Как защитить заёмщиков? Предложения экспертов

[6 марта, 2020](http://konfop.ru/%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%8C-%D0%B7%D0%B0%D1%91%D0%BC%D1%89%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D1%8D/) [КонфОП](http://konfop.ru/author/admin/)

28 февраля 2020 года Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) при поддержке ОГФ провела круглый стол «Права потребителей финансовых услуг: как защитить заемщиков?». В ходе мероприятия защитники прав потребителей представили результаты мониторинга  «Состояние защиты прав потребителей на рынке кредитных услуг в России». После презентации мониторинга состоялась дискуссия с участием приглашенных экспертов и представителей госорганов.

Напомним, результаты мониторинга КонфОП показали, что потребители зачастую не могут получить информацию о максимальной ставке по кредиту на сайтах банков, в отделениях им не предоставляют предварительный расчет выплат и образец договора. Сами договоры содержат положения о необоснованных штрафах и комиссиях, «услугах», подменяющих закрепленные в законе штрафы за просроченные платежи. Мониторинг КонфОП подтвердил существование проблемы навязанных страховок – практически во всех банках менеджеры не предупреждали потребителей о том, что страхование жизни заемщиков и другие виды добровольного страхования необязательны. Более того, этот необязательный продукт включается в тело кредита, то есть потребитель вынужден платить за него начисленные проценты.

Заместитель руководителя Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России Сергей Колганов отметил, что исследование кредитного рынка КонфОП полезно, и регулятор будет использовать его результаты.
— Многое из того, что вы выявили, находилось в фокусе внимания поведенческого надзора на протяжении 2019 года, – отметил Колганов. Ряд озвученных в исследовании практик банков уже отменены, некоторые находятся в процессе отмены, добавил он.

Представитель Банка России также отметил, что навязанные страховки не являются российским изобретением, что не означает, что с этим явлением не нужно бороться. Обнародованное докладчиками соотношение премий к выплатам показывает, что в ряде случаев «страховка не является страховкой» — «она имеет образ страховки, но реальных страховых случаев, которые ею бы покрывались, нет». Страховка должна покрывать именно те риски, которые связаны с этим кредитом и с этим человеком — на это обращает внимание Банк России при осуществлении поведенческого надзора в потребительском кредитовании, подчеркнул Сергей Колганов. «Многие банки уже отказываются от практики продажи откровенно ненужных страховок – например, ранее в некоторых банках продавали страховки выезжающих за рубеж всем без исключения заемщикам, даже если человек брал кредит на ремонт квартиры. Затем эту страховку отменили. Наша задача – чтобы таких страховок не было изначально», – заверил представитель регулятора.

Банк России также считает необходимым проведение регулярного обучения персонала финансовых организаций, взаимодействующего с потребителями. По мнению Сергея Колганова, достичь того, чтобы потребитель знал все, невозможно, но потребителю необходимо интересоваться финансовым продуктом, чтобы задавать правильные вопросы продавцу, а дать представление об основных понятиях поможет развитие финансовой грамотности.

Тема финансовой грамотности, роли потребителей и ответственности бизнеса звучала в выступлениях и других участников.
— Когда мы обсуждаем вопросы повышения грамотности и информированности потребителей, то следует помнить, что, как показывает опыт, люди воспринимают информацию плохо. Необходимо балансировать интересы открытости ради открытости и грамотности ради грамотности с финансовой безопасностью и устойчивостью финансовой системы. Возможна ситуация, когда потребитель будет «утоплен» в информации, поэтому нужно подходить к данной теме аккуратнее, – считает главный экономист рейтингового агентства «Эксперт РА» Антон Табах.

По мнению директора по маркетингу Национального бюро кредитных историй (НБКИ) Алексея Волкова, «финансовую грамотность нужно повышать согласно четким понятным критериям». Также необходимо менять сознание людей и сознание среды, в которой они принимают решение о том, чтобы взять кредит. Эксперт отметил, что бесплатное предоставление персонального кредитного рейтинга (ПКР) — важнейший элемент программ повышения финансовой грамотности. По его словам, международный опыт и российская практика говорят, что «умные» заемщики-держатели ПКР более требовательны к кредиторам и к себе. Они обслуживают кредиты лучше, не склонны к авантюрным решениям.

В связи с темой фокусировки программ финансовой грамотности Дмитрий Янин и Анна Чаплыгина, координатор Компонента по защите прав потребителей финансовых услуг Проекта Минфина, предложили провести обсуждение характеристик «идеального заемщика» с участием представителей рынка, экспертов, защитников прав потребителей. Такое обсуждение позволит выработать конкретные критерии, на развитие которых необходимо направить усилия программ по финансовой грамотности.

Президент СРО «НАПКА» Эльман Мехтиев считает, что должна быть создана публичная база данных, в которой будут собраны все обращения потребителей услуг финансового рынка. Участники рынка смогут анализировать эти данные и избавляться от практик, на которые поступают жалобы.
Эксперт также коснулся темы страхования заемщиков, отметив, что согласно ч.5 ст.8 закона об организации страхового дела, по требованию клиента страховой агент обязан раскрывать размер комиссии.
— Два года назад был один банк, который раскрывал размер комиссии, но на 25 клике, – сообщил Мехтиев.
Президент СРО «НАПКА» напомнил, что, например, в Швейцарии после того, как раскрытие размера комиссий стало обязательным, они снизились до 30% от размера премии, в Италии – до 50%. Сейчас в некоторых российских банках данный показатель достигает 90%+ от размера премии. Очевидно, что такой продукт не может быть в реальности страховать клиента, поскольку страховые компании получают мизерные доли от премии. Эльман Мехтиев предложил изменить ч.10 ст. 7 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» и обязать кредиторов предлагать заемщикам альтернативный вариант потребительского кредита на идентичных условиях без обязательного заключения договора страхования, что позволит решить проблему навязанных страховок.

Директор СРО «НАПКА» Борис Воронин отметил, что недобросовестные практики ухудшают понимание потребителями той услуги, которую они приобретают. Он назвал качественное информирование заемщиков большим благом для всех участников рынка, в том числе для коллекторов. Некоторые участники коллекторского рынка отказываются от работы с долгами, например, МФО, из-за их плохого качества и повышенного риска получить штрафы. Эксперт также отметил, что для рынка очень ценными оказываются жалобы потребителей, с которыми работает и СРО «НАПКА».

Председатель Московского общества защиты прав потребителей Надежда Головкова рассказала о кейсе «Эльдорадо», когда жалобы потребителей повлияли на внесение изменений в договоры купли-продажи:
— Жалоб потребителей было много, мы по-разному боролись с нарушениями. Затем на Консультативном совете по защите потребителей Роспотребнадзора мы вместе договорились о том, что общественные организации разработают нормальный договор купли-продажи. Когда мы это сделали, злоупотребления в договорах у «Эльдорадо» и у других участников рынка исчезли.

По мнению заместителя начальника Управления федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей Роспотребнадзора Андрея Пучковского, выявленные в мониторинге проблемы касаются не только рынка как такого, но и надзора. По его словам, сегодня на финансовом рынке отсутствует механизм проверки того, что происходит на стадии продажи, контрольных закупок нет, что связано с нормативным регулированием. Изменения в законодательстве о надзоре, произошедшие за последние годы, привели к тому, что ведомство не может отреагировать на большую часть обращений граждан: из 1 млн обращений предметом для надзора могут быть не больше 5%. При этом проблемы в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг крайне актуальны: в ходе каждой из 500 проверок, проведенных на рынке финансовых услуг в 2019 году, было выявлено до 5 различных нарушений.

Возвращаясь к теме финансовой грамотности, Дмитрий Янин отметил, что в горизонте пяти лет основные усилия регулятора должны быть направлены на участников рынка и вычищение недобросовестных игроков всеми способами. Если рассматривать более длительную перспективу в 15-20 лет, то параллельно необходимо реализовывать программы по работе с населением, в первую очередь в школах. «До какого-то определенного уровня финансовую грамотность нужно повышать уже сейчас», – уверен председатель правления КонфОП. Ранее Борис Воронин отмечал, что 70 млн заемщиков — это менее управляемая группа, чем несколько тысяч участников рынка, воздействовать необходимо на последних.

Директор по маркетингу Национального бюро кредитных историй (НБКИ) Алексей Волков представил статистику рынка необеспеченного потребительского кредитования по итогам IV квартала 2019 года и января 2020 года (без учета Сбербанка). По его словам, с середины 2019 года риск-профиль клиентов начал расти, и по этой причине банки стали сокращать выдачи кредитов. На рынок также оказали влияние действия Банка России, связанные с обязательным расчетом показателей долговой нагрузки (ПДН) при выдаче кредитов. Как следствие, в IV квартале 2019 года доля одобренных кредитов снизилась до 30%. В январе 2020 года замедление объемов кредитования усилилось. Без учета Сбербанка было выдано 1 млн 270 тысяч потребительских кредитов, что на 13,5% меньше по сравнению с январем 2018 года.

Координатор Компонента по защите прав потребителей финансовых услуг Проекта Минфина Анна Чаплыгина предложила продолжить обсуждение по нескольким направлениям: институциональные аспекты, касающиеся регулирования на рынке кредитования, совершенствования законодательства; раскрытие информации по финансовой тематике, в том числе через порталы госуслуг.

Источник: [http://konfop.ru/как-защитить-заёмщиков-предложения-э/](http://konfop.ru/%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%8C-%D0%B7%D0%B0%D1%91%D0%BC%D1%89%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D1%8D/)

Международная конфедерация обществ потребителей