

## **Актуальные и сложные вопросы содержания финансовой грамотности. Цифровизация финансовых услуг: возможности и риски для потребителей**



Ростислав Кокорев, к.э.н., заведующий лабораторией финансовой грамотности экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, преподаватель ФСМЦ для повышения квалификации преподавателей вузов и развития программ повышения финансовой грамотности студентов

# Каким должен быть основной контент курсов по финансовой грамотности

- Блок о финансовом поведении гражданина:
  - ✓ доходы
  - ✓ расходы
  - ✓ личный бюджет
  - ✓ финансовое планирование

- Защита прав потребителей
- Налоги (+/-)
- Предпринимательство (+/-)

- Блок о финансовых институтах и финансовых инструментах:
  - ✓ расчеты и платежи
  - ✓ сбережения
  - ✓ кредитование
  - ✓ страхование
  - ✓ валюта
  - ✓ инвестиции
  - ✓ еще?

**Где место для цифровизации?**



**Цифровизация – не отдельная тема, а сквозной аспект во всех темах**

# Главные изменения – 2020 с точки зрения потребителя (внешние и внутренние)

- Падение доходов
- Изоляция
- «Онлайнизация»
- Снижение качества жизни
- Резкий рост неопределенности жизни
- Стресс и снижение рациональности
- Снижение защищенности потребителя:
  - ✓ экономическое
  - ✓ правовое
  - ✓ психологическое



# Переход потребителей в онлайн: «мир не будет прежним»

- Пандемия ускорила **массовый переход** потребителей в онлайн – как в сфере финансовых услуг, так и в отношении многих товаров и нефинансовых услуг:
  - самоизоляция
  - удобно и быстро
  - технологическая готовность значительной части населения и бизнеса
- **НО!** Это происходит на фоне:
  - ухудшения экономического положения значительной части населения и бизнеса
  - стресса из-за нехватки живого общения



**«Онлайнизация» не только потребления, но и жизни в целом:  
оценить все последствия пока невозможно**

# Новые тренды в «онлайн-потреблении»: расширение охвата

Цифровизация приобретения все большего набора повседневных благ:

- ✓ **покупка товаров** – продовольствие, одежда и обувь, косметика, электроника, товары для дома...
- ✓ **покупка услуг:**
  - транспорт (такси-агрегаторы, каршеринг)
  - тренировки (фитнес, танцы и др.)
  - образование (!) – *правда, качество страдает*
  - развлечения – кино, театры, музеи, оперы, квизы...
  - туризм (виртуальные туры) и др.
- ✓ **приобретение финансовых продуктов:**
  - ✓ депозиты
  - ✓ кредиты и займы
  - ✓ страхование
  - ✓ ценные бумаги и др.



**«Услуга, которую нельзя получить через Интернет, – это сегодня не услуга»**

# Цифровые инновации: возможности для потребителя

- Новые продукты (финансовые активы, товары, услуги) или старые продукты в новых «упаковках»
- Новые каналы дистрибуции
- Новые способы формирования условий договоров и их заключения
- Новые способы хранения и предоставления информации



- Больше выбор товаров и услуг
- Быстрее происходят операции
- Доступно 24/7
- Больше информации, выше прозрачность (?!)
- Лучше цены, меньше издержки (?!)
- Автоматизация сравнения и выбора (?!)



# Что создает проблемы потребителям?

## ОБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ:

- Асимметрия информации
- Ограниченная рациональность
- Действия на основании поведенческих эффектов
- Трансакционные издержки
- Доверительность благ



## СУБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ:

- Потребителям не хватает правовых, экономических, цифровых познаний
- Они зачастую не стремятся разобраться даже в доступной им информации
- Они не контролируют информацию и инфраструктуру, т.е. они заложники добросовестности провайдеров



**Стало ли в онлайнe меньше этих проблем? – Непохоже...**

# Новые тренды в «онлайн-потреблении»: особенности договоров

- Упрощение заключения договоров – вплоть до нескольких «кликов» «мышкой»
- Упрощение последующего изменения условий (для длящихся договоров)
- Недостаточная прозрачность и понятность условий заключаемых договоров
- Неочевидно, с кем договор и кто непосредственный поставщик услуги – на ком лежит ответственность (например, при покупке авиабилетов на сайтах-агрегаторах, такси-агрегаторы и т.п.)



- Сложно спорить при возникновении конфликта при отсутствии контакта с представителем контрагента
- Сложно судиться – затруднены и доступ к суду (из-за пандемии), и доказывание, и исполнение решений



# Новые тренды в «онлайн-потреблении»: потребитель менее защищен

- Рост возможностей для манипулирования поведением потребителей со стороны контрагентов – причины:
  - недостаточная «цифровая финграмотность»
  - недостаточная «цифровая правовая грамотность»
  - общий стресс из-за пандемии, ухудшения экономического положения, недостатка общения
- Рост явного и скрытого мошенничества в различных формах:
  - ✓ мнимые льготы, скидки, акции
  - ✓ фейковые сайты
  - ✓ борьба с коронавирусом
  - ✓ «помощь» в решении трудных ситуаций и др.



# Типология нарушений прав и законных интересов онлайн-потребителей: контрагенты (1)

- *Поставка / предоставление некачественных товаров / услуг (в надежде, что потребитель пожалеет времени и сил на выяснение отношений)*
- *Поставка / предоставление не тех товаров / услуг, которые были заказаны*
- *Непоставка товаров /неоказание услуг (оплаченных) и невозврат денег*
- *Мисселлинг (продажа не тех товаров или услуг, в которых на самом деле нуждается потребитель) – особенно актуально на финансовом рынке: инвестиционное страхование жизни вместо депозита*

«Заказала туфли моей мечты. Сайт оказался подделкой, но обувь мне выслали. Клянусь, я никогда в жизни так не рыдала!»



# Типология нарушений прав и законных интересов онлайн-потребителей: контрагенты (2)

- Взимание дополнительной неоговоренной или не очевидной для клиента платы: навязывание ненужных дополнительных услуг, манипуляции с тарифами, скрытые комиссии и т.п. – прежде всего при заключаемых договорах (у банков, мобильных операторов, интернет-провайдеров и т.п.)
- Одностороннее изменение условий обслуживания (при заключаемых договорах)
- Неправомерное использование персональных данных клиента
- Манипуляции с условиями программ лояльности: «сгорание» баллов, произвольное изменение «цен» товаров / услуг в баллах, изменение круга партнерских организаций, полная отмена программ
- Необоснованные санкции против клиента: снижение категории, отмена льгот, «конфискация» баллов в программах лояльности
- Спам-реклама (кстати, кто именно в ней виноват – продавец товара / услуги или интернет-провайдер?)

# Нарушения прав и законных интересов онлайн-потребителей: третьи лица

Третьи лица в данном контексте – это:

- ✓ потенциальные контрагенты (например, продавцы товаров или услуг, чей сайт клиент посетил, но не стал приобретать товар / услугу)
- ✓ посредники
- ✓ посторонние лица, прежде всего различные мошенники



# Нарушения прав и законных интересов онлайн-потребителей: мошенники (1)

- кража денег:
  - ✓ взлом счета
  - ✓ кража пароля
  - ✓ кража телефона с мобильным банком
  - ✓ фишинг данных – **ЧАЩЕ ВСЕГО!!!**
  - ✓ незаконное переоформление сим-карты
- кража иного имущества (например, баллов в программах лояльности)
  - ✓ взлом личного кабинета
  - ✓ фишинг данных
- кража персональных данных
- заключение договоров от имени гражданина без его ведома в интересах третьего лица (кредиты и займы, поручительство), и др.



## ПРОВЕРКА БЕЗОПАСНОСТИ

УЗНАЙТЕ, ЕСТЬ ЛИ ВАША КАРТА В БАЗЕ ДАННЫХ ХАКЕРОВ!

ВВЕДИТЕ ДАННЫЕ, ЧТОБЫ ПРОВЕРИТЬ!

НОМЕР КАРТЫ

1111 2222 3333 4444

CVC2

123



⚠ Проверить!

# Нарушения прав и законных интересов онлайн-потребителей: мошенники (2)

## Цифровая гигиена при покупках онлайн:

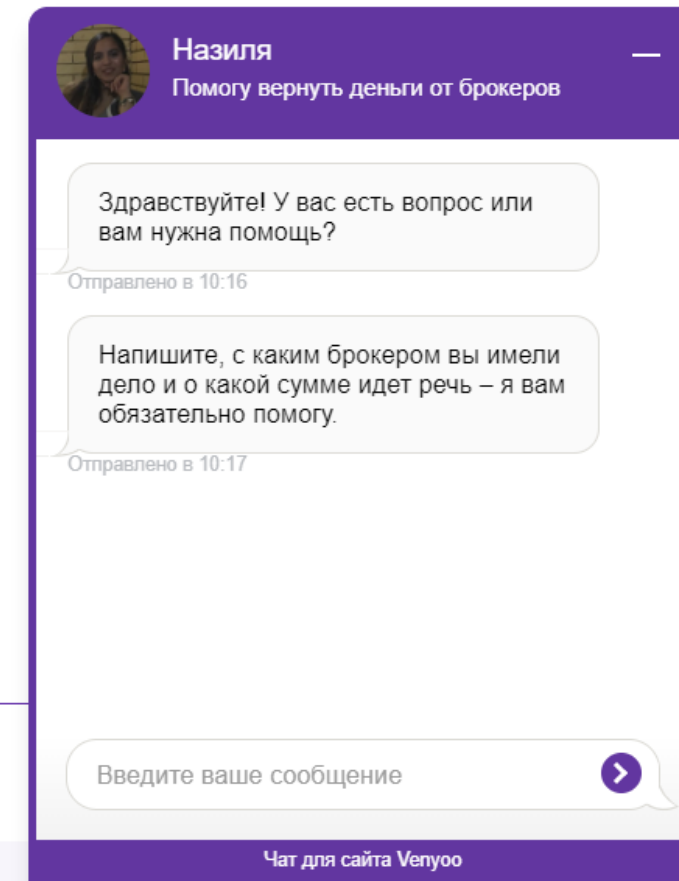
*(подробнее см.: Денис  
Баринов  
«Киберграмотность не  
выходя из дома:  
антивирусная лекция»*

*<https://www.youtube.com/watch?v=S0wjYVs-9ng&feature=youtu.be>*

- 1** Отдельная карта для покупок онлайн
- 2** Проверяйте подлинность интернет-магазинов
- 3** Только бесконтактная оплата
- 4** Установите антивирусное ПО на телефон (Android – must)
- 5** Используйте приложение для определения номеров
- 6** Не передавайте данные, не сообщайте коды подтверждения
- 7** Не публикуйте перс данные (номер телефона)
- 8** Не используйте одинаковые пароли для онлайн-сервисов, особенно – для клиент-Банка

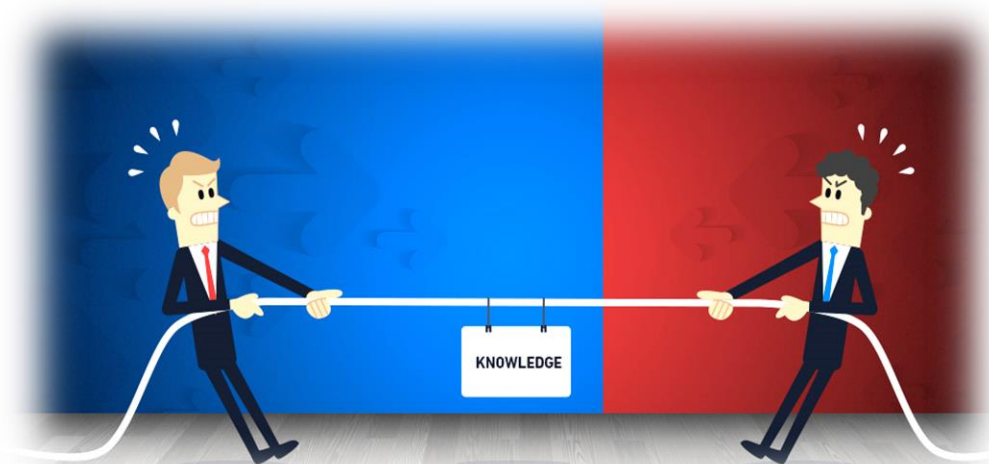
# Нарушения прав и законных интересов потребителей: третьи лица – не мошенники

- Нарушения со стороны потенциальных контрагентов:
  - ✓ спам-реклама через всплывающее окно с предложением «разрешить рассылать уведомления»
  - ✓ выманивание персональных данных
- Нарушения со стороны посредников:
  - ✓ взимание денег без оказания надлежащих посреднических услуг: постоянная «абонентская плата» (*жалобы на «кредитных брокеров»*)
  - ✓ введение в заблуждение относительно цены товара / услуги, иных условий основного договора
  - ✓ заключение не того основного договора, который был нужен клиенту (мисселлинг)
  - ✓ недобросовестное использование персональных данных и др.



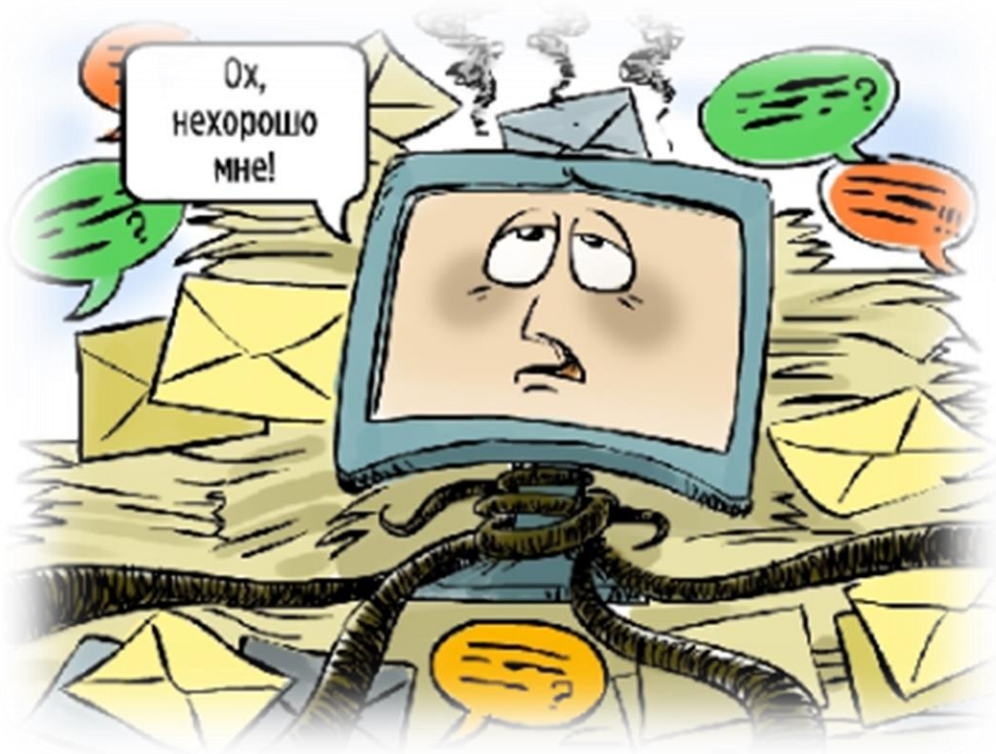
# Новые вызовы и «слепые пятна» из-за цифровизации повседневной жизни (1)

- Усиление асимметрии информации между производителями / продавцами / провайдерами и их клиентами
- Отсутствие или слабость эффективных механизмов совместных действий потребителей в защиту своих прав (*кроме, возможно, скандалов в соцсетях*)
- Низкая «цифровая правовая грамотность», неготовность к сложным договорным конструкциям
- Сложности при доказывании клиентом факта нарушения своих прав – как в диалоге с контрагентом, так и в суде





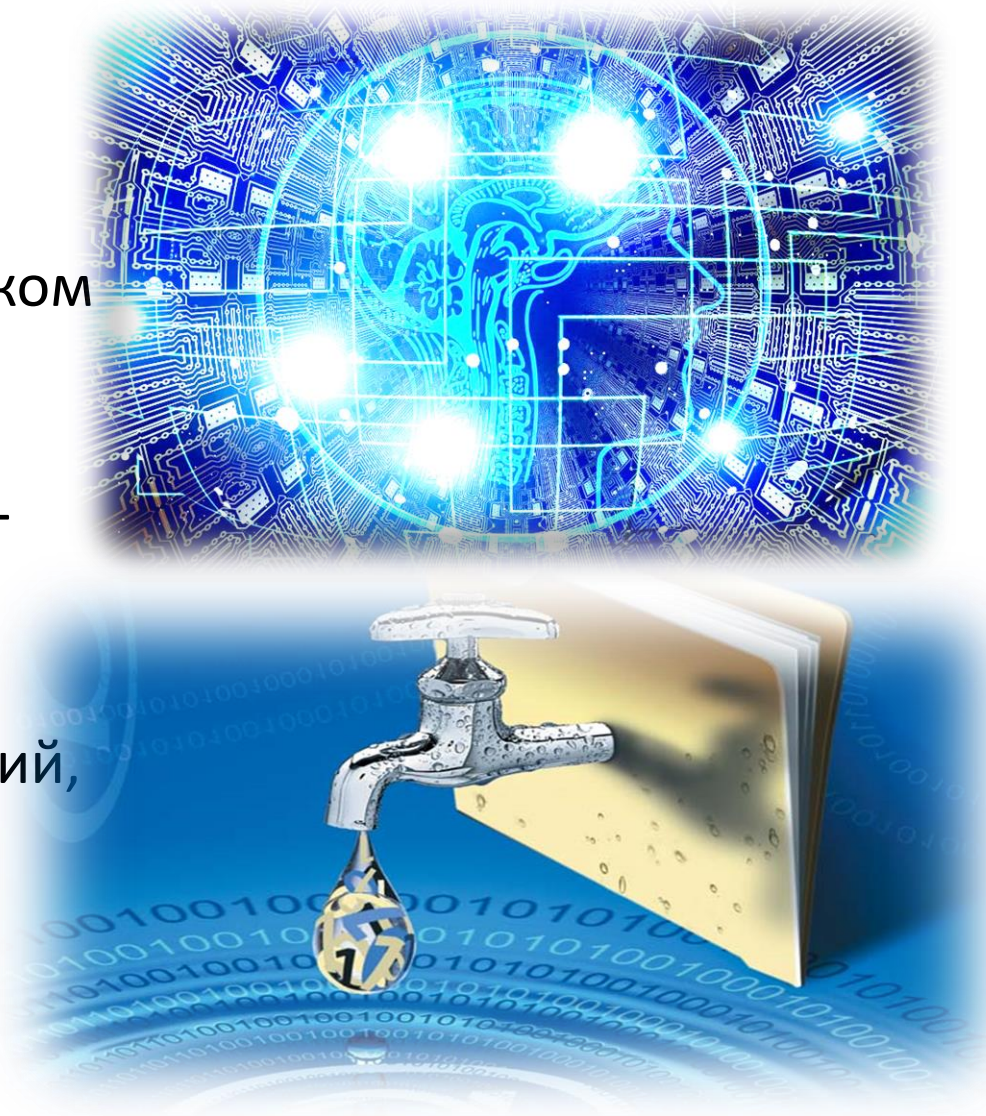
# Новые вызовы и «слепые пятна» из-за цифровизации повседневной жизни (2)



- Обилие информации и предложений – сложно отфильтровать «зерна от плевел»
- Рост уязвимости персональных данных, расширение круга источников риска – не знаешь, откуда может прийти проблема и от чего беречься:
  - ✓ пароли к различным личным кабинетам
  - ✓ множественность гаджетов, с которых человек выходит в интернет
  - ✓ риски удаленной идентификации, в том числе биометрической
- В условиях кризиса и вызванного им стресса – снижение бдительности, «готовность быть обманутым».

# Новые вызовы и «слепые пятна» из-за цифровизации повседневной жизни (3)

- Биометрическая идентификация – риск недобросовестного использования
- Взаимодействие с искусственным интеллектом (мисселинг, ошибки алгоритмов при автоматическом скоринге)
- Кастомизация «со знаком плюс» (четкое таргетированное предложение товаров и услуг, от которых трудно отказаться)
- Кастомизация «со знаком минус» (ценовая дискриминация для более состоятельных категорий, «черные списки» для нелояльных или оппортунистических клиентов)
- Big data: риск утечки данных
- Новые технологии финансовых пирамид и др.



# Проблемы для онлайн-потребителя: кредитование (1)

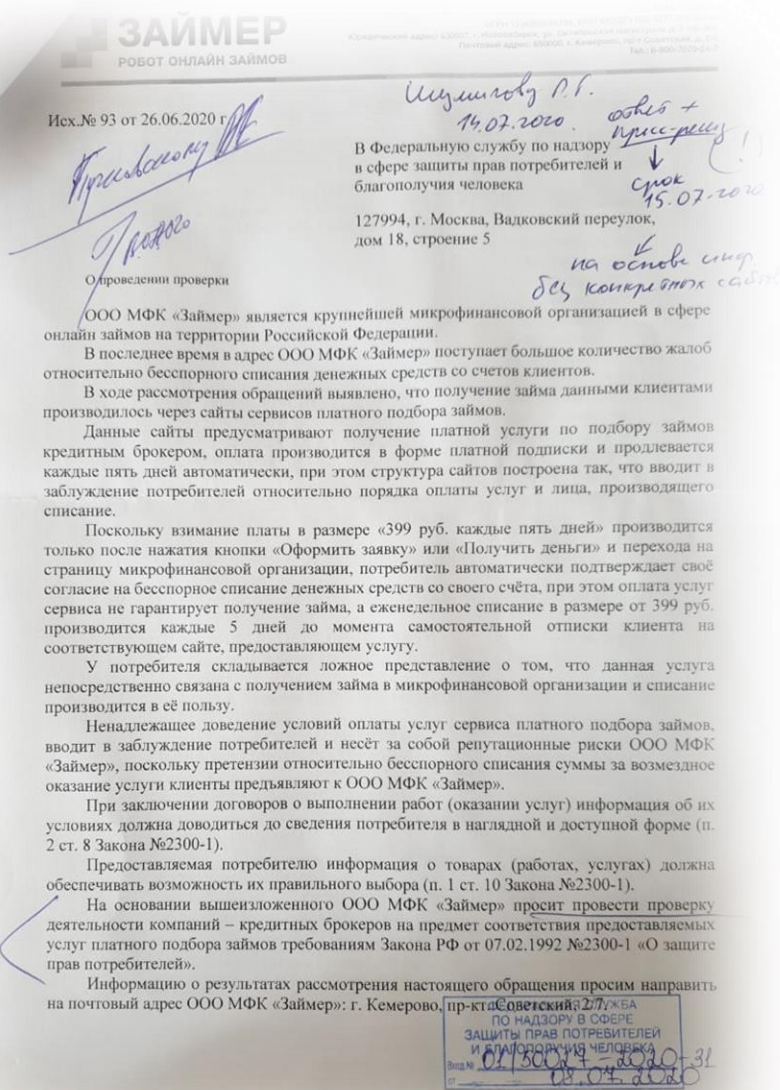
**Возможность легко и быстро взять кредит онлайн при необходимости – хорошо!  
НО есть проблемы:**

- ✓ Навязывание ненужного кредита / займа при продаже товара / услуги
- ✓ Предоставление неполной информации о кредите (*часть сведений «спрятана» в дальних разделах договора*)
- ✓ Скрытые или неакцентированные комиссии (*могут быть спрятаны в «тарифном плане»*)
- ✓ Займы, взятые от имени другого лица
- ✓ Необоснованная «порча» кредитной истории
- ✓ Отказ в предоставлении реструктуризации кредита на заявленных условиях и др.



# Проблемы для онлайн-потребителя: кредитование (2)

- ✓ Недобросовестные кредитные брокеры и псевдо-брокеры
- ✓ Сомнительные «помощники» - «исправители кредитной истории», «раздолжнители», «антиколлекторы» (предложение банка выкупить долг за 10-15% от стоимости на имя приятеля – соглашаться ли?)



# Проблемы для онлайн-потребителя: страхование

**Возможность легко и быстро взять застраховаться онлайн – хорошо!**

**НО есть проблемы:**

- Включение в полисы условий, снижающих вероятность получения страхового возмещения (в том числе по страхованию жизни и здоровья, имущества)
- Блокирование заключения договоров в электронном виде, если они невыгодны страховщику (ОСАГО в «токсичных» регионах)
- Невнесение полиса агентом в базу компании с присвоением им денег (особенно в автостраховании)
- Мисселлинг НСЖ и ИСЖ вместо депозитов
- Занижение суммы выплаты и др.



# Проблемы для онлайн-потребителя: фондовый рынок



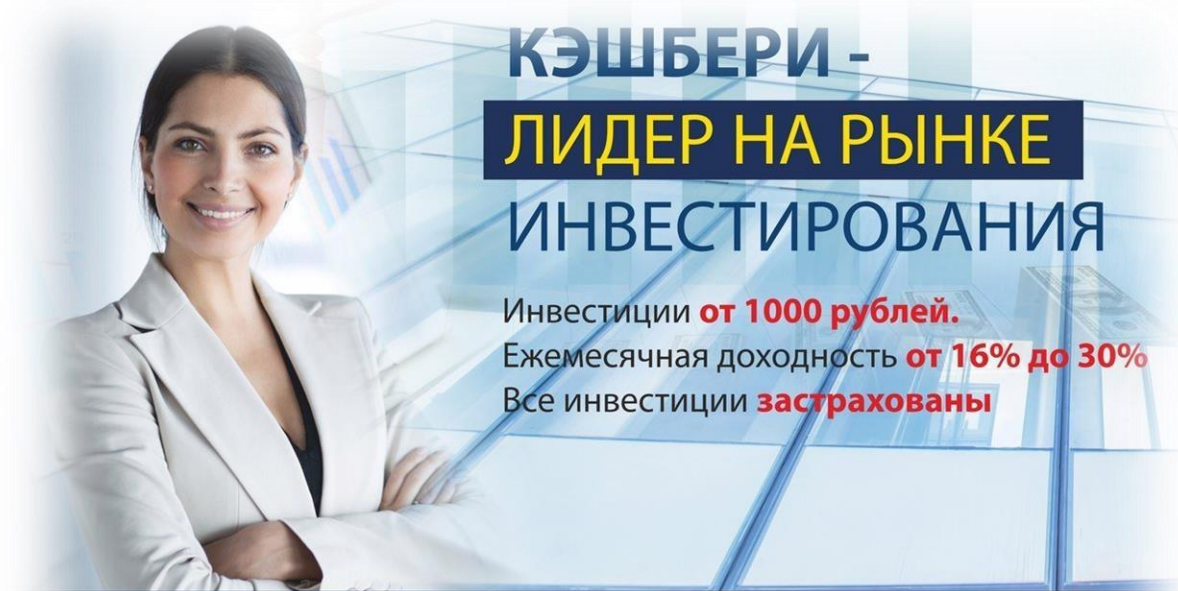
## Возможность торговать на фондовой бирже онлайн – хорошо! НО есть проблемы:

- Сложно структурированные тарифы брокеров
- Подталкивание к избыточной торговой активности
- Предложение сложных продуктов (структурные облигации, производные финансовые инструменты) без надлежащего разъяснения
- Некачественные консультации, в том числе «робоэдвайзинг»
- «Автоследование» за неумелым «инвестиционным гуру»
- Операционные риски в случае недобросовестности брокера или управляющего (биржа не ведет учет сделок и обязательств отдельно по каждому инвестору) и др.



# Нарушения прав онлайн-потребителя: финансовые пирамиды (1)


- Возможность собирать деньги без офиса и вообще какой бы то ни было деятельности – но под красивые байки
- Многоуровневый маркетинг в Интернете: «приведи N друзей – получишь доходность XXXL %»
- Форекс-кухни
- Токены и криптовалюты, и др.





**КЭШБЕРИ -**  
**ЛИДЕР НА РЫНКЕ**  
**ИНВЕСТИРОВАНИЯ**


Инвестиции **от 1000 рублей.**  
Ежемесячная доходность **от 16% до 30%**  
Все инвестиции **застрахованы**

**С НАМИ ПРОСТО  
И ПРИБЫЛЬНО**

 Построй карьеру в нашей компании  
и зарабатывай до 300 тыс. рублей

 Стань акционером компании  
и получай пассивный доход

**8 800 302 88 39** |  [cashbery.com](http://cashbery.com) | инвестиционная платформа



# Нарушения прав онлайн-потребителя: финансовые пирамиды (2)

- «Троянское обучение»:
  - ✓ бесплатность обучения
  - ✓ реклама, которая обещает, что человек будет стабильно зарабатывать большие деньги
  - ✓ попытки во время обучения склонить студента к открытию реального счета у нелегального брокера
- Псевдоконсалтинг
- Лжекомпенсации жертвам пирамид (с требованием прислать денег на проверку данных или оплату юридических услуг)

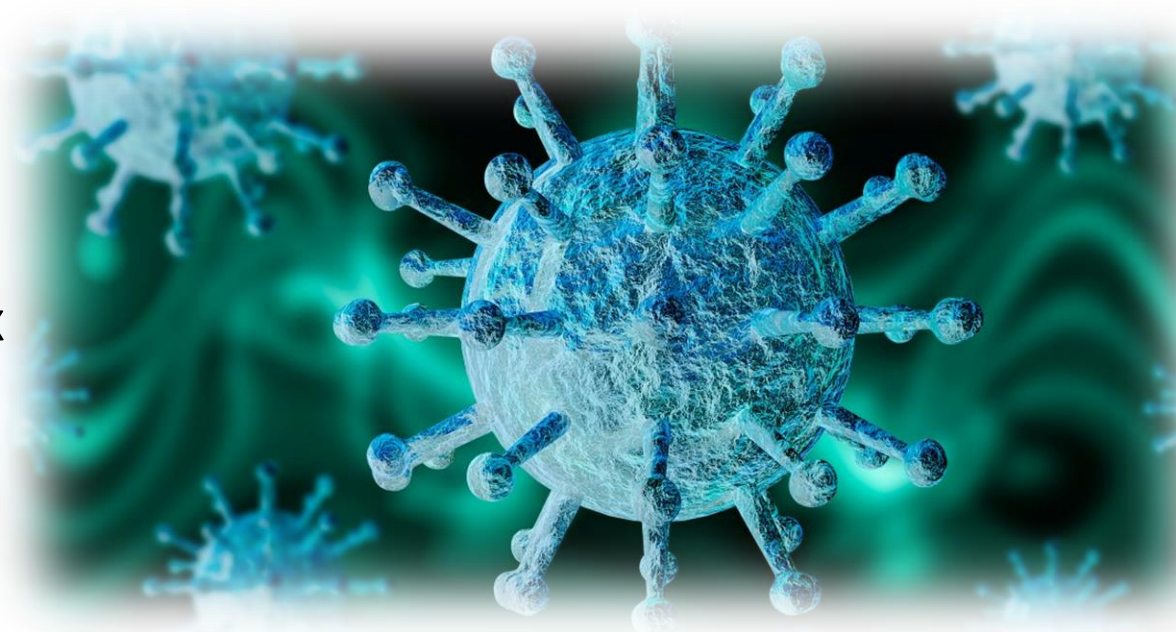


Подробнее см.: М. Сафиулин «Финансовое мошенничество: как не стать жертвой финансовой пирамиды <https://www.youtube.com/watch?v=hCIK56gRyRM>



# Нарушения прав онлайн-потребителя: обманы – коронавирусная специфика (1)

- Продажа товаров, защищающих от коронавируса или помогающих в лечении:
  - ✓ маски и санитайзеры
  - ✓ очистители воздуха
  - ✓ псевдо-лекарства и псевдо-вакцины
  - ✓ термометры и пирометры
  - ✓ «медицинские наборы» для пожилых
  - ✓ брошюры о коронавирусе и др.
- Помощь / услуги медицинского или «защитного» характера:
  - ✓ проведение анализов
  - ✓ дезинфекция квартиры, уплотнение окон
  - ✓ выдача медицинских справок (возможно, поддельных) и др.



# Нарушения прав онлайн-потребителя: обманы – коронавирусная специфика (2)

- Помощь в получении пропусков
- Помощь / услуги финансового характера, включая:
  - ✓ оформление пособий, справок,
  - ✓ возврат пропавших денег за турпутевки или билеты,
  - ✓ получение государственной поддержки
  - ✓ содействие в получении кредитных каникул
  - ✓ содействие в «списании долгов»
- Фейковые смс-сообщения о штрафах за нарушение режима самоизоляции
- Фишинговые псевдо-просветительские рассылки о коронавирусе
- Вирусные сайты, маскирующиеся под сайты реальных организаций (Минздрава, ПФР, порталы госуслуг и др.)
- Ложные благотворительные акции
- Фейковые предложения о работе / повышении квалификации / о содействии в поиске работы, и др.



*(использован материал Института национальных проектов)*

# Какие правила и рекомендации могли бы снизить риски потерь для онлайн-потребителей? (1)

- Пользуйтесь услугами проверенных продавцов / провайдеров, уточняйте их репутацию
- Проверяйте информацию о новых, неизвестных вам контрагентах в интернете – нет ли негативных сведений о них
- Внимательно читайте условия контракта, по крайней мере в новых для себя сферах
- В случае дящихся контрактов, по которым вы что-то регулярно платите, - отслеживайте обновления условий и изменения тарифов
- Не покупайте финансовые продукты, которые вам непонятны
- Сохраняйте в тайне логины и пароли от личных кабинетов
- Используйте антивирусы на всех устройствах, с которых вы выходите в интернет
- По возможности избегайте распространения своих персональных данных (*хотя сейчас это почти нереально*)
- Не поддавайтесь на слишком выгодные предложения, тем более на обещания неожиданного обогащения

# Какие правила и рекомендации могли бы снизить риски потерь для онлайн-потребителей? (2)

- Не спешите принимать важные решения – обдумайте их спокойно, не верьте тем, кто заставляет вас действовать второпях
- Обращайте внимание на русский язык в текстах – если там много ошибок, велика вероятность, что вы имеете дело с жуликами
- Попав в тяжелые жизненные обстоятельства, не верьте неожиданным предложениям о помощи на выгодных условиях – разберитесь в них максимально тщательно
- Старайтесь осваивать новую информацию о новых товарах, услугах, финансовых продуктах, чтобы лучше понимать их суть, даже если пока не пользуетесь ими
- Изучайте законодательство и систему регулирования рынков финансовых услуг, потребительское законодательство, чтобы лучше понимать свои права и обязанности и возможности защиты своих прав
- Ищите способы взаимодействия с другими потребителями для коллективных действий в защиту своих прав



**Финансовая**  
**грамотность в вузах**  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СЕТЕВОЙ МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

Экономический  
факультет  
МГУ  
имени  
М.В. Ломоносова

**Спасибо за внимание!**

Ростислав Кокорев  
Лаборатория финансовой грамотности  
экономического факультета  
МГУ имени М.В.Ломоносова

[rkokorev@yandex.ru](mailto:rkokorev@yandex.ru)