

Конференция по презентации публичного доклада Роспотребнадзора  
«О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2015 году»  
29 июня 2016 г.

**Возможные направления совершенствования  
законодательства и деловой практики в сфере  
защиты прав потребителей финансовых услуг,  
повышение финансовой грамотности молодежи**

Ростислав Кокорев, ведущий научный сотрудник  
экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова,  
ведущий эксперт Института МФЦ, к.э.н

# Принцип № 4 «Открытость и прозрачность»

## Принципов высокого уровня по защите прав потребителей финансовых услуг G20 (2011 г.)

- Поставщики финансовых услуг и уполномоченные агенты должны предоставлять потребителям **ключевую информацию об основных выгодах, рисках и условиях** использования финансового продукта
- Рекламные материалы должны быть точными, верными, понятными и не вводить в заблуждение
- Необходимо внедрить стандартизированную практику предконтрактного раскрытия информации там, где уместны и возможны сравнения продуктов и услуг одного вида
- Для предоставления информации относительно сложных и высокорискованных продуктов и услуг должны быть разработаны специальные механизмы раскрытия информации, включая возможные предупреждения и др.

# А что в России?



- Общеизвестно **низкий уровень** финансовой грамотности большинства населения
- **Недоверие** населения к финансовым институтам
- Парадоксальным образом – одновременное **нежелание потребителей разбираться** даже в доступной информации
- Требования о раскрытии и предоставлении информации потребителям финансовых услуг часто принимаются без учета реального уровня подготовленности **(а вернее, неподготовленности)** потребителей и их потребностей

# Банк России о защите прав потребителей финансовых услуг (1)



«Основные направления развития финансового рынка России на период 2016–2018 гг.»:

- Одним из важнейших условий успешного функционирования финансового рынка является обеспечение защиты прав потребителей финансовых услуг
- Отдельного внимания требуют вопросы, касающиеся раскрытия информации и рекламы на финансовом рынке



# Банк России о защите прав потребителей финансовых услуг (2)

- «Необходимо обеспечить **свободный доступ** потребителей финансовых продуктов и услуг к информации об их содержании и сопряженных с ними рисках
- Необходимо установить в отношении финансовых организаций требования по раскрытию информации **в доступной для понимания форме**
- Должна раскрываться информация **о стандартных и специфических характеристиках** продуктов и услуг...»



- «...Информация должна быть **полной и достоверной, сопоставимой и доступной, понятной и своевременной** для потребителя
- Важно обеспечить **понимание** потребителем выбираемых им финансовых продуктов и услуг
- В среднесрочном периоде предложение населению доступных для понимания финансовых продуктов может быть обеспечено за счет их **стандартизации, в том числе договорной базы»**

# Исследование о состоянии регулирования и деловой практики в сфере раскрытия информации

- Контракт на оказание услуг по теме: «Изучение степени соответствия существующих норм и сложившейся практики раскрытия информации уровню подготовленности и потребностям российских потребителей финансовых услуг»
- Является частью проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» (Заем МБРР № 79830-RU)
- Исполнители: Консорциум в составе АНО «Институт дополнительного профессионального образования «Международный финансовый центр» и ООО «ЭквитиСтори РС»
- Бенефициары: Минфин России, Роспотребнадзор

# Типология недостаточности информации для потребителя финансовых услуг

## I. Объективная недостаточность

I.1. Законодательство не требует предоставления необходимой потребителю информации

I.2. Законодательство требует предоставления информации, но финансовые институты не предоставляют ее потребителям

I.3. Законодательство требует предоставления информации, но финансовые институты предоставляют неполную или недостоверную информацию

## II. Субъективная недостаточность

I.4. Информация предоставляется потребителю, но он не может ее понять и интерпретировать

I.5. Информация предоставляется потребителю, но он не может оценить ее важность и игнорирует ее

От «**financial literacy**»

к «**financial capability**»:

путь лежит  
через лучшее  
понимание  
информации  
и умение  
работать с ней!

# Идея «паспорта финансовой услуги»

## Идея ПФУ (международный опыт весьма разный!):

- ✓ **короткий** документ единой типовой формы для каждого вида финансовых услуг
- ✓ разные ПФУ для разных услуг
- ✓ содержит **основную информацию** о финансовой услуге (продукте)
- ✓ написан обобщенно, **доступно и просто**, могут использоваться упрощенные термины
- ✓ напечатан легко читаемым шрифтом

## Чем не является ПФУ:

- ✓ «просветительским» материалом
- ✓ заменой договора или предварительным договором (так как не содержит всех условий договора)
- ✓ рекламой
- ✓ частью самого договора (набором индивидуальных условий для конкретного клиента, дополняющих общие условия договора, определенные в типовых правилах)

## Зачем нужен ПФУ:

- ✓ для сравнения финансовых продуктов, когда решение о приобретении определенного продукта уже принципиально принято
- ✓ «памятка потребителя»



# Основные разделы «паспорта финансовой услуги» (с учетом обсуждения на фокус-группах)

- 1) Сведения о финансовой услуге (продукте), включая:
  - наименование
  - сущность услуги (продукта)
  - основные договорные условия
  - основные количественные параметры, в том числе издержки для потребителя
  - предупреждение о рисках и др.
- 2) Сведения о компании , включая:
  - наименование
  - идентифицирующие сведения (ИНН, ОГРН, БИК...)
  - контактная информация
  - сведения о руководстве, контролирующих лицах и др.
  - информация о надежности (собственные средства, рейтинги...) и др.
- 3) «Если у вас есть вопросы или проблема»:
  - как и с кем связаться в компании
  - контролирующие органы (Банк России, Роспотребнадзор)
  - право обратиться в суд

# Дискуссионные вопросы о паспорте финансовой услуги

- ✓ Для каких финансовых услуг нужны ПФУ, для каких – нет?
- ✓ Если внедрять ПФУ, то на уровне регулятора или СРО?
- ✓ Каков правовой статус ПФУ? Каковы правовые последствия недостоверности данных ПФУ (в том числе расхождение между параметрами финансовой услуги в ПФУ и в окончательном тексте договора)?
- ✓ Какова ответственность финансовых институтов за достоверность сведений в ПФУ?
- ✓ Дополнение бумажной формы ПФУ необходимостью их электронной формы
- ✓ Взаимосвязь ПФУ и стандартизации базовых договоров с потребителями финансовых услуг
- ✓ Поэтапность внедрения ПФУ

**Необходим диалог регулятора, рынка (включая СРО) и организаций потребителей по проблеме введения ПФУ**

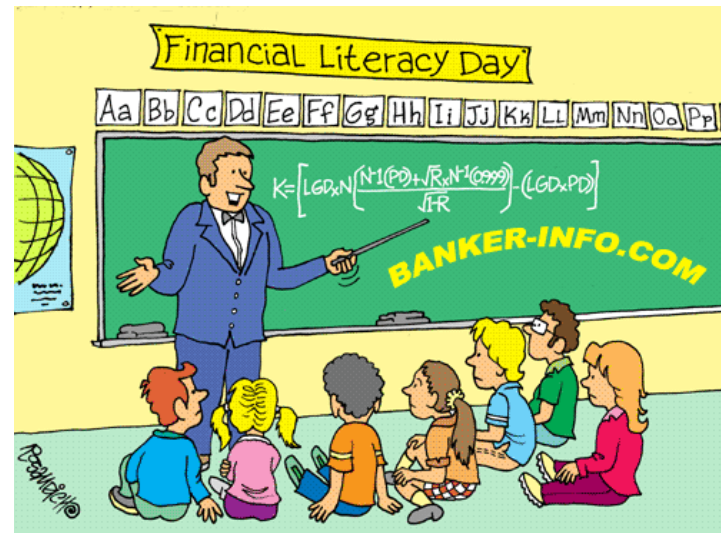
# Перспективы использования результатов исследования

- Исследование содержит также большую описательную часть в отношении нормативной базы и практики в сфере раскрытия информации потребителям финансовых услуг
- Важнейшей частью исследования являются **рекомендации по совершенствованию норм и улучшению сложившейся деловой практики** в сфере раскрытия информации потребителям финансовых услуг с учётом обсуждения с государственными органами и экспертным сообществом
- Отчет будет сдан Минфину России и Роспотребнадзору
- Надеемся, что мы также сможем заинтересовать результатами исследования Банк России как финансового мегарегулятора

# Повышение финансовой грамотности молодежи (1)

## Работа с молодежью – возможности и сильные стороны:

- Легче, чем взрослые, воспринимают инновации, в том числе финансовые
- На «ты» с интернетом, онлайн-технологиями
- Могут транслировать приобретенные компетенции пожилым родственникам



"... and this, my young friends, is the Basel II ratings-based formula to calculate capital levels for retail credit."

# Повышение финансовой грамотности молодежи (2)

## Работа с молодежью – трудности и вызовы:

- Поверхностность восприятия, невнимание к важным деталям финансовых услуг (в т.ч. юридическим)
- Недостаточное понимание системных взаимосвязей – «как вообще устроена жизнь»
- Сложно заинтересовать, удержать внимание
- Излишняя самоуверенность



# Концепция Федерального сетевого методического центра

- Контракт на оказание услуг по теме: «Создание и обеспечение функционирования **федерального сетевого методического центра** для повышения квалификации преподавателей вузов и развития программ повышения финансовой грамотности студентов»
- Является частью проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в РФ» (Заем МБРР № 79830-RU)
- Исполнитель: **МГУ им. Ломоносова, экономический факультет**

## Задачи проекта:

- ✓ повышение квалификации преподавателей
- ✓ развитие программ повышения финансовой грамотности студентов на федеральном и региональном уровне
- ✓ формирование институционального, методического и кадрового потенциала для развития финансовой грамотности студентов
- ✓ создание среды для информационного взаимодействия и академического обмена передовым опытом по вопросам развития финансовой грамотности студентов

Проект начат в феврале 2016 г., в июне прошло «предпилотное» обучение преподавателей

# Как «продать» студентам финансовую грамотность?

- ✓ Необходимы существенные новации в системе высшего образования. Вариант – решать этот вопрос через формулирование так называемых **«универсальных компетенций»**
- ✓ Предложение – ввести универсальную компетенцию **«экономическая культура»** со следующим содержанием: выпускник «принимает обоснованные и ответственные решения в сфере личных финансов»
- ✓ Тогда финансовой грамотности станут обучаться **студенты всех специальностей**, не только экономических и финансовых
- ✓ Возникнет также возможность для обновления программ **преподавания экономики неэкономистам**
- ✓ Требуется **широкое профессиональное обсуждение** этой идеи

**Спасибо за внимание!**