

12.05.2017 – 18.05.2017, № 18

КОМПЕТЕНТНОЕ МНЕНИЕ

Главная статья

[Читаем и считаем: потребителю на заметку](#)

Компетентное мнение

[Договор о потребительском кредите, особенности его заключения](#)

[Перспективы развития рынка потребительского кредитования в Украине с учетом практики государств – членов Европейского Союза](#)

[Потребительское кредитование "по-новому" и без прав](#)

[Договор о потребительском кредите: особенности его заключения по новому законодательству](#)

[Кредитор в потребительском кредитовании. Права и обязанности](#)

[Закон "О потребительском кредитовании" с позиции защиты прав кредитодателей от недобросовестных заемщиков](#)

Актуально

[Банк прощает, а государство – нет](#)

Потребительский оптимизм без процентов и переплат

"Кредит под ноль процентов", "без первых взносов и переплат", "беспроцентный кредит на два года", – эти рекламные лозунги заставляют потребителей верить в то, что банки – это своего рода благотворительные организации, которые готовы дать вам в пользование свои деньги совершенно безвозмездно. Многие забывают, что банк – это коммерческое учреждение и его целью является получение прибыли.

Зачастую при выборе банка для оформления потребительского кредита заемщик руководствуется наиболее выгодным предложением и не замечает, как становится заложником умелой рекламы "кредитов без переплат". Многие заемщики не читают до конца подписываемые ими договоры потребительского кредитования, напечатанные, вероятно, наименьшим шрифтом, который может предложить языковая раскладка. Происходит это по ряду причин: во-первых, потребитель склонен верить указанным в рекламе условиям о беспроцентном кредитовании, а во-вторых, у юридически не подкованных заемщиков понятие "беспроцентный" ассоциируется со словом "бесплатный".

Реклама управляет потребительским оптимизмом заемщика. Каким же удивлением для него становится выяснение, что полученный кредит вовсе не беспроцентный, как гласила реклама, а имел нефиксированную ставку, например, 0,001 %, да и к тому же содержал плату за страховку, комиссии за выдачу и обслуживание кредита. Все, потому что главная задача рекламы потребительских кредитов – сформировать спрос среди потенциальных заемщиков. Распространенные манипуляции с рекламой спровоцированы отсутствием унифицированного нормативного регулирования этой сферы.

[Закон Украины "О рекламе"](#) содержит общие требования к рекламе услуг банковскими учреждениями, а также устанавливает запрет на недобросовестную рекламу. Недобросовестной считается реклама,

которая вводит или может ввести в заблуждение потребителей рекламы и может причинить вред вследствие ее неточности, недостоверности, двусмысленности, преувеличения.



Исходя из предложенного законом обозначения, реклама кредитов под 0 % считается недобросовестной, поскольку она не отражает полный спектр платежей по кредитному договору и вводит в заблуждение потребителя, который зачастую уверен, что берет кредит без каких-либо переплат.

Закон Украины "О защите прав потребителей" указывает, что введением в заблуждение считается непредоставление или предоставление нечетким, непонятным или двусмысленным способом информации, которая необходима потребителю для осуществления осознанного выбора. Учитывая, что многие банки прибегают к рекламе потребительских кредитов, которая содержит откровенно искаженную, а зачастую просто недостоверную информацию, говорить об осознанном выборе потребителем банка просто невозможно.

В 2007 году Нацбанк принял [постановление № 168 "Об утверждении Правил предоставления банками Украины информации потребителю об условиях кредитования и совокупной стоимости кредита"](#), и тем самым обязал банки предоставлять заемщикам информацию о реальной стоимости потребительских кредитов. При этом на протяжении долгих лет многие банки осознанно игнорируют ряд положений этого постановления. Довольно часто рекламу о 0-процентных кредитах можно увидеть не в банках, а в магазинах, с которыми банк сотрудничает. Магазин рекламирует продажу своих товаров в рассрочку без переплат, страховок и комиссий. Такая реклама абсолютно не соответствует действительности, но ответственность за нее банки несут крайне редко, поскольку реклама о беспроцентном кредитовании принадлежит магазину.

Антимонопольный комитет Украины неоднократно штрафовал банки за нарушение законодательства о защите от недобросовестной конкуренции именно за искажение информации о рекламируемых ими продуктах. За такие нарушения в свое время были оштрафованы Платинум Банк и VAB Банк.



Однако назвать такие меры ответственности системными и эффективными – нельзя, так как штрафы на фоне масштабов нарушений со стороны Банков кажутся смешными, да и превентивной роли не играют.

Большие надежды в регулировании ряда вопросов, связанных с потребительским кредитованием, в том числе и его рекламой, возложены на [Закон Украины № 1734 "О потребительском кредитовании"](#), который вступает в силу в июне 2017 г. Закон устанавливает требования к рекламе потребительских кредитов и к информации, которую финансовое учреждение должно раскрыть заемщику перед заключением кредитного договора. В пояснительной записке к Закону № 1734 указано, что целью его принятия является, помимо прочего, необходимость заполнения пробелов в законодательном урегулировании обманчивой рекламы потребительских кредитов. Закон направлен на достижение баланса интересов между потребителями и финансовыми учреждениями, а его нормы корреспондируются с положениями Директивы ЕС 2008/48 о договорах потребительского кредитования.

Остановимся на *ключевых аспектах данного Закона, посвященных формированию "осознанного выбора"* потребителей кредитных услуг.

[Закон № 1734](#) запрещает рекламу беспроцентных кредитов или кредитов под ноль процентов, а также аналогичную по содержанию информацию. Кроме того, в рекламе потребительского кредита запрещено указывать, что кредит может выдаваться без документального подтверждения кредитоспособности заемщика. А это означает, что банковские рекламные слоганы на манер

"беспроцентный кредит без справки о доходах" станут вне закона.

В том случае если финучреждение указывает в рекламе размер процентной ставки кредита, то такая реклама должна содержать дополнительную информацию о максимальной сумме кредита, реальной годовой процентной ставке, максимальном сроке кредита и размере первого взноса, если кредит предоставляется для покупки товаров с рассрочкой платежа.



Привязка именно к годовой процентной ставке поможет избежать таких популярных на сегодняшний день манипуляций, когда заявленная в рекламе ставка в 2 % оказывается не годовой, как рассчитывал заемщик, а ежемесячной.

Раскрытие термина "**реальная процентная ставка**" заслуживает особого внимания. Все, кто сталкивался с договорами потребительского кредитования, знают, что, если сама по себе процентная ставка небольшая, непременно в тексте договора вы найдете ряд обязательных платежей за дополнительные услуги. [Закон № 1734](#) предусмотрел, что для исчисления реальной процентной ставки необходимо учитывать общие затраты потребителя по кредиту, включая комиссию за получение, обслуживание и возврат кредита, а также услуги кредитного посредника в отдельных случаях.

Помимо требований к рекламе потребительских кредитов, [Закон № 1734](#) содержит требования к информации, которую должно раскрыть финансовое учреждение заемщику перед заключением кредитного договора, речь идет о реальной процентной ставке по кредиту и всех комиссионных. Если раньше требования о предоставлении информации о кредите регулировались [постановлением НБУ № 168](#) и касались исключительно банков, то с принятием нового закона **ответственность за предоставление недостоверной или неполной информации о кредите ложится также на плечи кредитных посредников**. Это означает, что с принятием закона банки не смогут столь безнаказанно перекладывать свою ответственность за распространение недостоверной информации о кредитах.

Кроме того, перед заключением кредитного договора заемщику должен быть предоставлен полный объем информации о кредите для сравнения условий кредитования с предложениями других банков. Такого рода информация предоставляется в специальной форме, так называемом **паспорте потребительского кредита**, который содержит исчерпывающую информацию об основных условиях кредитования (тип кредита, его лимит, срок), о реальной процентной ставке и ориентировочной общей стоимости кредита (размер процентной ставки, ее тип, порядок изменения, платежи за отдельные услуги). Таким образом, даже юридически неподкованный заемщик сможет оценить преимущества условий кредитования каждого из банков, что невозможно было сделать в конвейере нечетких искаженных рекламных лозунгов. Кроме того, механизм сравнения заемщиком условий кредитования разных банков поможет наладить добросовестную конкуренцию между ними, вынуждая банки действовать в отношении своих клиентов открыто.

ВЫВОД:

Американское изречение гласит: "Если бы получить кредит в банке было так просто, как утверждает реклама, никто бы не грабил банки". Хочется верить, что со вступлением в силу [Закона "О потребительском кредитовании"](#) уменьшится количество недостоверной рекламы потребительских кредитов, а условия их выдачи станут прозрачными и понятными рядовым гражданам, тем самым сделают услугу потребительского кредитования более доступной.

**Дарья Ганзиенко,
старший юрист
МЮФ Integrites**



© ООО «Информационно-аналитический центр «ЛИГА», 2017.

© ООО «ЛИГА ЗАКОН», 2017.

© ТОВ "Інформаційно-аналітичний центр "ЛІГА", 2017
© ТОВ "ЛІГА ЗАКОН", 2017

