



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ПРОЕКТ USAID «ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ»

МІКРОКРЕДИТИ: ДОСВІД СПОЖИВАЧІВ



Квітень 2021
Київ, Україна



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ПРОЕКТ USAID «ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ»

МІКРОКРЕДИТИ: ДОСВІД СПОЖИВАЧІВ

**ЗВІТ
ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ
РИНКУ МІКРОКРЕДИТУВАННЯ**

**Квітень 2021
Київ, Україна**

Цей звіт підготовлено за підтримки американського народу, наданої через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). За зміст цього звіту несе виключну відповідальність Проект USAID «Трансформація фінансового сектору», який виконується компанією DAI Global LLC. Висловлені в цьому звіті погляди не обов'язково збігаються із поглядами USAID чи Уряду США.

ГЛОСАРІЙ

Mystery shopping (візити методом «таємного покупця») — метод маркетингових досліджень, що являє собою відвідування торгової точки (у цьому випадку – відділень та вебсайтів фінансових компаній) з певною легендою (у цьому випадку - від імені позичальника, який хоче отримати кредит) з метою оцінки відвідування за встановленими параметрами.

Договір або кредитний договір — договір про надання споживчого кредиту.

Закон про захист споживачів — Закон України «Про захист прав споживачів».

Закон про споживче кредитування — Закон України «Про споживче кредитування».

Закон про фінансові послуги — Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Кредитодавець – установа, що надає кредит.

Методика Нацкомфінпослуг — методика розрахунку РРПС за договором, затверджена Розпорядженням Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг № 3238 від 20 липня 2017 року «Про затвердження Методики розрахунку загальної вартості кредиту для споживача, реальної річної процентної ставки за договором про споживчий кредит».

Методика НБУ — методика розрахунку РРПС за договором, затверджена Постановою Правління Національного банку України № 16 від 11 лютого 2021 року «Про затвердження Правил розрахунку небанківськими фінансовими установами загальної вартості кредиту для споживача та реальної річної процентної ставки за договором про споживчий кредит».

Нацкомфінпослуг — Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг.

НБУ — Національний банк України.

ЗМІСТ

I	ВСТУП.....	4
II	МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	7
III	ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ	9
IV	АНАЛІЗ ВАРТОСТІ МІКРОКРЕДИТІВ.....	11
V	АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ ЩОДО СПОЖИВЧИХ КРЕДИТІВ	20
VI	ВЗАЄМОДІЯ СПОЖИВАЧА З ФІНАНСОВОЮ КОМПАНІЄЮ НА ПЕРЕДДОГОВІРНМУ ЕТАПІ	23
VII	АНАЛІЗ ДОГОВОРІВ ПРО МІКРОКРЕДИТИ	29
VIII	ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	37

I ВСТУП

Короткострокові споживчі кредити, якщо вони належним чином регулюються та використовуються фінансово грамотними споживачами за умови належного інформування, можуть задовольняти негайні, екстрені потреби споживачів та допомагати їх фінансовому стану. Однак надмірне та безвідповідальне використання короткострокових кредитів за високу плату для фінансування щоденних потреб може спричиняти шкоду споживачам та серйозно зашкодити найбільш вразливим верствам населення¹. Економічний вплив пандемії COVID-19 лише посилює негативні наслідки, адже в багатьох громадян виникають гострі проблеми з особистими фінансами. Населення вимушене звертатися до фінансових установ за споживчими кредитами, найчастіше у вигляді мікрокредитів, для вирішення власних фінансових труднощів.

Чому мікрокредити? У багатьох випадках це можна пояснити простою зручністю - гроші споживачу потрібні саме зараз, і він обирає швидкий і доволі доступний шлях їх отримання.

Часто, маючи гостру потребу у грошових коштах, споживач не має ані часу, ані знань, щоб розібратися у наданій фінансовою компанією інформації щодо кредиту. Більше того, споживач часто не здатен прийняти поінформоване рішення, яке буде базуватися на розмірі процентної ставки та загальної вартості кредиту, або не здатен визначити, чи є незаконні або ризикові для нього умови в кредитному договорі. Мало хто замислюється над тим, якими є можливі наслідки невиконання зобов'язань.

Прийнятий у 2016 році **Закон про споживче кредитування** є, по суті, «законом про достовірність інформації у кредитуванні», який вимагає від кредиторів розкривати інформацію про вартість та умови споживчих кредитів та не допускати оманливої реклами. У вересні 2020 року до нього було внесено зміни, згідно з якими його дія почала поширюватися на **мікрокредити** - кредити на суму менше однієї мінімальної зарплати і на строк менше одного місяця. Відповідно, з 8 січня 2021 року на позичальників мікрокредитів поширюється більшість механізмів захисту, передбачених Законом про споживче кредитування. Так, важливою новелою у регулюванні мікрокредитів є **обов'язок кредиторів розраховувати реальну річну процентну ставку (РРПС)** та включати інформацію про РРПС у договори й рекламні матеріали.

Тепер **договори щодо мікрокредитів повинні містити:**

- РРПС та загальну вартість кредиту для споживача;
- порядок повернення кредиту та сплати процентів за користування ним, включно із кількістю платежів, їх розміром та періодичністю внесення, у вигляді графіка;
- інформацію про наслідки прострочення виконання зобов'язань зі сплати платежів, у тому числі розмір неустойки, процентної ставки, інших платежів;
- порядок дострокового повернення кредиту тощо.

Закон також **забороняє кредиторам включати до договорів** норми, які б передбачали:

- зміну процентної ставки, порядку її обчислення та порядку сплати процентів у бік погіршення для споживача за порушення виконання споживачем зобов'язань;
- застосування штрафу та пені за одне й те саме порушення споживачем зобов'язання;
- обмеження права споживача на дострокове повернення кредиту повністю або частково в будь-який час.

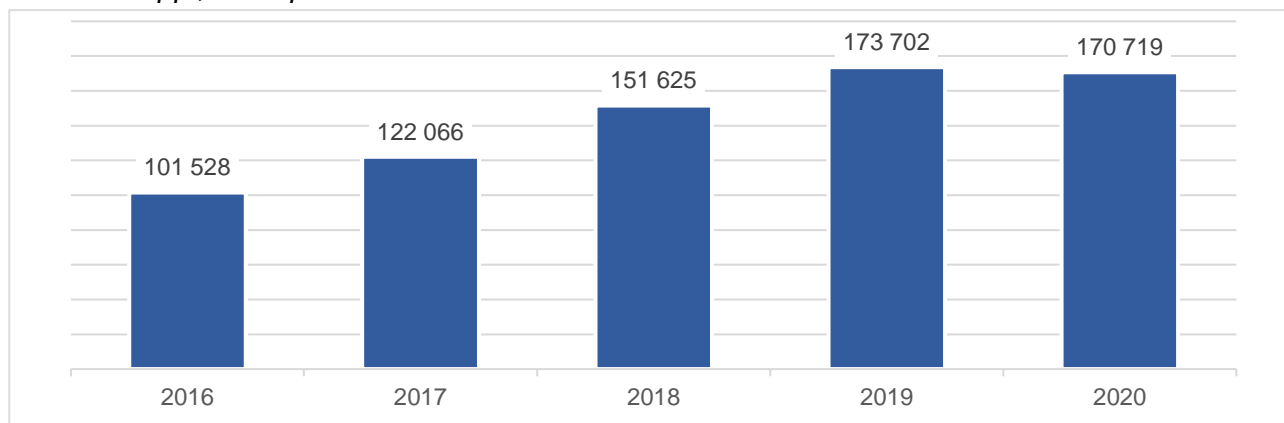
Загалом, споживче кредитування² в Україні після кризи 2014-2015 років зростало досить стрімкими темпами: у період з 2016 по 2019 рік темпи приросту обсягів споживчих кредитів становили від 15 до

¹ *Короткострокове споживче кредитування, регуляторні відповіді та політики, Спільний звіт Цільової групи «Великої Двадцятки» та ОЕСР з питань захисту споживачів фінансових послуг, FinCoNet та Міжнародної мережі ОЕСР з фінансової освіти, 2019*

² Відповідно до класифікації Національного банку України споживчі кредити не включають кредити на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості (<https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>)

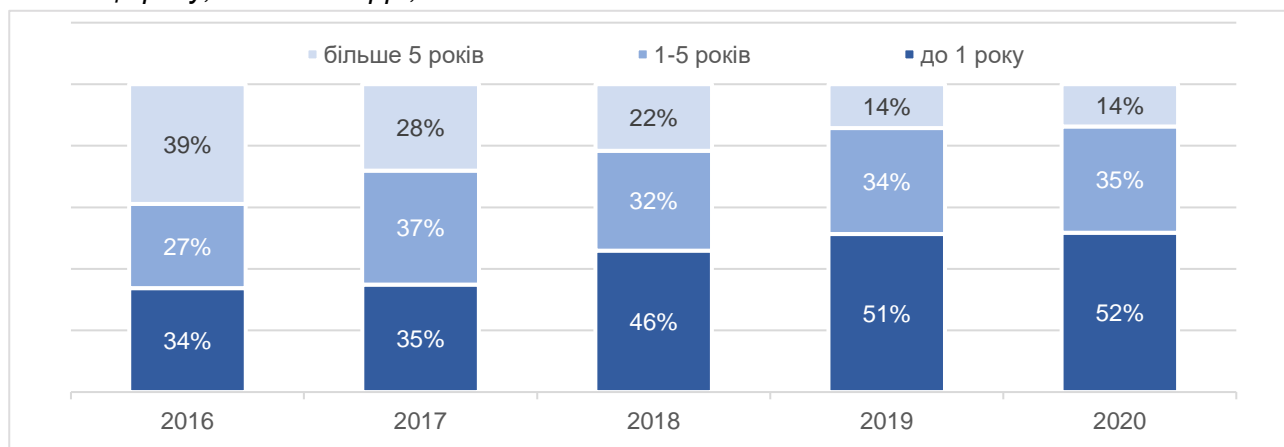
24% на рік (найбільший приріст – у 2018 році). У 2020 році зафіксовано незначне падіння – обсяги споживчих кредитів на кінець року знизилися на 2% до 170,7 млрд. грн. При цьому саме споживче кредитування є найбільш зростаючим сегментом серед кредитів домогосподарствам: якщо у 2015 та 2016 роках частка споживчих кредитів становила близько 60% від усього обсягу кредитування домогосподарств, то в 2019 та 2020 роках вона перевищила 80%.

Діаграма 1.1 Обсяги споживчого кредитування в Україні, залишки коштів на кінець року, 2016-2020 рр., млн.грн.



З точки зору строку кредитування, більше половини обсягу кредитів займають кредити строком до одного року – їхня частка становить більше ніж половина всього обсягу споживчих кредитів другий рік поспіль, у 2019 і 2020 роках.

Діаграма 1.2 Структура споживчого кредитування в Україні за строками, залишки коштів на кінець року, 2016-2020 рр., %



Серед кредитів до одного року частка кредитів, які видаються фінансовими компаніями, становить близько 15% — заборгованість фізичних осіб за кредитами, виданими фінансовими компаніями, на кінець 2020 року становила 13,6 млрд. грн.

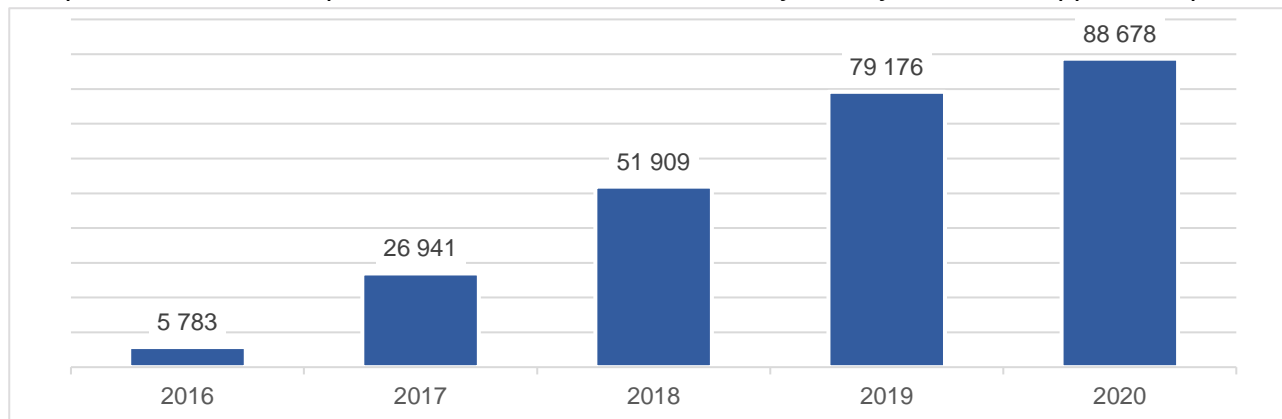
За даними звітності НБУ щодо показників діяльності фінансових компаній за 2020 рік³, кількість фінансових компаній, що мають чинні ліцензії на надання коштів у позику, в тому числі й на умовах фінансового кредиту, становила 775 компаній. Зростання кількості таких компаній порівняно з 2019 роком становить 13% (станом на 31 грудня 2019 року 684 фінансові компанії мали чинні ліцензії).

Стрімке зростання обсягу кредитування фінансовими компаніями було вперше зафіксовано в 2017 році, коли обсяги кредитування зросли більше ніж у 4,5 рази. З того часу зростання сум, які фінансові компанії

³ <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision>

надають у позику, відбувалось темпами із двозначними цифрами, і навіть у кризовому 2020 році зафіксоване зростання на 12%.

Діаграма 1.3 Надання фінансовими компаніями коштів у позику, 2016-2020 рр., млн.грн.



Фізичні особи є важливою цільовою аудиторією для кредитних послуг фінансових компаній. Незважаючи на те, що частка фізичних осіб у 2020 році за сумами позик становила лише близько 20%, 95% усіх кредитних договорів було укладено з фізичними особами.

Однією з причин стрімкого розвитку фінансових компаній є доступність їхніх послуг в Інтернеті. Наприклад, за перший квартал 2020 року 80% кредитних договорів було укладено дистанційно⁴. В умовах карантину можливість отримати кредит онлайн, не виходячи з дому, стала основним чинником зростання у 2020 році.

Оскільки раніше мікrokредити не підпадали під дію Закону про споживче кредитування (через строк та суму таких кредитів), то вони й не входили до попередніх досліджень, які проводив Проект USAID «Трансформація фінансового сектору» у 2017-2019 рр. Після прийняття змін до закону і з огляду на важливість цього сегменту ринку споживчого кредитування, Проект вирішив дослідити практику мікrokредитування фінансових компаній.

Дослідження практик мікrokредитування передбачає такі етапи:

1. Базове дослідження для фіксації стану «AS IS» у **листопаді-грудні 2020 року** (до поширення дії Закону про споживче кредитування на мікrokредити з 8 січня 2021 року);
2. Наступне дослідження через 3-4 місяці (**квітень-травень 2021 року**) для порівняння його результатів з базовим та оцінки рівня покращення чи погіршення стану ринку мікrokредитування в Україні (після поширення дію Закону про споживче кредитування на мікrokредити).

Одним із завдань дослідження є моніторинг реальних річних процентних ставок та загальної вартості кредитів, порівняння їх фактичних значень із задекларованими та аналіз підходів фінансових компаній до процентних ставок для нових клієнтів та клієнтів, які вже мають досвід кредитування в цій компанії. Другим завданням дослідження є аналіз та оцінка дотримання фінансовими компаніями, які надають мікrokредити, положень Закону про споживче кредитування та іншого законодавства у сфері споживчого кредитування.

⁴ https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/FK/FK_I_kv_2020.pdf

II МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Базове дослідження складалося з таких частин:

MYSTERY SHOPPING (ВІЗИТИ МЕТОДОМ «ТАЄМНОГО ПОКУПЦЯ»)

Спеціально навчені співробітники компанії «Info Sapiens» здійснили візити до відділень фінансових компаній (очні візити або заходили на вебсайт) під виглядом осіб, як хочуть отримати споживчий кредит. «Таємні покупці» здійснили до **35** фінансових компаній **90** візитів, у результаті яких було укладено кредитні договори. **21** візит було здійснено особисто до відділень **5** фінансових компаній, а **69** візитів було здійснено в онлайн (через вебсайти **31** компанії). Середня сума, яка позичалась «таємним покупцем», становила 3 385 грн, і всі кредити були строком до одного місяця. Через 3-8 днів після укладення договору «таємні покупці» достроково повертали отримані кредити.

Портрет «таємного покупця»

До дослідження було залучено 18 «таємних покупців», кожен із яких виконав у середньому 4-5 візитів. Було залучено «таємних покупців» із різними характеристиками за статтю, віком, фінансовим становищем та статусом працевлаштування.

1. Стать – дещо частіше жінки, аніж чоловіки;
2. Вік «таємних покупців» - від 25 до 58 років;
3. Статус працевлаштування – офіційно працевлаштовані, неофіційно працевлаштовані, безробітні;
4. Середній дохід (серед працевлаштованих) – 10-12 тисяч грн.

Вибірка дослідження

Для особистих візитів було відібрано ті фінансові компанії, які мають найбільшу кількість «фізичних» відділень у містах-мільйонниках України. Було здійснено візити до 5 компаній (від 2 до 6 візитів до кожної) у 6 містах (Київ, Запоріжжя, Одеса, Харків, Дніпро та Львів).

Для онлайн візитів було відібрано ті фінансові компанії, чії сайти мають як найбільшу кількість відвідувань, так і найбільшу кількість унікальних відвідувачів станом на момент початку дослідження. До 25 з 31 фінансової компанії було здійснено по 2-5 візитів, щонайменше один із яких здійснював новий клієнт фінансової компанії, а другий – клієнт, що вже має досвід кредитування в цій установі. До 4 установ не вдалось здійснити повторні візити у зв'язку із великою кількістю відмов «таємним покупцям», і до двох компаній було здійснено один та два, відповідно, візити клієнтами, що вже мали досвід кредитування в них.

Особливості проведення польового етапу дослідження

1. У зв'язку з карантинними обмеженнями деякі фінансові компанії, що працювали в офлайн режимі (у форматі «фізичних» відділень), зупинили свою роботу або переорієнтувались на онлайн-кредитування.
2. У близько 25% усіх звернень за кредитами «таємні покупці» отримували неаргументовані відмови в отриманні кредиту. Це мало місце переважно онлайн. В окремих випадках кредит було надано лише з другої-п'ятої спроби (і ці компанії потрапили до аналізу), а в деяких випадках в компаніях, які входили до початкової вибірки, не вдалося отримати кредит.
3. 15 фінансових компаній, до яких звертались «таємні покупці» та які увійшли до початкової вибірки дослідження, відмовили у наданні кредитів всім «таємним покупцям» компанії «Info Sapiens». За припущеннями дослідників, причиною може бути те, що деякі з цих компаній фактично не видають кредитні кошти позичальникам, а створені з метою збору, використання та подальшого розповсюдження персональних даних потенційних позичальників. В окремих

випадках відмови пояснювались технічними несправностями на стороні кредитодавця, що так і не дозволили «таємним покупцям» отримати кредит.

КАБІНЕТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІЗИТІВ ТА ДОГОВОРІВ

Результати візитів було комплексно проаналізовано, зокрема, щодо того, яка рекламна інформація була отримана, яку інформацію можна було отримати письмово (у відділеннях та/або на сайті кредитодавця) та яку інформацію консультанти надавали усно (у відділеннях та у месенджерах/телефоном). У рамках дослідження було перевірено, чи були суперечності між будь-якою такою інформацією і укладеними договорами.

Було здійснено аналіз змісту та відповідності чинному законодавству договорів, укладених «таємними покупцями», та перевірка дотримання процедури укладення договорів у вигляді електронного документа. Також було здійснено аналіз договорів на відповідність Закону про споживче кредитування для того, щоб мати можливість порівняти дані з результатами наступного дослідження, яке відбудеться у квітні-травні 2021 року.

КАБІНЕТНЕ ПОРІВНЯННЯ РЕАЛЬНИХ РІЧНИХ ПРОЦЕНТНИХ СТАВОК ТА ПЛАТЕЖІВ ЗА КРЕДИТАМИ

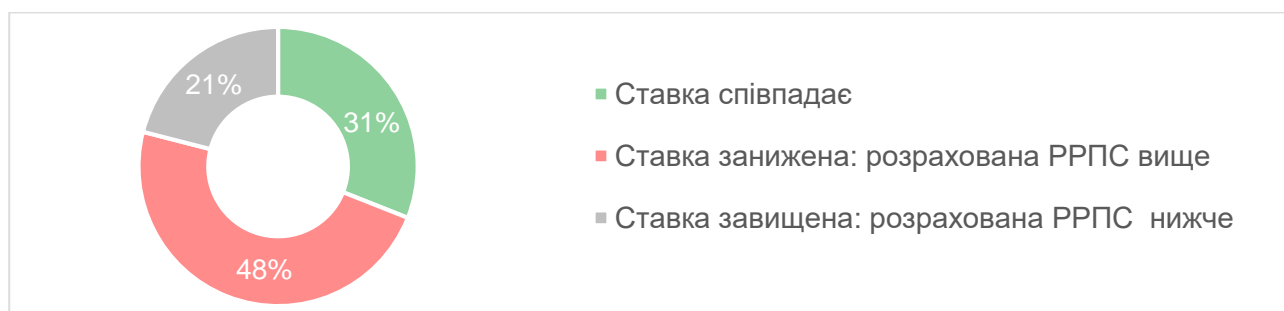
Було здійснено розрахунок реальних річних процентних ставок та загальної вартості кредитів та порівняння їх фактичних значень, визначених нашими експертами, з указаними в договорах. Було проведено аналіз підходів фінансових компаній до розрахунку процентних ставок і різниці у вартості мікрокредитів, отриманих новими клієнтами та клієнтами, які вже мають досвід кредитування в цій компанії.

III ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

АНАЛІЗ ПРОЦЕНТНИХ СТАВОК ТА ПЛАТЕЖІВ

Було перевірено, наскільки фінансові компанії дотримуються методики розрахунку РРПС, передбаченої законодавством. Наші експерти провели незалежний розрахунок РРПС на підставі даних, які містилися у договорах. Було зроблено два розрахунки, один на основі методики Нацкомфінпослуг (попереднього регулятора фінансових компаній) і другий на основі методики НБУ⁵.

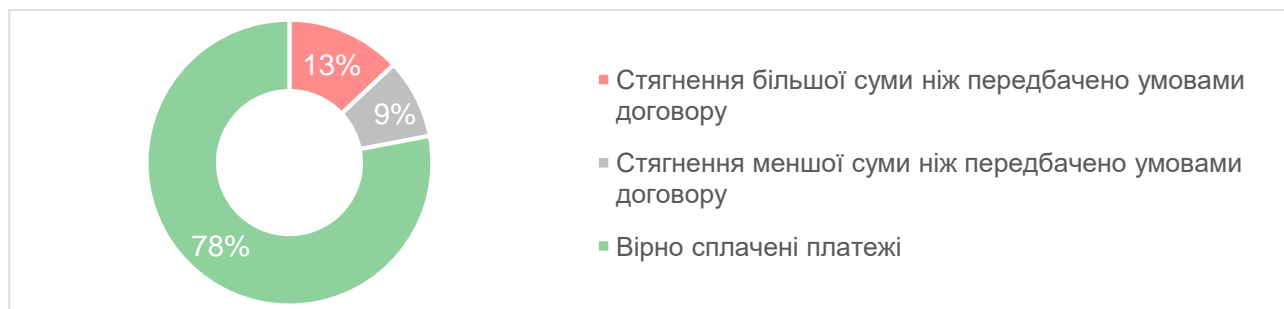
За результатами аналізу, **вказана в договорі РРПС не співпадає з РРПС за розрахунками за методикою Нацкомфінпослуг у 69% випадках**. Частіше в договорі вказана занижена РРПС порівняно з розрахованою нами (48%). У 21% випадків вказана в договорі ставка вища за розраховану нами.



Середня вказана в договорах РРПС склала 559% річних, в той час як середня розрахована за методикою Нацкомфінпослуг – 510% річних. За методикою НБУ середня розрахована РРПС становить більше ніж 54 000% річних. Така значна різниця виникає через різницю у методиках - методика НБУ використовує формулу складних процентів (через формулу дисконтування всіх майбутніх платежів на річній основі), тоді як методика Нацкомфінпослуг використовує для таких кредитів формулу простих процентів.

Також у процесі дослідження було здійснено аналіз нових та повторних звернень на предмет умов отримання кредитів. У більшості випадків нові клієнти отримували кредитні кошти на кращих умовах, а саме за зниженою процентною ставкою та із акційними пропозиціями, які збільшують привабливість послуги кредитування, але далі ставки підвищуються. В результаті, у споживачів може виникати хибне уявлення про низьку вартість таких кредитів, й це спонукає їх позичати повторно.

За нашими розрахунками, у 78% візитів розмір зробленого «таємним покупцем» платежу при достроковому поверненні кредиту відповідав умовам укладеного договору. У 22% візитів було виявлено невідповідність, в тому числі у **13% візитів було стягнуто більшу плату, ніж передбачено умовами договору**, а в 9% - меншу плату.



⁵ Методика Нацкомфінпослуг була чинною на момент укладання договорів, а методика НБУ набула чинності 13.02.2021 року, тож РРПС за нею було розраховано для можливості порівняння результатів з другою хвилиною дослідження

РЕКЛАМА ТА ВЗАЄМОДІЯ НА ПЕРЕДДОГОВІРНОМУ ЕТАПІ

Потенційні позичальники, які хочуть попередньо ознайомитися із умовами надання кредитів, зазнають труднощів. Кредити під 0% задекларовано на 13% сайтів. У 7% візитів було зафіксовано розбіжність між рекламною інформацією і тим, що вказано в договорі.

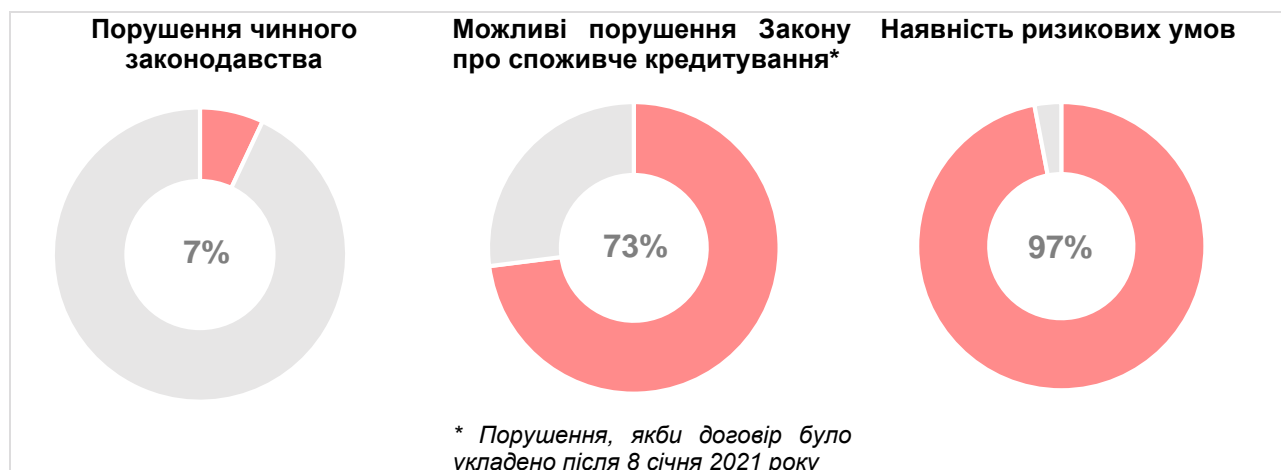
Перед укладенням договору «таємні покупці» проводили попередні консультації з представниками фінансових компаній (особисто, або онлайн, або телефоном), а також шукали інформацію на сайті фінансової компанії. Загалом, інформацію про денну процентну ставку потенційний позичальник міг отримати доволі легко. Водночас, **інформацію про РРПС потенційний позичальник міг отримати лише в половині випадків.**

Фінансові компанії часто нехтують вимогами Закону про фінансові послуги, згідно з якими компанії мають повідомити клієнту певний перелік інформації до укладення договору. Окрім того, у випадках, коли необхідна інформація присутня на сайті з формальної точки зору, споживачам часто **важко її знайти**, адже сайти розміщують таку інформацію у різних розділах, або дуже маленьким шрифтом внизу титульної сторінки сайту.

У 28% візитів були наявні розбіжності між положеннями договору і усною інформацією, що була надана консультантами. Найчастіше розбіжності стосувалися розміру штрафу/пені, розміру номінальної процентної ставки або розміру РРПС. Також у 23% візитів було зафіксовано розбіжності між положеннями договору і письмовою переддоговірною інформацією. Переважно, ці розбіжності стосувалися неустойки або інших наслідків невиконання зобов'язань за договором.

АНАЛІЗ ДОГОВОРІВ

Майже всі фінансові компанії дотримувалися чинного на момент укладення договорів законодавства. Проте, було виявлено низку положень, які з січня 2021 року можуть розглядатися як порушення законодавства про споживче кредитування, якщо такі положення не буде змінено. У 73% договорів було присутнє одне або більше таких положень.



Кожні 2 із 3 договорів (64%) містять **положення про підвищення процентної ставки у разі невиконання зобов'язань за договором. Застосування одночасно штрафу і пені за одне й те саме порушення** було виявлено в кожному п'ятому договорі (21%), а 12% договорів **обмежували право на дострокове повернення кредиту.**

Також договори було проаналізовано на наявність положень, які тим чи іншим чином створюють **підвищені ризики для позичальника.** Тільки в 3% договорів не було зафіксовано жодного такого положення. Крім того, 29% договорів містять положення, що суперечать одне одному або можуть бути розтлумачені неоднозначно.

IV АНАЛІЗ ВАРТОСТІ МІКРОКРЕДИТІВ

У цьому дослідженні ми проаналізували таку інформацію, що стосується процентних ставок та вартості кредитів:

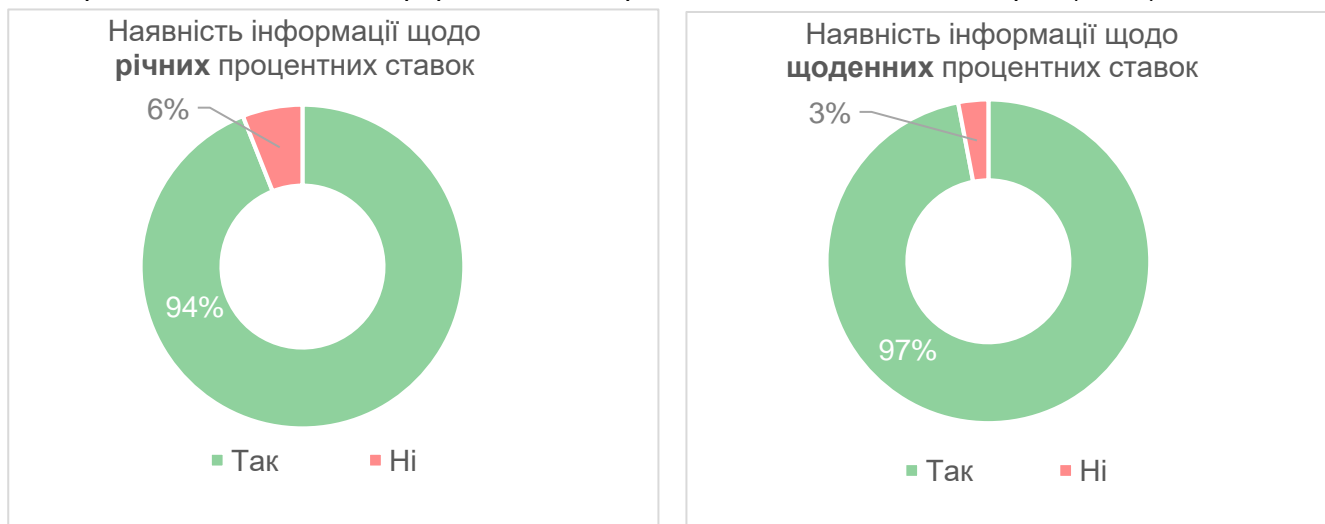
- Річна та щоденна номінальна процентна ставка та комісії, що були зазначені кредитодавцями в договорах, а також платежі на користь третіх осіб;
- РРПС, що була вказана фінансовими компаніями в договорах;
- Розрахована аналітиками РРПС при плановому погашенні кредиту за двома методиками:
 - За методикою Нацкомфінпослуг. Ця методика була чинною на момент проведення польового етапу дослідження, однак втратила чинність з 13.02.2021 року;
 - За методикою НБУ, яка набрала чинності 13.02.2021 року, для можливості порівняння результатів із результатами запланованої другої хвилі дослідження;
- Платежі, що стягуються при простроченні кредиту;
- Фактичні платежі, зроблені «таємними покупцями» за кредитом, і їх відповідність укладеним договорам.

АНАЛІЗ ВКАЗАНИХ У ДОГОВОРАХ НОМІНАЛЬНИХ ПРОЦЕНТНИХ СТАВОК, КОМІСІЙ ТА ПЛАТЕЖІВ НА КОРИСТЬ ТРЕТІХ ОСІБ

Більшість фінансових компаній вказують в договорах розмір річної та/або щоденної процентної ставки за кредитом. У 94% договорів, що підлягали аналізу, вказано інформацію щодо розміру річної номінальної ставки, у 97% - щоденної ставки та у 92% - і те, і те.

Вказані в договорах значення **річної номінальної** ставки знаходяться в діапазоні **від 0% до 1 095% річних**, значення **щоденної** ставки - **від 0% до 2,5% на день**.

Діаграма 4.1. Наявність інформації щодо процентних ставок в договорах (N=90)



Як правило, згідно з укладеними договорами позичальник мав сплачувати тільки проценти. Тільки 6% договорів передбачали сплату позичальником якихось комісій (не враховуючи комісію за пролонгацію та/або комісію при простроченні, яка є, насправді, заходом відповідальності). В одному візиті також було сплачено платежі на користь третіх осіб (за страхування та юридичні послуги).

АНАЛІЗ РРПС, ЗАЗНАЧЕНИХ У ДОГОВОРАХ

Інформація щодо номінальної ставки не є вичерпною для позичальника, оскільки така ставка не включає низку різноманітних комісій/платежів, що можуть стягуватися на користь кредитодавця або третіх осіб. Саме тому, Закон про споживче кредитування зобов'язує вказувати в договорах орієнтовну РРПС. Незважаючи на відсутність на той час відповідної законодавчої норми, значна частина компаній

вже інформувала своїх споживачів про орієнтовну РРПС - таку інформацію було зазначено в **76%** всіх договорів.

Розкид в **розмірах РРПС, вказаних в договорах** для нових клієнтів, є широким – РРПС варіюється **від 0% до 1 095% річних**. Варто зазначити, що низький розмір РРПС зазначається винятково у договорах нових клієнтів, а також частіше характерний для онлайн-кредитів. Під час **повторних** візитів розкид значень РРПС вже трохи менший і складає **від 164% до 912% річних**.

ПЕРЕВІРКА РРПС, ЩО ВКАЗУЮТЬСЯ ФІНАНСОВИМИ КОМПАНІЯМИ

З метою визначення коректності підрахунку РРПС фінансовими компаніями аналітиками було розраховано РРПС, яку мав би сплатити позичальник у випадку користування кредитними коштами протягом строку, на який брався кредит. При цьому було використано два підходи, а саме:

- Методика Нацкомфінпослуг
- Методика НБУ

За результатами аналізу та перевірки 1) вказаної в договорі номінальної ставки за кредитом, 2) вказаної в договорі РРПС та 3) розрахованої аналітиками РРПС, можна зробити такі висновки:

За методикою Нацкомфінпослуг

Серед тих випадків, коли РРПС було вказано в договорі (68 візитів, 76% від усіх візитів), у 31% договорів виявлено співпадіння розрахованої аналітиками РРПС із РРПС, зазначеною фінансовою установою. Відповідно, **неспівпадіння РРПС** за нашими розрахунками та розрахунками фінансових компаній було зафіксовано у **69%** випадків. Серед цих випадків частіше в договорах вказано **знижену РРПС** порівняно з розрахованою нами (**48%**). Однак, у 21% випадків вказані в договорах ставки вищі за розраховані нами.

Такі неспівпадіння пов'язані з частим врахуванням і дня видачі, і дня повернення кредиту при розрахунку суми в договорі, в той час як за методикою Нацкомфінпослуг необхідно брати у розрахунок кількість днів з наступного за днем видачі дня. Іншою причиною відмінностей ставок є додаткові платежі, які компанії не завжди враховують при розрахунку РРПС у договорах. Не є винятком і помилки, які не враховують особливості договорів – наприклад, у чотирьох випадках при перших візитах, коли номінальна денна ставка була 0,01% або 0,001%, РРПС у договорі продовжували рахувати за ставками вище ніж 2%.

Середня вказана в договорах РРПС склала **559% річних**, в той час як середня розрахована в процесі дослідження – **510% річних**.

Середня РРПС за «кредитами до зарплати» в Іспанії, Румунії та Ірландії* — **2 543%** річних.

Середня РРПС за нашими розрахунками:

- за методикою Нацкомфінпослуг — **510%** річних,

- за методикою НБУ — **54 354%** річних.

Максимальна РРПС в Іспанії, Румунії та Ірландії* — **30 341%** річних.

Максимальна РРПС за нашими розрахунками:

- за методикою Нацкомфінпослуг — **1 095%** річних,

- за методикою НБУ — **844 442%** річних.

* *Finance Watch, Ринок споживчого кредитування: розкриваємо порушення (глибинне дослідження ринку споживчого кредитування в Іспанії, Румунії та Ірландії, і що воно означає для перегляду Директиви про кредитні договори для споживачів), 2021*

За методикою НБУ

Зважаючи на зміну методики розрахунку РРПС (переходу від методики Нацкомфінпослуг до методики НБУ), ми також розраховували розмір РРПС за методикою НБУ та порівняли його з розміром,

МІКРОКРЕДИТИ: ДОСВІД СПОЖИВАЧІВ

ЗВІТ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МІКРОКРЕДИТУВАННЯ

розрахованим за методикою Нацкомфінпослуг. Значення за методикою НБУ є значно вищими: якщо за методикою Нацкомфінпослуг середня розрахована РРПС складає 510% річних, то **за методикою НБУ – більше ніж 54 000% річних**. Причиною цього є те, що методика НБУ використовує формулу складних процентів (через формулу дисконтування всіх майбутніх платежів на річній основі), тоді як методика Нацкомфінпослуг використовує для таких кредитів формулу простих процентів.

Таблиця 4.1. Перевірка розмірів РРПС (вказана в договорі⁶ та розрахована аналітиками за методиками Нацкомфінпослуг та НБУ)

Компанія	РРПС		
	Вказано в договорі	Перевірено за методикою Нацкомфінпослуг	Перевірено за методикою НБУ
Компанія 1 ⁷	83.95%	87.43%	205%
Компанія 2	208.05%	208.42%	602%
Компанія 3	245.77%	258.12%	20 021%
Компанія 4	246.45%	245.78%	14 753%
Компанія 5	312.93%	312.08%	10 029%
Компанія 6	313.90%	313.90%	10 303%
Компанія 7	328.38%	328.75%	8 607%
Компанія 8	330.33%	344.08%	14 179%
Компанія 9	339.45%	369.78%	23 667%
Компанія 10	346.75%	362.18%	2 544%
Компанія 11	348.58%	348.58%	17 069%
Компанія 12	365.00%	365.00%	16 033%
Компанія 13	365.00%	365.00%	17 383%
Компанія 14	368.25%	368.09%	13 067%
Компанія 15	458.08%	756.19%	81 539%
Компанія 16	463.55%	463.55%	18 988%
Компанія 17 ⁸	478.11%	142.64%	10 272%
Компанія 18	478.15%	478.15%	7 119%
Компанія 19	553.87%	657.00%	26 220%
Компанія 20 ⁹	608.94%	649.54%	71 496%
Компанія 21	638.75%	638.75%	20 059%
Компанія 22	640.50%	543.58%	12 583%
Компанія 23	649.83%	673.90%	24 600%
Компанія 24	657.00%	657.00%	25 238%
Компанія 25	658.77%	766.89%	98 430%
Компанія 26	693.50%	725.24%	34 423%
Компанія 27	726.35%	726.35%	38 001%
Компанія 28	730.00%	730.00%	44 252%
Компанія 29	730.00%	851.67%	289 442%
Компанія 30	730.00%	775.80%	79 671%
Компанія 31	732.00%	676.25%	25 559%
Компанія 32	832.43%	885.75%	116 594%
Компанія 33	848.63%	848.63%	430 976%
Компанія 34	891.93%	516.05%	61 513%
Компанія 35	912.50%	952.17%	173 398%

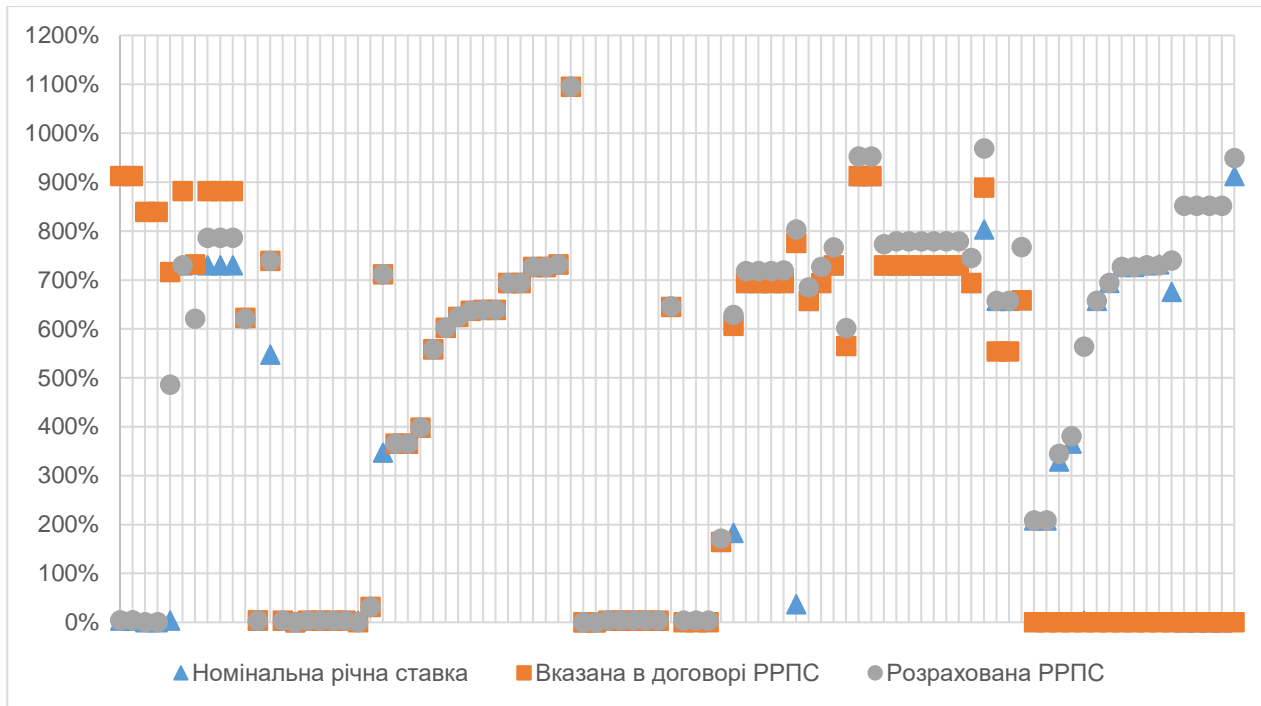
⁶ Для тих договорів, де РРПС була відсутня в договорі, до таблиці включено вказаний в договорі розмір номінальної річної ставки або розмір денної ставки, помножений на 365

⁷ Таким кольором позначено компанії, які кредитували позичальників онлайн

⁸ Таким кольором позначені компанії, які кредитували позичальників офлайн

⁹ Ця компанія надала кредити як онлайн, так і офлайн

Діаграма 4.2. Порівняння вказаних в договорах розмірів номінальної ставки та РРПС та розрахованої аналітиками РРПС за методикою Нацкомфінпослуг (N=90)



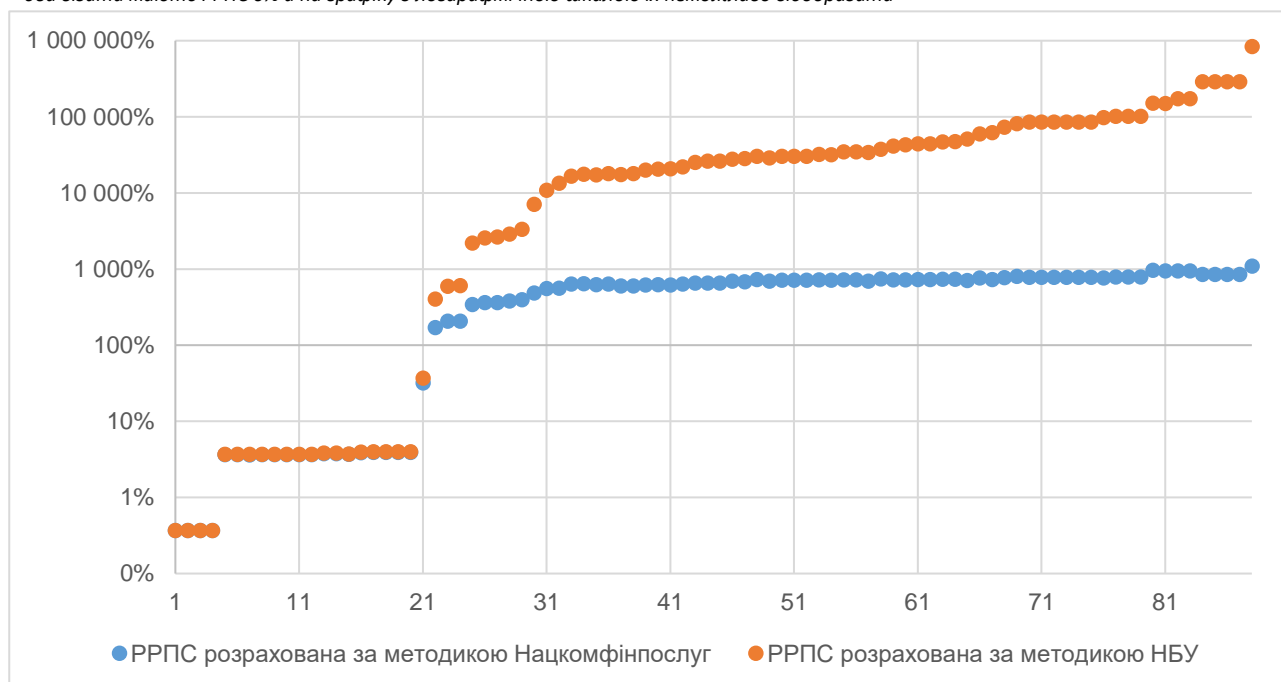
На Діаграмі 4.2 наведено ставки для кожного візиту, відсортовані за різницею між розрахованою і вказаною в договорі РРПС. Приблизно п'ята частина договорів вказує РРПС, яка нижча за розраховану нами (див. також Діаграму 4.3), для третини договорів ставки РРПС співпадають. Для решти розрахована РРПС більша за вказану у договорі. Для частини договорів, де РРПС не була вказана, на графіку зазначено нульове значення.

Діаграма 4.3. Частка договорів, у яких вказана в договорі РРПС співпадає з РРПС, розрахованою аналітиками за методикою Нацкомфінпослуг (N=68)



Діаграма 4.4. Порівняння розмірів розрахованої РРПС за методикою Нацкомфінпослуг та методикою НБУ (N=88*)

* два візити мають РРПС 0% й на графіку з логарифмічною шкалою їх неможливо відобразити



На Діаграмі 4.4 наведено дані про розміри РРПС, які розраховані за методикою НБУ та Нацкомфінпослуг, відсортовані за різницею між ними. У близько 75% договорів ця різниця становить сотні відсоткових пунктів. Для 6% договорів різниця нульова, а у 20% договорів різниця зафіксована на рівні 0,06-5,10 відсоткових пунктів.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕНТНИХ СТАВОК ДЛЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ ТА ТИХ, ХТО ЗВЕРТАЄТЬСЯ ЗА КРЕДИТОМ ПОВТОРНО

Одним з ключових критеріїв, що впливає на розмір процентних ставок за кредитами, є досвід звернення користувача до конкретної фінансової компанії. Ми проаналізували візити двох типів: нові клієнти та повторні звернення. У результаті було виявлено, що в більшості випадків (у візитах до 71% компаній) нові клієнти отримували кредитні кошти на кращих умовах, а саме:

- Пропонується знижена процентна ставка для нових клієнтів фінансової компанії (на весь строк кредиту або певний період);
- Доступні інші акційні пропозиції, промокоди, які дають можливість клієнту зменшити загальні витрати за кредитом, наприклад, знижка 300 грн при оплаті кредиту, або 3 дні безкоштовного користування.

Це вбачається звичайною практикою. Наприклад, якщо під час першого візиту позичальнику запропонували щоденну ставку близьку до нуля (0,01%), то під час повторного візиту вона вже складала 1,5%. В контексті порівняння номінальних річних процентних ставок, різниця виглядає ще більш різкою: 3,65% річних під час першого візиту та 547,5% річних для повторного, а розраховані нами РРПС для цих випадків склали 3,65% річних та 739% річних, відповідно. В результаті, у споживачів може виникати хибне уявлення про низьку вартість таких кредитів, й це спонукає їх позичати повторно.

Таблиця 4.2. Середній розмір РРПС за методикою Нацкомфінпослуг

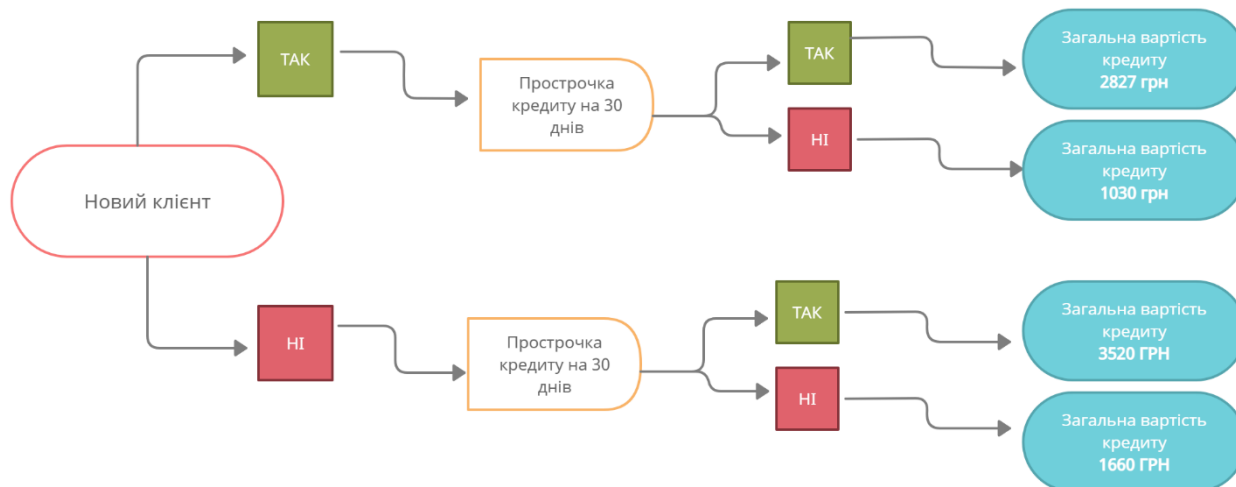
Назва	Середній розмір РРПС (розрахована)			
	Візити онлайн	Візити офлайн	Новий	Повторний
Компанія 1	87%		4%	171%
Компанія 2		143%	0%	712%
Компанія 3	208%		208%	
Компанія 4	246%		4%	730%
Компанія 5	258%		4%	767%
Компанія 6	312%		4%	621%
Компанія 7	314%		4%	624%
Компанія 8	329%		16%	642%
Компанія 9	344%		4%	684%
Компанія 10	349%		4%	694%
Компанія 11	362%		380%	344%
Компанія 12	365%		4%	726%
Компанія 13	365%		4%	726%
Компанія 14	368%		184%	552%
Компанія 15	370%		0%	740%
Компанія 16	464%		4%	694%
Компанія 17	478%			478%
Компанія 18		516%	395%	758%
Компанія 19	544%		485%	602%
Компанія 20	639%		639%	
Компанія 21	391%	779%	585%	779%
Компанія 22	657%		657%	
Компанія 23	657%		657%	657%
Компанія 24	674%		629%	719%
Компанія 25		676%	621%	732%
Компанія 26	725%		727%	722%
Компанія 27	726%		726%	726%
Компанія 28	730%		730%	
Компанія 29	756%		563%	949%
Компанія 30	767%			767%
Компанія 31	776%		779%	773%
Компанія 32	849%		1095%	602%
Компанія 33		852%	852%	852%
Компанія 34	886%		803%	969%
Компанія 35	952%		952%	952%

У 60% компаній (3 з 5), які відвідали «таємні покупці» офлайн, номінальні процентні ставки були однаковими як під час першого, так і під час повторного візиту. Одна компанія, що кредитує офлайн, в одних випадках давала своїм новим клієнтам таку саме ставку, як і при повторних зверненнях, а в інших випадках у її нових клієнтів була нижча ставка.

Для онлайн оформлень однакові ставки для першого й повторного оформлення мікrokредиту були тільки в 19% компаній. В одній компанії при першому візиті номінальна річна ставка була на 493% вища ніж при повторному. В інших компаніях номінальні ставки менші при першому отриманні кредиту ніж при повторному зверненні до установи, й різниця складає десятки, а іноді й сотні процентів.

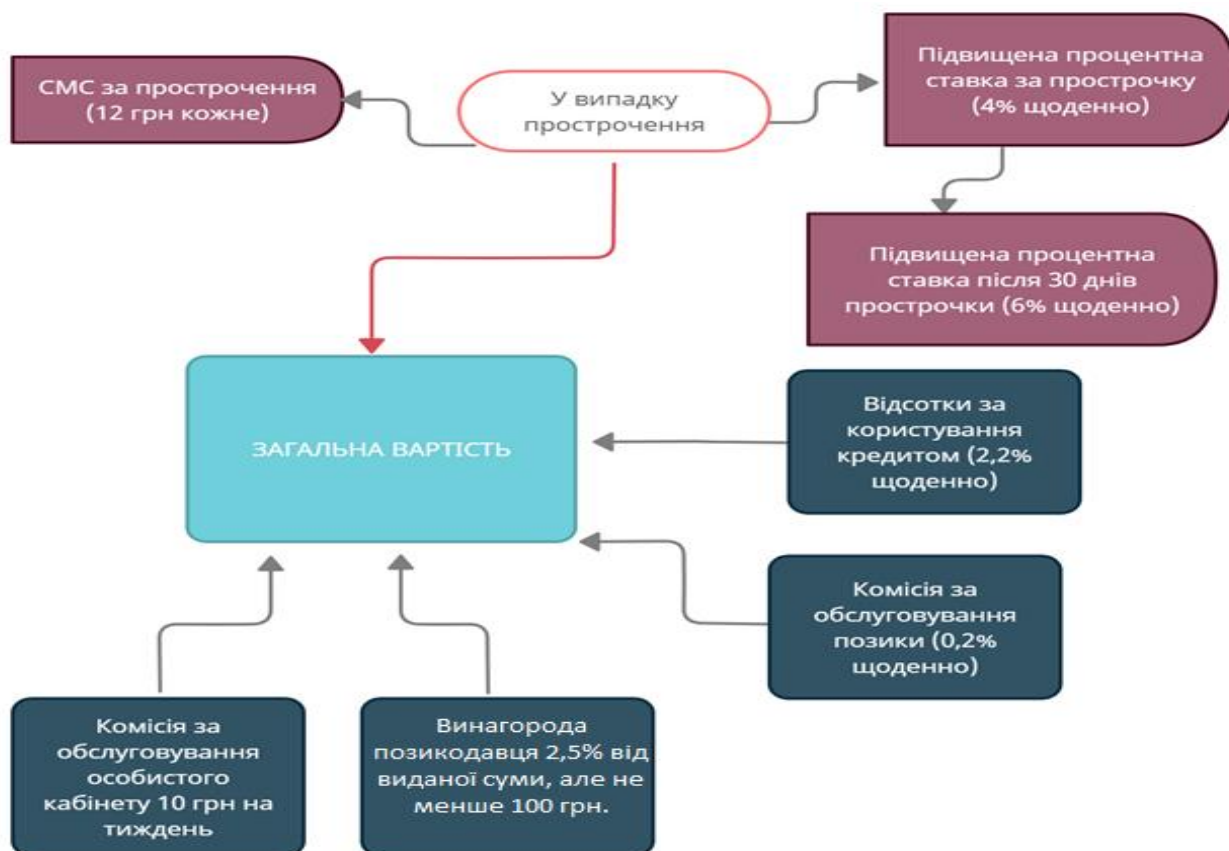
Зазначені відмінності між новими та повторними клієнтами характерні не лише для номінальних процентних ставок, але й для РРПС.

Діаграма 4.6. Приклад відмінностей у витратах позичальника за умови взяття кредиту на суму 1000 грн на 30 днів (на основі одного договору)



У випадку прострочення сума, що має бути сплачена позичальником, суттєво зростає порівняно з сумою, яку позичальник має сплатити при належному виконанні своїх зобов'язань.

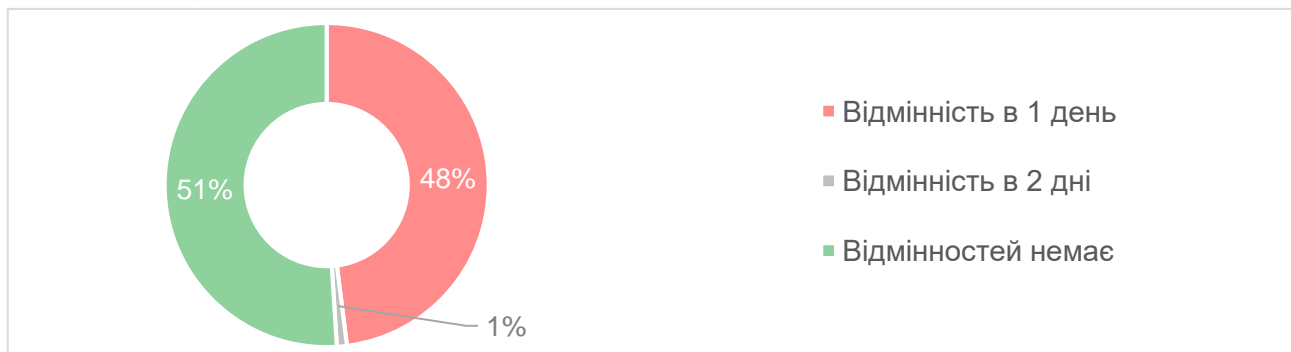
Діаграма 4.7. Формування вартості кредиту на прикладі одного договору



АНАЛІЗ РОЗРАХУНКІВ КРЕДИТНОГО ПЕРІОДУ ФІНАНСОВИМИ КОМПАНІЯМИ

Методикою Нацкомфінпослуг передбачено чіткий алгоритм розрахунку реальної річної процентної ставки, за яким строк користування споживчим кредитом рахується від дня, наступного за днем надання коштів за договором споживачеві, до дня повернення такого кредиту (повного погашення основного боргу за кредитом), передбаченого договором. Однак часто фінансові компанії нехтують цим та включають до розрахунку фактичний день надання коштів. Такі випадки зафіксовано під час 48% візитів. Крім того, в 1 візиті зафіксовано відмінність у 2 дні між розрахунком установи та фактичним строком використання. Через такі дії фінансових компаній позичальники переплачують за фактичний строк використання кредитних коштів.

Діаграма 4.8. Наявність розбіжностей у кількості днів, на які розраховані проценти для позичальника, N=90



АНАЛІЗ ВІДПОВІДНОСТІ ФАКТИЧНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА КРЕДИТОМ, ЗРОБЛЕНИХ «ТАЄМНИМИ ПОКУПЦЯМИ», УМОВАМ УКЛАДЕНИХ ДОГОВОРІВ

За нашими розрахунками, у 78% візитів розмір зробленого «таємним покупцем» платежу при достроковому поверненні кредиту відповідав умовам укладеного договору. **У 22% візитів була виявлена невідповідність**, а саме:

- у 13% візитів було стягнуто більшу плату, ніж передбачено умовами договору. У більшості таких випадків це сталося через те, що стягувалися проценти і за день видачі, і за день повернення коштів, хоча договором було передбачено інше. У частині випадків мало місце заокруглення на користь кредитодавця, а в одному візиті було стягнуто плату за весь строк кредиту, а не за фактичну кількість днів користування, хоча умовами договору передбачалася оплата за фактичну кількість днів користування;
- у 9% візитів зафіксовано стягнення меншої плати за користування кредитом, ніж передбачено умовами договору. У частині випадків мало місце заокруглення на користь позичальника. В інших візитах було стягнуто суму за меншу кількість днів, ніж було передбачено договором. В одному візиті позичальник застосував при поверненні знижку за промокодом, хоча в договорі не було зазначено про можливість зменшення суми до повернення.

Діаграма 4.9. Відповідність фактичних платежів умовам договорів, N=90



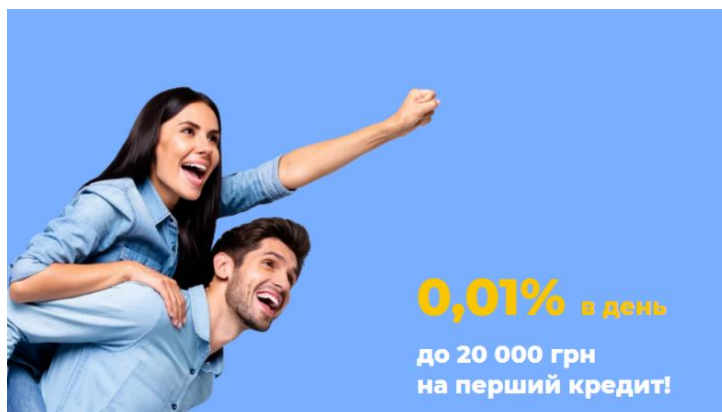
V АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ ЩОДО СПОЖИВЧИХ КРЕДИТІВ

Яскравий, веселий, такий, що чіпляє – саме так можна охарактеризувати типовий ролик чи біг-борд з рекламою фінансової компанії. Але чи містить ця реклама інформацію, необхідну для прийняття рішення про отримання кредиту? Чи відповідає ця реклама дійсності чи вона є тільки «приманкою»?

Для відповіді на ці питання в рамках дослідження було зібрано та проаналізовано інформацію двох типів:

1) Рекламні матеріали, отримані під час особистих візитів до відділень фінансових компаній, які кредитують офлайн (буклети, календарики).

2) Інформацію, представлену на сайтах фінансових компаній, які кредитують онлайн. Згідно зі ст. 8 Закону «Про рекламу» інформація на сайті фінансової компанії, яка кредитує онлайн, не вважається рекламою¹⁰. Для цілей цього дослідження ми брали для аналізу таку інформацію на сайтах фінансових компаній, яку споживач, скоріш за все, сприйняв би за рекламу, тобто інформацію щодо умов кредитів, оформлення якої містить яскраві кольори та/або зображення та/або значно більшим шрифтом виділяє дані про вартість кредиту; і робили припущення, що така інформація розміщена на сторонньому ресурсі (іншому вебсайті, у соціальній мережі тощо).¹¹



Скріншот з ілюстрацією інформації на сайтах фінансових компаній, що кредитують онлайн

ЗАКОНОДАВЧІ ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ

Згідно зі статтею 7 Закону про споживче кредитування, якщо в рекламних матеріалах щодо надання споживчого кредиту наведено процентну ставку чи будь-які дані, що стосуються загальних витрат за кредитом, така реклама має супроводжуватися стандартною інформацією. З 8 січня 2021 року стандартною інформацією для реклами мікрокредитів є дані щодо:

- максимальної суми, на яку може бути виданий кредит;
- розміру РРПС;
- максимального строку, на який видається кредит.

Важливою нормою Закону про споживче кредитування є **заборона інформування споживача про безпроцентний кредит чи про кредит під нуль процентів**, а також обов'язок наведення стандартної інформації однаковим шрифтом та відображення її в основному тексті реклами.

МАТЕРІАЛИ, ЩО БУЛИ НАДАНІ ПІД ЧАС ОФЛАЙН-ВІЗИТІВ

Наші «таємні покупці» отримали рекламні матеріали (буклети, календарі) під час чотирьох із 21 візитів, тобто кредиторів не дуже охоче роздають свою друковану продукцію. Аналіз цієї реклами показав таке:

- Два з чотирьох матеріалів містили інформацію щодо процентної ставки в день і щодо РРПС, при цьому ця інформація була меншим шрифтом, ніж максимальна сума можливого кредиту;

¹⁰ Ч. 8 ст. 8 передбачає, що розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві, не вважається рекламою

¹¹ У розділі 8 ми пропонуємо змінити цю ситуацію і поширити правила, встановлені Законом про споживче кредитування щодо реклами споживчого кредиту, на інформацію, розміщену на вебсайтах кредиторів

- Всі отримані рекламні матеріали містили інформацію щодо максимальної суми, на яку може бути видано кредит, і всі, крім одного, зазначали максимальний строк.

МАТЕРІАЛИ НА САЙТАХ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ, ЩО КРЕДИТУЮТЬ ОНЛАЙН

Було проаналізовано матеріали на 16 сайтах фінансових компаній. У цьому розділі ми розглядаємо як одиницю аналізу сайт, а не візит чи компанію (бо під час декількох відвідувань одного й того ж сайту отримувалась однакова інформація, і деякі компанії мають декілька сайтів для кредитування під різними торговими марками).

Наявність інформації щодо вартості кредиту та візуальна складова матеріалів

У всіх матеріалах, крім одного, була інформація щодо вартості кредиту. Найчастіше - це денна процентна ставка, а також різноманітні акційні пропозиції (переважно для нових клієнтів), наприклад:

- 0,01% на день на перший кредит;
- кредит під 0,1%, зниження кредитної ставки з кожним наступним кредитом;
- усі кредити - 1%.

Інформацію щодо максимальної суми, на яку може бути виданий кредит, розміщено поруч із такою привабливою вартістю кредиту на половині сайтів. Жоден із сайтів не наводить там інформацію щодо реальної річної процентної ставки та максимального строку видачі кредиту.

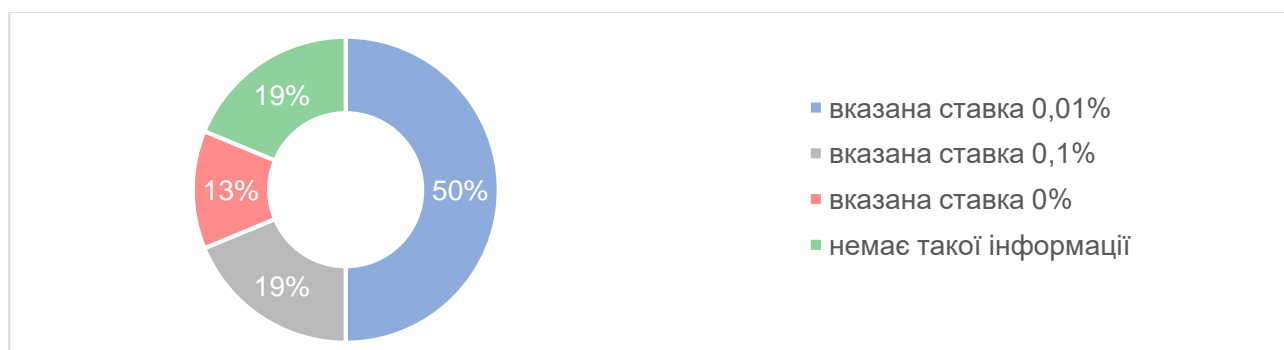
Всюди використовувалися шрифти різного розміру. Найчастіше великим шрифтом відображено інформацію щодо акційних процентних ставок (або акцій загалом), тоді як значно меншим, у форматі виноска - інформацію щодо інших умов надання кредиту.

Безпроцентні кредити

Кредити під 0% задекларовані на 13% сайтів. Одна з компаній, наприклад, використовує формулювання «Кредит від 0%», хоча в укладеному з цією компанією договорі вказана РРПС 1 095% річних.

Ще на 69% сайтів зазначено про ставки, що є дуже близькими до нульових, наприклад, 0,01% на день або 0,1% на день. Найчастіше такі ставки вказують в якості акційних, що пропонуються для першого кредиту новим позичальникам.

Діаграма 5.1 Надання в рекламі інформації щодо того, що кредит надається під 0 процентів або під ставку, що близька до 0% (% до сайтів з рекламною інформацією, N=16)



РОЗБІЖНОСТІ МІЖ РЕКЛАМНОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА УКЛАДЕНИМИ ДОГОВОРАМИ

У **7% візитів** було зафіксовано розбіжність між рекламною інформацією і тим, що було вказано в договорі. Зокрема, в двох візитах на сайті було вказано «Акція 0,47% в день», а в договорах було вказано денну процентну ставку 0,57%. Ще в двох візитах на сайті було вказано «онлайн кредит під 0,1%» і не було вказано, що 0,1% застосовується тільки на перші 5 днів кредиту.

Говорить «таємний покупець»: «Ввела в оману реклама – пишуть про маленьку процентну ставку, але не вказують, що це ДО 5 днів»

VI ВЗАЄМОДІЯ СПОЖИВАЧА З ФІНАНСОВОЮ КОМПАНІЄЮ НА ПЕРЕДДОГОВІРНОМУ ЕТАПІ

Отримання споживачем інформації про фінансову компанію і умови кредиту до укладення договору є критично важливим для захисту прав споживачів і відповідального кредитування. На цьому переддоговірному етапі особливо важливо обмінятися змістовною інформацією для того, щоб споживачі могли розглянути й оцінити для себе умови майбутнього кредиту, наслідки його отримання і пов'язані з ним ризики. Крім того, завдяки переддоговірній інформації споживачі мають можливість порівняти кредитні продукти різних кредиторів і прийняти поінформоване рішення про отримання кредиту. Важливим аспектом є також збір кредитором інформації про споживача, зокрема, щодо його доходів, для того, щоб кредитор міг оцінити спроможність позичальника повертати кредит.

Під час дослідження було проаналізовано таку переддоговірну інформацію:

- Інформація, надана споживачем фінансовій компанії при заповненні заявки на отримання кредиту, та інформація, отримана споживачем у процесі спілкування з консультантами очно або в дистанційному режимі (через месенджери та телефоном);
- Будь-яка письмова інформація, що була доступною на сайтах фінансових компаній (як для онлайн, так і для офлайн-візитів);
- Будь-яка письмова інформація, що була надана представниками фінансових компаній під час візиту до їхніх відділень (для офлайн-візитів).

ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ПОЗИЧАЛЬНИКА

Під час кожного візиту «таємні покупці» повідомляли кредитора інформацію, необхідну з точки зору фінансової компанії для надання кредиту. Значна відмінність спостерігається між візитами клієнтів вперше та повторними візитами до цієї ж установи. Так, для нових клієнтів практично всі фінансові компанії запитували про таке: статус працевлаштування, дохід, сума та строк бажаного кредиту. Досвід співпраці з фінансовою компанією запитали лише в кожному п'ятому випадку для нових клієнтів. А для повторних візитів питання майже завжди ставились лише для суми та строку бажаного кредиту, тоді як інші питання ставились лише близько у 20% випадків або навіть рідше. У першу чергу, це пов'язано з тим, що фінансові компанії зберігають історичні дані щодо своїх клієнтів, а отже вже мають необхідну інформацію. Позичальнику залишається лише підтвердити актуальність інформації, що можна зробити в один клік у випадку оформлення кредиту онлайн, або у форматі галочки з підтвердженням актуальності попередньо наданої інформації в анкеті при оформленні кредиту офлайн.

Діаграма 6.1 Інформація, яку запитували консультанти перед оформленням кредиту (% серед нових клієнтів компаній, N=52)



Що стосується оцінки кредитоспроможності споживача, то під час практично всіх офлайн-візитів консультант повідомив «таємного покупця», що буде проведено оцінку кредитоспроможності позичальника шляхом дзвінка до контактних осіб/роботодавця. У майже половині офлайн-візитів таку оцінку було проведено, причому вона частіше проводилась щодо нових клієнтів (у двох третинах візитів таких клієнтів), ніж щодо клієнтів, які повторно беруть кредит у цій компанії. В 9% онлайн візитів також телефонували контактним особам, вказаним позичальником під час подання заявки на кредит.

КОНСУЛЬТАЦІЇ ПОЗИЧАЛЬНИКА ТА ДОСТУПНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ВАЖЛИВІ УМОВИ КРЕДИТУ

«Таємні покупці» звертались за консультаціями до співробітників фінансових компаній для з'ясування детальних умов надання кредиту. Якщо під час «фізичних» візитів до відділень консультація відбувалась особисто, то у випадку онлайн-кредитування - переважно у форматі спілкування в месенджерах та телефоном.

Інформація щодо процентних ставок

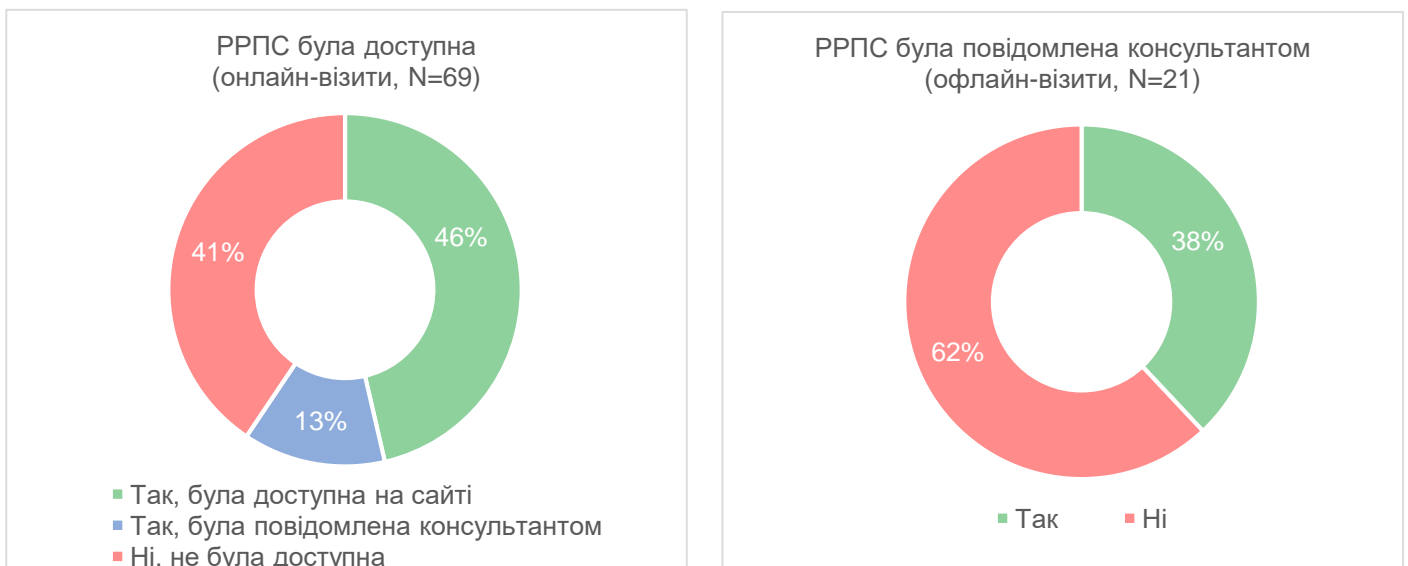
Під час 90% офлайн-візитів консультант надав позичальнику інформацію щодо розміру номінальної процентної ставки (як правило, розміру денної ставки). Ця інформація була також практично завжди доступна «таємним покупцям» при онлайн-візитах: у 52% випадків її можна було легко знайти на сайті, і у 43% випадків вона була надана консультантами в месенджерах, чатах або телефоном, і тільки в поодиноких випадках така інформація була доступна лише під час подачі кредитної заявки.

На відміну від інформації про денну ставку, **інформація щодо РРПС була доступна не завжди – лише у 54% всіх візитів.**

Говорять консультанти:

«При мікrokредитах є процентна ставка на день. Річну не рахують»
«Річну ставку ми не рахуємо, тому що видаємо кредит на 30 днів»
«Поняття РРПС немає, бо кредит видається максимум на 15 днів»

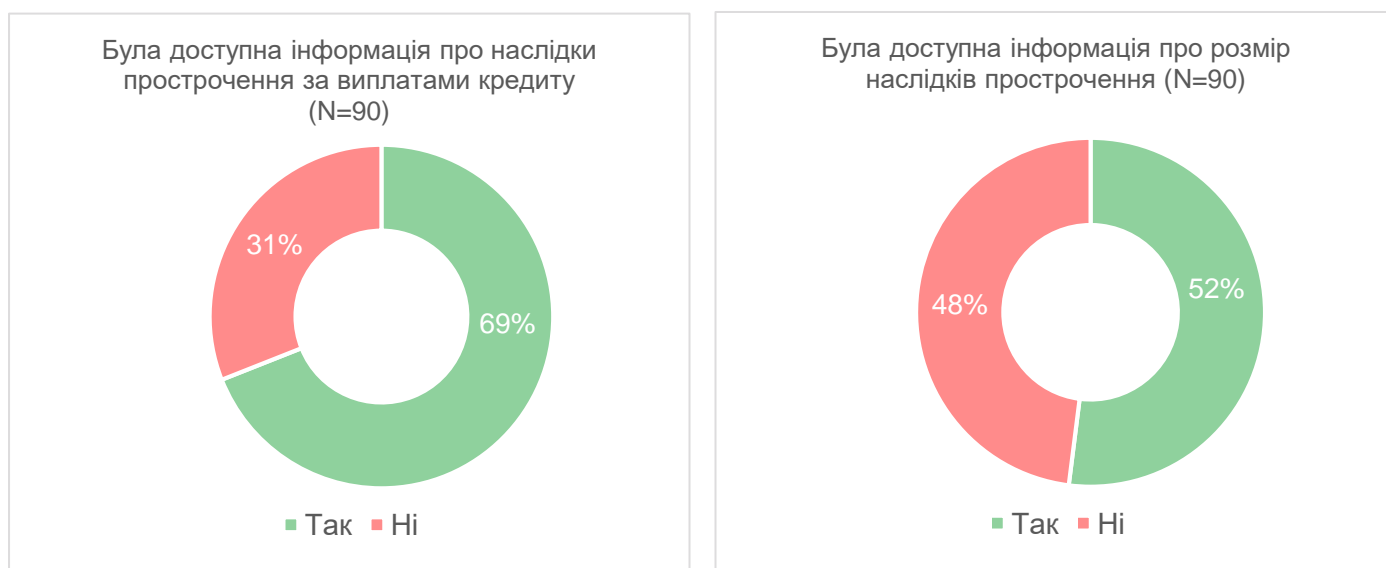
Діаграма 6.2 Доступність інформації щодо РРПС



Інформація щодо наслідків прострочення за кредитом

Переважає більшість консультантів фінансових компаній (як під час онлайн, так і офлайн-візитів) надали інформацію щодо наслідків прострочення. Переважно акцентували увагу на розмірі штрафів, пені та підвищеній процентній ставці за прострочення. Однак, в окремих випадках звертали увагу і на можливість відступлення боргу третім особам / передачу боргу колекторам для стягнення.

Діаграма 6.3 Доступність інформації щодо наслідків прострочення за кредитами



Розбіжності між усною інформацією та укладеними договорами

У 28% проаналізованих візитів було виявлено розбіжності в договорі з усною інформацією, що була надана консультантами очно або в дистанційному форматі (в процесі спілкування через месенджери або телефоном).

Найчастіше розбіжності стосувалися такого:

- розмір неустойки (штрафу/пені). Консультанти зазначають про відсутність таких санкцій, хоча договором вони передбачені, або ж називають некоректні цифри;
- розмір номінальної процентної ставки;
- розмір РРПС (7% візитів).

АНАЛІЗ ПИСЬМОВОЇ ПЕРЕДДОГОВІРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Аналіз інформації на сайтах фінансових компаній з точки зору дотримання вимог Закону про фінансові послуги

Ч. 2 ст. 12 Закону про фінансові послуги містить перелік інформації, яку компанія має повідомити клієнту до укладення договору. У цьому розділі ми також розглядаємо як одиницю аналізу сайт, а не візит чи компанію. Наші аналітики знайшли на 19 з 41 сайтів (46%) всю інформацію, яку компанія має повідомити до укладення договору згідно із цією статтею. Так, наприклад, на сайтах всіх фінансових компаній можна знайти їхню контактну інформацію, відомості про державну реєстрацію, а також інформацію про включення компанії до реєстру фінансових установ.

Практично всі компанії інформують про наявність у кредитодавця права на надання кредитів, і в багатьох випадках доступною є контактна інформація органу, що здійснює державне регулювання кредитодавця. Також у більшості випадків позичальник може ознайомитись із інформацією щодо зборів, платежів та інших витрат, які ним мають бути сплачені (хоча часто ця інформація є досить стислою, наприклад, вказується тільки розмір процентної ставки на день).

До вимог ч. 2 ст. 12 Закону про фінансові послуги, якими найчастіше нехтують під час розміщення інформації на сайті, відносяться такі:

- Інформація щодо наявності гарантійних фондів чи компенсаційних схем, що застосовуються відповідно до законодавства;

- Інформація про неможливість збільшення фіксованої процентної ставки за договором без письмової згоди споживача;
- Порядок внесення змін та доповнень до договору;
- Наявність у клієнта права на відмову, припинення та розірвання договору.

Діаграма 6.4 Наявність інформації згідно з вимогами Закону про фінансові послуги (N=41)



Серед ключових проблем інформації на сайтах є відносна **складність її знаходження**. Досить часто інформація розміщується в різних розділах, іноді частина доступна дуже маленьким шрифтом внизу титульної сторінки сайту. Наш аналіз показав, що хоча з формальної точки зору інформація присутня на сайті, в багатьох випадках доступ споживачів до неї є ускладненим.

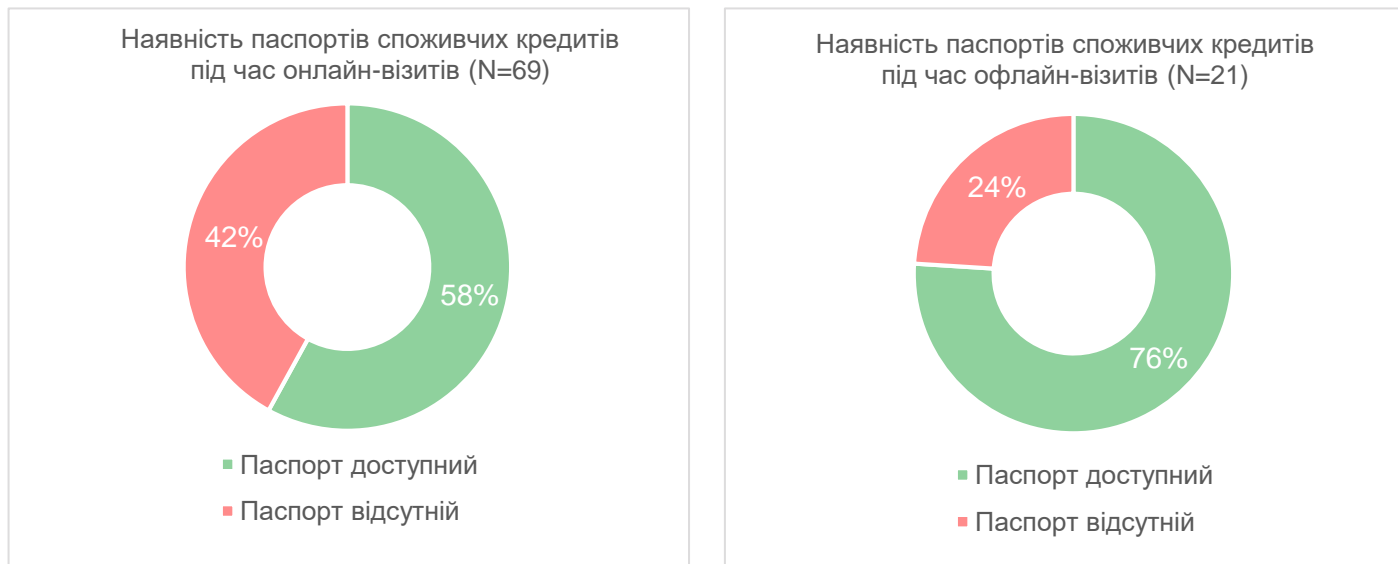
Порівнявши сайти компаній, які видають кредити онлайн, з сайтами тих, хто має «фізичні» відділення, значних відмінностей виявлено не було. Наявність або відсутність такої інформації, скоріше, визначається внутрішньою політикою кожної з установ, аніж способом видачі коштів.

Аналіз паспортів споживчого кредиту, що доступні на сайтах фінансових компаній або були отримані у відділенні

Хоча вимога надавати паспорт споживчого кредиту не поширюється на мікрокредити, під час 43% візитів, що були зроблені онлайн, позичальник знайшов на сайті паспорт споживчого кредиту або подібну детальну інформацію про умови майбутнього кредиту, і під час ще 15% візитів позичальник отримав паспорт разом з договором у своєму особистому кабінеті. Що стосується офлайн кредитування, в 19% візитів до відділень позичальнику було надано, під час укладення договору,

паспорт споживчого кредиту, який він міг забрати із собою. Ще під час 57% офлайн-візитів паспорт було надано для вивчення та підписання у відділенні, однак отримати примірник на руки не було можливим.

Діаграма 6.5 Кількість візитів, коли позичальник мав можливість ознайомитись із паспортом споживчого кредиту або іншою детальною письмовою переддоговірною інформацією про умови кредиту



Аналіз змісту одержаних на руки або наявних на сайті паспортів / детальних описів умов кредиту показав, що вони, переважно, містять основну інформацію, яка потрібна для порівняння різних кредитних пропозицій, а саме: інформацію про суму, строк кредиту, орієнтовну загальну вартість, номінальну процентну ставку та РРПС.

Діаграма 6.6 Наявність інформації у паспортах (N=44)



Доступність проектів договорів

Під час практично всіх онлайн-візитів (94%) позичальник зміг завантажити шаблон договору на сайті фінансової компанії до укладення договору (тобто, не розпочинаючи процес укладення договору). Що стосується офлайн-візитів, то у всіх випадках «таємному покупцю» давали проект договору вже на підпис, не даючи шаблон для ознайомлення заздалегідь, але під час половини цих візитів позичальник міг теж завантажити шаблон договору на сайті.

Розбіжності між письмовою переддоговірною інформацією та укладеними договорами

У 23% проаналізованих договорів було виявлено розбіжності з письмовою переддоговірною інформацією, наданою «таємним покупцям». Частіше такі відмінності зафіксовані під час отримання онлайн-кредитів, ніж офлайн.

Як правило, ці розбіжності стосувалися неустойки або інших наслідків невиконання зобов'язань за договором. Часто фінансові компанії не включають повну інформацію про всі застосовні наслідки невиконання зобов'язань (наприклад, вказують штраф, але не вказують пеню; або не вказують штрафи, які стягуються за невиконання певних неплатіжних зобов'язань).

У поодиноких випадках наявні розбіжності за такими показниками:

- Розбіжності щодо розміру номінальної ставки;
- Різне визначення режиму платежів (наприклад, те, що називається пенею в паспорті, визначається як процентна ставка за понадстрокове використання кредиту в договорі);
- Розбіжності щодо орієнтовної загальної вартості кредиту.

Окремим цікавим кейсом є питання щодо обов'язковості додаткових послуг при укладенні договору з однією фінансовою компанією. Для мікрокредитів кредиторів, як правило, не вимагають укладення договору страхування життя чи здоров'я позичальника – тільки в одному візиті з 90 така вимога була присутня. При цьому, в паспорті було вказано, що послуги страхової компанії не є обов'язковими під час укладання договору, але фактично клієнта змусили укласти договір страхування, і йому не було надано можливості вибору з трьох страхових компаній. У цьому ж візиті позичальник уклав договір на юридичні послуги під час оформлення кредиту, при цьому характер цих послуг не є до кінця зрозумілим.

Говорить «таємний покупець»:

«Вся інформація доступна на сайті, крім наявності страховки та плати за юридичні послуги. Дізнатися про наявність страховки та плати за юридичні послуги можливо тільки під час подачі заявки в особистому кабінеті. Сума за юридичні послуги (169 грн) та за страховку (129 грн) включена в тіло кредиту (4298 грн, на карту отримано 4000 грн). Консультант сказала, що від юридичних послуг та страховки можна відмовитись, але "галочки" навпроти цих пунктів скасувати неможливо. За словами консультанта, щоб відмовитись від цих послуг, потрібно телефонувати до кол-центру»

VII АНАЛІЗ ДОГОВОРІВ ПРО МІКРОКРЕДИТИ

«Таємні покупці» уклали 21 договір у паперовому вигляді і 69 договорів у вигляді електронного документа. Укладені договори було проаналізовано за такими критеріями:

- Дотримання процедури укладання договору у вигляді електронного документа, що передбачена Законом України «Про електронну комерцію»;
- Наявність у договорі інформації, обов'язкової згідно із Законом про фінансові послуги, та такої, що буде обов'язковою згідно із Законом про споживче кредитування;
- Наявність умов, що порушують права позичальника за Законом про фінансові послуги та Законом про захист споживачів, та таких, що були б незаконними, якби Закон про споживче кредитування застосовувався до такого договору;
- Наявність положень, що створюють певні ризики для позичальника або передбачають дисбаланс договірних прав та обов'язків на шкоду позичальнику;
- Наявність у договорі положень, що суперечать одне одному або можуть бути розтлумачені неоднозначно, та положень, які суперечили рекламі, отриманій усній або письмовій переддоговірній інформації.

АНАЛІЗ ПРОЦЕДУРИ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРІВ ОНЛАЙН

Онлайн-кредитування активно розвивається в Україні. За останніми офіційними даними, за перший квартал 2020 року 80% кредитних договорів було укладено фінансовими компаніями дистанційно¹². За інформацією Національного банку України, до нього часто звертаються позичальники, на думку яких, якщо кредитний договір укладений онлайн, то фінансова компанія не дотрималася вимог до його оформлення¹³.

На предмет дотримання процедури укладання договору у вигляді електронного документа було проаналізовано 69 договорів з 31 компанією. Усі фінансові компанії, крім однієї, виконують всі обов'язкові кроки, що передбачені законодавством для укладання такого договору. Так, на сайті кожної компанії, крім однієї, процес укладення договору виглядає таким чином:

- Відбувається ідентифікація клієнта в інформаційно-телекомунікаційній системі (ІТС) (зазвичай в форматі реєстрації на сайті кредитодавця за допомогою адреси електронної пошти або телефону та унікального паролю);
- Клієнтом надається вся необхідна інформація для формування фінансовою компанією належної пропозиції клієнту;
- Отримання клієнтом в ІТС індивідуальної оферти, яка містить істотні умови кредитного договору;
- Прийняття клієнтом пропозиції укласти договір шляхом надсилання електронного повідомлення, підписання електронного повідомлення електронним підписом (зазвичай, у форматі підтвердження одноразовим ідентифікатором через СМС-повідомлення);
- Отримання підтвердження вчинення електронного правочину у формі електронного документа – електронного договору.

При укладенні двох договорів з однією компанією було виконано всі кроки, крім останнього – позичальник не отримав підтвердження вчинення електронного правочину.

¹² https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/FK/FK_I_kv_2020.pdf

¹³ <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pitannya-dnya-chi-mojna-ne-vikonuvati-dogovir-pro-kredit-yakscho-vi-pidpisali-yogo-onlayn-spoylet--ni>

НАЯВНІСТЬ У ДОГОВОРІ ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Майже всі договори (97%) містили всю інформацію, яка повинна бути вказана в договорі про надання фінансових послуг згідно з Законом про фінансові послуги. В одному договорі була відсутня інформація про строк дії договору і в двох договорах не було вказано адресу проживання клієнта.

Також ми вже зараз проаналізували договори на предмет включення до них положень, передбачених ст. 12 Закону про споживче кредитування, для того, щоб мати можливість порівняти під час другої хвили дослідження (після того, як Закон почав поширюватися на мікрокредити), чи почало більше компаній включати відповідні положення до своїх договорів.

За результатами аналізу виявлено, що багато фінансових компаній ще до поширення дії **Закону про споживче кредитування** на мікрокредити зазначали в своїх договорах всю або майже всю інформацію, яка вимагається цим Законом. Так, у **49% договорів була наявна вся інформація** – від найменування кредитодавця до згоди споживача на доступ до його кредитної історії.

Серед тієї інформації, яка найчастіше була відсутня в договорах, відзначимо інформацію про орієнтовну РРПС (відсутня в 24% договорів), орієнтовну загальну вартість кредиту (відсутня в 16% договорів) та порядок повернення кредиту та сплати процентів за користування споживчим кредитом, включно із кількістю платежів, їх розміром та періодичністю внесення, у вигляді графіка платежів (відсутня в 9% договорів). Таким чином, значно ускладнюється розуміння позичальником своїх грошових зобов'язань, а відтак, підвищується ризик неповернення кредиту.

З позитивного, у всіх договорах було вказано наслідки прострочення виконання зобов'язань за договором, а порядок дострокового повернення кредиту був описаний у 96% договорів.

Діаграма 7.1 **Обов'язкова інформація за Законом про споживче кредитування, яка була відсутня в договорах (N=90)**



ПОЛОЖЕННЯ ДОГОВОРІВ, ЩО МОЖУТЬ РОЗГЛЯДАТИСЯ ЯК ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ЗГІДНО ІЗ ЗАКОНОМ ПРО ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ ТА ЗАКОНОМ ПРО ЗАХИСТ СПОЖИВАЧІВ

Договори було проаналізовано з точки зору дотримання Закону про фінансові послуги та Закону про захист споживачів. У результаті було з'ясовано, що **майже всі фінансові компанії дотримуються цих законів**. Зокрема, лише в 2% договорів було зазначено, в порушення заборони за ст. 6 Закону про фінансові послуги, про право кредитодавця на збільшення розміру фіксованої процентної ставки в односторонньому порядку без згоди позичальника.

7% договорів (всі з них – договори компаній, які видають онлайн-кредити) містять вимоги відносно сплати позичальником непропорційно великої суми компенсації (понад 50% вартості послуги) у разі невиконання ним своїх зобов'язань за кредитним договором. Відповідно до ст. 18 Закону про захист споживачів така умова є несправедливою умовою договору, яка не повинна включатися до договору.

Приклад 1. Вимоги щодо сплати непропорційно великої суми компенсації у разі невиконання зобов'язань за кредитним договором

Якщо Позичальник на момент укладання Договору позики мав право на пільги щодо не нарахування процентів за користування позикою, процентів на прострочену позику, неустойки (у разі наявності), передбачені Законом України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей», та не повідомив Позикодавця про такі пільги, Позикодавець має право вимагати від такого Позичальника сплати штрафу в розмірі подвійної суми Позики за подання недостовірної інформації при ідентифікації щодо своєї особи, зайнятості, роду діяльності тощо.

У разі набуття такого права на пільги протягом дії Договору позики, Позичальник зобов'язаний письмово повідомити про це Позикодавця протягом 3 (трьох) календарних днів та надати підтвердуючі документи. У разі не надання цих документів Позикодавець має право вимагати від такого Позичальника сплати штрафу в розмірі суми Позики за несвоєчасне подання інформації, що має суттєве значення для ділових правовідносин.

ПОЛОЖЕННЯ ДОГОВОРІВ, ЩО МОЖУТЬ РОЗГЛЯДАТИСЯ ЯК ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ЗГІДНО ІЗ ЗАКОНОМ ПРО СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ

З 8 січня 2021 року дія Закону про споживче кредитування поширюється і на мікрокредити. Хоча станом на момент проведення дослідження виконання вимог Закону не було обов'язковим, ми проаналізували рівень відповідності фінансових компаній новому законодавству. Нижче розглянуто положення договорів, що можуть трактуватись як порушення Закону про споживче кредитування. У **73% договорів було присутнє одне або більше таких положень**.

Країнам рекомендовано заборонити або зробити нікчемними несправедливі умови в договорах про споживчий кредит, зокрема:

- 1) норми, які дозволяють кредитору у випадку прострочення з боку споживача стягувати штрафні проценти, які порушують застосовні законодавчі вимоги;
- 2) норми, які зобов'язують споживача, що допустив прострочення, сплатити занадто великі витрати на стягнення боргу;
- 3) норми, які зобов'язують споживача у випадку дострокового повернення сплатити проценти за весь строк кредиту.

Рекомендації щодо споживчого кредитування Ради з питань захисту споживачів ОЕСР, 2019

Діаграма 7.2 Положення в договорах, що можуть розглядатися як порушення законодавства згідно із Законом про споживче кредитування (N=90)



Зміна процентної ставки/порядку сплати процентів у бік погіршення для споживача за порушення виконання споживачем зобов'язань за договором

Згідно з ч.3 ст. 21 Закону про споживче кредитування, **за порушення виконання споживачем зобов'язань за договором про мікрокредит процентна ставка за кредитом, порядок її обчислення, порядок сплати процентів не можуть бути змінені у бік погіршення для споживача.** Будь-які подібні умови є незаконними. Також слід зауважити, що згідно з п. 6 Розділу IV Закону про споживче кредитування під час карантину забороняється збільшення процентної ставки у разі невиконання зобов'язань за договором, тож навіть якщо компанії включали це у договори в грудні 2020 року, застосування ними таких норм на практиці було заборонено.

Тим не менш, значна частина фінансових компаній включає такі пункти до своїх договорів із позичальниками. Загалом, **64% всіх проаналізованих договорів містять такі норми** (62% серед онлайн-кредитів та 71% для офлайн). Варто відзначити, що частіше такі норми містяться в договорах, укладених **новими** клієнтами (71% договорів таких клієнтів), порівняно з договорами, укладеними клієнтами, які вже мали досвід кредитування в цій компанії (55%).

При цьому деякі компанії прямо передбачають підвищену процентну ставку при неповерненні кредиту в строк, а деякі компанії використовують доволі креативні формулювання для того, щоб «обґрунтувати» чи якимось чином «приховати» фактичне підвищення процентної ставки при невиконанні споживачем своїх зобов'язань. Відповідно, всі такі умови можна поділити на такі групи:

- 62% договорів (з тих, які містять такі умови) відразу передбачають підвищену процентну ставку після неповернення кредит в строк, хоча деякі кредитодавці називають її «базовою» або «стандартною» і підкреслюють, що вона не є підвищеною;
- 29% договорів передбачають автоматичну пролонгацію на певний період (наприклад, 20 або 80 днів), протягом періоду пролонгації і після нього застосовується підвищена ставка (в окремих випадках застосовується одна підвищена ставка для періоду пролонгації та інша після його завершення; або протягом періоду пролонгації застосовується звичайна ставка, а після його завершення – підвищена);

- 9% договорів передбачають певний строк кредиту, акційний період менше ніж строк кредиту і застосування підвищеної ставки у випадку неповернення кредиту після закінчення акційного періоду (наприклад, строк кредиту 28 днів, акційний період 14 днів, акційна ставка 0,01%, але якщо кредит не повернуто протягом 14 днів, то до всього строку кредиту застосовується ставка 2,5%).

Крім цього, 41% договорів, що містять умови про зміну процентної ставки, передбачають перерахунок процентів за попередній період, якщо кредит не повернуто протягом акційного періоду/строку кредиту.

Приклад 2. Автопродлонгація з підвищеною ставкою

У разі не сплати Позичальником заборгованості до закінчення строку дії договору та не продовження строку дії Договору, Кредитором застосовується автопродлонгація з наступного дня після запланованої дати повернення кредиту. Позичальник, який підписує даний договір, дає згоду на його автопродлонгацію, - продовження строку дії договору з дня запланованої дати повернення кредиту ще на 20 календарних днів. В період автопродлонгації діє підвищена процентна ставка у розмірі 4.15%.

На доповнення до згаданих вище договорів, один договір на кредит на суму 3 800 гривень встановлював, що «ця позика надається **безкоштовно!**» і не передбачав ані підвищеної ставки, ані штрафу/пені за прострочення. Проте він передбачав сплату позичальником **комісії** за підготовку та направлення документів/повідомлень у зв'язку з простроченою заборгованістю в розмірі **2 039** грн.

Застосування штрафу та пені за одне й те саме порушення

Згідно з ч.4 ст. 21 Закону про споживче кредитування **заборонено застосування штрафу та пені за одне й те саме порушення споживачем зобов'язання за договором**. Аналіз показав, що у **21% договорів** ця заборона порушується - фінансові компанії зазначають про можливість стягнення з позичальника одночасно штрафу та пені у випадку невиконання ним своїх зобов'язань.

Приклад 3. Застосування штрафу та пені за одне й те саме порушення

2.3.9. На вимогу Позикодавця, доведено до Позичальника шляхом розміщення відповідного повідомлення в Особистому кабінеті, Позичальник за порушення умов Договору зобов'язаний сплатити неустойку (штраф) у розмірі 50% від Суми позики, передбаченої п. 1.1 цього Договору, на п'ятий день користування Позикою понад строк, встановлений п. 1.5 цього Договору.

2.3.10. Позикодавець має право нарахувати Позичальнику пеню в розмірі подвійної облікової ставки Національного банку України, що діяла у період, за який сплачується пеня, від Суми позики, за кожен день прострочення.

Обмеження права на дострокове повернення кредиту

Згідно зі ст. 16 Закону про споживче кредитування споживач має право **в будь-який час повністю або частково достроково повернути** споживчий кредит, при цьому проценти мають бути сплачені **тільки за період фактичного користування** кредитом. Однак, у **12% проаналізованих договорів** були присутні умови, які порушують такі права позичальника. Так, наприклад, в одному з договорів вказано, що у разі дострокового повернення всієї суми позики позичальник повинен сплатити проценти за весь строк користування позикою. У декількох інших договорах позичальника зобов'язують до сплати процентів за визначений мінімальний період, незважаючи на фактичну дату повернення кредиту (наприклад, проценти за 5 днів). Також в двох договорах позичальнику було заборонено повертати кредит раніше ніж 3 дні з дня отримання, а в одному договорі позичальнику було заборонено достроково повертати кредит частково (можна тільки повністю).

Додатково, в двох договорах було зафіксовано умови, які формально не є такими, що порушують Закон, але фактично унеможливають дострокове повернення, оскільки вони передбачають надання повідомлення про дострокове повернення за 14 днів до його здійснення при строку кредиту – 16 днів.

Приклад 4. Порушення прав позичальника на дострокове повернення кредиту

Протягом строку позики, встановленого пунктом 1.3 Договору, розмір відсотків за правомірне користування коштами складає:

- 2.20 % від суми позики щоденно. У разі дострокового повернення всієї суми позики, Позичальник повинен сплатити проценти за весь строк користування позикою, встановлений п. 1.3 Договору

Варто зазначити, що всі випадки включення таких незаконних умов виявлено в договорах фінансових компаній, що видають онлайн-кредити, тоді як жодного – в договорах на отримання кредитів офлайн.

Інші порушення законодавства

Також було зафіксовано поодинокі випадки включення до договорів інших положень, які порушували б Закон про споживче кредитування. Зокрема, у порушення ст. 15 Закону 3% договорів забороняли позичальнику відмовитися від договору про споживчий кредит, у тому числі в разі отримання ним грошових коштів.

УМОВИ В ДОГОВОРАХ, ЩО СТВОРЮЮТЬ ПІДВИЩЕНІ РИЗИКИ ДЛЯ ПОЗИЧАЛЬНИКА

Хоча майже всі фінансові компанії дотримувалися чинних на момент укладення Закону про фінансові послуги та Закону про захист споживачів, багато з них включають у договори положення, що тим чи іншим чином створюють **підвищені ризики** для позичальника. **Тільки в 3% договорів не було зафіксовано жодного такого положення.**

Діаграма 7.3. Положення в договорах, що можуть розглядатися як ризикові для позичальника (N=90)



Звернення до третіх осіб за інформацією про фінансовий стан Позичальника

У **62%** проаналізованих договорів міститься норма, що дозволяє кредиторавцю звертатись до будь-яких третіх осіб за інформацією про фінансовий стан позичальника. Норма є ризиковою для позичальника тому, що, спираючись на неї, кредиторавець може розкривати персональні дані позичальника та інформацію про подання ним заявки на кредит або отримання ним кредиту будь-яким особам.

Ускладнення черговості погашення вимог кредиторавця

48% договорів встановлюють іншу черговість погашення вимог кредиторавця, ніж передбачена Законом про споживче кредитування. Зокрема, часто в першу чергу сплачується пеня / штраф за прострочення кредиту. Такі положення можуть ускладнити для позичальника сплату основної суми боргу у випадках порушення платіжної дисципліни.

Визнання позичальником умов договору такими, що є справедливими

У **40%** проаналізованих договорів міститься пункт, в якому позичальник підтверджує факт того, що умови договору є справедливими. Така умова є ризиковою для споживача, оскільки унеможливує застосування Закону про захист споживачів у разі необхідності захисту своїх порушених прав у судовому порядку.

Приклад 5. Пункт договору, що визначає умови договору справедливими

Позичальник засвідчує, що умови цього Договору є розумними, справедливими, добросовісними та не містять дисбалансу прав та обов'язків Кредиторавця та Позичальника.

Строк позовної давності

Позовна давність – це строк, протягом якого особа, право якої порушено, може вимагати захисту чи примусового здійснення свого права через суд. Згідно зі статтею 257 Цивільного кодексу України, строк загальної позовної давності складає 3 роки, а для вимог про стягнення неустойки він становить один рік. Позовна давність, встановлена законом, може бути збільшена за домовленістю сторін.

Низка фінансових компаній збільшує строк позовної давності в договорі – близько **третини** проаналізованих договорів містили такі умови. Період подовження переважно варіюється в діапазоні між 5 та 10 роками, однак в окремих випадках досягає значно більших значень (наприклад, 70 років). Крім того, в **18%** договорів є норми, що збільшують строк позовної давності для стягнення неустойки. Це несе додаткові ризики для споживача, оскільки кредиторавець має більше (інколи більше ніж середня тривалість життя людини) часу для того, щоб звернутись із позовом до позичальника.

Розкриття кредиторавцем персональних даних позичальника

36% проаналізованих договорів містять норми, що дозволяють кредиторавцю розкривати персональні дані в широкому або фактично необмеженому колі випадків. Інколи кредиторавець отримує можливість розповсюджувати, в тому числі, й фото особи позичальника. При цьому в деяких випадках норми договору жодним чином не регламентують способи використання отриманих від позичальника даних.

Приклад 6. Пункт договору, що передбачає відсутність будь-яких обмежень для поширення особистої інформації позичальника

Позичальник цим надає безумовну та безвідкличну згоду на фотографування його обличчя та обробку будь-яких його персональних даних, включаючи але не обмежуючись збиранням, реєстрацією, накопиченням, зберіганням, адаптуванням, зміною, поновленням, використанням і поширенням (розповсюдженням, реалізацією, передачею), уособленням відомостей про Позичальника без будь-яких обмежень та з будь-якою метою.

Характерно, що такі норми частіше вказуються в договорах щодо офлайн-кредитів (в 57% договорів про такі кредити), тоді як в онлайн-кредитах – лише 29%.

Отримання кредиту не на споживчі цілі

У 14% проаналізованих договорів зазначено, що кредит отримано не на споживчі цілі. Така норма є ризиковою для позичальника, оскільки вона унеможливує застосування та обґрунтування для захисту своїх прав як споживача Законів про захист споживачів і про фінансові послуги.

Нарахування процентів на основну суму (суму виданого кредиту)

У 13% договорів передбачено, що проценти нараховуються на основну, а не непогашену, суму кредиту. Це означає, що для позичальника немає сенсу достроково повертати кредит частково, тому що незалежно від того, скільки було повернуто, він завжди має сплачувати однаково велику суму процентів (наприклад, 2% в день від суми виданого кредиту). Крім того, це може означати, що у випадку неповернення частини кредиту в строк проценти за підвищеною процентною ставкою та/або пеня нараховуватимуться не тільки на неповернуту суму кредиту, а й на ту суму, яка була повернута вчасно.

Приклад 7. Пункт договору, що передбачає нарахування процентів на основну суму

5.9. При частковому (неповному) поверненні суми Кредиту, проценти за Кредитом продовжують нараховуватись на суму Кредиту, зазначену у пункті 3.1 цього Договору (сума процентів та /або штрафних санкцій нараховується на суму виданого кредиту, що визначена в п. 3.1.).

Розгляд спорів у третейському суді

Законом України «Про третейські суди» із підвідомчості третейських судів виключено судові спори щодо захисту прав споживачів (в тому числі й ті, що стосуються фінансових послуг). При цьому, деякі кредитодавці включають третейське застереження в свої договори (наявне в 12% проаналізованих договорів). Це створює додаткові ризики для позичальника з огляду на те, що спір може бути розглянутий несправедливо, а його можливості для оскарження рішення будуть обмежені.

СУПЕРЕЧЛИВІ УМОВИ В ДОГОВОРАХ

У 29% договорів містяться положення, що суперечать одне одному або можуть бути розтлумачені неоднозначно. Зокрема, у деяких договорах було незрозуміло, чи позичальник має сплачувати проценти за кожен день користування кредитом, чи це фіксована плата за весь строк кредиту (комісія за надання кредиту). У деяких інших договорах було вказано, що процентна ставка є змінюваною, хоча вона була фіксованою (не було прив'язки до якогось індексу).

Приклад 8. Положення, що містяться в одному й тому самому договорі

1.4. Розмір процентних ставок, визначених п.1.3. цього Договору, є фіксованим та може бути змінено Товариством в односторонньому порядку лише за умови попереднього письмового повідомлення Позичальника.

3.3. Розмір процентної ставки, встановлений п.1.3. цього Договору залежить від умов її встановлення та є незмінним протягом усього строку дії Договору та не може бути збільшений Товариством в односторонньому порядку.

VIII ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

З точки зору змісту договорів, фінансові компанії є загалом законослухняними: мало хто порушував законодавство, чинне на момент укладення «таємними покупцями» договорів. Однак, аналіз кредитних договорів висвітлив деякі тривожні практики, які суперечать Закону про споживче кредитування.

Особливо це стосується договірних умов щодо відповідальності споживача, які стали незаконними з 8 січня 2021 року: застосування штрафу та пені за одне й те саме порушення споживачем зобов'язання та зміна процентної ставки, порядку її обчислення та порядку сплати процентів у бік погіршення для споживача за порушення виконання споживачем зобов'язань. Більш того, слід звернути увагу на практику фінансових компаній щодо використання «креативних» умов, які приховують фактичне включення заборонених умов, як, наприклад, стягнення не пені, а «комісії» при простроченні; або автоматична пролонгація договору у разі прострочення із застосуванням підвищеної ставки, та ще й за весь строк кредиту.

З точки зору перевірки РРПС, хочемо звернути увагу на те, що фінансові компанії повинні дотримуватися методики розрахунку РРПС, передбаченої законодавством, бо, як показало наше дослідження, вказана в договорі РРПС не співпадає з РРПС за нашими розрахунками у 69% візитів.

Поширення дії Закону про споживче кредитування на мікрокредити є дуже важливим кроком для захисту прав позичальників таких кредитів. Це стосується і обов'язку кредиторів розраховувати та включати до договорів РРПС, і заборони на включення до договорів певних шкідливих для позичальників умов тощо. Директива ЄС про кредитні договори для споживачів, яка була «взірцем» для Закону про споживче кредитування, не поширюється на кредити на суму до 200 євро. Проте багато країн ЄС поширили дію Директиви на такі кредити (зокрема, Болгарія, Хорватія, Швеція, Словенія та Словаччина). Проведена у 2020 році Оцінка Директиви Європейською Комісією наголошує на тому, що мінімальна сума кредиту, з якої поширюється Директива, є досить суперечливою, тому що вона не дозволяє застосовувати Директиву до кредитів за високу плату. При цьому, такі кредити можуть найбільше шкодити споживачам, оскільки вони є дуже дорогими та використовуються споживачами з обмеженим доступом до інших видів кредитів¹⁴.

Директива передбачає формулу для розрахунку РРПС, проте не встановлює обмеження максимального розміру РРПС. Саме тому, Європейська Комісія відзначає, що тільки поширення дії Директиви на короткострокові кредити за високу плату не є достатнім заходом для вирішення основних проблем, з якими стикаються вразливі позичальники таких кредитів.

Висока вартість такого кредиту сама по собі є ризиком, особливо з огляду на те, що більшість споживачів короткострокових кредитів за високу плату класифікуються як ризикові споживачі, - це означає, що кредиторів збільшують процентні ставки для покриття ризику невиконання зобов'язань за кредитом, що, в свою чергу, ускладнює погашення такого кредиту для споживача. Короткострокові кредити за високу плату також мають тенденцію до подорожчання з часом, погіршуючи фінансовий стан споживача, оскільки він змушений у такому випадку або використовувати варіант продовження терміну дії кредиту, або брати ще більше кредитів для погашення початкового боргу

Оцінка Директиви 2008/48/ЄС про кредитні договори для споживачів, 2020

Для вирішення цих проблем низка фінансових регуляторів у європейських та інших країнах світу використовують такі заходи як:

- використання у обов'язковій переддоговірній інформації встановлених законом попереджень щодо особливих характеристик короткострокових кредитів за високу плату, які б перенаправляли на освітній веб-сайт регулятора або органу, відповідального за фінансову просвіту;

¹⁴ Оцінка Директиви 2008/48/ЄС про кредитні договори для споживачів, робочий документ Європейської Комісії, листопад 2020 року

- встановлення обмежень максимальної вартості короткострокових кредитів, якщо це можливо;

- запровадження норм щодо відповідального кредитування, спеціально пристосованих до короткострокових кредитів за високу плату, зокрема, правила прийнятності кредиту для споживача (*affordability rules*), обмеження на максимальну кількість пролонгацій (рефінансування) або кількості кредитів, які споживач може мати одночасно або протягом певного періоду часу¹⁵.

Зважаючи на вищезазначене та результати дослідження, нижче надаємо рекомендації для розгляду кожним із учасників процесу споживчого кредитування.

Встановлення обмежень щодо максимальної вартості відіграє позитивну роль в обмеженні отримання кредиторствами односторонньої вигоди й у зменшенні негативних наслідків від надмірної заборгованості та може бути успішним заходом у зменшенні витрат споживачів, які потребують короткострокових кредитів, та кількості споживачів, які не виконують свої зобов'язання за кредитом.

Короткострокове споживче кредитування, регуляторні відповіді та політики, Спільний звіт Цільової групи «Великої Двадцятки» та ОЕСР з питань захисту споживачів фінансових послуг, FinCoNet та Міжнародної мережі ОЕСР з фінансової просвіти, 2019

РЕКОМЕНДАЦІЇ ФІНАНСОВИМ КОМПАНІЯМ:

- підвищити якість рекламних матеріалів та матеріалів на сайтах задля надання споживачу більше інформації про вартість мікrokредиту і, головне, інформації про розмір РРПС;
- підвищити рівень інформування споживача щодо розміру РРПС та наслідків невиконання зобов'язань в усній та письмовій формі (на сайтах, під час консультацій, в паспортах та договорах);
- зробити простішим доступ споживачів на сайтах до інформації, яка має бути надана до укладення договору згідно із законодавством;
- забезпечити включення до договорів усіх умов, які вимагаються ст. 12 Закону про споживче кредитування;
- видалити з договорів умови, які є незаконними, в тому числі ті, що виглядають начебто законними, але приховують незаконні умови;
- об'єктивно оцінити умови, які створюють підвищені ризики для споживача (зокрема, щодо розкриття персональних даних у необмеженому колі випадків), і змінити їх так, щоб усунути дисбаланс договірних прав та обов'язків кредитодавця та позичальника;
- не допускати розбіжностей між задекларованими в рекламі/на сайті/під час консультацій, вказаними в договорі і фактичними розмірами РРПС та загальної вартості кредиту для споживача.

РЕКОМЕНДАЦІЇ СПОЖИВАЧАМ:

- будьте уважні – хоча сума кредиту здається маленькою, це дуже дорогі фінансові продукти, які можуть призвести до великої суми боргу досить швидко;
- вивчайте всі документи, які наявні на сайті фінансової компанії або даються на підпис (заяви про розкриття персональних даних, щодо яких ставиться ✓ на сайті, тощо);
- детально вивчіть всі умови майбутнього кредиту і, особливо, дізнайтесь розмір номінальної процентної ставки, розмір РРПС, загальну вартість кредиту та графік повернення кредиту. Зверніть увагу на наслідки невиконання зобов'язань за договором, оскільки вони можуть призвести до значного зростання суми, яка має бути вами повернена;
- перепитуйте будь-яку незрозумілу або суперечливу інформацію, але покладайтесь на умови договору, бо свій підпис позичальник ставить на договорі і виконувати йому потрібно договір, а не те, що було вказано на сайті або написано консультантом у месенджері;
- після укладення договору впевніться в тому, що знаєте суму та строк всіх платежів, які належить здійснити, та всі свої інші обов'язки за договором. Також слід пересвідчитися в тому, що ви чітко розумієте всі наслідки невиконання зобов'язань, включаючи будь-які штрафи/пеню та право

¹⁵ *Короткострокове споживче кредитування, регуляторні відповіді та політики, Спільний звіт Цільової групи «Великої Двадцятки» та ОЕСР з питань захисту споживачів фінансових послуг, FinCoNet та Міжнародної мережі ОЕСР з фінансової просвіти, 2019*

кредитодавця залучати колекторську компанію. Пам'ятайте, що якщо ви вже поставили підпис, то ви маєте виконувати договір, оскільки інакше ви можете значно збільшити суму свого боргу порівняно з сумою кредиту, і створити ризики для вашого особистого життя та репутації.

РЕКОМЕНДАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОМУ БАНКУ УКРАЇНИ:

- продовжувати активне інформування споживачів про їхні права і обов'язки за законодавством;
- переглянути типові договори фінансових компаній з точки зору наявності в них незаконних умов;
- заборонити, у майбутньому Положенні про додаткові вимоги до договорів про надання фінансових послуг небанківськими фінансовими установами, включати до договорів різноманітні варіанти умов, які фактично порушують ст. 21 Закону про споживче кредитування;
- здійснювати проактивний контроль за дотриманням кредитодавцями встановленої законодавством методики розрахунку реальної річної процентної ставки;
- розглянути встановлення обмеження максимальної реальної річної процентної ставки для захисту позичальників;
- розглянути запровадження в українське законодавство концепції «відповідального кредитування», зокрема, стосовно більш детальних правил оцінки кредитоспроможності позичальника та прийнятності для нього кредиту (оцінка з точки зору позичальника, а не тільки з точки зору кредитодавця); обмеження на кількість можливих пролонгацій кредиту та/або кількість мікрокредитів, які один позичальник може мати одночасно;
- розглянути поширення правил, встановлених Законом про споживче кредитування щодо реклами споживчого кредиту, на інформацію, розміщену на вебсайтах кредитодавців (зокрема, щодо заборони рекламування безпроцентних кредитів та обов'язку включати стандартну інформацію поряд з інформацією про вартість кредиту).

Як демонструють іноземні дослідження, розкриття вартості кредиту і очікування того, що споживачі розуміють, що значить для них ця вартість, не є достатнім заходом для захисту вразливих споживачів, зокрема, враховуючи те, що споживачі часто не розуміють РРПС і не розуміють її наслідків для себе.

Finance Watch, Ринок споживчого кредитування: розкриваємо порушення (глибинне дослідження ринку споживчого кредитування в Іспанії, Румунії та Ірландії, і що воно означає для перегляду Директиви про кредитні договори для споживачів), 2021; London Economics, Дослідження функціонування ринку споживчого кредитування в Європі, 2013 р.

РЕКОМЕНДАЦІЇ АСОЦІАЦІЯМ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ:

- проводити роз'яснювальну роботу серед учасників асоціацій щодо важливості відповідального кредитування, в тому числі прозорого розкриття споживачам інформації про вартість кредитів та розмір РРПС;
- сприяти участі фінансових компаній у механізмах, які допомагають у вирішенні скарг та спорів споживачів;
- розглянути можливість включення питань мікрокредитування до освітніх програм та ініціатив асоціацій та їх окремих учасників, що орієнтовані на споживачів, зокрема, на вразливі соціальні групи – малозабезпечені, молодь та пенсіонери. Серед освітніх ініціатив можна виділити такі:
 - підтримка населення (особливо молоді) у формуванні позитивної фінансової поведінки та ставлень;
 - просування звички робити заощадження як спосіб уникнути запозичень для покриття неочікуваних витрат;
 - роз'яснення того, як можна впливати на свою кредитну історію для покращення доступу до більш дешевих форм запозичень;
 - заохочення споживачів порівнювати кредитні продукти і робити інформований вибір шляхом підтримки існуючих або створення нових цифрових платформ або інших інструментів порівняння;
 - надання порад боржникам, які перебувають у скрутному фінансовому становищі, закредитовані тощо.

