

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ, СТРАХОВОЕ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

УДК 330.3+336.7
JEL Q56+G21+M14+M21

Недобросовестная коммерческая практика (мисселинг) как барьер для ESG-трансформации российского банковского бизнеса

А. В. Канаев, О. А. Канаева

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Канаев, А. В. и Канаева, О. А. (2022) 'Недобросовестная коммерческая практика (мисселинг) как барьер для ESG-трансформации российского банковского бизнеса', *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*, 38 (4), с. 581–606.
<https://doi.org/10.21638/spbu05.2022.405>

Статья посвящена малоизученному феномену современной финансовой системы, получившему название «мисселинг», который представляет собой ряд взаимосвязанных недобросовестных практик и приемов продажи финансовых услуг, наносящих весомый ущерб репутации российских банков и подрывающих долгосрочную лояльность их клиентов. Цель написания статьи — раскрыть сущность данного правового, социального, коммерческого и финансового феномена, исследовать его формы и приемы, проанализировать причины распространения в России, а также выработать предложения по защите потребителей от данных практик. Достижение цели работы обеспечивается использованием историко-генетического метода исследования, анализом публикаций ведущих экспертов и нормативных разработок в области ответственного финансирования, обобщением эмпирических мониторинговых исследований, посвященных защите прав потребителей финансовых услуг. В результате проведена реконцептуализация мисселинга, позволившая дать расширенную трактовку феномена как недобросовестной коммерческой практики, нарушающей права потребителя и противоречащей принципам ответственного ведения бизнеса. Показано, что от решения задач по усилению защищенности потребителя в решающей мере зависят перспективы масштабной ESG-трансформации банковского бизнеса, его перестройки на принципах устойчивого развития. Эффективное функционирование финансового сектора экономики, опирающегося на принципы доверия и конкуренции и использующего ин-

струменты, отвечающие запросам заинтересованных сторон, предполагает усиление социальной направленности банковского бизнеса, чему будут способствовать серьезная модернизация системы защиты прав потребителей, меры по расширению юрисдикционных полномочий Банка России в области предотвращения административных правонарушений, совершенствование нефинансовой отчетности и повышение финансовой грамотности широких слоев населения страны.

Ключевые слова: «зеленая» экономика, инвестиционное страхование жизни, мисселинг, недобросовестные деловые практики, поведенческий надзор, права потребителей, устойчивое развитие, страховая защита от неплатежей, ESG-трансформация.

Я хотела бы особенно заострить внимание на том, что для нас сейчас борьба с недобросовестными практиками на рынке — это приоритет того же уровня, как несколько лет назад очищение банковской системы от слабых и вовлеченных в сомнительные операции игроков.

Из выступления Э. Набиуллиной на XVIII Международном банковском форуме

17 сентября 2021 г.

Введение

Последние два года в России прошли под знаком стремительного роста внимания отечественного предпринимательского и экспертного сообществ к проблематике экологической модернизации отечественной экономики. Ведущие СМИ и общественные организации также оказались вовлечены в обсуждение данной повестки. Это стало закономерной реакцией на фундаментальные изменения в политике социально-экономического развития ведущих мировых держав, произошедшие после ратификации Парижского соглашения по климату (2015). Действительно, ведущие позиции в реализации курса на низкоуглеродный и инклюзивный экономический рост стремится занять Европейский союз, который уже в декабре 2019 г. принял «Европейскую зеленую сделку» (The European Green Deal) — крупномасштабную программу радикальной трансформации экономики Европы, ее перехода на углеродно-нейтральную траекторию устойчивого развития к 2050 г. В доработанном виде она рассчитана на обеспечение сокращения выбросов CO₂ минимум на 55% уже к 2030 г. США также декларируют готовность стать лидером глобального перехода к климатической нейтральности. В декабре 2021 г. был объявлен правительственный курс на достижение страной углеродной нейтральности к 2050 г. Тем самым США поддержали общий трансформационный тренд: в 2017 г. Швеция на законодательном уровне закрепила цели по углеродной нейтральности к 2045 г.; в 2019 г. Великобритания первой среди стран G20 на законодательном уровне зафиксировала цель по нулевым выбросам к 2050 г.; в 2020 г. КНР объявила углеродную нейтральность к 2060 г., а в 2021 г. об этом же заявила и Россия.

Принятие крупномасштабных планов по декарбонизации экономики и последовательной реализации Целей устойчивого развития ООН (ЦУР) зафиксировало в общественном сознании начало коренного поворота в экономической политике ведущих стран мира, идеологическим центром которого стал Всемирный экономический форум (ВЭФ). Руководство форума 2 декабря 2019 г. опубликовало «Давос-

ский Манифест 2020: универсальная цель компании в четвертой промышленной революции» (Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution). В документе было подчеркнуто, что «компания — это больше, чем экономическая единица, генерирующая богатство. Будучи частью более широкой общественной системы, она также способствует реализации устремлений людей и общества. Результаты ее деятельности должны измеряться не только доходом акционеров, но и тем, как она достигает своих экологических, социальных целей и целей надлежащего управления»¹. Тем самым требование учета экологических, социальных и управленческих факторов, обозначаемых как ESG-факторы (Environmental, Social, Governance) или аспекты, ранее установленное для анализа и принятия инвестиционных решений в предложенных в 2005 г. «Принципах ответственных инвестиций ООН» (UN Principles for Responsible Investment), стало концептуальной основой для фундаментальной перестройки (трансформации) бизнеса, последовательной его ориентации на цели и принципы устойчивого развития (УР). Данная идеологическая установка стала преобладающей в политических и деловых кругах большинства стран мира.

С целью практической имплементации данного подхода Международный деловой совет (International Business Council) ВЭФ уже в сентябре 2020 г. представил отчет «Оценка капитализма стейкхолдеров: на пути к общим метрикам и согласованной отчетности в области создания устойчивой стоимости» (Measuring Stakeholder Capitalism: Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation), в котором был определен набор ESG-индикаторов для оценки вклада компаний различных отраслей в достижение ЦУР. С этого момента унификация и раскрытие информации о ESG-аспектах деятельности компаний стало важнейшим направлением гармонизации и стандартизации международной нефинансовой отчетности.

Указанные инициативы наглядно отражают глобальный долгосрочный тренд развития мировой экономики, связанный с последовательным переходом компаний на траекторию ответственной деловой практики, которая предполагает общую ориентацию бизнеса на ЦУР, учет ESG-факторов и рисков в стратегических решениях и текущей производственно-коммерческой и финансовой деятельности. Речь, по сути, идет о глобальной ESG-трансформации мировой экономики. Российский банковский бизнес не остался в стороне от этого глобального революционного процесса.

В июне 2021 г. Наблюдательным советом Сбербанка была утверждена «Политика в области социальной и экологической ответственности, корпоративного управления и устойчивого развития». 30 ноября 2021 г. Сбербанк провел «День инвестора», посвященный ESG-трансформации, а 1 декабря организовал конференцию, на которой руководители 28 крупнейших российских компаний объявили о создании в России Национального ESG-альянса, миссия которого заключается в содействии переходу к устойчивой модели развития экономики, обеспечивающей сохранение природы, благополучие общества и долгосрочное процветание бизнеса. В октябре 2021 г. ВТБ запустил открытую для партнеров и клиентов платформу

¹ WEF. (2019) *Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/> (дата обращения: 28.03.2022).

ESG-трансформации, включающую комплекс финансовых продуктов и сервисов, отвечающих современным стандартам экологического, социального и корпоративного управления, а в декабре банк перешел на ESG-стандарты в области бухгалтерского учета и налогового мониторинга.

Вместе с тем, несмотря на значительные усилия ведущих игроков и их заметные успехи в области ESG-трансформации, для банковского сектора страны остается нерешенной важнейшая социальная задача обеспечения финансовой безопасности и высокого качества обслуживания массовых категорий клиентов. Социальная проблематика в стратегиях и операционной деятельности отечественных банков оказалась заслонена задачами ускорения «зеленых» трансформационных процессов. Наглядно это проявляется в низкой и продолжающейся снижаться в последние годы лояльности клиентов даже крупнейшим российским банкам. Так, согласно исследованию оценки удовлетворенности банками, проведенному Аналитическим центром НАФИ, по методике «индекса чистой поддержки» (Net Promoter Score, NPS), отражающего готовность клиентов рекомендовать свой банк другим, с 2016 по 2020 г. индекс NPS существенно снизился (по шкале от –100 до +100 с 43 до 5 пунктов на начало 2020 г. и до 1,3 пункта к августу 2020 г.). Важно отметить, что в рейтинге лояльности клиентов Сбербанк занимает лишь 4-е место (2,6 п.), а ВТБ и Почта Банк — соответственно 8-е и 9-е места с показателями ниже общероссийского NPS (1,3 п.)². Другим подтверждением проблем с банковским обслуживанием служит статистика поступивших в Службу по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России (была создана в марте 2014 г.) жалоб потребителей финансовых услуг и инвесторов. Общее количество таких жалоб за 2021 г. достигло 310,7 тыс. (из них жалоб в отношении кредитных организаций — 172,5 тыс.). При этом жалобы на недобросовестную продажу относительно сложных финансовых продуктов, именуемую *мисселингом* (англ. *misseling; mis* — «ложно, неправильно», *to sell* — «продавать»), составили 4,1 тыс.³ (в январе — июне 2022 г. количество жалоб, поступивших по вопросам мисселинга, выросло на 32,9 % по сравнению с январем — июнем 2021 г. и составило 2,9 тыс.). Данная недобросовестная практика в частности выражается в том, что продавец искажает или утаивает от потребителя действительные условия сделки, навязывает ненужную ему услугу или предлагает одну финансовую услугу под видом другой. Такая «некорректная продажа» стала серьезным препятствием для развития отечественного финансового рынка, что заставило Банк России обратить на нее самое пристальное внимание (жалобы на мисселинг были выделены в отдельную категорию в феврале 2019 г.) и определить повышение эффективности мер противодействия недобросовестным практикам и нелегальной деятельности в качестве одной из приоритетных задач, обеспечивающих защиту прав потребителей финансовых услуг и инвесторов. Особую значимость задача приобретает в условиях растущего спроса на внутренние источники долгосрочного финансирования, обусловленного реализацией

² Аналитический центр НАФИ. (2020) *NPS-2020. Лояльность пользователей розничных банковских услуг. Результаты всероссийского исследования*. URL: <https://nafi.ru/upload/iblock/9ee/9ee9f1831784bc5d98e07c1a36995b9a.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

³ Банк России. (2022а) *Отчет о работе с обращениями январь-декабрь 2021 года. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг*. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

курса на обеспечение финансового суверенитета национальной банковской системы, и связанного с ним внедрения сложных инвестиционных продуктов (услуг) и технологий, которые сопровождаются расширением недобросовестных практик продаж финансовых продуктов и появлением новых видов мошенничества.

В связи с этим целью статьи является раскрытие сущности мисселинга как сложного правового, социального, коммерческого и финансового феномена, исследование его форм и приемов (методов), анализ причин его распространения в России, а также выработка предложений по предотвращению подобных недобросовестных практик и защите прав потребителей. Теоретико-методологической базой исследования являются концепция устойчивого развития, историко-генетический подход к выявлению причин зарождения и распространения мисселинга, публикации ведущих ученых в области ответственного финансирования. Его практической основой стали нормативные материалы Банка России и зарубежных финансовых регуляторов, доклады экспертов и эмпирические мониторинговые исследования, посвященные состоянию защиты прав потребителей финансовых услуг.

Актуальность и новизна исследования также состоят в разработке предложений по модернизации системы защиты прав потребителей и перезапуску поведенческого надзора; объединению контрольно-надзорных и юрисдикционных полномочий Банка России в области предотвращения административных правонарушений, совершенных в отношении прав потребителей финансовых услуг; совершенствованию нефинансовой отчетности в направлении наиболее полного отражения целей, подходов и достигнутых результатов деятельности кредитных организаций по существенным социальным вопросам, в том числе связанным с ответственностью за качество услуг, практикой продаж и взаимодействием с заинтересованными сторонами; повышением финансовой грамотности широких слоев населения страны.

1. Мисселинг: от истории к современности

1.1. Зарождение феномена

В 1988 г. в Великобритании вступили в силу положения «Закона 1986 г. о социальном обеспечении» (Social Security Act 1986), который поощрял наемных работников самостоятельно формировать пенсионные накопления вместо того, чтобы полагаться на финансируемую государством пенсионную схему (State Earnings Related Pensions Scheme, SERPS) и схему, формируемую из средств работодателей. Такой переход к персональным пенсионным планам продвигался как гибкий продукт, доходность которого зависела от эффективности инвестиций, формируемых из пенсионных накоплений частных лиц. Однако этот продукт имел ряд особенностей, которые не всегда понимали или учитывали будущие пенсионеры. В частности, данный пенсионный план не обеспечивал гарантированных поступлений, поскольку доходы зависели от конъюнктуры рынка; не был защищен от инфляции; был связан с высокими комиссионными расходами и сборами, которые оказались значительно выше, чем в прежних пенсионных схемах с их стабильностью, безопасностью и предсказуемостью; не предполагал взносов работодателей.

В результате с 1988 по 1994 г. более восьми миллионов человек сформировали пенсионные планы на основе частных инвестиций. При этом оказалось, что от одного до двух миллионов клиентов получили недобросовестные советы от работников компаний по страхованию жизни и финансовых консультантов, заинтересованных в массовом переходе к персональным пенсионным планам, в итоге получена более низкая доходность, чем та, которая была доступна в рамках SERPS (Klumpes, 2004, p. 258). Такие результаты пенсионной реформы вызвали массовое недовольство возникшей недобросовестной коммерческой практикой, получившей название «мисселинг», в которую были вовлечены крупнейшие страховые компании и банки. Их обвинили в злоупотреблении доверием и профессиональной халатности, что в итоге привело к полному анализу всех ранее проданных пенсионных планов и в ряде случаев к компенсационным выплатам (Blacker, 2000, p. 31). Общий объем компенсаций за возмещение ущерба жертвам ненадлежащих советов составил 11,8 млрд фунтов стерлингов (McMeel and Virgo, 2001, p. 6).

Важными последствиями этого деструктивного инцидента стало появление специальных исследований и публикаций, отражающих научное понимание мисселинга как формы «недобросовестной коммерческой (деловой) практики» (*unfair commercial (business) practice*) (Lyon, 1998; Black and Nobles, 1998; Ryley and Virgo, 1999; Ward, 2000) и начало глубокой реформы надзора за деятельностью поставщиков финансовых услуг, инициированной британским правительством — 28 октября 1997 г. был создан единый регулирующий орган Financial Services Authority (FSA).

1.2. Мисселинг страховых и инвестиционных продуктов в Европе и США

К сожалению, урок пенсионного мисселинга не был усвоен, и финансовый сектор Великобритании стал свидетелем еще более крупного и разрушительного скандала (Ferrari, 2012; McConnell and Blacker, 2012; Halan, Sane and Thomas, 2014; Georgosouli, 2014), связанного с недобросовестной продажей полисов страховой защиты от неплатежей (*Payment Protection Insurance, PPI*). Многие британские банки и другие финансовые организации в рамках своей коммерческой практики перекрестных продаж, основанной на стремлении получить дополнительные доходы в виде комиссионных, продавали полисы PPI, страхующие заемщика от проблем с выплатами по кредитам в случае его болезни, несчастного случая, инвалидности, потери работы и т. п. Эти полисы широко продавались вместе с многими кредитными продуктами (часто предлагались как обязательное условие получения кредита), включая ипотечные кредиты, кредитные карты, необеспеченные потребительские кредиты и овердрафты. Наиболее распространенным типом PPI был полис с одновременным покрытием страховых взносов — стоимость полиса добавляется к сумме кредита, и проценты рассчитываются исходя из общей суммы.

Всего за 1990–2010 гг. в стране было продано 64 миллиона полисов PPI (Jones, 2019). При этом очень часто эти полисы реализовывались ненадлежащим образом, поскольку были «проданы» потребителям без их ведома (их стоимость была добавлена к сумме кредита без специального уведомления) или самозанятым и студентам, которые не могли в принципе претендовать на выплаты при потере работы, которой у них не было. Таким образом многие полисы оказались очень дорогими

(платежи по страховке достигали 20 %, а иногда и 50 % от суммы кредита), неэффективными (включали ограничительные условия и предполагали сложную процедуру рассмотрения претензий) и проданными недобросовестно (без ведома клиентов, как «необходимое» условие для получения кредита или самозанятым). Этот комплекс проблем позволил характеризовать данную коммерческую практику как страховой мисселинг. Именно он стал предметом повышенного внимания законодателей, регуляторов и судебных органов Великобритании, а сам термин «мисселинг» прочно обосновался в официальных документах, публицистике и научных трудах.

В результате в 2010 г. FSA ввело новые правила, ориентированные на обеспечение справедливого отношения к потребителям как при покупке PPI, так и при жалобах на их ненадлежащую продажу, а от страховщиков потребовало пересмотреть все заключенные ранее сделки (даже те из них, по которым жалобы отсутствовали). Так был запущен процесс массовой подачи заявлений на компенсацию за мисселинг, которую лондонский The High Court разрешил осуществлять даже задним числом. Всего сумма, выплаченная с января 2011 по декабрь 2019 г. (последний год выплат компенсаций), составила 38,3 млрд фунтов стерлингов⁴, что с учетом административных расходов оказалось в пять раз больше, чем затраты на проведение Олимпийских игр в Лондоне в 2012 г. На Lloyds Banking Group пришлось наибольшая часть претензий в сумме чуть более 20 млрд фунтов стерлингов (Jones, 2019).

В других развитых странах положение с защитой потребителей от недобросовестных коммерческих практик на финансовых рынках обстоит не лучше (Cherednychenko and Meindertsma, 2019). Так, в докладе, представленном Европейскому парламенту в разгар PPI-кризиса, приведено подробное описание основных случаев ненадлежащего консультирования и мисселинга в государствах — членах ЕС, а также дан обзор финансовых услуг и продуктов с потенциально серьезными негативными эффектами для отдельных потребителей. В частности, авторы утверждают, что именно мисселинг субстандартных ипотечных кредитов (за период 2001–2006 гг. их объем вырос с 160 до 600 млрд долл. США) и их последующая секьюритизация в США стали одной из основных причин глобального финансового кризиса⁵.

С завершением в декабре 2019 г. выплат компенсаций по сделкам с PPI проблема мисселинга не исчезла. В сентябре того же года датский регулятор сообщил о практике мисселинга инвестиционного продукта Flexinvest Fri крупнейшего коммерческого банка Дании Danske Bank A/S (Hamblin, 2020), а в январе 2021 г. Deutsche Bank AG начал проводить внутреннее расследование после получения жалоб более чем от 50 клиентов в Испании на то, что они понесли потери из-за продажи им сложных рискованных деривативов (Morris and Storbeck, 2021).

Подводя итог истории возникновения и распространения феномена недобросовестных продаж, следует признать правомерность вывода о том, что «мисселинг

⁴ Financial Conduct Authority. (2021) *Monthly PPI refunds and compensation*. URL: <https://www.fca.org.uk/data/monthly-ppi-refunds-and-compensation> (дата обращения: 28.03.2022).

⁵ Directorate General for Internal Polices. (2014) *Consumer Protection Aspects of Financial Services. Study IP/A/IMCO/ST/2013-07*, p. 43–67. European Parliament. Policy Department A: Economic and Scientific Policy. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET\(2014\)507463_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507463/IPOL-IMCO_ET(2014)507463_EN.pdf) (дата обращения: 28.03.2022).

финансовых продуктов и услуг **является постоянной темой, а также системной проблемой** (выделено нами — А. К., О. К.) на рынке потребительских финансовых продуктов и услуг в Великобритании» (Brannan, 2017) с двумя важными уточнениями — не только в Великобритании и не только услуг для частных лиц (см. выше).

2. Мисселинг: понятие, формы, причины

В настоящее время в литературе не существует единого, общепринятого определения мисселинга. В первых публикациях это понятие относилось к продаже пенсионных продуктов и связанным с ней финансовым консультациям и трактовалось как ошибочное поведение: «Типичный случай неправильной продажи включает одно или несколько нарушений обязанностей: знать своего клиента, давать подходящие рекомендации и давать наилучшие советы» (Ryley and Virgo, 1999, p. 21). Позднее пенсионный мисселинг был определен уже как серьезное финансовое нарушение. Так, в Меморандуме, представленном в Палату общин, последний определялся как «почти мошенническая продажа личных пенсий с вопиющим пренебрежением к нормативной дисциплине»⁶. И только спустя 10 лет британский регулятор смог представить развернутую характеристику мисселинга. В публикации 2013 г. FSA использует термин «мисселинг» для обозначения неспособности фирмы «обеспечить клиентам справедливые результаты» (a failure to deliver fair outcomes) по сделке, которые состоят в том, что: 1) к клиентам относятся справедливо; 2) клиенты понимают ключевые особенности приобретаемого продукта или услуги; 3) клиентам предоставляется четкая, честная и не вводящая в заблуждение информация, которая позволяет им принять обоснованное решение перед покупкой продукта или услуги; 4) клиентам рекомендуются подходящие им продукты⁷.

Так, регулятор сформулировал требование к финансовым организациям о том, чтобы их продукты были понятны и не слишком сложны для клиента, соответствовали его потребностям, были приобретены на основе достоверной информации, а сам процесс был честным и справедливым. Ссылка на справедливые результаты в данной характеристике мисселинга вполне логично вытекает из концепции «справедливого отношения к клиентам» (Treating Customers Fairly, TCF), разработанной британским регулятором в 2002–2006 гг.

2.1. Формы мисселинга

Исходя из указанной трактовки были выделены две наиболее распространенные коммерческие практики, названные регулятором формами мисселинга: предоставление клиентам вводящей в заблуждение информации; рекомендация

⁶ House of Commons. (2003) *Work and Pensions — Third Report*. HC 92-II. APPENDIX 60. *Memorandum submitted by the Better Pensions Group (PEN 76)*. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm200203/cmselect/cmworpen/92/92ap61.htm> (дата обращения: 28.03.2022).

⁷ Financial Services Authority. (2013) *Final guidance: Risks to customers from financial incentives*. January, p. 9. URL: <https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fsa-fg13-01.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

приобретать неподходящие продукты⁸. Следует признать данную трактовку вполне обоснованной, поскольку основные трудности у потребителя возникают, когда ему: 1) представляется *некачественная информация*, что не позволяет принять взвешенное решение относительно конкретного продукта или сделать осознанный выбор из ряда продуктов-субститутов; 2) предлагают (часто навязывают) *некачественные продукты*, т. е. продукты, которые не соответствуют потребностям, ожиданиям и риск-аппетиту покупателя.

Публичное обсуждение проблем мисселинга в Великобритании и других странах, проведенные расследования его практики со стороны национальных регуляторов, а также массовый процесс подачи жалоб на действия недобросовестных продавцов пенсионных планов и страховых полисов и заявлений на получение компенсаций привели к необходимости уточнить список практик ненадлежащей продажи (их также можно называть *формами мисселинга*). Например, одна из крупнейших британских ассоциаций потребителей Which? Ltd., предупредившая об опасностях PPI еще в конце 1990-х гг. и постоянно критикующая банки за недобросовестную практику продаж, поместила на своем сайте краткое руководство для тех, кто хочет выяснить, стал ли он жертвой мисселинга и какие действия ему следует предпринять в таком случае. Таким образом, вопрос о формах (практиках) мисселинга усилиями юристов, специализирующихся на ведении дел по компенсациям для пострадавших, и защитников прав потребителей перешел в чисто практическую область. По версии данной ассоциации, мисселинг может возникнуть, если клиент сталкивается с одним или несколькими следующими нарушениями деловой практики: 1) был дан плохой или неподходящий совет; 2) риски финансового продукта замалчивались, преуменьшались или полностью игнорировались; 3) не была представлена полная информация о продукте, в результате чего приобретен неподходящий продукт; 4) не сообщено о дополнительных расходах и сборах, которые включены в контракт; 5) клиент столкнулся с жесткой тактикой продаж или вынужден приобрести продукт, в котором не нуждался⁹.

Нерешенным остался вопрос: мисселинг — преднамеренная или небрежная продажа финансовых продуктов (услуг)? Очевидно, что в каждом конкретном случае это должно становиться предметом детального разбирательства, опирающегося на всю доступную информацию о процедуре продажи. В частности, нужно выяснить, подверглись ли (когда возражали или сомневались в покупке) покупатели «давлению или преследованию» (*pressure tactics and harassment*) со стороны персонала¹⁰.

⁸ Financial Conduct Authority. (2016) *Financial services mis-selling: regulation and redress. Report by the Comptroller and Auditor General*, p. 5. URL: <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2016/02/Financial-services-mis-selling-regulation-and-redress.a.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

⁹ Consumer Rights. (2021) *I think I've been mis-sold a financial product, what can I do?* URL: <https://www.which.co.uk/consumer-rights/advice/i-think-i-ve-been-mis-sold-a-financial-product-what-can-i-do-aip8d7D9P49A/complain-to-the-fof> (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁰ Australian Securities and Investments Commission. (2011) *REPORT 256: Consumer credit insurance: A review of sales practices by authorised deposit-taking institutions*, p. 5, 18. URL: <https://download.asic.gov.au/media/1343720/rep256-issued-19-October-2011.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

2.2. Причины мисселинга

Для выявления специфики феномена мисселинга очень важно раскрыть фундаментальные причины и факторы, определяющие его укорененность в практике даже крупнейших международных финансовых институтов. Первой фундаментальной причиной является асимметричность, неравномерное распределение информации между банком или страховой компанией и их клиентами в отношении риска, ожидаемой доходности и иных особенностей приобретаемого финансового продукта или услуги. Продавец всегда лучше информирован о специфике и качестве продаваемого товара, чем покупатель. Здесь неискушенные клиенты попадают в ситуацию «неблагоприятного выбора» (*adverse selection*), состоящую в том, что они могут выбрать нечестного агента или даже подвергнуться мошенническим действиям (Herring and Santomero, 1999, p.6–7). Эта асимметрия особенно велика, когда речь идет о новых сложных продуктах и/или при выходе на розничные финансовые рынки так называемых «уязвимых клиентов», которые в силу возраста, уровня доходов или иных жизненных обстоятельств испытывают трудности в получении и понимании необходимой им информации (Cartwright, 2001, p.51). Асимметрия также обуславливает тот факт, что, по мере того как ассортимент продуктов, доступных потребителям, продолжает расти, растет и количество схем, позволяющих продавцам воспользоваться своим информационным преимуществом (Chen, 2018, p.38).

Другой фундаментальной причиной мисселинга является объективно существующее неравенство позиций сторон в переговорном процессе: «потребитель находится в слабом положении как в отношении его «переговорной силы» (*bargaining power*), так и в отношении его уровня знаний. Это приводит к тому, что потребитель соглашается с условиями, заранее составленными продавцом или поставщиком, не имея возможности влиять на содержание условий»¹¹. Следует добавить, что в случае судебного спора с поставщиком потребитель сталкивается с ситуацией, когда он вынужден тратить много средств и времени на правовую защиту своих интересов, а поставщик изначально готов к такому развитию событий и хорошо подготовлен к разбирательству. Слабая позиция, определяющая неравенство переговорных возможностей, или «договорную диспропорцию» сторон, а равно и асимметрия информации усиливаются за счет третьей фундаментальной причины — уровня финансовой грамотности потребителей финансовых продуктов и услуг. Действительно, финансовая грамотность у многих (если не у абсолютного большинства) розничных клиентов намного ниже, чем у поставщиков. Именно этот дисбаланс, который обуславливает непонимание особенностей продукта (экономической составляющей сделки) и базовых условий заключаемого контракта (юридической составляющей сделки), и создает возможности для мисселинга.

Указанные причины не могут автоматически приводить к недобросовестному поведению поставщиков финансовых продуктов и услуг. Следует рассмотреть внешние и внутренние факторы, определяющие расширение подобной практики.

¹¹ Cour de Justice de l'Union Européenne. (2000) *Judgment of the European Court of Justice of 27 June 2000, joint cases C-240/98 to C-244/98*. pp. I-4963–I-4977. P. I-4973. URL: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=5BEECA51B872305F24FB43E7D08585BD?text=&docid=45388&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=6190796> (дата обращения: 28.03.2022).

Применительно к мисселингу РРІ исследователи Which? Ltd. представили достаточно длинный список факторов, обозначенных как «коренные причины» (root causes). К наиболее значимым относятся¹²:

— существующие схемы поощрения персонала и плановые показатели продаж, стимулирующие и ориентирующие наиболее активных и квалифицированных сотрудников и менеджеров на продажи продуктов, независимо от того, подходят ли они покупателю;

— высокий уровень комиссионных, выплачиваемых дистрибьюторам, — банки выбирали продукты для продажи в зависимости от размера получаемых комиссионных; часто к продуктам навязывались дополнительные услуги;

— сложный дизайн продуктов, которые не подходили потребителям и/или были им непонятны;

— слабость надзора и правоприменительных мер со стороны регулятора, в частности неэффективность штрафов, составляющих малую часть от доходов от мисселинга;

— отсутствие интереса со стороны акционеров к обеспечению справедливого отношения к клиентам, что, как показала практика, чревато многомиллионными расходами;

— отсутствие индивидуальной ответственности, когда нельзя определить, кто из руководителей высшего звена отвечал за утверждение политики и процессов, приведших к массовому использованию мисселинга страховых услуг.

Определяющую роль, как представляется, играют внутренние факторы, которые в самом общем виде можно свести к следующим: преобладание в банках деловой культуры, основанной «на обмене, а не на обслуживании» (on sales rather than on serving customers) и погоне за краткосрочной прибылью, усугубляемое *недооценкой репутационных рисков* (неэффективным риск-менеджментом) и *низким уровнем социальной ответственности высшего руководства* (акционеров и менеджмента).

3. Мисселинг в практике российских банков

3.1. Страховой мисселинг

Не обошел стороной мисселинг и российский страховой рынок. Практика реализации полисов инвестиционного страхования жизни (ИСЖ) отечественными страховыми компаниями и их агентами-банками оказалась идентичной пенсионному мисселингу в Великобритании. Активная продажа полиса — гибридного финансового инструмента, сочетающего страховую и инвестиционную составляющие и имеющего ряд юридических и налоговых льгот, — началась в 2015 г. Его инвестиционная компонента обеспечивает возможность получения потенциально высокого дохода, если рынок растет, и гарантированный возврат вклада клиента (выплаты денег по договору страхования), если рынок идет вниз. Этот результат получается

¹² The House of Commons. (2013) *Parliamentary Commission on Banking Standards: Written evidence from Which?* June. URL: http://publications.parliament.uk/pa/jt201314/jtselect/jtpcbcs/27/27ix_we_j14.htm (дата обращения: 28.03.2022).

путем инвестиций, разделенных на две части: инвестиционный фонд (размещается в облигации, акции, золото, нефть, фондовый индекс РТС и др.) и гарантийный фонд (размещается в безрисковые инструменты).

Взрывной рост продаж ИСЖ начался в 2017 г., что было связано с устойчивым снижением ставок по депозитам в крупнейших банках и поиском более выгодного размещения сбережений людьми со средними доходами, а также активным продвижением банками продуктов по страхованию жизни. Большинство договоров ИСЖ заключалось с участием банков, выступающих агентами страховщиков (89,3 % полисов страхования жизни было реализовано через банки в 2018 г. и 88,9 % — в III квартале 2021 г.).¹³ В 2017 г. рост страховых премий по ИСЖ составил рекордные 67,2 % (сборы достигли суммы в 229,9 млрд руб.), но уже в следующем году стал сокращаться — замедлился в два раза до 33,2 % (хотя сборы достигли 306,3 млрд руб., что составило 67,7 % от общего объема премий по страхованию жизни). При этом доля банковских комиссий в общей сумме страховых премий по заключенным в 2017 г. договорам составила 24,8 %, в 2018 г. — уже 25,6 %¹⁴.

Замедление роста было вызвано несколькими причинами. Во-первых, разочарованием клиентов в доходности ИСЖ по завершившимся договорам, которая не превышала вновь возросших ставок по депозитам и оказалась в отдельных случаях даже ниже инфляции. Так, по оценке Банка России, проведенной на основе анализа ряда завершившихся договоров ИСЖ крупных страховщиков в середине 2018 г., средняя доходность по трехлетним договорам составила 3,3 % годовых, а по пятилетним даже ниже — всего 2,4 % годовых. Во-вторых, в 2018 г. произошел существенный рост обращений в Банк России по вопросам ИСЖ, вызванным неудовлетворенностью потребителей качеством данного продукта. Речь в большинстве случаев шла о том, что инвесторы были недостаточно информированы об особенностях продукта (размере и гарантиях дополнительного инвестиционного дохода, возможности досрочного возврата денежных средств и т. д.), в том числе о связанных с ним рисках и возможной доходности инвестиций¹⁵. Более того, клиентам, желающим разместить вклад, часто настойчиво предлагали вместо него приобрести ИСЖ как более выгодный продукт или даже продавали полис под видом вклада (выдавали его за разновидность вклада).

Подобная недобросовестная практика стала массовой и впервые познакомила российскую публику с отечественной версией мисселинга. Как показало исследование, подготовленное сотрудниками Союза общественных объединений «Международная конфедерация обществ потребителей» (КонфОП) в июне — ноябре 2018 г., отдельные приемы мисселинга ИСЖ наблюдались в практике даже ведущих российских банков (Сбербанка, Россельхозбанка, Райффайзенбанка, банка «Хоум Кредит», банка «Русский стандарт», банка «Восточный», банка «Уралсиб», Москов-

¹³ Банк России. (2021б) *Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. III квартал 2021 года*. Информационно-аналитический материал, с. 6. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39605/review_insure_21Q3.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁴ Банк России. (2019) *Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. 2018 год*. Информационно-аналитический материал, с. 7, 12, 24 URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/24024/review_insure_18Q4.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁵ Банк России. (2018а) *Концепция по совершенствованию регулирования инвестиционного страхования жизни*. с. 3. URL: https://cbr.ru/content/document/file/51259/concept_20181030.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

ского кредитного банка, ЮниКредит Банка)¹⁶. Важно отметить, что жертвами страхового обмана часто становились пенсионеры, которым было сложно разобраться в особенностях нового продукта. Как можно убедиться, все ранее обозначенные фундаментальные причины и факторы мисселинга обуславливают расширение данной практики и в России. Следовательно, изучение и адаптация опыта противодействия мисселингу зарубежных регуляторов, судебных органов, общественных организаций и юридических фирм должно стать важнейшим драйвером совершенствования системы защиты прав потребителей финансовых услуг в России.

3.2. Банковский мисселинг: опыт первичной концептуализации

Ситуация с ИСЖ достаточно рано попала в поле зрения Банка России. Так, уже в октябре 2017 г. регулятор дал следующее определение данного феномена: «Мисселинг — действия продавца, направленные на *намеренное введение в заблуждение* (выделено нами — А. К., О. К) клиента (инвестора) относительно характеристик продукта или услуги, продажа продукта или услуги при использовании неверной аргументации или мотивации, утаивании рисков и тому подобное»¹⁷. Годом позже Банк России несколько смягчил характеристику мисселинга ИСЖ, связав его с *деятельностью по навязыванию потребителю финансовых услуг*¹⁸. Однако в последующих документах регулятора речь пошла уже о *подмене продукта* (продаже одного финансового продукта под видом другого)¹⁹.

В январе 2021 г. Банк России расширил трактовку мисселинга, включив в нее как подмену продукта, так и продажу сложных финансовых (структурных) продуктов неопытному инвестору либо продажу сложных инструментов под видом простых (например, продажа облигаций зарубежных эмитентов)²⁰. А к концу 2021 г. он уточнил характеристику, отнеся к мисселингу предложение услуг компаниями, не имеющими лицензии Банка России (не входящими в реестр Банка России)²¹. Так, подменой теперь признается и замещение лицензированного продукта фальсификатом от нелегального участника финансового рынка. Подобная последовательная

¹⁶ Международная конфедерация обществ потребителей. (2018) *Одиннадцатый промежуточный отчет по контракту № FEFLP/QCBS-4.11. Проведение независимого мониторинга (общественной инспекции) в области защиты прав потребителей финансовых услуг*. URL: <https://drive.google.com/file/d/1EEdxEvj6yA9UQsxq1vOffUMmcDwW3mky/view> (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁷ Банк России. (2017а) *Предложения по развитию страхования жизни в Российской Федерации. Доклад для общественных консультаций*, с. 8. URL: https://cbr.ru/content/document/file/50689/consultation_paper_171003_02.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁸ Банк России. (2018б) *Концепция противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке*. с. 14. https://www.cbr.ru/Content/Document/File/48603/concept_countersing_unfair_actions.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

¹⁹ Банк России. (2020а) *О вопросах совершенствования правил продаж инвестиционных продуктов и инструментов*. Доклад для общественных консультаций, с. 7. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/108159/Consultation_Paper_200803.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

²⁰ Банк России. (2021в) *Направления защиты прав потребителей финансовых услуг*. Информационный доклад, с. 9. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/117853/inf_note_jan_1921.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

²¹ Банк России. (2022б) *Защита прав потребителей финансовых услуг. Виды недобросовестного поведения участников финансового рынка*. URL: https://cbr.ru/protection_rights/np/ (дата обращения: 28.03.2022).

коррекция позиции регулятора наглядно отражает сложность ситуации с организацией защиты прав потребителей в России. Данное обстоятельство во многом стимулировало усилия Банка России по созданию в конце 2016 г. новой для страны системы поведенческого надзора над финансовыми организациями в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг.

3.3. Защита прав потребителей при мисселинге

Поведенческий надзор представляет собой «контроль за моделями поведения участников рынка, связанный в том числе с оценкой фактов взаимодействия поставщиков и потребителей финансовых услуг, оценкой качества предлагаемых услуг, соблюдения требований к параметрам продуктов и услуг, и последующее комплексное взаимодействие Банка России с поднадзорными организациями, направленное на улучшение качества предоставляемых услуг и повышение удовлетворенности потребителя»²². Он направлен на выявление, предупреждение и пресечение нарушений прав потребителей финансовых услуг, включает реактивную и превентивную компоненты. Первая компонента основана на работе с жалобами и иными сообщениями о недобросовестном поведении продавцов финансовых продуктов. Вторая нацелена на предупреждение серьезных нарушений прав потребителей, связана с установлением правил продаж финансовых продуктов и услуг различным категориям потребителей и защиты их интересов на финансовом рынке.

Применительно к страхованию с инвестиционной составляющей регулятор отдавал приоритет превентивному надзору. В частности, в 2017–2020 гг. Банком России был принят ряд регуляторных мер, непосредственно ориентированных на обеспечение соответствия финансовых продуктов потребностям граждан, надлежащее информирование граждан и предотвращение мисселинга²³: 1) изданы указания, направленные на снижение рисков и предусматривающие дополнительные меры по защите прав потребителей при получении и использовании финансовых продуктов; 2) выпущены информационные письма, содержащие рекомендации для участников финансового рынка по корректной реализации финансовых продуктов (услуг) и предотвращению недобросовестных практик при взаимодействии с потребителями; 3) приняты указания в сфере деятельности СРО и утверждены базовые стандарты защиты прав и интересов физических и юридических лиц — получателей финансовых услуг, в которых сформулированы требования к качеству информирования потребителя, введению обязательных разъяснительных процедур и процедур оценки качества работы с потребителем и т. п.

Важную роль в предотвращении мисселинга на финансовых рынках сыграло учреждение должности и создание службы финансового уполномоченного (омбудсмена) по защите прав потребителей финансовых услуг (была введена согласно Федеральному закону от 04.06.2018 № 123-ФЗ «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг») и меры, предпринимаемые банковским сообществом.

²² Банк России. (20176) *Годовой отчет Банка России за 2016 г.*, с. 169–170. URL: https://files.rmccenter.ru/year/2017/5/Bank_Rossii_Godovoy_otchet_2016.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

²³ Банк России. (2021в) *Направления защиты прав потребителей финансовых услуг*. Информационный доклад, с. 17, 36. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/117853/inf_note_jan_1921.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

Уже в июне 2018 г. несколько профессиональных организаций подписали «Меморандум о взаимодействии ассоциаций, объединяющих кредитные организации и саморегулируемые организации в сфере финансового рынка», целью создания которого явилось предупреждение недобросовестных практик продаж (мисселинга) при взаимодействии работников и представителей кредитных организаций — членов ассоциаций, действующих как агенты некредитных финансовых организаций (НФО), с потребителями финансовых продуктов и финансовых услуг. Были сформулированы обязательства по предоставлению полной, прозрачной и ясной информации о характере финансовых продуктов, их стоимости и рисках, а также иных существенных условиях.

Для реализации данных обязательств члены ассоциации постановили разработать стандарты продаж кредитными организациями финансовых продуктов и услуг НФО, содержащие в том числе правила противодействия мисселингу. Позднее при участии регулятора были разработаны «Стандарт предоставления услуг кредитными организациями — членами Ассоциации “Россия”, выступающими в качестве представителей некредитных финансовых организаций» (январь 2019 г.) и «Стандарт продаж кредитными организациями финансовых инструментов и финансовых услуг некредитных финансовых организаций» (апрель 2019 г.). Оба документа определили основные принципы в области защиты прав и интересов потребителей финансовых продуктов (услуг) НФО и установили требования, которыми должны руководствоваться кредитные организации, осуществляющие реализацию этих услуг.

4. Мисселинг сложных финансовых продуктов

Предпринятые регулятором меры и усилия с большим трудом реализуются на практике. Действительно, как показал анализ жалоб потребителей, недобросовестная практика кредитных организаций, в частности подмена банковских вкладов ИСЖ (традиционный страховой мисселинг в России), оказалась чрезвычайно «живучей». Более того, на сегодняшний день она имеет тенденцию к расширению. Теперь потребителям, среди которых много пожилых людей, не обладающих должным уровнем финансовой грамотности, обратившимся за открытием (переоформлением) вклада, предлагается вместо этого целый набор инвестиционных продуктов, которые якобы обеспечивают более высокую доходность: полисы ИСЖ, полисы накопительного страхования жизни (НСЖ), индивидуальные инвестиционные счета (ИИС), облигации банка или паи ПИФов. Часто реализуются гибридные (комбинированные) финансовые продукты — вклад на более выгодных условиях при обязательной одновременной покупке иного инвестиционного продукта без разъяснения особенностей, условий и рисков такого гибрида. Иногда вкладчику могут предложить еще более сложные услуги доверительного управления. Можно утверждать, что в России появился *инвестиционный мисселинг* как новая разновидность недобросовестной продажи финансовых продуктов.

Поэтому для целей статистического учета в настоящее время регулятор вынужден дополнительно вводить продуктовую типологию мисселинга. Выделено пять типов подмены продукта (предложение под видом вклада), связанных с реализацией: ИСЖ; НСЖ; продукты/услуги доверительного управляющего; продук-

ты/услуги брокера; инвестиционные паи ПИФ. В 2021 г. при общем числе жалоб 4,1 тыс. их распределение по типам составило соответственно — 44,5; 13,7; 11,4; 11,8 и 7,5 %. Важно отметить, что на долю банков пришлось 63,5 % от общего числа жалоб (в 2020 г. — 53,2%)²⁴. За январь — июнь 2022 г. соответственно: 38,1; 19,2; 11,7; 7,1; 9,7%.²⁵ Отметим, что в расширении практики всех типов инвестиционно-го мисселинга замечены даже крупнейшие российские банки — лидеры розничного рынка.

Эта ситуация зафиксирована в итоговом отчете КонфОП «Проведение независимого мониторинга (общественной инспекции) в области защиты прав потребителей финансовых услуг». В частности, «тайные покупатели» от КонфОП посетили офисы 27 крупнейших банков в 19 российских регионах и выяснили следующее²⁶:

— менеджеры только трех банков (Совкомбанк, Новикомбанк, «Хоум Кредит») изначально предложили им банковские вклады и не старались продать инвестиционные продукты. Такое поведение отмечено во всех региональных офисах указанных банков;

— сотрудники восьми из 27 банков (Альфа-Банк, Всероссийский банк развития регионов (ВБРР), ВТБ, Почта Банк, Росбанк, «Россия», Ситибанк, Сбербанк) также предлагали потребителям только банковские вклады, однако это происходило не во всех региональных офисах;

— в большинстве банков (24 из 27) потребителям при намерении открыть вклад сотрудниками предлагались также гибридные вклады с инвестиционной составляющей (ИСЖ, НСЖ, ИИС, облигации) и инвестиционные продукты, а в 10 из 27 банков традиционные вклады вообще не предлагались, речь изначально шла об инвестициях;

— в тех случаях, когда сотрудники банков предлагали вклады с повышенными ставками при условии оформления инвестиционного продукта, информация о рисках таких продуктов предоставлялась не в полном объеме.

В целом же, по оценкам Банка России, доля случаев мисселинга, когда клиентам банков предлагаются сложные продукты фондового рынка без должного информирования о самом продукте и возможных рисках, достигает 60–70 % (Ассоциация банков России, 2021а)²⁷. Проблема мисселинга усугубляется тем, что в структуре продаж ИСЖ стабильно продолжают преобладать страховки для старшего возрастного сегмента: 71 % страхователей (64 % премий) составляют клиенты в воз-

²⁴ Банк России. (2022а) *Отчет о работе с обращениями. Январь — декабрь 2021 года. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг*, с. 14–15. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

²⁵ Банк России. (2022г) *Отчет о работе с обращениями. Январь — июнь 2022 года. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг*, с. 14–15. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42205/2022_2.pdf (дата обращения: 28.08.2022).

²⁶ Международная конфедерация обществ потребителей. (2020) *Итоговый отчет по Контракту No FEFLP/QCBS-4.11 «Проведение независимого мониторинга (общественной инспекции) в области защиты прав потребителей финансовых услуг»*, октябрь, с. 37–42. URL: https://drive.google.com/file/d/1dMy_i-2R00I3YUvhuyczx8gVKc4D_TRE/view (дата обращения: 28.03.2022).

²⁷ Ассоциация банков России. (2021а) *Представители ЦБ ответили на вопросы банков о работе с невалифицированными инвесторами. Новости АРБ*, 16 февраля. URL: https://arb.ru/arb/press-on-arb/predstaviteli_tsb_otvetili_na_voprosy_bankov_o_rabote_s_nevalifitsirovannymi_in-10451328/ (дата обращения: 28.03.2022).

расте от 56 лет²⁸. Поэтому вполне закономерной реакцией на данную ситуацию стали меры Банка России, которые предполагают ограничение продажи потребителям, не являющимся квалифицированными инвесторами, финансовых продуктов с высокими потребительскими рисками. Регулятор настоятельно рекомендовал кредитным организациям воздерживаться от предложения потребителям, не являющимся квалифицированными инвесторами, сложных продуктов и сделок, в том числе договоров страхования жизни с инвестиционной составляющей. Он также ввел единые требования по полисам страхования жизни со страховыми взносами менее 1,5 млн рублей. Таким образом, благодаря предпринятым на протяжении последних трех лет серьезным усилиям регулятору удалось «обуздать» страховой мисселинг и заложить основы защиты потребителей от его инвестиционной разновидности. Но указанными рекомендациями и вводимыми требованиями вряд ли можно ограничиться, поскольку банки все еще воспринимают «контроль за тем, как они продают финансовые услуги, не навязывают ли их, правильно ли раскрывают информацию людям, как игру в кошки-мышки... Мы запретили одно, они придумали другое, по сути то же самое, только по форме другое»²⁹.

4.1. Мисселинг и ESG-трансформация

Действительно, преодолеть эскалацию мисселинга возможно только при коренной перестройке банковского бизнеса на основе последовательной интеграции принципов корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, реализации модели устойчивого банкинга. Данный процесс, именуемый в настоящее время ESG-трансформацией, представляет собой «системные изменения компании или организации посредством интеграции экологических, социальных, управленческих и экономических факторов в соответствии с подходом ESG и концепцией устойчивого развития в процессы оценки и принятия решений во всех сферах деятельности на всех уровнях»³⁰. Важную роль в этом качественном преобразовании банковской бизнес-модели призваны сыграть усилия Банка России, который опубликовал ряд важных рекомендаций по реализации принципов ответственного инвестирования, раскрытию нефинансовой отчетности и учету советом директоров акционерного общества вопросов устойчивого развития и ESG-факторов.

Однако на практике данная трансформация сталкивается с рядом барьеров, которые не только замедляют процесс развития новых бизнес-моделей, но и препятствуют серьезной борьбе с недобросовестными практиками банковского обслуживания. Во-первых, речь идет об общей недооценке значимости перехода к устойчивому развитию и ESG-повестки для большинства российских банков: согласно исследованию, проведенному «Делойт и Туш СНГ», только 10 % зарегистрирован-

²⁸ Банк России. (2021а) *Перспективы новой жизни. Интервью с директором Департамента страхового рынка Банка России Филиппом Габуня, 10 ноября 2021 г.* URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=12402> (дата обращения: 28.03.2022).

²⁹ Банк России. (2021г) *Выступление Эльвиры Набиуллиной на заседании Совета Федерации. 22 сентября 2021 года.* URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=12238> (дата обращения: 28.03.2022).

³⁰ Сбербанк. (2021) *Политика в области социальной и экологической ответственности, корпоративного управления и устойчивого развития*, с. 50. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/pdf/normative_docs/sber_esg_policy_rus.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

ных на сегодняшний день банков в России (всего около 400) применяют какие-либо ESG-практики³¹. Особо отмечается, что внедрение ESG-принципов в стратегию и деятельность российских банков осуществляется фрагментарно — доля банков, применяющих практики ESG, в целом низкая, хотя в крупнейших банках было отмечено более широкое их применение. Столь слабая заинтересованность средних банков в ESG-трансформации и малые масштабы процесса в целом объясняются слабым регулированием, которое распространяется пока исключительно на публичные банки, и слабой связью кредитных организаций с компаниями, вовлеченными в процессы устойчивого развития и «зеленую» повестку.

Во-вторых, даже крупные банки занимают выжидательную позицию и не спешат разворачивать работу по ESG-трансформации, поскольку они ориентируются в первую очередь на требования регулятора, а влияние бирж, рейтинговых агентств, иных рыночных факторов сказывается только на тех из них, кто работает или предполагает работать на международных финансовых рынках. В-третьих, и это чрезвычайно важно для нашего исследования — вопросы выстраивания отношений с потребителями как ключевой заинтересованной стороной на основе принципов социальной ответственности и соблюдения их прав не рассматриваются в качестве значимого аспекта и обязательного условия коренной ESG-трансформации российских банков. Так, среди предложенных Проектной группой «ESG-банкинг» Ассоциации российских банков социальных показателей ESG-отчетности нет ни одного, имеющего непосредственное отношение к потребителям³².

Такой недооценке социальной проблематики способствует отсутствие у ответственного регулятора четкой позиции относительно содержания нефинансовой отчетности применительно к взаимоотношению акционерного общества с потребителями³³. Действительно, в Приложении 4, содержащем индикативный перечень существенных социальных тем и показателей, который был сформирован регулятором на основе широко известных стандартов Глобальной инициативы по отчетности компаний (Global Reporting Initiative, GRI), нет показателей, которые должны отражать практику компании по раскрытию информации о ее продуктах и услугах, а также маркировке и маркетинговым коммуникациям, включая информацию об общем количестве случаев несоблюдения правил и/или добровольных кодексов (см. раздел GRI 417: «Маркетинг и маркировка»)³⁴.

³¹ Делойт и Туш СНГ. (2021) *ESG-банкинг в России. Исследование*. Май, с. 16. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/esg-banking-russia.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

³² Ассоциации банков России. (2021б) *Практические рекомендации банковского сообщества по внедрению ESG-банкинга в России*. Февраль. с. 12. URL: https://asros.ru/upload/iblock/160/PRAKTICHESKIE-REKOMENDATSII-BANKOVSKOGO-SOBSHCHESTVA-PO-VNEDRENIYU-ESG_BANKINGA-V-ROSSII.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

³³ Информационное письмо Банка России от 12.07.2021 № ИН-06-28/49 «О рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ».

³⁴ GRI. (2020) *Consolidated Set of GRI Sustainability Reporting Standards 2020*. URL: <https://www.globalreporting.org/media/wwwkhymd/gri-standards-consolidated-2020.pdf?g=419257b1-08c5-497a-a7ad-fc7b8e7445d3&page=4&zoom=100,0,0> (дата обращения: 28.03.2022).

4.2. Мисселинг: вопросы реконцептуализации

Укорененность мисселинга и появление его новых форм и практик в банковском бизнесе, усугубляемая слабостью институтов защиты прав и интересов потребителей финансовых продуктов (услуг), делает актуальным решение ряда важных теоретических и практических вопросов предотвращения данной неприемлемой коммерческой практики. Для этого в первую очередь следует провести реконцептуализацию мисселинга и ненадлежащего поведения (недобросовестной банковской практики) в целом, в качестве исходной базы для обсуждения всего круга проблем, касающихся массового вовлечения частных инвесторов на финансовые рынки, регулятором, банковским бизнес-сообществом, учеными и независимыми экспертами.

Согласно принятой регулятором в середине 2021 г. трактовке (см. выше), мисселинг представляет собой одну из разновидностей недобросовестной (неприемлемой) практики или недобросовестного поведения финансовых организаций при их взаимодействии с потребителями и инвесторами, заключающихся в подмене продукта, т. е. в предложение одного финансового продукта (услуги) под видом другого. При этом в качестве общего термина для всех недобросовестных практик Банком России предложено понятие «ненадлежащее поведение» (*misconduct*), которое в каждом конкретном случае может содержать сразу несколько видов недобросовестных практик, подробно описанных регулятором³⁵.

Важно отметить, что Банк России в описании данных практик избегает термина «правонарушение» и квалификации этих действий как нарушений закона. Он рассматривает их, скорее, как действия, противоречащие стандартам поведения или деловой этике финансовых организаций. Между тем в европейской регуляторной практике термин «мискондакт», кроме мисселинга финансовых продуктов розничным клиентам и квалифицированным инвесторам, охватывает: нарушение национальных и международных правил и положений (налоговые правила, правила борьбы с отмыванием денег и терроризмом, экономические санкции и т. д.); манипулирование финансовыми рынками (кредитными ставками и валютными курсами)³⁶. Британское и австралийское законодательство относит весь мискондакт к финансовым преступлениям³⁷.

Такой подход зарубежных регуляторов и законодателей обусловлен значимостью защиты прав потребителей для перспектив развития финансовых рынков. Поэтому и отечественному регулятору следует в безотлагательном порядке уточнить свою позицию относительно юридической характеристики мискондакта и мисселинга как его разновидности. За основу можно взять опубликованную регулятором

³⁵ Банк России. (2022б) *Защита прав потребителей финансовых услуг. Виды недобросовестного поведения участников финансового рынка*. URL: https://cbr.ru/protection_rights/np/ (дата обращения: 28.03.2022).

³⁶ European Systemic Risk Board. (2015) *Report on misconduct risk in the banking sector*. June. p. 5. URL: https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/other/150625_report_misconduct_risk.en.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

³⁷ Financial Services and Markets Act 2000. PART 1A. 1H Further interpretative provisions for sections 1B to 1G; Australian Royal Commissions. (2017) *Misconduct in the Banking, Superannuation and Financial Services Industry*. The Letters Patent No 52. URL: <https://financialservices.royalcommission.gov.au/Documents/Signed-Letters-Patent-Financial-Services-Royal-Commission.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

«Концепцию противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке» (2018), в которой Банк России исходил из максимально широкого толкования недобросовестных (мошеннических) действий применительно к небанковскому финансовому рынку как любых умышленных действий, связанные с обманом, злоупотреблением доверием или бездействием с целью получения выгоды. К ним также были отнесены «любого рода противоправные или преступные действия, за совершение которых предусмотрена соответствующая ответственность (уголовная, административная, гражданско-правовая и так далее), а также злоупотребление правом и недобросовестные практики, нарушающие принципы делового общения и этические нормы, ответственность за совершение которых не установлена»³⁸. В Концепции отдельно выделялись характерные для финансового рынка правонарушения, предусмотренные разделом VIII Уголовного кодекса Российской Федерации «Преступления в сфере экономики»: мошенничество (ст. 159), незаконная банковская деятельность (ст. 172), злоупотребления при эмиссии ценных бумаг (ст. 185).

Представленную Концепцию следует откорректировать с учетом накопленного опыта поведенческого надзора и дополнить точным списком нарушений, разделив его по правовым, поведенческим и временным (по фазам жизненного цикла продукта или услуги — от дизайна и маркетинга, продаж и консультаций до рассмотрения жалоб) критериям. Образцом такого «черного списка» может стать перечень практик, описанных в Приложении 1 «Коммерческие практики, которые при любых обстоятельствах считаются несправедливыми» к Директиве № 2005/29/ЕС от 11 мая 2005 г. «О недобросовестной коммерческой практике по отношению к потребителям на внутреннем рынке»³⁹. Кроме того, следует обратить внимание на то, что Директива содержит важные положения, которые позволяют уточнить характеристику мисселинга. Так, в документе выделены два наиболее распространенных типа ненадлежащего поведения: вводящая в заблуждение и агрессивная коммерческие практики. Последняя признается таковой, если она осуществляется путем преследования, принуждения, в том числе с применением физической силы или неправомерного воздействия.

Указание на агрессивность продаж финансовых продуктов, определяемую как «оказание давления (принуждения) для их покупки» (being pressured into buying a product), по мнению авторов статьи, позволяет дополнить ранее выделенные британским регулятором две формы мисселинга, состоящие в «предоставлении клиентам вводящей в заблуждение информации и рекомендации приобретать неподходящие продукты»⁴⁰, третьей формой недобросовестной практики. Именно такая «тройка» отражает в обобщенном виде действия, связанные с нарушением трех ос-

³⁸ Банк России. (20186) *Концепция противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке*, с. 4. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/48603/concept_countersing_unfair_actions.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

³⁹ Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 Concerning Unfair Business-to-Consumer Commercial Practices in the Internal Market and Amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No. 2006/2004 of the European Parliament and of the Council.

⁴⁰ Financial Conduct Authority. (2016) *Financial services mis-selling: regulation and redress. Report by the Comptroller and Auditor General*, p. 5. URL: <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2016/02/Financial-services-mis-selling-regulation-and-redress.a.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

нов ответственного ведения банковского бизнеса — обеспечение высококачественных *информации, процесса и результата* обслуживания.

В такой интерпретации представленная в документах Банка России группа неприемлемых практик, включающая «непрозрачное ценообразование» (mispricing), «связанную продажу» (tied selling) и ряд других⁴¹, приобретает несколько иной надзорный статус — это приемы (методы, техники) недобросовестной продажи (мисселинга) как наиболее массовой разновидности недобросовестного поведения (мисконтакта). Последний же, согласно предлагаемой нами расширенной трактовке, включает в себя также мошенничество, незаконную банковскую деятельность, злоупотребления при эмиссии ценных бумаг, отмывание денег и финансирование терроризма, другие нарушающие законодательство Российской Федерации действия со стороны финансовых организаций.

Включение указанных форм и приемов, а также продуктовых типов (см. выше) в общую концептуальную схему мисселинга позволяет раскрыть его сущность: данное недобросовестное деловое поведение представляет собой сложный правовой, социально-экономический, коммерческий и финансовый феномен, связанный с осуществлением **ряда взаимосвязанных неприемлемых и противозаконных практик и приемов продажи финансовых продуктов (услуг)**, которые определяют характер, качество и конечный результат обслуживания (качество взаимодействия с потребителями при заключении и исполнении договоров) и имеют следующие аспекты (характеристики):

— *правовой*: являются преднамеренными (умышленными) или небрежными действиями, нарушающими: 1) Гражданский кодекс Российской Федерации (ст. 10, 179, 434.1.); 2) Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ст. 8, 12, 13, 16); 3) Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (ст. 14.7, 14.8);

— *социальный*: являются неэтичными действиями, противоречащими принципам корпоративной социальной ответственности, официально принятым стандартам защиты прав потребителей, которые основаны на обмане и злоупотреблении доверием к опыту, советам и профессионализму финансового поставщика;

— *коммерческий*: являются действиями, противоречащими принципам «знай своего клиента» и обязанности «давать подходящие советы», которые направлены на продвижение (включая рекламу и маркетинг) и продажу продуктов (услуг) потребителю и охватывают любые осуществляемые продавцом случаи воздействия на потребителя или его бездействие (заключение договоров без учета информации, имеющей значение для данной сделки, и непринятие мер по ее получению) исключительно с целью получения выгоды;

— *финансовый*: является недобросовестной практикой заключения финансовой сделки, проявляющейся в осуществлении некачественного (ненадлежащего) процесса продажи и приобретения потребителем некачественного (непригодного) продукта и связанной как минимум с одним из следующих нарушений:

1) неполнотой (недостаточностью) и неточностью (некорректностью) информирования о содержании, свойствах и рисках предлагаемых продуктов (со-

⁴¹ Банк России. (2022в) *Поведенческий надзор. Практические кейсы и рекомендации*. URL: https://cbr.ru/protection_rights/behavioral_surveillance/ (дата обращения: 28.03.2022).

крытием, искажением или предоставлением заведомо недостоверной и вводящей в заблуждение информации), затрудняющего для потребителей оценку продукта и принятие решения о покупке, что может впоследствии причинять им материальный ущерб или подвергнуть излишнему риску;

2) понуждением к приобретению неподходящих продуктов и/или их навязыванием (в том числе применительно к дополнительным услугам) путем воспрепятствования свободному волеизъявлению потребителя: убеждение его в обязательности заключения дополнительных сделок; уклонение от передачи необходимых информации и документов; использование настойчивых и манипулирующих методов воздействия на принятие решения покупателем, сопровождаемого психологическим давлением;

3) непригодностью предлагаемого продукта, несоответствием (неполным соответствием) его свойств потребностям, ожиданиям, риск-аппетиту, финансовым возможностям и опыту (грамотности) потребителя.

Заключение

Представленная характеристика мисселинга как сложного социально-экономического и правового феномена, который возникает в практике банков и страховых компаний многих стран мира в силу ряда фундаментальных причин, внешних и внутренних факторов, действие которых усиливается по мере появления все более сложных финансовых продуктов и схем и расширения групп массовых категорий инвесторов, дает основание для оценки явления как серьезного барьера для развития российского финансового рынка, банковского сектора и общества в целом. Речь идет о том, что ненадлежащая коммерческая практика непосредственно препятствует реализации мер и усилий по ESG-трансформации российского банковского бизнеса по всем трем аспектам данного комплексного процесса. В первую очередь следует говорить об экологической повестке. Действительно, в современных условиях есть все основания ожидать более серьезных проблем, связанных с «озеленением» мисселинга инвестиционных продуктов, его развития по уже известному типу «зеленого комуфляжа (отмывания)» (greenwashing), когда у инвестора складывается ложное представление об экологичности приобретаемых активов (прежде всего «зеленых» или климатических облигаций). Так, еще в 2019 г. британский регулятор предупреждал, что, если инвесторы и конечные потребители не получают соответствующей информации и рекомендаций, чтобы понять, является ли предлагаемый им продукт действительно экологичным или устойчивым, они столкнутся с риском того, что приобретут неподходящие продукты, риском мисселинга («зеленого отмывания») ⁴². Возникновение новых волн мисселинга становится реальным препятствием для реализации социальных целей национальной политики по развитию финансового рынка — укрепления доверия розничного потребителя

⁴² Financial Conduct Authority. (2019) *Climate Change and Green Finance: summary of responses and next steps*. Feedback to DP18/8 Feedback Statement FS19/6 October, p. 12. URL: <https://www.fca.org.uk/publication/feedback/fs19-6.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

и инвестора к финансовому рынку через усиление его защищенности, повышения финансовой грамотности и расширения доступности финансовых услуг⁴³.

Мисселинг препятствует также успешной имплементации «Принципов корпоративного управления G20/ОЭСР» (приняты на саммите лидеров «Группы двадцати» в Анталии 15–16 ноября 2015 г.), один из которых предполагает, что совет директоров компании будет должным образом и на справедливой основе учитывать интересы других заинтересованных лиц, включая наемных работников, кредиторов, клиентов, поставщиков и местные сообщества (Принцип VI «Обязанности совета директоров»).

Кроме того, эскалация недобросовестной банковской практики негативно сказывается на обеспечении финансового суверенитета России, системной устойчивости ее банковской системы в условиях сохраняющихся геополитических вызовов и санкционного давления в связи со существенно возрастающим значением надежных внутренних источников долгосрочного финансирования и безопасности использования гражданами инвестиционных инструментов. Из сказанного следует, что последовательный курс на ESG-трансформацию отечественного банковского бизнеса необходимо предполагает серьезную модернизацию системы защиты прав потребителей и перезапуск поведенческого надзора.

Во-первых, следует имплементировать в правоприменительную и регуляторную практику Банка России рекомендации доклада «Передовые практики в области защиты прав потребителей на рынке финансовых услуг» (Good Practices for Financial Consumer Protection), разработанного в качестве практического комплексного справочного и диагностического инструмента для оказания помощи регулирующим органам в совершенствовании нормативно-правовой и надзорной базы в области защиты финансовых потребителей⁴⁴.

Кроме того, представляется целесообразным при разработке нового «Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» отнести к компетенции Банка России на основе расширения круга его юрисдикционных полномочий в рамках осуществления реактивного поведенческого надзора возбуждение и рассмотрение дел об административных правонарушениях, совершенных в отношении прав потребителей финансовых услуг, а также привлечение к ответственности, которое в настоящее время осуществляется судами. Такое объединение контрольно-надзорных и юрисдикционных полномочий позволит преодолеть трудности с профессиональной экспертизой и доказыванием фактов и сути нарушений, объективно существующие у судов.

Именно Банк России в рамках своих надзорных полномочий осуществляет проведение регулярных контрольных мероприятий поведенческого надзора, имеет доступ к результатам проведения исследований и мониторингов органов потребительского надзора и общественных организаций и может получить доступ к аудио- и видеофиксации процедур реализации продуктов, а также получать информацию

⁴³ Банк России. (2021д) *Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов*, с. 9. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/131935/onrfr_2021-12-24.pdf (дата обращения: 28.03.2022).

⁴⁴ World Bank Group. (2017) *Good Practices for Financial Consumer Protection. Responsible Financial Access. Finance & Markets Global Practice*. URL: <https://rosgrady.com/wp-content/uploads/2018/09/Good-Practices-for-Financial-Consumer-Protection-2017.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

от анонимных уведомителей (сервис анонимного информирования запущен регулятором в январе 2021 г.). В этой работе он будет опираться на богатый опыт осуществления валютного контроля, в рамках которого регулятор уже наделен специальными полномочиями: правом выдавать предписания об устранении выявленных нарушений норм валютного законодательства и актов органов валютного регулирования; правом применять меры ответственности за нарушение данных норм и актов (Станкевич и Касевич, 2018).

Во-вторых, большая работа предстоит по стимулированию ответственного ведения российского финансового бизнеса, точного соблюдения разрабатываемых и/или уже утвержденных базовых стандартов защиты прав и интересов физических и юридических лиц — получателей финансовых услуг. Для этого Банку России следует уточнить рекомендации по раскрытию нефинансовой информации за счет введения дополнительного перечня социальных показателей, отражающих доступность и качество продуктов (услуг), практики их продаж и маркировки. За основу целесообразно взять положения Совета по стандартам учета в области устойчивого развития (Sustainability Accounting Standards Board, SASB), которые охватывают широкий круг вопросов социального развития, сгруппированных в разделах, посвященных человеческому и социальному капиталу, для коммерческих и инвестиционных банков, страховых компаний, компаний потребительских финансов, ипотечного финансирования, управления активами, брокерских и депозитарных услуг, товарных и фондовых бирж⁴⁵. Такая уточненная версия нефинансовой отчетности должна формироваться по принципу «исполнил или объясняй» для публичных банков и стать одним из обязательных условий получения лицензии на привлечение во вклады средств физических лиц.

В-третьих, банковскому сообществу совместно с регулятором нужно завершить работу по стимулированию подписания большинством банков «Основных принципов добросовестного поведения на финансовом рынке» (Кодекс добросовестного поведения), предложенных Банком России для широкого обсуждения еще в марте 2019 г. В современных условиях важно дополнить данный документ положениями «Принципов ответственного инвестирования», «Принципов ответственной банковской деятельности» и «Социальной хартии российского бизнеса» (версия 2021 г.), отражающих взаимодействие с заинтересованными сторонами и создание общих ценностей. В духе базовых положений Хартии следует указать в обновленном документе, что основной смысл деятельности кредитной организации заключается в «надежном и качественном удовлетворении запросов и ожиданий потребителей товаров и услуг» (РСПП, 2021, с. 3)⁴⁶. В связи с чем организации в первую очередь должны возложить на себя добровольные обязанности по повышению финансовой грамотности своих фактических и потенциальных клиентов, издавая буклеты, размещая на сайте обучающие материалы, калькуляторы, видеотренажеры и т. п. Результаты этой деятельности должны также отражаться в нефинансовой отчетности согласно принципу «соблюдай или объясняй».

⁴⁵ SASB. (2022) *Materiality Finder*. Value Reporting Foundation. URL: <https://www.sasb.org/standards/materiality-finder/> (дата обращения: 28.03.2022).

⁴⁶ РСПП. (2021) *Социальная хартия российского бизнеса (принципы ответственного ведения бизнеса)*. Редакция 2021 года. URL: <https://рспп.пф/upload/iblock/171/hw12k3x49wf517dzh6s27yiu9gvv3ruz/Социальная%20хартия.pdf> (дата обращения: 28.03.2022).

Реализация указанных мер, как представляется авторам статьи, будет способствовать последовательной **социализации российского бизнеса**. В широком смысле социализация означает «направленность функционирования и развития различных сфер и общества в целом на сохранение, воспроизводство и развитие составляющих его индивидов и слоев» (Фетисов, 2005, с. 16). Именно такая социализация и является основой ESG-трансформации, поскольку реализует на практике принципы устойчивого развития как прогресса человеческого социума, основанного на гармоничном взаимодействии общества с природой, а именно на сочетании экономического роста и защиты окружающей среды не просто наряду с социальным развитием, а в его интересах.

Литература/References

- Black, J. and Nobles, R. (1998) 'Personal Pensions Mis-selling: The Causes and Lessons of Regulatory Failure', *The Modern Law Review*, 61 (6), pp. 789–820.
- Blacker, K. (2000) 'Mitigating Operational Risk in British Retail Banks', *Risk Management*, 2 (3), pp. 23–33.
- Brannan, M. J. (2017) 'Retail banks are on a charm offensive — but mis-selling continues', *The Conversation*. August 8. Available at: <http://theconversation.com/retail-banks-are-on-a-charm-offensive-but-mis-selling-continues-81918> (accessed: 28.03.2022).
- Cartwright, P. (2001) *Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory, and Policy in the UK*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chen, T.-J. (2018) *An International Comparison of Financial Consumer Protection*. Singapore: Springer.
- Cherednychenko, O. O. and Meindertsma, J. M. (2019) 'Irresponsible Lending in the Post-Crisis Era: Is the EU Consumer Credit Directive Fit for Its Purpose?', *Journal of Consumer Policy*, 42 (4), pp. 483–519.
- Ferrari, E. (2012) 'Regulatory Lessons from the Payment Protection Insurance Mis-selling Scandal in the UK', *European Business Organization Law Review*, 13 (2), pp. 247–270.
- Fetisov, V. (2007) 'October, socialism and modernity', *Teleskop*, 5, pp. 15–20. (In Russian)
- Georgosouli, A. (2014) 'Payment Protection Insurance (PPI) Mis-selling: Some Lessons from the UK', *Connecticut Insurance Law Journal*, 21 (1), pp. 261–288.
- Halan, M., Sane, R. and Thomas, S. (2014) 'The case of the missing billions: estimating losses to customers due to mis-sold life insurance policies', *Journal of Economic Policy Reform*, 17 (4), pp. 285–302.
- Hamblin, C. (2020) 'Danish prosecutor's office fines Danske Bank 9 million kroner over Flexinvest Fri', *Compliance Matters*. November 4. Available at: <https://www.comp-matters.com/article.php?id=189200> (accessed: 28.03.2022).
- Herring, R. and Santomero, A. (1999) 'What Is Optimal Financial Regulation?' The Wharton School University of Pennsylvania. May. Available at: https://www.researchgate.net/publication/23739233_What_Is_Optimal_Financial_Regulation (accessed: 28.03.2022).
- Jones, R. (2019) 'The end of a scandal: banks near a final release from their PPI liabilities', *The Guardian*, August 24. Available at: <https://www.theguardian.com/money/2019/aug/23/ppi-end-of-a-scandal-banks-final-release-liabilities-deadline> (accessed: 28.03.2022).
- Klumpes, P. J. (2004) 'Performance Benchmarking in Financial Services: Evidence from the UK Life Insurance Industry', *The Journal of Business*, 77(2), pp. 257–273.
- Lyon, M. (1998) 'Challenges of the Pension Revolution', *Financial Stability Review*, 4, pp. 65–79.
- McConnell, P. and Blacker, K. (2012) 'Systemic Operational Risk: the UK Payment Protection Insurance Scandal', *Journal of Operation Risk*, 7 (1), pp. 7–139.
- McMeel, G. and Virgo, J. (2001) *Financial Advice and Financial Products*. Oxford: Oxford University Press.
- Morris, S. and Storbeck, O. (2021) 'Deutsche Bank compensates Spanish winemaker over forex scandal', *The Irish Times*. June 28. Available at: <https://www.irishtimes.com/business/financial-services/deutsche-bank-compensates-spanish-winemaker-over-forex-scandal-1.4605597> (accessed: 28.03.2022).
- Ryley, Ph. and Virgo, J. (1999) 'Mis-selling of Personal Pension Plans: A Legal Perspective', *Journal of Pension Management*, 5 (1), pp. 18–36.
- Stankevich, G. V. and Kasevich, E. V. (2018) 'The Bank of Russia as a body of currency regulation and currency control: some topical aspects', *Humanitarian and legal studies. Legal Sciences*, 2, pp. 183–188. (In Russian)

Ward, S. (2000) 'Personal Pensions in the UK, the Mis-Selling Scandal and The Lessons to be Learnt', in Hughes G. and Stewart, J. (ed.). *Pensions in the European Union: Adapting to Economic and Social Change*. Boston: MA. Springer, pp. 139–146.

Статья поступила в редакцию: 14.04.2022
Статья рекомендована к печати: 22.09.2022

Контактная информация:

Канаев Александр Владимирович — д-р экон. наук, доц.; a.kanaev@spbu.ru
Канаева Ольга Алексеевна — канд. экон. наук, доц.; o.kanaeva@spbu.ru

Unfair commercial practice (misseling) as a barrier to the ESG transformation of the Russian banking business

A. V. Kanaev, O. A. Kanaeva

St Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Kanaev, A. V. and Kanaeva, O. A. (2022) 'Unfair commercial practice (misseling) as a barrier to the ESG transformation of the Russian banking business', *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, 38 (4), pp. 581–606. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2022.405> (In Russian)

The article is devoted to a little-studied phenomenon of the modern financial system, called “mis-seling”, which is a series of interrelated unfair practices and methods of selling financial services that cause significant damage to the reputation of Russian banks and undermine the long-term loyalty of their customers. The purpose of this article is to reveal the essence of mis-selling as a complex legal, social, commercial and financial phenomenon, study its forms and methods, analyze the reasons for its spread in Russia, and develop proposals for protecting consumers from these practices. Achievement of articles' purpose is ensured by use of the historical-genetic research method, analysis of the leading experts' publications and regulatory documentation in the field of responsible finance, generalization of empirical monitoring studies on the rights of financial services consumer protection. Results: a reconceptualization of mis-selling was carried out, which made it possible to give an expanded interpretation of this phenomenon as unfair commercial practice that violates consumer rights and contradicts the principles of responsible business conduct. It is shown that the prospects for large-scale ESG-transformation of the banking business, its restructuring on the principles of sustainable development, to a decisive extent depend on the solution of tasks to strengthen consumer protection. Conclusions: the implementation of the course towards the development of a modern, efficiently functioning financial sector of the economy, based on the principles of trust and competition and using tools that meet the needs of stakeholders, involves strengthening the social orientation of the development of the banking business, which will be facilitated by: a serious modernization of the consumer protection system, measures to expanding the jurisdictional powers of the Bank of Russia in the field of preventing administrative offenses, improving non-financial reporting and increasing the financial literacy of the population of the country.

Keywords: behavioral supervision, consumer rights, ESG transformation, “green” economy, investment life insurance, mis-selling, payment insurance protection, sustainable development, unfair business practices.

Received: 14.04.2022

Accepted: 22.09.2022

Authors' information:

Alexander V. Kanaev — Dr. Sci. in Economics, Professor; a.kanaev@spbu.ru
Olga A. Kanaeva — PhD in Economics, Associate Professor; o.kanaeva@spbu.ru