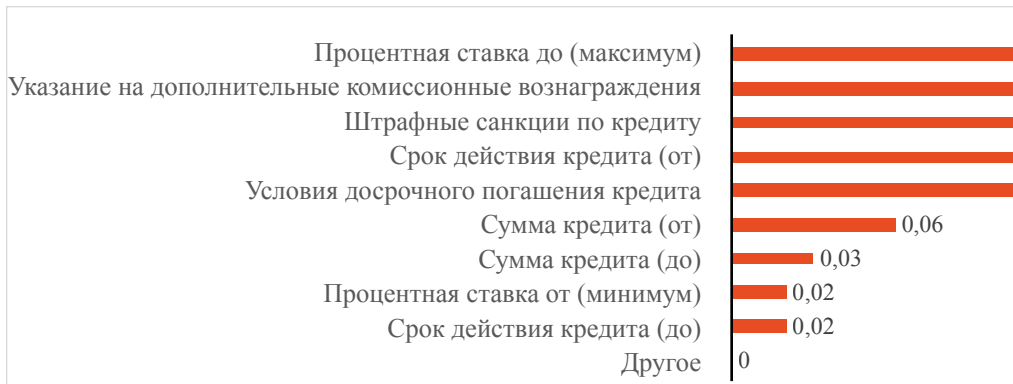
Если вся перечисленная информация приведена в явном, доступном виде, одинаковым шрифтом и чётко изложена на консультации, то мы считали, что гипотеза опровергнута. Если хотя бы одно условие приведено в неявном виде, то мы считаем, что от потребителя скрывают значимую информацию.

Ниже на диаграммах приведена детализация по условиям потребительского и ипотечного кредитования, которые банки предпочитают приводить в «неявном виде». Оценка распространенности представления условий в «неявном виде» приведена, как процент от общего количества банков, участвующих в исследовании.

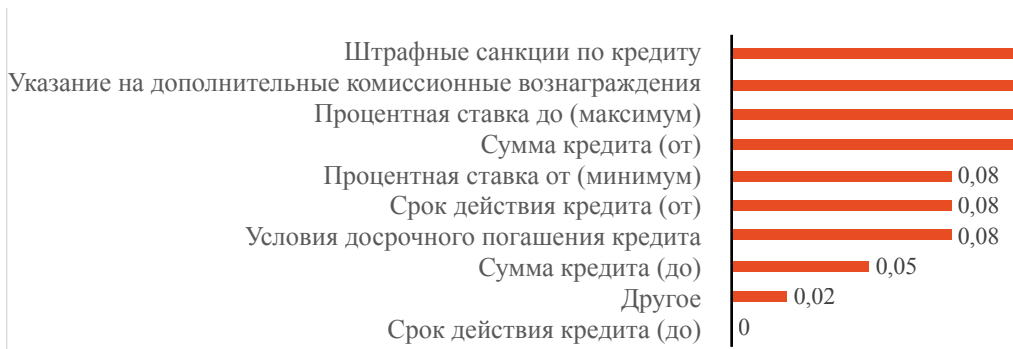
### «Неявные условия» потребительского кредитования



## «Неявные условия» ипотечного кредитования



## «Неявные условия» автокредитования.



Как видно из приведенных диаграмм на Рисунке 2, банки чаще всего предпочитают приводить в «неявном виде» по потребительским кредитам: максимальную процентную ставку, штрафные санкции и информацию об условиях досрочного погашения – одни из самых значимых условий кредитования для потребителей.

На рынке ипотечного кредитования «неявным образом» указывают максимальное значение процентной ставки, указание на дополнительные комиссионные вознаграждения и штрафные санкции. На рынке автокредитования «неявным» образом указывают штрафные санкции по кредиту, максимальное значение процентной ставки, указание на дополнительные комиссионные вознаграждения и штрафные санкции.

Информация мелким шрифтом, под сносками, в длинных многостраничных документах в большинстве случаев является незаметной для потребителя. Столь высокие показатели данной проблемы на рынках розничного кредитования ещё раз говорит о

необходимости *стандартизации дизайна кредитных продуктов не только в кредитных договорах, но и в рекламе, на сайтах банков и в рамках презентационных материалов, используемых на консультациях в банках.*

**Кредитные калькуляторы на сайтах банков вводят потребителя в заблуждение**

При наличии кредитного калькулятора на сайте банка для расчета стоимости кредита не указывается состав затрат потребителя, учитываемый при расчете.

По итоговым показателям исследования проблема заниженных условий кредитования, приводимых в кредитных калькуляторах, присутствует на всех розничных рынках: на рынке потребительского кредитования в 85% исследуемых банков, на рынке ипотечного кредитования в 77% исследуемых банков и на рынке автокредитования в 78% исследуемых банков, которые приводят калькуляторы на сайтах.

В рамках исследования было обнаружено 14 банков на рынке ипотечного кредитования из 24 исследуемых, которые предлагают потребителю воспользоваться кредитным калькулятором на сайте. При этом указание на то, что «калькулятор не учитывает всех затрат» в рамках исследования было выявлено лишь в 10 из 14 банков.

Подтвердили данную гипотезу 77% исследуемых банков, при этом оценка веса данных банков в общем портфеле ипотечных кредитов составила лишь 23% от объема. Это означает, что в калькуляторах сравнительно небольших банков чаще всего приводятся очень примерные и ориентировочные данные, которые не позволяют потребителю оценить все издержки, связанные с ипотекой.

При этом банки вводят потребителя в заблуждение, не указывая состава затрат и не пытаясь оценить полную стоимость кредита с помощью встроенного калькулятора. Затраты на ипотеку и все сопутствующие ей процедуры, указанные в кредитных калькуляторах, в большинстве случаев оказываются заниженными.

Кредитный калькулятор представлен на сайтах 18 банков-автокредиторов, при этом оценить полный состав потребитель может лишь в 5 из них. Оценка данной гипотезы проводилась по урезанной выборке финансовых организаций, которые используют кредитный калькулятор на сайте.

В итоге 78% исследуемых банков-автокредиторов, используют кредитные калькуляторы, которые не позволяют оценить полный состав затрат потребителя и скорее являются стимулирующим маркетинговым инструментом, нежели реальной возможностью оценить затраты для потребителя. В большинстве случаев такой «маркетинговый ход» используется не самыми крупными банками, взвешенная по доле рынка

оценка данной гипотезы составила 43% от общего объема рынка автокредитования.

Основной перечень затрат по ипотечным кредитам не раскрывается банками-кредиторами

Очень высокую оценку также получила гипотеза о том, что у банков, предлагающих ипотечное кредитование, отсутствует полный сводный перечень затрат потребителя при получении и обслуживании кредита. 71% исследуемых банков и 90% рынка ипотечного кредитования заражены этой проблемой.

Первоначально при покупке квартиры потребитель может столкнуться с дополнительными затратами, связанными с оформлением квартиры в залог банку и при отсутствии информации о всех затратах может столкнуться с неожиданными тратами в процессе оформления ипотеки.

## Проблема №2: Кредитор взимает с потребителей отдельную плату за действия, необходимые для предоставления кредитной услуги

№	Гипотеза / Процент банков в выборке			
2.1	Взимается комиссия за «рассмотрение заявки» и прочие действия, без которых кредитный договор не может быть заключен банком	11%	33%	16%
2.2	Взимается комиссия за ведение ссудного, кредитного или иного аналогичного счета, целью которого является обслуживание кредита банком	0%	25%	12%
2.3	Информирование потребителя о состоянии его задолженности по кредиту происходит на платной основе.	74%	75%	48%
2.4	Для применения банком минимальной ставки процента по кредиту потребитель должен внести в банк дополнительный взнос в пользу банка	—	8%	—

Как видно из таблицы, после введения ограничений на взимание с потребителя дополнительных комиссий со стороны Высшего Арбитражного суда, банки в большинстве случаев перестали применять комиссии за действия, без которых кредитный договор не может быть заключен. Значимость проблемы взимания кредитором отдельной платы за действия, необходимые для предоставления кредитной услуги является незначительной. Самый большой процент банков предпочитает брать плату за услуги информирования потребителя о состоянии задолженности, без которых выполнение обязательств по кредитным услугам затруднительно для потребителя.



Информирование потребителя происходит только на платной основе В 75% исследуемых банков на рынке ипотечного кредитования и в 74% на рынке потребительского кредитования нашими полевыми исследователями были зафиксированы случаи, когда информирование потребителя происходит только на платной основе. Другие способы получения информации об исполнении обязательств кредитными организациями не предусмотрены.

В сводном виде находки наших «тайных покупателей» по данной гипотезе можно отразить в следующих тезисах:

- Банки включают в договор о потребительском и ипотечном кредите подключение дополнительных пакетов информирования о состоянии задолженности по кредиту
- Стоимость таких услуг варьируется от 50 до 150 руб. в месяц
- При отказе от услуг информирования потребителю не предлагают доступные и удобные варианты получения бесплатной финансовой информации об исполнении обязательств

Дополнительная плата за услуги информирования взимается в основном в виде фиксированной комиссии и представляет собой «пакет услуг», в который включены интернет-банк, SMS-инфо и сообщения о состоянии банковского счёта на E-mail.

Мы предполагаем, что в ставку по потребительским кредитам должна быть включена услуга по SMS-информированию о состоянии ссудного счёта потребителя. Таким сервисом пользуются лишь в 21% из исследуемых банков. Учитывая практику заключения договоров в виде Заявок-оферт (подробнее см. Проблема 4), такая услуга является определяющей во взаимодействии потребителя и банка в рамках предоставления потребительского кредита.

Как показывает дополнительный анализ, стоимости услуг информирования на рынке потребительского кредитования колеблется в диапазоне от 30 до 100 рублей в месяц. Грубый расчет показывает, что при потребительском кредите в 100 000 руб., взятом на 1 год, данная сумма увеличит ставку кредитования не более, чем на 0,3% годовых, что при среднем значении ставки кредитования по нашей выборке на уровне 28%, составляет повышение полной стоимости кредита лишь на 0,01% и незначительно отразится на затратах потребителя.

В тоже время, автоматическое оповещение клиентов поможет избежать нежелательных последствий непрофессионализма кредитных консультантов банка в виде судебных разбирательств и наладить осознанное исполнение обязательств со стороны потребителя.

### Проблема №3: Обуславливание получения финансовых услуг обязательным приобретением других дополнительных услуг

№	Гипотеза / Процент банков в выборке			
3.1	Выдача кредита предполагает оказание услуг по открытию и обслуживанию банковского счета	95%	79%	32%
3.2	Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем увеличения стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг	32%	96%	36%
3.3	Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем создания «коробочных решений» и предоставления нечёткой информации о том, что содержится в «коробке».	53%	25%	64%
3.4	Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем стимуляции менеджеров по продажам и путем настоятельных рекомендаций потребителю со стороны сотрудников банка	21%	33%	52%

Проблема 3 является для потребителей достаточно значимой, учитывая высокий процент навязывания банковских услуг при оформлении потребительского кредита и ипотечного кредита. Также крайне критичную оценку на рынке ипотечного кредитования показала гипотеза о навязывании дополнительных услуг путём увеличения стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг. И отсутствие у потребителя возможности отказаться от КАСКО при оформлении автокредита на покупку нового автомобиля.

Выдача кредита в большинстве случаев предполагает оказание услуг по открытию и обслуживанию банковского счета

Оценка данной гипотезы (3.1) производилась по косвенным указаниям банков о форме выдачи и внесения денежных средств, поскольку большинство банков предпочитают не делать указаний на оформление банковского счета для получения потребительского кредита в явной форме. Однако, в процессе оформления кредита у потребителей возникают дополнительные издержки, связанные с другими банковскими услугами – расчетно-кассовым обслуживанием, месторасположением и доступом к банкоматам с бескомиссионным вводом денежных средств и прочие препятствия к бесплатному обслуживанию кредита.

Исходя из полученной оценки, к навязанной услуге можно отнести открытие банковского счета, которое происходит в 95% исследуемых банков, которые выдают около 86% от всех потребительских кредитов в России, обусловленных обязательными банковскими счетами. Также в 79% исследуемых банков на рынке ипотечного кредитования обнаружены косвенные признаки к навязыванию дополнительных услуг по обслуживанию банковского счета, что составляет около 93% рынка ипотечного кредитования.

Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем увеличения стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг. Исходя из проведенного исследования, чаще всего потребитель сталкивается с увеличением стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг, в 96% исследуемых банков на рынке ипотечного кредитования встречается такой метод навязывания в отношении услуг страхования жизни и потери трудоспособности.

Стоит отметить, что лишь один крупнейший банк России не увеличивает ставку кредитования при отказе от дополнительных услуг, его доля рынка ипотечного кредитования в выбранной совокупности составляет 52%.

Увеличение стоимости потребительского кредита при отказе от страхования жизни и потери трудоспособности зафиксировано в 32% выборки, при этом стоит отметить, что это не самые крупные банки, поскольку лишь 17% потребительских кредитов были проданы с наценкой в случае отказа. Увеличение стоимости кредита в таких случаях может быть существенным для потребителя. Текущие рыночные показатели такой наценки по данным исследования колеблются в диапазоне от 1,75 до 6 процентных пунктов.

Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем создания «коробочных решений» и предоставления нечёткой информации о том, что содержится в «коробке» «Коробочные решения» с предложением «комплексного банковского страхования», а также услуг информирования и других дополнительных услуг были предложены 53% исследуемых банков, что составляет около 29% от объема рынка автокредитования.

Эта проблема характеризуется высокими затратами для потребителя на страховые коробочные решения, которые навязываются представителями кредитных организаций в точках продаж. Зачастую такие продажи носят низкий информационный характер для потребителя и не дает исчерпывающего и понятного пояснения по тому, как отказаться от услуг и не дает потребителю свободы выбора и волеизъявления.

Дополнительный анализ показывает, что в 100% выборки по автокредитам в той или иной форме присутствует проблема навязывания дополнительных услуг: ни один автокредитор не выдает автокредит без оформления КАСКО, которое в 64% исследуемой выборки входит в пакет автокредита, а в остальных 36% исследуемых банков при отказе от «добровольного автострахования» годовая ставка по кредиту увеличивается от 1,5 до 4 процентных пунктов.

Также стоит отметить, что на рынке автокредитования в рамках исследования зафиксировано 40% исследуемых банков, которые предлагают дополнительные услуги по страхованию жизни и потери трудоспособности, влияющие как в отрицательную, так и в положительную сторону на ставку по кредиту.

Что напрямую свидетельствует о выгодных условиях страхования и наличии аккредитации страховщиков со стороны наиболее выгодного канала продаж – банкострахования. Данной проблеме будет посвящен следующий этап Независимого мониторинга защиты прав страхователей.

#### **Проблема №4: Порядок заключения договора с потребителем как экономически слабой стороной и соблюдение принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями**

№	Гипотеза / Процент банков в выборке			

4.1	Заявка (анкета) на предоставление кредита имеет форму оферты потребителя банку	47%	–	28%
4.2	Предварительные разъяснения о новом правовом статусе потребителя после направления заявки-оферты отсутствуют	100%*	–	100%*
4.3	Предлагаемый банком порядок подачи заявки – оферты не требует подтверждения ознакомления потребителя с условиями кредитования	100%*	–	100%*
4.4	Потребителю не разъясняются все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой	26%	53%	36%
4.5	Потребителю не доступны типовые условия кредитования, включаемых банком в договор, до выбора предмета кредитования	–	58%	64%

\* Данные приведены по урезанной выборке, использующей Заявки-оферты

### Заявка-оферта требует много знаний от заёмщиков потребительских кредитов

Практика использования заявок-оферт замечена нами в 47% кредитных организациях в секторе потребкредитов. При этом ни в одной из этих организаций наши «тайные покупатели» не получили предварительного разъяснения о новом правовом статусе и запроса на подтверждение об ознакомлении с условиями кредитования.

Использование такого вида договорных отношений значительно влияет на возможность осознанного выбора со стороны потребителя, поскольку процедура заключения кредитного договора упрощена до единственного действия – заполнения анкеты на проверку кредитоспособности. В такой анкете во всех из рассмотренных случаях неявным образом (мелким шрифтом) указано, что в случае одобрения банком потребительского кредита, данная заявка является офертой от

потребителя к банку. Защищенность прав и интересов потребителей остается на совести кредитных консультантов, которые, как показывают международные исследования, мотивированы только на факт заключения кредитного договора.

В 100% банков, использующих Заявку-оферту из нашей выборки, не знакомят потребителя с четкими условиями кредитования. Ставка кредитования, сумма кредита и прочие важные условия определяются банком исходя из персональных и финансовых данных о потребителе, в одностороннем порядке, без согласия потребителя на индивидуальные условия кредитования.

Стоит обратить внимание, что перекрёстный анализ использования Заявки-оферты и публикации максимальной ставки по кредиту в явной форме показал, что максимальную ставку указывает треть исследуемых банков с договорными отношениями в виде Заявки-оферты, что составляет 17% рынка потребительского кредитования, при этом наибольший вес в данном показателе приходится на крупнейший банк России с государственным капиталом.

В Памятке потребителя ЦБ РФ обращает внимание на такую форму договорных отношений, как Заявка-оферта, и призывает быть бдительными в отношении такой формы отношений. Заявка-оферта упрощает процедуру получения кредита и помогает сократить количество операций, однако большая часть значимой для потребителя информации в этом случае поступает в устной форме от кредитных консультантов, либо не поступает вообще. Мы считаем такую практику сильным нарушением прав и интересов потребителей.

**Потребителю не разъясняются все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой**

Проверка данной гипотезы проводилась согласно принципам, изложенным в лучших международных практиках ответственного кредитования. Мы предполагали, что если на первой консультации сотрудник или представитель финансовой организации проводит предварительную диагностику кредитоспособности потребителя и предлагает осознано, с расчетом, подойти к вопросу оформления кредита, то гипотеза опровергнута. Если же у потенциального клиента не интересуются ни целями кредита, ни семейным положением, ни трудовой занятостью, ни доходами и расходами, то гипотеза подтверждена.

Мы предполагаем, что ответственный кредитор в рамках первого обращения потребителя должен быть, как лечащий доктор: внимательно отнестись к целям кредитования, узнать о семейном положении, трудовой занятости и образовании потребителя, уточнить структуру доходов и расходов, а также объем обязательств по другим кредитам.

По итогам оценки данного критерия, потребителю не разъясняют все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой в 53% исследуемых банков на рынке ипотечного кредитования и в 36% исследуемых банков-автокредиторов.

Все финансовые организации, предоставляющие ипотеку и автокредиты, интересуются целями кредита, поскольку он целевой, однако, на первой консультации о семейном положении, трудоустройстве, уровне доходов и расходов наиболее крупные российские кредиторы речи не заводят.

В виду низкой финансовой грамотности населения, соблюдение принципов ответственного кредитования является не только международным стандартом оказания финансовых услуг, но ещё и позволяют сократить плохие долги населения.

**Потребителю не доступны типовые условия кредитования, включаемых банком в договор, до выбора предмета кредитования**

Типовые условия договора необходимы для оценки всех юридических и финансовых рисков рациональным потребителем. И для уточнения всех условий кредитования, потребителю должны быть доступны типовые (общие) условия кредитования, особенно для крупных покупок в кредит. На рынке ипотечного кредитования типовой договор не доступен в 58% исследуемых банков (что составляет около 38% рынка ипотечного кредитования). При запросе типовых условий договора сотрудники банка ссылались на то, что все условия будут индивидуальны и у потребителя будет возможность ознакомиться с ними в процессе оформления кредита на ипотеку.

Типовые договора на автокредит удалось собрать в 36% исследуемых банков, при этом остальные 64% отказали и «тайным покупателям», и не привели на сайте типовые условия автокредитования, такие организации занимают около 74% рынка автокредитов.

Причины отказа в выдаче типовых условий сотрудники приводили фактически одни и те же: договор оформляется в частном порядке, после подачи заявки и предоставления разрешения на обработку персональных данных потребителя.

Все собранные типовые договора пройдут дополнительную обработку и проверку после вступления в силу специального закона «О потребительском кредите (займе)» с целью выявить положительную динамику и оправдать позитивные ожидания потребителей. В случае если все финансовые организации будут действовать по букве закона, большинство гипотез, отнесенных в нашем исследовании к Проблеме №4, будут опровергнуты.

## Проблема №5: Включение в кредитные договоры условий, ущемляющих права и интересы потребителя

Данная проблема в рамках настоящего исследования затронута небольшой частью по трем причинам:

- Низкий процент выборки финансовых организаций, которые поделились с нашими «тайными покупателями» типовыми условиями договора;
- Периодом проведения нашего исследования - начало 2014 года, когда все финансовые организации должны были готовиться к вступлению в силу специального закона и разделять договора по кредитным услугам на типовые и индивидуальные условия;
- Заданием на данную тематическую волну – в рамках одного из следующих этапов независимого мониторинга защиты прав потребителей мы рассмотрим состояние защиты прав и интересов заемщиков в России с точки зрения исполнения договорных обязательств и подробно разберем все кредитные договора.

В настоящее исследование мы вынесли основные тестовые гипотезы и проверили их на выборке типовых договоров, которые нам удалось получить с помощью тайных покупателей и по запросу по договорам реальных потребителей соответствующих кредитных услуг. Помимо прочего, часть из рассматриваемых в настоящем разделе гипотез, были проверены на данных, приведенных в рекламе кредитных услуг.

№	Гипотеза / Процент банков в выборке			
5.1	Условия кредитного договора о запрете досрочного возврата кредита в течение определенного времени	16%	4%	0%
5.2	Условия кредитного договора о взимании банком комиссии за досрочный возврат кредита	5%	8%	4%



5.3	Включение в кредитный договор условия о том, что услуги банка оплачиваются заемщиком в соответствии с утверждаемыми банком тарифами, которые банк вправе изменять в одностороннем порядке в течение срока действия договора	47%	42%	44%
5.4	Риски, связанные с задержкой погашения кредита посредством других банков, через платежные терминалы, системы Интернет-платежей или иным способом, лежат на заемщике	32%	–	28%
5.5	Договор вступает в силу не с момента передачи денег потребителю, а с момента подписания сторонами	11%	–	4%
5.6	Включение в кредитный договор условия о возможности безакцептного списания банком просроченной задолженности со счета заемщика	32%	–	12%
5.7	Рассмотрение споров, вытекающих из кредитного договора, по месту нахождения банка	16%	–	4%
5.8	Договор не устанавливает ответственность банка при нарушении обязательств по договору	5%	–	36%

5.9	Договор не устанавливает ответственность банка за допущенные им ошибки при исполнении договора	5%	–	38%
5.10	Несоразмерность возлагаемых на потребителя штрафов последствиям нарушения обязательства	89%	29%	76%
5.11	Передача прав по договору третьим лицам договором либо не регламентируется совсем, либо не регламентируются для банка	32%	–	21%

Как видно из таблицы, наиболее значимыми с точки зрения низкой защиты прав и интересов потребителей, выступают следующие проблемы:

- Высокие несоразмерные обязательства штрафы
- Измерение условий обслуживания в одностороннем порядке
- Риски, связанные с неисправностью банковского оборудования, возложены на потребителя

### Несоразмерность возлагаемых на потребителя штрафов последствиям нарушения обязательства

Наибольший процент нарушений прав потребителей зафиксирован по гипотезе о несоразмерности штрафов. Для анализа штрафных санкций мы использовали данные, собранные не только в договорах, но и на сайтах банков, указанные в предложениях потребительских кредитов. Для оценки сводных показателей использовалось правило: если штрафные санкции более 0,1% в день, то они считаются несоразмерными сумме задолженности. Штрафные санкции, представленные банками в фиксированном виде, также пересчитывались в проценты от суммы кредита в 100 000 руб. (согласно принятой на исследование легенде).

Анализ показал, что 84% исследуемых банков на рынке потребительского кредитования используют в договорах несоразмерные штрафы. В пересчете на объем рынка – 86% потребительских кредитов выданы с условиями, которые противоречат Закону «О потребительском кредитовании». Лишь три исследуемых банка устанавливают размер штрафных санкций на уровне 0,1% от суммы задолженности в день,

либо используют в своей практике невысокие фиксированные штрафы (не более 100 руб. в день).

В 76% исследуемых банков-автокредиторов штрафы превышают обозначенную границу, что составляет 81% рынка автокредитования. Ухудшение финансового положения потребителя может обернуться ему кабальными условиями по автокредиту за сравнительно небольшое количество времени.

Если оценивать величину штрафов за потребительские кредиты по методике, рекомендуемой международным партнером Консорциума (CI), согласно которой штраф должен составлять не более суммы, необходимой для отправки письма-напоминания о задолженности (что составляет около 100 руб.), то ни один крупный игрок рынка потребительского кредитования не удовлетворит указанным требованиям.

### **Изменение условий обслуживания в одностороннем порядке**

Подтверждение гипотезы о включении в кредитный договор условия о том, что услуги банка оплачиваются заемщиком в соответствии с утверждаемыми банком тарифами, которые банк вправе изменять в одностороннем порядке в течение срока действия договора, мы нашли у половины исследуемых банков на всех трех рынках розничного кредитования.

Такую информацию наши аналитики получили из косвенных данных и большого количества ссылок на то, что по исследуемой кредитной услуги предоставляются дополнительные банковские услуги по обслуживанию счета, внесенного в Общие тарифы или Общие условия банковского обслуживания, размещенные на сайте.

В многострочных документах, содержащих все возможные услуги банка и тарифы на них, потребитель теоретически может найти условия, по которым будет обслуживаться его банковский счёт.



## **Некоторые вопросы защиты прав потребителей займов до зарплаты**

Данные, представленные в данной главе, основаны на анализе интернет-сайтов, телефонных служб и консультаций в офисах по 23 коммерческим микрофинансовым организациям (МФО). В рамках настоящей краткой версии мы выделили пять самых существенных проблем, выявленных в ходе исследования.

### **Штрафные санкции и пени в случае просрочки выплат по долгу**

Подавляющее большинство МФО (83%) не предоставляют такой информации в описании продукта и даже не указывают, что такие санкции существуют. Учитывая специфику целевой аудитории займов до зарплаты (а это лица с низким уровнем финансовой грамотности),

отсутствие такой информации критично для принятия решения и дальнейшего поведения заемщика, и понимания его ответственности. При этом 30% МФО нигде не указали данную информацию, даже в дополнительных документах – Правилах или Общих условиях, что, на наш взгляд, является очевидным введением потенциального заемщика в заблуждение. Еще одна компания практикует «индивидуальный подход» к санкциям: согласно Правилам, конкретные условия, в том числе штрафные санкции, указываются «индивидуально для каждого Продукта, либо Клиента и закрепляются в договоре займа.» Создается ощущение, что штрафные санкции за просрочку долга – это информация, которую МФО не хотят доводить до потенциального заемщика (либо чтобы она не отпугивала его, либо для введения в заблуждение с последующим извлечением выгоды из такой неосведомленности).

При этом величина штрафных санкций довольно велика: обычно размер пеней совпадает с величиной процентной ставки и колеблется от 1% до 10% в день, начисляемого на сумму основного долга с процентами и уже начисленными пенями и штрафами, что противоречит нормам нового закона «О потребительском кредите», под действие которого с 1 июля 2014 года попадут и микрозаймы.

### Досрочное погашение задолженности по займу

Возможность досрочного погашения в подавляющем большинстве случаев (93% тех МФО, которые предоставили информацию по данному пункту, что составляет 56% всей выборки) ограничивается теми или иными условиями досрочного погашения:

- Многие МФО (54%) требуют, чтобы о досрочном погашении клиент уведомлял заранее, при этом срок «заблаговременности» колеблется от 5 дней до 30 дней (наиболее часто – 10 дней (43%) и 30 (43%)), что для коротких «займов до зарплаты» фактически означает запрет на досрочное погашение. Что характерно, подобное ограничение на заблаговременное 30-дневное предупреждение используют даже те компании, у которых максимальный срок займа составляет 28 дней, то есть компания не пишет «досрочное погашение запрещено/не предусмотрено» в явной форме, а использует подобные формулировки, запрещающие досрочное погашение в неявной форме и способные таким образом ввести в заблуждение
- Некоторые МФО (31%) оговаривают период, в течение которого нельзя погасить займ («5 первых дней», «не раньше 30 дней до даты возврата», «после двух недель пользования займом без штрафов и переплат»).
- Одна компания, которая предусматривает штрафные санкции за досрочное погашение (например, в виде «неустойки» в размере

15% от неуплаченных процентов). Это, на наш взгляд, не имеет экономического основания при данной специфике бизнеса - короткие займы, массовый продукт с высоким оборотом и фиксированными расходами на обслуживание займов и привлечение клиентов.

- Также найдено прямое нарушение Гражданского кодекса и законодательства о микрофинансовых организациях, в котором прямым текстом указывают, что досрочное погашение не предусмотрено.

И только одна МФО указала, что «досрочное погашение осуществляется без штрафов и пени, в любое удобное время».

### Пролонгация действия микрозайма

Пролонгацию нельзя однозначно назвать «порочным» механизмом, который ориентирован на то, чтобы удерживать заемщика в кредитных отношениях (с высокой процентной ставкой) дольше предполагаемого срока - поскольку в тех самых сложных финансовых ситуациях, в которых займы до зарплаты приходят на помощь, по словам МФО, может возникнуть объективная необходимость продления срока, если заемщик, например, в больнице и не имеет возможности погасить займ. Однако, согласно Закону о потребительском кредите, который вступит в силу 1 июля 2014 года, в таких случаях займ и проценты по нему должны быть реструктурированы – в связи с переходом на более долгий срок. То есть «рука помощи» должна быть опорой, а не рукой, радостно обирающей заемщика по той же высокой ставке в течение более длительного периода. Реструктуризацию долга не предусматривает в своих предложениях ни одна из обследуемых компаний.

Кроме того, на рынке практикуется механизм автоматической пролонгации – для запуска этой пролонгации необходимо погасить все платежи по займу и вернуть некоторый процент от суммы займа.

### Агрессивная маркетинговая политика

МФО пользуется рядом приемов для привлечения клиентов, которые можно однозначно классифицировать как агрессивные маркетинговые действия. В частности, в ходе анализа интернет-сайтов МФО, а также исследования методом тайных покупок, были выявлены следующие элементы агрессивного и даже вирусного маркетинга:

- Распространена практика предоставления больших сумм и/или по меньшей ставке при повторном обращении (часто данная информация визуализирована в он-лайн калькуляторе или в описании продукта, т.е. сразу доводится до сознания потребителя)
- Политика «приведи друга – получишь меньшую сумму переплаты»

- Для отдельных категорий предусмотрен льготный тариф (в частности, в одной компании предусмотрена льготная ставка 1% в день для пенсионеров)
- Навязывание дополнительной услуги (страхование жизни и здоровья заёмщика) путем предложения более привлекательной процентной ставки по сравнению с аналогичным продуктом, но без этой услуги (17% компаний имеют такие предложения со страхованием и меньшей процентной ставкой). Во всех выявленных случаях услуга «необязательна» / оказывается «по желанию».
- Телефонные контакты друзей и родственников, которые потенциальный заемщик в обязательном порядке указывает в анкете/заявке «для обеспечения гарантии возврата долга», активно используются не по назначению, а для рекламирования услуг и акций компании.

\*\*\*

Как видно из проведенного анализа, у всех финансовых организаций, которые мы исследовали, была выявлена масса проблем, которые могут негативно сказаться на информировании потребителя о кредитном продукте. Такое положение дел требует отдельного регулирования и совершенствования законодательства. В следующей главе мы предложим поправки к Закону «О потребительском кредите», которые помогут улучшить информированность потребителя, а также порекомендуем принятие других норм и правил, позволяющих улучшить положение защиты прав потребителей.

## **Рекомендации регулятору по совершенствованию законодательства**

На основе проведенного анализа мы сформулировали рекомендации о возможных дальнейших мероприятиях, направленных на защиту прав потребителей финансовых услуг.

Представляется, что основные направления для проведения такого рода мероприятий могут основываться на следующих подходах:

- Приоритетное решение проблем, показавших в ходе мониторинга наибольшую актуальность с точки зрения обеспечения прав потребителей финансовых услуг;
- Учет особенностей статуса потребителя как экономически слабой стороны договорных отношений с профессиональным участником рынка при формулировании обязательных правил и условий деятельности для соответствующего финансового рынка,
- Приоритет прямых законодательных норм при регулировании отношений, имеющих значение при обеспечении защиты прав

- потребителей, исключение из законодательства положений, допускающих неопределенность или вариативную трактовку,
- Обеспечение активной роли надзорных органов (Банка России, Роспотребнадзора) в иницировании мероприятий, направленных на защиту прав потребителей и повышение их финансовой грамотности,
  - Активизация профессиональных участников финансового рынка для учета текущего состояния и развития финансовой грамотности потребителей.

Ситуацию с информированием потребителя должен в значительной мере улучшить вступающей в скором времени Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)», содержащий фундаментальные положения о предоставлении потребителю качественной информации. Тем не менее, итоги и выводы текущей волны мониторинга показывают, что в данной сфере актуально проведение и иных, непредусмотренных Законом, мероприятий.

Как уже отмечалось, Закон практически не уделяет внимания тому, в какой форме предоставляется потребителю обязательная в соответствии с Законом информация.

Сегодняшний опыт показывает, что проблема часто заключается не столько в том, что та или иная информация, имеющая отношение к кредитному продукту, отсутствует, сколько в том, что эта информация либо непонятна потребителю (или не оценивается им как существенная), либо представляется разрозненно, в разных документах, сносках и ссылках, либо подается как общая информация, имеющая отношение к группе финансовых услуг (как, например, это происходит с информацией о тарифах на расчетно-кассовое обслуживание).

Таким образом, складывается ситуация, когда потребитель, с одной стороны, получает недостаточную информацию в связи с конкретным выбираемым им продуктом, а с другой – много избыточной информации, в значительной части к такому продукту отношения не имеющей.

Последующее консультирование потребителя сотрудниками финансовой организации часто также не достигает желаемой цели – полноценного информирования потребителя для принятия им взвешенного решения.

В связи с этим предлагается ряд мероприятий, которые, по мнению Консультанта, могут помочь повышению качества информирования потребителя о кредитных услугах на этапе принятия потребителем решения.

- 1) *Разработка для кредитующих организаций обязательных стандартных форм предоставления предварительной информации по кредитному продукту, с публикацией для потребителей разъяснений (с примерами) по каждому из пунктов формы (по аналогии с памяткой заемщику).*

Цель: обеспечение возможности для потребителей любого уровня подготовки лучше понять условия каждого из предлагаемых продуктов, сравнить различные предложения кредитных продуктов, выбрать продукт, максимально соответствующий целям потребителя и содержащий в себе минимальные риски, с учетом конкретной ситуации потребителя.

В настоящее время Закон предполагает определенную стандартизацию предоставления информации в процессе заключения договора. Однако эта информация предоставляется потребителю, когда его выбор уже фактически сделан (т.е. он уже обратился в конкретную финансовую организацию). В данном случае речь идет о предоставлении информации по стандартизированным формам в период, когда потребитель только делает свой выбор.

Зарубежная практика показывает распространенность такого рода стандартных форм. В качестве примера можно привести стандартную форму предоставления предварительной информации с разъяснениями для потребителя, используемую в ЕС -Standard European Consumer Credit Information (SECCI)<sup>6</sup>.

Форма, в соответствии с которой информация об услуге предоставляется на регулярной основе каждой финансовой организацией, содержит указания на характер предоставляемой информации с пояснениями для потребителя, собственно, заявленную информацию (в соответствии с указанным в форме стандартом), а также содержит богатые возможности для публикации в рамках формы комментариев и разъяснений для потребителя (некоторый аналог памятки заемщика).

Представляется, что такая (или аналогичная) форма предоставления потребителю информации была бы удачным решением для российского рынка кредитования, поскольку она позволяет, во-первых, собрать в кратком изложении все условия предоставления конкретного кредитного продукта, во-вторых, сравнить ассортимент предлагаемых рынком продуктам по определенным прозрачно представленным показателям, из которых потребитель самостоятельно может выбрать наиболее существенные с его точки зрения и исходя из его конкретной жизненной ситуации, и, наконец, в-третьих, регулятору, общественным организациям потребителей, самим финансовым организациям давать действительно понятные разъяснения по каждому из пунктов



представленной информации с учетом различного уровня финансовой грамотности потребителей.

Введение такой стандартной формы не требует принятия специального закона и может быть предметом нормативного акта Банка России или Правительства РФ.

- 2) *Установление для финансовых организаций требования разработки стандартов работы с потребителями как элемента системы управления организацией.*

В контексте тематики данной волны мониторинга предлагается установить такого рода стандарты для преддоговорной работы с потребителями и работы при заключении договора.

Такие стандарты могут, в частности, предусматривать следующее:

- Установление специальных требований к квалификации и добросовестности сотрудников финансовой организации, непосредственно взаимодействующих с потребителями,
- Предупреждение конфликта интересов сотрудников финансовой организации при взаимодействии с потребителями,
- Регламентация структуры вознаграждения менеджеров, ответственных за работу с потребителями (например, требование установления такого вознаграждения в зависимости от итогов исполнения кредитных договоров, а не от количества договоров, которые они заключили).

Итоги текущей волны мониторинга показали множество проблемных зон, связанных с действиями финансовой организации (или ее сотрудников). Причем, хотя бы одна проблемная зона присутствует в действиях каждой из обследованных финансовых организаций.

Между тем, защита прав потребителей сегодня рассматривается как один из факторов финансовой стабильности, развитие которого находится в сфере внимания регуляторов, ответственных за развитие финансовых рынков<sup>7</sup>. Должным образом поставленная система защиты прав потребителей называется в числе предпосылок эффективного банковского надзора, отсутствие которых может ослабить финансовую систему и финансовые рынки или затруднить их развитие<sup>8</sup>.

И в зарубежной практике, и в практике Банка России все больше внимания уделяется политике финансовой организации по взаимодействию с потребителями.

В структуре Банка России создаются соответствующие подразделения. В зарубежных странах вопросы взаимодействия с потребителями уже включены в систему требований по управлению финансовой организацией, применяемых надзорным органом.

3) *Установление прямых законодательных норм для регулирования процедур заключения кредитного договора с потребителем.*

Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» содержит развернутые положения, регламентирующие многие аспекты заключения кредитного договора, которые, по-видимому, снимут наиболее существенные из отмечаемых сегодня проблем. Тем не менее, не все положения Закона достаточно ясны, с позиций обеспечения прав потребителей.

*а. Подтверждение согласия потребителя и с общими, и с индивидуальными условиями кредитного договора*

Так, согласно ст. 7 ч. 6, договор потребительского кредита считается заключенным, если между сторонами договора достигнуто согласие по всем индивидуальным условиям договора. Сегодня такой порядок заключения договора достаточно распространен. Однако частым явлением при этом становится неознакомление потребителя с общими условиями договора. Более того, сам договор при этом представляет собой свод индивидуальных условий, под которыми собственно и подписывается потребитель. Что касается общих условий договора, то они продолжают существовать в качестве отдельного документа на сайте и в офисе банка, а потребитель в своде индивидуальных условий лишь проставляет подпись под стандартным коротким текстом: «с условиями ознакомлен».

По мнению Консультанта, кредитный договор с потребителем должен содержать в себе полный текст всех условий - и общих, и индивидуальных, и воспринимать эти условия в общем контексте. Тогда подписание договора потребителем можно будет рассматривать как осознанное выражение воли, основанное на полученной информации. В связи с этим предлагается внести в Закон поправку, учитывающую необходимость для заключения договора подтвержденного согласия потребителя не только с индивидуальными, но и с общими условиями договора.

*б. Расширение времени на изучение потребителем и общих, и индивидуальных условий договора – не менее 5 дней до подписания*

Согласно ст. 7 ч. 7 Закона, потребителю предоставляется право сообщать кредитору о своей согласии на получение потребительского кредита (займа) на условиях, указанных в индивидуальных условиях договора потребительского кредита (займа), в течение пяти рабочих дней со дня предоставления заемщику индивидуальных условий договора, если больший срок не установлен кредитором. Т.е., другими словами, инициатива изучения условий предлагаемого договора полностью передается потребителю.

Однако практика показывает, что потребитель далеко не всегда будет склонен к использованию этого права, особенно если для получения индивидуальных условий договора и затем для подписания окончательной версии договора требуется отстоять очередь, а сотрудник банка при этом настоятельно советует поставить подпись «прямо сейчас». Кроме того, для осознания важности применения указанного права потребитель должен обладать определенным уровнем финансовой грамотности, что не всегда соответствует реалиям. Сегодня клиенты банков, применяющих названный выше порядок подписания договора, сталкиваются с не меньшим количеством проблем информирования о его условиях, обусловленных нехваткой времени для ознакомления с полным текстом. Но сегодня сохраняется некоторая неопределенность в отношении причин неознакомления потребителя с условиями договора, чем потребитель в отдельных случаях может воспользоваться для защиты впоследствии своих прав. При вступлении в силу указанного положения, как показывает текущая практика, ответственность за поспешность подписания кредитного договора всегда будет возложена на потребителя.

Представляется целесообразным, с точки зрения обеспечения защиты прав потребителей, установить в данной статье обязанность банка заблаговременно, не менее чем за 5 дней до подписания, предоставить условия договора потребителю. В этом случае банк не будет иметь права подписывать договор до истечения пятидневного срока, а потребитель сможет ознакомиться с содержанием того, что ему предстоит подписать. Кроме того, такое изменение Закона будет способствовать дестимулированию потребительской практики быстрого получения кредита.

*с. Необходимы процедуры кредитования в точках продаж*

Отдельной проблемой является регламентация получения целевых кредитов в точках продаж. Этой проблеме Закон практически не уделяет внимания. Как отмечалось в отчете, сфера POS-кредитования содержит множество проблемных зон, связанных с информационной асимметрией и скоростью оформления заявок-оферт. Наиболее актуальными здесь остаются вопросы завышения цены товара, продаваемого в кредит, навязывания кредита для приобретения также навязанных товаров<sup>9</sup>, отдельного (внешне несвязанного) заключения договора купли-продажи и кредитного договора.

По мнению Консультанта, необходимо продумать систему законодательной защиты потребителей – целевых заемщиков, тем более что положения Закона о заключении кредитного договора не вполне подходит к ситуациям, когда кредит берется с целью покупки товара.

4) *Регулярная публикация средних значений показателей, не учитываемых в полной стоимости кредита.*

Как предусмотрено Законом, в полной стоимости кредита не учитываются добровольно приобретаемые заемщиком услуги. Однако, как показывает практика и как неоднократно упоминалось в данном отчете, добровольность приобретения услуг потребителем при получении кредита не всегда безусловна.

Ранее в отчете говорилось о фактах навязывания потребителю отдельных дополнительных услуг, которые по закону не будут учтены в полной стоимости кредита (например, добровольное страхование, если выгодоприобретателем не является кредитующая организация). Сейчас эти услуги часто предлагаются по завышенной стоимости.

В связи с этим предлагается силами регулятора проводить мониторинг перечня дополнительных услуг, предлагаемых финансовым организациям потребителям, а также основных ценовых условий их предоставления.

Кроме того, видится целесообразным рекомендовать финансовым организациям предоставлять потребителю информацию о наиболее часто предлагаемых дополнительных услугах в рамках стандартной формы информирования потребителя.

5) *Мониторинг предлагаемых финансовыми организациями кредитных продуктов*

Целесообразным было бы начать ведение базы «недобросовестных практик» в следующих направлениях:

- дезориентация потребителя при описании финансовой услуги,
- предоставление информации, вводящей потребителя в заблуждение,
- предоставление информации в неявной форме,
- предоставление дополнительных услуг по завышенным ценам.

Такое предложение основано на многочисленных случаях предоставления потребителям информации о кредите, вводящей потребителя в заблуждение, или прямого обмана потребителя.

Сегодня существуют многочисленные сайты, где можно ознакомиться с критическим анализом отдельных банковских продуктов. Однако у потребителя всегда возникает вопрос доверия к полученной там информации. Кроме того, инициативная критика конкретного банковского продукта лицами, не наделенными соответствующими полномочиями (общественной организацией потребителей, средствами массовой информации, отдельными потребителями), может быть рассмотрено как распространение сведений, безосновательно порочащих или, наоборот, воспевающих финансовую организацию. Поэтому предлагается такого рода критический анализ проводить силами государственных структур, обладающих необходимыми для

такой деятельности полномочиями. По нашему мнению, такой доступный и надежный для потребителя анализ позволит уменьшить количество случаев применения недобросовестных практик или даже вовсе их исключить.

- б) *Регулярные оценка эффективности кредитования, публикация комментариев и разъяснений для потребителей по выявленным в данном секторе финансового рынка проблемным зонам.*

Реализация этого предложения, по нашему мнению, должна, в частности, предполагать следующие мероприятия:

- классификация и обобщение претензий потребителей по отдельным проблемам, выявление дополнительных проблем,
- публикация разъяснений, предупреждений потребителям по выявленным при таких классификации и обобщении проблемам,
- проведение опросов потребителей о степени их удовлетворенности предоставленными услугами, публикация разъяснений по позициям, где потребители показывают низкие оценки эффективности кредитования.

Опыт проведения отдельных из названных мероприятий имеется в зарубежной практике. В частности, информация о проблемных зонах потребительского кредитования и рекомендации потребителям публикуются Европейскими комиссиями<sup>10</sup>, Федеральной резервной системой<sup>11</sup>, надзорными органами и банковскими ассоциациями многих стран.

---

## Ссылки:

<sup>1</sup> Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services. A Cross-Country Analysis with a New Data Set. / O.P Ardic, J. A. Ibrahim, N. Mylenko. Policy Research Working Paper 5536. The World Bank. Financial and Private Sector Development. Consultative Group to Assist the Poor. January 2011

<sup>2</sup> Так, проведенное в Великобритании исследование восприятия потребителями-заемщиками предлагаемой им информации об условиях кредитования показало, что слишком большие объемы информации, даже сосредоточенные в одном документе, не воспринимаются потребителями: когда потребителям был предложен документ с условиями кредитования, чтение которого занимало 55 минут, они не нашли в нем никакой полезной для себя информации. (UK Better Regulation Executive and the National Consumer Council, Final Report on maximising the positive impact of regulated information for consumers and markets ("Warning: Too much information can harm", November 2007).

<sup>3</sup> Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz./Marco Habschick, Dr. Jan Evers unter Mitarbeit von Mirko Bendig und Sascha Behnk. /Juristischer Teil: Prof. Dr. Ulrich Krüger. Hamburg, September 2008, p.9

<sup>4</sup> Имеются в виду, прежде всего, Постановление ВАС РФ от 17 ноября 2009 года № 8274/09 и Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.09.2011 № 146 «Обзор судебной практики по некоторым вопросам, связанным с применением к банкам административной ответственности за нарушение законодательства о защите прав потребителей»

<sup>5</sup> В решениях судов по искам о возврате потребителю уплаченных им комиссий величина таких комиссий обычно не указывается. Однако некоторые данные об этом опубликованы в СМИ: по данным газеты «Ведомости» (№ 67 от 13.04.2012), заемщик, получивший потребкредит в 250 000 руб. за четыре года выплатил в качестве комиссий около 70 000 руб.; по данным интернет-версии той же газеты ([http://www.vedomosti.ru/finance/news/1508646/mdmbank\\_vernul\\_chastnomu\\_klientu\\_463\\_500\\_rub\\_kompensacii\\_za](http://www.vedomosti.ru/finance/news/1508646/mdmbank_vernul_chastnomu_klientu_463_500_rub_kompensacii_za)), за кредит в 1,9 млн. руб. сроком на пять лет банк ежемесячно начислял к оплате 9500 руб. за ведение ссудного счета; за кредит в 933 тыс. руб. банк также за ведение ссудного счета ежемесячно начислял к оплате по 5958 руб. (<http://news.ngs.ru/more/215497/>)

<sup>6</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/citizen/my\\_rights/consumer-credit/standardised-form-explained/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/citizen/my_rights/consumer-credit/standardised-form-explained/index_en.htm)

<sup>7</sup> См., например: Building a resilient financial system. Keynote speech by Jaime Caruana, General Manager, Bank for International Settlements. 2012 ADB Financial Sector Forum on “Enhancing financial stability – issues and challenges”. Manila, 7 February 2012

<sup>8</sup> Core Principles for Effective Banking Supervision, September 2012. Basel Committee on Banking Supervision, p. 15, 71. The publication is available on the BIS website ([www.bis.org](http://www.bis.org)).

<sup>9</sup> В настоящее время известно множество проблем, связанных с задолженностью по кредитам в связи с продажей «в рассрочку» дорогих пылесосов, очистителей для воды и прочих технически сложных товаров. Схема продажи всегда примерно одна: на дом к пожилому человеку или молодой матери с маленьким ребенком (т.е. к людям, заведомо занятым или не вполне здоровым) приходит коммивояжер, предлагающий купить в рассрочку бесценный товар, который избавит потребителя от причин всех тревожащих его болезней (загрязненной воды, микроклетей и пр.), и заключает с потребителем, как правило, кабальный кредитный договор от имени банка. Впоследствии потребителю часто удается расторгнуть договор купли-продажи на основании Закона «О защите прав потребителей», однако кредитный договор расторгнуть удается не всегда, поскольку в нем ничего не говорится о том, что кредит предоставлялся с целью покупки конкретного товара.

<sup>10</sup> См., например, [http://ec.europa.eu/consumers/rights/fin\\_serv\\_en.htm#credit](http://ec.europa.eu/consumers/rights/fin_serv_en.htm#credit)

<sup>11</sup> <http://www.federalreserve.gov/consumerinfo/default.htm>

## Приложения

**Таблица 1. Основные направления учёта выявленных проблем в гипотезах мониторинга**

№	Описание проблемы	Содержание проблемы в правоприменительной практике	Задания для выработки гипотез
<b>1</b>	<b>Получение предварительной информации о финансовой услуге</b>		
	Своевременно предоставлены потребителю необходимой и достоверной информации об услугах, обеспечивающей возможность правильного выбора	Отсутствие информации о полной сумме, подлежащей выплате заемщиком по кредитному договору Банк, при заключении кредитного договора, не разъясняет потребителю условия кредитного договора, что не дает потребителю должным образом оценить полученную от банка информацию Мелкий шрифт информационных материалов Отсутствие надлежащей информации об условиях сделок, совершаемых потребителем, при заключении взаимосвязано договоров купли-продажи товара и кредитного договора	Оценка степени полноты, однозначности, достоверности и доступности предварительной информации об условиях кредитования, обеспечивающей правильность сделанного потребителем выбора.



№	Описание проблемы	Содержание проблемы в правоприменительной практике	Задания для выработки гипотез
<b>2</b>	<b>Преддоговорное взаимодействие с финансовой организацией, консультирование</b>		
	<p>Взимание кредитором отдельной платы за необходимые для предоставления услуги действия кредитора</p>	<p>Взимание платы за дополнительные услуги при кредитовании в отсутствие соглашения об оказании дополнительных услуг и информации об условиях оказания таких услуг</p> <p>Включение в договор с потребителем условий об уплате комиссии за рассмотрение кредитной заявки, за предоставление кредита</p> <p>Включение в договор с потребителем условий о взимании платы за формирование кредитного досье</p> <p>Включение в договор с потребителем условий об уплате комиссии за обслуживание ссудного, текущего кредитного счета, расчетное обслуживание по кредиту, кассовое обслуживание</p> <p>Включение в договор с потребителем условий об уплате комиссии за предоставление информации о задолженности потребителя в ходе исполнения кредитного договора</p>	<p>Оценка распространенности практики взимания кредитором отдельной платы за действия, необходимые для предоставления кредита</p>

№	Описание проблемы	Содержание проблемы в правоприменительной практике	Задания для выработки гипотез
	Стимулирование кредитором потребителя к приобретению дополнительных услуг	<p>Предоставление потребителю кредита обуславливается обязательным открытием потребителем банковского счета в банке-кредиторе</p> <p>Предоставление потребителю кредита обуславливается обязательным приобретением услуг банка по подключению заемщика к программе страхования, заключением договора страхования</p> <p>Приобретение дополнительных услуг стимулируется экономически</p>	Оценка распространенности практики стимулирования кредитором потребителя к приобретению дополнительных услуг

№	Описание проблемы	Содержание проблемы в правоприменительной практике	Задания для выработки гипотез
<b>3. Заключение кредитного договора</b>			
	<p>П о р я д о к заключения договора с потребителем к а к экономически слабой стороной и соблюдение принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями</p>	<p>З а я в л е н и е заемщика о предоставлении кредита может быть предложением (офертой) заключить кредитный договор на условиях, предусмотренных предложенной банком типовой формой такого заявления, а принятие (акцепт) банком этого заявления будет означать заключение кредитного договора без дополнительного уведомления заемщика о данном факте. В этом случае иного кредитного договора может не быть вообще.</p> <p>Н а р у ш е н и е кредитором требований об обеспечении безопасности услуги при выдаче кредита без надлежащей оценки платежеспособности, без учета отсутствия у заемщика опыта в сфере получения финансовых услуг, оценки рисков и платежеспособности.</p>	<p>О ц е н к а учета особенностей заключения договора с потребителем как экономически слабой стороной, соблюдения принципа ответственного кредитования в договорных отношениях с потребителями</p>

№	Описание проблемы	Содержание проблемы в правоприменительной практике	Задания для выработки гипотез
<b>4</b>	<b>Содержание кредитного договора</b>		
	<p>Включение в кредитные договоры условий, ущемляющих права потребителя</p>	<p>Включение в договор с потребителем условий о возможности изменений банком правил обслуживания потребителя в одностороннем порядке</p> <p>Риски, связанные с задержкой погашения кредита при посредстве других банков, через платежные терминалы, системы Интернет-платежей или иным способом, лежат на заемщике</p> <p>Установление такой очередности (порядка) списания средств со счетов потребителя в счет погашения задолженности, при которой в первую очередь списываются штрафы и пени, что препятствует исполнению обязательства заемщиком</p> <p>Несоразмерность неустойки, подлежащей взысканию с потребителя, последствиям нарушения им своих обязательств по договору</p> <p>Безакцептное списание банком просроченной задолженности со счетов заемщика –потребителя</p> <p>Требование досрочного исполнения обязательств по возврату кредита в случае ухудшения финансового положения заемщика</p>	<p>Оценки распространности практики включения в кредитные договоры условий, ущемляющих права потребителя</p>

**Таблица 2. Порядок оценки гипотез и проведения анализа.**

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
<b>Проблема 1. Своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации об услугах, обеспечивающей возможность их правильного выбора</b>				
19 Потребителю представляют разные условия в разных каналах информирования (реклама, интернет-сайт, колл-центр, офис)	П.К. И.К. А.К.	Процентная ставка по кредиту (от, до)	Сравнение информации по ставкам кредитования, предоставленной по телефону и в офисе банка.	Если процентные ставки, обозначенные в рекламе и на сайте, не совпадают с условиями, приводимыми на консультации, то гипотеза подтверждается.
		Форма выдачи кредита		
		Условия досрочного погашения		
		Штрафные санкции		
		Комиссии		
		Дополнительные условия		
Банки указывают только минимальную ставку по кредиту.	П.К. И.К. А.К.	Указано ли максимальное значение ставки по кредиту?	Есть конкретное число или нет.	Если число указано, то гипотеза опровергнута, иначе - подтверждена.
Вилки в процентах годовых могут составлять более чем 7 процентных пунктов.	П.К. И.К. А.К.	Процентная ставка по кредиту (от, до)	Разница между от и до из разных каналов информирования	Если "вилка" более 7%, гипотеза подтверждена.

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
<p>При предложении использования кредитного калькулятора для расчета стоимости кредита не указывается состав затрат потребителя, учитываемый при расчете</p>	<p>П.К. И.К. А.К.</p>	<p>Есть ли кредитный калькулятор на сайте?</p>	<p>Учёт количества финансовых организаций, которые используют кредитный калькулятор.</p>	<p>Расчёт общего сводного рейтинга производится только по выборке, которая имеет калькуляторы на сайте.</p>
		<p>Кредитный калькулятор: Приведено ли описание состава затрат, учитываемых при калькуляции?</p>	<p>Проверка осуществляется только если есть кредитный калькулятор</p>	<p>Если на два вопроса получен положительный ответ, то гипотеза считается опровергнутой, иначе - подтвержденной.</p>
		<p>Кредитный калькулятор: Указано ли, что кредитный калькулятор рассчитывает ориентировочные и примерные данные?</p>		

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
<p>Значимая информация о кредитах в рекламных и информационных материалах представлена разными шрифтами и порой является незаметной для потребителя или трудной для поиска.</p>	<p>П.К. И.К. А.К.</p>	<p>Отметьте, какие условия приведены неявным образом или не приведены вообще: - Минимальная процентная ставка; - Максимальная процентная ставка; - Минимальная сумма кредита; - Максимальная сумма кредита; - Минимальный срок действия кредита; - Максимальный срок действия кредита; - Штрафные санкции по кредиту; - Условия досрочного погашения; - Указание на дополнительные комиссии.</p>	<p>Расчет производится по рынку в целом по каждому неявному условию регистрируется случай.</p>	<p>Если хотя бы одно условие неявно, то гипотеза считается подтвержденной для данной финансовой организации.</p>
		<p>Все ли условия, влияющие на стоимость кредитования, приведены одинаковым шрифтом?</p>	<p>Дополнительный проверочный вопрос для проверки правильного заполнения анкеты.</p>	<p>Для проверки необходимо сопоставить условия, указанные в предыдущем пункте ответ на данный вопрос. Если</p>

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
		Приведите текст сноски.	Открытый дополнительный проверочный вопрос.	возникают противоречия, то анкета возвращается с повторным полевым заданием.
Отсутствует полный сводный перечень затрат потребителя при получении и обслуживании кредита для каждой из ипотечных программ	И.К.	Перечень затрат для оформления и обслуживания ипотечного кредита (отметить, какие затраты были указаны): - оплата депозитной ячейки; - нотариальные удостоверения документов; - государственная регистрация договора; - оплата страховых полисов; - оплата услуг оценщика; - оплата услуг организаций, предоставляющих банку заключения об объекте недвижимости; - другие затраты.		
Небанковские организации не указывают	МФО	Годовая процентная ставка по займу	Если во время консультации в офисе МФО	



Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
размер годовых процентных ставок по займу и не приводят сопоставимую с банковским процентом ставку		Процентная ставка по займу за отличный от года период (полгода, месяц, неделя) с сопоставлением с банковской ставкой	или на сайте не представлена годовая ставка по процентам, то гипотеза подтверждена.	
		Процентная ставка (за какой период)		
		Порядок погашения займа		
		Штрафы и пени за просрочку займа		
		Досрочное погашение		
Небанковские организации не указывают размер полной стоимости, подлежащей выплате потребителем	МФО	Есть указание размера полной стоимости?	Если на вопрос ответ да - гипотеза подтверждена, если нет, то гипотеза опровергнута.	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
<p>Значимая информация о кредитах в рекламных и информационных материалах представлена разными шрифтами и порой является незаметной для потребителя или трудной для поиска.</p>	<p>МФ О</p>	<p>Насколько информация об общих условиях легкодоступна?          - информация в основных условиях приведена текстом, сопоставимым с остальной информацией          - в ссылке на той же странице, мелким шрифтом          - на другой странице 2-3 уровня (нужно сделать несколько переходов)          - в Общих условиях          - другое (описать)</p>	<p>Если информацию необходимо искать, то гипотеза подтверждена.</p>	
<p><b>Проблема 2. Взимание кредитором отдельной платы за необходимые для предоставления услуги действия кредитора</b></p>				
<p>Взимается комиссия за «рассмотрение заявки» и прочие действия, без которых кредитный договор не может быть заключен</p>	<p>П.К. И.К. А.К.</p>	<p>Есть ли комиссия за рассмотрение заявки на кредит?</p>	<p>Прямой однозначный показатель. Варианты ответа: да, комиссия есть, нет - комиссии нет.</p>	<p>Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута. Дополнительный параметр - проверка открытого вопроса о значении комиссии.</p>

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
банком		Комиссии: Рассмотрение заявки на кредит; если да, указать условия:	Открытый дополнительный проверочный вопрос.	Проверка полевого исследователя и сбор данных о суммах комиссии.
Взимается комиссия за ведение ссудного, кредитного или иного аналогичного счета, целью которого является обслуживание кредита банком	П.К. И.К. А.К.	Есть ли комиссия за ведение ссудного, кредитного или другого аналогичного счёта?	Прямой однозначный показатель. Варианты ответа: да, комиссия есть, нет - комиссии нет.	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута. Дополнительный параметр - проверка открытого вопроса о значении комиссии.
		Комиссии: Ведение кредитного счета, кроме банковского счета клиента; если да, указать условия:	Открытый дополнительный проверочный вопрос.	Проверка полевого исследователя и сбор данных о суммах комиссии.
Информирование потребителя о состоянии его задолженности по кредиту происходит на платной основе	П.К. И.К. А.К.	Указан ли бесплатный вариант информирования потребителя о состоянии задолженности?	Прямой однозначный показатель. Варианты ответа: да, бесплатный вариант информирования есть.	Дополнительная оценка производится по уточняющим вопросам ниже.

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
		Уточнение вариантов информирования : если да, указать форму информирования .	Открытый вопрос	Вопрос для проверки условий информирования.
		Уточнение вариантов информирования : если нет, привести самый дешевый вариант.	Открытый вопрос	Вопрос для проверки условий информирования.
<b>Проблема 3. Обусловливание получения финансовых услуг обязательным приобретением других дополнительных услуг</b>				
Выдача кредита обусловлена оказанием услуг по открытию и обслуживанию банковского счета	П.К. И.К. А.К.	Форма выдачи кредита: исключительно на банковский счет заемщика, открытый в кредитующей организации	Инверсия ответа, если форма выдачи кредита исключительно на банковский счёт заёмщика, то банк обуславливает кредит другими банковскими услугами.	Дополнительная оценка производится по уточняющим вопросам ниже.

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
		Форма выдачи кредита: на банковский счета заемщика: Есть ли дополнительные расходы на обслуживание банковского счета?	Дополнительная оценка критерия: если исключительно на банковский счёт и есть дополнительные расходы на обслуживание, то гипотеза подтверждена.	Дополнительный вопрос для проверки гипотезы.
Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем увеличения стоимости кредита при отказе от дополнительных услуг	П.К. И.К. А.К.	Дополнительные услуги: Предложены ли услуги страхования жизни и потери трудоспособности и (в случае с А.К. дополнительные вопросы про КАСКО)?	Вводный вопрос, ограничивающий выборку исследования по следующим критериям, выдвинутом в гипотезе.	Да - гипотеза частично подтверждена, проверить увеличение стоимости.
		Есть ли увеличение стоимости при отказе от страхования?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	
		Указать в процентах на сколько увеличивается стоимость при отказе.	Дополнительный вопрос, уточняющий насколько значимо нарушение прав потребителей.	Показатель используется для описания средней стоимости на рынке.

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
		<p>Есть ли другие дополнительные услуги, отказ от которых приводит к увеличению стоимости кредитования?</p>	<p>Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.</p>	
		<p>Указать дополнительные услуги, которые приводят к увеличению стоимости</p>	<p>Дополнительный вопрос, уточняющий насколько значимо нарушение прав потребителей.</p>	<p>При анализе производится сбор других "стандартных" услуг, которые навязывают кредиторы.</p>
		<p>Указать в процентах на сколько увеличивается стоимости при отказе.</p>	<p>Дополнительный вопрос, уточняющий насколько значимо нарушение прав потребителей.</p>	
<p>Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем создания «коробочных решений» и предоставления и нечёткой информации о том, что содержится в «коробке»</p>	<p>П.К. И.К. А.К.</p>	<p>Предлагает ли банк дополнительное общее "комплексное страхование"? (без указания, какие виды включены)</p>	<p>Вводный вопрос, ограничивающий выборку исследования по следующим критериям, выдвинутым в гипотезе.</p>	<p>Да - гипотеза частично подтверждена, проверить увеличение стоимости.</p>
		<p>Есть ли увеличение стоимости при отказе?</p>	<p>Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.</p>	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
		Указать в процентах на сколько увеличивается стоимости при отказе.	Дополнительный вопрос, уточняющий насколько нарушение прав потребителей.	
Кредитор навязывает дополнительные услуги потребителю путем стимуляции менеджеров по продажам и настоятельных рекомендаций потребителю со стороны сотрудников банка	П.К. И.К. А.К.	Сказал ли консультант, что без услуг страхования Вам не одобрят кредит? (задание исключительно для тайного покупателя)	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	Данный критерий нуждается в дополнительной проверке другим методом, Консультант предполагает в период до Октября 2014 года запустить дополнительный опрос финансовых организаций по выявлению методов мотивации персонала.
<b>Проблема 4. Момент подписания потребителем кредитного договора финансовая организация не определяет четко и однозначно</b>				
Заявка на предоставление кредита имеет форму оферты потребителя банку	П.К. А.К. МФ О	Кредитный договор в форме Заявка-оферты от потребителя?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
Предварительные разъяснения о новом правовом статусе потребителя после направления заявки-оферты отсутствуют	П.К. А.К. МФ О	Рассказал ли Вам консультант о новом правовом статусе после направления заявки-оферты? (задание исключительно для тайного покупателя)	Да - гипотеза опровергнута, нет - гипотеза подтверждена.	Обратить внимание на инверсию ответа.
Предлагаемый банком порядок подачи заявки – оферты не требует подтверждения ознакомления потребителя с условиями кредитования	П.К. А.К. МФ О	Предполагается ли в порядке подачи заявки-оферты подтверждение потребителя об ознакомлении с условиями кредитования?	Да - гипотеза опровергнута, нет - гипотеза подтверждена.	Обратить внимание на инверсию ответа.
Потребителю не разъясняются все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой.	П.К. А.К. И.К. МФ О	Отдельная анкета для "тайных покупателей" по всем пунктам оценки кредитоспособности. См. Приложение XX	Оценка гипотезы производится по 4 блокам: - Цели кредитования; - Уровень образования и трудовой стаж; - Доходы и их структура; - Расходы и их структура.	Если задан хотя бы один вопрос из каждого блока, то гипотеза считается опровергнутой, иначе подтвержденной.
<b>Проблема 5. Включение в кредитные договоры условий, ущемляющих права потребителя</b>				



Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
Условия кредитного договора о запрете досрочного возврата кредита в течение определенного времени	П.К. И.К. А.К. МФ О	Есть ли мораторий на досрочное погашение?	Да - гипотеза опровергнута, нет - гипотеза подтверждена.	Обратить внимание на инверсию ответа.
Условия кредитного договора о взимании банком комиссии за досрочный возврат кредита	П.К. И.К. А.К. МФ О	Есть ли штрафы за досрочное погашение?	Да - гипотеза опровергнута, нет - гипотеза подтверждена.	Обратить внимание на инверсию ответа.
		Если да, то описать полностью штрафные санкции:	Открытый вопрос, по которому проводится проверка правильности заполнения анкеты.	
Включение в кредитный договор условия о том, что услуги банка оплачиваются заемщиком в соответствии с утверждаемым и банком тарифами,	П.К. И.К. А.К. МФ О	Дополнительный вопрос к формам выдачи кредита: Общие тарифы могут быть изменены в одностороннем порядке со стороны банка?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
<p>которые банк вправе изменять в одностороннем порядке в течение срока действия договора</p>		<p>Раздел анализ договоров: Услуги оплачиваются по тарифам банка, которые могут быть изменены в одностороннем порядке?</p>	<p>Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.</p>	
<p>74 Риски, связанные с задержкой погашения кредита при посредстве других банков, через платежные терминалы, системы Интернет-платежей или иным способом, лежат на заемщике.</p>	<p>П.К. И.К. А.К. МФ О</p>	<p>Анализ договоров: Риски по оплате через платежные системы банка лежат на потребителе</p>	<p>Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.</p>	
<p>Договор вступает в силу не с момента передачи денег потребителю, а с момента подписания сторонами</p>	<p>П.К. И.К. А.К. МФ О</p>	<p>Анализ договоров: Договор вступает в силу: - с момента подписания; - с момента перечисления денежных средств; - другое (описание).</p>	<p>Если договор вступает в силу не с момента перечисления денежных средств, то гипотеза подтверждена, в противном случае опровергнута.</p>	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
Включение в кредитный договор условия о возможности безакцептного списания банком просроченной задолженности со счета заемщика	П.К. И.К. А.К. МФ О	Анализ договоров: Предусмотрено ли в договоре безакцептное списание в случае просроченной задолженности?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	
Рассмотрение споров, вытекающих из кредитного договора, по месту нахождения банка.	П.К. И.К. А.К. МФ О	Анализ договоров: Предусмотрено ли в договоре рассмотрение споров только по месту нахождения банка?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	
Договор не устанавливает ответственность банка при нарушении обязательств по договору	П.К. И.К. А.К. МФ О	Анализ договоров: Описана ли в договоре ответственность банка за неисполнение условий договора?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	
Договор не устанавливает ответственность банка за допущенные им ошибки при исполнении договора	П.К. И.К. А.К. МФ О	Анализ договоров: Описана ли в договоре ответственность банка за допущенные ошибки договора?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	

Гипотеза	Рынок	Задание для сбора информации	Проверка гипотезы по собранным данным	Дополнительные критерии
Несоразмерность возлагаемых на потребителя штрафов последствиям нарушения обязательства	П.К. И.К. А.К. МФ О	Условия кредитования: Описание штрафных санкций.	Если штрафные санкции в пересчёте на 1 день просроченных обязательств больше 0,1%	Проводится отдельный анализ по значениям штрафных санкций, приведенных в разделе об условиях кредитования. В расчётах используется календарный год (365 дней).
Передача прав по договору третьим лицам договором либо не регламентируется совсем, либо не регламентируются для банка	П.К. И.К. А.К. МФ О	Анализ договоров: Есть ли в договоре регламентация передачи долга третьим лицам?	Да - гипотеза подтверждена, нет - гипотеза опровергнута.	



Союз общественных объединений  
«Международная конфедерация обществ потребителей»  
119034 Москва, ул. Остоженка, д.7, стр.1  
Тел / факс: +7 (495) 695-19-26  
E-mail: [yanin@konfop.ru](mailto:yanin@konfop.ru)  
<http://konfop.ru/>