Научная статья
Original article
УДК 336.71

ИССЛЕДОВАНИЕ МИССЕЛИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

RESEARCH ON MISSELLING IN BANKING OPERATIONS

Ляпкина Татьяна Сергеевна, студент, Оренбургский институт (филиал) Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), г. Оренбург

Liapkina Tatiana Sergeyevna, student, Orenburg Institute (branch) of O.E. Kutafin University (MSAL), Orenburg

Аннотация

Статья посвящена исследованию феномена мисселинга в деятельности банков. Анализируется юридическая сущность данного понятия, приводятся виды практик недобросовестного поведения. На сегодняшний день это явление изучено явно недостаточно, особенно с научных позиций. В то время как, проблема использования банками недобросовестных приемов актуальна не только по причине нарушения прав потребителей, но и потому, что подрывает стратегические основы развития самих банков и банковской системы в целом, разрушая доверие и лояльность клиентов по отношению к банкам и банковской системе. Использование мисселинга снижает социально-экономическую роль банка как финансовой организации.

Annotation

The article is devoted to the study of the phenomenon of mis-selling in the banking operations. The legal nature of this concept is analysed, and types of unfair behaviour practices are given. At present this phenomenon has not been studied sufficiently

especially from the scientific point of view. At the same time, the problem of unfair practices by banks is relevant not only because of violations of consumer rights, but also because it undermines the strategic foundations of development of the banks themselves and the banking system in general, destroying customer confidence and loyalty to the banks and the banking system. The use of mis-selling diminishes the social and economic role of the bank as a financial institution.

Ключевые слова: мисселинг, недобросовестные продажи, недостоверная информация, договор банковского вклада, финансовый продукт, ключевой информационный документ (КИД).

Keywords: misselling, unfair sales, misleading information, bank deposit agreement, financial product, key information document (KID).

Под мисселингом в деятельности банка понимается какая-либо недобросовестная банковская деятельность, связанная с продажами финансовых продуктов, при которой информация о продукте преднамеренно искажается для того, чтобы покупатель обратил внимание только на привлекательные характеристики, а риски и иные недостатки остались бы для него скрытыми [1, с. 67]. Mis-selling с английского языка означает «неправильные продажи» [2].

В «Основных направлениях развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов», разработанных Банком России, мисселингом называется «подмена продукта. Предложение одного финансового продукта/услуги под видом другого финансового продукта/услуги».

М. Дендиберя под недобросовестными продажами финансовых продуктов понимает определенные действия в отношении потребителя, целью которых является введение в заблуждение последнего относительно природы и характера финансовой сделки, а также сокрытие информации о наступлении возможных неблагоприятных последствий при совершаемых операциях. Также, к мисселингу данный автор относит действия по умышленному уклонению от выполнения принятых на себя обязательств, либо их неполное исполнение [3, с. 82].

На практике можно выделить два основных вида мисселинга.

Во-первых, мисселинг - заранее поставленная цель продажи финансового продукта. Зачастую, здесь происходит намеренная подмена банковского предложения, когда один банковский продукт продается под видом другого [4]. Так, часто предлагаемый банком финансовый продукт имеет только внешнее сходство с тем, в чем нуждается потребитель [3, с. 83]. В Кембриджском словаре приводится другой вариант характеристики. Он определяет мисселинг как продажу продукта, без покупки которого вполне мог бы обойтись потребитель или «не очень сильно в нем нуждается» [2]. В связи с тем, что прямого формального нарушения законодательства в действиях банка не прослеживается, то данный аспект мисселинга трудно объективно исследовать.

Во-вторых, мисселинг рассматривается как процесс работы персонала банка с потребителями, как способ продаж. Это любые недобросовестные действия сотрудников банка при общении с клиентами. Чаще всего мисселинг проявляется во введении в заблуждение неосведомленных (недостаточно осведомленных) клиентов при описании свойств продукта или услуги, а также относительно необходимости его приобретения [2]. Думается, что этот аспект мисселинга возможно изучить. Рассмотрим примеры.

1. Намеренное утаивание или предоставление неполной информации клиенту. Сотрудник банка скрывает существенные условия договора, или не информирует потребителя о некоторых ключевых свойствах финансового продукта, как правило — с возможностью негативных последствий для него. Также специально утаивается информации о сопутствующих рисках, сопряженных с использованием данного финансового продукта. В результате потребитель не получает достоверных данных обо всех рисках продукта и их величинах [5].

Например, при оформлении платежной карты в банке «забывают» упомянуть, что ее обслуживание будет бесплатным ограниченное время. Так, зачастую сотрудники Сбербанка и Газпромбанка умалчивают, что ежемесячное СМС уведомление об операциях составляет 30 руб. [6].

2. Использование недостоверной информации. Сотрудниками банка намеренно искажаются факты и данные о финансовом продукте, его свойствах и характеристиках. Часто используется недостоверная информация о высокой доходности финансовых продуктов, о гарантиях надежности и возвратности средств.

Действия, описанные в первом и втором пунктах, нарушают одно из важнейших прав потребителя финансовых услуг — право на полную и достоверную информацию.

3. Навязывание платных, но не нужных потребителю, дополнительных параметров (опций) или услуг к приобретаемому основному финансовому продукту. Так, потребителю предлагается заключить дополнительные договоры, нехарактерные для получения основной услуги (например, при кредитовании навязывают покупку страховых полисов). Причем договор заключается не с банком, а с другой организацией, как правило, аффилированной. Часто такие договоры содержат обязательства третьих лиц, а не самого банка, к которому обращается потребитель. Это делается с целью усложнения процесса обращения потребителя с претензиями [3, с. 84].

4. Использование манипулятивных методов в рекламе финансовых услуг с целью привлечения и вовлечения нецелевой аудитории. Как правило, используются знаменитости в качестве амбассадоров (послов бренда), имеющих положительную репутацию.

Так, наиболее часто прецеденты мисселинга распространены с открытием банковских вкладов. Недобросовестные сотрудники под видом «вкладов с повышенной доходностью» предлагают другие продукты, не раскрывая всех рисков и особенностей их использования. Например, банки могут выступать в качестве страховых агентов, предлагающих клиентам услуги инвестиционного страхования жизни. Граждане чаще всего обнаруживают подмену, когда хотят досрочно вернуть размещенные сбережения.

Самым ярким и отвратительным примером мисселинга является так называемый кейс банка "Траст". В 2014 г. банк "Траст" (далее также - Банк)

организовал масштабную работу по конвертации вкладов физических лиц в кредитные ноты (CLN) компании из Нидерландов, выплаты по которым были связаны с субординированным займом, который эта компания предоставила Банку [7].

Довольно часто вместо договоров вклада гражданам предлагается комбинированный договор (структурный продукт) и не разъясняются особенности и риски такого продукта. Согласно условиям структурного продукта основная часть средств инвестора зачисляется на вклад (80-90%), а оставшаяся часть в различные финансовые инструменты.

Обращаясь в банк за потребительским кредитом, многие клиенты часто не знают, что предлагаемые им услуги страхования являются добровольными. Банковские операционисты в неформальном общении сообщают, что у них есть ежемесячные планы по продажам добровольных страховок, за неисполнение которых руководство как минимум объявляет сотрудникам выговоры. При этом широкое распространение получила коллективная схема страхования, когда заемщик «присоединяется» к договору, заключенному между банком и страховой компанией. Отказаться от такой страховки, в отличие от персональной, в течение «периода охлаждения» нельзя.

Распространение практики мисселинга объясняется несложными бизнес-соображениями:

1) это не запрещено, за это нет санкций;

2) "все так делают";

3) "ничего личного, только бизнес";

4) это принесет прибыль/доход здесь и сейчас, "а потом хоть потоп";

5) "даже если кто-то из клиентов обратится в суд, доказать ничего не сможет: формально мы (финансовая организация) ничего не нарушили, а суды не любят инвесторов. Но даже если все-таки кто-то победит в суде, это будет очень нескоро, а общий счет прибыли будет в нашу пользу".

В связи с тем, что мисселинг - это любые недобросовестные действия сотрудников банка при общении с клиентами, то решение проблемы заключается

в особых требованиях к информированию потребителей. Вероятно, учитывая достаточно успешно зарекомендовавший себя европейский опыт регулирования информирования инвесторов на рынке ценных бумаг (в частности, в Регламенте комплексных розничных и страховых инвестиционных продуктов (PRIIPs)[8] и расширенной Директиве о рынках финансовых инструментов (MiFID II) [9]), Банк России в 2020 г. выпустил рекомендации использовать кредитным организациям, схожую форму информирования для потребителей иных финансовых услуг - ключевой информационный документ, КИД[10] (англ. Key Information Document).

Но стоит обратить внимание, что Закон об информировании потребителя не распространяется на какие-либо договоры, опосредующие банковские операции, т.е. основную деятельность кредитных организаций. Это означает сохранение законодательного пробела в части особенностей информирования потребителей по тем услугам на финансовом рынке, число потребителей которых самое большое и в связи с которыми, по данным Банка России, поступает наибольшее число обращений. Такое решение законодателя вызывает глубокое сожаление. В части действий кредитной организации от собственного имени указанный Закон действует лишь в отношении трех далеко не самых популярных у граждан сделок. Это означает, что для абсолютного большинства финансовых услуг кредитных организаций правила информирования не будут усовершенствованы, и рассмотренные в настоящей статье проблемы сохранят свою актуальность.

Фактически Закон предполагает установление правил информирования лишь для случаев, когда кредитная организация будет действовать "от имени и (или) по поручению некредитной финансовой организации", чего явно недостаточно для обеспечения клиентам кредитных организаций права на информацию.

При этом само по себе установление правил информирования граждан кредитными организациями как агентами своевременно и заслуживает поддержки, поскольку, как справедливо отмечала Е.Б. Лаутс, "необходимо закрепить и дополнительные обязанности банка по разъяснению клиенту особенностей предлагаемой сложной финансовой услуги", "компетенция Банка России по регулированию и надзору должна быть распространена на все

направления предпринимательской деятельности банка, в первую очередь на посредническую деятельность, которая зачастую "вторгается" в сферу запрещенных для банков видов деятельности"[11, с. 17].

Таким образом, проблема использования банками недобросовестных приемов актуальна не только по причине нарушения прав потребителей, но и потому, что подрывает стратегические основы развития самих банков и банковской системы в целом, разрушая доверие и лояльность клиентов по отношению к банкам и банковской системе в целом. Считаем, что использование мисселинга снижает социально-экономическую роль банка как финансовой организации, а его деятельность «скатывается» на уровень ростовщичества.

Литература

1. Селивановский А.С. Розничный инвестор на рынке ценных бумаг: договор с брокером // Закон. – 2021. – N 9. – С. 67 - 93.
2. Белкина О. Грабители-процентщики: как не стать жертвой мисселинга / О. Белкина // - Известия. - 2021. - 1 апр. / URL: https://iz.ru/1144686/oksana-belkina/grabiteli-protcentshchiki-kak-ne-stat-zhertvoi-misselinga (дата обращения: 10.02.2022).
3. Дендиберя М.Ю. К вопросу о «мисселинге» как разновидности недобросовестных финансовых операций / М.Ю. Дендиберя // Сибирская финансовая школа. — 2020. — № 3. — С. 82-88.
4. Шохина Е. Цена полуправды / Е. Шохина // Российская газета Неделя. 2019. 6 нояб. (№ 250). / URL: https://rg.ru/2019/11/06/kak-banki-odnu-uslugu-dlia-klientov-podmeniaiut-drugoj.html (дата обращения: 01.02.2022).
5. Опыт исследования мисселинга в деятельности российских розничных банков / URL: https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-issledovaniya-misselinga-v-deyatelnosti-rossiyskih-roznichnyh-bankov (дата обращения: 10.02.2022).
6. Уведомления об операциях / URL:https://www.sberbank.ru/ru/person/dist_services/inner_mbank (дата обращения: 10.02.2022).

7. Обзор неприемлемых практик и рекомендаций (опубликован в 2020 г.) URL:https://www.cbr.ru/content/document/file/112216/obzneprpactic20200821 pdf (дата обращения: 07.02.2022).
8. Regulation (EU) No 1286/2014 of the European Parliament and of the Council of 26 November 2014 on key information documents for packaged retail and insurancebased investment products (PRIIPs). / URL: eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014R1286-20190801.
9. Directive 2014/65/EU of the European Parliament and of the Council of 15 May 2014 on markets in financial instruments and amending Directive 2002/92/EC and Directive 2011/61/EU. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/ (дата обращения: 18.05.2021).
10. Статья «Новые правила для широкого круга инвесторов» / URL: econs.online/articles/opinions/novye-pravila-dlya-shirokogo-kruga-investorov/ (дата обращения: 12.02.2022).
11. Лаутс Е.Б. Посредническая деятельность банка: правовые проблемы // Банковское право. – 2021. – № 1. – С. 17 - 25.

Literature

1. Selivanovskiy A.S. A retail investor in the securities market: an agreement with a broker // Law. - 2021. - N 9. - C. 67 - 93.
2. Belkina O. Robbers-interests: how not to become a victim of misselling / O. Belkina // - Izvestia. - 2021. - 1 apr. / URL: https://iz.ru/1144686/oksana-belkina/grabiteli-protcentshchiki-kak-ne-stat-zhertvoi-misselinga (access date: 10.02.2022).
3. Dendiberya, M.Y. To a question on "miselling" as a kind of unfair financial transactions / M.Y. Dendiberya // Siberian Financial School. - 2020. - № 3. - C. 82-88.
4. Shokhina E. Price of half-truth / E. Shokhina // Rossiyskaya Gazeta Nedelya. 2019. 6 November (No. 250). / URL: https://rg.ru/2019/11/06/kak-banki-odnu-uslugu-dlia-klientov-podmeniaiut-drugoj.html (date of reference: 01.02.2022).

5. Experience in the study of misselling in the activities of Russian retail banks / URL: https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-issledovaniya-misselinga-v-deyatelnosti-rossiyskih-roznichnyh-bankov (date of reference: 10.02.2022).
6. Transaction Notices / URL:https://www.sberbank.ru/ru/person/dist_services/inner_mbank (date of reference: 10.02.2022).
7. Overview of Unacceptable Practices and Recommendations (published in 2020) URL:https://www.cbr.ru/content/document/file/112216/obzneprpactic20200821 pdf (accessed on 07.02.2022).
8. Regulation (EU) No 1286/2014 of the European Parliament and of the Council of 26 November 2014 on key information documents for packaged retail and insurance-based investment products (PRIIPs). / URL: eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014R1286-20190801.
9. Directive 2014/65/EU of the European Parliament and of the Council of 15 May 2014 on markets in financial instruments and amending Directive 2002/92/EC and Directive 2011/61/EU. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/ (accessed 18.05.2021).
10. Article "New rules for a wide range of investors" / URL: econs.online/articles/opinions/novye-pravila-dlya-shirokogo-kruga-investorov/ (accessed 12.02.2022).
11. lauts E.B. Intermediary activity of a bank: legal problems // Banking law. - 2021.- № 1. - C. 17 - 25.

© *Ляпкина Т. С. Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №5/2022*

Для цитирования: Ляпкина Т. С. ИССЛЕДОВАНИЕ МИССЕЛИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ// Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №5/2022