

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОВЕДЕННОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА НА ТЕМУ: «ПРАКТИКА МИССЕЛИНГА В КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ»

Даниловских Т.Е., Чугуевская В.П., Чухнова К.Р.

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток*

Аннотация. Разные способы введения потребителя в заблуждение часто объединяют понятием «мисселинг», что означает продажу одного финансового продукта под видом другого. Проблема использования банками недобросовестных приемов актуальна не только по причине нарушения прав потребителей, но и потому, что подрывает стратегические основы развития самих банков и банковской системы в целом, разрушая доверие и лояльность клиентов по отношению к банкам и банковской системе в целом. Именно поэтому ЦБ регулярно указывает на необходимость борьбы с ним, и принимает различные меры по пресечению данной практики коммерческими банками.

Ключевые слова: мисселинг, недобросовестные продажи, банки и банковская система, доверие к кредитным организациям, социологический опрос.

Проблема мисселинга обернулась одной из наиболее активно обсуждаемых проблем в области продажи финансовых продуктов и услуг. Несмотря на то, что жалобы, связанные с проблемой мисселинга стали выделяться в отдельную дополнительную категорию лишь с февраля 2019 года, относительная новизна термина не должна вводить в заблуждение, так как под ним понимается явление, которое известно уже довольно давно, — продажа одних продуктов под видом других путем недостоверного или неполного информирования покупателя.

Дословно *misselling* переводится с английского языка как «неправильные продажи», при этом сами продукты вполне законны, и не исключено, что качественные, но вот только не нужны их покупателям.

Банк России с февраля 2019 года ведет учет жалоб на практику мисселинга. Данные представлены в докладе для общественных консультаций в декабре 2021 года на тему: «Управление финансовым продуктом: подходы к оценке и управлению потребительскими рисками» [1].

Согласно этим данным, в 2021 году общее количество жалоб, поступивших в Банк России, снизилось на 9,9% по сравнению с 2020 годом и составило 250,5 тысячи. Количество жалоб, поступивших конкретно по вопросам мисселинга, снизилось на 1,1% по сравнению с 2020 годом и составило 3 тысячи. При этом наибольшее число жалоб, связанных с мисселингом, поступили в отношении банков (53,67% в 2020 году и 63,5% в 2021 году).

Было проведено анкетирование разных слоев населения Приморского края (в основном) и не только. В данном опросе также участвовали люди с центральной России и Сибири.

Анкета представляет из себя перечень из пяти вопросов. В ней люди знакомятся с понятием мисселинг, пытаются проанализировать, приходилось ли им иметь дело с недобросовестными продажами. Опрос прошел 141 респондент.

Гипотеза заключается в том, что большинство людей ничего не знают о мисселинге, а также не донимают, присутствует ли он в их жизни, где именно люди сталкиваются с недобросовестными продажами.

В ходе исследования были приложены усилия к тому, чтобы опросить как можно больше людей разного возраста, статуса и положения в обществе.

Первый вопрос состоял в том, чтобы выяснить возраст людей, проходящих анкету. Исходя из полученных данных можно сделать вывод, что большинство людей, которые проходили анкету – это молодежь. В данную группу входили люди с 16 до 24 лет включительно. Если говорить об их числе, то точное количество людей составило 89 человек (или 63,12%). Средний возраст – это люди с 25 до 45 лет. Из данной группы ответ на опрос дало 32 человека (или 22,7%). Количество остальных респондентов составило 20 человек (или 14,18%), возраст которых выше среднего (с 46 лет и более).

Было ожидаемо, что в случае данного опроса большинство будет подростково-студенческого возраста, но тем не менее даже с такой процентовкой можно сделать достаточно нужные и важные выводы.

Благодаря следующими двум вопросам, статистика ответов на которые представлена на рисунках 1 и 2, можно узнать, знакомы ли люди со словом «мисселинг», понимают ли они вообще практику недобросовестных продаж.

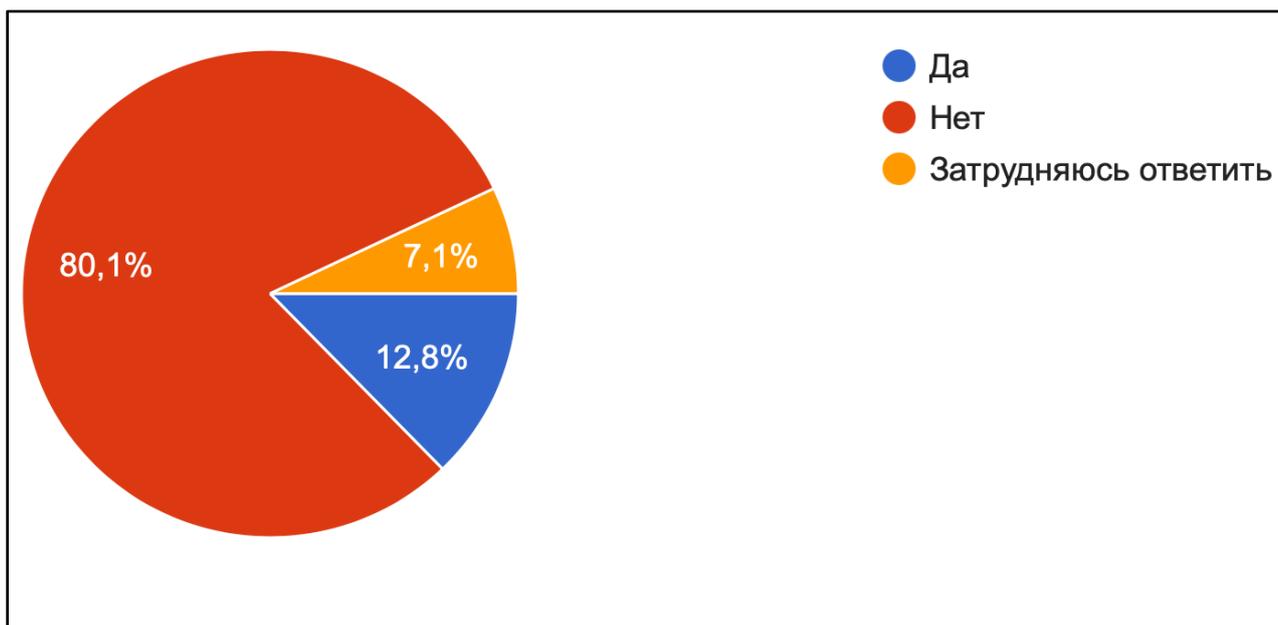


Рисунок 1. Ответы на вопрос: знаете ли вы что такое мисселинг?

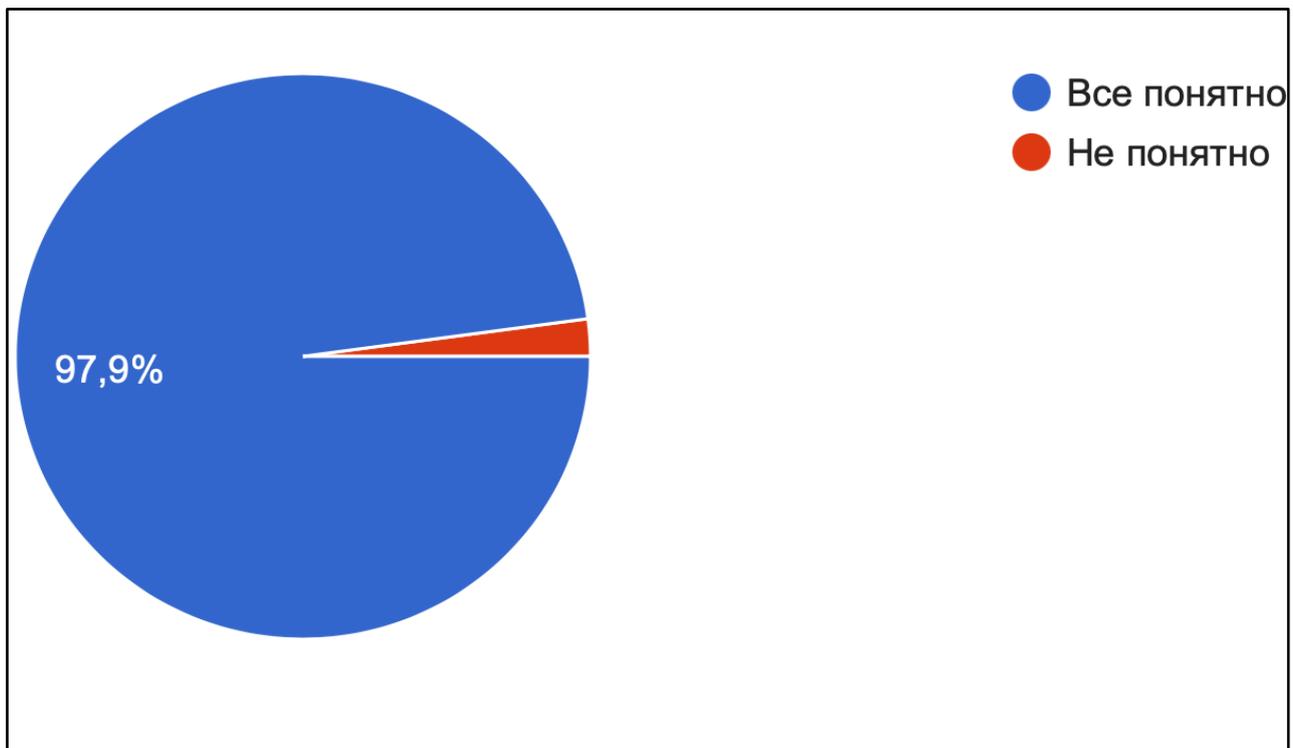


Рисунок 2. Ответы на вопрос: понятно ли вам понятие мисселинга после разъяснения?

Первый график показывает ответ на вопрос о том, знают ли респонденты о том, что такое «мисселинг». Судя по ответам, можно сделать вывод, что не все знакомы с подобным словом. 80,1% (или 113 человек) не знают данного термина; 12,8% (18 человек) знакомы с понятием мисселинга и это слово является для них знакомым; 7,1% (10 человек) респондентов затрудняются ответить, что говорит о том, что люди возможно и знают, но не уверены в своей правоте.

Следующая круговая диаграмма отвечает на следующий пункт анкеты. В нем было подробное объяснение о том, что же из себя представляет мисселинг.

Мисселинг — это, по сути, обман. Так называют случаи, когда вас намеренно вводят в заблуждение и пытаются продать не тот товар или услугу, за которыми вы обратились изначально и которые вам нужны на самом деле. Пример: клиенту при оформлении банковской карты «забывают» сказать, что период её бесплатного обслуживания ограничен. Наиболее распространённым является мисселинг в банковской сфере.

По диаграмме видно, что после ознакомления с определением и ярким примером, большинство людей осознало то, о чем идет речь, что же все-таки из себя представляет мисселинг.

Так 97,9% (138 людей) поняли вышесказанное понятие, а 2,1% (3 человека) не до конца разобрались.

После того, как люди поняли понятие недобросовестных продаж, был задан следующий вопрос о столкновении с мисселингом при обслуживании в кредитной организации, ответы респондентов представлены на рисунке 3.

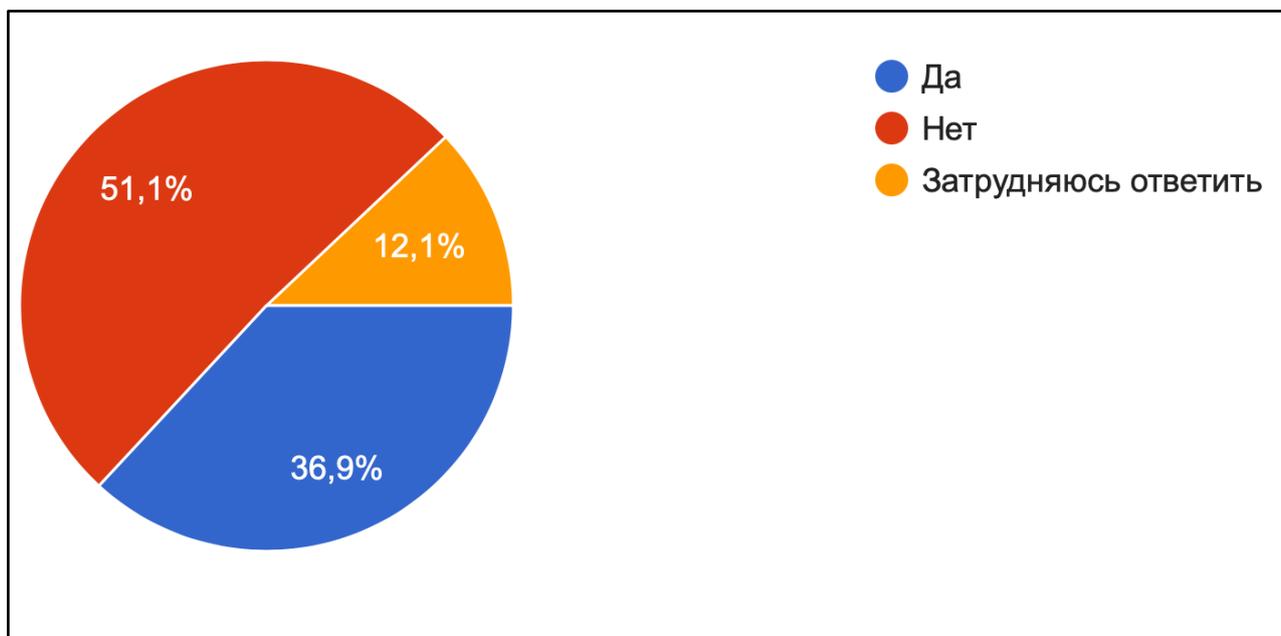


Рисунок 3. Ответы на вопрос: сталкивались ли вы с мисселингом в коммерческих банках?

Судя по ответам, которые были получены, можно увидеть, что более половины респондентов, а точнее 72 человека (или 51,1%) никогда лично не сталкивались с мисселингом. Хотя бы раз в жизни столкнулось с недобросовестными продажами 51 человек (или 36,9%). Затруднились с ответом 18 человек (или 12,1%).

Таким образом можно сделать вывод, что проблема действительно является актуальной для многих людей.

Далее был вопрос об ущербе, который люди получили вследствие мисселинга. Цифры достаточно сильно удивили (рис. 4).

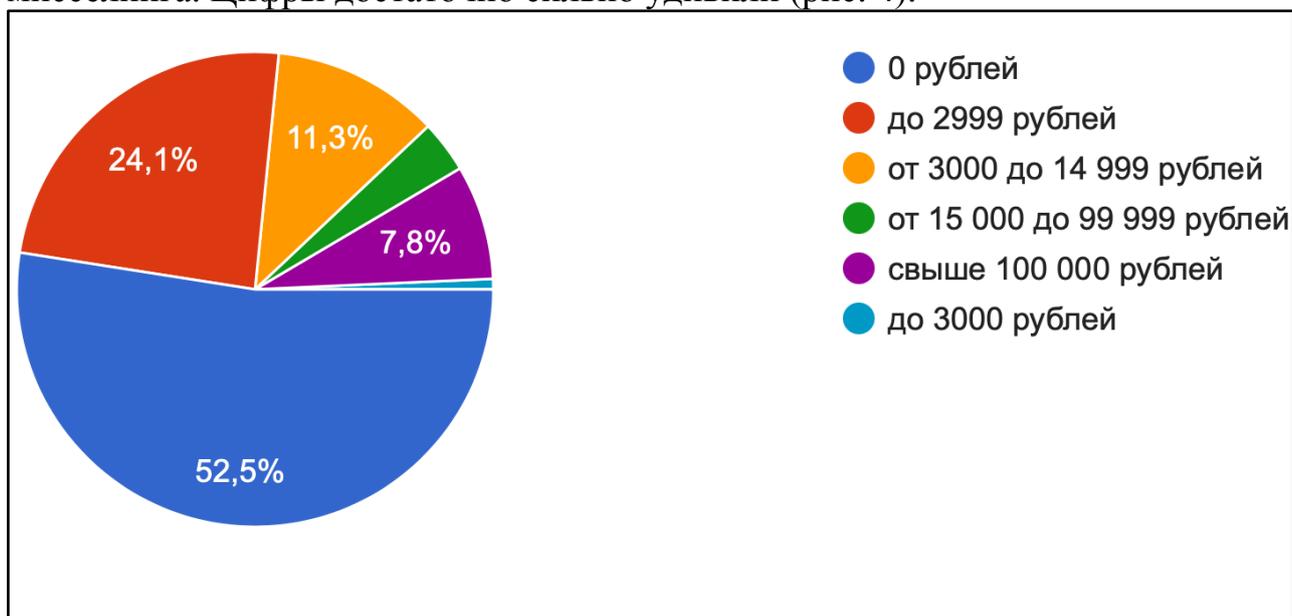


Рисунок 4. Ответы на вопрос: как вы оцениваете ущерб от мисселинга в коммерческих банках для себя?

Оценив диаграмму, и проанализировав результаты ответов по прошлым вопросам, очевидно было, что большинство людей не получали ущерб от недобросовестных продаж. Количество таковых 74 человека (или 52,5%).

Людей, оценивших ущерб от мисселинга до 2999 рублей 34 (или 24,1%). Те, кому пришлось столкнуться с ущербом от 3000 до 14 999 рублей, составляет 16 человек (или 11,3%). От 15 000 до 99 999 рублей пострадали 5 человек (или 3,5%). Свыше 100 000 рублей получили ущерб 11 человек (или 7,8%).

Достаточно сильно удивил момент то, что достаточное количество людей сталкивались с финансовым ущербом. Есть сомнения о том, что люди смогли что-либо с этим сделать.

Результаты исследования оказались полезными, так как благодаря им была подтверждена гипотеза о том, что не все люди знают (обращают внимание) на проблему, связанную с мисселингом в кредитных организациях. Также получилось опросить разные слои населения, что помогло сделать результаты более объективными. Безусловно, анкета была создана также и для того, чтобы принести людям пользу в виде информации. Обновить их взгляд на услуги банков и дать понимание о том, что получаемую информацию следует тщательно проверять, чтобы как раз не стать «жертвой» мисселинга.

Литература

1. Официальный сайт ЦБ РФ. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>