

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2025, Том 17, № s4 / 2025, Vol. 17, Iss. s4 <https://esj.today/issue-s4-2025.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/24FAVN425.pdf>

5.2.4. Финансы (экономические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Потапов, А. Г. Реализация дополнительных услуг как источник доходов российских микрофинансовых организаций / А. Г. Потапов // Вестник евразийской науки. — 2025. — Т. 17. — № s4. — URL: <https://esj.today/PDF/24FAVN425.pdf>.

For citation:

Potapov A.G. Implementation of additional services as a source of income for Russian microfinance organizations. *The Eurasian Scientific Journal*. 2025;17(s4): 24FAVN425. Available at: <https://esj.today/PDF/24FAVN425.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 336

Потапов Арсений Григорьевич

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации», Москва, Россия

Аспирант

E-mail: mesquezy@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4109-7398>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1298851

Реализация дополнительных услуг как источник доходов российских микрофинансовых организаций

Аннотация. В условиях интенсивной цифровизации финансового сектора и последовательного ужесточения регулятивных требований российские микрофинансовые организации вынуждены трансформировать традиционные бизнес-модели и активно диверсифицировать источники доходности. Представленное исследование фокусируется на комплексном анализе феномена реализации дополнительных услуг микрофинансовыми организациями как альтернативного инструмента генерации прибыли в контексте современных рыночных вызовов. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом численности потребителей микрофинансовых услуг и сопутствующим увеличением доли доходов от непрофильной деятельности в общей структуре выручки микрофинансовых компаний. Согласно статистическим данным Банка России, доходы от дополнительных направлений деятельности достигли 24 % от совокупных доходов отрасли, при том, что у половины организаций подобная деятельность формирует более 10 % валовой выручки. Автор проводит детальный анализ спектра дополнительных услуг, предоставляемых микрофинансовыми организациями, включая страховые продукты, онлайн-медицинские консультации, юридическое сопровождение, кредитный мониторинг и информационные сервисы. Особое внимание уделяется изучению дистанционных каналов реализации услуг через мобильные приложения, персональные кабинеты и финансовые маркетплейсы. Исследование выявляет критические проблемы в сфере недобросовестных практик микрофинансовых организаций при навязывании дополнительных услуг клиентам. Автор систематизирует основные формы злоупотреблений: предоставление услуг без реальной потребительской ценности, манипулятивное оформление согласия в онлайн-формах, сокрытие информации о платных услугах, предоставление неотзывных услуг и ухудшение условий кредитования при отказе от дополнительных продуктов. Практическая значимость работы заключается в разработке конкретных рекомендаций по совершенствованию регулятивной среды и повышению транспарентности предоставления дополнительных услуг. Предлагаемые меры включают

обязательное раскрытие полного клиентского пути, введение административной ответственности в виде оборотных штрафов, законодательное закрепление понятия услуг без потребительской ценности и создание оснований для исключения недобросовестных организаций из государственного реестра.

Ключевые слова: микрофинансирование; микрофинансовые организации; дополнительные услуги; Банк России; регулирование; недобросовестные практики

Введение

Целью исследования является разработка рекомендаций в части снижения случаев навязывания заемщикам МФО дополнительных услуг, в том числе услуг, не имеющих потребительской ценности. В качестве дополнительной услуги рассматривается «любая дополнительная услуга (работа, товар), предлагаемая (предлагаемый) потребителю при предоставлении финансового продукта, в том числе в области страхования, инвестиций, негосударственного пенсионного обеспечения, программы долгосрочных сбережений, различного рода гарантии и поручительства».¹

В качестве объекта рассматривается деятельность российских МФО по оказанию дополнительных услуг своим клиентам. Актуальность тема связана с ростом численности потребителей услуг МФО в России и сопутствующим ростом доли доходов от непрофильной деятельности в общем объеме выручки таких компаний.

Новизна данной работы заключается в актуальной оценке масштабов и особенностей непрофильной деятельности МФО, в том числе навязывания клиентам МФО дополнительных услуг. В рамках исследования рассматривается гипотеза, согласно которой на рынке МФО происходит рост доходов от непрофильной деятельности, в том числе от реализации дополнительных услуг, при чем такие услуги зачастую навязываются клиентам с использованием недобросовестных практик, в том числе прямого обмана, социальной инженерии и т. п. в целях получения максимальных доходов от клиентов помимо процентов по займам.

1. Материалы и методы

В ходе исследования использованы следующие методы: анализ, синтез, сравнение, обобщение научных исследований и статей, а также визуализация данных.

Информационными источниками послужили аналитические материалы Банка России, статистические данные, включая показатели деятельности микрофинансовых организаций, а также соответствующие научные исследования российских и зарубежных авторов.

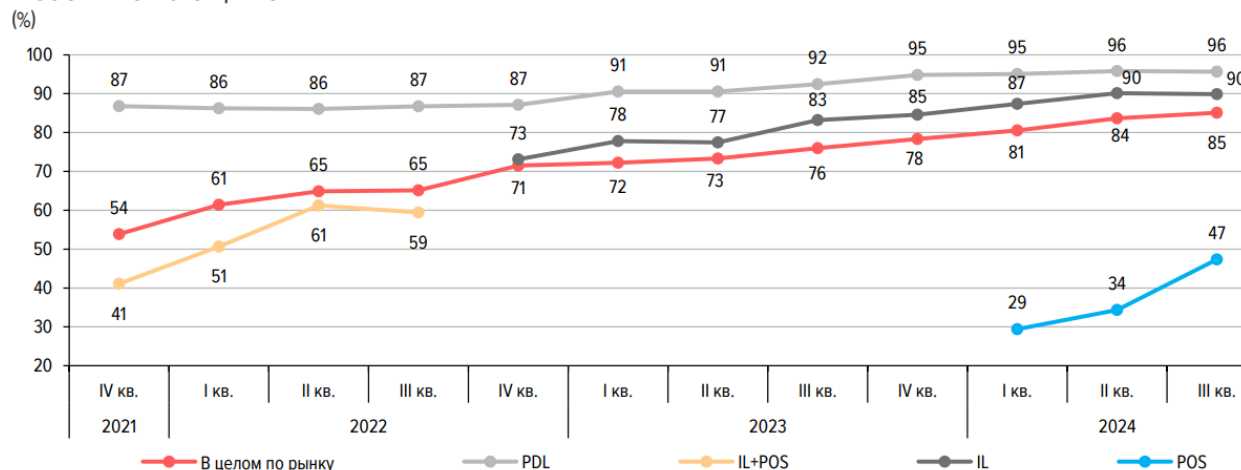
В качестве теоретической базы исследования использованы работы ведущих исследователей в области микрофинансирования и финансового регулирования: Вергазова А.Т. [1], Кокорева Р.А. [2], Николенко П.В. [3], Сомотуга В.Н. [4], Шашкова А.Н. [5], Н. В. Данилина [6], Зибаревой Н.А. [7], Евлаховой Ю.С. [8], Ветлугина Д.Д. [9], Байрамова О.Б. [10], Андриушекно А.М. [11], Смелова С.Б. [12].

¹ «Методические рекомендации Банка России по предоставлению потребителям финансовых продуктов (дополнительных услуг) в дистанционных каналах» (утв. Банком России 27.12.2024 № 22-МР) // Система «Консультант плюс» [Электронный доступ]. Режим доступа — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_494821/ (дата обращения: 21.02.2025).

2. Результаты и обсуждения

В эпоху широкого развития и всестороннего внедрения цифровых технологий финансовые организации кардинально трансформируют свои бизнес-процессы и активно развивают линейку займов и услуг, предоставляемых удаленно, без необходимости присутствия клиента в офисе.² Эта тенденция коснулась и микрофинансовых организаций, которые активно переводят свои каналы предоставления займов и иных услуг в дистанционный формат доводя долю онлайн-микрозаймов выданных за III квартал 2024 года до 85 %³ (рис. 1).

ДОЛИ ОНЛАЙН-МИКРОЗАЙМОВ ОТ ОБЪЕМА ВЫДАННЫХ ЗА КВАРТАЛ МИКРОЗАЙМОВ
В СООТВЕТСТВУЮЩЕМ СЕГМЕНТЕ



Примечание. Данные в разрезе займов IL доступны с IV квартала 2022 г., в разрезе займов POS – с I квартала 2023 года.

Рисунок 1. Доли онлайн-микрозаймов от объема выданных за квартал микрозаймов в соответствующем сегменте³

С одной стороны, цифровизация в микрофинансовом секторе качественно улучшает и упрощает взаимодействие между кредиторами и клиентами, делая его более удобным и эффективным, сокращая и оптимизируя путь клиента к получению услуги. Однако, с другой стороны, использование дистанционных технологий требует от заемщиков определенного уровня финансовой грамотности. Возрастает вероятность превратного (неадекватного) понимания условий договора, что может привести к несоответствию ожиданий клиентов рыночной реальности и росту социального напряжения. Кроме того, на фоне цифровизации проявляют себя новые формы недобросовестного поведения микрофинансовых организаций.

В качестве дистанционных каналов предоставления займов и реализации дополнительных услуг микрофинансовые организации, как правило, используют мобильные приложения, личные кабинеты на сайте МФО, в том числе личные кабинеты клиентов. Также МФО могут использовать услуги финансовых маркетплейсов (например, sravni.ru, banki.ru), как для привлечения лидов, так и для фактического предоставления займов и дополнительных услуг.

Согласно данным Банка России, «чистая прибыль отрасли МФО снизилась, почти треть компаний оставались убыточными. Чистая прибыль за 9 месяцев 2024 года составила

² Подходы к регулированию дистанционных каналов продаж в целях защиты прав потребителей финансовых услуг (потребительские кредиты (займы) и вклады). Доклад для общественных консультаций. Банк России. Режим доступа — URL: https://www.cbr.ru/analytics/d_ok/Consultation_Paper_13112023/ (дата обращения: 21.02.2025).

³ III квартал 2024 года. Обзор ключевых показателей микрофинансовых институтов. Информационно-аналитический материал. Банк России. Режим доступа — URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/54930/review_mfi_24Q3.pdf (дата обращения: 21.02.2025).

36 млрд руб. (-8 % г/г). По сравнению с показателем за 9 месяцев 2023 года чистая прибыль сократилась у 52 % компаний»³ (рис. 2).

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ МФО
(МЛРД РУБ.)

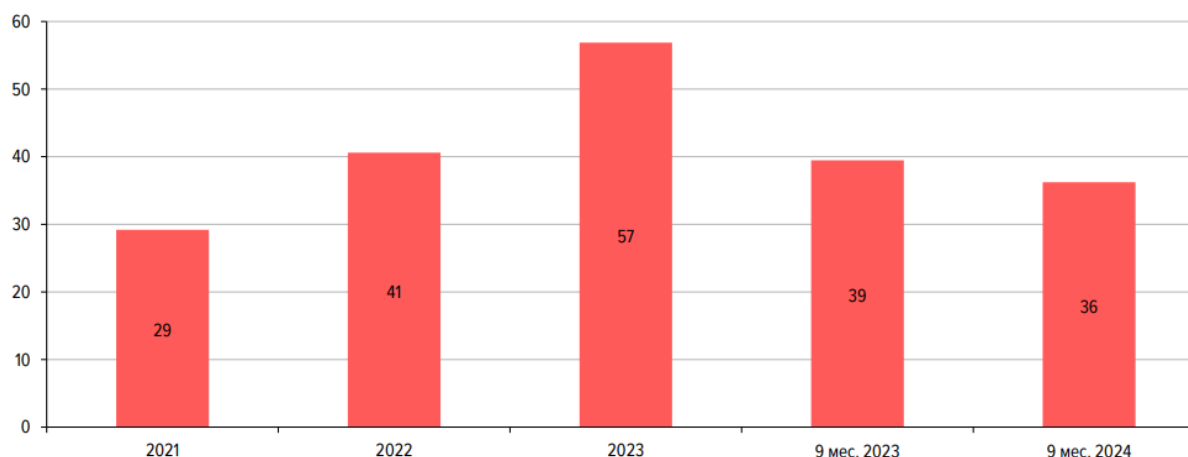
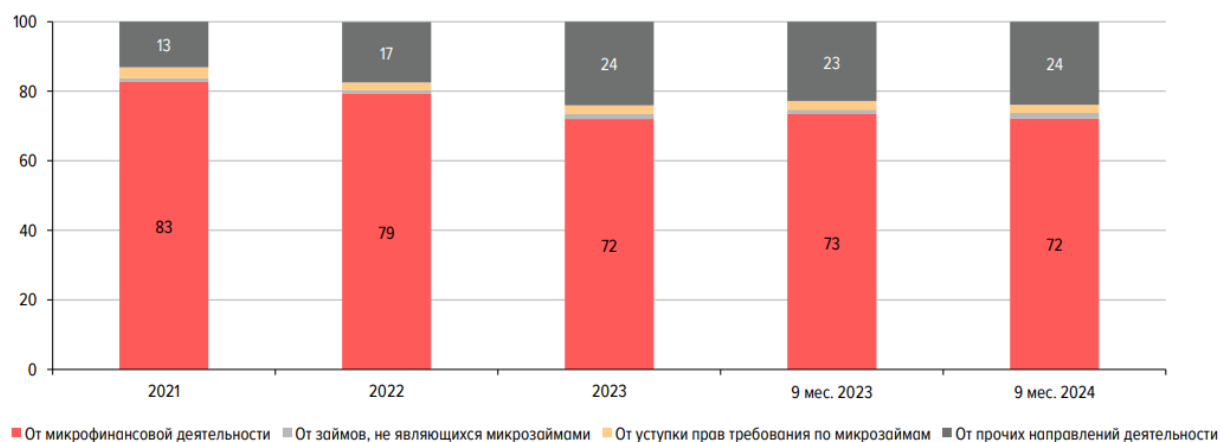


Рисунок 2. Чистая прибыль МФО³

Снижение прибыли МФО обусловлено последовательным ужесточением регулирования: введены макропруденциальные лимиты и необходимость расчета показателя долговой нагрузки по всем потребительским займам, ограничены максимальные переплаты по займу, установлен предельный процент в день по займу и ограничен максимальный размер полной стоимости кредита (займа).

Кроме того, сказывается неравномерность распределения прибыли внутри рынка: высокую рентабельность формируют крупные игроки рынка с высоким уровнем цифровизации процессов, обладающие собственными службами взыскания и аффилированными коллекторскими бюро, возможностью тратить большие средства на рекламу и привлечение лидов, а также имеющие возможность банковского фондирования и выпуска облигаций для масштабирования бизнеса. Так, по данным Банка России, «доля топ-20 МФО по объему активов непрерывно увеличивалась с IV квартала 2022 г. и достигла 57 %».³

СТРУКТУРА ДОХОДОВ МФО
(%)



Примечание. Не включая сумму налога на добавленную стоимость.

Рисунок 3. Структура доходов МФО³

Указанные процессы вместе с цифровизацией дистанционных каналов приводят МФО к необходимости дифференцировать источники доходов. Банк России отмечает, что «по итогам 9 месяцев 2024 года доходы от дополнительных направлений деятельности составили 24 % от доходов отрасли».³ Почти у половины МФО такая деятельность составляет более 10 % от объема выручки организации. Основную долю непрофильной деятельности МФО формируют комиссии от продажи дополнительных финансовых услуг и продуктов, а также доходы от реализации собственных дополнительных услуг (рис. 3). Таким образом, предоставление дополнительных услуг является важной частью бизнеса современных российских МФО. Все больше компаний внедряют их реализацию в свои процессы кредитования. У отдельных МФО комиссионные доходы от оказания дополнительных услуг даже достигают более 50 % от выручки компании, по сути, формируя бизнес-модель основанную преимущественно на осуществлении непрофильной по отношению к выдаче микрозаймов деятельности МФО.

В качестве наиболее часто предоставляемых МФО дополнительных услуг и продуктов представляется целесообразным выделить следующие:

- услуги страхования — МФО предлагают страхование жизни и здоровья, рисков хищения денежных средств с платежной карты и другие виды страхования;
- онлайн-медицина — услуги консультирования медицинскими специалистами по дистанционным каналам связи или с использованием ИИ чат-бота;
- юридические консультации — услуга по предоставлению консультаций от юристов или с использованием ИИ чат-бота;
- кредитный рейтинг — услуга по информированию заемщика о его кредитном рейтинге;
- кредитная история — услуга по предоставлению информации о заемщике, хранящейся в бюро кредитных историй;
- услуги по СМС-информированию — услуги по направлению информации о наступлении и (или) приближении срока платежа посредством СМС-сообщения.

Важно отметить, что заемщику МФО может предоставляться не одна, а сразу нескольких дополнительных услуг. МФО может реализовывать собственные дополнительные услуги заемщику или выступать в качестве агента третьих лиц при предоставлении и реализации таких услуг. Кроме того, услуга может предлагаться и предоставляться клиенту не только при заключении договора займа, но также при пролонгации займа и заключении дополнительного соглашения к договору займа или на иных стадиях взаимодействия с клиентом.

В структуре общего массива жалоб на деятельность МФО, поступающих в Центральный банк Российской Федерации как надзорный орган, доля обращений, фиксирующих факты навязывания дополнительных услуг за 9 месяцев 2024 года, составила 5,1 %, при этом еще годом ранее она находилась на уровне почти 10 %.³ Снижение обращений по указанной тематике обеспечивается системной работой регулятора и надзорного органа в лице Банка России, в структуре которого действует специализированное подразделение, занимающееся указанной проблематикой — Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России. Законодателем также уделяется внимание регулированию предоставления дополнительных услуг кредиторами. В целях защиты прав и законных интересов потребителей финансовых услуг с 21.01.2024 введены нормы⁴, обязывающие

⁴ 21.01.2024 вступили в силу отдельные положения Федерального закона от 24.07.2023 № 359-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

учитывать в расчете полной стоимости займа все дополнительные платежи заемщика, от которых зависит предоставление займа, в том числе платежи за дополнительные услуги. Также важно отметить, что полная стоимость займа теперь рассчитывается исходя из максимальной суммы платежей с учетом всех условий, выполнение которых зависит от заемщика, причем полная стоимость займа также включает комиссию за оказанные дополнительные услуги.

Кроме того, МФО обязаны информировать своих клиентов обо всех дополнительных услугах, от которых зависит выдача займа, а также об иных оказываемых услугах, которые не влияют на предоставление займа или отдельные его условия. Также МФО обязаны на следующий день после выдачи займа направить уведомление заемщику о наличии у него права отказаться от дополнительных услуг с указанием предельной даты отказа, а также о том, как повлияет отказ на условия по займу.

Однако действующие ограничения все равно успешно обходятся недобросовестными МФО и ущемляют права их клиентов в целях получения дополнительных доходов от заемщиков. Следует выделить несколько рыночных практик, которыми пользуются недобросовестные участники микрофинансового рынка:

1. Оказываемая дополнительная услуга не имеет реальной или очевидной потребительской ценности для заемщика — кредитором предоставляется дополнительная услуга, которая может быть бесплатно получена клиентом в другом источнике, или указанная услуга фактически не создает никакого реального блага (преимущества) для потребителя. Например, юридическая консультация от ИИ чат-бота, платное рассмотрение сайтом-агрегатором (финансовым маркетплейсом) заявки на заем или предоставление кредитной истории, которую клиент может самостоятельно бесплатно получить с использованием сервиса «Госуслуги».

2. Предварительное проставление МФО в онлайн-формах (например, в анкете-заявке на предоставление займа) отметки о согласии клиента на получение дополнительной услуги. В этом случае такая услуга предоставляется клиенту априори, причем для отказа от нее клиенту требуется совершить активное действие; кроме того, такие условия могут не раскрываться или указываться в других частях документа и прописываться мелким прозрачным шрифтом и т. п.

3. Отражение навязываемой услуги в неочевидной форме; это подразумевает что при проставлении в онлайн-формах соответствующей отметки (например, галочки или передвижного переключателя) будет предоставляться платная дополнительная услуга. Например, клиенту может предлагаться в онлайн-форме поставить отметку на получение «дополнительной защиты от мошенников», при этом юридически человек соглашается на получение страховых услуг, не осознавая фактических последствий своих действий, в том числе автоматического появления в договоре займа соответствующих положений, предусматривающих платное оказание дополнительных услуг.

4. Предоставляется дополнительная услуга, которая считается оказанной в момент получения и от которой впоследствии нельзя отказаться в соответствии законодательством РФ в рамках периода охлаждения (30 дней со дня выражения заемщиком согласия на оказание этой услуги или совокупности этих услуг⁵). Так, при заключении договора на оказание дополнительных услуг клиентом подписывается акт, в котором указывается на факт оказания таких услуг. Когда клиент в течение периода охлаждения обращается с просьбой об отказе от дополнительной услуги ему отказывают в возврате уплаченных денежных средств, ссылаясь на

⁵ Право потребителя на «период охлаждения» установлено положениями статьи 7 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)».

то, что услуга уже оказана и возмещение невозможно. Кроме того, не редки случаи, когда заемщик получает сразу несколько дополнительных услуг, когда стоимость одной услуги значительно меньше другой (например, 5–10 тысяч рублей и 80–90 тыс. руб. соответственно). Как правило, более дорогая услуга является консультацией и считается оказанной в момент подписания договора в силу подписанного заемщиком акта об оказании услуги и впоследствии клиент при обращении за возвратом уплаченных средств получает только малую часть возмещения.

5. Ухудшение условий при выдаче займа в случае отказа от получения дополнительной услуги. МФО может предусматриваться переменная процентная ставка, которая учитывает факт получения такой услуги или отказа от нее.

Заключение

В ходе проведенного исследования были рассмотрены ключевые аспекты реализации дополнительных услуг российскими МФО, проанализированы основные подходы, статистические данные и изучены реальные практические кейсы недобросовестных практик при оказании таких услуг. По результатам исследования автор пришел к следующим основным выводам:

1. В условиях падения прибыли МФО активно ищут новые источники дохода, одним из которых становится реализация дополнительных услуг и получение дополнительного дохода от их самостоятельного предоставления или комиссионного дохода от реализации услуг сторонних организаций.
2. Доля таких доходов ежегодно увеличивается, что свидетельствует о растущей популярности данного подхода среди микрофинансовых организаций.
3. Вместе с тем наблюдается негативная тенденция: в поисках прибыли некоторые МФО применяют недобросовестные практики, включая навязывание дополнительных услуг, предоставление услуг, от которых невозможно отказаться в «период охлаждения», а также реализацию услуг, не несущих реальной или очевидной потребительской ценности.

Практическое значение данного исследования заключается в анализе стратегий МФО, что может быть полезно для регулятора, надзорного органа, участников рынка и потребителей финансовых услуг.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с более глубоким изучением влияния новых бизнес-моделей на российский финансовый рынок, оценкой регулирования дополнительных услуг в секторе МФО и разработкой рекомендаций по защите прав потребителей.

Таким образом, полученные результаты способствуют углублению понимания динамики и особенностей развития микрофинансового сектора и возможных рисков для заемщиков и в целом потребителей финансовых услуг.

В качестве предложений, которые могут оказать мотивирующее воздействие на недобросовестные МФО, использующие неприемлемые практики при реализации дополнительных услуг своим клиентам, возможно рассмотреть следующее:

- обязанность раскрывать на официальном сайте МФО или на сайте регулятора в лице Банка России полный клиентский путь по реализуемым продуктам с указанием всех шагов клиента с момента начала взаимодействия с микрофинансовой организацией и до фактического исполнения обязательств и

- прекращения отношений и введение ответственности за несоблюдение раскрытого клиентского пути;
- введение административной ответственности в виде оборотных штрафов МФО за нарушение прав потребителя финансовых услуг;
 - законодательное закрепление понятия дополнительной услуги, которая не имеет реальной или очевидной потребительской ценности для заемщика; ограничение на предоставление таких услуг МФО и создание правовых и процедурных механизмов получения заемщиками возмещений за такие услуги по истечении периода охлаждения;
 - дополнить Федеральный закон от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» основанием для исключения МФО из государственного реестра за неоднократно выявленные факты навязывания дополнительных услуг своим клиентам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вергазова, А.Т. Недобросовестные практики со стороны микрофинансовых организаций: автоматизированный контент-анализ клиентских историй / А.Т. Вергазова — DOI 10.33693/2223-0092-2022-12-6-83-87. // Социально-политические науки. — 2022. — Т. 12, № 6. — С. 83–87 — EDN YFYTAN.
2. Информационная асимметрия на финансовом рынке и защита прав потребителей кредитных услуг в Российской Федерации / Р.А. Кокорев, Т.А. Плотникова, А.В. Солодухина [и др.] // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. — 2015. — № 6. — С. 17–39. — EDN VNUJCT.
3. Николенко, П.В. Анализ развития рынка микрофинансовых организаций в Российской Федерации / П.В. Николенко, О.С. Цвигунова — DOI 10.33619/2414-2948/77/48. // Бюллетень науки и практики. — 2022. — Т. 8, № 4. — С. 432–440 — EDN YOKAIC.
4. Самогута, В.Н. Микрофинансовые организации в условиях цифровизации экономики / В.Н. Самогута // Цифровая экономика и финансы: Материалы Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 17–18 марта 2022 года. — Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий «Астерион», 2022. — С. 435–440. — EDN TPQLGU.
5. Шашкова, А.Н. К проблеме навязывания заемщикам потребителям дополнительных услуг / А.Н. Шашкова — DOI 10.26140/bgz3-2021-1003-0099. // Балтийский гуманитарный журнал. — 2021. — Т. 10, № 3(36). — С. 403–405 — EDN GMRVTE.
6. Данилин, Н.В. Микрофинансовые организации как субъекты предпринимательской деятельности: история, современность, перспектива / Н.В. Данилин — DOI 10.24412/2500-1000-2024-5-1-88-90. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2024. — № 5-1(92). — С. 88–90 — EDN JEQNHHR.

7. Зибарева, Н.А. Микрофинансовые организации и повышение их роли в развитии малого и среднего предпринимательства в регионе / Н.А. Зибарева // XVI Машеровские чтения: Материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. В 2-х томах, Витебск, 21 октября 2022 года / Редколлегия: Е.Я. Аршанский (гл. ред.) [и др.]. Том 2. — Витебск: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2022. — С. 265–268. — EDN PPSLER.
8. Евлахова, Ю.С. Статистический анализ онлайн-сегмента российского рынка микрозаймов / Ю.С. Евлахова, А.А. Трегубова // Статистика в современном мире: методы, модели, инструменты: материалы IX Международной научнопрактической конференции, Ростов-на-Дону, 28 апреля 2023 года / Ростовский государственный экономический университет. — Ростов-на-Дону: ООО «АзовПринт», 2023. — С. 12–16. — EDN WXSSYA.
9. Ветлугин, Д.Д. Облигации как источник фондирования микрофинансовых институтов / Д.Д. Ветлугин // Новая экономика, бизнес и общество: Сборник материалов Апрельской научно-практической конференции молодых исследователей, Владивосток, 11 апреля — 19 2022 года. — Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2022. — С. 652–659. — EDN DDSKWC.
10. Байрамов, О.Б. Тенденции развития микрофинансирования в России и за рубежом / О.Б. Байрамов // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XXI Международной научно-практической конференции, Симферополь-Гурзуф, 20–22 октября 2022 года. — Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. — С. 188–191. — EDN PDYIXG.
11. Андриющенко, А.М. Совершенствование инструментов регулирования микрофинансового сектора / А.М. Андриющенко, И.П. Хоминич — DOI 10.18334/erpp.13.11.119719. // Экономика, предпринимательство и право. — 2023. — Т. 13, № 11. — С. 4851–4860 — EDN ELJAHB.
12. Смелов, С.Б. Стратегия развития клиентоцентричного микрофинансового бизнеса: возможности и риски / С.Б. Смелов // Вестник Академии знаний. — 2024. — № 1(60). — С. 601–606. — EDN MDKRRO.

Potapov Arseniy Grigorievich

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

E-mail: mesquezy@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4109-7398>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1298851

Implementation of additional services as a source of income for Russian microfinance organizations

Abstract. In the context of intensive digitalization of the financial sector and consistent tightening of regulatory requirements, Russian microfinance organizations are forced to transform traditional business models and actively diversify sources of income. The presented study focuses on a comprehensive analysis of the phenomenon of the implementation of additional services by microfinance organizations as an alternative tool for generating profits in the context of modern market challenges. The relevance of the study is due to the rapid growth in the number of consumers of microfinance services and the accompanying increase in the share of income from non-core activities in the overall revenue structure of microfinance companies. According to statistics from the Bank of Russia, revenues from additional activities reached 24 % of the total revenue of the industry, while for half of the organizations such activities generate more than 10 % of gross revenue. The author conducts a detailed analysis of the range of additional services provided by microfinance organizations, including insurance products, online medical consultations, legal support, credit monitoring and information services. Particular attention is paid to the study of remote channels for the implementation of services through mobile applications, personal accounts and financial marketplaces. The study reveals critical problems in the area of unfair practices of microfinance organizations when imposing additional services on clients. The author systematizes the main forms of abuse: provision of services without real consumer value, manipulative registration of consent in online forms, concealment of information about paid services, provision of irrevocable services and deterioration of lending conditions when refusing additional products. The practical significance of the work lies in the development of specific recommendations for improving the regulatory environment and increasing the transparency of the provision of additional services. The proposed measures include mandatory disclosure of the full customer journey, the introduction of administrative liability in the form of turnover fines, legislative consolidation of the concept of services without consumer value and the creation of grounds for excluding unscrupulous organizations from the state register.

Keywords: microfinance; microfinance organizations; additional services; Bank of Russia; regulation; unfair practices