

УДК 336.7

*Е.Е. Синявская, В.В. Синявский*

ФГБОУ ВО Сочинский государственный университет, г. Сочи, email: ees-17@mail.ru

## **ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РИСКИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

**Ключевые слова:** финансовая услуга, финансовая безопасность, финансовые организации, финансовое мошенничество, защита прав потребителей финансовых услуг.

Цифровые финансовые технологии значительно повлияли на развитие современного финансового рынка. Преимуществами такого развития стали повышение конкуренции, доступность и скорость оказания финансовых услуг потребителям. Другая сторона этого процесса – появление новых рисков, финансовое мошенничество, рост киберугроз, снижение безопасности предоставления финансовых услуг, недобросовестные практики финансовых организаций, посягающие на права потребителей. В этой связи актуализируются проблемы защиты прав потребителей с учетом новых реалий.

*E.E. Sinyavskaya, V.V. Sinyavskiy*

Sochi State University, Sochi, email: ees-17@mail.ru

## **DIGITAL TECHNOLOGIES AND RISKS OF FINANCIAL SERVICES CONSUMERS**

**Keywords:** financial service, financial security, financial organizations, financial fraud, protection of the rights of consumers of financial services.

Digital financial technologies have significantly influenced the development of the modern financial market. The advantages of this development were increased competition, accessibility and speed of financial services to consumers. The other side of this process is the emergence of new risks, financial fraud, the growth of cyber threats, a decrease in the security of financial services, unfair practices of financial organizations that infringe on the rights of consumers. In this regard, the problems of consumer protection are being updated taking into account new realities.

Современный финансовый рынок характеризуется значительным количеством новых финансовых услуг и различными форматами их предоставления потребителям. Благодаря использованию цифровых технологий финансовые услуги становятся все более доступными для самых разных групп населения. Банки, микрофинансовые организации, страховые компании, лизинговые и брокерские компании, кредитные потребительские кооперативы, ломбарды и другие финансовые организации на основе цифровых технологий получили возможность расширить свое географическое присутствие. Финансовые услуги становятся экстерриториальными, что побуждают потребителей искать более выгодные предложения.

**Цель исследования** – анализ влияния цифровых технологий на финансовый рынок, выявление проблем и рисков, возникающих у потребителей финансовых услуг, и определение направлений защиты их прав.

## **Материалы и методы исследования**

Источниками и материалами для написания статьи стали информационные релизы и статистические отчеты Центрального банка России, Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг, Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг, а также научные исследования по анализируемой проблеме. В работе использованы аналитические, сравнительные и статистические методы и специфические экономические приемы.

## **Результаты исследования и их обсуждение**

Цифровые ресурсы и инструменты находятся в центре внимания финансовых организаций и эта тенденция, с большой долей вероятности, сохранится в обозримом будущем. Переход к цифровым технологиям начался еще до пандемии, но как только мир вступил в реальность длительных периодов

социального дистанцирования и самоизоляции, цифровизация стала необходимостью. Мы наблюдаем ускоренное развитие цифрового банкинга. Изменения, произошедшие на финансовом рынке за пандемийный период, могли бы произойти только в течение десятилетий. В новых условиях потребителям финансовых услуг пришлось быстро приспособливаться к цифровым предложениям банков. Если на первых этапах цифровой банкинг был мейнстримом для миллениалов или потребителей поколения Z, то теперь к нему присоединились потребители всех возрастов. Поменялись и потребительские предпочтения, клиентов теперь интересуют не только традиционные финансовые продукты – банковские вклады и кредиты, но и страховые продукты, инвестиционные инструменты [1].

По данным Equifax, типичный клиент стал обращаться к банкам по цифровым каналам в четыре раза чаще, чем приходиться в офисы банков. По результатам исследования Chase потребители банковских услуг уже в значительной степени освоились в среде цифрового банкинга и готовы к ней. Так, 80% клиентов финансовых организаций предпочитают управлять своими финансами в цифровом виде и используют смартфон, компьютер или ноутбук для совершения банковских операций. Подавляющее большинство клиентов (85%) считают, что они экономят время, управляя своими финансами в цифровом виде, почти 70% клиентов уверены в безопасности осуществления платежей через цифровые приложения или отправки денег через одноранговые приложения [1]. Ожидается, что финансовые организации будут и в дальнейшем разрабатывать более удобные цифровые инструменты и сосредоточатся на гибридной модели взаимодействия с клиентами, понимая, что потребители будут все реже посещать финансовые организации и чаще использовать цифровой банкинг для удобства.

Цифровые технологии не только изменили традиционный подход к предложению и продаже финансовых услуг клиентам, повысили доступность финансовых услуг для потребителей, но и создали новые риски, связанные с нарушением прав клиентов, с исполь-

зованием неприемлемых практик финансовыми организациями [2].

Проблемы, которые возникают в условиях цифровизации у потребителей финансовых услуг можно классифицировать по типам (табл.1).

Одним из наиболее распространенным типом проблем, с которыми сталкиваются потребители финансовых услуг, является недостаточное информирования о характеристиках предлагаемых финансовых услуг, их безопасности. Реализация финансовых продуктов и услуг по дистанционным каналам все чаще происходит без непосредственного взаимодействия потребителей с сотрудниками финансовых организаций. При использовании мобильных устройств потребителю доступна только облегченная версия сайтов финансовых организаций и возникает проблема доступа к полной информации о финансовых продуктах.

Потребителю сложно сделать осознанный выбор финансового продукта в условиях ограниченной информации, недостаточным уровнем качества коммуникаций с финансовыми организациями и обслуживания. Выбирая финансовый продукт потребители чаще всего принимают решение либо на основе рекламных материалов, в которых делается акцент на положительные характеристики продукта, но не акцентируется внимание на негативных и рискованных нюансах, либо на основе рекомендации сотрудников финансовых организаций, вознаграждение которых зависит от объема продаж определенных видов продуктов. В результате потребитель не может адекватно оценить полезность и риск предлагаемых финансовых продуктов, а отсутствие достаточной информацией, финансовых знаний и опыта не позволяет сравнить аналогичные финансовые продукты, предлагаемые различными финансовыми организациями.

В этой связи для защиты прав потребителей необходимо установить требования, касающиеся полноты предоставляемой информации о финансовых продуктах и услугах, которые реализуются по цифровым каналам. Важно исключить из практики подталкивания потребителя к выбору определенных финансовых продуктов, выгодных финансовой организации.

Таблица 1

Классификация проблем потребителей финансовых услуг

| № | Тип проблемы                                        | Виды нарушений прав потребителей                                                                                                                                                                            |
|---|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Недостоверная информация о финансовых услугах       | Неполная информация<br>Некачественная информация<br>Мисселинг<br>Введением в заблуждение клиента                                                                                                            |
| 2 | Отсутствие возможности выбора финансовых услуг      | Отказ в предоставлении финансовых услуг<br>Блокировка банковских карт<br>Невозможностью приобретения нужного продукта без дополнительных услуг<br>Изменения условий договора без согласия клиента           |
| 3 | Безопасность финансовых продуктов и услуг           | Взыскание задолженности<br>Хищение средств клиента<br>Идентификация клиента<br>Защита персональных данных                                                                                                   |
| 4 | Защита потребителей некачественных финансовых услуг | Некачественное обслуживание<br>Нарушением сроков выплат<br>Нарушение сумм выплат<br>Отсутствие реакции на жалобы клиентов<br>Сложности с погашением кредитов<br>Проблемы с получением возмещения по вкладам |

К особой группе риска при использовании финансовых услуг относятся наиболее уязвимые категории потребителей – пожилые люди. Зачастую финансовые организации предлагают им под видом банковского депозита такие сложные инвестиционные продукты, как договоры инвестиционного и накопительного страхования жизни. Часто это мотивируется более высокой доходностью продукта, при этом клиенты не информируются об особенностях, условиях и рисках частичной или полной потери средств. Более того, договоры инвестиционного и накопительного страхования жизни не подпадают под действие системы страхования вкладов, о чем также не сообщается потребителям. Таким образом, финансовые организации активно предлагают инвестиционные продукты клиентам, которые в большинстве не имеют опыта инвестирования и не обладают необходимыми знаниями для оценки особенностей инвестиционных продуктов и связанных с ними рисками. Финансовые организации не только предоставляют своим клиентам неполную информацию о продуктах, но и иногда намеренно вводят их в заблуждение. Недобросовестные действия

финансовых организаций, нарушающие права потребителей финансовых услуг, заключаются в следующем:

- искажение или представление неполной информации о финансовых услугах и продуктах потребителю – misinforming;
- продажа финансовых услуг и продуктов, не отвечающих интересам клиентов, – unsuitable selling;
- введение клиентов в заблуждение относительно размера комиссий, цены услуг и продуктов – mispricing;
- навязывание продуктов в целях начисления дополнительных комиссий – churning;
- навязывание дополнительных финансовых услуг и продуктов, при покупке необходимых – tied selling;
- продажа одних финансовых услуг и продуктов под видом других – misselling.

Необходимо обязать финансовые организации раскрывать информацию о финансовом продукте в полном объеме, потребителя необходимо информировать не только о выгодах и достоинствах финансового продукта, но и о сопутствующих рисках.

Недостаточный уровень финансовой грамотности приводит к тому, что потребители приобретают финансовые

продукты, которые не соответствуют их целям и ожиданиям, сталкиваются с рисками формирования негативного инвестиционного опыта и снижения доверия, как к финансовым институтам, так и к финансовому рынку в целом. Это приводит к ограничению использования возможностей финансового рынка для удовлетворения потребностей покупателей финансовых продуктов и услуг, а также развития экономики, реализация потенциала которой возможно только при правильном применении продуктов и услуг финансового рынка, а также добросовестном поведении его участников [3].

По-прежнему актуальна проблема нелегальных участников финансового рынка, предоставляющих финансовые продукты и услуги. Потребители не понимают статуса нелегальных участников, предлагающих продукты и услуги на финансовом рынке, не могут оценить риски, связанные с приобретением у них продуктов и услуг, причины заниженных требований, предъявляемых к потребителям финансовых услуг, и проанализировать выгодность условий предоставления услуг.

Зависимость потребителей и финансовых организаций от цифровых технологий сопровождается ростом киберпреступности. Целью хакеров становятся мобильные приложения и веб-сайты, которые потребители финансовых услуг используют для своих транзакций, что приводит к серьезным проблемам потери денег. Поэтому кибербезопасность приобретает все большее значение для привлечения, удержания и удовлетворения потребностей клиентов финансовыми организациями. Защита прав потребителей в финансовой сфере становится неотъемлемой частью общей работы по защите прав потребителей, значение и масштабы которой в последние время в России возрастают. Происходящие в России позитивные изменения в сфере защиты прав потребителей являются свидетельством объективно обусловленного осознания обществом и государством той важной роли, которую играют потребители в эффективной социально-ориентированной рыночной экономике.

Государственная защита прав потребителей финансовых услуг обеспечива-

ется совокупностью государственных органов власти, таких как Роспотребнадзор, Федеральная антимонопольная служба, Центральный банк Российской Федерации, Служба Банка России по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров, МВД России.

Ведущая роль в защите прав потребителей финансовых услуг принадлежит Центральному банку Российской Федерации, который должен обеспечить прозрачность финансового рынка, внедрение клиентоориентированного подхода к предоставлению финансовых продуктов и услуг участниками рынка. Одним из приоритетных направлений деятельности Центрального банка Российской Федерации является поведенческий надзор или деятельность, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений прав потребителей финансовых продуктов и услуг. Функция поведенческого надзора возложена на службу по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России.

Центральный банк Российской Федерации постоянно совершенствует инструменты надзора, анализирует внутренние процессы, происходящие в финансовых организациях, систему их взаимоотношений с потребителями финансовых услуг. При этом Банк России особое внимание уделяет превентивной, консультирующей составляющей надзора, направленной на выявление предпосылок для нарушений прав потребителей в деятельности финансовых организаций, на упреждение недобросовестных действий и стимулированию к повышению качества взаимодействия финансовых организаций и потребителей финансовых услуг [4].

Не менее важна роль реактивного надзора Центрального банка, подразумевающего анализ обращений граждан, направление запросов разъяснений и выявление нарушений, которые были допущены в отношении потребителей финансовых продуктов и услуг. Так, за 2021 год Центральный банк Российской Федерации поступило на рассмотрение 250,5 тысяч жалоб от потребителей финансовых услуг и инвесторов, что на 9,9% меньше,

чем годом ранее. На долю кредитных организаций пришлось 55,8% общего количества жалоб, на НФО и участников корпоративных отношений – 34,3%. В 2021 году количество жалоб в отношении кредитных организаций снизилось на 27% по сравнению с предыдущем годом и составило 139,7 тысяч [2]. Наибольшую долю среди жалоб на кредитные организации занимают вопросы потребительского кредитования – 32,1%, но доля этих жалоб относительно предыдущего года снизилась на 8,6 процентного пункта. На НФО и участников корпоративных отношений в 2021 году было получено 86 тысяч жалоб, что на 25,4% больше, чем в 2020 году за счет микрофинансовых и страховых организаций. За год на микрофинансовые организации количество жалоб выросло на 37,2% и составило 33,1 тысячи. На страховые организации поступило 38,6 тысяч жалоб, рост, что на 20% больше, чем в 2020 году. Больше всего – 78% в общем количестве жалоб занимают вопросы, связанные с ОСАГО. В структуре жалоб на НФО и участников корпоративных отношений на долю субъектов страхового дела приходится 44,8%, микрофинансовых организаций – 38,5% [5].

Распространение в финансовой сфере цифровых технологий привело к появлению новых видов мошенничества. Широкое использование для обслуживания клиентов онлайн-каналов и мобильной связи повышает скорость и удобство доступа к финансовым продуктам и услугам, но в то же время делает граждан более уязвимыми к действиям кибермошенников и угрозам социальной инженерии, что требует разработки и применения новых методов защиты потребителей при получении финансовых продуктов и услуг.

Цифровая трансформация финансового сектора с мобильными приложениями, интернет-банкингом и другими онлайн-сервисами сделала этот сектор уязвимым для кибератак. Хотя цифровые банковские решения обеспечивают легкий доступ к финансовым услугам для клиентов, они также создают бреши в кибербезопасности, которыми могут легко воспользоваться злоумышленники. Банковское дело и кибербезопасность

должны идти рука об руку для обеспечения защиты и безопасности данных.

Одним из ключевых компонентов построения эффективного плана кибербезопасности является анализ и выявление основных векторов угроз. Выявление этих векторов позволяет специалистам по безопасности выбирать лучшие инвестиции в кибербезопасность с максимальной рентабельностью.

Серьезную угрозу банковскому сектору несет вредоносное ПО, которое является причиной трех четвертей всех утечек данных. Также появились новые угрозы, такие как безфайловые атаки вредоносного ПО, что ясно показывает, что финансовым организациям требуются серьезные программы кибербезопасности.

В отличие от обычных атак, использующих уязвимости системы финансовых организаций, атаки социальной инженерии направлены на слабости человека. Создавая сложные фишинговые схемы, хакеры получают доступ к учетным данным клиентов финансовых организаций. Хакеры могут использовать эти учетные данные для кражи важных данных или даже для шифрования данных, чтобы заблокировать доступ пользователей к своим системам.

Часто киберпреступники не крадут данные клиентов напрямую, а манипулируют данными. Они вносят изменения в транзакционные данные, хранящиеся в системе, которые почти невозможно идентифицировать, так как изменения кажутся законными. Такие незамеченные изменения могут привести к серьезным проблемам в будущем.

Спуфинг стал одной из основных причин беспокойства для финансовых учреждений. В этом методе атаки киберпреступники создают поддельные веб-сайты, очень похожие на оригинальный веб-сайт банка. Пользователи перенаправляются на поддельный веб-сайт, где их просят ввести свои учетные данные для входа. Поскольку веб-сайт выглядит так же, как и сайт банка, большинство пользователей не подозревают нечестную игру. Как только пользователи вводят свои учетные данные, они перенаправляются на веб-сайт исходного банка. Хакеры могут нанести огромный денежный и репутационный ущерб по-

сле кражи учетных данных пользователей таким образом.

Первым шагом к построению надежной системы защиты от кибербезопасности является выявление самых серьезных угроз и возможных режимов атак. Так называемое «тестирование на проникновение» – отличный способ проанализировать слабые места, усилить защиту и обеспечить соответствие требованиям. Таким образом, финансовые организации и службы кибербезопасности должны объединиться для создания надежных протоколов постоянной защиты от киберпреступников.

## Выводы

В условиях изменений, происходящих на финансовых рынках, защита прав потребителей становится неотъемлемой частью укрепления доверия клиентов и признается краеугольным камнем стабильности финансовой системы. Необходимо, чтобы потребители были защищены при доступе к финансовым услугам, а для этого важно выявлять и накапливать знания о возникающих рисках, работать с заинтересованными сторонами – поставщиками и потребителями финансовых услуг, что гарантирует финансовую безопасность клиентов.

## Библиографический список

1. Foresight Research: Attracting Gen Z and Millennials to your bank or credit union. [Электронный ресурс]. URL: <http://foresightresearch.com/wp-content/uploads/2021/07> (дата обращения 20.04.2022).
2. Защита прав потребителей финансовых услуг. Информационный доклад. Центральный Банк РФ, 2021. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.cbr.ru/content/document/file/117853/inf\\_note\\_jan\\_1921.pdf](http://www.cbr.ru/content/document/file/117853/inf_note_jan_1921.pdf). (дата обращения 20.04.2022).
3. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов. [Электронный ресурс]. URL: <https://garant.ru> (дата обращения 20.04.2022).
4. Направления защиты прав потребителей финансовых услуг Информационный доклад. [Электронный ресурс]. URL: [https://cbr.ru/Content/Document/File/117853/inf\\_note\\_jan\\_1921.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/117853/inf_note_jan_1921.pdf) (дата обращения 20.04.2022).
5. Отчет о работе с обращениями январь-декабрь 2021 года. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг. [Электронный ресурс]. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021\\_4.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf). (дата обращения 20.04.2022).
6. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2020 году: Государственный доклад. М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2021. 380 с.
7. Отчет о работе с обращениями январь-декабрь 2020 года 2021 Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг. [Электронный ресурс]. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/31975/2020\\_4.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/31975/2020_4.pdf) (дата обращения 20.04.2022).