

**Народна банка на Република Северна Македонија**

**Дирекција за заштита на потрошувачите и финансиска едукација**



**Анализа на одговорите од банките и штедилниците на  
прашалникот за заштитата на потрошувачите**

Јуни 2022 година

## Вовед

Заштитата на потрошувачите на финансиски производи и услуги е еден од основните предуслови за поголема финансиска инклузија. Системот за заштита на потрошувачите во областа на финансиите потребно е да содржи соодветна законска регулатива, да обезбеди фер конкуренција на пазарот и транспарентност во однос на информациите за финансиските услуги и производи, како значајни предуслови за заштитата на потрошувачите - физички лица коишто немаат доволно познавање и стручност самостојно да ги заштитат своите права. Банкарскиот систем има клучна улога во обезбедување на соодветна заштита на потрошувачите, со оглед на неговото доминантно учество на нашиот финансискиот систем.

Со состојба на 31 декември 2021 година кредитите на домаќинства сочинуваат 51,1% од вкупните кредити на нефинансиските субјекти. Потрошувачките кредити се најкористениот кредитен производ од страна на домаќинствата, сочинувајќи 50,1% од вкупните кредити на домаќинства, а станбените кредити учествуваат со 30,9% од вкупната изложеност на секторот домаќинства. Истовремено, населението е основен сектор кој штеди во банките, учествувајќи со 65,9% во вкупната депозитна база.

Несоодветното располагање со личните финансиски средства во домаќинствата, ниското ниво на финансиска писменост на населението и нетранспарентноста на условите за користење на финансиските услуги кај банките, се фактори коишто доведуваат до поднесување поплаки од страна на потрошувачите кон банките, но и до Народната банка, за користењето на банкарски услуги и производи. Со цел да се направи увид и да се анализира поставеноста на банките во доменот на заштита на потрошувачите, особено нивниот систем на процесирање и решавање на поплаките од потрошувачите, на 11 април 2022 година беше доставен прашалник до 12 банки<sup>1</sup> и двете штедилници за одредени аспекти од доменот на заштитата на потрошувачите. За првпат, прашалник за интерните акти, организациската поставеност и бројот и видот на поплаките само до банките беше испратен во април 2021 година. Прашалникот испратен во 2022 година беше проширен и ги опфати следниве области:

- I. Ракување со поплаките во банката/штедилницата;
- II. Одговорно кредитирање;
- III. Провизии.

Банките и штедилниците ги доставија своите одговори заклучно со 27 април 2022 година. Дополнително, по добивањето на одговорите на прашалникот, се одржаа состаноци во сите банки и штедилници на кои се разговараше за улогата и значењето на функцијата за заштита на потрошувачите, како и разјаснување и дообјаснување за одредени одговори на прашалникот. Во продолжение е дадена анализа на одговорите на банките.

---

<sup>1</sup> Прашалникот не беше доставен до Развојната банка на РСМ со оглед на нејзиниот деловен модел на работење.

## I. Ракување со поплаките

Делот за ракување со поплаките ги опфати интерните акти на банките/штедилниците во делот на заштита на потрошувачите, начинот на поднесување на жалби и поплаки од клиентите, рокот во кој најчесто се одговара на поплаките, колку од поднесените поплаки се одговорени во корист на клиентот, како и број на поплаки според типот на производот/услугата во 2021 година.

**Сите банки и штедилници одговорија дека во своите интерни акти го имаат регулирано прашањето за заштита на потрошувачи, со тоа што кај некои тоа е направено во посебен акт, а кај други делумно е вметнато во некои од постојните акти.** Прашањето за заштитата на потрошувачите, генерално банките/штедилниците го поврзуваат со процедурите за ракување со поплаки од клиенти. Така, од вкупниот број банки/штедилници, четири навеле процедури поврзани со поплаки/пофалби, две навеле процедура за заштита на потрошувачи при одобрување потрошувачки кредити, четири навеле политика или правилник за поплаки. Од останатите акти во коишто се регулира прашањето за заштита на потрошувачите кај банките/штедилниците, наведени се: процедура за регистрирање, администрирање и оспорени трансакции во електронското и мобилното банкарство, интерни акти со кои се регулира работењето во делот со физички лица (воведување/модификација на нови производи, одобрување кредити, дебитни и кредитни картици, дозволено пречекорување на трансакциска сметка), групациски стандард за постапување со жалби од клиенти, Етички кодекс. Во периодот од април 2021 – април 2022 година, од вкупниот број банки/штедилници, четири имаат наведено дека донеле нови или извршиле ревизии кај некои акти поврзани со заштитата на потрошувачите.

Табела 1 Интерни акти за заштита на потрошувачите

	број на банки и штедилници
Процедура за поплаки	4
Политика/Правилник и процедура за поплаки	4
Политика /Процедура за заштита на потрошувачи при договори за потрошувачки кредити	2
Групациски стандард за жалби од клиенти	1
Останати акти	3

Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.

**Сите банки потврдија дека во секоја нивна експозитура може да се поднесат жалби и поплаки, како и пофалби и предлози за унапредување на услугите.** Притоа, заради олеснување на комуникацијата со клиентите, сите банки одговориле дека е овозможено да се поднесе поплака и во електронска форма преку електронски образец на интернет страницата или преку контакт адреса.

**Во однос на организациската поставеност на ракувањето со поплаките постојат различни решенија кај банките и штедилниците, со тоа што во најголем број на случаи е во рамки на одделни организациски единици, многу поретко како надлежност на посебна комисија или контакт лице/центар.** Станува збор за различни организациски единици, и тоа за: управување со ризици, маркетинг, човечки

ресурси, усогласеност со прописи или за физички лица. Кај некои банки оваа активност не е во рамки на одделна организациска единица, туку е формирана посебна Комисија од различни експерти кои ги примаат поплаките и потоа ги упатуваат за разгледување до соодветните служби. Кај некои банки, поплаките ги прима контакт центар или контакт лице кое натаму ги проследува за разгледување до надлежните служби. Согласно одржаните состаноци со банките и штедилниците, постои различен приод во однос на системот на известување за поплаките. **Генерално, извештај за примените поплаки од клиенти се доставува до Управниот одбор најчесто еднаш месечно, а некои банки на квартално ниво го известуваат и Надзорниот одбор.**

Табела 2 Организациска поставеност во однос на ракувањето со поплаки од клиенти

	број на банки и штедилници
Организациска единица за управување со ризици	2
Организациска единица за маркетинг	2
Организациска единица за човечки ресурси	2
Организациска единица за усогласеност со прописи	2
Организациска единица за физички лица или продажба	2
Комисија за поплаки	2
Контакт лица до одделни служби	2

Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.

**Просечниот рок во којшто банките и штедилниците одговараат на поплаките од клиентите се движи во интервал од 1 ден до 15 дена.** Рокот до 15 дена во коишто се одговара на клиентите претставува релативно разумен рок, споредлив со праксата во други земји. По исклучок, во зависност од видот и тежината на предметот, за подготовка на одговорот можно е да биде потребен подолг временски период, при што некои банки за вакви случаи навеле период од 20-30 дена.

Графикон 1



**Во однос на структурата на поплаките од клиентите примени во текот на 2021 година од аспект на тоа дали биле решени во корист на банките/штедилниците или клиентите треба да се има предвид дека не се располага со целосна евиденција.** Имено, две банки не водат системска евиденција за тоа дали поплаката е решена во корист на банката или клиентот и немаа можност да го одговорат ова прашање, со тоа што едната банка веќе работи на системско решение и ќе биде во можност да достави ваков податок за 2022 година. Дополнително, кај една банка ваков податок е доставен само за поплаките што се пристигнати по писмен пат, додека за усните јавувања преку контакт центарот немаат евиденција од овој тип, иако банката согласно нејзиниот деловен модел, не е многу присутна на пазарот на банкарски услуги за физички лица.<sup>2</sup> **Сепак, значајно е да се нагласи дека пет банки/штедилници имаат поголем број на поплаки решени во корист на клиентите, што според нивните укажувања, покрај на основаните поплаки, се должи и на фактот дека сакаат да имаат задоволни клиенти и настојуваат секаде каде е можно да им излезат во пресрет на клиентите.** Само кај една финансиска институција поплаките биле решени во нејзина полза целосно, но станува збор за мал број на поплаки (само 2). Кај останатите шест банки/штедилници преовладува процентот на поплаки решени во корист на банката/штедилницата, што од страна на банките е аргументирано со неоснованост на поголем дел од поплаките или потреба од дополнително информирање на клиентите во однос на преземените обврски во договорниот однос, укажувајќи и на потребата од поголема финансиска едукација на населението. Само една банка/штедилница има пријавено еден случај на жалба од физичко лице поднесена на суд.

Графикон 2

Структура на поплаки решени во корист на банката/штедилницата или клиентите во 2021 година



<sup>2</sup> Учеството на кредитите на домаќинствата на оваа банка на 31.12.2021 година во однос на вкупните кредити на домаќинствата во банкарскиот сектор изнесува 1,6%.

**Во однос на анализата за број и видот на поплаките, треба да се имаат предвид одредени методолошки аспекти.** Имено, за две банки се утврди дека во бројот на поплаки се вклучени и други јавувања/барања за дополнителни информации од клиентите (пример: заборавен ПИН, изгубена картица, оштетена картица и слично), односно секое јавување на клиентите со оглед дека во системот за евиденција на јавувањата на потрошувачите не постои можност за разграничување на поплаки и други јавувања/барања за дополнителни информации од клиентите. Тоа се одразува не само на бројот на поплаки во овие две банки, туку и на ниво на цел банкарски сектор. **Следствено, во блиска иднина, неопходни се соодветни инструкции до банките/штедилниците за соодветна евиденција на поплаките во кои клиентите се жалат на одреден аспект од нивното работење наспроти другите барања на клиентите.** Дополнително, при анализа по одделни години и групи на банки, треба да се има предвид припојувањето на една банка кон друга во текот на 2021 година.

Имајќи ги предвид наведените методолошки аспекти, **анализата на податоците за периодот 2018-2021 година покажува пораст на поплаките до банките во 2019 во однос на претходната година, а потоа забавен раст и во 2020 година, при што со почетокот на пандемијата тие достигнуваат највисоко ниво,** делумно и заради ограничената мобилност и ковид мерките преземени на почетокот на здравствената криза. Во 2019 година, поплаките се зголемени за 43,2%, а во 2020 година за 10,5% годишно. **Со нормализацијата на состојбата, во 2021 година е забележано намалување на поплаките во банкарскиот сектор за 46,9% во однос на 2020 година.** Со тоа, нивото на поплаки доставени до банките и штедилниците во 2021 година (4.091) се сведува под нивото во 2018 година (4.867). Во истиот период, поплаките од физичките и правните лица во однос на банкарските услуги доставени до Народната банка како регулатор се многу помалку, одржувајќи на ниво од околу 70-80 поплаки во 2018-2019 година и потоа зголемувајќи се на 123 и 152, соодветно во 2020 и 2021 година (за дел од нив, клиентите веќе се обратиле претходно до банката). Притоа, поплаките само од физички лица се уште помалку и во 2021 година изнесуваа 125.

**Можностите за споредбена анализа на бројот на поплаки со други земји се доста ограничени, со оглед на различната институционална и организациска поставеност во овој сегмент.** Имено, во 2021 година, во нашата земја имало 292 поплаки просечно по банкарска институција, што е значително помалку споредно со просекот во Хрватска од 5.768 поплаки по кредитна институција, при што треба да се има предвид дека можна е разлика во нивото на комплексност и обемот на услуги меѓу банкарските системи на двете земји, како и во опфатот на поплаките во Хрватска (можно е да се опфатени сите барања од клиенти)<sup>3</sup>. Од друга страна, просечниот број на поплаки во Србија<sup>4</sup> во 2021 година е понизок и изнесува 68 поплаки по банка, при што треба да се има предвид дека станува збор за поплаки кои се упатени до Центарот за заштита на потрошувачите (при Народната банка на Србија), а во Босна и Херцеговина<sup>5</sup> просекот во 2021 година изнесува 24 поплаки по банка, при што се работи за поплаки упатени до финансискиот омбудсман. Наспроти овие две земји, во статистиката за македонскиот и хрватскиот

<sup>3</sup> Според Годишниот извештај на Хрватската народна банка за 2021 година, бројот на доставени поплаки за банкарските услуги до Хрватската народна банка изнесувал 906.

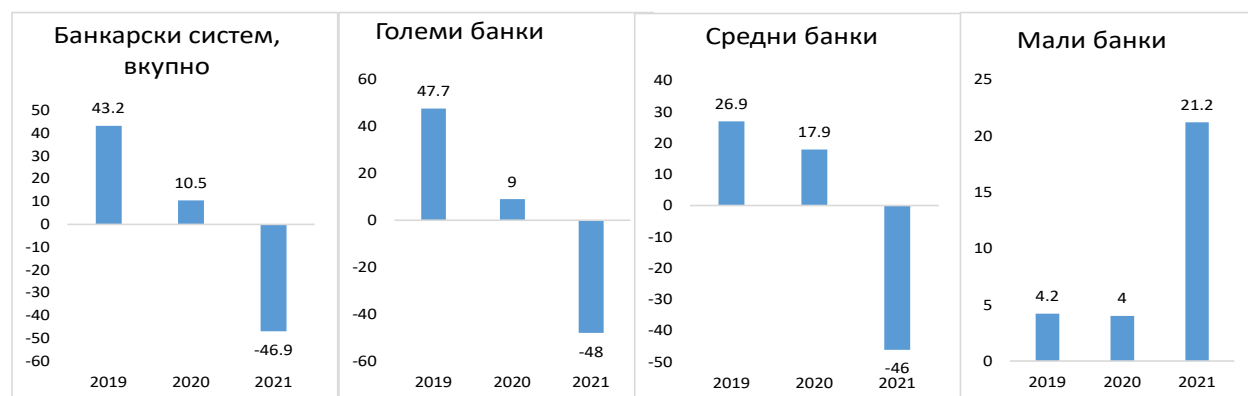
<sup>4</sup> Извор: Народна банка на Србија.

<sup>5</sup> Извор: Агенција за банкарство на Федерацијата Босна и Херцеговина, Омбудсман за банкарскиот систем на Федерацијата Босна и Херцеговина.

банкарски систем се опфатени поплаки упатени до банките (и во двете земји не постои специјализирана институција за поплаки). Вообичаено, првиот чекор во доменот на заштита на потрошувачите во областа на банкарските услуги е токму комуникацијата клиент - банка<sup>6</sup>, а доколку не се најде заедничко решение меѓу нив, се преминува на следниот чекор клиент - финансиски омбудсман / центар за потрошувачи, поради што бројот на поплаки при вториот чекор е помал, согласно веројатноста дека дел од поплаките ќе се решат во првата фаза.

### Графикон 3

Годишна промена на бројот на поплаки по одделни групи на банки и вкупно за периодот 2018-2021 година (во %)



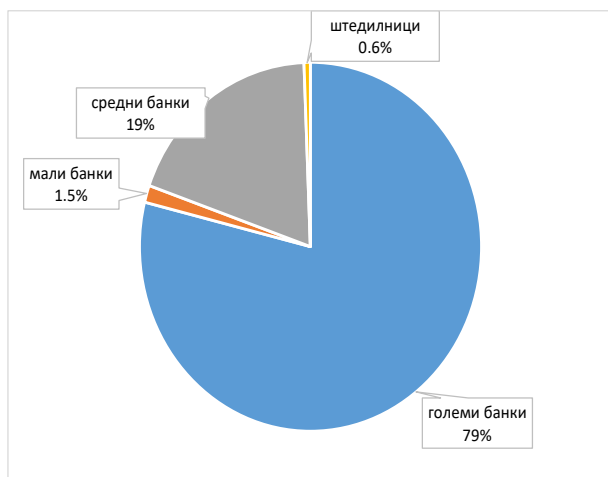
Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.

**Динамичката анализа по групи на банки<sup>7</sup> покажува дека динамиката на поплаките во банкарскиот сектор во голема мерка е определена од динамиката кај групата големи банки, кај коишто што во 2019 и 2020 година бројот на поплаки бележи пораст, а во 2021 година значително намалување, што се должи првенствено на значајното намалување на бројот на поплаки на една голема банка. Ваквата определеност на движењата на банкарскиот систем од движењата кај групата големи банки е условена од нивното доминантно учество во вкупниот број на поплаки од 79% во 2021 година.** Групата средни банки бележи иста насока на движење, при помал раст на бројот на поплаки во 2019 и поголем раст во 2020 година наспроти растот кај банкарскиот систем, при значително намалување во 2021 година. Од друга страна, групата мали банки наспроти умерениот раст на поплаките од околу 4% во 2019 и 2020 година, во 2021 година повторно бележи пораст на поплаките (за 21,2%) наспроти падот кај вкупниот банкарски систем. Сепак, групата мали банки има минимално учество во вкупните поплаки од 1,5%.

<sup>6</sup> Во БиХ процесот е јасно дефиниран и вклучува прво контактирање на банката, а потоа на финансискиот омбудсман, додека во Србија клиентот може, но не мора прво да ја контактира банката.

<sup>7</sup> Во класификацијата на банките по групи, во 2021 година има промена во однос на претходната година заради една статусна промена, при што намален е бројот на средни банки и регистрирана е промена во структурата на големите банки.

Графикон 4  
Структура на вкупните поплаки по групи на банки

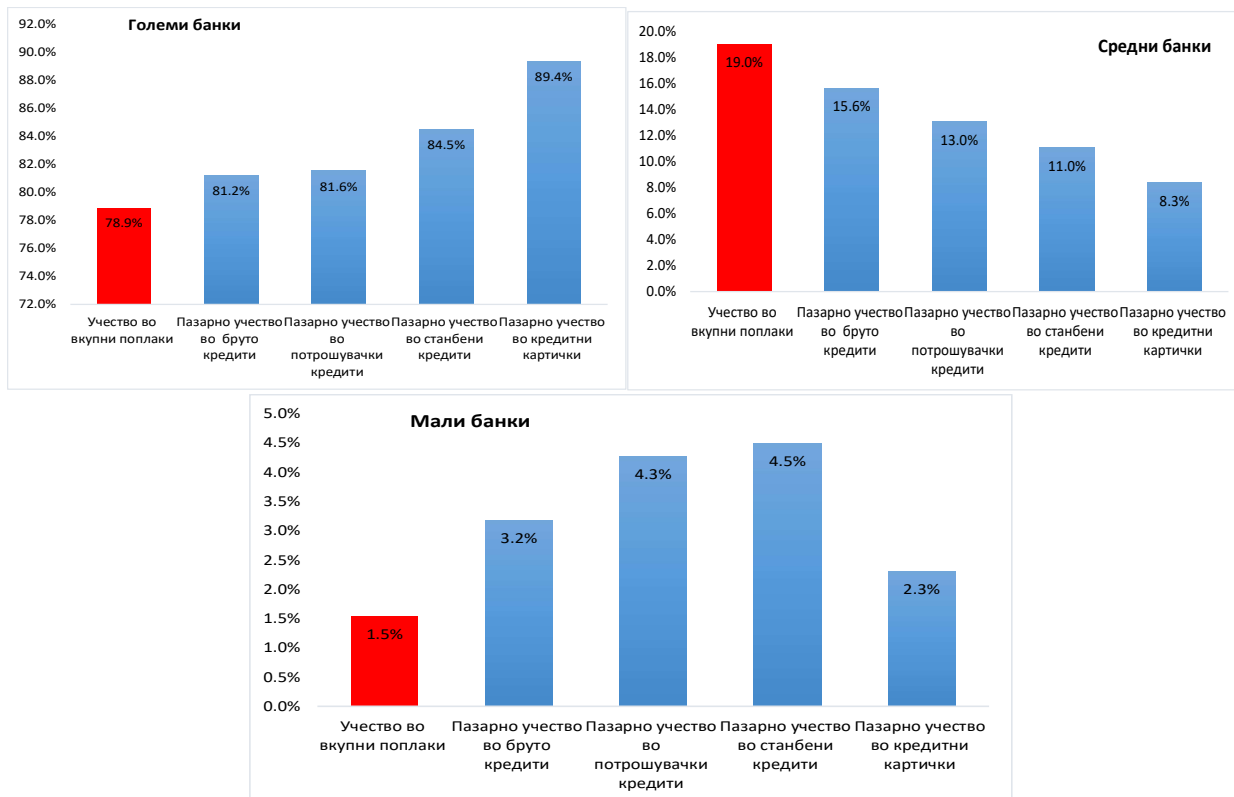


Во продолжение, следуваат графикони за учеството во вкупните поплаки во 2021 година по групи банки, како и пазарно учество по групи банки во однос на бруто кредити, потрошувачки кредити, станбени кредити и кредитни картички – како основни пазарни сегменти во односите на банките населението. Се забележува дека учеството на групата големи банки и на малите банки во вкупниот број поплаки на ниво на банкарскиот систем е под нивните пазарни учества на одделните пазарни сегменти. **Кај средните банки е обратно, односно тие**

**имаат поголемо учество во поплаките отколку нивното пазарно учество на одделните пазарни сегменти за население.**

Графикон 5

Пазарно учество и учество во поплаките по групи на банки во 2021 година



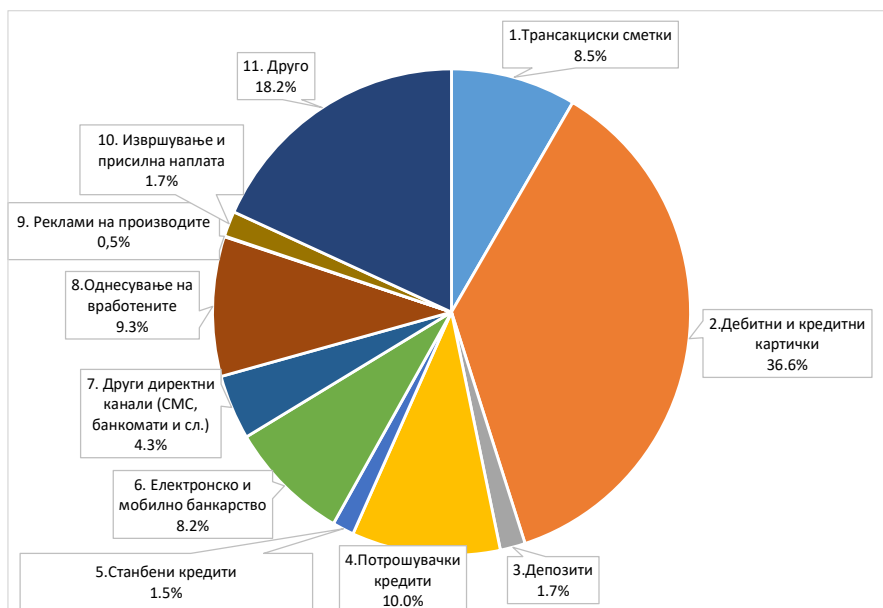
Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.



**Анализата на структурата на поплаките по одделни банкарски производи и услуги покажува дека во 2021 година доминираат поплаките по дебитни и кредитни картички, со учество од 36,6%,** при што најголемиот дел од нив се однесуваат на: надоместоци (висина и пресметка), функционалност на услугата, други аспекти. Следи структурното учество на поплаките за: потрошувачки кредити (10%); однесување на вработените (9,3%); трансакциски сметки (8,5% од вкупните поплаки), каде поголем дел од поплаките се однесуваат на рекламации (на пр.: сторно налози), надоместоци, други аспекти; електронско и мобилно банкарство (8,2% од поплаките) каде најголем дел од поплаките се однесуваат на функционалност на услугата. Поплаките во однос на други директни канали (смс, банкомати и сл.) сочинуваат 4,3% од вкупните поплаки, додека поплаките за депозити, станбени кредити и извршувања за присилна наплата поеднично сочинуваат под 2% од поплаките. Најмало учество имаат поплаките за реклами на банкарските производи и услуги (0,5%). Сепак, значаен дел од поплаките (18%) се во категорија друго (нераспределени во наведените категории).

Графикон 6

Структура на поплаките по видови на банкарски производи и услуги



Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.

Од аспект на поплаките по одделни производи, **во однос на дебитните и кредитните картички, кои воедно имаат и најголемо структурно учество, присутен е тренд на намалување на учеството на поплаките во вкупните поплаки, кое во 2021 година изнесува 36,6%** (наспроти 42,1% во 2018 година). Намалувањето главно произлегува од групата големи банки, чие учество од 81,8% во 2018 година е намалено на 76% во 2021 година. **Поплаките поврзани со другите директни канали (како што се СМС, банкоматите) бележат намалено учество во 2021 година, наспроти растот во претходните три години,** што главно се должи на намаленото учество на големите банки

кои имаат најголемо учество (81,9%). Воедно, **постојано намалување на структурното учество бележи и категоријата „друго“, а мало забавување во 2021 година бележат и поплаките во однос на рекламите, кои постојано имаат најниско учество.** Во делот на рекламите може да се заклучи дека банките како медиум за рекламирање на своите производи најмногу ги користат социјалните мрежи, а потоа постерите, банерите и флаерите. Најмногу реклами се однесуваат на дебитните и кредитните картички, потоа за станбените и потрошувачките кредити. Во 2021 година, слично како и во текот на 2020 година е зголемено рекламирањето на дигиталните канали (мобилно и електронско банкарство).

Графикон 7



Извор: Според одговорите од банките на прашалникот, пресметки на Народна банка.

**Структурното учество на поплаките во однос на депозитите е релативно стабилно, на ниво под 2%.** Најголемо процентуално учество во поплаките кои се однесуваат на депозитите има групата средни банки (78,8%), наспроти групата големи банки кои учествуваат со 15,2%. **Релативно стабилни се и поплаките по трансакциски сметки на ниво од околу 6-8% од вкупните поплаки, при пораст на учеството во 2021 година на 8,5%,** што произлегува од зголеменото учество на големите банки (од 15% во 2020 година на 44,5% во 2021 година), наспроти намалувањето кај средните банки кои имаат доминантно учество во оваа категорија од 52,6% (83,8% во 2020 година).

Од друга страна, **поплаките за потрошувачките кредити бележат тренд на пораст на структурното учество во последните две години,** од 2,9% во 2019 година, на 10% во 2021 година. Групата големи банки во 2021 година има најголемо учество од 76,9% во поплаките за потрошувачките кредити, кои бележат пораст споредено со 2019 кога учествувале со 47,6%. **Поплаките поврзани со електронското и мобилното банкарство исто така бележат зголемено учество од околу 2% во периодот 2018-2020 година на 8,2% во 2021 година.** Доминантно влијание врз поплаките за овој вид

на производ има групата големи банки (92,5%), кои бележат пораст споредено со 2018 година (78%).

**Поплаките за станбените кредити бележат пораст на структурното учество од под 1% во периодот 2018-2020 година на околу 1,5% во 2021 година.** Групата големи банки има најголемо учество од 76,7% во поплаките за станбените кредити, кои бележат пораст споредено со 2018 кога учествувале со 27%. Наспроти тоа, групата средни и групата мали банки бележат намалено учество во овие поплаки. **Поплаките за однесувањето на вработените бележат повисоко структурно учество во 2018 и 2021 година од околу 9%,** при што растот во 2021 година се должи на поплаките во групата големи банки која има најголемо учество од 94,21%, (во 2018 година учествувале со 86,1%).

## II. Одговорно кредитирање

**Во однос на делот од Прашалникот доставен до банките и штедилниците којшто се однесува на одговорно кредитирање, генерално сите банки/штедилници сметаат дека нивното кредитирање се одвива на одговорен, јасен, транспарентен начин со јавно достапни информации за сите клиенти и за сите настанати промени.** За одговорно кредитирање се смета она кредитирање кое е прилагодено на потребите и можностите на потрошувачите, кое ги уважува интересите на потрошувачите и е достапно на транспарентен и разбирлив начин и осигурува поддршка во случај потрошувачот да западне во потешкотии во текот на отплатата на кредитот. **Во однос на стручноста на вработените во банките и нивното разбирање на концептот на одговорно кредитирање, сите банки се насочени кон обезбедување на редовни обуки и семинари за вработените.**

**Банките и штедилниците се изјаснија дека вложуваат труд потрошувачот да го разбере договорниот однос во кој влегува при земање на кредит.** Притоа, доминираат одговорите дека тоа се реализира преку: обука на вработените - кредитните референти, преддоговорни информации и дополнително информирање на клиентот за правата и обврските коишто произлегуваат од договорот, давање соодветни препораки на клиентите, информативни и едукативни каталози за банкарските производи што ги нуди банката, како и давање на предлог договор за претходно разгледување од страна на клиентот. Банките го советуваат потрошувачот за најсоодветниот и најпогодниот банкарски производ согласно оценката на индивидуалната кредитоспособност и финансиските можности, како и преку следење на потребите на пазарот.<sup>8</sup>

**Сите банки/штедилници дадоа потврден одговор дека даваат разбирливи и точни информации соодветни за потрошувачите, како и дека навремено и**

---

<sup>8</sup> Во текот на 2021 три банки и една штедилница се здобиле со сертификат на Организацијата на потрошувачи на Македонија. Сертификатот „Фер финансиски услуги за потрошувачите“ се доделува заради исполнетоста на критериумите во шест одделни области кои се битни за потрошувачите, а се однесуваат на: обезбедување точни, недвосмислени, разбирливи и навремени информации, примена на чесни пазарни практики, овозможена комуникација и пристап кон банката за различни категории лица, воспоставен систем за одговорно управување со поплаки од потрошувачите, како и едукација на потрошувачите и развој на финансиската писменост.

**неселективно ги информираат клиентите за нови услуги.** Банките ги информираат клиентите за нови производи и услуги најчесто преку социјалните и електронските медиуми, интернет-страницата на банката, банерите и дигиталните канали (електронско и мобилно банкарство). **При промена на висината на каматната стапка, банките ги известуваат потрошувачите најчесто преку СМС пораки или електронска пошта (директно известување), а поретко само со објава на веб страната на банката.**

Најчестите одговори за **главните причини за одобрување на кредити кои отстапуваат од кредитната политика (одобрени исклучоци) се во доменот на неисполнување на некој услов** од типот на: надминување на старосна граница, лоша кредитна класификација, исклучоци по основ на каматна стапка, степен на задолженост, работен однос (вработување на определено време), отпишани побарувања и обезбедување. **За трите најчести причини за неодобрување на кредит на потрошувачите постои релативна усогласеност во одговорите на банките, и тие се следните: лоша кредитна историја, кредитна (не)способност и несоодветно обезбедување.** Сите банки/штедилници одговорија дека ги информираат клиентите за причината за одбивањето на нивното кредитно барање, при што некои само усно, а некои банки писмено одговараат. Општо земено, банките се отворени за понуда на кредитни производи преку дигитални канали, но тоа го прават претпазливо, најчесто за помали износи на кредити и за клиенти на банките.

Анализата на бројот на одобрени кредитни барања по одделни кредитни производи согласно кредитната политика на одделните банки и на бројот на одобрени кредитни барања со исклучоци во 2021 година упатува на заклучокот дека **бројот на одобрени кредитни барања со исклучоци е најголем во рамки на ненаменските кредити**, по што следат останатите кредити (каде се вклучени кредити преку трговски друштва), станбените кредити и кредитните картици. Одобрените кредитни барања со исклучоци носат поголема ризична изложеност за банката, додека гледано од аспект на заштитата на потрошувачите, особено во контекст на нивната кредитна способност и превенција во однос на прекумерна задолженост, ваквите податоци упатуваат на потреба од поголемо внимание на банките во однос на дизајнот на производот и условите под кои се нуди на пазарот.

Графикон 8



Извор: Според одговорите од банките на прашалникот.

### III. Провизии

Согласно одговорите, банките/штедилниците немаат интерна методологија за утврдување на провизии кај одделни банкарски производи/услуги, туку наведуваат интерни акти кои упатуваат на пристапот кон дефинирање на видот на провизиите кај одделни производи и услуги. Во најголем број случаи, видот на провизиите се дефинира при дизајнот на самиот производ услуга. **Генерално, нивото на провизиите се утврдува согласно конкуренцијата, истражувањето на пазарот, приходите и трошоците на банката.**

**Банките во најголем дел ги ревидираат провизиите еднаш или два пати во годината, но и почесто (квартално), зависно од потребите на банката, конкуренцијата и регулаторните измени.** Сите банки и штедилници нагласуваат дека често воведуваат промотивни периоди во кои се дава одреден попуст или некои провизиите не се наплаќаат.

Според одговорите на првиот дел од прашалникот во однос на видот на поплаки по одделни производи и услуги, поплаките во однос на провизиите главно се однесуваат на дебитните и кредитните картички и на трансакциските сметки. Со примената на новиот Закон за платни системи и платежни услуги од почетокот на следната година, се очекува да се зголеми транспарентноста на банките и следствено информираноста на клиентите во доменот на надоместоци за платежните услуги.

#### Заклучоци и препораки

Како резултат на информациите добиени од банките согласно одговорите и усмената комуникација, произлегуваат следниве заклучоци и препораки за идните активности во доменот на заштита на корисниците на банкарски производи и услуги:

- **Потребно е јасно идентификување и методолошко разграничување на поплаките и други јавувања/барања за дополнителни информации од клиентите.** Поплаките се израз на незадоволство која се поднесува кон давателот на услугата во врска со повредено или неостварено право кое произлегува од добиена банкарска услуга и како такви значително се разликуваат од останатите барања на клиентите (барања за дополнителни информации или објаснувања). Народна банка планира јасно да дефинира што претставува поплака и да обезбеди унифициран методолошки пристап кај сите банки и штедилници, што треба да овозможи располагање со квалитетни и споредливи податоци во овој сегмент. Воедно, потребна е соодветна евиденција кај банките и во однос на тоа дали поплаката била решена во корист на банката или клиентот;
- **Народната банка планира изработка на регулатива/циркулар во која јасно ќе бидат наведени и обработени елементите кои треба ги содржи системот за заштитата на потрошувачите.** Ова произлегува од тоа што постои различен начин на кои се уредуваат односите кон потрошувачите, од аспект на донесени интерни акти кај банките. Банките главно имаат процедури поврзани со ракување со поплаките, но не и сеопфатен пристап на прашањето за заштита на потрошувачите;

- **Потребна е детална и сеопфатна анализа на провизиите што ги наплатуваат банките/штедилниците, како и анализа на искуствата од други земји.** Од одговорите поврзани со провизиите се заклучува дека постои широка разноликост и во однос на видот и во однос на висината на провизиите што ги наплатуваат банките/штедилниците за ист вид на услуга/производ. Оттаму, потребна е детална компаративна анализа на провизиите за услугите што ги нудат банките/штедилниците на физичките лица од која ќе произлезат натамошни насоки за нивно правично и реално утврдување и нивна поголема транспарентност;
- **Потребно е да се посвети поголемо внимание на заштита на потрошувачите во насока на поголема едукација и поголема транспарентност на банките во однос на современите канали-електронско и мобилно банкарство.** Од динамичката анализа на поплаките утврден е тренд на пораст на поплаките во овој домен, поради што банките треба да посветат поголемо внимание и за дизајнот на производот, но и на едукација на населението за користење на банкарски услуги преку дигиталните канали;
- **Утврдување на механизми за јакнење на свеста за заштита на населението од преголема задолженост, како и поголемо вклучување на банките во финансиската едукација на населението.** Начелно, кај банките постои свесност за оваа потреба и тие се спремни за поголемо ангажирање во проекти за финансиска едукација на населението;
- **Народната банка изготвува интерни процедури според кои ќе се спроведуваат редовни теренски и вонтеренски контроли над банките и штедилниците во доменот на заштита на потрошувачите, заради подетално согледување на нивниот однос кон потрошувачите.** Паралелно, се работи на дополнување на постојната регулатива, како и на изработка на предлог Закон за финансиски омбудсман, во соработка со другите финансиски регулатори;
- **Потребна е зголемена заштита на корисниците на финансиски услуги на финансиските друштва, како деловни субјекти кои се под надлежност на Министерството за финансии како регулатор.** Имено, финансиските друштва се активни во доменот на одобрување на брзи потрошувачки кредити на населението (со значително повисока СБТ), при што перцепцијата на населението за овој финансиски сегмент често се одразува и на перцепцијата за банките.