



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 1. С. 20–26

Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law, 2023, vol. 23, iss. 1, pp. 20–26

<https://eup.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-20-26>, EDN: FSIQPM

Научная статья

УДК 346.7

Мисселинг как современный инструмент недобросовестных продаж банковских продуктов и услуг в коммерческих банках



О. А. Синиченко

Таганрогский институт управления и экономики, Россия, 347900, г. Таганрог, ул. Петровская, д. 45

Синиченко Олеся Андреевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов, o.sinichenko@tmei.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9216-4528>

Аннотация. Введение. Мисселинг на сегодняшний день стал проблемой для клиентов коммерческих банков. Мисселинг можно встретить как в крупных кредитных организациях, так и мелких банках. Формально это не нарушение закона, но, по сути введение клиента в заблуждение. На деле происходит банковское мошенничество при продаже банковского продукта или услуги. Несмотря на то что данное явление в разной степени участия можно встретить практически в любом банке, с научной точки зрения оно пока недостаточно изучено, хотя в последнее время Банк России законодательно начал пытаться регулировать данный процесс. **Теоретический анализ.** В статье проводится анализ понятия «мисселинг» и его место в технике недобросовестных продаж банковских продуктов и услуг в коммерческих банках. Выделяются современные виды мисселинга: недобросовестное информирование, связанная продажа, непрозрачное ценообразование, продажа неподходящих продуктов, подмена продукта. **Эмпирический анализ.** Выявлено, что число случаев мисселинга в банковской сфере в анализируемом периоде увеличилось, одними из причин стали значительное снижение ключевой ставки после высокого ее значения, низкий уровень финансовой грамотности населения. На фоне значительного снижения жалоб, связанных с инвестиционным страхованием жизни, произошло увеличение жалоб, связанных с накопительным страхованием жизни, а также всех остальных жалоб по различным тематикам. **Результаты.** Сформулированы и описаны направления совершенствования противодействия мисселингу со стороны Банка России, коммерческих банков и клиентов. Одним из таких направлений стало введение новых правил продажи финансовых продуктов Банком России. Если ЦБ РФ выявит со стороны коммерческого банка нарушение, то он вправе выдать финансовой организации предписание о приостановке продажи продукта до тех пор, пока замечания не будут устранены. В некоторых случаях Банк России может обязать банк выкупить у клиентов все проданные с нарушением продукты и вернуть за них деньги в полном объеме.

Ключевые слова: мисселинг, недобросовестное поведение, неприемлимая практика, некачественная продажа, коммерческий банк, техника продаж банковских продуктов, банковская сфера

Для цитирования: Синиченко О. А. Мисселинг как современный инструмент недобросовестных продаж банковских продуктов и услуг в коммерческих банках // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 1. С. 20–26. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-20-26>, EDN: FSIQPM

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Misseling as a modern tool of unfair sales of banking products and services in commercial banks

O. A. Sinichenko

Taganrog Institute of Management and Economics, 45 Petrovskaya St., Taganrog 347900, Russia

Olesya A. Sinichenko, o.sinichenko@tmei.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9216-4528>

Abstract. Introduction. Misseling has become a problem for commercial bank customers today. Misseling can be found both in large credit institutions and small banks. Formally, this is not a violation of the law, but, in fact, misleading of the client. In fact, there is a bank fraud when selling a banking product or service. Despite the fact that this phenomenon can be found in almost any bank to varying degrees of participation, from a scientific point of view it has not yet been sufficiently studied, although recently the Bank of Russia has made an attempt to regulate this process legislatively. **Theoretical analysis.** The article analyzes the concept of “misseling” and its place in the technique of unfair sales of banking products and services in commercial banks. Modern types of misseling are distinguished: unfair information, related sales, opaque pricing, sale of unsuitable products, product substitution. **Empirical analysis.** It was revealed that the number of misseling cases in the banking sector in the analyzed period increased, one of the reasons was a significant reduction in the key rate after its high value, low level of the population’s financial literacy. Against the background of a significant decrease in complaints related to investment life insurance, there was an increase in complaints related to cumulative life insurance, as well as the number of all other complaints on various topics. **Results.** The directions of improvement on encountering misseling by the Bank of Russia, commercial banks and clients are formulated and described. One of these areas was the introduc-



tion of new rules for the sale of financial products by the Bank of Russia. If the Central Bank of the Russian Federation detects a violation on the part of a commercial bank, it has the right to issue an order to the financial institution to suspend the sale of the product until the problems are eliminated. In some cases, the Bank of Russia may oblige the bank to buy back from customers all products sold in violation and make a full refund.
Keywords: misseling, unfair behavior, unacceptable practice, low-quality sales, commercial bank, banking products sales technique, banking sector

For citation: Sinichenko O. A. Misseling as a modern tool of unfair sales of banking products and services in commercial banks. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2023, vol. 23, iss. 1, pp. 20–26 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-20-26>, EDN: FSIQPM

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Мисселинг – относительно новое понятие в области оказания некачественных услуг. Однако если изучать его качественные характеристики, то сразу станет понятным, что на самом деле данный инструмент воздействия на потребителей услуг уже давно применяется в России в различных сферах деятельности человека.

Мисселинг – любая неприемлемая практика или недобросовестное поведение финансовых организаций при их взаимодействии с потребителями и инвесторами [1]. По сути, это навязывание платных, но не нужных людям опций при продаже услуг и товаров. При этом, по

статистике, чаще всего мисселинг встречается именно в банковской сфере. Пострадавшими от мисселинга могут стать клиенты любого возраста, но, к сожалению, большинство из них – пенсионеры и люди с низким уровнем финансового грамотности.

Теоретический анализ

«Мисселинг» достаточно общий термин, который характеризует и все возможные виды неприемлемых практик и недобросовестного поведения. В связи с этим возникает необходимость рассмотрения данных видов более подробно (рис. 1).

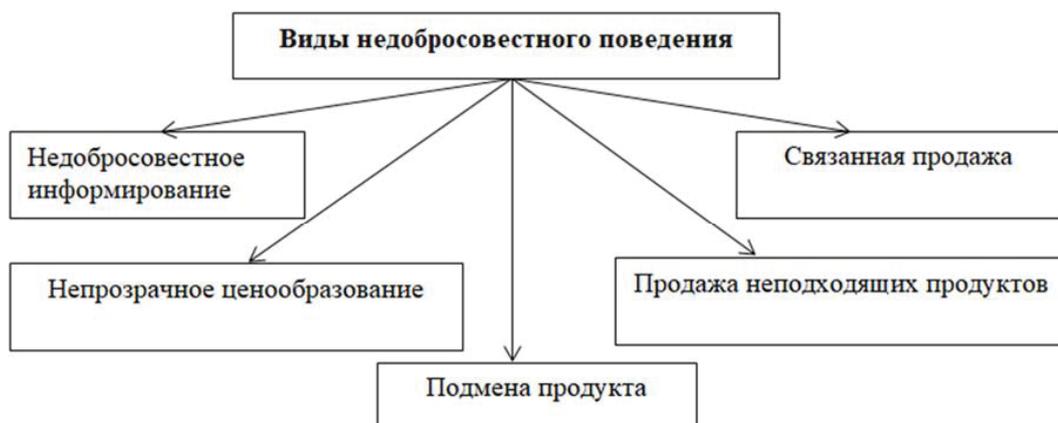


Рис. 1. Виды недобросовестного поведения в банковской сфере (сост. по: [2])

Fig. 1. Types of unfair behavior in the banking sector (compiled to [2])

1. *Недобросовестное информирование.* Искажение и/или представление клиенту неполной информации о финансовом продукте (услуге).

Данный вид недобросовестного поведения может происходить по двум направлениям. В первом случае имеет место быть искажение информации о доходности и рисках продукта. Сотрудники банков могут обещать клиентам гарантированное получение дохода, хотя сам банковский продукт этого не предусматривает, также они могут ссылаться на Федеральный закон «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» № 177-ФЗ, но на самом деле продукт

может не попадать под статус застрахованного.

Во втором случае сотрудник банка умалчивает ключевые характеристики банковского продукта, чем вводит клиента в заблуждение. Например, сотрудник банка предлагает оформить инвестиционный или страховой продукт с повышенным уровнем доходности, при этом на консультации он упоминает только о положительных его качествах. При этом банковский менеджер не говорит об особых условиях оформления, отсутствии гарантий получения полной суммы внесенных денежных средств при досрочном расторжении договора.



Банковский продукт может быть фактически продан через акцептную форму оплаты, когда клиенту не предоставляются на ознакомление конкретные условия договора, договор считается заключенным по факту перевода средств, в том числе при выраженном несогласии с получением данной услуги в заявлении о предоставлении потребительского кредита.

Навязывание продуктов (услуг) без предварительного ознакомления клиента с документами, содержащими все условия совершаемой сделки, также является подвидом мисселинга.

2. *Продажа неподходящих продуктов.* Продажа финансовых продуктов или услуг, не отвечающих интересам клиентов.

Случается, что клиент, впервые обратившись в банк с какой-либо проблемой, не может самостоятельно выбрать себе подходящий банковский продукт. И, конечно, опытный сотрудник должен ему помочь. Но иногда недобросовестные сотрудники могут, например, продать долгосрочный инвестиционный продукт клиентам с низким уровнем жизни (пенсионеры, незащищенные слои населения). При досрочном выходе из таких продуктов не возвращается сумма изначально инвестированных средств. Или возможна другая ситуация с аналогичным типом клиентов, когда им продают банковские услуги с высоким уровнем риска, к которой они зачастую не готовы.

В эту группу поведения также можно добавить и продажу сложных финансовых продуктов лицам, не обладающим достаточным опытом и знаниями.

3. *Непрозрачное ценообразование.* Введение в заблуждение относительно размера комиссий, стоимости (справедливой стоимости) финансового продукта или услуги.

К данной категории можно отнести продажу банковских продуктов со скрытыми комиссиями, предложение продуктов с необоснованно завышенной стоимостью по сравнению с аналогичными продуктами у конкурентов, неразъяснение гражданину информации о полной стоимости продукта или услуги, а также о дополнительных расходах, связанных с их приобретением и хранением, упоминание о том, что комиссию необходимо вносить с определенной периодичностью. Или же, например, ситуация, которую можно встретить при инвестировании, когда брокер навязывает клиенту приобретение финансовых инструментов (услуг) совершения сделок за счет клиента в целях увеличения комиссии (агентского вознаграждения), не имеющих экономического смысла для клиента.

4. *Связанная продажа.* Практика компании, предоставляющей финансовый продукт или услугу при условии, что клиент покупает какой-либо другой продукт или услугу. Наиболее часто

встречающимся примером такого поведения является включение договора об обязательном пенсионном страховании в комплект документов, необходимых для получения договора займа, или предоставление кредита только при условии приобретения определенного страхового продукта. Стоит отметить, что существует обязательное и добровольное страхование. В первом случае оно применяется только в ипотечном кредитовании. Согласно закону, нужно застраховать от риска утраты или повреждения приобретаемую недвижимость. Добровольное кредитование применяется во всех остальных случаях займа.

5. *Подмена продукта.* Предложение одного финансового продукта (услуги) под видом другого. Например, клиент обратился в банк с целью открыть классический вклад, а сотрудник оформил ему инвестиционный продукт или же комбинированный вид вклада, включающий инвестиционную составляющую.

1 июля 2022 г. начали действовать новые правила продажи сложных финансовых продуктов. Теперь банки обязаны проговаривать клиенту, что данный инструмент не является вкладом и не подпадает под государственную систему обязательного страхования, а доходность не гарантирована. Причем все сведения, доведенные до клиента в устной форме, должны полностью соответствовать тому, что написано в информационных документах, с которыми человек должен ознакомиться и подтвердить это своей подписью.

Новые правила касаются тех сложных продуктов, которые чаще всего продаются с мисселингом. Прежде всего, это инвестиционное и накопительное страхование жизни (ИСЖ и НСЖ).

В случае если коммерческий банк будет уличен в нарушении вышеперечисленных правил, Банк России имеет право выдать кредитной организации предписание о приостановке продаж данного продукта или услуги до того момента, пока замечания не будут устранены. В особых случаях регулятор может обязать банк выкупить у клиентов все проданные с нарушением продукты и вернуть за них деньги в полном объеме.

Эмпирический анализ

В Банк России регулярно поступает большое число жалоб на кредитные организации, часть из них приходится на проблему мисселинга. Всего за I полугодие 2022 г. в Банк России на рассмотрение поступило 198,5 тыс. жалоб от потребителей финансовых услуг и инвесторов, что на 36,3% больше, чем за I полугодие 2021 г. (рис. 2). В отношении кредитных организаций за I полугодие 2022 г. количество жалоб в отношении кредитных организаций выросло на 17,8% по сравнению с тем же периодом предыдущего года и составило 101,1 тыс.

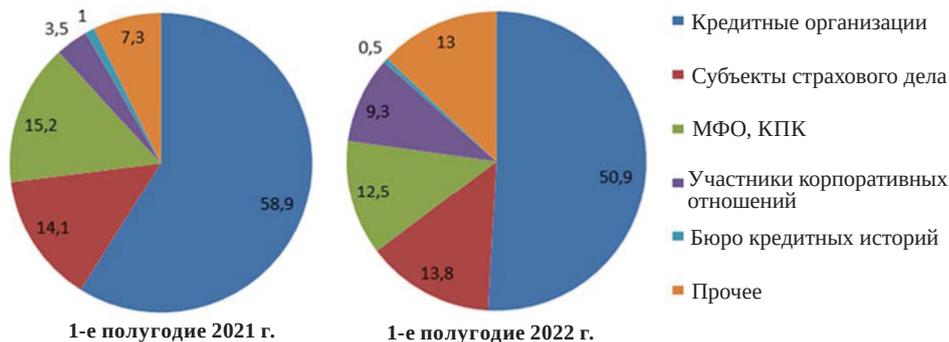


Рис. 2. Распределение общего количества жалоб в январе–июне 2021 г. и январе–июне 2022 г., % (сост. по: [2]; цвет online)

Fig. 2. Distribution of the total number of complaints in January–June 2021 and January–June 2022, % (compiled to [2]; color online)

Наибольшая доля жалоб на кредитные организации связана с вопросами потребительского кредитования – 23,5%. По сравнению с I полугодием 2021 г. удельный вес таких жалоб снизился на 11,6 п.п. (рис. 3).

К жалобам в отношении кредитных организаций относится и мисселинг. На рис. 4 более подробно показано распределение жалоб, связанных с мисселингом, в разрезе категорий участников финансового рынка.

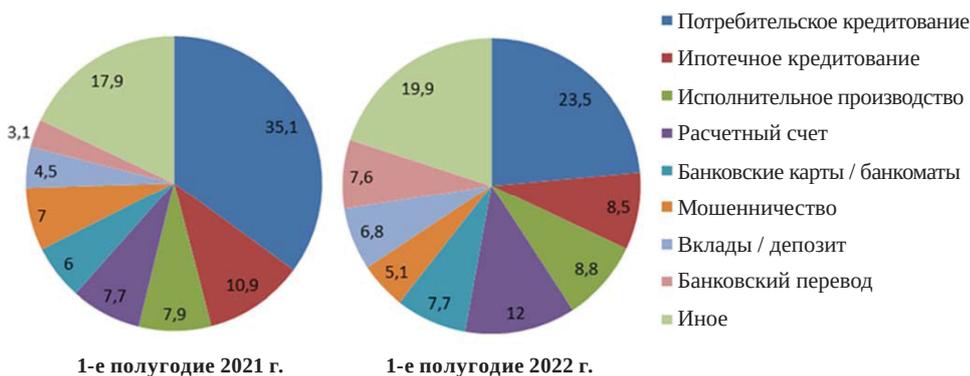


Рис. 3. Распределение жалоб в отношении кредитных организаций в январе–июне 2021 г. и январе–июне 2022 г., % (сост. по: [2]; цвет online)

Fig. 3. Distribution of complaints against credit institutions in January–June 2021 and January–June 2022, % (compiled to [2]; color online)

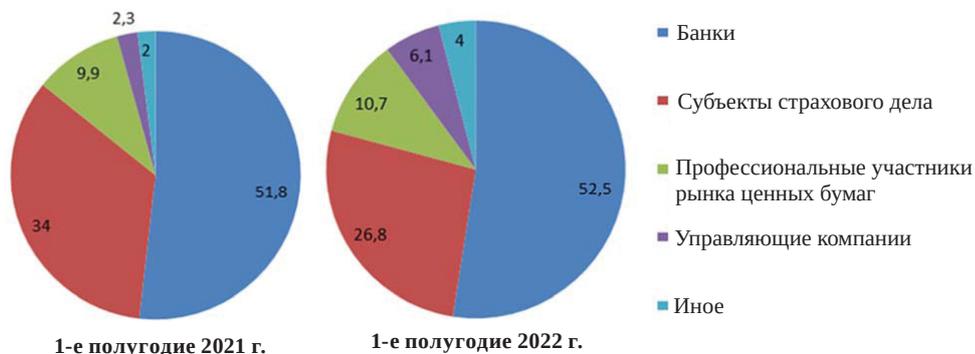


Рис. 4. Распределение жалоб, связанных с мисселингом, в разрезе категорий участников финансового рынка в январе–июне 2021 г. и январе–июне 2022 г., % (сост. по: [2]; цвет online)

Fig. 4. Distribution of complaints related to mis-selling by categories of financial market participants in January–June 2021 and January–June 2022, % (compiled to [2]; color online)



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. Банком России за I полугодие выписано в отношении кредитных организаций: 1 предписание об устранении / недопущении нарушений; 81 протокол об административном правонарушении;

137 рекомендаций / надзорных писем, направленных поднадзорным организациям.

Таким образом можно сделать вывод о том, что ситуация с недобросовестными практиками продаж банковских продуктов и услуг усложняется. Для полного представления сути проблемы необходимо выявить основные темы жалоб, связанных с мисселингом, что отобразено на рис. 5.

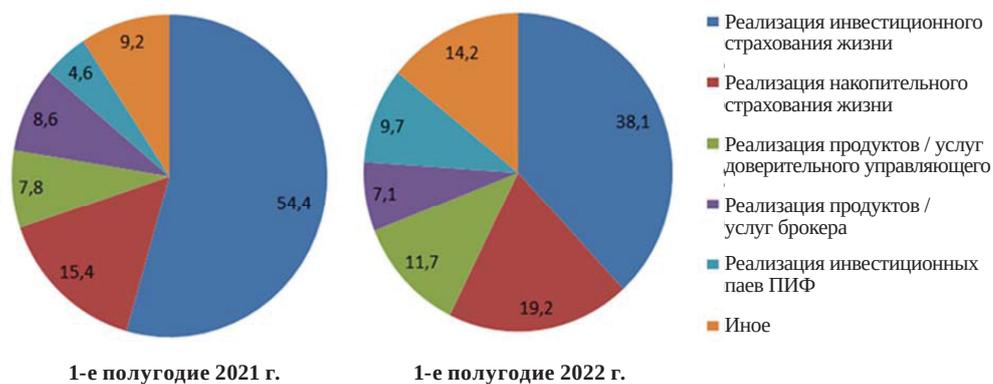


Рис. 5. Распределение жалоб, связанных с мисселингом, в разрезе тематик в январе–июне 2021 г. и январе–июне 2022 г., % (сост. по: [2]; цвет online)

Fig. 5. Distribution of complaints related to mis-selling by subject in January–June 2021 and January–June 2022, % (compiled to [2]; color online)

Данные, представленные на рисунке, показывают, что структура жалоб за год изменилась. На фоне значительного снижения жалоб, связанных с инвестиционным страхованием жизни, на 16,3 п.п. произошло увеличение на 3,8 п.п. жалоб, связанных с накопительным страхованием жизни, а также число всех остальных жалоб по различным тематикам. С чем же все-таки связан этот рост? Самое простое объяснение этому – банки пытаются в краткосрочной перспективе нарастить прибыль, а также отсутствие серьезных последствий для банков в случае обнаружения нарушений.

Рассмотрим причины увеличения недобросовестных практик продаж финансовых продуктов в форме мисселинга.

Одной из причин увеличения жалоб, связанных с мисселингом в банковской сфере, в 2022 г. является снижение ключевой ставки и, как следствие, ставок по вкладам после того, как в марте 2022 г. они достигали 15–20%. Люди пытаются найти новый способ вложения средств с таким же уровнем доходности, и сотрудники банков под видом вкладов предлагают инвестиционные продукты с высоким уровнем риска.

В развитых странах процентная ставка по вкладам тоже косвенно привязана к уровню инфляции, так чтобы доходность вкладам была выше уровня инфляции. Однако в РФ сейчас

другая ситуация. Несмотря на замедление темпов роста цен, прогноз по годовой инфляции остается неутешительным. По оценке Банка России, с учетом проводимой денежно-кредитной политики годовая инфляция в 2022 г. составит 18–23%. Очевидно, что текущие ставки по банковским вкладам инфляцию не покрывают. Такое поведение представителей кредитных организаций ведет к тому, что у клиентов пропадает доверие ко всем банкам, в том числе и добросовестным.

У многих крупных банков есть дочерние страховые компании, услуги которых нужно продавать. До сотрудников доводят планы, от которых зависят зарплаты и премии. Но людей, которые обращаются в банк, страховки и инвестиции обычно не интересуют. Поэтому и возникает мисселинг, когда клиента вынуждают оформить нужный продавцу продукт любым способом [2].

Другими причинами развития мисселинга в Российской Федерации являются низкий уровень финансовой грамотности населения и несовершенство российского законодательства, которое должно ограничивать недобросовестные практики продаж финансовых продуктов посредством досудебного урегулирования споров.

Есть определенные схемы поведения клиентов, которые столкнулись с мисселингом. Прежде всего, стоит понимать, что на сегодняшний



день мисселинг – это не нарушение закона, а недобросовестная практика, как это указано выше.

Однако по Закону «О защите прав потребителей» продавец финансовых продуктов обязан предоставить клиенту полную информацию о нем перед тем, как тот совершит покупку [4]. Проблема состоит в том, что банки зачастую страхуются и подробно описывают условия продукта в договоре, а при консультации сообщают лишь часть его характеристик. К сожалению, клиенты часто не хотят тщательно изучать договор перед его подписанием, и, как следствие, возникают сложности в дальнейшем при сборе доказательств о том, что имел место мисселинг.

Если клиент, по его мнению, обманут и имел место мисселинг со стороны сотрудника банка, то необходимо подать жалобу. Это можно сделать несколькими способами. Через интернет-приемную Банка России можно направить письменное обращение с жалобой. Ответа на обращение придется ждать в среднем три дня. Но сложные случаи могут требовать больше времени, от 1 до 2 месяцев, предупреждают в ЦБ.

В 2019 г. при поддержке Центробанка в России заработал институт финансового уполномоченного (или финансовый омбудсмен). Его задача – быстро и в досудебном порядке разрешать споры между частными лицами и финансовой организацией (правда, только в том случае, если размер претензий не больше 500 тыс. руб., с момента нарушения прошло не больше трех лет, а банк или страховая входят в специальный реестр). С 2021 г. омбудсмен занимается рассмотрением претензий к банкам и негосударственным пенсионным фондам. А подать обращение можно через портал «Госуслуги» [5].

Результаты

На фоне такого роста числа жалоб, связанных с мисселингом, необходимо сформулировать основные направления противодействия данному явлению. Эти рекомендации должны быть сгруппированы по двум направлениям: для Банка России, коммерческих банков и для потребителей банковских продуктов и услуг.

Возможно предложить следующие направления совершенствования противодействия мисселингу со стороны Банка России и коммерческих банков.

1. Создание службы выездных проверок на местах. Такая служба будет действовать по принципу тайного покупателя и проводить проверки в тем кредитных организациях, где отмечено значительное число жалоб, связанных с мисселингом. Данное направление позволит четко определить степень вины коммерческого банка.

2. На фоне издания указаний Банка России о минимальных (стандартных) требованиях к содержанию информации и к условиям и порядку осуществления банковских услуг в 2022 г. [6, 7] необходимо дополнительно разработать на уровне регулятора стандарт продаж банковских продуктов и услуг, в котором по каждому продукту будет прописан перечень обязательных пунктов, о которых следует проинформировать клиента.

3. Банк России должен в рамках п. 2 разработать скрипты по продажам банковских продуктов, и коммерческие банки должны будут в обязательном порядке их применять.

Направления совершенствования противодействия мисселингу со стороны клиента.

1. Внимательное изучение бумажной копии договора на оказание банковской услуги. Все характеристики банковского продукта или услуги в полной мере должны быть отражены в договоре. Если клиент не хочет быть обманут, ему следует потратить время на тщательное изучение договора и тарифов. Любые спорные моменты можно обсудить с банковским сотрудником. Также если клиент не уверен в правильности своего решения, то тарифы и образец договора можно взять с собой, чтобы изучить более подробно.

При подписании договора обращают внимание на:

- название организации. Если человек обратился в банк, должно быть указано именно его наименование, а не другая компания, например страховая или инвестиционная;
- название финансового продукта;
- срок действия договора;
- условия расторжения;
- процентная ставка, если подразумевается получение дохода;
- пункты, которые прописаны мелким шрифтом.

2. Перед походом в банк клиент может изучить условия и тарифы интересующего его продукта или услуги на официальном сайте коммерческого банка.

3. Если две недели еще не прошло, можно воспользоваться «периодом охлаждения». Он действует для большинства страховых продуктов. В течение 14 дней разрешено расторгнуть договор и забрать деньги по любой причине.

4. Уточняющие вопросы по уровню риска. Любой банковский продукт и услуга имеют определенный уровень риска. И, естественно, чем выше будет ожидаемая доходность от продукта, тем выше уровень риска. В данном случае будет логичным уточнить у сотрудника банка все нюансы, касающиеся недостатков данного продукта или услуги. Надо быть готовым к тому,



что сотрудник будет уклоняться от ответа. В таком случае лучше взять паузу и более подробно изучить продукт.

5. Все крупные сделки совершать только после консультации юриста. Это позволит сэкономить время на оформлении продукта и уберечь клиента от мисселинга и мошеннических действий.

Список литературы

1. Виды недобросовестного поведения участников финансового рынка. URL: https://cbr.ru/protection_rights/np/ (дата обращения: 27.09.2022).
2. Отчет о работе с обращениями за январь–июнь 2022 года. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг. URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 27.09.2022).
3. Свиридов О. Ю., Некрасова И. В. Мисселинг как основная форма недобросовестных продаж финансовых продуктов в России: причины и способы противодействия // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 4. С. 134–138. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2018-1-4-134-138>
4. О защите прав потребителей : закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 14.07.2022). Доступ из прав.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Солодкий С. Что такое мисселинг в банке и как его победить? URL: <https://rskrf.ru/tips/eksperty-obyasnyayut/obman-v-bankakh/?ysclid=18jzbahxek425676831> (дата обращения: 27.09.2022).
6. О минимальных (стандартных) требованиях к объему и содержанию информации, предоставляемой кредитной организацией, действующей от своего имени при совершении сделки с физическим лицом по возмездному отчуждению ценных бумаг, при заключении договоров, являющихся производными финансовыми инструментами, либо действующей от имени и (или) по поручению некредитной финансовой организации при заключении с физическим лицом договоров об оказании финансовых услуг, в том числе об их условиях и рисках, связанных с их исполнением, а также о форме, способах и порядке предоставления указанной информации : указание Банка России от 10.01.2022 № 6057-У (зарегистрировано в Минюсте России 12.04.2022 № 68175). Доступ из прав.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), к объему и содержанию предоставляемой информации о договоре добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), а также о форме, способах и порядке предоставления

указанной информации : указание Банка России от 17.05.2022 № 6139-У. Доступ из прав.-правовой системы «КонсультантПлюс».

References

1. *Vidy nedobrosovestnogo povedeniya uchastnikov finansovogo rynka* (Types of unfair behavior of financial market participants). Available at: https://cbr.ru/protection_rights/np/ (accessed 27 September 2022) (in Russian).
2. *Otchet o rabote s obrashcheniyami za yanvar'–iyun' 2022 goda. Sluzhba po zashchite prav potrebiteley i obespecheniyu dostupnosti finansovykh uslug* (Report on the work with appeals January–June 2022. Service for Consumer Protection and Ensuring the Availability of Financial Services). Available at: <https://www.cbr.ru> (accessed 27 September 2022) (in Russian).
3. Sviridov O. Yu., Nekrasova I. V. Misseling as the main form of unfair sales of financial products in Russia: And ways of counteraction. *State and Municipal Management Scholar Notes*, 2018, vol. 4, pp. 134–138 (in Russian). <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2018-1-4-134-138>
4. On consumer rights protection. Law of the Russian Federation 2300-1 of 07.02.1992 (an edition of 14.07.2022). *ATP «Consultant»* [electronic resource] (in Russian).
5. Solodky S. *Chto takoe misseling v banke i kak ego pobedit'?* (What is misseling in a bank and how to defeat it?). Available at: <https://rskrf.ru/tips/eksperty-obyasnyayut/obman-v-bankakh/?ysclid=18jzbahxek425676831> (accessed 27 September 2022) (in Russian).
6. On Minimum (Standard) Requirements for the Volume and Content of Information Provided by a Credit Institution Acting on Its Own Behalf when Making a Transaction with an Individual on the Paid Alienation of Securities, when Concluding Contracts that are Derivative Financial Instruments, or Acting on Behalf and (or) on behalf of a non-credit financial institution when concluding financial services contracts with an individual, including their terms and risks associated with their execution, as well as the form, methods and procedure for providing the specified information. Instruction of the Bank of Russia of 10.01.2022 no. 6057-U (Registered with the Ministry of Justice of the Russian Federation of 12.04.2022 no. 68175). *ATP «Consultant»* [electronic resource] (in Russian).
7. On minimum (standard) requirements for the conditions and procedure for the implementation of voluntary life and health insurance of the borrower under the consumer credit (loan) agreement, to the volume and content of the information provided on the contract of voluntary life and health insurance of the borrower under the consumer credit (loan) agreement, and also about the form, methods and procedure for providing this information. Instruction of the Bank of Russia of 17.05.2022 no. 6139-U. *ATP «Consultant»* [electronic resource] (in Russian).

Поступила в редакцию 14.10.2022; одобрена после рецензирования 15.11.2022; принята к публикации 20.11.2022
The article was submitted 14.10.2022; approved after reviewing 15.11.2022; accepted for publication 20.11.2022