

УДК 347.6  
ББК 67.404

DOI: 10.53315/2949-1193-2025-4-3-40-45

**Цебеков А.Б.**  
*магистрант 2 года обучения*  
*направления 40.04.01 «Юриспруденция»*  
*ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет*  
*им. Б.Б. Городовикова»,*  
*г. Элиста, Россия*

## **НЕДОСТАТОЧНОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КАК ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ НАРУШЕНИЕ: АНАЛИЗ СКРЫТЫХ ФОРМ НЕДОБРОСОВЕСТНОСТИ**

**Аннотация.** В данной научной статье исследуется проблема недостаточного информирования потребителей финансовых услуг как гражданско-правового нарушения. Анализируются скрытые формы недобросовестности, включая мисселинг, непрозрачное ценообразование и навязывание дополнительных услуг. Рассматриваются правовые меры защиты прав потребителей, такие как внедрение императивных стандартов информирования и ужесточение гражданско-правовой ответственности. Предложены рекомендации по повышению прозрачности финансовых продуктов, включая стандартизацию информации, обучение клиентов и сотрудников, а также расширение взаимодействия с организациями по защите прав потребителей.

**Ключевые слова:** потребители финансовых услуг, недостаточное информирование, гражданско-правовое нарушение, недобросовестность, мисселинг, защита прав потребителей, информационная асимметрия, стандарты информирования, прозрачность финансовых продуктов.

UDC 347.6  
BBK 67.404

DOI: 10.53315/2949-1193-2025-4-3-40-45

***Tsebekov A.B.***

*Second-year Master's student  
in the program 40.04.01 "Jurisprudence"  
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,  
Elista, Russia*

## **LACK OF INFORMATION ABOUT FINANCIAL SERVICES CONSUMERS AS A CIVIL VIOLATION: AN ANALYSIS OF HIDDEN FORMS OF DISHONESTY**

***Abstract.*** This research article examines the problem of inadequate information for consumers of financial services as a civil violation. It analyzes hidden forms of dishonesty, including misselling, non-transparent pricing, and the imposition of additional services. Legal measures to protect consumer rights, such as the introduction of mandatory information standards and stricter civil liability, are considered. Recommendations for increasing the transparency of financial products are proposed, including standardizing information, training clients and employees, and expanding cooperation with consumer protection organizations.

***Key words:*** financial consumers, lack of information, civil violation, bad faith, misselling, consumer protection, information asymmetry, information standards, financial product transparency.

**Проблематика недостаточного информирования потребителей финансовых услуг.** Финансовый рынок в современных условиях характеризуется высокой степенью инновационности и разнообразием предлагаемых услуг. В результате у потребителя возникает запрос в получении достоверной, понятной и исчерпывающей информации о рисках и условиях заключаемого договора. Однако на практике наблюдается обратная тенденция – недостаточное или искажённое информирование, которое приводит к ущемлению прав потребителей. Немаловажным является и тот факт, что потребитель, выступая в финансовых отношениях, как экономически слабая сторона, полагается на честность и добросовестность контрагента, априори не ожидая подвоха или намеренного введения в заблуждение. В связи с этим возникает правовой парадокс, где потребитель, делегируя контрагенту ответственность за предоставление полной и прозрачной информации, оказывается незащищённым в ситуации, когда этот контрагент действует в собственных интересах, манипулируя сведениями или умалчивая о ключевых рисках.

В силу ст. 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Проблема недостатка прозрачности часто проявляется на практике. Например, потребители сталкиваются с ситуациями, когда предоставленная информация оказывается неполной или скрытой между сложными юридическими формулировками. Данная практика показывает, что многие пользователи не обращают внимания на важные детали, размещенные в договорах, что снижает их способность оценить реальные условия предоставления финансовых услуг. Это создает значительные риски для потребителей, которые могут оказаться втянутыми в неблагоприятные финансовые обязательства без должного понимания их последствий.

Исходя из этого, недостаточное информирование потребителей финансовых услуг может рассматриваться как гражданско-правовое нарушение, которое требует активного вмешательства как со стороны государственных органов, так и со стороны самих финансовых институтов. Выявление скрытых форм недобросовестной практики становится необходимым шагом.

**Скрытые формы недобросовестности в финансовом секторе.** В финансовой сфере существуют формы, которые могут не нарушать определенные запреты, установленные российским законодательством, но по своей сути явно искажающие принципы добросовестности, разумности и справедливости, закрепленные в статье 10 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). Данные скрытые формы недобросовестности со стороны финансовых организаций представляют собой существенную угрозу для прав потребителей. Как справедливо отмечает Д.В. Новак, «недобросовестность часто проявляется в обходе закона, когда, формально соблюдая его требования, участник оборота нарушает баланс интересов» (Новак, 2021: 512).

Самым распространенным примером скрытой недобросовестности является «мисселлинг» как осуществление финансовыми организациями недобросовестных продаж потребителям кредитных, страховых и иных продуктов. Чирков А.В. раскрывает это понятие следующим образом «...действия исполнителя (продавца, подрядчика) по виновному непредоставлению и (или) неполному предоставлению, а равно предоставлению заведомо ложной информации о товаре (работе, услуги) с целью побуждения гражданина-потребителя к заключению договора, направленного на приобретение указанного товара (оказание услуги, выполнение работы)». Исходя из приведенного определения

сразу становится понятно, что основной чертой мисселинга выступает манипулирование предоставляемой информацией потребителю, т.е. эксплуатация информационной диспропорции, имеющиеся в отношениях с потребителем (Чирков, 2022: 45).

В действительности юридически неподкованные граждане часто попадают под влияние недобросовестных контрагентов, что в результате оборачивается финансовыми потерями и юридическими обременениями. Нередки ситуации, когда финансовые организации манипулятивными методами принуждают потребителей заключать одни финансовые продукты под видом других, что явно выливается в нарушении их прав. Как отмечает Е.А. Павлодский «мисселинг особенно опасен в случаях, когда сложные производные финансовые инструменты преподносятся как альтернатива банковским вкладам с гарантированной доходностью» (Павлодский, Телюкина, 2022: 287). Типичными примерами являются случаи, когда под видом «стандартного» полиса добровольного страхования потребителю навязывается инвестиционно-страховой продукт с неочевидными комиссиями и длительным сроком действия.

Помимо этого, еще одной распространенной формой является недобросовестное информирование, которое может выражаться как в активном действии (предоставление заведомо ложных или вводящих в заблуждение сведений), так и в бездействии (умолчание о ключевых рисках и негативных условиях). На практике это проявляется в использовании сложных юридических и финансовых терминов, избыточного объема информации, «мелкого шрифта» в договорах, что делает текст практически недоступным для восприятия потребителем. Егорова М.А. справедливо указывает, что подобная практика превращает договор присоединения, каковым является большинство договоров в финансовой сфере, из инструмента правовой определенности в инструмент злоупотребления правом (Егорова, 2022: 78). Финансовые организации, пользуясь своим монопольным правом на формулирование договорных условий, создают такие правовые конструкции, где невыгодные для клиента условия скрыты за видимой стандартностью документа.

Отдельного внимания заслуживает проблема непрозрачного и сложного ценообразования. Сюда относятся скрытые комиссии, неочевидные платежи (например, плата за досрочное погашение кредита, о которой не упомянули при продаже), сложные и не поддающиеся самостоятельному расчету формулы начисления процентов. Как отмечается в научно-практическом пособии под редакцией В.В. Залесского, «подобные условия лишают потребителя возможности сделать осознанный выбор между конкурентами, так как истинная стоимость продукта остается для него сокрытой» (Залесский, Осокина и др., 2020: 256).

Особой разновидностью недобросовестности является навязывание ненужных или дополнительных услуг под угрозой отказа в предоставлении основной. Ярким примером является принудительное страхование жизни и здоровья при получении кредита или навязывание платных услуг по «сопровождению» сделки. Несмотря на то, что формально закон требует получать добровольное согласие на дополнительные услуги, на практике потребитель, находясь в стрессовой ситуации и нуждаясь в основном продукте (кредите), не может свободно выразить свою волю, что позволяет квалифицировать такие действия как злоупотребление правом со стороны кредитора (Павлов, 2019: 318).

Таким образом, скрытые формы недобросовестности в финансовом секторе представляют собой комплексную проблему, коренящуюся в злоупотреблении принципом свободы договора и информационным превосходством профессионального участника.

**Правовые меры защиты прав потребителей в финансовом секторе.** Необходимость усовершенствования правовой защиты потребителей финансовых услуг является одной из самых важных целей российского законодательства. Существующая правовая

система защиты, базирующиеся на общих нормах, требует существенной модернизации и разработки комплексных отраслевых мер, направленных на преодоление фундаментальной информационной асимметрии и искоренение недобросовестных практик (Курбатов, 2023: 170).

Ключевым направлением совершенствования правового механизма на наш взгляд является разработка и законодательное закрепление императивного стандарта информирования. Требуется не просто установить перечень сведений, подлежащих доведению до потребителя, но и регламентировать форму, доступность и понятность их подачи. Речь идет о внедрении концепции «информированного согласия», которая подразумевает не факт проставления подписи под заведомо непрочитанным договором, а реальное понимание потребителем сути финансового продукта, всех связанных с ним рисков. Это может быть достигнуто через введение обязательных стандартизированных шаблонов ключевой информации, где в сжатой, структурированной и табличной форме будут представлены ставки, комиссии, полная стоимость продукта и основные риски, что позволит потребителю сравнивать предложения разных организаций.

Серьезным стимулом для добросовестного поведения финансовых организаций послужит ужесточение гражданско-правовой ответственности за нарушения в сфере информирования. Помимо традиционных последствий, предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (неустойка, возмещение убытков), целесообразно внедрение специальных составов правонарушений. В частности, необходимо законодательно закрепить презумпцию вины финансовой организации в случае возникновения спора о наличии скрытых условий или факта мисселинга, переложив на профессионального участника рынка бремя доказывания того, что им была предоставлена вся существенная информация в доступной и понятной форме (Молодик, 2022: 35).

**Рекомендации по улучшению информирования клиентов о финансовых продуктах.** На основе проведенного анализа можно выдвинуть ряд рекомендаций для улучшения уровня информированности клиентов о финансовых продуктах в России, что, в свою очередь, может снизить риски недобросовестной практики со стороны финансовых организаций (Пеньковский, 2020: 120).

Первым шагом является внедрение четких и понятных стандартов раскрытия информации о характеристиках продуктов. Финансовые учреждения должны предоставлять ясные описания услуг, подчеркивая их соответствие заявленным целям и характеристикам. Такие действия помогут создать более прозрачный рынок финансовых услуг, в связи с тем, что потребители смогут легко понимать, на что именно они соглашаются, и каковы основные финансовые риски.

Вторым важным аспектом является мониторинг заявлений, касающихся финансовых продуктов. Утверждения о выгодах или особенностях услуг должны быть основаны на фактических данных и обеспечивать защиту потребителя от ложных ожиданий. Заказчики и агентства должны разрабатывать механизмы, позволяющие контролировать истинность информации (Банк России, 2023: 87).

Третьим направлением является внедрение обязательного обучения как для потребителей, так и для сотрудников финансовых организаций. Обучение должно охватывать темы финансовой грамотности и правовой защищенности потребителей. Это необходимо для того, чтобы обе стороны более эффективно взаимодействовали и понимали непосредственность предусмотренных условий в договорах и их правовые последствия.

Четвертым предложением является расширение взаимодействия с организациями, которые занимаются защитой прав потребителей. Это подразумевает создание систем, в

рамках которых потребители могут легко получать информацию о своих правах и мерах защиты. Кроме того, важно разработать методические рекомендации, которые помогут улучшить информационные услуги и взаимодействие с потребителями (Business Studio, 2024: 64).

В заключение, разработанные в ходе исследования рекомендации по улучшению информирования клиентов о финансовых продуктах могут стать основой для формирования более прозрачных и доверительных отношений между потребителями и финансовыми учреждениями. Важно, чтобы все участники рынка осознали свою ответственность за предоставление качественной информации и соблюдение прав потребителей. Только совместными усилиями можно создать безопасную и прозрачную финансовую среду, в которой интересы всех сторон будут защищены, а потребители смогут принимать обоснованные решения, основываясь на полной и достоверной информации.

### *Литература*

Егорова М.А. Принцип добросовестности как средство защиты от скрытых условий в договорах присоединения // Журнал российского права. 2022. № 3. С. 78-91.

Залесский В.В., Осокина Р.И., Тебряева А.А. Защита прав потребителей финансовых услуг: научно-практическое пособие. М.: Проспект, 2020. 256 с.

Курбатов А.Я. Защита прав потребителей финансовых услуг: монография. М.: Юстицинформ, 2023. 170 с.

Молодики К.Ю. Правовые проблемы защиты потребителей финансовых услуг // Банковское право. 2022. № 4. С. 35-43.

Новак Д.В. Недобросовестность в гражданском праве: проблемы теории и практики / Отв. ред. Д.В. Новак. М.: Инфотропик, 2021. 512 с.

Павлов А.А. Недобросовестность в гражданском праве: теория и судебная практика. М.: Статут, 2019. 318 с.

Павлодский Е.А., Телюкина М.В. Защита прав потребителей финансовых услуг: научно-практическое пособие. М.: Юрайт, 2022. 287 с.

Пеньковский А.В. Разработка стратегии онлайн-продвижения банковских продуктов: выпускная квалификационная работа магистра. – СПб.: СПбПУ, 2020. 120 с.

Чирков А.В. О совершенствовании правового регулирования противодействия мисселингу при оказании финансовых услуг // Предпринимательское право. 2022. № 2. С. 45-52.

Банк России. Основные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2023-2025 гг. М., 2023. 87 с.

Business Studio. Способы обеспечения и улучшения качества обслуживания клиентов банка. – М., 2024. 64 с.