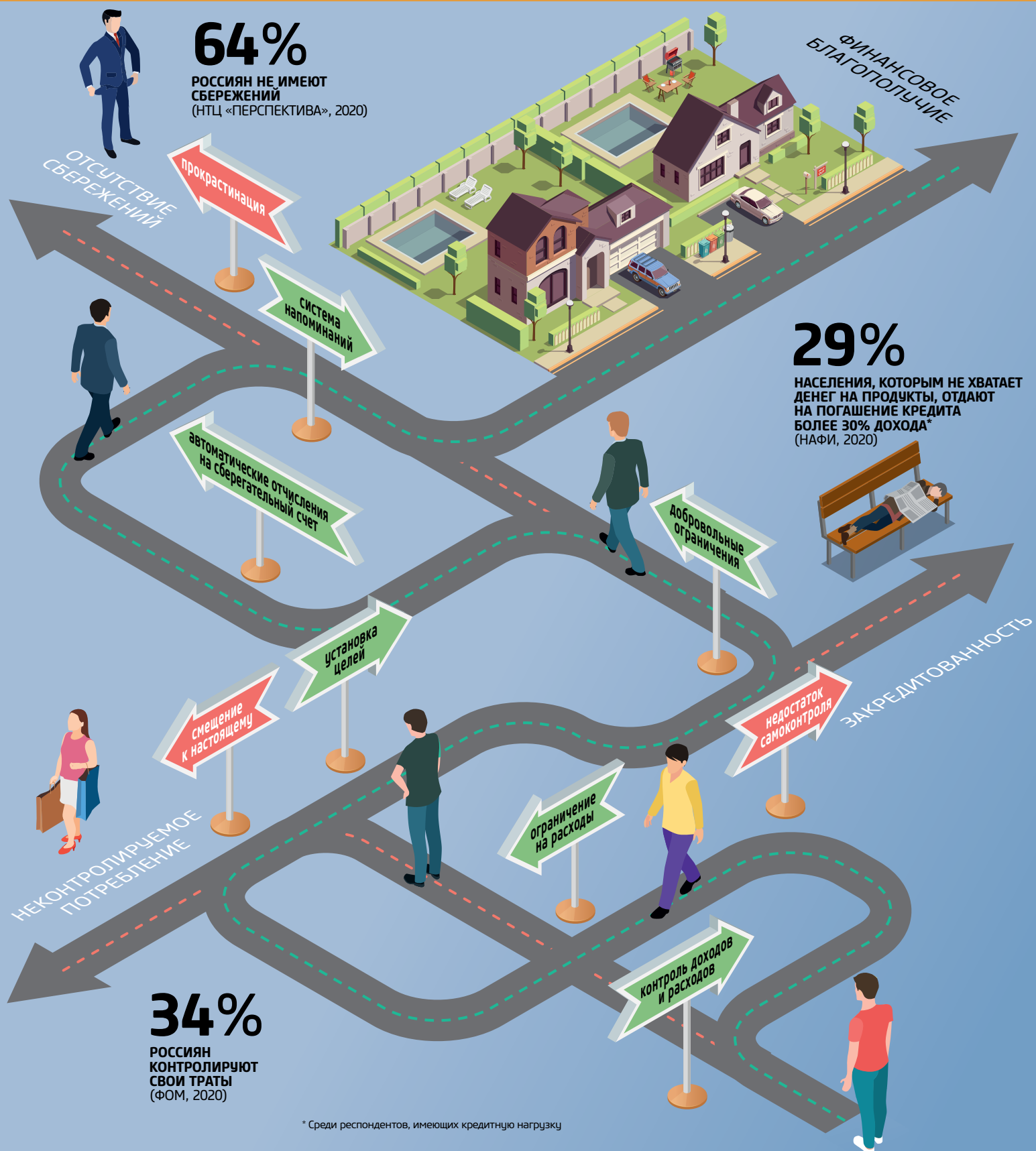


ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ДЛЯ КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ



* Среди респондентов, имеющих кредитную нагрузку



Условия кризиса и социально-экономической нестабильности усиливают действие поведенческих факторов, осложняя принятие грамотных финансовых решений. В материале приведены примеры инструментов, которые могут быть использованы населением для борьбы с ключевыми проблемами в сфере потребления, сбережения и кредитования. Также описан поведенческий подход EAST, который может быть использован профессиональным сообществом для стимулирования финансово грамотного поведения населения, в т. ч. при проведении информационных и просветительских кампаний. Дополнительно формулируются основные подходы к регулированию и защите прав потребителей, позволяющие оградить их от принятия неверных решений под воздействием поведенческих факторов. В заключительном разделе обсуждаются основные ограничения, связанные с использованием поведенческих методик на практике.

СТРУКТУРА МАТЕРИАЛА

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ, УЧИТЫВАЮЩИХ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ДЛЯ КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	3
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНОГО ПОВЕДЕНИЯ...	7
РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ	9
ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК	11
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ДИСКУССИОННЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА.....	11
ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ СРЕДИ ЧЛЕНОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА.....	14

Использование поведенческих факторов для корректировки финансового поведения населения. – Москва: Институт национальных проектов, 2020. – 15 стр. – ISBN 978-5-6043949-5-3 [электронное издание].

УДК 159.9.019.43+336.7
ББК 88.26-73+65.261
И 88

© Минфин России

Распространение коронавирусной инфекции, сопровождающееся ухудшением социально-экономической ситуации в стране и массовым переходом услуг в онлайн, ставит перед профессиональным сообществом три ключевых вопроса:

- Как помочь населению сохранить финансовую устойчивость в условиях сокращающихся доходов?
- Как помочь населению принимать финансово грамотные решения в условиях стресса?
- Как защитить население, резко перешедшее в онлайн, от действий мошенников?

Поиск ответов на эти вопросы осложняется тем, что финансовые знания – в силу действия поведенческих факторов¹ – не всегда приводят к финансово грамотному поведению человека. А стресс, вызванный режимом самоизоляции, риском потери работы и сокращения доходов, только усиливает их действие².

В этих условиях для профессионального сообщества в сфере финансовой грамотности особое значение приобретают возможности использования поведенческих методик для стимулирования финансово грамотного поведения населения.

1 Под поведенческими факторами понимается действие систематических и чаще всего бессознательных отклонений от стандартных предпосылок экономической теории о рациональности человека.

2 О влиянии стресса на когнитивные способности человека см.: World Bank (2015). World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior. Washington, D. C.: World Bank (www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/Publications/WDR/WDR%202015/WDR-2015-Full-Report.pdf).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ, УЧИТЫВАЮЩИХ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ДЛЯ КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Наибольшие риски принятия неверных решений населением возникают в сферах, с которыми оно чаще всего соприкасается – в потреблении, сбережении, кредитовании.

Предоставление доступа к инструментам, позволяющим бороться с действием поведенческих факторов, а также информирование об этих возможностях может помочь населению (в особенности уязвимым группам) принимать финансово грамотные решения.

ПОТРЕБЛЕНИЕ: КАК НЕ ТРАТИТЬ ЛИШНЕГО?

В условиях сокращающихся доходов населения обостряется вопрос рационального расходования средств и ограничения спонтанных покупок.

Портал vashifinansy.ru со ссылкой на результаты исследования фонда «Общественное мнение» сообщает, что лишь 34% россиян считают, что контролируют свои траты. 24% тщательно ведут личный и семейный бюджет, фиксируют поступления и траты, в т. ч. используя специальные мобильные приложения. 26% вообще не следят за расходами. Примерно столько же тратят деньги спонтанно. При этом «легкомысленное» отношение к расходам почти не различается в социально-демографических группах¹.

Финансово грамотному поведению могут мешать **смещение к настоящему** (переоценка важности текущего потребления по сравнению с будущим) и **недостаток самоконтроля** (сложность ограничивать свои желания и придерживаться ранее установленного плана). При этом ситуация стресса снижает когнитивные способности человека, усиливая действие поведенческих факторов.

¹ Легкомысленное отношение к деньгам не зависит от социального статуса (2020) // Вашифинансы.рф. 28 января (<https://vashifinancy.ru/for-smi/press/news/legkomyslennoe-otnoshenie-k-dengam-ne-zavisit-ot-sotsialnogo-statusa/>).

Примеры инструментов, учитывающих поведенческие особенности и позволяющих принимать грамотные решения в сфере потребления

Структурирование и контроль доходов и расходов

Почему это работает?

Стресс снижает когнитивные способности человека, что негативно влияет на его способность контролировать текущие расходы. Программы по ведению бюджета помогают контролировать расходы и не забывать о важных категориях трат.

Использование мобильных приложений или программ по ведению бюджета позволяет контролировать текущие доходы и расходы. Постановка финансовых целей и лимитов по тратам на отдельные категории товаров ограничивает склонность к спонтанным покупкам.

Примеры приложений, которые могут быть полезны потребителям, – CoinKeeper, Monefy, «Мой бюджет» и др.*

Установление ограничений на расходование средств

Почему это работает?

Ограничения на расходование средств помогают решить проблему самоконтроля, мешая человеку тратить деньги здесь и сейчас.

Потребитель может добровольно установить ограничение по доступной для расходования сумме. Контроль уровня трат за определенный период осуществляется с помощью специальных лимитов по расходам, не позволяющих списывать с карты больше установленной клиентом суммы денег за определенный период (день, неделю, месяц и др.).

В России такую услугу предлагают [Альфа-Банк](#), [Сбербанк](#), [Тинькофф Банк](#) и др.

Постановка целей

Почему это работает?

Постановка целей, публичные обещания, необходимость платить штраф или нести репутационные потери в случае их нарушения помогают людям бороться с проблемой самоконтроля.

Возможность поставить цель, заявить о ней и взять на себя публичное обязательство достигнуть ее может помочь людям дисциплинировать себя во внесении регулярных платежей, сокращении чрезмерных трат и т.д.

Проекты [Stickk.com](#) и [Smartprogress.do](#) помогают людям устанавливать цели (неважно, в сфере финансов или личностного развития) и достигать их.

* Мобильные приложения для учета личных финансов (2019) // Дружи с финансами. №1. С. 71-73 (www.finpronews.ru/library/).

Информирование о подобном рода инструментах может помочь населению лучше контролировать свои расходы и принимать финансово грамотные решения.

СБЕРЕЖЕНИЯ: КАК ПОМОЧЬ ЛЮДЯМ СБЕРЕГАТЬ?

На уровень сбережений влияют не только социально-экономические (наличие финансовых средств), но и поведенческие факторы.

Смещение к настоящему, недостаток самоконтроля вместе со **склонностью к прокрастинации** (откладыванию важных дел «на потом») также могут приводить к недостаточным сбережениям.

- **Январь 2020 г.** – 71% респондентов, по данным ВЦИОМ, высказали мнение, что нужно как можно больше откладывать на будущее, сокращая расходы¹.
- **Февраль-март 2020 г.** – по данным НАФИ, в случае потери основного источника дохода накоплений россиян хватит в среднем на 63 дня (42% смогут покрывать текущие расходы в течение месяца, 26% – до трех месяцев, равные доли – по 10% – смогут прожить на сбережения от 3 до 6 месяцев и более полугода)².
- **Февраль-март 2020 г.** – по данным НТЦ «Перспектива», 63,6% россиян не имеют сбережений³.

1 Россияне стараются больше сберечь (2020) // Вашифинансы.рф. 6 февраля (<https://vashifinancy.ru/for-smi/press/news/rossiyane-starayutsya-bolshe-sberegat-/>).

2 НАФИ (2020). При потере работы накоплений россиян хватит в среднем на 63 дня. 31 марта (<https://nafi.ru/analytics/pri-potere-raboty-nakopleniy-rossiyan-khvatit-v-srednem-na-63-dnya/>).

3 Большинство россиян оказались без сбережений в кризис (2020) // РБК. 31 марта (www.rbc.ru/economics/31/03/2020/5e7dd7c59a7947c7f63c1e66?from=from_main).

Примеры инструментов, учитывающих поведенческие особенности и помогающих увеличить уровень сбережений

Целевые накопления

Почему это работает?

Визуализировав для себя цель, потребитель испытывает «боль» в случае отказа от ее достижения (избегание потерь).

Информационные сообщения помогают бороться со смещением к настоящему и прокрастинацией.

Ряд Интернет-банков позволяют потребителям назначать себе цель: иметь на счете к определенному сроку сумму, необходимую для оплаты конкретного товара/услуги. Приложения могут отслеживать прогресс, сообщая об угрозах срыва или о достижении промежуточных целей, иногда начисляя за это дополнительные бонусы.

В России возможность открывать «целевые» счета есть, например, в [Сбербанк-онлайн](#), [Альфа-Мобайл](#), [Тинькофф Мобайл](#) и др.

Добровольные ограничения

Почему это работает?

Внешние ограничения позволяют снизить проблему самоконтроля.

Банки могут предоставлять сберегательные целевые счета, доступ к которым клиент получает только после достижения заявленной цели. Спектр ограничений может быть разнообразен: штрафы за снятие средств, требование получения подписи сотрудника банка при снятии средств и т. д.*

О наличии подобных предложений в России информация отсутствует.

Автоматические отчисления на сберегательный счет с полученных доходов

Почему это работает?

Установка правила, которое будет действовать для будущих финансовых поступлений, позволяет снизить проблему смещения к настоящему: грамотное решение для будущего принять проще, чем для настоящего.

Автоматические списания позволяют бороться с прокрастинацией.

Некоторые банки дают возможность потребителям установить правило, в соответствии с которым определенная доля будущих доходов, поступающих на счет, будет автоматически перечисляться на целевой счет-копилку.

В России подобную услугу предлагают [Сбербанк](#), [Банк ВТБ](#), [Альфа-Банк](#) и др.

«Налог» на расходы

Почему это работает?

Автоматическое перечисление части средств на сберегательный счет позволяют снизить проблему смещения к настоящему и прокрастинации.

Ряд банков предоставляют следующую услугу: при оплате покупок с помощью пластиковой карты установленный потребителем процент от стоимости покупок перечисляется со счета карты на специальный сберегательный счет.

В России подобную услугу предлагают [Альфа-Банк](#), [Сбербанк](#), [Банк ВТБ](#) и др.

Система напоминаний

Почему это работает?

Напоминание, полученное от внешней организации, может восприниматься как внешнее обязательство, что смягчает проблему самоконтроля.

Результаты экспериментов показывают, что получение персонализированных напоминаний от банков о регулярном взносе на целевой сберегательный счет увеличивает вероятность достижения целевого уровня сбережений и общую сумму сбережений**.

О наличии подобных предложений в России информация отсутствует.

* Tufano P., Schneider D. (2008). Using Financial Innovation to Support Savers: From Coercion to Excitement. Harvard Business School Finance Working Paper № 08-075 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1120382).

** Karlan D., McConnell M., Mullainathan S., Zinman J. (2016). Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving // Management Science. Vol. 62. № 12. P. 3393–3411 (www.nber.org/papers/w16205.pdf).

Информирование о подобного рода инструментах может помочь населению увеличить накопления в условиях социально-экономической нестабильности.

КРЕДИТОВАНИЕ: КАК ПОМОЧЬ СОБЛЮДАТЬ ФИНАНСОВУЮ ДИСЦИПЛИНУ?

На январь 2020 г. для России были характерны не самые высокие показатели закредитованности населения¹. Однако сокращение доходов, спровоцированное распространением коронавирусной инфекции, может увеличить процент людей, имеющих просрочки по кредитам.

- Особенно уязвимые группы – семьи с несовершеннолетними детьми, матери-одиночки и малоимущие. Опрос НАФИ в январе 2020 г. показал, что среди респондентов с кредитной нагрузкой, которым не хватает денег даже на продукты, 29% тратит на погашение кредита более 30% семейного бюджета².

Такая ситуация, особенно в уязвимых группах населения, во многом обусловлена низким уровнем доходов, не позволяющим покрыть все необходимые расходы. Однако существуют поведенческие факторы, которые оказывают влияние – большее или меньшее – на всех без исключения, независимо от уровня дохода, социального статуса или места жительства. Они способны усугубить проблему. Так, **смещение к настоящему** побуждает людей брать кредит на удовлетворение краткосрочных потребностей, не думая о среднесрочных последствиях. **Недостаток самоконтроля** может приводить к несоблюдению долговой дисциплины и удорожанию кредита для человека.

Примеры инструментов, учитывающих поведенческие особенности и позволяющих снизить остроту проблем в сфере кредитования

Напоминания о платежах

Почему это работает?

Стресс снижает когнитивные способности человека, что может негативно сказываться на отслеживании обязательств. Система оповещений (в особенности через приложение) снижает издержки управления своими счетами, помогая контролировать обязательства.

Регулятор Великобритании FCA выявил, что СМС-оповещения о необходимости внести очередной платеж снижают пени, комиссии и другие незапланированные платежи по овердрафту на 5-8%. Одновременное использование СМС-оповещений и напоминаний через мобильное приложение снижает их на 24%*.

В России подобную услугу предоставляют [Тинькофф Банк](#), [Райффайзенбанк](#) и др.

Автоматические отчисления

Почему это работает?

Настройка автоматических отчислений снижает проблему прокрастинации.

Ряд банков предоставляют услугу автоматического списания ежемесячных платежей по кредиту, что позволяет повысить уровень кредитной дисциплины.

В России такую услугу предоставляют [Сбербанк](#), [Банк ВТБ](#), [Тинькофф Банк](#), [Альфа-Банк](#) и др.

* Центр исследования финансовых технологий и цифровой экономики SKOLKOVO-РЭШ (2019). Финансовая осознанность: влияние когнитивных искажений на решения участников рынка финансовых услуг (https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_2019_12_Financial_Awareness_The_Impact_of_Cognitive_Distortion_on_the_Decisions_of_Financial_Market_Participants_Ru.pdf).

Информирование об этих инструментах может помочь населению лучше соблюдать свои долговые обязательства.

1 НБКИ (2020). Кредитное здоровье российских граждан значительно улучшилось, вернувшись к уровню 2014 г. 17 февраля (www.nbki.ru/company/news/?id=27458).

2 НАФИ (2020). Портрет заемщика: кто в России чаще всего берет кредиты? 16 января (<https://nafi.ru/analytics/portret-zaemshchika-kto-v-rossii-chashche-vsego-beret-kredity/>).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Для стимулирования людей к принятию финансово грамотных решений могут использоваться методики мягкого подталкивания (nudging) к желательному поведению. Одна из самых известных (EAST)¹ была разработана британской Группой по применению поведенческих методов (Behavioural Insights Team, BIT).

Примеры применения принципов EAST (Easy, Attractive, Social, Timely)

<p>ПРОСТОТА (E)</p> <p>закljučается в упрощении процедур, введении опций по умолчанию и упрощении текстовых сообщений.</p> <p>Примеры использования на практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> Упрощение процедур регистрации на участие в образовательных программах/конкурсах, тестировании по финансовой грамотности (сокращение числа шагов, автозаполнение формы и др.). Установка по умолчанию услуги автоматического списания регулярного платежа по кредиту. В памятках для потребителей/информационных кампаниях – формулирование простых принципов простым языком; сокращение числа шагов, которые необходимо предпринять; использование мнемонических правил. 	<p>ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ (A)</p> <p>закljučается в привлечении внимания к желаемому действию, в использовании наград и санкций в зависимости от его выполнения.</p> <p>Примеры использования на практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> Оформление памяток для потребителей в виде красочной инфографики. Приложение к информационным письмам о необходимости оплаты услуг ЖКХ, уплаты налогов и т.д. визуальных изображений (дом, объект налогообложения и т.д.). Апелляция к имиджу человека – «финансово грамотный человек не будет нарушать сроков выплат по кредиту». Использование принципов геймификации для обучения финансовой грамотности (например, через конкурсы и олимпиады).
<p>СОЦИАЛЬНОСТЬ (S)</p> <p>закljučается в стимулировании человека давать публичные обещания, использовании социальных связей, а также демонстрации того, что желаемого поведения придерживается большинство.</p> <p>Примеры использования на практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> Предоставление возможностей обучающимся дать публичные обещания относительно корректировки своего финансового поведения/информирование о механизмах самоконтроля, опирающихся на репутационные механизмы (Stickk.com и др.). Использование статистики, демонстрирующей, что большинство людей придерживаются «хорошей» нормы. 	<p>СВОЕВРЕМЕННОСТЬ (T)</p> <p>закljučается в стимулировании человека к желаемому действию в «нужный» момент, учету его выгод и издержек от данного действия и помощи в программировании своей реакции на будущие события.</p> <p>Примеры использования на практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> Размещение релевантной информации там, где она наиболее востребована потребителем (например, памятки о кредитных каникулах – в отделениях банков). Информирование о необходимости оплатить налоги/сделать регулярную выплату по кредиту и т.д. за несколько дней до финального срока. Заблаговременная выработка у потребителей финансовых услуг алгоритмов поведения в ситуациях, которые могут угрожать финансовому благополучию (при излишней склонности к онлайн-покупкам – совет перед введением номера карты сделать часовой перерыв для «охлаждения» и т.д.).

1 The Behavioural Insights Team (2014). EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights (www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/).

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ

Знание поведенческих особенностей человека могут использовать не только члены профессионального сообщества, но и недобросовестные финансовые организации и мошенники. Резкий переход в «онлайн» и нехватка соответствующего опыта приводят к тому, что решения зачастую принимаются под влиянием поведенческих факторов¹. Ситуация усугубляется тем, что в условиях цифровизации процесс принятия неверных и импульсивных финансовых решений ускоряется.

Ключевые вызовы, с которыми сталкиваются потребители финансовых услуг онлайн:

- **Избыточность информации** и сложности ее фильтрации.
- **Легкость спонтанных покупок**, которые можно совершить «в два клика».
- **Навязчивость рекламы**, использующей яркие образы и слоганы, эксплуатирующие поведенческие особенности человека.

Все это определяет запрос на **регулирование** онлайн-покупок и защиту прав потребителей финансовых услуг.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ИНФОРМИРОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Исследование Европейской комиссии показало: при совершении онлайн-покупок потребители, как правило, принимают условия и положения автоматически, даже не читая их. Решением может стать сокращение и упрощение текстов, а также указание времени, которое требуется на их прочтение².

- Бюро по защите прав потребителей финансовых услуг США был внедрен пакет нормативных актов, предусматривающий новые формы раскрытия информации о займах. Разработка форм опиралась на два ключевых принципа:
 - 1) принцип **простоты, четкости и структурированности** форм, позволяющих быстро оценить условия соглашения;
 - 2) принцип **«умного раскрытия» информации** (smart disclosure) – предоставление информации в **стандартизированном машиночитаемом формате**, позволяющем быстро обработать данные с последующим их представлением в той или иной форме³.

1 OECD (2017). G20/OECD INFE Report on Ensuring Financial Education and Consumer Protection for All in the Digital Age (www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-INFE-Report-Financial-Education-Consumer-Protection-Digital-Age.pdf).

2 EC (2016). Consumers' Attitudes towards Terms and Conditions (T&Cs): Fact Sheet (https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/termsconditions_factsheet_web_en_2.pdf).

3 Sunstein C.R. (2012). Show Me the Money. Behavioral Economics and Consumer Protection. October 5 (<https://newrepublic.com/article/108153/show-me-the-money>).

Мнение эксперта

«Для защиты прав потребителей финансовых услуг недостаточно закона о необходимости размещения в договоре или на сайте компании информации, которая может повлиять на принятие решения (подобные требования к предоставлению информации в договоре потребительского кредита в России существуют). Всегда можно спрятать неудобную информацию «в подвалы» или подать ее в контексте и формате, искажающих восприятие. Что делать?

Первый вариант – это дорабатывать закон и прописывать, где именно, в какой форме, каким шрифтом и какая информация должна быть представлена. США в свое время пошли примерно по этому пути – с 1988 г. были законодательно введены требования к предоставлению строго определенной информации о кредитном продукте в стандартной таблице в определенном формате (так называемая «Коробка Шумера»¹). Это решает проблему, но отчасти.

Второй вариант – вводить так называемый поведенческий надзор, выявление недобросовестных практик. В России это направление находится в ведении Центрального банка РФ, пока еще на стадии концепции – нужно понять и алгоритмизировать что именно «отлавливать» и как. И тут может возникнуть «гонка вооружений»: финансовые организации будут придумывать все новые способы воздействия на выбор потребителей, а ЦБ РФ – «докручивать» свою систему мониторинга в ответ.

И здесь должен быть целый комплекс решений (сочетающих поведенческий надзор и требования к предоставлению информации), чтобы демотивировать финансовые организации идти по этому пути, или чтобы мотивировать идти по пути добросовестной конкуренции и предложения клиенту того продукта, который будет соответствовать его потребностям и финансовым возможностям².

Анна Солодухина, к.э.н., директор Центра
когнитивной экономики экономического факультета МГУ,
приглашенный профессор университета Paul-Valéry Montpellier³

1 Аналогичные требования были законодательно введены в Великобритании в 2004 г., в Германии в 2011 г., в Испании в 2011 г., в Австралии в 2012 г., в Евросоюзе в 2011 г., см.: Учебное пособие по финансовой грамотности (2020) (<https://finuch.ru/lecture/9102>).

2 Солодухина А. В. (2015). Микрофинансовый рынок в России: институциональные провалы в сегменте «займы до зарплаты» и задачи мегарегулятора // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8 «Менеджмент». №4. С. 115–152 (www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/?article_id=666). Необходимо отметить, что в Российской Федерации также существует требование к предоставлению информации в кредитном договоре, а необходимость сочетания двух подходов – поведенческого надзора и предъявления требований к предоставлению информации – признается в качестве доминирующего подхода при организации регулирования.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОНЛАЙН-ПОКУПОК

Принятая в 2011 г. Директива ЕС о правах потребителей запрещает использование предварительно установленных «галочек» для онлайн-продаж в силу воздействия на поведение человека опций «по умолчанию». Это касается, например, вариантов экспресс-доставки и договоров страхования путешествий при покупке авиабилетов¹.

- Результаты экспериментов показывают, что напоминание о важности проверки совместимости товара с другими устройствами перед покупкой в Интернет-магазине снижает количество спонтанных покупок.
- Особенно эффективны предупреждения, апеллирующие к эмоциям участников («чтобы избежать разочарования, проверьте совместимость товаров»), и те, которые показываются непосредственно перед покупкой (а не при описании продукта)².

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ, ЭКСПЛУАТИРУЮЩЕЙ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Реклама может быть добросовестной, а может эксплуатировать поведенческие особенности человека, стимулируя его совершать навязанные покупки. Как «нащупать» эту границу? Это один из главных вызовов, с которыми сталкивается регулятор в данной сфере.

- В 2015 г. Бюро по конкуренции Канады обнаружило, что две компании по прокату автомобилей использовали в своей онлайн- и офлайн-рекламе цены и скидки, которые не были достижимы на практике.
- По результатам разбирательства компаниями был уплачен штраф в размере 3 млн. канадских долларов³.

1 EC (2014). DG Justice Guidance Document (The Directive on Consumer Rights) (https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf).

2 Esposito G., Hernández P., Bavel R. van, Vila J. (2017). Nudging to Prevent the Purchase of Incompatible Digital Products Online: An Experimental Study // PLoS one. Vol. 12. №3 (<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0173333>).

3 OECD (2017). Use of Behavioural Insights in Consumer Policy. OECD Science, Technology and Industry Policy Paper № 36 (<https://doi.org/10.1787/c2203c35-en>).

ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК

При использовании поведенческих методик для корректировки финансового поведения населения в условиях социально-экономической нестабильности важно учитывать следующие обстоятельства:

- **Чрезмерное использование поведенческих методик расширяет влияние государства и компаний на жизнь людей.** Это может приводить и к росту недовольства со стороны населения, и к укреплению патерналистских настроений в обществе.
- **Использования поведенческих методик не всегда достаточно для обеспечения желаемого (финансово грамотного) поведения.** В ряде случаев могут требоваться более жесткие патерналистские меры (ужесточение требований для доступа к финансовым услугам и т.д.).
- **Использование поведенческих методик (подталкивания) не должно ограничивать свободу выбора человека.** Важно, чтобы используемые методы были максимально прозрачными для человека и чтобы они оставляли ему возможность выбора иных опций¹.

Мнение эксперта

«От того, как вы сформировали меню выбора, человек будет с большей вероятностью делать то или иное. Здесь есть большая морально-этическая проблема, потому что мы начинаем манипулировать человеком, понимая, что свободный человек поступил бы по-другому, т.е. скорее всего поступил бы себе в ущерб и создал бы трудную ситуацию для остальных. А мы, манипулируя, наносим ущерб его свободному выбору. Вот эта дилемма, в ней существует, я бы сказал, вторжение регулятора в поведение, осознанное уже в соответствии с поведенческой экономикой. С одной стороны, надо бы формировать эти рамки выбора, а с другой стороны, упреки могут быть довольно серьезные»².

Александр Аузан, декан экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова

Риски недобросовестного использования поведенческих методик для воздействия на финансовое поведение потребителя ставят перед профессиональным сообществом вопросы: нужно ли регулировать применение поведенческих методик в финансовой сфере и если да, кто этим должен заниматься? Эти вопросы могут стать основой содержательной дискуссии в кругу профессионального сообщества.

¹ Талер Р., Санстейн К. (2017). Nudge: архитектура выбора. Манн, Иванов и Фербер.

² Поведенческий надзор, или Манипуляция во благо (2017) // Банковское обозрение. 7 февраля (<https://bosfera.ru/bo/povedencheskiy-nadzor-ili-manipulyaciya-vo-bлаго>).

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ДИСКУССИОННЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ВОПРОСАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

- Учебное пособие о том, как люди принимают решения в финансовой сфере, и о том, как на это влиять с помощью поведенческих методов:
[Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова. Учебное пособие по финансовой грамотности \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Учебно-методические материалы, направленные на формирование знаний о рациональном управлении деньгами с помощью технологии онлайн-банкинга:
[Дружи с финансами, Учебно-методические материалы «Управление личными финансами через онлайн-банкинг» для семинара \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Комплект образовательных модулей о том, как принимать разумные финансовые решения, в т. ч. учитывая поведенческие особенности:
[Дружи с финансами, Комплект образовательных модулей для взрослых по финансовой грамотности \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Образовательный материал о поведенческих особенностях людей и способах, которыми компании могут вводить людей в заблуждение:
[Институт национальных проектов, Videocourse «Иррациональная экономика» \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Подборка деловых игр для школьников и школьных учителей, моделирующих реальные жизненные ситуации в финансовой сфере:
[Образовательные проекты ПАКК, Деловые игры \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Финансовые квесты для обучения финансовой грамотности в игровой форме:
[Финансовые квесты \(в рамках Проекта Минфина России\).](#)
- Учебное пособие по финансовому рынку для журналистов:
[finversia, Лекция «Поведенческие финансы и массовая информация».](#)

ДОКУМЕНТЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ВОПРОСАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

- Материал Всемирного банка о поведенческих особенностях и примерах использования поведенческих методик корректировки финансового поведения:
[World Bank \(2015\). World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior. Washington, D. C.: World Bank \(сокращенная русскоязычная версия: Всемирный банк \(2015\). Мышление, общество и поведение. Washington, D. C.: World Bank\).](#)
- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в проведении политики по защите прав потребителей:
[OECD \(2017\). Use of Behavioural Insights in Consumer Policy. OECD Science, Technology and Industry Policy Paper № 36. OECD Publishing, Paris.](#)
- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в осуществлении финансовой защиты потребителей:
[Lefevre A., Chapman M. \(2017\). Behavioural Economics and Financial Consumer Protection. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pension № 42. OECD Publishing, Paris.](#)
- Материал ОЭСР об особенностях проведения финансового образования и политики по защите прав потребителей в эпоху цифровизации:
[OECD \(2017\). G20/OECD INFE Report on Ensuring Financial Education and Consumer Protection for All in the Digital Age.](#)
- Материал Европейской комиссии о влиянии онлайн-маркетинга на поведение людей в сфере финансовых услуг:
[European Commission \(2019\). Behavioural Study on the Digitalisation of the Marketing and Distance Selling of Retail Financial Services.](#)
- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в государственной политике:
[OECD \(2017\). Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from around the World. OECD Publishing, Paris.](#)
- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в регуляторной политике:
[Lunn P. \(2014\). Regulatory Policy and Behavioural Economics. OECD Publishing, Paris.](#)

- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в налоговой политике:
[OECD \(2019\). Behavioural Insights for Tax Administration // Tax administration 2019: Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies. OECD Publishing, Paris.](#)
- Материал ОЭСР об использовании поведенческих методик в инициативах по повышению финансовой грамотности:
[OECD \(2019\). Smarter Financial Education: Key Lessons from Behavioural Insights for Financial Literacy Initiatives.](#)
- Материал Международной организации комиссий по ценным бумагам (IOSCO) и ОЭСР о применении поведенческих методик в программах и инициативах по повышению финансовой грамотности и образованию инвесторов:
[IOSCO, OECD \(2018\). The Application of Behavioural Insights to Financial Literacy and Investor Education Programs and Initiatives.](#)
- Материал Всемирного банка об использовании поведенческих методик для сокращения бедности и неравенства:
[World Bank \(2018\). Mind, Behavior, and Development Unit: Applying Behavioral Science to End Poverty and Enhance Equity. eMBED brief, Washington, D. C.: World Bank Group.](#)
- О потенциале использования поведенческих методик в государственном регулировании:
[Голодникова А.Е., Цыганков Д.Б., Юнусова М.А. \(2018\). Потенциал использования концепции «Nudge» в государственном регулировании // Вопросы государственного и муниципального управления. №3.](#)
- О влиянии поведенческих особенностей на решения участников рынка финансовых услуг:
[Центр исследования финансовых технологий и цифровой экономики СКОЛКОВО-РЭШ \(2019\). Финансовая осознанность: влияние когнитивных искажений на решения участников рынка финансовых услуг.](#)
- О причинах неэффективности рынка в сегменте микрозаймов, в т. ч. поведенческих и когнитивных, и роли мегарегулятора в устранении «провалов»:
[Солодухина А.В. \(2015\) Микрофинансовый рынок в России: институциональные провалы в сегменте «займы до зарплаты» и задачи мегарегулятора // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8 «Менеджмент». №4. С. 115-152.](#)
- Обобщение международных практик с рекомендациями и выводами на их основании в сфере регулирования раскрытия информации по финансовым услугам:
[Институт дополнительного профессионального образования «Международный финансовый центр» \(2015\). Передовые международные и зарубежные практики и требования в сфере раскрытия информации финансовыми институтами.](#)

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ВОПРОСАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДИК КОРРЕКТИРОВКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

- Материал Группы по применению поведенческих методов (Behavioral Insights Team) об использовании методики EAST в т. ч. для подталкивания людей к принятию финансово грамотных решений:
[The Behavioural Insights Team \(2014\). EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights.](#)
- Материал «Ernst & Young» о принципах образовательных мероприятий по повышению финансовой грамотности, с учетом поведенческих особенностей:
[EY \(2019\). How Do We Really Build Financial Capability? 10 Principles for Financial Interventions.](#)
- Материал Британского Королевского общества по поощрению искусств, производства и торговли о поведенческих барьерах финансово грамотного поведения:
[RSA \(2015\). Wired for Imprudence. Behavioural Hurdles to Financial Capability and Challenges for Financial Education. London.](#)
- О роли поведенческих методов в регулировании:
[Sunstein C. \(2014\). Nudges.gov: Behaviorally Informed Regulation // Zamir E., Teichman D. The Oxford Handbook of Behavioral Economics and the Law. Oxford University Press.](#)
- О связи смещения к настоящему с использованием займов по кредитным картам:
[Meier S., Sprenger C. \(2010\). Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing // American Economic Journal: Applied Economics. Vol. 2. №1. P. 193-210.](#)
- Об использовании поведенческих методик в программах экономического развития:
[Datta S., Mullainathan S. \(2014\). Behavioral Design: A New Approach to Development Policy // Review of Income and Wealth. Vol. 60. №1. P. 7-35.](#)
- Об использовании поведенческих методик при проведении программ по снижению бедности:
[Bryan C.J., Mazar N., Jamison J., Braithwaite J., Dechausay N., Fishbane A., Fox E., Gauri V., Glennerster R., Haushofer J., Karlan D., Vakis R. \(2017\). Overcoming Behavioral Obstacles to Escaping Poverty // Behavioral Science & Policy. Vol. 3. №1. P. 80-91.](#)

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ СРЕДИ ЧЛЕНОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА

- Зачем и как регулировать применение поведенческих методик в финансовой сфере?
- Как включать в программы по повышению финансовой грамотности в России блок по работе с поведенческими установками населения в финансовой сфере?
- Как использовать поведенческие методики для повышения эффективности информационных и просветительских кампаний в сфере финансовой грамотности?

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕМЫ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

- Определение эффективности применения отдельных поведенческих методик для стимулирования финансово грамотного поведения.
- Определение подходов к регулированию финансового рынка с применением поведенческих методик.