

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 347.4

ПРОБЛЕМА НАВЯЗЫВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Елена Владимировна ВЕЙС, Ксения Сергеевна ДЬЯЧКОВА
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация

Аннотация. В настоящее время многие организации прибегают к навязыванию дополнительных услуг клиентам. Рассмотрена данная проблема, связанная с недобросовестным отношением к клиентам и навязыванием им дополнительных платных услуг финансовыми организациями к прилагаемому товару. На основе проведенного анализа выявлен способ и порядок отказа от дополнительных услуг, а также виды ответственности, следующей за настойчивым навязыванием незаконных услуг потребителям.

Ключевые слова: «Закон о защите прав потребителей», жалобы, навязывание дополнительных услуг, незаконность, потребители, продавец (исполнитель), цифровая трансформация

Для цитирования: Вейс Е.В., Дьячкова К.С. Проблема навязывания дополнительных услуг и продуктов финансовыми организациями в условиях цифровой трансформации // Державинский форум. 2022. Т. 6, № 3. С. 554-562

ORIGINAL ARTICLE

THE PROBLEM OF IMPOSING ADDITIONAL SERVICES AND PRODUCTS BY FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Elena V. VEYS, Kseniya S. DYACHKOVA
Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation

Abstract. Currently, many organizations engage in imposing additional services on customers. This problem associated with unfair attitude to customers and imposing additional paid services by financial institutions to the enclosed goods is considered. On the basis of the carried out analysis, the way and order of re-

fusal of additional services, as well as types of responsibility following for the persistent imposition of illegal services to consumers have been defined.

Keywords: “Consumer Protection Law”, complaints, imposition of additional services, illegality, consumers, seller (performer), digital transformation

For citation: Veys E.V., Dyachkova K.S. Problema navyazyvaniya dopolnitel'nykh uslug i produktov finansovymi organizatsiyami v usloviyakh tsifrovooy transformatsii [The problem of imposing additional services and products by financial institutions in the context of digital transformation]. *Derzhavinskiy forum – Derzhavin Forum*, 2022, vol. 6, no. 3, pp. 554-562. (In Russian, Abstr. in Engl.)

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении долгого времени продавцы прибегают к навязыванию дополнительных финансовых услуг и продуктов. Финансовыми являются услуги, предоставляемые финансовыми организациями, которые связаны с использованием денежных средств физических и юридических лиц.

В настоящее время с активным внедрением механизмов цифровой экономики спектр применения цифровой трансформации широк и позволяет повысить качество финансовых услуг. Благодаря этому упрощается и ускоряется процесс получения финансовых услуг, существенно сокращаются операционные издержки [1]. В то же время цифровая трансформация может повлечь и негативные последствия, в частности, спровоцировать рост киберпреступности¹.

Следовательно, навязывание дополнительных услуг и продуктов является важной проблемой, требующей большего внимания и рассмотрения, а также выявления способа ее решения.

Целью данного исследования являлись рассмотрение недобросовестного отношения к потребителям и проблемы навязывания дополнительных услуг и продуктов финансовыми организациями, формирование способа отказа от них, рассмотрение видов ответственности, следующей за нарушением прав потребителей настойчивым навязыванием дополнительных продуктов и услуг.

Для достижения поставленной цели использовались следующие методы исследования: метод анализа и синтеза, анализ нормативно-правовых источников, статистический метод анализа на этапе оценки динамики жалоб, поступивших в Банк России.

¹ Что считается навязыванием услуг – как могут навязывать услуги // Помощь юриста или адвоката. URL: <https://yurlitsa.ru/chto-schitaetsya-navyazyvaniem-uslug-kak-mogut-navyazyvat-uslugi/> (дата обращения: 15.03.2022).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Часто в стремлении увеличить прибыль продавцы (исполнители) настойчиво предлагают потребителям вместе с основным продуктом или услугой приобрести также дополнительные. Дополнительные услуги – это услуги, не являющиеся обязательными, но оказываемые при желании клиента за дополнительную плату [2].

Такие случаи чаще всего встречаются в сферах кредитования и страхования, а также к общеизвестным случаям можно отнести покупку мебели или техники, с которыми обязательно прилагаются услуги по их установке. И если чаще всего потребители соглашаются на дополнительные услуги, которые им предлагают, то бывает и так, что в ряде случаев их к этому принуждают. Как показывает анализ, проведенный Банком России за 2021 г., это происходит довольно часто. На рис. 1 показаны результаты опроса потребителей о том, сталкивались ли они с навязыванием дополнительных услуг за 2021 г.



Рис. 1. Сталкивались ли Вы с навязыванием дополнительных услуг в 2021 г.?

Fig. 1. Have you encountered the imposition of additional services in 2021?

По данным рис. 1 видно, что 88 % потребителей сталкиваются с навязыванием дополнительных услуг.

Эти и многие другие случаи являются навязыванием услуг, которые являются незаконным ходом организации по отношению к потребителю. Навязывание каких-либо услуг – это сознательное принуждение покупателя продавцом или какой-либо компанией заключить письменный и

устный договор на приобретение дополнительного платного товара или услуги к прилагаемому товару².

Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 11 июня 2021 г.) «О защите прав потребителей» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 4 марта 2022 г.) являются документами, регулирующими недобросовестное отношение к потребителям.

Навязывание дополнительных финансовых услуг и продуктов происходит в различных сферах.

1. В банковской сфере достаточно нарушений: взимание дополнительных платежей, несогласованное увеличение процентов, запрет досрочного возврата долга и многое другое является нарушением прав потребителей. Клиент имеет право потребовать возврата уплаченной суммы или убытков, понесенных из-за этого.

2. В коммунальных службах, если это не прописано в договоре, при проведении диагностики или ремонта оборудования сотрудники за работу не должны просить дополнительную плату³.

3. Страховые компании также довольно часто предлагают дополнительные сервисы: например, оформляют страховку по ОСАГО с условием оплатить страхование жизни. Такое поведение со стороны страховых агентов незаконно и может считаться основанием для подачи судебной жалобы⁴.

4. Операторы связи часто при подключении тарифов навязывают многочисленные услуги, на которые клиенты вынуждены соглашаться, чтобы не остаться без связи.

5. В риэлтерских организациях в случае расторжения договора заказчик выплачивает исполнителю (риэлтору) штраф.

На основании ранее проведенного исследования Банком России в 2021 г. было выявлено, что общее количество поступивших жалоб уменьшилось на 9,9 % по сравнению с 2020 г. Распределение общего количества жалоб на навязывание ненужных услуг представлено на рис. 2.

² Что считается навязыванием услуг – как могут навязывать услуги // // Помощь юриста или адвоката. URL: <https://yurlitsa.ru/chto-schitaetsya-navyazyvaniem-uslug-kak-mogut-navyazyvat-uslugi/> (дата обращения: 15.03.2022).

³ Навязывание услуг покупателю // Право потребителя: информационный сайт о защите прав потребителей. URL: <https://pravopotrebiteleya.ru/uslugi/otkaz/navjazyvanie-po-zakonu-o-zashhite-prav-potrebotelja> (дата обращения: 16.03.2022).

⁴ Там же.

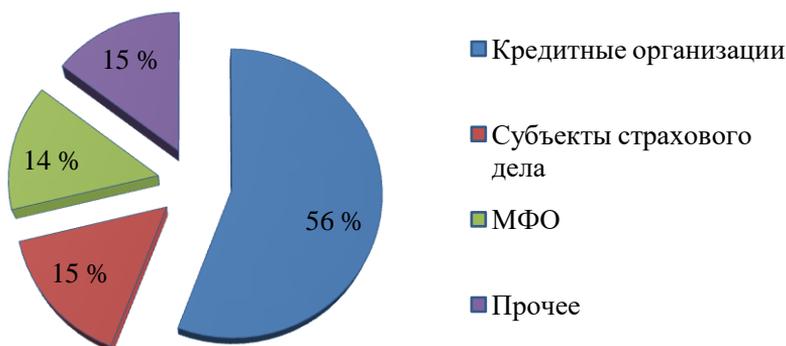


Рис. 2. Распределение общего количества жалоб на навязывание дополнительных услуг в 2021 г.

Fig. 2. Distribution of the total number of complaints about imposition of additional services in 2021

По данным на рис. 2 видно, что преобладающее количество жалоб – 56 % – приходится в отношении кредитных организаций, на субъекты страхового дела поступает 15 % жалоб, а на микрофинансовые организации (МФО) – 14 %⁵.

Основным фактором снижения послужило сокращение поступающих жалоб на кредитные организации по вопросам, относящимся к реструктуризации кредитов из-за всемирной пандемии коронавирусной инфекции. Общее число жалоб направлено на кредитные организации – 55,8 %, а на некредитные финансовые организации (НФО) и участников корпоративных отношений – 34,3 %. Больше всего жалоб поступает на кредитные организации и субъекты страхового дела. Жалобы в отношении кредитных организаций поступают на: потребительское кредитование – 31 %, ипотечное кредитование – 10 %, банковские карты – 7 %, банковский перевод – 3 %, депозиты/вклады – 4 %, расчетный счет – 9 %, мошенничество – 7 % и иное – 29 %⁶.

⁵ Отчет о работе с обращениями. Январь–декабрь 2021 года // Банк России. 2022. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf (дата обращения: 16.03.2022).

⁶ Там же.

Распределение жалоб на субъекты страхового дела за 2021 г. представлено на рис. 3.

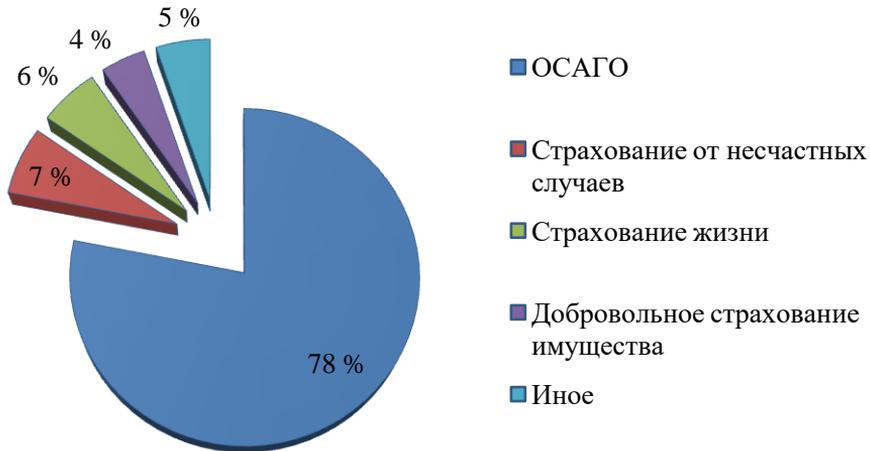


Рис. 3. Распределение жалоб на субъекты страхового дела за 2021 г.
Fig. 3. Distribution of complaints against insurance subjects in 2021.

По данным рис. 3 видно, что наибольшее количество жалоб поступает на ОСАГО – 78 %, а наименьшее на добровольное страхование имущества – 4 %⁷.

Федеральные службы по надзору в сфере защиты прав потребителя производят проверки по этим случаям и привлекают к ответственности виновных лиц⁸.

Навязывание дополнительных услуг и продуктов представляет собой серьезное нарушение права потребителя на независимый выбор товаров, работ, услуг, закрепленного в части 1 статьи 421 Гражданского

⁷ Отчет о работе с обращениями. Январь–декабрь 2021 года // Банк России. 2022. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39752/2021_4.pdf (дата обращения: 16.03.2022).

⁸ Навязывание услуг покупателю // Право потребителя: информационный сайт о защите прав потребителей. URL: <https://pravopotrebiteleya.ru/uslugi/otkaz/navjazyvanie-po-zakonu-o-zashhite-prav-potrebotelja> (дата обращения: 16.03.2022).

кодекса Российской Федерации, влекущее за собой возмещение всех убытков, причиненных потребителю, на основе части 2 статьи 16 «Закона о защите прав потребителей»⁹.

Если во время выполнения прямого обязательства продавец прибег к оказанию дополнительных платных услуг без согласия потребителя, то последний имеет полное право истребовать от продавца (исполнителя) возместить уплаченную сумму на основе части 3 статьи 16 «Закона о защите прав потребителей»¹⁰.

Помимо этого, суд вправе возложить на продавца обязанность возместить потребителю моральный ущерб на основе статьи 15 «Закона о защите прав потребителей» и выплатить вместе с основной суммой штраф, составляющий 50 % от данной суммы, на основе части 6 статьи 13 «Закона о защите прав потребителей»¹¹.

Навязывание услуг означает добавление в договор, который заключается между продавцом и потребителем, условий, нарушающих права потребителя, установленные законодательством. Неподобающее поведение продавца влечет административную ответственность – наложение административного штрафа: на должностные лица в размере от одной до двух тысяч рублей, на юридические лица – от десяти до двадцати тысяч рублей, на основе части 2 статьи 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях¹².

Отказаться от откровенно навязываемых продавцом ненужных услуг и продуктов можно, прибегнув к закону «О защите прав потребителей», но, если продавец все равно отказывается предоставить необходимую услугу, вынуждая потребителя воспользоваться дополнительными услугами, необходимо применять решительные действия.

Потребитель должен составить два экземпляра заявления, в котором детально объясняет главные требования и претензии, которые он предъявляет к продавцу. Один экземпляр передается руководителю организации, а второй остается у потребителя. Если переданная претензия была не учтена вышестоящим руководством, то стоит обратиться в выше-

⁹ О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

¹⁰ Там же.

¹¹ Навязывание услуг // Znatpravo.ru. URL: <https://znatpravo.ru/prava-potrebitelej/navyazyvaniya-uslug/> (дата обращения: 15.03.2022).

¹² Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 16.04.2022, с изм. от 17.05.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 27.04.2022). Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

стоящие органы. Для этого также составляется заявление, но теперь уже направляется в уполномоченные органы¹³.

При приобретении любой услуги или продукта всегда нужно уточнять у продавцов (исполнителей) условия. А в случае заключения договора, еще до подписания, следует подробно ознакомиться с его содержанием и обязательно обратить внимание на мелкий шрифт.

ВЫВОДЫ

В заключение можно сделать вывод, что **навязывание дополнительных финансовых услуг и продуктов является противозаконным ходом со стороны организаций**, но многие из них все равно продолжают прибегать к этому, несмотря на ответственность, следующую за совершением данного действия.

Таким образом, на основе выполненного исследования поставленной проблемы и выявленного способа отказа от навязывания дополнительных платных услуг и продуктов, потребитель может обезопасить себя и свои права. Для этого потребитель должен быть внимателен при приобретении финансовых услуг или продуктов, не должен подписывать договор, который содержит навязываемые дополнительные платные услуги или продукты, а в случае принуждения к этому должен обратиться в компетентные органы, ведь на законодательном уровне принимается много мер для защиты потребителей от навязывания дополнительных услуг и продуктов финансовыми организациями.

Список источников

1. *Вейс Е.В.* Оценка и развитие человеческого капитала региона в условиях цифровой трансформации: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Белгород, 2021. 24 с.
2. *Филонова Э.А., Бердышев О.К.* Дополнительные услуги как способ повышения эффективности предприятий гостиничного бизнеса // Управление и экономика в XXI веке. 2017. № 2. С. 30-34.

References

1. *Veys E.V. Otsenka i razvitiye chelovecheskogo kapitala regiona v usloviyakh tsifrovoy transformatsii: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk* [Estimation and Development of Human Capital in the Region in the Conditions of Digital Transformation: Author's Abstract of a Dissertation ... Candidate of Economic Sciences]. Belgorod, 2021. 24 p.

¹³ Навязывание услуг потребителям. URL: <https://potrebiteľ-expert.ru/uslugi/navyazyvanie-potrebitelyam/> (дата обращения 17.03.2022).

- opment of Human Capital of the Region in the Conditions of Digital Transformation. Cand. econ. sci. diss. abstr.]. Belgorod, 2021, 24 p. (In Russian).
2. Filonova E.A., Berdyshev O.K. Dopolnitel'nyye uslugi kak sposob povysheniya effektivnosti predpriyatiy gostinichnogo biznesa [Additional services as a way to improve the efficiency of hotel businesses]. *Upravleniye i ekonomika v XXI veke* [Management and Economics in the 21st Century], 2017, no. 2, pp. 20-34 (In Russian).

Информация об авторах

Вейс Елена Владимировна, кандидат экономических наук, преподаватель кафедры бизнеса и развития профессионального мастерства, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Российская Федерация, 392000 г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33, bupsi980-90@mail.ru

Дьячкова Ксения Сергеевна, студентка института экономики, управления и сервиса, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Российская Федерация, 392000 г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33, ksush4.dyachkova@yandex.ru

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors

Elena V. Veys, Candidate of Economics, Lecturer at Business and Development of Professional Skills Department, Derzhavin Tambov State University, Internatsionalnaya St., 33, Tambov 392000, Russian Federation, bupsi980-90@mail.ru

Kseniya S. Dyachkova, Student of Economics, Management and Service Institute, Derzhavin Tambov State University, Internatsionalnaya St., 33, Tambov 392000, Russian Federation, ksush4.dyachkova@yandex.ru

The authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию/The article was submitted 28.06.2022
Одобрена после рецензирования/Approved after reviewing 08.09.2022
Принята к публикации/Accepted for publication 27.09.2022