



Пермский государственный национальный
исследовательский университет
Региональный институт непрерывного образования
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Финансовая безопасность в условиях «русского цифрового чуда»

Ростислав Кокорев, заведующий лабораторией
финансовой грамотности экономического факультета
МГУ имени М.В.Ломоносова

24 ноября 2021 г.



Цифровые инновации 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 (?!)



«Русское цифровое чудо» (1)

Россия – крупнейший в Европе рынок по объему операций с использованием цифровых кошельков, мировой лидер по числу защищенных токенизированных транзакций, имеет очень высокий уровень проникновения инновационных технологий расчетов и платежей



«Русское цифровое чудо» (2)

Экосистемы банков, технологичные небанковские микро-финансовые организации, онлайн страхование, электронные гос.услуги...



Готов ли «цифровой потребитель финансовых услуг» к этим вызовам?



(Без темы)

Жулики не спят!



Альбина Автухова avtuhovaalbincka@yandex.ru

0 получателей

Уведомление!

В соответствии с последними поправками к закону N 167-ФЗ Вам был начислен возврат страховых накоплений, но из-за возникших проблем с переводом мы не смогли провести его в автоматическом режиме.

Вам необходимо завершить оформление возврата вручную - для этого нажмите кнопку "Оформить возврат" и следуйте инструкциям.

Ваш уникальный номер перевода - **UOCQ59BMP9**.

Оформить возврат

Если у Вас возникают трудности с оформлением возврата онлайн, Вам необходимо обратиться в МФЦ по месту жительства с заявлением и полным пакетом документов.

--
С уважением,
Альбина Автухова,
Служба фин. мониторинга.

Письмо на электронную почту с неизвестного адреса

Ни в коем случае не переходите по ссылкам из таких писем и сразу удаляйте их!

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 (!)
 - развлечения – кино, театры, музеи, оперы, квизы...
 - туризм (виртуальные туры) и др.
 - ✓ приобретение финансовых продуктов
- Некоторые магазины или производители и раньше делали всё дистанционно – сейчас это стало насущной необходимостью для всех



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

Новые тренды в «онлайн-потреблении»: особенности договоров

- Упрощение заключения договоров – вплоть до нескольких «кликов»
- 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.)

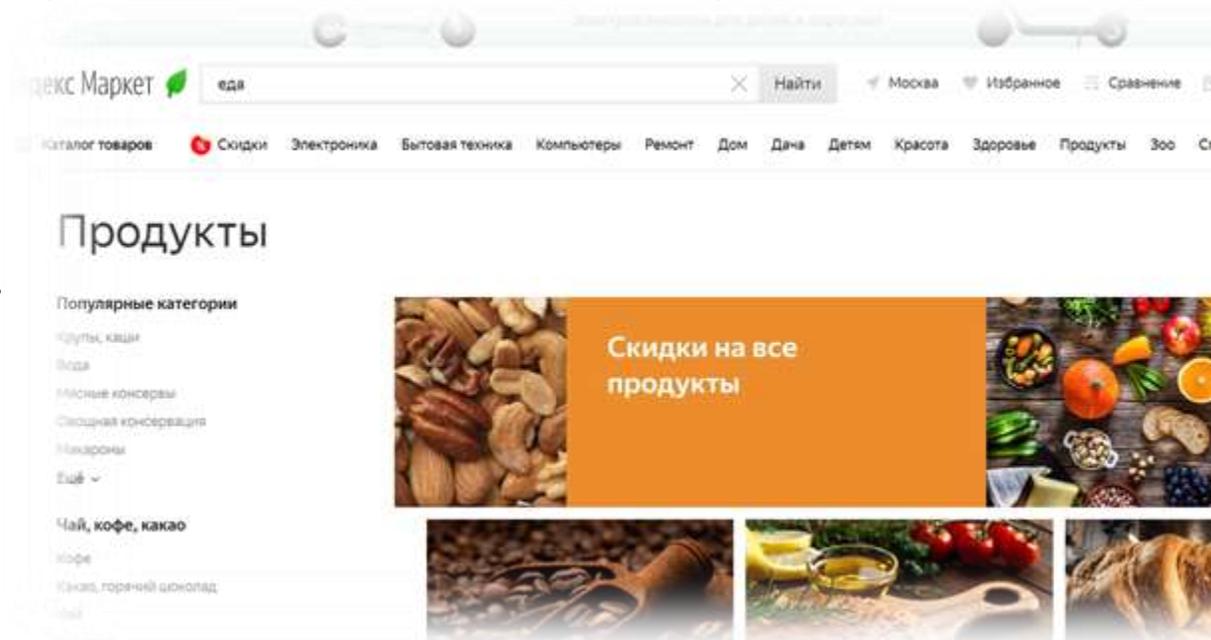


- Сложно спорить при возникновении конфликта при отсутствии контакта с представителем контрагента
- Сложно судиться – затруднены и доступ к суду (из-за пандемии), и доказывание, и исполнение решений

Новые тренды в «онлайн-потреблении»: развитие и усиление цифровых платформ



- Расширение влияния цифровых платформ на новые сферы, усиление их рыночной власти
- У цифровых платформ есть возможности управлять поведением потребителя:
 - программы лояльности
 - санкции за оппортунистическое поведение
 - разнообразные формы «наджинга» – как технологического (расположение кнопок на экране, порядок навигации по сайту), так и маркетингового (контекстная реклама)
- Потребитель не может в одиночку влиять на условия предоставления товаров и услуг через цифровую платформу



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

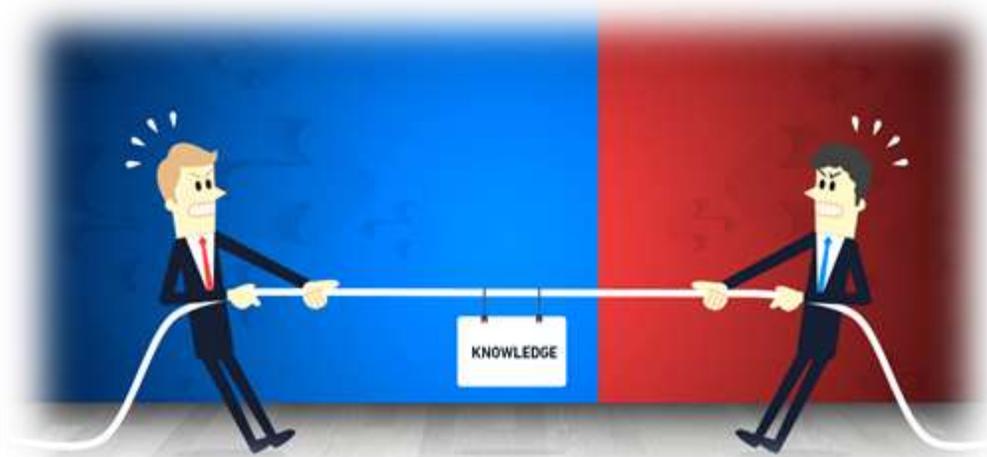
- Рост возможностей для манипулирования поведением потребителей со стороны контрагентов – причины:
 - недостаточная «цифровая финграмотность»
 - недостаточная «цифровая правовая грамотность»
 - общий стресс из-за пандемии, ухудшения экономического положения, недостатка общения
- Рост явного и прикрытого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



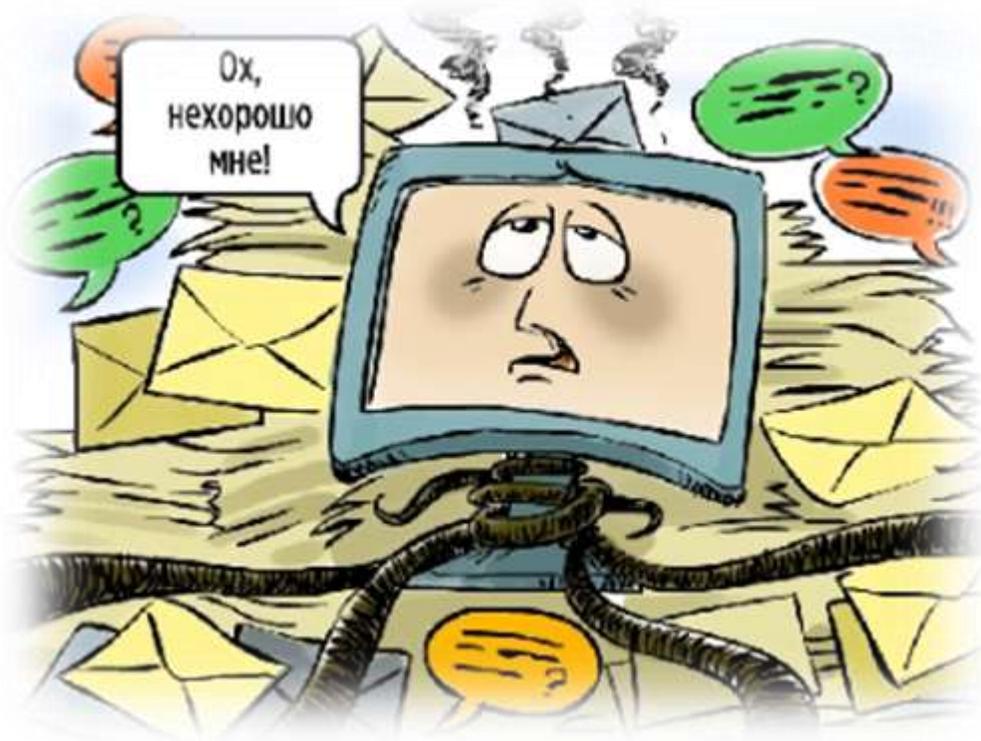
Цифровая грамотность ≠ финансовая грамотность!!!

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



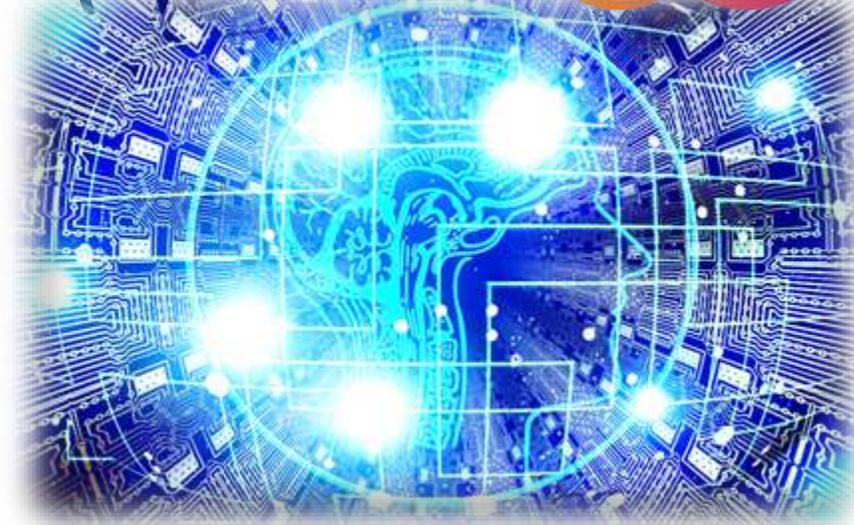
Новые риски и «слепые пятна» из-за цифровизации повседневной жизни (2)



- 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) и «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.



Ухудшение правовой среды для онлайн-потребителя

- Не столько новые законы и нормативные акты, сколько проблемы правоприменения и недостаток «цифровой правовой грамотности»
- Понимает ли потребитель:
 - когда (в какой момент), с кем и как он заключает договор?
 - что условия этого договора определены в каких-то «Правилах», «Пользовательских соглашениях», «Порядках оказания услуг», «Тарифах», приложениях к этим документам?
 - что провайдер может менять эти условия в одностороннем порядке?
 - что при заключении договора потребитель может предоставить доступ к своему счету, иногда даже незаметно для себя ?
 - что при споре будут сложности с доказыванием, что сделал и что не сделал контрагент, если все происходило в онлайне?
- Затруднено общение с провайдером для выяснения отношений в случае конфликта
- Затруднен доступ к правосудию в условиях карантина



Как не попасться в ловушку?

- Безответственное кредитование со стороны банков и МФО ...
- Страховщики, не желающие платить ...
- Финансовые пирамиды ...
- Мошенничество: фишинг, вишинг,
- иная социальная инженерия ...

«В наше сложное время трудно найти такую проблему бизнеса, которую бизнес не готов был бы решать за чужой счет»



**Молодое поколение надо
предостерегать и
информировать о рисках!**

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

Какие правила и рекомендации могли бы снизить риски потерь для 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 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