Банк России

ОТЧЕТ ОБ ИТОГАХ ПУБЛИЧНОГО ОБСУЖДЕНИЯ ДОКЛАДА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ «О ГЕЙМИФИКАЦИИ, НАДЖИНГЕ И ИНЫХ ПРАКТИКАХ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ УСЛУГ»

2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 2
1. Ключевые риски 3
2. Турниры 4
3. Ставки и розыгрыши 5
4. Недобросовестный наджинг 6
5. Право на отключение 7
6. Допустимые практики 8
7. Регулирование 9
Выводы 10

Материал подготовлен Департаментом поведенческого надзора.

107016, Москва, ул. Неглинная, 12, к. В
Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru

© Центральный банк Российской Федерации, 2026

ВВЕДЕНИЕ

14 июля 2026 года Банк России опубликовал доклад для общественных консультаций «О геймификации, наджинге и иных практиках вовлечения потребителей на рынке инвестиционных услуг» (доклад). В нем изложены наиболее распространенные практики вовлечения потребителей в инвестиционную деятельность, выявленные в дистанционных каналах профессиональных участников рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций (ПУРЦБиКИ).

В докладе отмечалось, что сама по себе геймификация не является ни однозначно позитивным, ни заведомо негативным явлением – ее итоговое влияние на потребителя определяется совокупностью контекста, решаемых бизнесом задач и конкретных используемых инструментов. Например, она может применяться в образовательных целях, помогать освоить сложный материал или сформировать долгосрочные сбережения.

Вместе с тем в некоторых игровых практиках обнаружены риски для потребителей, которые вынесены на обсуждение, чтобы определить границу между недобросовестной, манипулятивной геймификацией, с одной стороны, и этичной, клиентоориентированной – с другой стороны, а также оценить необходимость регулирования игровых практик, которые могут создавать риски для потребителей. Такие практики могут включать элементы манипуляции и подталкивания, а также скрывать информацию, существенную для принятия взвешенных инвестиционных решений.

По итогам общественных консультаций обратная связь поступила от различных категорий респондентов, включая представителей инфраструктуры финансового рынка, ПУРЦБиКИ, саморегулируемых организаций, эмитентов, частных инвесторов и экспертов.

Банк России выражает благодарность всем респондентам за проявленный интерес к теме доклада и активное участие в обсуждении.

По результатам анализа и обобщения мнений по докладу необходимо отметить, что подавляющее большинство респондентов поддержали позицию Банка России о наличии повышенных рисков в недобросовестных практиках геймификации и наджинга, недопустимости подталкивания к совершению определенных действий и о необходимости улучшения информирования потребителей. Выявленные риски, по мнению 60% респондентов, требуют мягкого регулирования.

Также нашла поддержку позиция Банка России относительно потенциальной пользы игровых элементов. Респонденты, среди прочего, отметили, что геймификация является лишь инструментом вовлечения потребителей в инвестиционную деятельность. По мнению некоторых респондентов, регулирование требуется не самой геймификации, а рискам, которые может повлечь за собой ее неконтролируемое использование. Вместе с тем по отдельным положениям доклада часть респондентов высказали альтернативные мнения и предложения.

Цель настоящего отчета – осветить ключевые предложения респондентов и обозначить дальнейшие шаги и возможные варианты регулирования.

1. КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ

В докладе Банк России описал ключевые риски геймификации. Их изучение необходимо, чтобы определить условия, при которых геймификация как способ вовлечения граждан в инвестиционную деятельность будет безопасным инструментом, способствующим развитию рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций без ущерба для прав потребителей.

По итогам обсуждения большинство респондентов поддержали отраженную в докладе позицию относительно рисков, выявленных в отдельных играх, турнирах, маркетинговых акциях и иных способах вовлечения потребителей в инвестиционную деятельность. В качестве основных рисков были отмечены следующие:

- побуждение клиента к принятию бóльшего риска или использованию маржинальной торговли;
- побуждение к формальному прохождению тестирования, предоставляющего доступ к более сложным финансовым инструментам, которые не соответствуют целям клиента;
- подталкивание к приобретению конкретных финансовых инструментов, не соответствующих потребностям клиента, его толерантности к риску или инвестиционному горизонту;
- подталкивание к внесению денежных средств в размере больше запланированного, а также побуждение чаще совершать сделки;
- предоставление информации о финансовых инструментах, сопряженных с ними рисках и расходах в чрезмерно упрощенном виде;
- акцентирование внимания только на преимуществах инвестирования в финансовые инструменты;
- формирование отношения к инвестициям как к игре, а также представления о том, что доходность инвестиций больше зависит от удачи.

Эмитенты отдельно отметили, что недобросовестные практики геймификации в отношении ценных бумаг конкретного эмитента могут влиять на краткосрочную волатильность, а также искусственно концентрировать спрос в отдельных ценных бумагах.

2. ТУРНИРЫ

В докладе описаны турниры как вид геймификации и связанные с ними риски. В рамках турниров инвесторы соревнуются между собой в достижении определенного финансового результата – например, более высокой доходности. Приз достается не случайному участнику, а тому, кто продемонстрирует лучший финансовый результат за ограниченное время.

Среди недостатков действующих практик проведения турниров респонденты отметили следующие:

- малое количество призовых мест;
- отсутствие информации о средней доходности всех участников по итогам турнира при публикации сведений только о лучших результатах;
- отсутствие информации об убытках, которые понесли участники турниров;
- побуждение к использованию маржинальной торговли для получения преимущества;
- создание почвы для нарушения закона и манипулирования рынком.

По мнению респондентов, участников турнира следует распределять по категориям в зависимости от объема портфеля. Срок проведения турнира должен быть достаточным, чтобы исключить влияние случайных факторов. Правила турнира должны предусматривать достаточное число призовых мест, а часть призов предлагается разыгрывать среди всех участников с равными шансами на выигрыш. Если использование заемных средств прямо влияет на результаты турнира, участников, использующих такие средства, следует выделять в отдельную категорию.

Участники рынка в ответ на вопрос о том, какую информацию они хотели бы получать по результатам турнира (соревнования), не только направили свои предложения, но и указали, что предоставление дополнительной информации также требуется до начала турнира, во время его проведения и после завершения.

До начала турнира участники хотели бы знать о требованиях к участию, имеющихся доступных инструментах, возможности использования заемных средств, а также о размере и составе призового фонда.

Во время проведения турнира участники хотели бы получать информацию о своем месте в турнирной таблице, финансовом результате в сравнении с индексом, общей сумме расходов с момента вступления в турнир и их влиянии на собственные результаты.

После турнира инвесторы хотели бы получать сведения не только о собственных результатах, но и об итогах соревнования в целом: о медианной и средней доходности участников и соотношении этих показателей с релевантным индексом, о максимальной прибыли и максимальных убытках среди всех участников, а также о доле участников, использовавших заемные средства. Кроме того, респондентам важно ознакомиться со списком победителей и сведениями о полученных ими призах.

По общему мнению респондентов, необходимо раскрывать данные, которые участник турнира не может получить или обработать самостоятельно. Например, следует указывать общую сумму комиссионных расходов по всем сделкам с начала участия в турнире.

Вместе с тем отдельные ПУРЦБиКИ высказали мнение, что расширение объема информации для участников не должно превращать этот процесс в обязательное публичное раскрытие всех доходов организатора и всех результатов клиентов.

3. СТАВКИ И РОЗЫГРЫШИ

Описанные в докладе практики геймификации зачастую дополняются проведением розыгрышей, когда мотивацией совершить конкретное действие выступает возможность получить билет или шанс на участие в розыгрыше призов. Такие практики предлагают положиться на удачу и надеяться на случай вместо осмысления совершаемых сделок, что в свою очередь может сформировать у инвесторов несерьезное отношение к финансовому рынку.

По мнению респондентов, в рамках указанных практик в первую очередь необходимо учитывать, что должен сделать потребитель для получения «шанса» на приз. Так, недопустимо подталкивание к совершению действий, которые не соответствуют инвестиционным целям клиента или могут увеличить принимаемые им риски.

Большинство респондентов отдельно отметили негативную практику сокрытия организаторами розыгрышей информации о вероятности выигрыша и порядке определения победителя.

Как отметили респонденты, организатор должен до начала акции опубликовать правила ее проведения, содержащие информацию о сроке розыгрыша, количестве и стоимости призов, а также о порядке определения победителей. Кроме того, участники обсуждения указали на необходимость по окончании розыгрышей наглядно уведомлять об общем числе участников, победителей, числе и стоимости фактически выданных призов, а также о расходах участников.

Респонденты отдельно отметили, что слова, подчеркивающие случайность результата, допустимы только при описании самого розыгрыша. Нельзя создавать у клиента представление о том, что инвестиции – это игра со случайным результатом. Клиент должен понимать разницу между случайным призом по итогам розыгрыша и результатом своих инвестиций.

4. НЕДОБРОСОВЕСТНЫЙ НАДЖИНГ

Одной из задач доклада является выявление практик скрытого воздействия на процесс принятия решений, когда инвестора подталкивают к действиям, которые могут не соответствовать его интересам, целям и толерантности к риску, и определение способов противодействия подобным практикам.

Например, клиент может сделать вывод, что представляемые ему в баннерах или push-уведомлениях финансовые инструменты соответствуют его профилю риска и поэтому рекомендованы к покупке.

В рамках обсуждения респонденты высказали различные мнения об указанных практиках. Так, некоторые респонденты предложили рассматривать такое подталкивание к сделке как инвестиционную рекомендацию, если финансового инструмента нет в портфеле инвестора и инвестор не добавил его в список избранного.

Ряд респондентов в свою очередь отметили, что факт адресного направления, сегментации аудитории или размещения сообщения в личном кабинете не должен автоматически означать инвестиционное консультирование.

Однако большинство респондентов сошлись во мнении, что проблема несоответствия предлагаемых в таких случаях финансовых инструментов потребностям клиента может быть решена через маркировку предложений в дистанционных каналах.

По совокупности направленных респондентами предложений такая информация должна:
- классифицироваться как реклама, аналитика, справочная информация (о корпоративных действиях, опубликованная в связи с раскрытием) или рекомендация и содержать указание, в течение какого срока информацию стоит считать актуальной;
- раскрывать принцип отбора конкретного инструмента, а также информировать о наличии коммерческого интереса или аффилированности;
- содержать сопоставимое представление потенциальных преимуществ и рисков, а также не иметь прямого перехода к сделке из рекламного сообщения с высокой эмоциональной составляющей;
- храниться в виде истории сообщений и алгоритмов их направления для осуществления контроля.

Для нейтральных сообщений, основанных на официальном раскрытии информации эмитентом, следует установить исключение при соблюдении требований объективности.

Частные инвесторы также отметили, что одним из важнейших инструментов ограничения нежелательного наджинга является возможность самостоятельно выбирать категории получаемых уведомлений.

5. ПРАВО НА ОТКЛЮЧЕНИЕ

Отдельно в докладе рассмотрен вопрос о праве инвестора ограничить или отключить элементы геймификации в дистанционных каналах, в рамках ответа на который были высказаны различные точки зрения.

Ряд респондентов отметили, что, если «кнопка» для отключения всех игровых и подталкивающих практик будет единой, это может привести к отключению обязательных, сервисных и аналитических сообщений.

По их мнению, настройки должны позволять отдельно отключить:
- игры и розыгрыши;
- турниры;
- маркетинговые задания;
- сообщения о торговых идеях;
- сведения о результатах других инвесторов;
- рейтинги и таблицы лидеров;
- аудиовизуальные поощрения после сделок;
- push-уведомления с призывами к операциям.

При этом отключение игровых механик не должно ограничивать инвестору доступ к основным функциям приложения или влиять на тариф за его использование.

Вместе с тем, по мнению частных инвесторов, регулирование должно прежде всего определять, какие игровые функции могут быть включены по умолчанию, а какие из них должны включаться инвестором самостоятельно, если он в них заинтересован. В противном случае предоставление «права на отключение» перекладывает на инвестора ответственность за возможные последствия недобросовестных практик.

6. ДОПУСТИМЫЕ ПРАКТИКИ

Как упоминалось в докладе, сама по себе геймификация не является ни однозначно позитивным, ни заведомо негативным явлением – ее итоговое влияние на потребителя зависит от контекста, задач бизнеса и применяемых инструментов.

Участники обсуждения придерживаются схожей позиции. Игровые элементы (баллы, уровни, достижения) являются лишь формой подачи инвестиционного контента, поэтому негативный эффект вызывают не все практики, а только те, которым присущи упомянутые в докладе риски.

Так, частные инвесторы отметили, что повышенная ставка на остаток по счету за регулярные пополнения индивидуального инвестиционного счета (ИИС) или внесение взносов по программе долгосрочных сбережений (ПДС) является приемлемым способом стимулирования поведения клиента.

Допустимым также предложено считать стимулирование регулярного инвестирования, не ограниченное необходимостью совершать большое число сделок в сжатые сроки, а также вознаграждение за сделки с любым активом внутри определенного класса на выбор инвестора (например, приобретение паев любого паевого инвестиционного фонда (ПИФ).

По мнению ПУРЦБиКИ, не требуют ограничения также практики, где участие в розыгрыше (получение «шансов», «билетов» и так далее) обусловлено действиями, при которых потребитель не ограничен в выборе инструментов для покупки при условии, что такие инструменты соответствуют риск-профилю клиента (например, паи любого ПИФ), а также где действия связаны с формированием долгосрочных накоплений (например, регулярное пополнение счета, если инвестор поставил себе такую цель самостоятельно).

В части направляемых клиенту сообщений допустимыми предложено считать нейтральные информационные сообщения, например о дивидендах или новых размещениях, если они касаются активов, которые уже есть в портфеле инвестора или которые он добавил в список избранного.

Все респонденты поддержали изложенную в докладе точку зрения о допустимости практик образовательной геймификации, а также представили предложения по этому вопросу.

По мнению респондентов, образовательная практика должна быть направлена на формирование знаний и навыков в отдельной образовательной среде. Вознаграждение следует предоставлять за прохождение обучающих курсов, а не за проведение финансовых операций. При этом допустимы разбор реальных примеров на исторических данных и обучение совершению сделок с использованием виртуального портфеля.

Важным признаком добросовестности ПУРЦБиКИ при формировании таких материалов должно быть включение не только положительных сценариев с демонстрацией высокой доходности сделок, но и негативных рыночных сценариев.

7. РЕГУЛИРОВАНИЕ

Мнения об уровне регулирования разделились. Большинство ПУРЦБиКИ считают, что действующего регулирования в целом достаточно, а новации и отдельные положения можно отразить в стандартах саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, а также в методических рекомендациях.

Между тем среди частных инвесторов и экспертов преобладают сторонники более строгого подхода к данному вопросу, предлагающие на уровне законодательства и нормативных актов Банка России закрепить:

- запреты наиболее опасных практик;
- права инвестора;
- основные критерии недобросовестного наджинга;
- требования к раскрытию конфликта интересов;
- полномочия регулятора и ответственность ПУРЦБиКИ.

Аналогичным образом мнения респондентов разделились и по вопросу о мерах ответственности. Крупные участники полагают, что действующих мер достаточно, тогда как частные инвесторы обращают внимание на недостаточность мер воздействия, считают размер текущих санкций незначительным и предлагают ввести дифференцированные меры ответственности, в том числе зависящие от размера дохода, полученного нарушителем в результате применения недобросовестных практик.

ВЫВОДЫ

Итоги общественного обсуждения доклада подтверждают, что тема геймификации, недобросовестного наджинга и иных способов вовлечения потребителей на рынке инвестиционных услуг остается актуальной. Особенно участников обсуждения заинтересовали вопросы о предоставлении информации об условиях игровых практик, сопряженных с ними расходах и результатах их проведения, причинах предложения отдельных финансовых инструментов, а также о праве инвесторов самостоятельно определять категории информации, которую они согласны получать.

Результаты обсуждения доклада подтвердили необходимость разграничения полезных практик, которые помогают принимать самостоятельные и обоснованные решения, и «темных» практик геймификации, влекущих за собой излишнюю торговую активность и увеличение риска, принимаемого потребителями.

Большинство респондентов, включая ПУРЦБиКИ, выступили за необходимость мягкого регулирования геймификации и наджинга, а также предложили собственное видение каждого выявленного Банком России способа вовлечения потребителей в инвестиционную деятельность.

Кроме того, отмечается необходимость наделить потребителя правом ограничивать категории получаемых уведомлений, доступность игровых механик и применение в дистанционном канале настроек «по умолчанию».

В связи с этим первым шагом к введению мягкого регулирования должно стать определение требований к конкретным практикам геймификации, составу информации, размещаемой в дистанционных каналах в связи с проведением игровых мероприятий, а также введение требования к маркировке размещаемых в дистанционных каналах и рассылаемых уведомлениях «рекомендованных» финансовых инструментов.

По мнению респондентов, это позволит снизить риски недобросовестного подталкивания к совершению сделок с неподходящими инструментами, повышению уровня риска или к избыточной торговой активности, а также поможет повысить доверие потребителей к размещаемой в дистанционных каналах ПУРЦБиКИ информации и финансовому рынку в целом.

Кроме того, представляется целесообразным рассмотреть возможность переориентации механик подталкивания (наджей) от побуждения потребителей к приобретению конкретных финансовых инструментов и совершению рискованных сделок в пользу повышения их финансовой грамотности, более полного информирования об условиях инструментов и услуг, связанных с ними рисках и сопутствующих расходах.

Банк России предлагает ПУРЦБиКИ уделить внимание формированию у потребителей понимания ценности непрерывного образования в сфере финансов, а также содействовать осознанному определению и достижению ими долгосрочных финансовых целей.