УТВЕРЖДЕНО
Приказом генерального директора
ООО «ИК «8 ЭЛЕМЕНТ»
№ 140 от «12» ноября 2026 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке управления разработкой и предложением финансовых продуктов при осуществлении брокерской деятельности Общества с ограниченной ответственностью «Инвестиционная компания «8 ЭЛЕМЕНТ»

(редакция 2)

Нижний Новгород
2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общие положения ……. 3

2. Термины и определения ……5

3. Принципы управления разработкой и предложением финансовых продуктов …….……....6

4. Порядок определения целевой группы ..... ……... 9

5. Порядок предложения финансовых продуктов ……..……..9

6. Паспорт финансового продукта ……11

7. Мониторинг реализации и завершение реализации финансового продукта ……..…….....….....12

8. Обучение работников и контроль за соблюдением Положения ……..12

9. Заключительные положения …….....13

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о порядке управления разработкой и предложением финансовых продуктов при осуществлении брокерской деятельности Обществом с ограниченной ответственностью «Инвестиционная компания «8 ЭЛЕМЕНТ» (далее – «Положение») разработано в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»;
- Федерального закона от 13 июля 2015 года № 223-ФЗ «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка»;
- Методических рекомендаций Банка России по управлению финансовым продуктом (утвержденных Банком России 27.12.2023 № 19-МР);
- Базового стандарта защиты прав и интересов физических и юридических лиц – получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, объединяющих брокеров (утв. Банком России 30.04.2025, протокол № КФНП-14);
- Внутреннего стандарта НАУФОР «Управление разработкой и предложением финансовых инструментов» (утвержденных решением Совета директоров НАУФОР 30.09.2025);
- Информационного письма Банка России от 24 марта 2020 года № ИН-01-59/27 «О рекомендациях по предотвращению недобросовестных практик при предложении и реализации финансовых инструментов и услуг»;
- иных нормативных правовых актов и внутренних документов Общества с ограниченной ответственностью «Инвестиционная компания «8 ЭЛЕМЕНТ» (далее – «Общества»).

1.2. Настоящее Положение устанавливает требования к Обществу как профессиональному участнику рынка ценных бумаг (ПУРЦБ) при разработке финансовых продуктов и их предложении получателям финансовых услуг – физическим лицам при осуществлении брокерской деятельности.

1.3. Настоящий Положение применяется при разработке и предложении Обществом следующих финансовых продуктов (финансовых инструментов):

- договоры, являющиеся производными финансовыми инструментами, заключаемые не на организованных торгах;
- облигации со структурным доходом;
- структурные облигации;
- иностранные финансовые инструменты, аналогичные облигациям со структурным доходом и структурным облигациям.

Требования настоящего Положения могут применяться при разработке и предложении иных финансовых продуктов (финансовых инструментов) по усмотрению Общества.

1.4. Настоящее Положение регламентирует принципы, порядок и механизмы управления разработкой и предложением финансовых продуктов и направлен на:

- обеспечение защиты прав и интересов физических лиц – получателей финансовых услуг;
- предотвращение недобросовестных практик при предложении и реализации финансовых продуктов, в том числе неполного или недостоверного раскрытия информации о структуре продукта и его рисках;
- обеспечение прозрачного и осознанного выбора потребителями финансовых продуктов;

- обеспечение соответствия финансового продукта характеристикам и потребностям целевой клиентской группы.

1.5. Управление финансовым продуктом представляет собой процесс управления разрабатываемыми и (или) реализуемыми Обществом финансовыми продуктами, основной целью которого служит нахождение баланса между максимизацией прибыли и минимизацией рисков для Общества и его клиентов.

1.6. Управление жизненным циклом финансового продукта.

1.6.1. Управление жизненным циклом финансового продукта осуществляется в соответствии с Приложением 1 к Методическим рекомендациям Банка России по управлению финансовым продуктом (утверждены 27.12.2023 № 19-МР) и представляет собой комплекс процедур и средств контроля, обеспечивающих постоянное соответствие финансового продукта интересам и целям потребителей, а также нормативным требованиям.

Жизненный цикл включает следующие этапы:

- проектирование;
- пилотирование;
- реализация;
- мониторинг реализации;
- завершение реализации.

Управление осуществляется на постоянной основе на протяжении всего жизненного цикла.

1.6.2. **Этап 1. Проектирование.** На этапе проектирования Общество определяет целевую клиентскую группу, анализирует её ожидания и потребности, разрабатывает структуру и ключевые характеристики продукта. Оценка уровня риска является обязательным элементом проектирования. Для сложных продуктов проводится сценарный анализ возможных финансовых потерь потребителя. Также разрабатывается план мониторинга и оценки продукта, включая условия распространения и ограничения.

1.6.3. **Этап 2. Пилотирование**. Пилотирование – реализация нового продукта ограниченной группе потребителей для оценки и доработки (преимущественно для сложных продуктов). Общество оценивает соответствие показателей распространения плановым значениям, корректность выбранной целевой группы, необходимость внесения изменений или прекращения реализации.

1.6.4. **Этап 3. Реализация**. Реализация включает продажу продукта потребителям из целевой группы, предоставление полной и достоверной информации о продукте и связанных с ним рисках, а также обучение сотрудников и контроль за деятельностью привлечённых поставщиков (агентов). Общество обеспечивает соответствие продукта целям, финансовому положению и запросам потребителя.

1.6.5. **Этап 4. Мониторинг реализации.** Общество на постоянной основе отслеживает объёмы продаж, динамику расторжений и отказов от договоров, жалобы потребителей, соответствие продукта целевой группе. По результатам мониторинга принимаются решения о корректировке характеристик продукта, изменении каналов распространения или прекращении реализации.

.

1.6.6. **Этап 5. Завершение реализации.** Решение о завершении реализации принимается при спаде продаж, большом количестве жалоб или низкой клиентской ценности продукта. Вывод продукта сопровождается выполнением всех обязательств перед клиентами и сохранением информационной поддержки потребителя (в том числе через сайт, личный кабинет клиента в сети Интернет, офис Общества).

1.7. Ответственное лицо за исполнение настоящего Положения, в том числе за разработку и актуализацию настоящего Положения, а также за организацию контроля за его соблюдением (далее – «Ответственное лицо»), назначается Генеральным директором Общества.

1.8. Требования настоящего Положения обязательны для выполнения работниками Общества согласно должностным обязанностям.

1.9. Работники Общества, нарушившие положения настоящего Положения, могут быть привлечены к дисциплинарной, гражданско-правовой и иной ответственности, установленной законодательством и (или) условиями трудового договора.

2. Термины и определения.

Целевая группа получателей финансовых услуг (целевая клиентская группа) – группа физических лиц, которую Общество определяет как наиболее подходящую для приобретения (потребления) его финансового продукта, на которой фокусируется маркетинговая стратегия Общества при продвижении финансового продукта.

Финансовый продукт – инструмент на финансовом рынке и (или) услуга (или их совокупность), которые разрабатываются для удовлетворения интересов потребителя финансового продукта и используются для целей инвестирования, управления финансами или защиты активов потребителя финансового продукта.

Сложный финансовый продукт – финансовый продукт (или их совокупность), соответствующий одному из критериев сложности, требующий глубокого понимания или специальных знаний со стороны потребителя финансового продукта для оценки его потребительских свойств. Критерии сложности финансового продукта установлены в приложении 4 к Методическим рекомендациям Банка России по управлению финансовым продуктом (утв. Банком России 27.12.2023 № 19-МР).

Клиентская ценность финансового продукта – способность финансового продукта удовлетворять потребности и соответствовать финансовым целям и обоснованным ожиданиям потребителя финансового продукта, определяемая как соответствие фактических свойств финансового продукта финансовым целям и обоснованным ожиданиям потребителя финансового продукта из целевой клиентской группы.

Потребительский риск – вероятность наступления обстоятельств, влекущих нарушение прав и (или) законных интересов потребителей финансовых продуктов, и связанных с приобретением и (или) использованием финансового продукта.

Термины, специально не определенные по тексту настоящего Положения, применяются в значении, определенном Федеральным законом от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг», иными нормативными правовыми актами, а также Методическими рекомендациями Банка России по управлению финансовым продуктом (утв. Банком России 27.12.2023 № 19-МР).

3. Принципы управления разработкой и предложением финансовых продуктов.

Управление разработкой и предложением финансовых продуктов в Обществе осуществляется на основе следующих принципов:

3.1. Принцип системного подхода к организации управления финансовым продуктом.

Общество внедряет и при необходимости своевременно изменяет систему управления финансовым продуктом, в том числе регулярно проверяет актуальность сроков проведения и состава контрольных мероприятий по оценке ее эффективности.

3.2 Принципы определения свойств финансового продукта.

Общество понимает под свойствами финансового продукта следующие характеристики:

- Срок обращения финансового продукта.
- Тип производного финансового инструмента для ПФИ.
- Активы, которые входят в финансовый продукт или цены активов, которые финансовый продукт отслеживает.
- Принципы определения дохода и убытка по финансовому продукту.
- Актуальность принципов определения дохода текущему состоянию рынка.
- Стоимость финансового продукта или сумму активов, необходимую для его приобретения, в том числе минимальная и максимальная сумма.
- Ликвидность финансового продукта с возможностью досрочного погашения или выкупа Обществом или третьим лицом.
- Периодичность выплат по финансовому продукты и факторы, которые определяют такую периодичность.
- Риски получения убытка от финансового продукта, в том числе кредитный и рыночный риски.
- Принципы организации защиты или ее отсутствие для финансового продукта от рыночного риска.
- Вознаграждение Общества при реализации и сопровождении финансового продукта.

3.3. Принцип непрерывности управления жизненным циклом финансового продукта.

Общество осуществляет управление финансовым продуктом на постоянной основе на протяжении всего жизненного цикла финансового продукта путем оценки его свойств (характеристик), сценарного анализа и мониторинга, анализа жалоб и предложений клиентов Общества.

Оценка свойств предлагаемых финансовых продуктов производится Обществом на ежемесячной основе.

Общество выявляет реальные и потенциальные нарушения прав и (или) законных интересов клиентов, не дожидаясь жалоб потребителей финансовых продуктов, проводя ежемесячно сценарный анализ и мониторинг реализации финансовых продуктов. Мониторинг проводит Ответственное лицо за исполнение настоящего Положения на основании раздела 7 Положения.

В случае резкого и неблагоприятного изменения рыночной ситуации сценарный анализ и мониторинг может проводиться немедленно с целью выявления угроз интересам получателей финансовых продуктов.

Для сценарного анализа и мониторинга может быть привлечен риск-менеджер Общества.

Общество производит анализ получаемых жалоб и предложений клиентов в процессе предложения и реализации финансовых продуктов и принимает меры по оценке и устранению полученных замечаний.

После оценки свойств финансового продукта, сценарного анализа и мониторинга, жалоб и предложений клиентов Ответственное лицо составляет ежемесячный отчет по каждому финансовому продукту. На основании отчета Ответственное лицо принимает решение, в случае необходимости, по дальнейшему предложению финансового продукта и (или) изменению его свойств.

3.4. Принцип ответственного поведения Общества.

Общество при разработке и предложении финансовых продуктов действует добросовестно и ответственно по отношению к потребителям финансовых продуктов, обеспечивая соответствие финансового продукта потребностям целевой клиентской группы, а именно:

- определяет целевую клиентскую группу для каждого разрабатываемого финансового продукта на основе оценки его свойств и характеристик;
- обеспечивает соблюдение принципов независимо от того, разрабатывает ли оно финансовый продукт самостоятельно либо привлекает иное лицо для разработки финансового продукта;
- осуществляет мониторинг соответствия потребителя финансового продукта целевой клиентской группе.

При возникновении угрозы интересам потребителей финансовых продуктов Общество предпринимает меры по недопущению реализации данной угрозы, в том числе, при возможности, путем выкупа финансового продукта у его получателей.

3.5. Принципы вознаграждения Общества от реализации финансового продукта.

Стоимость финансового продукта и все сопутствующие расходы, связанные с его приобретением для клиента, определяются таким образом, чтобы они не противоречили декларируемой клиентской ценности финансового продукта. Общество использует принцип соразмерности вознаграждения самого Общества ценности для клиента финансового продукта.

Вознаграждение Общества от реализации финансового продукта может предусматривать:

- фиксированную сумму;
- процент от стоимости активов (суммарной стоимости) финансового продукта;
- процент от дохода, который клиент получает от использования финансового продукта;
- комбинацию различных способов получения вознаграждения.

Вознаграждение оплачивается клиентом - получателем финансового продукта единоразово при приобретении финансового продукта и (или) периодически оплачивается клиентом во время владения финансовым продуктом

Расходы Общества необходимые и совершаемые в процессе жизненного цикла финансового продукта включаются в вознаграждение Общества. Общество вправе взыскивать расходы с клиента в случае возникновения непредвидимых обстоятельств и когда действия Общества

необходимы для устранения угрозы интересам клиента – потребителя финансового продукта.

При этом само вознаграждение по возможности включается Обществом в стоимость финансового продукта и (или) удерживается Обществом из получаемого дохода по финансовому продукту и его состав и размер доводится до клиента - получателя финансового продукта.

3.6. Принцип риск-ориентированного подхода к управлению финансовым продуктом.

Общество на всех этапах жизненного цикла финансового продукта осуществляет процедуры управления финансовым продуктом и контроля, которые по сложности и объему соразмерны потребительскому риску финансового продукта и пропорциональны характеру и масштабу деятельности Общества.

Процедуры оценки потребительского риска финансового продукта при его разработке и тестировании перед началом реализации, а также процедуры дальнейшего мониторинга реализации финансового продукта соизмеряются со сложностью финансового продукта.

При определении целевой клиентской группы учитывается сложность финансового продукта. Для сложных финансовых продуктов разрабатывается более подробное описание целевой клиентской группы.

3.7. Принцип клиентской ценности финансового продукта.

Общество учитывает, что характеристики и риски, присущие финансовому продукту, должны соответствовать целевой клиентской группе, в том числе уровню знаний, целям, ожидаемым результатам и финансовым возможностям потребителя финансового продукта. Общество на регулярной основе оценивает клиентскую ценность финансового продукта.

При разработке финансовых продуктов Общество обеспечивает их соответствие характеристикам и потребностям целевой клиентской группы.

Общество отказывается от предложения потребителю финансовых продуктов, которые предполагают периодические взносы или дополнительные платежи, а также от реализации финансовых продуктов со стоимостью, включающей высокие комиссии, и в связи с этим не несущих клиентской ценности для потребителя финансового продукта, без учета возможности потребителя финансового продукта нести дополнительную финансовую нагрузку.

При изменении свойств (характеристик) финансового продукта Общество своевременно вносит в финансовый продукт изменения для сохранения его клиентской ценности (в случае невозможности таких изменений – выводит финансовый продукт из реализации).

3.8. Принцип полноты и корректности информации о финансовом продукте.

Общество обеспечивает своевременное раскрытие всей необходимой и существенной для потребителя финансового продукта информации о финансовом продукте в форме, доступной для понимания той категорией потребителей финансового продукта, для которой она предназначена.

Общество при использовании специальных терминов сопровождает текст дополнительными пояснениями, доступными для понимания потребителя финансового продукта из целевой клиентской группы.

Общество информирует потенциальных клиентов о характеристиках финансового продукта, условиях заключения договора, рисках финансового продукта, а также обо всех изменениях,

произошедших после приобретения финансового продукта и затрагивающих его характеристики или использование.

4. Порядок определения целевой группы приобретателей финансовых услуг.

4.1. Для каждого финансового продукта (группы схожих финансовых продуктов) Общество утверждает документ, содержащий описание критериев целевой группы приобретателей финансовых услуг.

В качестве критериев Общество может использовать:

- пол и возраст клиента;
- уровень образования;
- опыт работы на финансовых рынках;
- размер активов клиента;
- иные критерии, необходимые для эффективного позиционирования целевой группы.

4.2. Общество определяет группу получателей финансовых услуг, которым может предлагаться каждый финансовый продукт (группа схожих финансовых продуктов) (целевая группа получателей финансовых услуг). Общество вправе не определять целевую группу получателей финансовых услуг, если она определена третьим лицом, обязанным по такому финансовому продукту, либо определить такую целевую группу, установив дополнительные и (или) более строгие критерии целевой группы получателей финансовых услуг, чем установлены таким третьим лицом.

4.3. При определении целевой группы финансовых услуг Общество:

- анализирует ожидания целевой клиентской группы от приобретения или использования финансового продукта;
- оценивает и учитывает возможности и потребности целевой клиентской группы;
- учитывает факторы уязвимости потребителей финансовых продуктов (возраст, образование, ограниченные возможности и другие) и их возможное влияние на повышение риска продажи таким потребителям финансовых продуктов, которые не соответствуют их целям, финансовому положению и запросам;
- не осуществляет действия, которые приведут к приобретению потребителями финансовых продуктов, не соответствующих их ожиданиям и потребностям, или могут помешать им приобрести финансовые продукты, соответствующие их целям, финансовому положению и запросам.

4.4. Описание целевой группы приобретателей финансовых услуг закрепляется Обществом в Паспорте финансового продукты.

5. Порядок предложения финансовых продуктов

5.1. Общество предлагает финансовые продукты только получателям финансовых услуг, которые входят в целевую группу получателей финансовых услуг, которую определило Общество и (или) третье лицо, обязанное по такому финансовому продукту.

5.2. При предложении финансовых продуктов Общество может использовать информацию, предоставленную получателем финансовых услуг или имеющуюся у него информацию о получателях финансовых услуг (в том числе сведения об их инвестиционных профилях, результаты тестирования, сведения об опыте операций на рынке ценных бумаг, банковских счетах и вкладах, принадлежащих им финансовых инструментах и т.д.).

В случае отсутствия у Общества информации о соответствии получателя финансовых услуг критериям целевой группы, Общество вправе предлагать ему финансовый продукт при наличии обоснованного (в том числе аналитическими и теоретическими сведениями) предположения о таком соответствии. В этом случае Общество предоставляет получателю финансовых услуг сведения о критериях целевой группы по такому финансовому продукту, а также предупреждение о том, что финансовый продукт может не подходить этому получателю финансовой услуги.

5.3. Предложение финансового продукта может осуществляться в устной (в том числе с использованием телефонной связи), письменной и (или) электронной форме, в том числе посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

5.4. В рамках предложения финансового продукта Общество представляет информацию о себе: наименование лица, осуществляющего предложение финансового продукта (с указанием его статуса в случае, если предложение осуществляется третьим лицом, привлеченным Обществом); фамилия и имя, должность работника, осуществляющего соответствующее предложение (при личном общении с получателем).

5.5. По требованию получателя при предложении финансового продукта также должна быть предоставлена следующая информация: о лицензиях на осуществление деятельности на финансовом рынке, имеющихся у Общества; контактные данные Общества; о способах и адресах направления обращений (жалоб) в Общество и (или) в саморегулируемую организацию, членом которой является Общество.

5.6. Информирование получателя о финансовом продукте осуществляется путем предоставления ему паспорта финансового продукта (для финансовых продуктов, указанных в пункте 1.3 настоящего Порядка) либо иным способом по выбору Общества (для иных финансовых продуктов).

5.7. При предложении финансового продукта Общество обязано обратить внимание получателя на то, что риски, связанные с финансовым продуктом, не подлежат страхованию в соответствии с Федеральным законом от 23 декабря 2003 года № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации». Информирование о рисках может осуществляться в устной (в том числе с использованием телефонной связи), письменной и (или) электронной форме.

5.8. При предложении финансового продукта не допускается:

- обещание выплаты дивидендов по акциям, а также дохода по иным ценным бумагам;
- обещание получения дохода по производным финансовым инструментам.

Не является обещанием дохода по ценной бумаге предоставление информации о доходе, обязанность выплаты которого предусмотрена документацией по ценным бумагам.

Не является обещанием получения дохода по производным финансовым инструментам предоставление информации о доходе, обязанность выплаты которого предусмотрена условиями соответствующего договора, являющегося производным финансовым инструментом.

5.9. В случае выявления в ходе предложения финансового продукта потребности получателя в индивидуальной инвестиционной рекомендации Общество информирует его о возможности получения такой услуги у инвестиционного советника.

В случае опроса физического лица для определения его заинтересованности в получении информации об определенном финансовом продукте (видах финансовых продуктов) Общество информирует получателя о том, что данный опрос осуществляется не в целях составления его инвестиционного профиля, а предоставляемая получателю информация не

является индивидуальной инвестиционной рекомендацией, либо сопровождает предложение финансовых продуктов иными указаниями аналогичного смысла.

5.10. При предложении финансового продукта Общество информирует получателя о том, что предоставляемая ему информация не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией, посредством включения в информацию соответствующего дисклеймера, а также обращает внимание получателя на то, что информация предоставляется в рамках предложения финансового продукта.

5.11. Общество вправе одновременно предлагать несколько финансовых продуктов, в том числе предоставлять данные и характеристики, позволяющие сравнить разные финансовые продукты, относящиеся к разным видам (группам) финансовых продуктов и (или) в рамках одного вида (одной группы) финансовых продуктов.

5.12. Общество не вправе взимать с получателя плату за предоставляемую ему информацию при предложении финансового продукта.

5.13. В случае привлечения Обществом третьих лиц, действующих от имени и за счет Общества, в целях предложения финансовых продуктов Общество обеспечивает соблюдение такими третьими лицами требований настоящего Положения.

6. Паспорт финансового продукта

6.1. Паспорт финансового продукта должен быть разработан эмитентом или создателем (разработчиком) такого финансового продукта. Если паспорт финансового продукта не был разработан эмитентом или создателем (разработчиком) такого финансового продукта, Общество, осуществляющее предложение такого финансового продукта, обязано разработать его паспорт.

6.2. Общество вправе размещать разработанные им паспорта финансовых продуктов в открытом доступе на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по своему усмотрению. Само по себе размещение паспорта финансового продукта в открытом доступе на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» не является предложением соответствующего финансового продукта.

6.3. Лицо, ответственное за составление паспорта финансового продукта, обязано обновлять содержащуюся в паспорте информацию в течение всего времени предложения соответствующего финансового продукта (с указанием даты последнего обновления информации).

6.4. Паспорт финансового продукта не должен содержать индивидуальную инвестиционную рекомендацию, сведения рекламного характера.

6.5. Паспорт финансового продукта включает в себя описание свойств (характеристик) этого продукта, в том числе риски его приобретения и описание целевой группы потребителей финансового продукта.

6.6. Предоставление получателю паспорта финансового продукта осуществляется на бумажном носителе и (или) в электронном виде, и (или) путем предоставления ссылки на сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором размещен соответствующий паспорт, по выбору Общества. По письменному требованию получателя Общество обязано предоставить ему паспорт финансового продукта на бумажном носителе в срок, не превышающий 7 (Семи) рабочих дней, при этом с получателя может взиматься

плата, размер которой не должен превышать стоимость изготовления копии соответствующего паспорта финансового продукта на бумажном носителе.

7. Мониторинг реализации и завершение реализации финансового продукта

7.1. Общество осуществляет мониторинг финансового продукта на всех этапах жизненного цикла финансового продукта, чтобы обеспечить надлежащий учет интересов потребителей финансового продукта в течение всего жизненного цикла финансового продукта.

7.2. Мониторинг реализации финансового продукта включает в себя:

- мониторинг соответствия потребителя финансового продукта целевой клиентской группе;
- мониторинг объема продаж финансового продукта;
- мониторинг количества и динамики расторжений договоров, отказов от договоров;
- мониторинг жалоб потребителей финансовых продуктов, связанных с приобретением или использованием данного финансового продукта.

7.3. На основании результатов мониторинга Общество формирует выводы:

- о соответствии финансового продукта и каналов его распространения целевой клиентской группе;
- о необходимости изменения характеристик финансового продукта или способов его распространения (в том числе возможный пересмотр целевой клиентской группы);
- о прекращении реализации финансового продукта.

7.4. При принятии решения о завершении реализации финансового продукта Общество принимает во внимание следующие обстоятельства: спад продаж устаревшего финансового продукта, большое количество жалоб потребителей финансового продукта или выявление низкой клиентской ценности финансового продукта.

7.5. Прекращение реализации и вывод финансового продукта из реализации сопровождается выполнением Обществом всех обязательств перед клиентами в полном объеме и сохранением информационной поддержки потребителя финансового продукта.

8. Обучение работников и контроль за соблюдением Положения

8.1. Общество организует обучение работников, осуществляющих предложение и реализацию финансовых продуктов, таким образом, чтобы оно было направлено на обеспечение возможности качественного информирования потребителя финансового продукта, позволяющего ему получать полное понимание характеристик и условий предлагаемого финансового продукта.

8.2. Обучение организуется в виде планового и непрерывного процесса. В программу обучения включаются теоретические и практические занятия, которые обеспечат приобретение необходимых знаний и навыков.

8.3. По итогам обучения оценивается его эффективность и организуется повышение квалификации при необходимости.

8.4. Общество обеспечивает ознакомление работников с утвержденным Положением, а также использует инструменты материальной и нематериальной мотивации соблюдения работниками указанного Положения и контроля за его выполнением.

8.5. При определении политики вознаграждения в отношении членов исполнительных органов Общества, руководящих работников (не входящих в состав органов управления Общества), к функциям которых отнесены вопросы рекламы, предложения и реализации финансовых продуктов, а также работников Общества, которые непосредственно осуществляют предложение и реализацию финансовых продуктов, Общество принимает во внимание помимо количественных показателей, связанных с объемом реализации финансовых продуктов, способы достижения данных показателей. При этом количественные показатели нарушений Положения используются в качестве факторов, влияющих на снижение переменной части вознаграждения указанных работников Общества.

9. Заключительные положения

9.1. Настоящее Положение вступает в силу с «23» ноября 2026 года.

9.2. Изменения и дополнения в настоящее Положение вносятся по решению Генерального директора Общества.

9.3. Контроль за исполнением настоящего Положения возлагается на ответственное лицо, назначаемое Генеральным директором Общества.