USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ПРОЕКТ USAID «ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ»

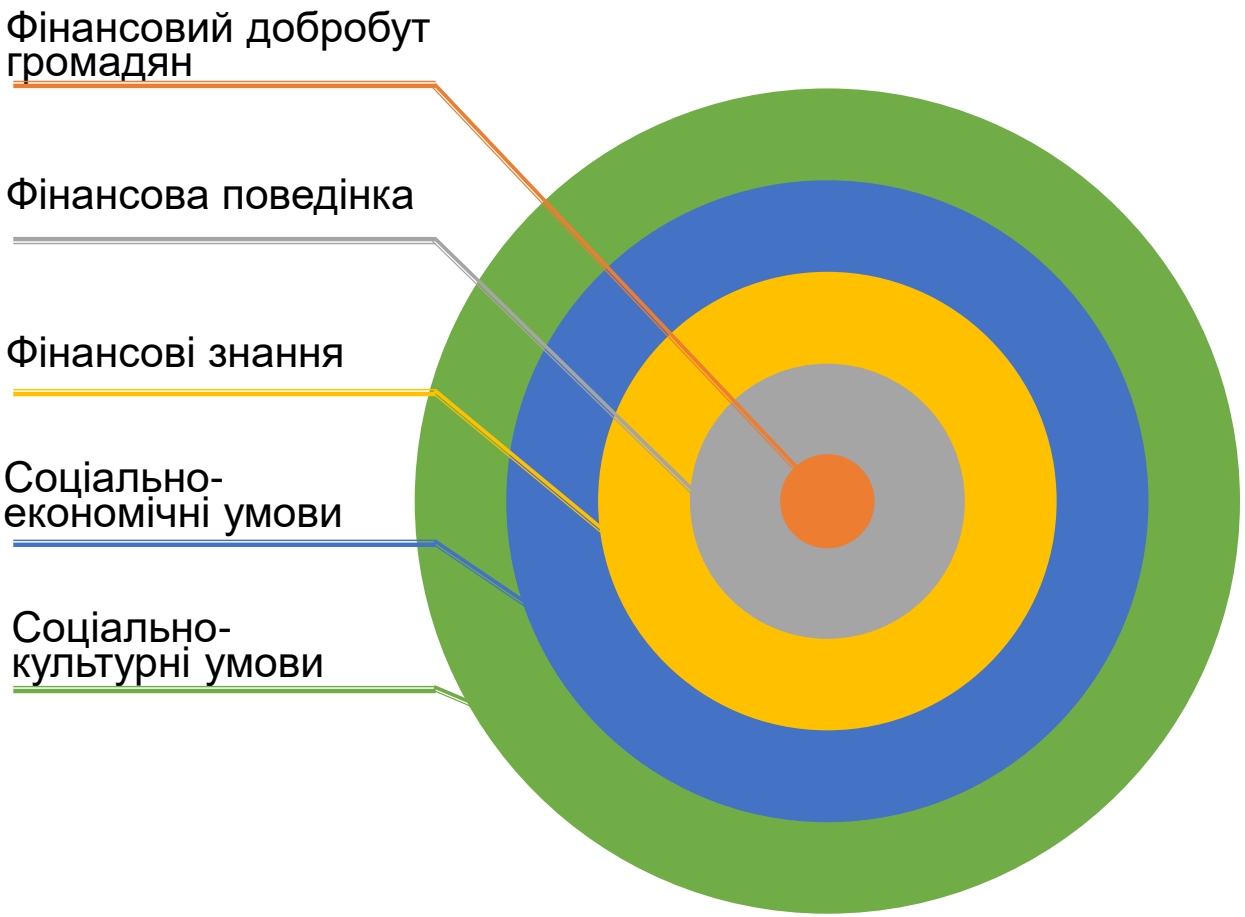
Створення веб-інструменту порівняння фінансових продуктів як ринковий механізм покращення добробуту споживачів

жовтень 2019

Про головне на одному слайді

Веб-інструмент порівняння фінансових продуктів

- Доступ до правдивої і повної інформації про фінансові послуги
- Конкуренція фінансових послуг по ціновій привабливості для споживача
- Роз’яснення вигідності порівняння і пошуку кращої пропозиції
- Роз’яснення успішних моделей фінансової поведінки та грамотності



Створення можливості та переконання споживачів в ефективності власних рішень, зміни фінансової поведінки для збільшення добробуту

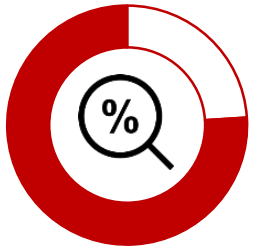
1. Концепція ініціативи

2. Прогрес в реалізації

3. Вплив на добробут споживачів

Результати «таємного покупця» 2018: Реальна річна процентна ставка

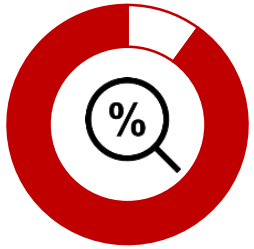
НЕ РОЗ'ЯСНЮЮТЬ УСНО



76%

консультантів не зазначили усно РРПС навіть після прямого запитання «таємного покупця»

НЕ НАДАЮТЬ В ПИСЬМОВОМУ ВИГЛЯДІ



90%

первинних консультацій

ПРОЦЕНТНІ СТАВКИ ЗА СПОЖИВЧИМИ КРЕДИТАМИ «НА БУДЬ-ЯКІ ПОТРЕБИ»

Банки

Номінальна процентна ставка	Реальна річна процентна ставка (РРПС)
0%	79%
0,00001%	46,1%
0,01%	87,94%
0,01%	132,86%
0,12%	**199,29%**
9,99%	127,68%
12%	98,17%
13%	165,13%
15%	87,34%
15%	109,9%
19,99%	109,25%
22,99%	102,29%
28% **39,9%**	**31,89%** **41,26%**
55,99%	72,83%
82%	122,95%

НБФУ

11,99%	**106,91%**
11,99%	118,17%
399,93% на перші 5 двотижневих періодів; 1,53% на наступні періоди	1 364,80%
574,84% на перші 2 двотижневі періоди; 2,17% на наступні періоди	**1 620,35%**

Споживачі фінансових послуг погано поінформовані та не захищені

Результати «таємного покупця» 2018: Незаконні умови та зловживання в кредитних договорах

Споживачі фінансових послуг погано поінформовані та не захищені

Попередні результати «таємного покупця» 2019: некоректний розрахунок реальної ставки (РРПС) в 47% або 24 з 51 випадках

	п/н	Номінальна річна процентна ставка	Реальна ставка (як вказують банки)	Реальна ставка (перерахунок)	Повна ставка, враховує всі витрати	
Некоректна чиста сума кредиту (через страховку і витрати при видачі) – в 10% візитів		**12%**	**122%**	**80%**	**135%**	*Змішаний вплив помилки*
Банк 1	5	20%	112%	110%	132%	
Банк 2	1	10%	126%	74%	138%	
Банк 2	2	10%	121%	72%	135%	
Банк 2	3	10%	126%	72%	135%	
Банк 2	4	10%	126%	73%	136%	
Некоректна чиста сума кредиту (тільки через страховку) – 16%		**18%**	**170%**	**107%**	**171%**	*Завищена реальна ставка*
Банк 1	1	23%	113%	98%	113%	
Банк 1	2	23%	113%	98%	113%	
Банк 1	4	22%	112%	95%	112%	
Банк 1	6	22%	125%	95%	125%	
Банк 1	7	22%	130%	95%	131%	
Банк 2	5	20%	133%	63%	134%	
Банк 3	1	15%	132%	119%	137%	
Банк 4	1	0%	499%	196%	506%	
Некоректна чиста сума кредиту (тільки через витрати при видачі) – 18%		**8%**	**137%**	**158%**	**179%**	*Занижена реальна ставка*
Банк 5	1	0%	118%	127%	127%	
Банк 5	2	0%	136%	127%	127%	
Банк 6	1	56%	92%	105%	160%	
Банк 7	1	0%	138%	161%	161%	
Банк 7	5	0%	137%	161%	161%	
Банк 8	1	10%	108%	146%	222%	
Банк 8	2	10%	104%	115%	175%	
Банк 9	2	0%	203%	236%	236%	
Банк 9	4	0%	199%	243%	243%	
Математичні неточності - 4%		**27%**	**79%**	**92%**	**136%**	
Банк 10	1	54%	80%	72%	72%	*Здороження на послуги третіх сторін*
Банк 11	2	0%	77%	111%	199%	
Сукупно по всім візитам з некоректною реальною ставкою		**15%**	**137%**	**120%**	**159%**	*+33%*
Сукупно по всім візитам з коректною реальною ставкою		**23%**	**103%**	**100%**	**113%**	*+13%*
Сукупно по всім візитам		**19%**	**122%**	**111%**	**138%**	*+24%*

Різниця між коректно вказаною банками і перерахованою реальною ставкою виникає через стандартизацію строковості і сум кредитів при перерахунку
Таємні покупці брали беззаставні кредити в сумі 5000 грн на період 12 місяців.

Номінальна ставка є поганим індикатором привабливості кредиту. Витрати на послуги третіх сторін здорожують кредити на 24% в середньому

Вплив ринкового механізму Веб-інструменту порівняння (надалі - ВІП)

ВІП є цифровою посередницькою послугою, що використовується споживачами для порівняння та потенційного рішення про вибір постачальника або придбання продуктів / послуг з переліку можливих.

- Значення ВІП значно зросло протягом останніх 15 років в різних сегментах від фінансових до комунальних і туристичних послуг, великою мірою **завдяки проникненню інтернет** серед населення.
- ВІП виступають в якості **посередників** між споживачами та постачальниками послуг, **представляючи** інформацію про широкий спектр продуктів або послуг на вибір споживача.
- Хороший ВІП сприяє **чесній конкуренції** та порівнянню продуктів на основі точної та повної інформації, що дозволяє клієнтам отримувати найкращі умови з наявних на ринку.
- ВІП можуть також пропонувати **завершити транзакцію** шляхом (1) перенаправлення споживача до постачальника для завершення транзакції, (2) направлення відповідних інструкцій постачальнику, (3) інтеграції з системами постачальника.

Хороший ВІП виконує важливі функції посередництва і забезпечення ефективності ринку

Цільові переваги веб-інструментів порівняння?

Краща можливість для здійснення вибору

ВІП зберігають час, зусилля людям, забезпечують простоту і зручність процесу пошуку та порівняння

Краща конкуренція

ВІП мотивують постачальників активніше конкурувати, пропонуючи нижчу вартість і кращі умови для споживачів

- **Нижча вартість продуктів / послуг,**
- **Вища якість обслуговування,**
- **Ефективність та інновації**

Ці переваги реалізуються у повній мірі лише за умов, якщо ВІП є надійним і споживачі довіряють йому

Базові принципи належного функціонування ВІП

Принципи «CARE»[1] вимагають, щоб ВІП були

- **Clear / чіткими** щодо опису їх послуг і способу отримання доходів
- **Accurate / точними** щодо методології формування ренкінгів
- **Responsible / відповідальними** щодо захисту та управління персональними даними
- **Easy / простими** для споживачів у користуванні та легкого порівняння

Важливо, щоб комерційні домовленості та формування доходів не впливали на результати ренкінгу

- ВІП повинен мати і дотримуватися строгих політик щодо конфлікту інтересу
- плата за клік / лідогенеруючі посилання – є основними джерелами доходів

Регулятори включають ВІП в периметр уваги та підтримують ефективність на ринку з допомогою забезпечення виконання наведених або їм подібних принципів

[1] Приклад Великої Британії, звіт Органу з питань захисту конкуренції та ринків 2017 року

Новий ВІП повинен стати великим гравцем за часткою ринку, встановити та просувати належні практики діяльності

Українські ВІП порушують принципи «CARE»

- В Україні ВІП фінансових продуктів знаходяться в управлінні / у власності приватних ФінТех компаній та / або постачальників фінансових послуг. В інших країнах є також приклади ВІП, які знаходяться у власності/ під управлінням неприбуткових організацій (зі спеціалізацією на борговому консалтингу і захисту прав споживачів), медіа холдингів або регулятора, як у Вірменії.

- Українські ВІП є високотехнологічними, але у них відсутня належна практика функціонування та орієнтація на інтереси та потреби споживача

  - ⓘ лише кілька сайтів надають інформацію про повну вартість кредиту та ренкінг продуктів на основі повної вартості

  - ⓘ не розкривають методологію ренкінгу / оцінки привабливості кредитів. Умови комерційних угод з постачальниками фінансових послуг не є прозорими (за рахунок чого отримуються доходи)

- Діяльність українських ВІП по великому рахунку не врегульована та відсутні нормативні вимоги на зразок принципів «CARE».

Українські ВІП мають значні недоліки, новостворений гравець покликаний встановити на ринку певний рівень стандарту і для інших

Огляд українських ВІП: від гравців з 10-річним досвідом до стартапів. Інформація про реальну процентну ставку надається лише на кількох веб-сайтах

Населення України 44млн, 70% проникнення інтернет	Місячний трафік, млн*| місце**	Відвідувачі з пошукових ресурсів (вкл Google)**	Час протягом 1 дня на сайті**	Набір банківських кредитів	Реальна AIR та інший індикатор повної вартості	Інші банківські продукти	Небанківські кредити	Інші небанківські продукти	Інтерактивність		Відгуки споживачів
minfin.com.ua	22.7 | 146	29% (12%)	3:00	Онлайн, КК, іпотечні	Ні	Вклади, FXE	Онлайн	Страховки, FXE		Обмежена, параметри споживача потрібні	Так
finance.ua	11.0 | 439	35% (12%)	3:21	Готівка, онлайн, КК, до з/п	Ні	Вклади, FXE, кріпто	Готівка, до з/п, онлайн	Страховки, FXE		Обмежена, параметри споживача потрібні	Ні
prostobank.ua	7.5 | 1377	64% (42%)	2:02	Готівка, онлайн, КК, авто, іпотечні	Так, реал.AIR &виплати	Вклади, перекази, FXE, І-банкінг	Ні	Ні		Добра інтерактивність і кастомізація	Так
kurs.com.ua	7.3 | 320	24% (7%)	2:55	No	Ні	Transfers, FXE	Ні	Перекази, FXE, кріпто		Ні, статичні ренкінги	Ні
maanimo.com	3.8 | 1102	52% (28%)	2:18	Готівка, онлайн, до з/п, КК, авто, іпотечні	Ні	Вклади, перекази, FXE, І-банкінг	Онлайн, до з/п	Страховки, FXE, кріпто		Ні, статичні ренкінги	Так
banker.ua	1.1 | 8483	54% (29%)	2:03	Готівка, онлайн, до з/п, авто, іпотечні	Ні	Вклади, перекази, FXE, І-банкінг	Онлайн, до з/п	FXE		Ні, статичні ренкінги	Так
hotline.finance	0.3 | 17208	38% (15%)	1:45	Готівка, авто, іпотечні	Лише виплати	Вклади	До з/п	Ні		Обмежена, параметри споживача потрібні	Ні
creditdeposit.com.ua	0.3 | 11357	41% (16%)	3:28	Готівка, онлайн, авто, іпотечні	Так, але не оновлюється	Вклади, FXE	Ні	Страховки, FXE		Обмежена, параметри споживача потрібні	Так
sravnibank.com.ua	0.2 | 24055	51% (20%)	2:54	Готівка, онлайн, КК, авто, іпотечні	Так, реал.AIR &виплати	Вклади, перекази, investments, FXE	Ні	Ні		Добра інтерактивність	Ні
kreditmart.com.ua	0.08 | 24511	40% (15%)	1:45	Готівка, до з/п, КК	Ні	FXE	Онлайн, готівка, до з/п	Ні		Обмежена	Ні
pro-banki.com.ua	0.07 | 132373	58% (29%)	1:36	Готівка, КК	Ні	FXE (не заповнені)	До з/п	Ні		Обмежена	Так
creditznatok.com.ua	0.01 | 30718	29% (6%)	2:30	Готівка, онлайн, КК, авто, іпотечні, МСБ	Ні	Вклади	Онлайн, готівка, до з/п	Ні		Добра інтерактивність	Ні

Аналіз станом на січень 2019. * serpstat.com веб-статистика станом на 14 січня 2019, **alexa.com веб-статистика станом на 14 січня 2019
Місце в країні є оцінкою популярності сайту, розрахованої з використанням середньої кількості відвідувачів і переглядів протягом останнього місяця
КК- кредитні картки, FXE – валюто обмінні умови, І-банкінг – інтернет банкінг, МСБ – кредити малому і середньому бізнесу

Новий ВІП буде орієнтуватися на інтереси і потреби споживачів

- Ключовими цілями нового ВІП є

  (1) **збільшення конкуренції** в фінансовому секторі шляхом розкриття інформації про повну вартість,

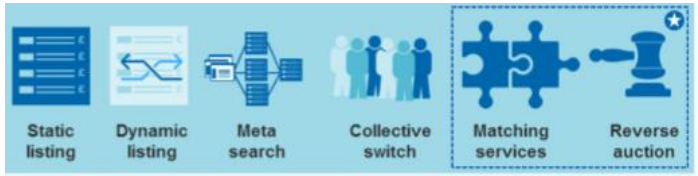
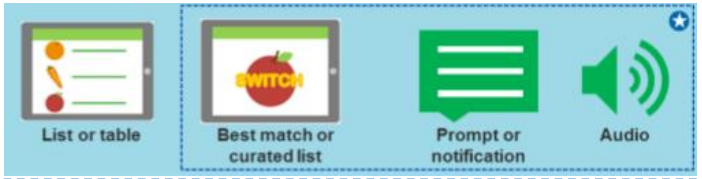
  (2) відновлення **довіри до фінансового сектору** шляхом надання споживачу важливої, зрозумілої та достовірної інформації про споживчі кредити,

  (3) встановлення **“кращої практики” функціонування ВІП**, якому довіряють споживачі, банки і регулятор.

- Споживачі матимуть можливість зробити вибір щодо (1) сортування, фільтрування та порівняння продуктів з використанням інтерактивних параметрів, (2) подавати заявки на отримання кредиту.
- Точність інформації, отриманої від фінансових установ, підлягатиме багаторівневій перевірці, у тому числі методом «таємних покупців».
- Ренкінги формуються з урахуванням
  - вартості кредиту: щомісячні платежі, реальна / повна річна процентна ставка, сума всіх виплат та
  - доповнюватися якісними показниками: повнота дотримання кредитором законодавства про споживче кредитування, результати перевірки «таємного покупця», рівень неявних комісій, штрафів, пені.
- Веб-сайт надаватиме фінансові поради і роз’яснення

Споживачам потрібен справедливий, зручний і інформативний ресурс

Концепція нового ВІП в 6 параметрах

		Пропозиція для нового ВІП
1. Формування доходів		Лідогенеруючі посилання
2. База порівняння		Інтерактивні списки
3. Підбір критеріїв		Фільтри &сортування, прийнятність позичальників
4. Представлення результатів		Порівняльні таблиці
5. Джерела даних		Щомісячні шаблони даних від банків
6. Завершення транзакції		Перенаправлення заявок на банки

Огляд іноземних ВІП – ВСІ НАДАЮТЬ ПОВНУ ВАРТІСТЬ КРЕДИТУ (1)

		Місячний трафік, млн*| місце**	Відвідувачі з пошукових ресурсів (вкл Google)**	Час протягом 1 дня на сайті**	Набір фін.продуктів	Повна вартість кредиту	Інші пропозиції домогосподарствам	Інтерактивність	Фін. консультації	Відгуки споживачів
Велика Британія населення 67млн Інтернет проникнення 90%	moneysavingexpert.com	158.8 | 102	56% (27%)	2:55	Основні продукти	Так	Широкий перелік	Персонал., прийнятність	Так, дуже багато	Так
	moneysupermarket.com	58.4 | 307	58% (29%)	3:59	Широкий перелік	Так	Обмежений перелік	Персонал., прийнятність	Так, багато	Ні
	money.co.uk	36.1 | 1276	69% (42%)	1:35	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Обмежена	Так, але обмежені	Ні
	uswitch.com	22.0 | 535	58% (28%)	3:08	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Обмежена	Так, багато	Ні
	gocompare.com	19.4 | 842	51% (22%)	6:18	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Персоналізація	Так, але обмежені	Ні
Польща Нас. 38млн І-прон.78%	money.pl	14.1 | 39	15% (2%)	2:33	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Персоналізація	Так, але обмежені	Ні
	bankier.pl	12.5 | 159	24% (7%)	4:40	Широкий перелік	Так	Ні	Персоналізація	Так, багато	Так
	totalmoney.pl	2.0 | 2121	62% (36%)	2:09	Широкий перелік	Так	Ні	Персоналізація	Так, але обмежені	Ні
	rankomat.pl	1.1 | 1075	50% (23%)	3:37	Широкий перелік	Так	Ні	Персоналізація	Так, але обмежені	Ні
	comperia.pl	0.5 | 1973	26% (7%)	NA	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Персоналізація	Так, але дуже обмежені	Так
Австралія Нас. 22mn І-прон.89%	canstar.com.au	12.0 | 640	64% (36%)	2.15	Широкий перелік	Так	Ні	Персоналізація	Так, багато	Так, активно
	mozo.com.au	2.7 | 3829	62% (33%)	2.02	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Персоналізація	Так, багато	Так

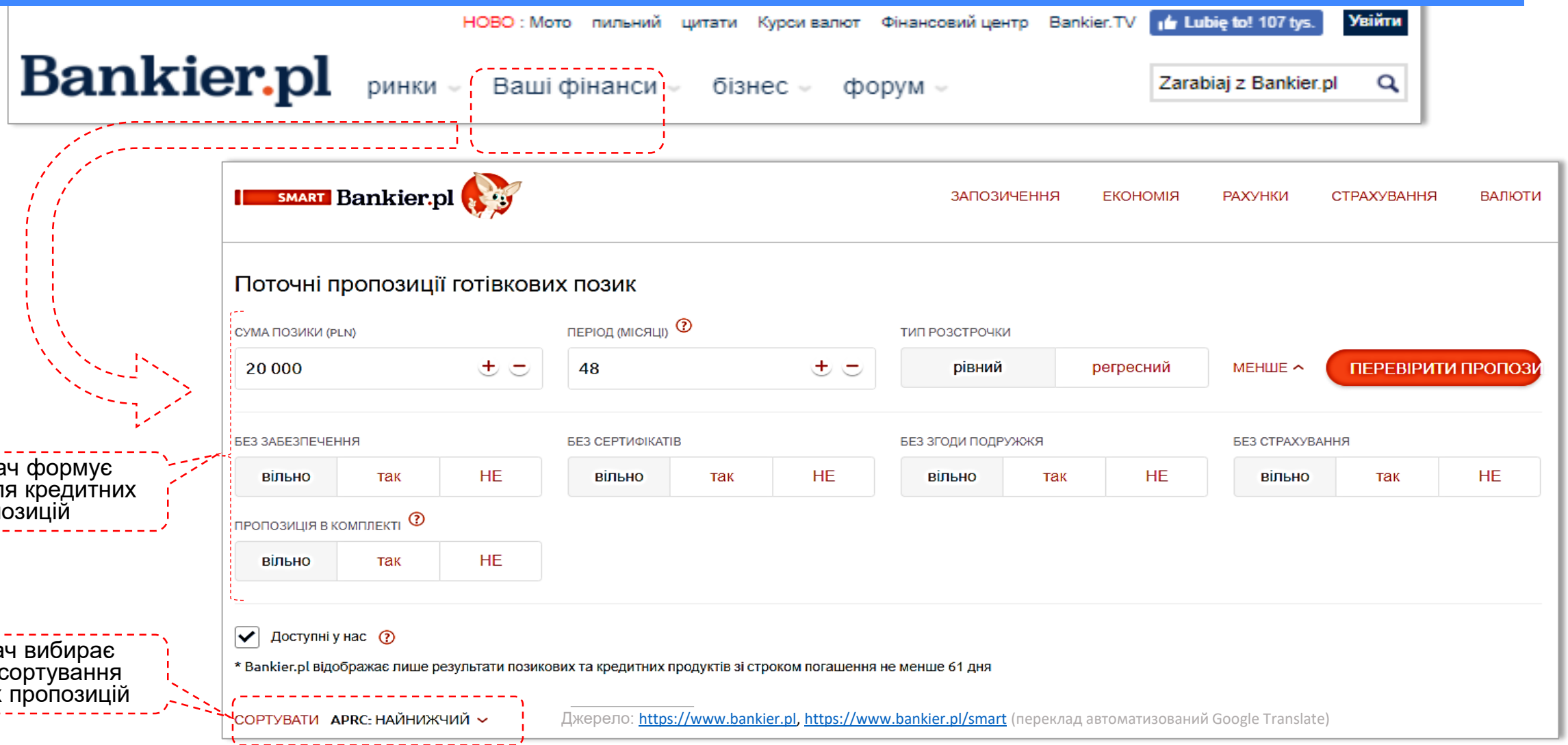
* serpstat.com веб-статистика станом на 21 січня 2019, **alexa.com веб-статистика станом на 14 січня 2019
Місце в країні є оцінкою популярності сайту, розрахованої з використанням середньої кількості відвідувачів і переглядів протягом останнього місяця
Статистика населення з www.worldometers.info/world-population, показники інтернет проникнення з www.ons.gov.uk, www.internetworldstats.com

Огляд іноземних ВІП– ВСІ НАДАЮТЬ ПОВНУ ВАРТІСТЬ КРЕДИТУ (2)

		Місячний трафік, млн*| місце**	Відвідувачі з пошукових ресурсів (вкл Google)**	Час протягом 1 дня на сайті**	Набір фін.продуктів	Повна вартість кредиту	Інші пропозиції домогоспо-дарствам	Інтерактивність		Фін. консуль-тації	Відгуки споживачів
Німеччина Нас. 82mn І-прон.96%	check24.de	19.9 | 60	38% (15%)	7:39	Широкий перелік	Так	Широкий перелік		Персонал., карта мережі	Так, але обмежені	Ні
	verivox.de	13.3 | 529	42% (16%)	4:46	Широкий перелік	Так	Широкий перелік		Персоналі-зація	Так, але обмежені	Ні
	finanztip.de ★	11.4 | 740	66% (43%)	2:18	Широкий перелік	Так	Ні		Персонал., прийнятність	Так, багато (неприбут.орг.)	Так, рег. опитування
	test.de	10.7 | 510	45% (18%)	2:37	Limited list of products	Так	Широкий перелік		Обмежена	Так, але обмежені	Ні
	financescout24.de	7.1 | 3116	68% (43%)	1:55	Широкий перелік	Так	Ні		Персоналі-зація	Так, багато	Ні
	preisvergleich.de	1.9 | 2151	37% (11%)	2:14	Широкий перелік	Так	Широкий перелік		Персоналі-зація	Так, але обмежені	Ні
Швейцарія Нас. 8.5mn І-прон.91%	comparis.ch**	5.3 | 66	38% (13%)	6:43	Широкий перелік	Так	Широкий перелік	Н/д	Персоналі-зація	Н/д	Н/д
	moneyland.ch ★	0.4 | 1458	57% (21%)	2:41	Широкий перелік	Так	Лише телеком		Персонал., прийнятність	Так, багато	Так, опитування
	bonus.ch	0.2 | 4649	5% (1%)	15:52	Широкий перелік	Так	Широкий перелік		Персонал., прийнятність	Так, багато	Ні
США Нас. 327mn І-прон.96%	bankrate.com ★	96.2 | 768	58% (29%)	2:14	Широкий перелік	Так	Ні		Персонал., прийнятність	Так, багато	Так, опитування
	creditkarma.com ★	54.7 | 170	20% (7%)	3:48	Широкий перелік	Так	Ні		Персонал., прийнятність	Так, дуже багато	Ні
	experian.com**	12.9 | 895	23% (8%)	3:49	Широкий перелік	Так	Ні	Н/д	Персоналі-зація,	Н/д	Н/д
	magnifymoney.com ★	9.9 | 6489	67% (42%)	1:49	Широкий перелік	Так	Ні		Персонал., прийнятність	Так, дуже багато	Так, активно

* serpstat.com веб-статистика станом на 22 січня 2019, **alexa.com веб-статистика станом на 14 січня 2019
Місце в країні є оцінкою популярності сайту, розрахованої з використанням середньої кількості відвідувачів і переглядів протягом останнього місяця
Статистика населення з www.worldometers.info/world-population, показники інтернет проникнення з www.internetworldstats.com
** comparis.ch є недоступним для користувачів з інших країн, experian.com має обмежену функціональність для користувачів з інших країн

Приклад ВІП в Польщі на базі медіа холдингу (1)



споживач формує фільтри для кредитних пропозицій

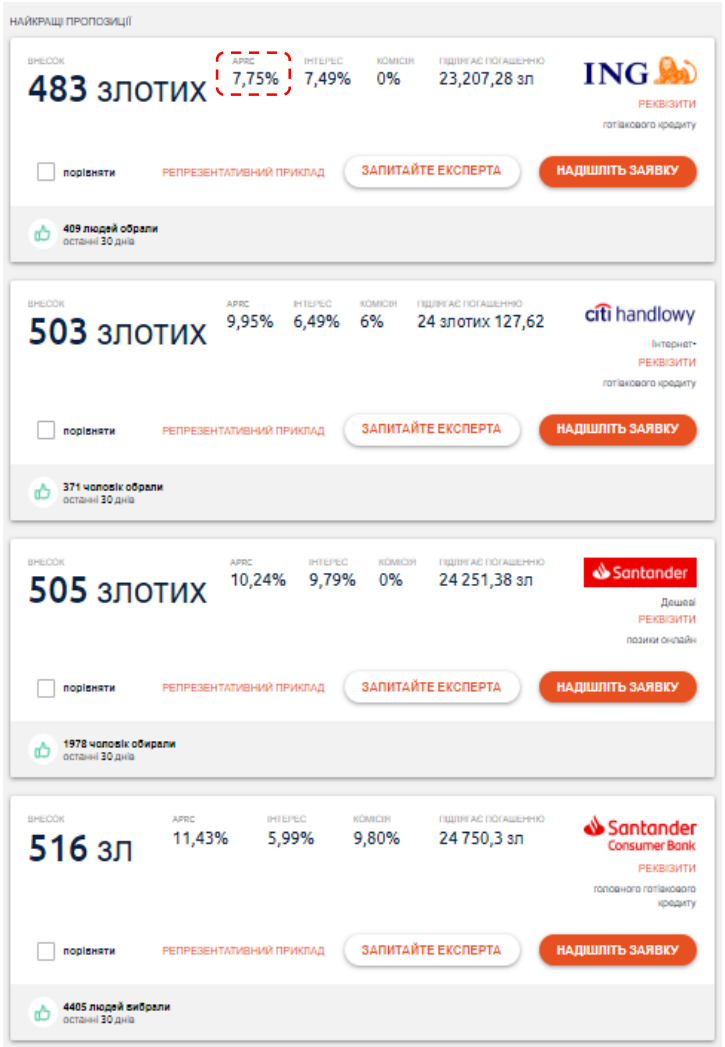
споживач вибирає критерій сортування кредитних пропозицій

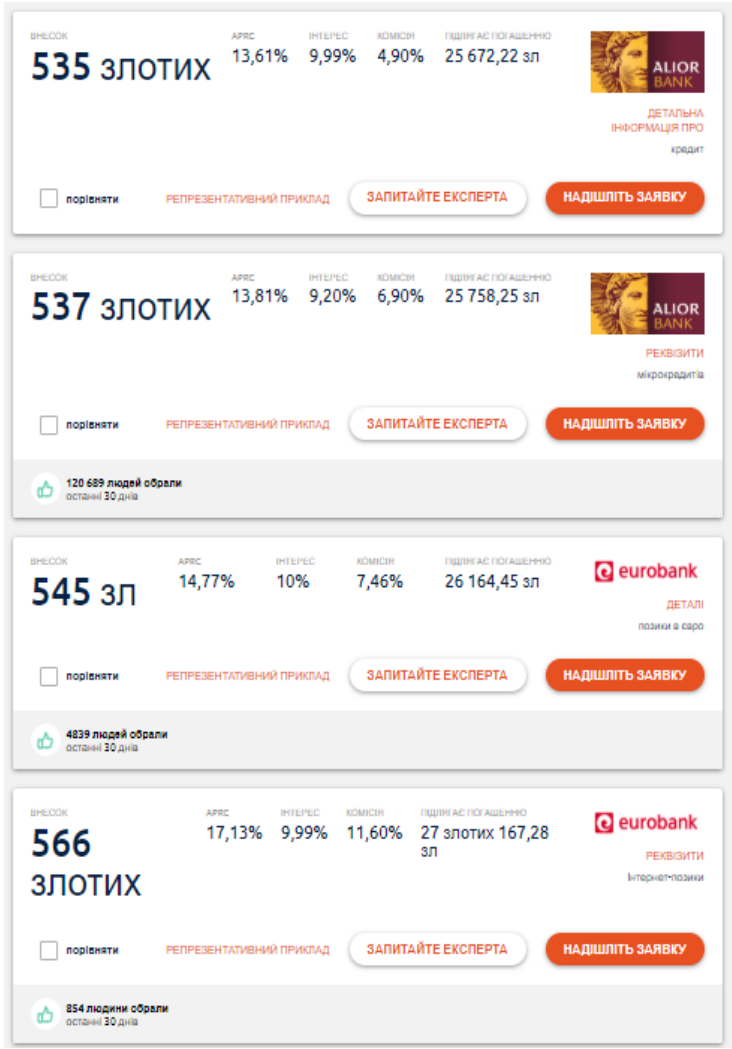
Джерело: https://www.bankier.pl, https://www.bankier.pl/smart (переклад автоматизований Google Translate)

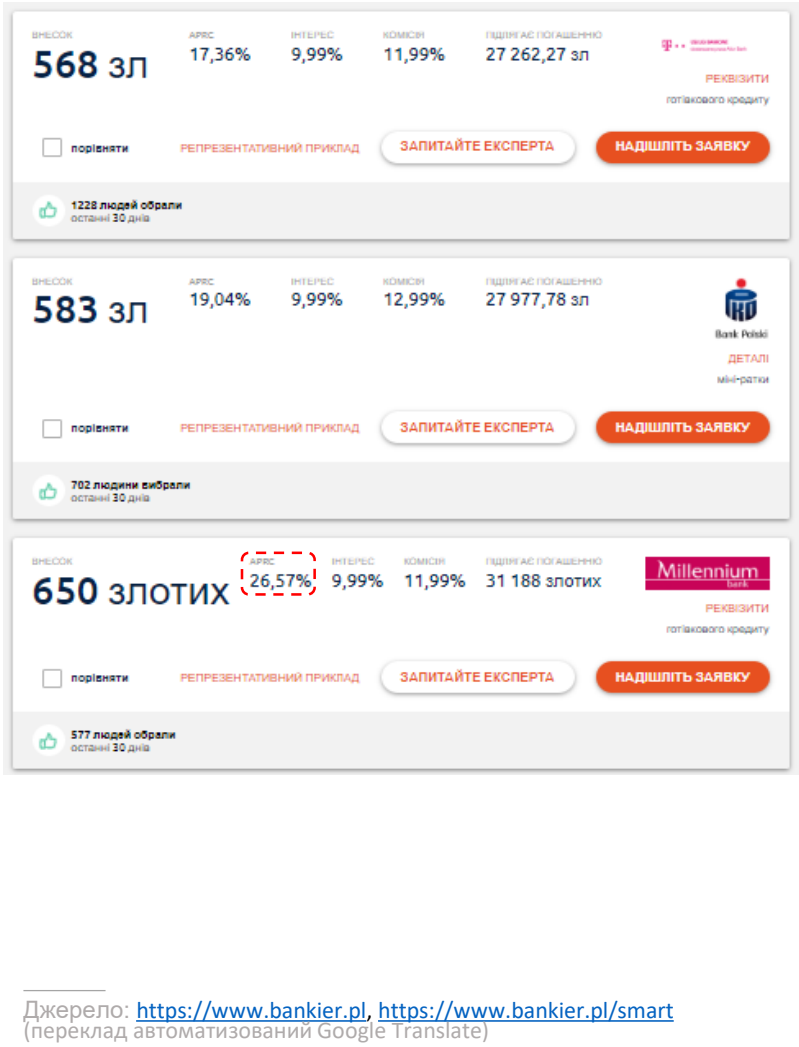
Надається широкий вибір критеріїв для фільтрів (який кредит для якого позичальника) і для сортування (вказаний вибір - за ефективною ставкою)

Приклад BIP в Польщі на базі медіа холдингу (2)

сума кредиту 20 тис злотих ≈ $5 тис







Джерело: https://www.bankier.pl, https://www.bankier.pl/smart
(переклад автоматизований Google Translate)

8%-27% діапазон ефективних ставок при 6%-10% номінальних

1. Концепція ініціативи

2. Прогрес в реалізації

3. Вплив на добробут споживачів

Етапи реалізації ініціативи створення нового ВІП

Формування умов ініціативи

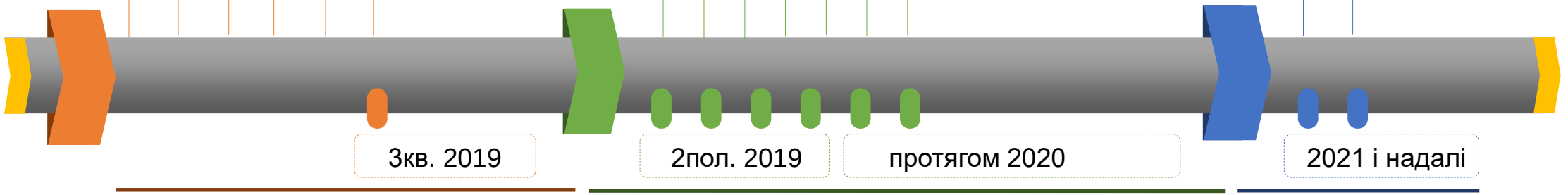
- Дослідження ринку методом «таємного покупця»
- Обговорення з банками та регулятором причин неефективності конкуренції
- Проведення ФінтехЧелендж, аналіз існуючих ВІП
- Розробка методології порівняння споживчих кредитів
- Підписання з 7 банками Протоколу про співпрацю
- Проведення конкурсу з вибору виконавця ініціативи, підписання контракту з переможцем (ЛІГА)

Реалізація за підтримки USAID-FST

- Уточнення і підписання умов співпраці між USAID-FST[1], Лігою і банками
- IT розробка, тестування на даних банків, заснування КК[2] для управління ВІП
- Розробка і погодження політик, положень, регламентів ВІП
- Розробка роз'яснювального контенту для споживачів
- Активне позиціонування і просування
- Оптимізація і розширення функціоналу (CRM, співпраця з кредитними бюро, інші продукти)
- Досягнення самоокупності, закінчення підтримки USAID-FST

Подальше функціонування

- Забезпечення самоокупності
- Подальша оптимізація і розширення функціоналу



[1] на етапі реалізації ініціативи USAID-FST забезпечує (1) фінансування витрат на розробку і впровадження ВІП, створення роз'яснювального контенту і просування ВІП на ринку, (2) перевірку дотримання методології розрахунку вартості і порівняння кредитів, (3) перевірку достовірності наданої банками інформації про умови кредитування («таємними покупцями»)

[2] Координаційний комітет (КК) створюється відповідно до умов співпраці з USAID-FST та буде визначати умови реалізації і дотримання вимог ініціативи

Аналіз ринку і пошуку оптимального оператора для ВІП

- Добре протестовані ІТ рішення
- Готовий до застосування досвід існуючих ВІП

ФінТех

- Репутаційна установа з сильною позицією в Інтернеті
- Швидкий доступ до аудиторії
- Можливість генерувати контент з порадами для споживачів

Медіа

- Хороша репутація
- Забезпечення коректності розрахунків порівняння
- Перспектива майбутніх досліджень

Освіта, наука

ВІП

Важливі фактори:

- ✓ Репутація
- ✓ Персонал для забезпечення функціонування
- ✓ Підтримка з боку власників /керівників

Інші

Інші установи, які мають

- пріоритети у сфері захисту прав споживачів та
- високий рівень довіри

Вибір оператора є критично важливим для довіри до ВІП після запуску

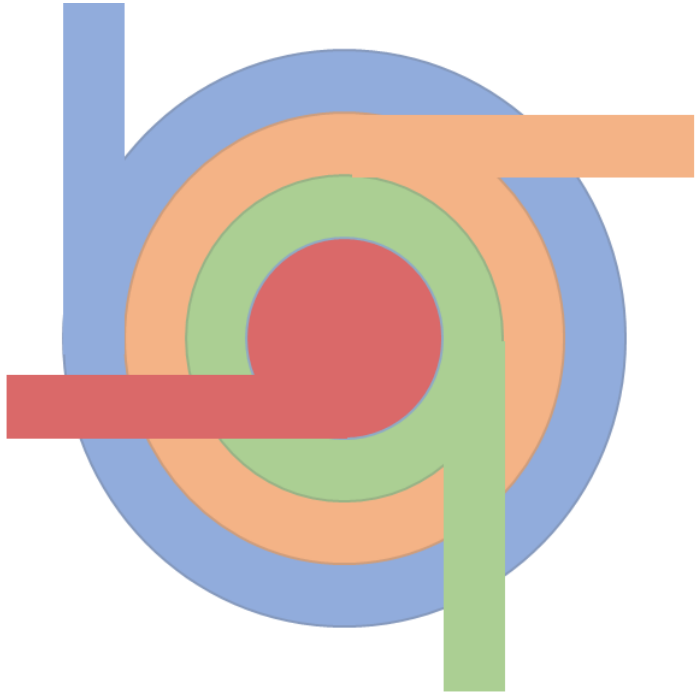
Розробка методології порівняння кредитів спільно з банками

Підхід на основі загальної вартості

- Включення усіх платежів і витрат на користь кредитодавця
- Додаткове включення усіх платежів і витрат на послуги третіх сторін, пов'язані з кредитом

Ренкінг калібрований під споживача

- За сумою та строковістю
- За регіоном та віком
- За рівнем доходу (офіційний /сукупний)
- За формою платежів, іншими критеріями



4 групи продуктів

- Нецільові кредити без майнового забезпечення
- Авто кредити, непартнерські
- Іпотечні кредити, непартнерські
- Кредитні картки

Сортування за різними критеріями

- Середньомісячний платіж
- Ефективна процентна ставка від кредитодавця
- Повна ефективна ставка
- Сума всіх платежів за кредитом

Методологія – це основа довіри до інструменту порівняння

Визначення вартості кредиту в два кроки

1 **Розрахунок платежів на основі номінальних умов процентної ставки, комісій, тарифів та інших пов'язаних витрат**

Розрахунок ключових параметрів вартості кредиту на основі графіку платежів **2**

Збір інформації про номінальні умови процентів, комісій та необхідних послуг

Розрахунок платежів[1] між позичальником та кредитором

Оціночний розрахунок[2] інших платежів за необхідні послуги (наприклад, страхування)

Розрахунок сукупних платежів позичальника

Розрахунок **середньомісячного платежу** на користь кредитодавця

Розрахунок ефективної **AIR**[1] **кредитодавця** на основі внутрішньої ставки дохідності платежів між позичальником і банком

Оціночний розрахунок **середньомісячного платежу** за кредитом на користь кредитодавця і третіх осіб

Оціночний розрахунок **повної AIR** на основі внутрішньої ставки доходності всіх платежів за кредитом (вкл. третіх сторін)

[1] Для порівняння кредитних карток потрібні припущення щодо поведінки споживача (сценарії запозичення): (1) лише в межах пільгового періоду, (2) ≈безготівкові нецільові кредити на 12 місяців, (3) ≈готівкові нецільові кредити на 12 місяців

[2] Витрати споживача на необхідні послуги третіх осіб оцінюються із застосуванням певних припущень про надавача послуги, найпоширеніших характеристик позичальника та очікуваних змін вартості активу

[3] Annual Interest Rate (AIR) є скороченням для позначення річної процентної ставки, в даному випадку використовується в якості індикатора сукупної вартості кредитів

Споживачі повинні мати можливість приймати рішення на основі інформації про повну вартість кредиту, включно з витратами на послуги третіх осіб

Визначення функціональної моделі ВІП

Ринковий механізм посередництва між попитом і пропозицією на фінансові послуги

Конкурсне технічне завдання для оператора ВІП

Належна репутація оператора	Інформація про підрядника: власники, система управління, корпоративна і організаційна структури, основна діяльність та позиція на ринку. Роль субпідрядників у виконанні замовлення, якщо є.
ІТ рішення	ІТ рішення для ВІП, його архітектура, технічне середовище та вимоги до подальшої підтримки. Рішення повинно відповідати вимогам Методології порівняння кредитів та забезпечувати зручний для споживачів формат надання сервісу порівняння.
Просування ВІП	Маркетингова стратегія нового ВІП, медіа кампанія просування в комбінації нецифрових і цифрових каналів, контент-план з роз'ясненнями як користуватися ВІП та питаннями загальної фінансової грамотності.
Операційне забезпечення	Забезпечення ресурсів, необхідних для операційної реалізації та супроводження ВІП, вкл. штат співробітників, забезпечення робочих міст та обладнанням.
План реалізації	Детальний план реалізації ВІП і цільових операційних показників протягом періоду до кінця 2020

ТОВ «Інформаційне Агентство ЛІГАБізнесІнформ» надав найкращу пропозицію та став переможцем конкурсного відбору

Структурування ролей та обов'язків

Стадія 1. ДО ЗАПУСКУ

Стадія 2. ПІСЛЯ ЗАПУСКУ

[1] Направлення споживачів є дією, яка передає інформацію про споживача певному банку відповідно до вибору самого споживача шляхом кліка кнопки-рішення на сайті ВІП.

[2] Координаційний комітет є керівним органом ВІП за участі USAID-FST, оператора ВІП та банків. Основними функціями комітету є (1) нагляд за дотриманням методології, політик та правил ВІП, (2) внесення змін до методології, політик та правил ВІП, (3) розгляд та сприяння вирішенню спорів щодо результатів порівняння, (4) платформа для обговорення реалізації стратегії. USAID-FST буде відігравати ключову роль протягом періоду впровадження (до грудня 2020).

USAID-FST відіграватиме ключову роль в Координаційному комітеті і забезпечить справедливість порівняння та медіації між основними учасниками

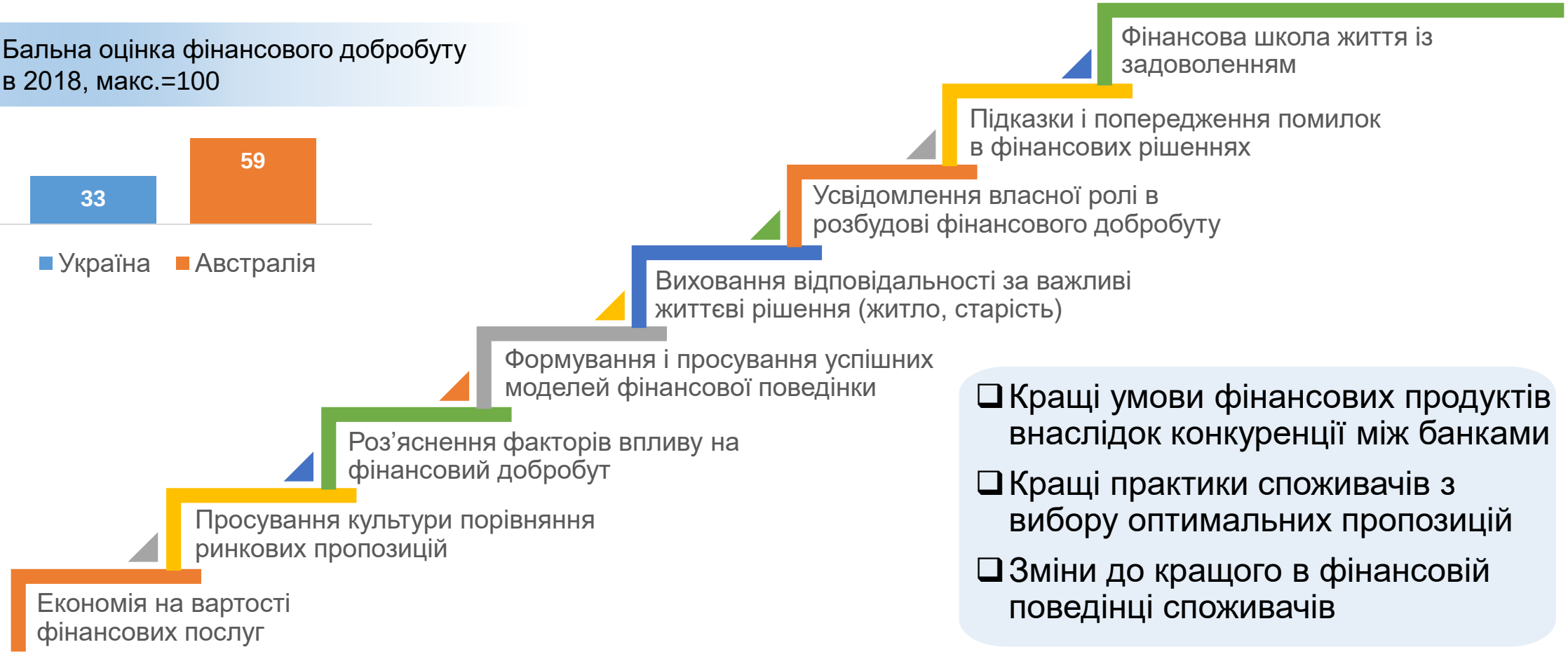
1. Концепція ініціативи

2. Прогрес в реалізації

3. Вплив на добробут споживачів

Цільові кроки нового ВІП до фінансового добробуту суспільства

Бальна оцінка фінансового добробуту
в 2018, макс.=100



- ❑ Кращі умови фінансових продуктів внаслідок конкуренції між банками
- ❑ Кращі практики споживачів з вибору оптимальних пропозицій
- ❑ Зміни до кращого в фінансовій поведінці споживачів

Потенціал ринкового ВІП може ефективно доповнити очікуване зростання доходів для пришвидшення загального фінансового добробуту

Джерело: https://www.anz.com/resources/2/f/2f348500-38a2-4cfe-8411-060cb753573d/financial-wellbeing-aus18.pdf
http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf

Приклад тесту на схильність до фінансового добробуту

1	2	3
У Вас є $100 на депозиті в банку, процентна ставка 2% річних. Скільки у Вас буде грошей, якщо не знімати гроші з депозиту протягом 5 років? 1. Більше $102 2. Рівно $102 3. Менше $102 4. Не знаю 5. Відмовляюсь відповідати	Уявить, що процентна ставка по депозиту є 1% річних, а інфляція 2% в рік. Скільки Ви зможете купити товарів через 1 рік за рахунок своїх збережень 1. Більше, ніж сьогодні 2. Рівно стільки ж 3. Менше, ніж сьогодні 4. Не знаю 5. Відмовляюсь відповідати	Правильним чи хибним є наступне твердження? «Інвестування в акції одної компанії дає кращу дохідність, ніж фонд спільних інвестицій в акції» 1. Правильно 2. Неправильно 3. Не знаю 4. Відмовляюсь відповідати

Ці питання є перевіркою розуміння і спроможності застосувати найбільш важливі концепції для фінансових рішень

Джерело: https://www.nber.org/papers/w17107.pdf

Приклад тесту на схильність до фінансового добробуту

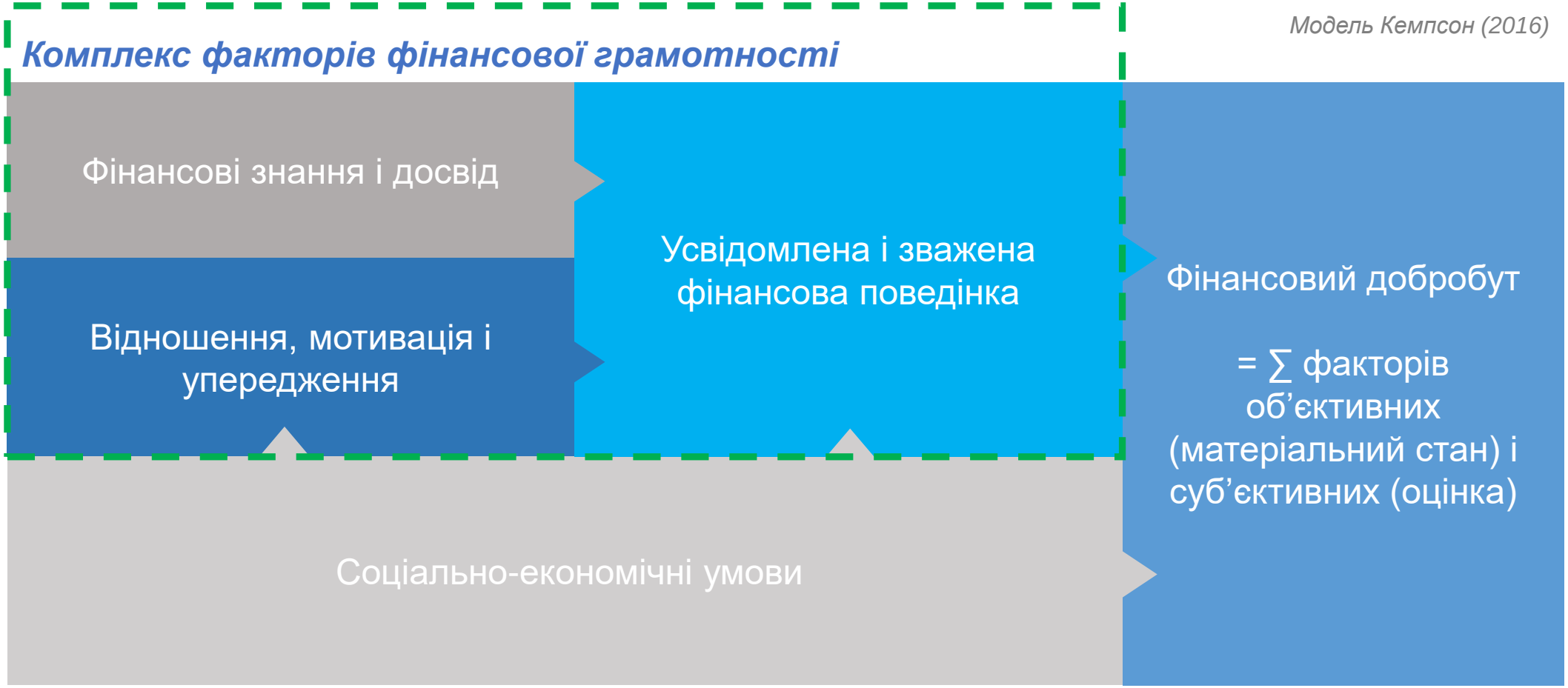
1	2	3
У Вас є $100 на депозиті в банку, процентна ставка 2% річних. Скільки у Вас буде грошей, якщо не знімати гроші з депозиту протягом 5 років? 1. Більше $102 2. Рівно $102 3. Менше $102 4. Не знаю 5. Відмовляюсь відповідати	Уявить, що процентна ставка по депозиту є 1% річних, а інфляція 2% в рік. Скільки Ви зможете купити товарів через 1 рік за рахунок своїх збережень 1. Більше, ніж сьогодні 2. Рівно стільки ж 3. Менше, ніж сьогодні 4. Не знаю 5. Відмовляюсь відповідати	Правильним чи хибним є наступне твердження? «Інвестування в акції одної компанії дає кращу дохідність, ніж фонд спільних інвестицій в акції» 1. Правильно 2. Неправильно 3. Не знаю 4. Відмовляюсь відповідати

Кожна правильна відповідь збільшує схильність до фінансового планування пенсійного забезпечення на 3-10%, а практики такого планування формують схильність по кращого фінансового стану

Джерело: https://www.nber.org/papers/w17107.pdf

Визначення фінансової грамотності та її вплив на фінансовий добробут

Модель Кемпсон (2016)



Фінансова грамотність – це комплекс **знань**, вмінь, навичок, **ставлення** та **поведінки** людини, необхідних для ухвалення важливих фінансових рішень та для досягнення особистого фінансового добробуту.
(визначення OECP 2011)

Джерело: https://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/geography/pfrc/pfrc1705-financial-well-being-conceptual-model.pdf
https://www.anz.com/resources/2/f/2f348500-38a2-4cfe-8411-060cb753573d/financial-wellbeing-aus18.pdf

Визначення фінансового добробуту

	На зараз	і в майбутньому
Почуття безпеки	Контроль за своїми щоденними, щомісячними витратами	Фінансова стійкість, спроможність справитися з негативними фінансовими подіями
Свобода вибору	Фінансова свобода для вибору і отримання задоволення від життя	Дотримання та досягнення своїх фінансових цілей

Фінансовий добробут – це, коли (1) після сплати витрат залишаються гроші для збережень або приємностей і (2) присутнє довгострокове планування свого добробуту

Спроможність до прийняття фінансових рішень **з перспективи всього життєвого циклу**, а не лише сьогоднішніх можливостей є найціннішою зміною фінансової поведінки

Джерело: https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_financial-well-being_toolkit.pdf

Факторна модель фінансового добробуту, приклад Австралії 2018

14% Економічні фактори
7% дохід родини
2% коливання місячних доходів
2% зменшення доходів протягом року

45% Фінансова поведінка
19% активні збереження
16% відмова від запозичень на поточні потреби

16% Соціальні фактори
5% без іпотеки
2% вік >60 років
2% держ. допомога є основним доходом

9% Фінансові знання/ досвід
4% досвід фін. продуктів 2% розуміння ризиків
2% знання про фін. продукти

16% Психологічні фактори
6% впевненість в управлінні грошима
4% рівень контролю

Модель Кемпсон (2016)

Методом регресійного аналізу визначає і оцінює фактори, які формують фінансовий добробут

69% рівень пояснення фінансового добробуту за результатами опитування в Австралії за 2018 рік

Україна 2018: 33 середній бал фінансового добробуту, 50% рівень пофакторного пояснення, ключовий фактор впливу – рівень доходів родини (дослідження USAID-FST червень 2019)

Джерело: https://www.anz.com/resources/2/f/2f348500-38a2-4cfe-8411-060cb753573d/financial-wellbeing-aus18.pdf, http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf

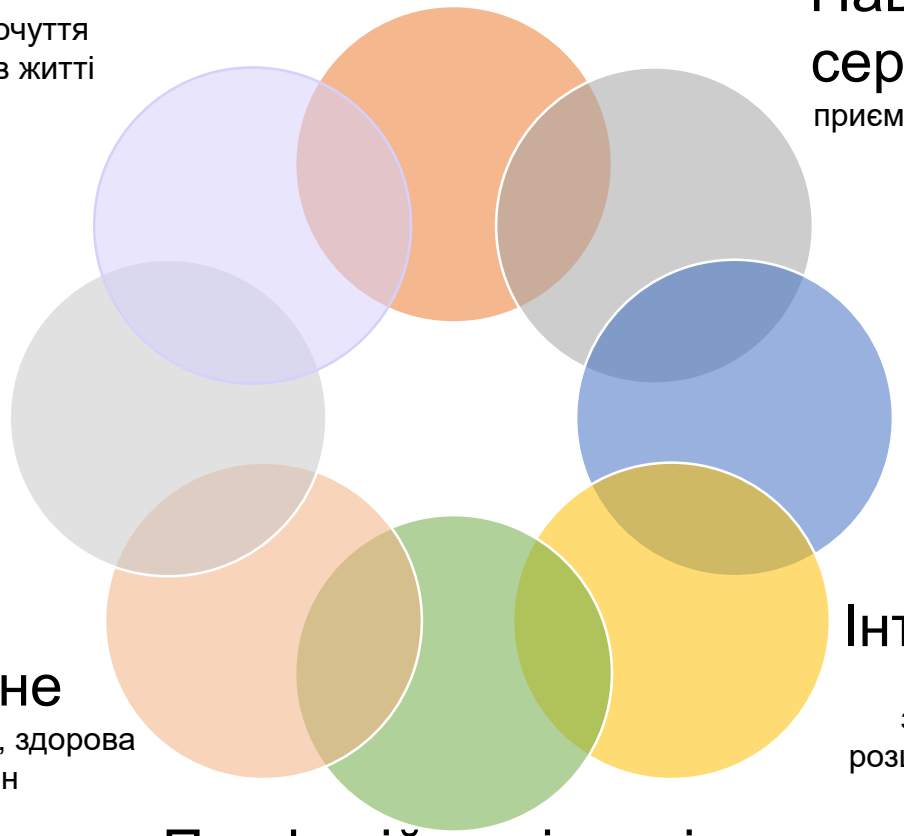
Додатки

Коли і чому фінансова грамотність (ФГ) набула значення

Кілька тверджень про фінансову грамотність та добробут

1. Фінансова грамотність та фінансовий добробут є взаємозалежними факторами відповідно до багатьох міжнародних досліджень
2. Покращення фінансової грамотності є необхідними для успішності життя як окремої людини, так і суспільства
3. Найбільш важливими питаннями для застосування навиків фінансової грамотності є (1) забезпечення житлом, (2) забезпечення старості накопиченнями
4. Ці питання все в більшій і більшій мірі будуть залежати від рішень самої людини, а не уряду і держави
5. Усвідомлення цих життєвих питань і планування їх вирішення є одночасно і причиною, і наслідком фінансової грамотності
6. Дослідження стверджують, що практика довгострокового фінансового планування визначає рівень фінансового благополуччя. Іншими словами, багатий той, хто планує, зокрема довгостроково
7. Також дослідження стверджують, що фінансова грамотність і планування упереджають явища фінансових проблем, страхи негативних подій і настання неплатоспроможності

Фінансове благополуччя є складовою щастя



Емоційне
ефективно справлятися з життям і створювати позитивні стосунки

Навколишнє середовище
приємне, стимулююче оточення

Фінансове
задоволеність поточним і майбутнім фін.станом

Інтелектуальне
визнання творчих здібностей та пошук розширення знань та вмінь

Професійна діяльність
задоволення і збагачення від роботи

Фізичне
фізичні вправи, здорова їжа і сон

Соціальне
розвиток почуття зв'язку, належності та системи підтримки

Духовне
розширення почуття мети та сенсу в житті

Джерело: https://cpr.bu.edu/living-well/eight-dimensions-of-wellness/