
АСПЕКТЫ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Кашеваров Андрей Борисович^{1,2}, зам. рук. ФАС России, канд. экон. наук, завкафедрой «Федеральная антимонопольная служба» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

¹ Федеральная антимонопольная служба, ул. Садовая-Кудринская, 11, Москва, Россия, 125993; e-mail: delo@fas.gov.ru

² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 4-й Вешняковский проезд, 4, Москва, Россия, 109456; e-mail: AVKashevarov@fa.ru

Предмет: пресечение недобросовестного поведения финансовых организаций, в том числе связанного с введением потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств финансовых продуктов. *Цель:* выявление и анализ основных признаков актов недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг. *Дизайн исследования:* в рамках актуальности защиты прав потребителей финансовых услуг на современном этапе признаки нарушения антимонопольного законодательства классифицируются на базе обращений граждан, связанных с оказанием банковских услуг, значительная часть которых может быть рассмотрена с точки зрения добросовестности поведения кредитных организаций. Такой подход позволяет сформировать комплексную систему признаков проявления актов недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг с учетом реальной практики Федеральной антимонопольной службы в этой сфере. *Результаты:* сформулирован комплекс отличительных признаков различных форм проявления недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг. Дана оценка современной практике кредитных организаций по нераскрытию ключевых условий начисления «кешбэка» и иных бонусов, созданию новых способов сокрытия информации от потребителей по разным банковским продуктам. Выявлена тенденция к добровольному устранению нарушений на стадии запроса информации у финансовых организаций до этапа подготовки предупреждения.

Ключевые слова: рынок банковских услуг, финансовые организации, банковские карты, банковские продукты, стимулирующие бонусные программы.

1. Введение

Защита прав потребителей финансовых услуг в текущей ситуации актуальна и требует повышенного внимания. В ФАС России поступает большое количество обращений граждан, связанных с оказанием банковских услуг, значительная часть которых может быть рассмотрена с точки зрения добросовестности поведения кредитных организаций.

На сегодняшний день чаще всего предметом рассмотрения ФАС России являются действия, содержащие признаки нарушения статьей 14.2, 14.3 и 14.8 Закона о защите конкуренции. В связи с этим одним из ключевых направлений деятельности антимонопольного органа остается пресечение недобросовестного поведения финансовых организаций, в том числе связанного с введением потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств финансовых продуктов.

ФАС России зачастую сталкивается с практикой кредитных организаций по нераскрытию ключевых условий начисления «кешбэка» и иных бонусов, созданию новых способов сокрытия такой важной информации от потребителей по разным банковским продуктам, чаще всего по банковским вкладам, накопительным счетам, депозитам, дебетовым и кредитным картам, что, в свою очередь, может содержать признаки нарушения статьи 14.2 Закона о защите конкуренции.

2. Методы и результаты исследования

Основные выявленные признаки нарушений связаны со следующим:

- отсутствие на сайтах банков информации об отдельных условиях предоставляемых банком продуктов (недоведение информации до потребителя о неначислении процента с определенного остатка денежных средств);
- неполнота и противоречие информации на сайте банка его действующим тарифам;
- нарушения при оформлении вкладов с плавающей процентной ставкой (банк использовал формы заявлений на оформление, в которых был указан единый размер ставки, однако, к средствам, вносимым по вкладам в качестве пополнений, применялись меньшие процентные ставки, что не отражалось в типовой форме заявления);
- неинформирование потенциальных клиентов об ограничениях для получения «кешбэка» по кредитным и дебетовым картам;
- отсутствие не только доступной информации, но и прозрачной терминологии в договорах, на сайте банка и в личных кабинетах клиентов [7, 9].

Стоит отметить, что порядок начисления «кешбэков» и иных бонусов у каждой конкретной организации различается. Такой порядок может включать не только схему начисления бонусов, но и ограничения по их на-

числению, что, в свою очередь, зачастую приводит к нарушению статьи 14.2 Закона о защите конкуренции. Среди основных ограничений по начислению бонусов, нередко скрывааемых банками от клиентов, можно выделить:

- максимальный размер подлежащего начислению «кешбэка» за определенный период (чаще всего месяц);
- максимальная сумма покупки, с которой будет начислен «кешбэк» (бонусы);
- перечень МСС-кодов, участвующих в акции.

Пример 1. АО «Райффайзенбанк» на своем официальном сайте предлагал дебетовые и кредитные карты с «кешбэком» в размере 1,5%. При этом в рекламных материалах он также обещал ежемесячно возвращать стоимость покупок в указанном размере без каких-либо ограничений. ФАС России обнаружила в действиях АО «Райффайзенбанк» признаки нарушения антимонопольного законодательства.

В правилах программ лояльности по каждой из карт были указаны полные условия начисления «кешбэка», в том числе и ограничения для его получения.

Ряд операций, по которым не предусмотрено получение «кешбэка», представлен в виде таблицы с указанием МСС-кодов. Однако система применения таких кодов достаточно специфична, и большинство клиентов не владеют информацией о механизме ее функционирования, а также не знают о применении такой системы. При этом в правилах АО «Райффайзенбанк» не указано, каким образом клиенты могут узнать МСС-код до совершения операций.

В связи с этим ФАС России выдала АО «Райффайзенбанк» предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства¹ о прекращении действий, содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства, а именно статьи 14.2 Закона о защите конкуренции.

Кредитные организации используют «кешбэк» в качестве одного из преимуществ своих продуктов, тем самым привлекая потребителей обещаниями более выгодных условий. Это не первые случаи жалоб на неисполнение банками заявленных условий обслуживания. Подобное поведение, равно как и неполное донесение до потребителей условий программ лояльности для повышения спроса на услуги, недопустимо [11].

Подобное поведение не только нарушает конкурентную среду на рынке и наносит убытки добросовестным кредитным организациям и потребителям, но и снижает доверие к банковской системе. Конкуренция банков должна происходить за счет привлечения потребителей хорошими условиями и качеством обслуживания, а не за счет введения граждан в заблуждение о своих продуктах [12].

¹ Предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства от 21.07.2020 № ИА/61831/20.

Выданное ФАС России предупреждение было направлено на то, чтобы как потенциальные, так и действующие клиенты АО «Райффайзенбанка» были полностью проинформированы о продвигаемых им услугах, а также на неповторение подобных нарушений в дальнейшей работе банка.

АО «Райффайзенбанка» исполнило указанное предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства в установленные сроки.

- ограничение на начисление бонусов при использовании банковской карты преимущественно для бонусных категорий (чаще всего кредитные организации отказывают в начислении, если клиент совершает покупки только по одной бонусной категории товаров).

Стоит отметить, что на сегодняшний день также существует практика, когда кредитные организации скрывают существенные условия начисления «кешбэков» и иных бонусов по банковским продуктам на страницах сайтов или документах, доступ к которым возможен только посредством совершения клиентом ряда последовательных дополнительных действий, переходя из документа в документ и одновременном раскрытии такой информации мелким шрифтом зачастую в сносках в конце документа, что, в свою очередь, способно создать у потребителей впечатление о неважности такой информации.

В целях избежания ситуаций недополучения клиентами причитающихся им бонусов целесообразно раскрывать порядок получения бонусов со всеми ограничениями понятным и хорошо читающимся текстом непосредственно на страницах продуктов.

Пример 2. ФАС России возбудила дело о нарушении статьи 14.2 Закона о защите конкуренции в отношении ПАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК». Ведомство усмотрело в действиях банка признаки введения в заблуждение потенциальных потребителей относительно обязательных условий, влияющих на доходность ряда дебетовых карт².

В рамках продвижения дебетовых карт, предусматривающих начисление процента на остаток денежных средств, основное внимание посетителей сайта было обращено в первую очередь на размер начисляемого процента. Однако каких-либо указаний о том, что проценты не начисляются на остаток денежных средств на счетах таких карт, превышающий 300 000 рублей, на странице не было.

Одновременно ФАС России было установлено применение банком различных подходов к раскрытию информации о обязательных условиях, влияющих на доходность, в рамках продвижения дебетовых карт Пенсионная карта «Мудрость», «Мир привилегий МКБ ВР CLUB», МОСКАРТА в рамках пакета карточных услуг «Выгодный», а именно раскрытие ряда основных условий в единой таблице, размещенной на одном листе и структурирован-

² Дебетовых карт Пенсионная карта «Мудрость», «Мир привилегий МКБ ВР CLUB», МОСКАРТА в рамках пакета карточных услуг «Выгодный».

ной в виде отдельных пунктов и подпунктов по каждому условию, а отдельных условий (в том числе условия о наличии максимальной суммы денежных средств, на которую предусмотрено начисление процентов) – мелким шрифтом под таблицей, закрепляющей основные условия, наряду с иными пояснениями к тарифам.

ФАС России в результате проведенного анализа пришла к выводу, что такие действия банка могли ввести в заблуждение потенциальных потребителей относительно обязательных условий, влияющих на доходность ряда дебетовых карт. Неразмещение на сайте соответствующей информации, а также применение банком различных подходов к ее раскрытию могло привести к формированию ложного впечатления об отсутствии ограничений на сумму денежных средств, на которые предусмотрено начисление процентов на остаток, и о необходимости соблюдения только одного обязательного условия: поддержания среднемесячного остатка.

Ранее в феврале 2020 года банку уже было выдано предупреждение о прекращении действий с признаками нарушения и о принятии мер по устранению их последствий, которое организации надлежало исполнить в течение 10 дней с момента его получения. Однако «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» исполнил предупреждение не в полном объеме, на основании чего и было возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства.

Пример 3. В ФАС России поступили материалы Банка России о возможных признаках нарушения Закона о защите конкуренции при размещении на сайте АО «АЛЬФА-БАНК» информации об условиях использования кредитной карты «100 дней без процентов».

В ходе проведенной проверки ФАС России выявила применение неединообразного подхода при раскрытии сведений об отдельных условиях функционирования беспроцентного периода кредитной карты «100 дней без процентов».

Так, АО «АЛЬФА-БАНК» делало акценты на необходимости успеть погасить всю задолженность в рамках 100 дней льготного периода в качестве ключевого требования, исполнение которого заемщиком позволяет пользоваться заемными средствами без процентов. При этом банк не раскрывал в полной мере условия о необходимости своевременного внесения минимальных платежей, а также негативные последствия соответствующей просрочки.

Такой подход мог привести к формированию ложного впечатления о том, что несвоевременное внесение минимальных платежей приведет только к прекращению беспроцентного периода. Однако в действительности это влекло за собой и начисления процентов за пользование кредитными средствами с первого дня беспроцентного периода. Таким образом потребитель, просрочив оплату минимального платежа в любой из декларируемых банком 100 дней беспроцентного периода, был вынужден оплачивать проценты по кредиту, начисленные с первого дня предоставления услуги [8].

Подобное неединообразие было выявлено как в отношении информации, размещаемой на сайте банка, так и в типовых формах договора на выдачу кредитной карты.

Кроме того, ФАС России установила, что сведения о минимальной стоимости годового обслуживания кредитной карты «100 дней без процентов», размещаемые на сайте банка, являлись несоответствующими тарифам банка в отношении новых клиентов, оформляющих такие карты.

Таким образом, в действия АО «АЛЬФА-БАНК», выразившихся во введении в заблуждение потенциальных потребителей, были выявлены признаки нарушения антимонопольного законодательства.

ФАС России выдала АО «АЛЬФА-БАНК» предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства³, а именно статьи 14.2 Закона о защите конкуренции, в соответствии с которым банку необходимо было раскрыть на своем сайте сведения о полных условиях кредитной карты «100 дней без процентов», привести их к единообразному способу подачи информации, а также внести необходимые изменения в типовые формы договоров. АО «АЛЬФА-БАНК» также должно было уведомить клиентов, оформивших соответствующие банковские продукты ранее, о таких условиях.

В установленные сроки АО «АЛЬФА-БАНК» представило в ФАС России сведения об исполнении предупреждения и устранении причин и условий, которые способствовали возникновению такого нарушения.

Одновременно немаловажной является практика использования кредитными организациями при описании потребительских свойств своих банковских и комбинированных продуктов сравнительных оборотов, имеющих превосходное значение («лучшая ипотека», «лучшая зарплатная карта»), при одновременном ненадлежащем раскрытии оснований их использования, что, в свою очередь, может привести к созданию у потребителей впечатления о превосходстве продуктов определенного хозяйствующего субъекта и нарушению статьи 14.3 Закона о защите конкуренции.

Считаю необходимым еще раз подчеркнуть, что неполное раскрытие существенных условий соответствующей услуги способно создать у клиентов или потенциальных клиентов определенное впечатление, которое может способствовать перераспределению спроса — приобретению потребителями одними хозяйствующими субъектами и их потере другими.

Пример 4. АО «АЛЬФА-БАНК» на своем официальном сайте при описании пакета услуг премиального обслуживания использовала фразу «Лучшее премиальное обслуживание в России по данным агентства Frank Research Group», услуг ипотечного кредитования – фразу «Лучшая ипотека в России по версии международного журнала Global Finance», а при описании карт употребила фразу «Лучшая зарплатная карта».

³ Предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства от 07.05.2020 № ИА/38425/20.

Однако на тех же страницах сайта банк не представил надлежащих оснований, которые бы подтвердили обоснованность заявленной информации. Не были указаны характеристики и параметры проведения сравнения, в частности, временной период исследования, а также сведения о номинациях, на основании которых продукты банка были признаны обладающими соответствующими преимуществами. В случае с описанием зарплатных карт не был указан даже источник, проводивший соответствующее исследование.

При этом по информации с официального сайта агентства Global Finance «Альфа-Банк» стал одним из победителей в региональной подкатегории как «лучший ипотечный банк» в рамках использования кредитной организацией цифровых платформ и технологий. То есть указанная банком информация о «лучшей ипотеке в России» может представлять собой некорректное сравнение именно предоставляемой услуги ипотечного кредитования.

В свою очередь размещенная на сайте банка информация о «лучшем премиальном обслуживании» не сообщает о периоде проведения исследования, что ограничивает возможность потребителей оценить актуальность такого сравнения премиальных продуктов АО «АЛЬФА-БАНК».

Вместе с тем в Российской Федерации, кроме АО «АЛЬФА-БАНК», множество других кредитных организаций предлагает физическим лицам свои дебетовые карты в качестве зарплатных, а услуги премиального обслуживания и ипотечного кредитования являются распространенными и востребованными потребителями видами банковских продуктов.

На основании перечисленных фактов Служба пришла к выводу, что указанная на сайте АО «АЛЬФА-БАНК» информация о предлагаемых им продуктах без конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, может создать впечатление о превосходстве услуг банка.

Таким образом, в действиях АО «АЛЬФА-БАНК» были выявлены признаки недобросовестной конкуренции путем использования некорректного сравнения, запрет на который установлен статьей 14.3 Закона о защите конкуренции.

ФАС России выдала АО «АЛЬФА-БАНК» предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства⁴, в соответствии с которым банку надлежало указать источник, проводивший исследования, временной период его проведения, а также конкретные номинации, по которым продукты банка были признаны лучшими. В противном случае банк должен удалить спорную информацию и проинформировать об этом пользователей своего официального сайта.

⁴ Предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства от 07.08.2020 № АЦ/67709/20.

В установленные сроки АО «АЛЬФА-БАНК» представило в ФАС России сведения об исполнении предупреждения о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства и прекратило использовать фразы, не подкрепленные объективными данными, а отдельные утверждения, в свою очередь, были дополнены или изменены банком в соответствии с предупреждением.

Мы также видим, что некоторые кредитные организации не раскрывают информацию о наличии у них права на одностороннее изменение процентных ставок по накопительным продуктам (в отличие от банковских вкладов). Однако наличие такого права относится к условиям, влияющим на размер возможного дохода, получаемого потребителями по таким продуктам и напрямую зависящего от размеров процентных ставок [2].

Пример 5. ФАС России в 2020 году возбудило дело в отношении ПАО Банк «ФК Открытие» в связи с неисполнением банком в полном объеме выданного ФАС России предупреждения о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства.

На момент возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства, по мнению ФАС России, признаки нарушения ПАО Банком «ФК Открытие» статьи 14.8 Закона о защите конкуренции выразились в привлечении денежных средств на банковские счета «Накопительный», в связи с заявлением о применении максимальной процентной ставки в размере 9% с последующим изменением условий начисления процентов по счету таким образом, что заявленное привлекательное свойство оказалось фактически недостижимым, и потребители, открывшие счет «Накопительный» в период с 02.03.2019 по 29.02.2020, были лишены фактической возможности применения к их счетам заявленных ранее привлекательных условий.

При этом, изучив все имеющиеся в материалах дела документы и сведения, проанализировав аргументы ПАО Банком «ФК Открытие» и исследовав обстоятельства привлечения потребителей к открытию банковских счетов «Накопительный», а также принимая во внимание право кредитных организаций изменять условия обслуживания накопительных счетов, комиссия ФАС России установила, что действия ПАО Банком «ФК Открытие» содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного статьей 14.2 Закона о защите конкуренции.

В связи с этим комиссия ФАС России приняла решение выдать ПАО Банк «ФК Открытие» предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства, и принятии мер по устранению последствий такого нарушения.

По результатам анализа представленных ПАО Банком «ФК Открытие» документов и сведений, а также информации, размещенной на сайте банка, Комиссия пришла к выводу об исполнении банком требований второго предупреждения, что свидетельствует о прекращении ПАО Банком «ФК От-

крытие» действий, содержащих признаки нарушения статьи 14.2 Закона о защите конкуренции, и устранении последствий таких действий.

Учитывая изложенное, комиссией ФАС России было принято решение о прекращении рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ПАО Банк «ФК Открытие».

Изменение процентной ставки далеко не единственный используемый банками способ, приводящий к потери клиентами ожидаемого дохода. Так ФАС России отмечена практика кредитных организаций по привлечению денежных средств физических лиц на накопительные счета с последующим ухудшением потребительских свойств данных счетов по сравнению с первоначально заявленными, что, в свою очередь, приводит к нарушению статьи 14.8 Закона о защите конкуренции [10].

Стоит отметить, что подобная практика одностороннего изменения кредитными организациями существенных условий, приводящая к потере клиентами ожидаемого дохода, применяется банками не только по накопительным счетам или иным банковским продуктам, но и в рамках программ пакетов банковских услуг.

Пример 6. «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (АО) (далее – АТБ) без предварительного уведомления ухудшил условия начисления «кешбэка».

Так, одним из привлекательных потребительских свойств программы премиального пакета банковских услуг «Статус» являлась программа лояльности, предусматривающая начисление баллов «кешбэка» в размере 10-15% в выбранной категории и 1% в иных категориях при осуществлении покупок на сумму 25 000 рублей.

Приказом от 28 апреля 2020 года АТБ отменил начисление баллов по иным категориям, сохранив только начисления по специальным категориям, а также повысил минимальную сумму покупок, необходимую для начисления баллов, до 50 000 рублей. Но вступили эти изменения в силу «задним числом» – с 1 апреля 2020 года. Однако проинформировать клиентов банк должен был не менее чем за 3 рабочих дня до даты введения новой редакции тарифов.

Фактически сведения об изменении условий АТБ раскрыл своим клиентам спустя месяц. Ориентируясь на прежние условия, потребители по итогам апреля 2020 года не получили ожидаемый «кешбэк».

В результате рассматриваемых действий АТБ мог получить преимущество перед конкурирующими кредитными организациями. Потребители, не получив своевременно информацию о предстоящем ухудшении программ лояльности, были лишены возможности предварительно оценить новые условия банка для принятия осознанного решения о продолжении обслуживания в АТБ или отказе от услуг этого банка в пользу других кредитных организаций. Кроме того, банк не понес при этом обоснованных расходов, которые были бы неизбежны при добросовестной реализации им порядка изменения условий.

Таким образом, в действиях «Азиатско-Тихоокеанского Банка» ФАС России выявила признаки нарушения статьи 14.8 Закона о защите конкуренции и выдала организации предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства⁵. АТБ надлежало помимо осуществления действий, направленных на информирование клиентов, также выплатить клиентам денежные средства в размере дохода, недополученного ими в результате недоначисления баллов «кешбэк» в связи с односторонним внесением изменений в программу «Статус» без предварительного уведомления.

АТБ исполнил указанное предупреждение в установленные сроки.

ФАС России считает также правильным раскрывать природу банковских продуктов, будь то вклады или накопительные счета. При указании ставок по накопительным продуктам ФАС России считает необходимым одновременно указывать на право банка изменять процентную ставку по такому продукту в одностороннем порядке.

Кроме того, в 2021 году ФАС России выработала позицию по вопросу надлежащего оформления дополнительных стимулирующих бонусных программ третьих лиц при предоставлении финансовых услуг кредитными организациями, которая была направлена Ассоциации российских банков.

В частности, было отмечено, что стимулирующие бонусные программы третьих лиц – партнеров кредитных организаций, предлагаемые при одновременном предоставлении финансовых услуг, могут являться конкурентным преимуществом поставщика финансовых услуг. Нередко именно наличие той или иной бонусной программы партнера влияет на выбор потребителями финансовых услуг кредитной организации [6].

При предоставлении финансовых услуг с дополнительными стимулирующими бонусными программами кредитным организациям необходимо полностью раскрывать все существенные условия не только предоставляемой финансовой услуги, но и условий, связанных с ней бонусных программ третьих лиц.

Принимая во внимание, что условия стимулирующих бонусных программ основываются на внутренних документах партнеров кредитных организаций и банки не могут влиять на вносимые в них изменения, ФАС России считает необходимым при заключении договора кредитной организацией разъяснять потребителям, что условия стимулирующих бонусных программ могут измениться в зависимости от решения партнера кредитной организации, а также указывать эту информацию во всех материалах и на доступных информационных ресурсах.

Пример 7. В письме Ассоциации российских банков ФАС России было отмечено, что в целях недопущения введения потребителей финансовых услуг в заблуждение при описании преимуществ соответствующих услуг

⁵ Предупреждение о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства от 16.09.2020 № ИА/80210/20.

кредитные организации, по мнению ФАС России, должны раскрывать следующую информацию:

- о поставщике стимулирующих бонусных программ;
- об условиях, соблюдение которых необходимо для получения соответствующих бонусов в рамках стимулирующей бонусной программы третьих лиц;
- о наличии возможности поставщика стимулирующих бонусных программ в одностороннем порядке изменять условия предоставления бонусных программ, а также влиянии этих изменений на условия предоставления финансовой услуги;
- об актуальных существенных условиях стимулирующих бонусных программ с указанием/ссылкой на ресурс, на котором может быть получена полная информация об условиях таких программ [4].

Дополнительно стоит учитывать, что каждая ситуация, связанная с односторонним изменением условий предоставления финансовых услуг, в том числе связанная с изменением условий стимулирующих бонусных программ третьих лиц – партнеров банка, рассматривается антимонопольным органом индивидуально, а выводы о наличии или отсутствии нарушения антимонопольного законодательства делаются исходя из конкретных обстоятельств [1].

Кроме того, ФАС России продолжило совместную с Банком России работу по развитию института совместных писем. В целях защиты абонентов от получения нежелательной рекламы и для обеспечения соблюдения прав и законных интересов заемщиков при оформлении потребительского кредита (займа) ФАС России совместно с Банком России в информационном письме от 06.09.2021 № АК/75514/21 для кредитных организаций, микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, ломбардов были разработаны рекомендации по получению от заемщика соответствующего согласия.

Соблюдение хозяйствующими субъектами рекомендаций позволит прекратить распространение недобросовестных практик, в соответствии с которыми получение финансовой услуги невозможно без одновременного предоставления согласия на получение информационных (рекламных) материалов, в том числе от третьих лиц.

Пример 8. ФАС России совместно с Банком России были выявлены случаи, когда согласие на получение рекламы включалось в текст договора потребительского кредита (займа), заявления о предоставлении потребительского кредита (займа) или иного документа, оформляемого в связи с получением потребительского кредита (займа), при этом заемщику не предоставлялось право отказаться от дачи согласия на получение рекламы.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие

абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы. Поэтому включение обязательного условия о даче согласия клиента на получение рекламной рассылки в текст договора потребительского кредита (займа), заявления о предоставлении потребительского кредита (займа) или иного документа, в том числе в форме электронного документа, при заключении договора потребительского кредита (займа) противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения, и является ненадлежащей формой получения предварительного согласия клиента (абонента) на получение рекламы [5].

Так, кредиторам и третьим лицам согласно информационному письму в случае включения согласия на получение рекламы в текст договора потребительского кредита (займа), заявления о предоставлении потребительского кредита (займа) или иного документа, в том числе в форме электронного документа (в случае предоставления потребительского кредита (займа) посредством дистанционных (цифровых) каналов) рекомендовано обеспечить потребителям возможность проставления отдельных подписей в отношении каждого рекламодателя в лице кредитора и третьих лиц.

Оформление отдельного документа, а в случае взаимодействия при предоставлении потребительского кредита (займа) посредством дистанционных (цифровых) каналов – отдельной формы на сайте кредитора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в информационном письме отмечено как наилучшая практика получения согласия на получение рекламы. При этом выбор конкретного способа реализации содержащихся в информационном письме рекомендаций осуществляется каждым рекламодателем в лице кредиторов и третьих лиц самостоятельно [3].

Одновременно в согласие на получение рекламы также было рекомендовано включать информацию о наличии у заемщика права на отказ от распространения рекламы, а также о том, что отказ от получения рекламы не является основанием для отказа в предоставлении потребительского кредита (займа). Соответствующее решение целесообразно подтверждать подписью заемщика (отметкой о согласии или несогласии).

Получая обращения граждан, содержащие жалобы на действия кредитных организаций, или выявляя признаки недобросовестных действий самостоятельно на официальных сайтах банков или банковских форумах, мы направляем банкам запросы информации, затем на основе полученных данных готовим предупреждения о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства.

Вместе с тем в 2021 году можно отметить тенденцию к добровольному устранению нарушений уже на стадии запроса информации у финансовых организаций, не доходя до этапа подготовки предупреждения.

3. Заключение

Указанные проблемные аспекты, связанные с защитой прав потребителей финансовых услуг, с развитием конкуренции, в том числе в сфере рекламы, являются лишь частью существующих проблем в данной области. При этом выявленные нарушения успешно пресекаются монопольными органами. Однако к полномочиям антимонопольных органов относится не только карательная функция, направленная на выявление и пресечение выявленных нарушений действующего законодательства, но также и предупредительная функция, позволяющая всем заинтересованным лицам получить необходимые разъяснения норм права, методическую помощь с тем, чтобы, в свою очередь, осуществлять меры, направленные на развитие конкуренции, предотвращение и профилактику нарушений антимонопольного законодательства. В частности, в целях информирования и доведения до сведения всех заинтересованных лиц на сайте Федеральной антимонопольной службы России в постоянном режиме публикуются актуальные разъяснения законодательства Российской Федерации, в том числе антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе, приводятся сообщения о принятых антимонопольными органами решениях. Также за счет разработанной позиции по вопросу надлежащего оформления дополнительных стимулирующих бонусных программ третьих лиц при предоставлении финансовых услуг кредитными организациями, которая была направлена ФАС России Ассоциации российских банков.

Активное взаимодействие антимонопольных органов, а также всех заинтересованных лиц, в том числе кредитных организаций, по развитию конкуренции на рынке банковских услуг позволит достичь тех целей, которые поставлены в Национальном плане развития конкуренции.

Список источников

1. Вишневер В.Я., Семина О.В. Сущность, необходимость и инструменты государственного регулирования банковской конкуренции // *Проблемы развития предприятий: теория и практика*, 2021, по. 1-1, с. 16-20.
2. Донецкова О.Ю. Состояние межбанковской конкуренции на российском банковском рынке // *Финансы: теория и практика*, 2021, по. 25 (1), с. 43-156.
3. Кашеваров А.Б., Никитина Т.Е. Актуальные вопросы развития конкуренции и поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе в сфере наружной рекламы // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2019, по. 4 (112), с. 50-62.
4. Кирьянов А.Н. Конкурентное право. Соотношение публично-правовых и частно-правовых средств в антимонопольном законодательстве (на примерах правоприменительной практики антимонопольных органов // *Материалы IX Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы»*. Воронеж, 2019, с. 79-82.
5. Лагунова И.В. Антимонопольный контроль на финансовом рынке // *Материалы Национальной конференции с международным участием «Антимонопольная политика. Региональная практика»*. Брянск, 2021, с. 22-29.
6. Мерзлякова А.В. Специфика конкурентных отношений российских банков на современном этапе // *Материалы Всероссийской научно-практической*

конференции «Экономическое развитие России: состояние, тенденции и перспективы». Курск, 2019, с. 284-288.

7. Никонец О.Е., Пунина И.В. Совершенствование конкуренции на рынке банковских услуг // *Материалы Национальной конференции с международным участием «Антимонопольная политика. Региональная практика»*. Брянск, 2021, с. 249-255.

8. Разъяснение Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 закона о защите конкуренции» (утв. Протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11) // *Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)*, 2017, no. 9 (37), с. 141-167.

9. Савицкая И.Г. Проблемы применения института предупреждения о прекращении действий, содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства Российской Федера-

ции // *Арбитражные споры*, 2020, no. 4 (92), с. 45-46.

10. Степанова О.В., Леготина Е.В. Недобросовестная конкуренция выявление и противодействие на примере коммерческих банков // *Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия»*. Кемерово, 2021, с. 261-264.

11. Федорова Е.В. Недобросовестная конкуренция на рынке финансовых услуг: актуальные вопросы правоприменения // *Конкурентное право*, 2019, no. 2, с. 39-43.

12. Фленова Е.В. Угрозы экономической безопасности банковской сферы и методы их оценки // *Материалы IV Международной научно-практической конференции «Управление экономикой, системами, процессами»*. Пенза, 2020, с. 196-198.

ASPECTS OF UNFAIR COMPETITION IN THE BANKING SERVICES MARKET

Kashevarov Andrey Borisovich, Deputy Head of FAS Russia, Cand. Sci. (Econ.), Head of the Federal Antimonopoly Service Department of the Financial University under the Government of the Russian Federation

Central Office of FAS Russia, Sadovaya-Kudrinskaya st., 11, Moscow, Russia, 125993;
e-mail: delo@fas.gov.ru

Importance: suppression of unscrupulous behavior of financial organizations, including those associated with misleading consumers about the consumer properties of financial products. *Purpose:* Identification and analysis of the main signs of acts of unfair competition in the banking services market. *Research design:* as part of the relevance of protecting the rights of consumers of financial services, at the present stage, signs of violation of antimonopoly legislation are classified on the basis of citizens' appeals related to the provision of banking services, a significant part of which can be considered from the point of view of the integrity of the behavior of credit institutions. This approach makes it possible to form a complex system of signs of manifestations of acts of unfair competition in the banking services market, taking into account the actual practice of the Federal Antimonopoly Service in this area. *Results:* a set of distinguishing features of various forms of manifestation of unfair competition in the banking services market has been formulated. An assessment is made of the modern practice of credit institutions in not disclosing the key conditions for accruing «cashback» and other bonuses, in creating new ways to hide information from consumers on various banking products. A tendency towards voluntary elimination of violations at the stage of requesting information from financial institutions, up to the stage of preparing a warning, was revealed.

Keywords: banking services market, financial institutions, bank cards, banking products, stimulating bonus programs.

References

1. Vishnever V.Ya., Semina O.V. Sushnost', neobxodimost' i instrumenty gosudarstvennogo regulirovaniya bankovskoj konkurencii. *Problemy razvitiya predpriyatij: teoriya i praktika*, 2021, no. 1-1, pp. 16-20. (In Russ.)
2. Doneczkova O.Yu. Sostoyanie mezhbankovskoj konkurencii na rossijskom bankovskom ry`nke. *Finansy: teoriya i praktika*, 2021, no. 25 (1), pp. 43-156. (In Russ.)
3. Kashevarov A.B., Nikitina T.E. Aktual`ny`e voprosy` razvitiya konkurencii i podderzhki sub``ektov malogo i srednego predprinimatel`stva, v tom chisle v sfere naruzhnoj reklamy`. *Sovremennaya e`konomika: problemy` i resheniya*, 2019, no. 4 (112), pp. 50-62. (In Russ.)
4. Kir`yanov A.N. Konkurentnoe pravo. Sootnoshenie publichno-pravovy`x i chastno-pravovy`x sredstv v antimonopol`nom zakonodatel`stve (na

primerax pravoprimitel'noj praktiki antimonopol'ny'x organov). *Materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Aktual'ny'e voprosy razvitiya konkurentnoj politiki, sovershenstvovaniya pravoprimitel'noj praktiki presecheniya nedobrosovestnoj konkurencii i nenadlezhashhej reklamy»*. Voronezh, 2019, pp. 79-82. (In Russ.)

5. Lagunova I.V. Antimonopol'ny'j kontrol' na finansovom ry'nke. *Materialy nacional'noj konferencii s mezhdunarodny'm uchastiem «Antimonopol'naya politika. Regional'naya praktika»*. Bryansk, 2021, pp. 22-29. (In Russ.)

6. Merzlyakova A.V. Specifika konkurentny'x otnoshenij rossijskix bankov na sovremennom etape. *Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii «E'konomicheskoe razvitie Rossii: sostoyanie, tendencii i perspektivy»*. Kursk, 2019, pp. 284-288. (In Russ.)

7. Nikonec O.E., Punina I.V. Sovershenstvovanie konkurencii na ry'nke bankovskix uslug. *Materialy nacional'noj konferencii s mezhdunarodny'm uchastiem «Antimonopol'naya politika. Regional'naya praktika»*. Bryansk, 2021, pp. 249-255. (In Russ.)

8. Raz'yasnenie Prezidiuma FAS Rossii ot 07.06.2017 № 8 "o primenenii polozhenij stat'i 10 zakona o zashhite konkurencii" (utv. Protokolom Prezidiuma FAS Rossii ot

07.06.2017 № 11). *Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGYuA)*, 2017, no. 9 (37), pp. 141-167. (In Russ.)

9. Saviczskaya I.G. Problemy primeneniya instituta preduprezhdeniya o prekrashhenii dejstvij, sodержashhix priznaki narusheniya antimonopol'nogo zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii. *Arbitrazhny'e spory*, 2020, no. 4 (92), pp. 45-46. (In Russ.)

10. Stepanova O.V., Legotina E.V. Nedobrosovestnaya konkurenciya vy'yavlenie i protivodejstvie na primere kommercheskix bankov. *Materialy IV Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii studentov, magistrantov, aspirantov, nauchno-pedagogicheskix rabotnikov i specialistov v oblasti antimonopol'nogo regulirovaniya «Konkurenciya i monopoliya»*. Kemerovo, 2021, pp. 261-264. (In Russ.)

11. Fedorova E.V. Nedobrosovestnaya konkurenciya na ry'nke finansovy'x uslug: aktual'ny'e voprosy pravoprimeneniya. *Konkurentnoe pravo*, 2019, no. 2, pp. 39-43. (In Russ.)

12. Flenova E.V. Ugrozy e'konomicheskoy bezopasnosti bankovskoj sfery i metody ix ocenki. *Materialy IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Upravlenie e'konomikoj, sistemami, processami»*. Penza, 2020, pp. 196-198. (In Russ.)