



financijska pismenost

www.hanfa.hr





Važnost financijske pismenosti	_04
Uloga nadzornog tijela u zaštiti potrošača u financijskom sektoru	_012
Aktivnosti Hanfe povezane s poboljšanjem financijske pismenosti	_022





VAŽNOST FINANCIJSKE PISMENOSTI

Upravljanje osobnim (i kućnim) financijama u današnje je vrijeme sve zahtjevnije. Bez obzira na to radi li se o podmirivanju trenutnih potreba i obaveza, štednji ili ulaganju s ciljem ostvarivanja zarade, upotrebi nekog **financijskog proizvoda/usluge**¹ ili nekom načinu akumuliranja sredstava za određenu namjenu, posjedovanje znanja i korištenje vještina za upravljanje financijama od velike je važnosti za svakog pojedinca. Svatko od nas svakodnevno donosi niz odluka povezanih s upravljanjem financijama, a da o tim odlukama uopće ne razmišljamo u kontekstu financijske pismenosti. Neke od tih odluka ne moraju nužno na nas imati poseban utjecaj (npr. određivanje budžeta za uobičajenu dnevnu kupnju namirnica manje vrijednosti), no neke sa sobom donose obaveze koje mogu znatno i dugoročno definirati kvalitetu naših života (npr. dugoročni krediti, određivanje sredstava za mirovinu ili ugovori o životnom osiguranju).

Iz svakodnevnih životnih situacija znamo kako često dovoljno ne promišljamo o zbivanjima i pojavama koje za nas mogu imati značajne posljedice (razumljivo, vriedi i obrnuto). Ima osoba koje su sklonije duže razmišljati o karakteristikama nekog brzo potrošnog proizvoda za kućanstvo, nego o obavezama koje preuzimaju potpisom ugovora o financijskoj usluzi. Naravno, nitko od nas nije apsolutno racionalna osoba i sve nas definiraju,

¹ Zakon o Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga definira financijske usluge kao sve usluge koje pružaju subjekti nadzora Hanfe (to jest, usluge iz područja osiguranja, tržišta kapitala, mirovinskih fondova, investicijskih fondova, leasinga, faktoringa, mirovinskih osiguravajućih društava i društava za dokup mirovine)

² Više informacija o provedenom istraživanju: <http://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljени-rezultati-istrazivanja-mjerenje-financijske-pismenosti/>



između ostalog, osobni stavovi, afiniteti, predrasude i emocije, no primjereno financijsko znanje ipak nam pomaže da ne donosimo odluke koje mogu imati negativne učinke na osobno materijalno stanje, ali koje ujedno i posredno utječu i na niz drugih sfera života (npr. socijalni kontekst).

Namjera je Hanfe da kroz ovu brošuru jednostavnim i razumljivim jezikom široj javnosti objasni i približi važnost financijske pismenosti te opiše ulogu i ovlasti nadzornog tijela. Također, u ovoj brošuri se na jednom mjestu daje pregled dosadašnjih aktivnosti Hanfe na području financijskog opismenjavanja. Financijska edukacija je dugotrajan proces čiji efekti često nisu vidljivi odmah pa aktivnosti u vezi s financijskim opismenjavanjem treba provoditi kontinuirano, a s ciljem dosega što više dobnih skupina.

Ne trebamo se bojati financijskih usluga, već ih poznavati i procijeniti koliko je koja od njih primjerena i prikladna za nas. Dugoročno ili kratkoročno ulaganje, ulaganje na osnovi tehničke ili fundamentalne analize ili jednostavno „na osjećaj” praćenjem kretanja cijene popularnih dionica, sklonost većem ili manjem riziku, kupnja dionica ili ulaganje u investicijski fond, polica životnog osiguranja ili članstvo u dobrovoljnom mirovinskom fondu, nabava automobila korištenjem kredita ili preko leasinga... ne postoji jedna usluga koja je univerzalno primjenjiva i jednako dobra za sve korisnike.

U Hrvatskoj je uslijed utjecaja gospodarske krize (takve su situacije u pravilu plodno tlo za razne vrste prevara), ali i sjećanja na razne financijske makinacije iz bliže povijesti (kao što su piramidalne sheme i tzv. „financijski inženjering”) potreba za financijskim opismenjavanjem posebno izražena. Na to ukazuju i rezultati istraživanja **financijske pismenosti provedenog krajem 2015²**. Osim toga, na važnost podizanja razine financijske pismenosti utječu i razvoj tehnologije, mogućnost da strani pružatelji usluga iz drugih država članica EU-a/ Europskog gospodarskog prostora jednostavno pružaju svoje usluge u Hrvatskoj bez otvaranja podružnica te nudenje kompleksnih ili široj javnosti nerazumljivih financijskih proizvoda.

NE TREBAMO SE BOJATI FINANCIJSKIH USLUGA,
VEĆ IH POZNAVATI I PROCIJENITI KOLIKO JE KOJA
OD NJIH PRIMJERENA I PRIKLADNA ZA NAS.



Ne smije se zaboraviti ni kako u Hrvatskoj uslijed povijesnih razloga u odnosu na niz zemalja s razvijenijim financijskim tržištima nema duge tradicije upoznavanja s relevantnim financijskim pojmovima kroz formalni obrazovni sustav. Tako je u vrijeme osamostaljenja Hrvatske velik dio građana prve informacije o tome što je dionica ili kako uopće funkcionira uređeno tržište vrijednosnih papira primao kroz medije ili nepouzdan informacijske kanale.

Situacija je danas ipak bitno drukčija. Utjecaj razvoja financijskog tržišta, širenje broja dostupnih financijskih proizvoda i usluga, reforma mirovinskog sustava, uvođenje gospodarskih tema u obrazovni sustav, već spomenuti razvoj tehnologije (koji korisniku olakšava pristup i realizaciju usluga) i usklađivanje hrvatskog zakonodavstva s europskom pravnom stečevinom doveli su do toga da je pitanje financijske pismenosti i edukacije prepoznato kao važno i da se aktivno rješava na



najvišoj državnoj razini³. Osim aktivnosti državnih institucija, na ovom području u posljednje vrijeme postoji i niz više ili manje aktivnih inicijativa privatnog sektora, interesnih skupina i udruženja te raznih udruga.

Kod financijskih usluga i primatelj (fizička ili pravna osoba) i pružatelj usluge (financijska institucija ili osoba koja zastupa instituciju) imaju odgovornost i obaveze. Ravnoteža odgovornosti primatelja usluge te zakonitog i etičkog postupanja pružatelja usluge garancija su njihovog korektnog odnosa. Ako primatelj usluge poznaje obilježja usluge (a posebno rizike usluge), a pružatelj usluge postupa u skladu s propisima primjerenim etičkim standardima i pravilima struke, vjerojatnost za prijetnje i nerazumijevanja je manja.

Specifičnost financijskih usluga u odnosu na neke druge usluge je i ta da ih korisnici nabavljaju relativno rijetko. Primjerice, osoba koja se odluči na skla-panje ugovora o životnom osi-

3. Više informacija:

<http://www.mfin.hr/hr/financijska-pismenost-potrosaca>





4. Informacijska asimetrija se jednostavno može definirati kao nejednak stupanj znanja osoba koje su u određenoj korelaciji. Pojednostavljeno i u kontekstu finansijskih usluga, najčešći je slučaj da korisnik usluge nema dovoljno znanja o usluzi koju mu nudi pružatelj. U praksi postoje i obrnuti slučajevi kada npr. korisnik zataji ili uskrati određene informacije pružatelju računajući na povoljniju uslugu.

guranju to čini manje puta tijekom svog života (vjerojatno u velikom broju slučajeva samo jednom). Uslijed toga, prosječan građanin ne osjeća potrebu da kontinuirano prati zbivanja i inovacije koje nudi finansijska industrija, već to često čini samo u određenom trenutku.

Kroz medije i razne kanale informiranja često se spominje važnost cjeloživotnog, odnosno kontinuiranog obrazovanja. Važnost takvog obrazovanja nije nigdje drugdje toliko očita kao kod finansijskih usluga. Poduzetnički aspekt finansijske industrije koji dovodi do stalnog razvoja finansijskih usluga i već spomenuti razvoj tehnologije razlog su zbog kojeg finansijska pismenost stečena u određenom trenutku nije dovoljna. Virtualne valute, izvedenice, vrijednosne (pre-paid) kartice, algoritamsko/visokofrekventno trgovanje, usko specijalizirani investicijski fondovi... pojmovi su koji i u Hrvatskoj postaju sve poznatiji. Iako poznavanje nekih od njih vjerojatno neće biti potrebno prosječnom korisniku finansijskih usluga, poželjna razina njegove finansijske pismenosti ipak postaje sve viša.

Primjerice, neka poželjna znanja građanina Hrvatske danas uključuju i poznavanje onih pojmova koji su prije 15-20 godina bili poznati samo stručnjacima iz područja financija ili možda nisu ni postojali. Tako je do početka mirovinske reforme cijeli koncept mirovinskog sustava zasnovan na stupovima bio nepoznat široj javnosti. Danas svaki hrvatski građanin koji ulazi u svijet rada postaje i član obveznog mirovinskog fonda (tzv. „2. stup“) i bilo bi poželjno da razumije koncept članstva u fondu, osnove obilježja kategorija mirovinskih fondova, tematiku naknada, prebacivanje akumulirane štednje u tre-



nutku umirovljenja u mirovinsko osiguravajuće društvo, mogućnost provjere stanja svog računa i sl. Uglavnom, poznavanje sve više pojmova i pojava na finansijskim tržištima postaje imperativ za sve korisnike. Veliku ulogu pri opismenjavanju ima i sama finansijska industrija koja pružatelju mora dati potpunu i kvalitetnu informaciju o svakoj, a posebno novoj usluzi.

Nedovoljnu razinu finansijske pismenosti ne treba promatrati samo u kontekstu kada fizička osoba (potrošač) koristi neku uslugu, već i šire. Primjer za to je mogućnost financiranja poslovnih aktivnosti preko tržišta kapitala. Ne postoje egzaktni kvantitativni podaci o tome koliko domaći srednji i mali poduzetnici poznaju mogućnosti financiranja svojih aktivnosti izvan konvencionalnog bankarskog sustava i korištenja kredita, no vjerojatno je da mnogi od njih smatraju kako im izdavanje vrijednosnih papira, suradnja s alternativnim investicijskim fondovima ili korištenje faktoringa nisu dostupni niti primjereni („Burza je samo za velika društva“, „Uvrštenje na burzu je komplicirano i dugotrajno.“). Naravno da npr. ulazak u vlasničku strukturu ili troškovi povezani s uvrštenjem vrijednosnih papira na burzu nisu primjerena opcija za svakog poduzetnika, no vjerojatno je da bi nakon sustavnije edukacije i upoznavanja s mogućnostima koje nudi financiranje izvan bankarskog sustava neki poduzetnici upravo u tome vidjeli priliku za sebe.

Važnost informiranosti značajna je i zbog tzv. „**informacijske asimetrije**“⁴ između pružatelja i korisnika usluge. Naime, prosječan korisnik usluge u pravilu unaprijed nema dovoljno stručnog ekonomskog ni pravnog znanja kako bi na toj razini mogao biti ravnopravan s

financijskom institucijom. Tako već u fazi informiranja o proizvodu i uspostavljanja odnosa postoji mogućnost nedostatka povjerenja i uspostave poštenog odnosa. Osim toga, financijska pismenost sama po sebi nije dovoljna za zaštitu korisnika.

Zbog toga trendovi u europskoj (a posljedično i hrvatskoj) regulativi na području financijskih usluga ukazuju na značaj kvalitetnog, pravovremenog i primjerenog informiranja korisnika. Propisuju se forma i sadržaj informacija koje se korisnicima usluga moraju dati u određenoj fazi korištenja usluge. Uzima se u obzir i potreba da dokumenti koji se daju korisniku budu što jasniji i razumljiviji i da budu odvojeni od drugih promidžbenih sadržaja. Time se uklanja barijera složenog i nerazumljivog financijsko-pravnog jezika uslijed kojeg korisnici usluge često unaprijed smatraju kako ionako nemaju dovoljno predznanja za razumijevanje usluge.

Prilikom uspostave odnosa također se obraća pažnja na tematiku sprječavanja pranja novca i zaštite osobnih podataka.

U idealnim uvjetima, predstavnici financijske industrije se i bez postojanja tih regulatornih zahtjeva (potencijalnom) korisniku usluge obraćaju korektno i pošteno. Uspostava povjerenja kao osnove poštenog odnosa pružatelja i korisnika usluge minimizira moguće probleme u tom odnosu. Zadovoljstvo korisnika usluga i nepostojanje prijedora nešto su čemu treba težiti i sam pružatelj. Naime, to pozitivno utječe na reputaciju pružatelja usluge (posredno i na reputaciju cijele industrije pa i financijskog sustava) i njegovo poslovanje (npr. ne treba angažirati svoje resurse za rješavanje predstavi i dodatan rad s klijentima). Također, na ovaj se način prevenira uključivanje nadzornog tijela ili suda (pa i drugih dionika kao što su mediji) u rješavanje problema.

U svakom slučaju, neprimjerena financijska pismenost može utjecati nepovoljno ne samo na materijalni socijalni status pojedinca već i u ekstremnim slučajevima na tzv. „makro razini” i na financijsku stabilnost. Informiranost pojedinca u **svim fazama odnosa s pružateljem usluge/proizvoda** mora biti potpuna, a s obzirom na spomenu-



Faze odnosa korisnika
usluga s uslugom

- **POTRAGA**
- **NABAVA**
- **KORIŠTENJE**
- **PRESTANAK KORIŠTENJA**

ti trend u zakonodavstvu, situacija je na tom području u Hrvatskoj zadovoljavajuća (iako i dalje postoji niz izazova, a jedan je povezan s činjenicom da odnose pružatelja i korisnika usluga reguliraju i propisi koji nisu strogo povezani s financijskim uslugama npr. propisi koji reguliraju obvezne odnose, poslovanje trgovačkih društava, porezna pitanja, sanacije/stečajne ili ovrhe). Ipak, samo postojanje zakona i njihova provedba nisu dovoljni. Osobna svijest o važnosti informiranja te pravovremeno informiranje o uslugama i procjena njihove primjerenosti za određenu situaciju najbolji su pristup upotrebi financijskih usluga.



ZADOVOLJSTVO
KORISNIKA
USLUGA I
NEPOSTOJANJE
PRIJEPORA
NEŠTO SU ČEMU
TREBA TEŽITI I
SAM PRUŽATELJ.



ULOGA NADZORNOG TIJELA U ZAŠTITI POTROŠAČA U FINANCIJSKOM SEKTORU

S obzirom na važnost financijskog sektora za gospodarstvo, nije čudno što je poslovanje financijskih institucija u pravilu visoko regulirano. To je ujedno i područje koje je velikim dijelom regulirano propisima na razini EU-a koji pojedinačnim državama članicama ostavljaju malo manevarskog prostora za uvođenje nacionalnih diskrecija. Nakon izbijanja financijske krize 2007. - 2008., čije su se posljedice nakon izbijanja u SAD-u osjetile i u ostatku svijeta, primjetan je trend da se upravo financijski sektor regulira sve detaljnije i opsežnije. Sve je manje tzv. „sivih zona” u poslovanju financijskih institucija, a znakovito je i što se za reguliranje njihovog poslovanja sve češće koriste uredbe (čija je pravna snaga takva da su izravno primjenjive u svim državama članicama), a ne direktive (kod kojih u određenim slučajevima postoje mogućnosti da države same izrade modele reguliranja).

Jedinstvena regulativa na razini EU-a omogućuje jednake uvjete poslovanja svih financijskih institucija u svim državama članicama, ali predviđa i značajnu i odgovornu ulogu nadzornih tijela za područje financijskih usluga u svim državama članicama. Upravo je pitanje zaštite potrošača u području financijskih usluga od velike važnosti i u interesu kako nadzornih tijela država članica, tako i nezavisnih krovnih nadzornih tijela na razini EU-a (**ESMA, EIOPA, EBA**)⁵, tj. institucija koje čine Europski



5. Glavni je cilj Europskog sustava nadzora financijskog tržišta (engl. European System of Financial Supervision - ESFS) osigurati pravilnu primjenu regulative Europske unije koja se odnosi na financijski sektor, a u svrhu održavanja financijske stabilnosti, održavanja povjerenja u financijski sustav u cjelini te zaštite potrošača.

Struktura nadzora financijskog sustava na razini Europske unije temelji se na dva stupa: makrobonitetni nadzor Europskog odbora za sistemske rizike (engl. European Systemic Risk Board - ESRB) i mikrobonitetni nadzor europskih nadzornih tijela i nadzornih tijela država članica.

Europski odbor za sistemske rizike (ESRB) zadužen je za stabilnost cijelog financijskog sustava na razini Europske unije, dok su Europsko nadzorno tijelo za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje (engl. European Insurance and Occupational Pensions Authority - EIOPA), Europsko nadzorno tijelo za vrijednosne papire i tržišta kapitala (engl. European Securities and Markets Authority - ESMA), Europsko nadzorno tijelo za bankarstvo (engl. European Banking Authority - EBA) i nadzorna tijela država članica na mikrobonitetnoj osnovi zadužena za nadzor solventnosti financijskih institucija i nadzor tržišta. EBA, EIOPA i ESMA, odnosno Europska nadzorna tijela (engl. European Supervisory Authorities - ESAs) redovno se sastaju i usko surađuju kroz Zajednički odbor.

Hanfa je članica EIOPA-e i ESMA-e te sudjeluje u radu ESRB-a.

6. <http://www.hanfa.hr/getfile/40550/Neslu%C5%BEbeni%20pro%C4%8Di%C5%A1%C4%87eni%20tekst%20Zakona%20o%20Hrvatskoj%20agenciji%20za%20nadzor%20financijskih%20usluga1.pdf>

sustav financijskog nadzora. Zaštita ulagatelja i korisnika financijskih usluga spada u osnovne ciljeve spomenutih nadzornih tijela.

Sustav zaštite korisnika usluga na sličan je način ustrojen i u Hrvatskoj. Naime, izgradnja povjerenja među sudionicima financijskog tržišta i izvješćivanje potrošača **zakonski**⁶ su definirani kao načela kojima se Hanfa, kao nadzorno tijelo nebankarskog financijskog sektora, rukovodi kod ostvarivanja svojih ciljeva. Tako nadzorna tijela imaju značajnu ulogu u zaštiti korisnika usluga. Ovlasti i odgovornosti nadzornog tijela u Hrvatskoj u pravilu su definirane „sektorskim zakonima” (onima koji reguliraju određeni segment financijskih usluga: npr. Zakon o osiguranju, Zakon o otvorenim investicijskim fondovima s javnom ponudom itd.). Te ovlasti odnose se na nadzor poslovanja subjekata nadzora Hanfe (tj. financijskih institucija) na vrlo širokom području (davanje odobrenja za rad, licenciranje članova uprava, izvještavanje, sukobi interesa itd.), uključujući i zaštitu potrošača.



Uloga Hanfe se u tom kontekstu može promatrati na nekoliko razina

**DAVANJE DOZVOLE ZA RAD
LICENCIRANJE ČLANOVA UPRAVE
KONTINUIRANI NADZOR
RJEŠAVANJE PREDSTAVKI KORISNIKA
“EX-POST” DJELOVANJE**

Već u fazi davanja dozvole za rad određenom subjektu nadzora sprječava se ulazak na tržište pružateljima usluga koji ne zadovoljavaju određene zakonske kriterije. Primjerice, sumnjivo ili nedovoljno transparentno porijeklo temeljnog kapitala nekog društva koje može ukazivati na npr. namjeru pranja novca može biti značajna prepreka određenom društvu za ulazak na hrvatsko tržište. Uskraćivanjem dozvole za rad takvom društvu se, između ostalog, preventivno djeluje i na buduću zaštitu korisnika usluga. Licenciranje je tako prvi „filtrar“ koji Hanfa postavlja pred potencijalno problematične pružatelje usluga. Odgovornost Hanfe u tom postupku dodatno je naglašena mogućnošću da društvo koje dobije njezino odobrenje za rad može svoje usluge uz ispunjavanje jednostavnih dodatnih uvjeta pružati i u drugim državama članicama.

U vezi s davanjem dozvola za rad, treba istaknuti da Hanfa na svojim internetskim stranicama (podizbornik „Registri“) objavljuje ažuran popis svih subjekata iz svoje nadležnosti koji imaju dozvolu za pružanje određenih usluga u Hrvatskoj (bez obzira na to radi li se o hrvatskim ili stranim pružateljima usluga). Tako je provjera registra poželjan prvi korak za korisnika koji traži uslugu (može vidjeti tko je sve ovlašten pružati određenu uslugu) ili sumnja smije li neki subjekt uopće pružati određenu uslugu.

Postupak davanja odobrenja za rad članovima uprava subjekata nadzora također posredno djeluje na zaštitu korisnika usluga (i na povjerenje u financijski sustav). Naime, osobama koje kod postupka koji vodi Hanfa ne zadovolje uvjete tzv. „prikkladnosti i primjerenosti“



POSTUPANJE SUBJEKATA NADZORA PREMA KORISNICIMA USLUGE JE POD POSEBNIM NADZOROM HANFE



ne dopušta se ulazak u financijski sustav i smanjuje se vjerojatnost da takve osobe svojim ponašanjem mogu naštetiti financijskom sustavu.

Hanfa posebnu važnost zaštiti korisnika daje kroz kontinuirani nadzor poslovanja svojih subjekata nadzora. Pojednostavljeno, to znači da svakodnevnim uvidom u poslovanje nekog društva može uočiti potrebu za reagiranjem. Hanfi su na raspolaganju brojni izvori informacija o poslovanju subjekata nadzora (razni statistički i financijski izvještaji, kontakti sa zaposlenicima i upravama subjekata nadzora, neposredni nadzor putem odlaska u prostore subjekta nadzora, medijski napisi o društvu...) i širok raspon mjera koje može upotrijebiti prema subjektima koji krše propise (od davanja naloga za ispravljanje nepravilnosti u blažim do ukidanja dozvole za rad u ekstremnim slučajevima).

Upravo je postupanje subjekata nadzora prema korisnicima usluge pod posebnim nadzorom Hanfe. Hanfa tako provjerava pruža li subjekt nadzora korisnicima sve potrebne informacije, kako postupa s predstavkama svojih klijenata, postupa li u skladu sa svojim obavezama itd. Osim toga, Hanfa prima i rješava predstavke korisnika. Hanfa nema ovlasti suda niti može arbitrirati u pi-

■ *Potrebno je napomenuti da unatoč kontinuiranom nadzoru poslovanja svojih subjekata nadzora i svim naporima u pogledu zaštite korisnika, Hanfa ne može jamčiti da je u potpunosti sigurno poslovati s bilo kojim od subjekata nadzora niti može jamčiti da neće doći do nekih neželjenih posljedica.*

tanjima imovinsko-pravnih odnosa, a nije u mogućnosti ni davati pravne i investicijske savjete, no nakon dostavljenih predavki provjerava postojanje propusta ili nezakonitog postupanja subjekata nadzora. Predstavke su i važan alat Hanfe za nadzorne postupke. Primjerice, veći broj predstavki koji se odnosi na poslovanje jednog subjekta nadzora ili na određenu uslugu više subjekata nadzora može ukazati na potrebu provođenja (ciljanog) nadzora. Hanfa također može djelovati i nakon utvrđenih nepravilnosti, koristeći se nekom od zakonski definiranih mogućnosti.

Izazov kod nadzora povrede prava korisnika financijskih usluga je u tome što se predstavke korisnika često odnose na djelokrug rada više institucija. Naime, predstavke korisnika usluga često se odnose na tematiku poreza, imovinsko-pravnih odnosa, ugovornih odnosa itd., odnosno područja izvan nadležnosti nadzornog tijela. To je aktualna tema i u drugim državama članicama EU-a, a postoje razni modeli i pokušaji njezina rješavanja (npr. u nekim državama postoji institut pravobranitelja za financijska pitanja, tj. „ombudsmana“).

Napomenuli smo kako Hanfa ne može davati pravne savjete. No, kako smo i već nekoliko puta napominjali putem svojih **priopćenja**⁷, važno je da prilikom izbora financijske usluge i pružatelja financijske usluge proučite sve potrebne informacije. Zbog toga smo pripremili popis nekih pitanja na koja je dobro imati odgovore prije donošenja odluke o korištenju usluge. Sam popis možda izgleda opširno, no ako nekome povjeravate svoj novac, nije nerazumno biti oprezan i tražiti sve raspoložive informacije. U slučaju nesigurnosti, možete se obratiti specijaliziranim odvjetnicima, udrugama za zaštitu potrošača ili nadzornom tijelu za dodatna pojašnjenja. Ovo nije potpun popis svih pitanja na koja je korisno imati odgovor prije donošenja odluke o korištenju usluge, no predstavlja dobar okvir za razmišljanje.

⁷ <http://www.hanfa.hr/upozorenja-hanfe/>



KOJE SVE INFORMACIJE MORAM DOBITI I U KOJOJ FAZI?

Ovisno o pojedinoj financijskoj usluzi, pružatelj Vam je dužan pružati određene informacije. One mogu biti strukturirane i predstavljene u obliku prospekta, općih uvjeta ili u nekoj drugoj formi. Neke od njih se daju korisniku prije pružanja usluge, a neke tijekom usluge (npr. obavijest o eventualnom pripisu dobiti kod ugovora o životnom osiguranju).

Važno je naglasiti da pružatelji usluga u pravilu nisu obavezni davati one informacije u vezi s uslugom koje se tiču drugih institucija. Zato je korisno da se o npr. poreznom tretmanu ulaganja ili zaštiti svojih podataka raspitate kod nadležnih institucija. Kod trgovanja na tržištu kapitala korisno je raspitati se o ulozi depozitorija vrijednosnih papira i osnovama njegova funkcioniranja te o Službenom registru propisanih informacija.



POSTOJE LI NAKNADE ZA KORIŠTENJE FINANCIJSKE USLUGE/PROIZVODA I KOLIKI SU IZNOSI TIH NAKNADA?

Pružatelji financijskih usluga u pravilu naplaćuju naknade za svoje usluge. Važno je da korisnik bude upoznat s tim naknadama (pa i onim „skrivenim“ koje mogu biti povezane s npr. dodatnim troškom za izvršenje naloga za transakciju u inozemstvu, upravljanjem portfeljem i sl.) te u kojoj fazi korištenja usluge se pojavljuju (npr. ulazna ili izlazna naknada). Kod usluga kod kojih je to primjenjivo (npr. plaćanje rata leasinga ili osiguranja), poželjno je znati i naplaćuju li pružatelji naknade za dostavu obavijesti u slučaju kašnjenja s plaćanjem, naplaćuju li u tom slučaju i kamate, mogu li taj posao povjeriti nekoj trećoj strani (npr. specijaliziranoj agenciji) i koliki su očekivani troškovi u tom slučaju.

■ ■ ■ ■

KOJE SU MI MOGUĆNOSTI NA RASPOLAGANJU U SLUČAJU NESPORAZUMA I PROBLEMA ILI NAMJERE DA PROMIJENIM USLUGU ILI PREKINEM S KORIŠTENJEM?

Iako svatko želi izbjeći moguće prijepore, činjenica je da se oni pojavljuju u praksi. Postoje slučajevi kada se prijepori mogu riješiti kontaktom s pružateljem usluge, no nažalost neki put problemi eskaliraju i završe na višim razinama rješavanja. Zbog toga je važno znati što korisnik usluge može učiniti u slučaju problema s pružateljem. Neke od tema u vezi s ovim pitanjem su: postoje li alternativne mogućnosti rješavanja spora, koja je uloga suda i nadzornog tijela ili neke druge institucije te koji propis regulira rješavanje problema. Sve ovo je dodatno važno u slučaju kad pružatelj usluge nije hrvatsko društvo. U tom je slučaju uputno znati i dodatne informacije kao što su nadležnost suda ili druge strane institucije te pitanje jezika i načina komunikacije.



NEKI
PRUŽATELJI
USLUGA
ZLORABE
POVJERENJE
GRAĐANA I
OBEĆAVAJU
NEREALNE
PRINOSE.

KOJI JE UOPĆE NAJGORI SCENARIJ KOJI SE MOŽE DOGODITI S MOJIM SREDSTVIMA? ŠTO NAPRAVITI U SLUČAJU STEČAJA, LIKVIDACIJE I PRESTANKA POSLOVANJA PRUŽATELJA USLUGE?

Zatražite informacije o tome koliki je najveći mogući gubitak Vaših sredstava tijekom redovnog poslovanja društva i pružanja usluge. Korisno je imati odgovore na pitanja kao što su: možete li vidjeti što se dešava s Vašim sredstvima na dnevnoj osnovi (npr. praćenje kretanja uspješnosti investicijskog fonda), što ako uslijed više sile ne možete stupiti u kontakt s pružateljem usluga, a želite izmijeniti ili prekinuti uslugu i sl.

U Hrvatskoj je bilo nekoliko slučajeva kada su pružatelji financijskih usluga po sili zakona prestali obavljati svoje aktivnosti. Korisno je pribaviti informacije o tome što se događa s Vašim sredstvima u takvim slučajevima - preuzima li ih neki drugi pružatelj i imate li mogućnost odbiti nastavak suradnje s tim društvom, možete li odmah doći do svojih sredstava ili za to morate obaviti neke predradnje (npr. dostaviti neku dokumentaciju), postoji li poseban sustav zaštite u tim slučajevima (npr. sustav za zaštitu ulagatelja u slučaju prestanka rada investicijskog društva), koje su institucije nadležne za rješavanje takvih slučajeva i koje su Vaše obaveze prema njima / njihove obaveze prema Vama kao korisniku usluge, ulaze li Vaša sredstva u stečajnu masu, što je s plaćanjima Vaših rata kod usluga gdje je to primjenjivo (npr. u slučaju plaćanja rata leasinga), možete li konzumirati prava iz Vaših sredstava i sl.

ŠTO U SLUČAJU KADA MI SE OBEĆAJU IZNADPROSJEČNI PRINOSI ILI DOBIT KOJA DJELUJE NEREALNO?

Neki pružatelji usluga ulažu znatna sredstva u promidžbu te kroz razne marketinške kanale distribuiraju reklame, pozive za ulaganje i sl. Mnogi od njih (pri tome je često riječ o onima koji nemaju sjedište u Hrvatskoj) zlorabe povjerenje građana i obećavaju nerealne prinose. Takve poruke često su popraćene „uspješnim pričama i svjedočanstvima” navodnih korisnika usluga tih društava i djeluju primamljivo, posebno uzimajući u obzir da uslijed današnje situacije na financijskim tržištima tradicionalni načini ulaganja i štednje (uključujući i depozite u bankama) nude relativno niže prinose i zaradu u odnosu na one od prije nekoliko godina.

U velikom broju slučajeva takva društva nude usluge, odnosno proizvode, koji u pravilu nisu primjereni za male ulagatelje i sa sobom nose značajan rizik. Sukladno tome, preporuka Hanfe je da u takvim slučajevima budete maksimalno oprezni (**Hanfa je o tome već izvijestila javnost**)⁸.



⁸. <http://www.hanfa.hr/vijesti/27072016-upozorenje-na-trgovanje-cfd-ovima-binarnim-opcijama-i-drugim-spekulativnim-proizvodima/>

Kako smo spomenuli, ovo su samo neka od pitanja koja je poželjno postaviti i na njih dobiti odgovore prije korištenja usluge. Korisni izvori informacija mogu biti edukativne brošure Hanfe (**dostupne na internetskoj stranici**)⁹. Na internetskim stranicama Hanfe nalazi se registar svih subjekata nadzora kao i publikacije, priručnici, pokazatelji poslovanja i druge informacije koje mogu poslužiti potencijalnom korisniku financijskih usluga kao osnova za donošenje odluka o korištenju usluga.

⁹. <http://www.hanfa.hr/edukacija-i-zastita-potrosaca/edukativne-brosure/>

NEKI PRIMJERI NEPRIMJERENE USLUGE I RAZLOGA NEZADOVOLJSTVA USLUGOM:

- prodajno osoblje pružatelja usluge brine samo o svojoj naknadi/proviziji te nudi usluge koje nisu prikladne pojedinom korisniku: npr. nudenje dionica osobama starije životne dobi, nudenje kompleksnih investicijskih proizvoda osobama slabije financijske naobrazbe
- korisnik nema informacije o tome hoće li eventualni dodatni troškovi tijekom pružanja usluge biti prebačeni na klijenta
- pružatelji usluga smanjuju izbor razumljivih i jednostavnih usluga i počinju nuditi prvenstveno kompleksne usluge koje nisu u najboljem interesu klijenata
- prodajno osoblje pružatelja usluga sugestivno nudi neprimjerenu uslugu računajući na emocionalnu reakciju klijenta (npr. „Ovo je dobro za budućnost vaše djece”).
- prodajno osoblje pružatelja usluge računa na nezainteresiranost i inertnost korisnika te ga zadržava na staroj usluzi i ne nudi mu novu iako je povoljnija za korisnika
- nudenje i prodaja „dodatnih usluga u paketu” s dugoročnim posljedicama osobama kod kojih je to neprimjereno (npr. nudenje ugovora o životnom osiguranju kao dodatne „beneficije” u slučaju otvaranja tekućeg računa)
- nudenje i prodaja usluga koje podrazumijevaju informatičku pismenost osobama starije životne dobi koje nemaju potrebne vještine za realiziranje tih usluga (npr. internetske usluge)

KORISNI IZVORI
INFORMACIJA
MOGU BITI
EDUKATIVNE
BROŠURE HANFE



AKTIVNOSTI HANFE POVEZANE S POBOLJŠANJEM FINANCIJSKE PISMENOSTI

U prethodnom poglavlju objasnili smo kako Hanfa provodi aktivnosti povezane sa zaštitom potrošača, neovisno o tome radi li se o usmjerenim aktivnostima na temelju zakonskih ovlasti ili to radi posredno kroz provođenje svojih „temeljnih“ aktivnosti (licenciranje, nadzor). Hanfa je kroz svoj svakodnevni posao utvrdila kako postoji značajan prostor za napredak kada je u pitanju poboljšanje financijske pismenosti te je u posljednje vrijeme pojačala aktivnosti na tom području. Ovdje ćemo predstaviti najvažnije aktivnosti Hanfe u vezi s unaprjeđenjem financijske pismenosti. Neke od njih su medijski poznatije, neke su (bile) namijenjene užem broju korisnika, no svima im je zajedničko da pružaju informacije o financijskim uslugama i namjeravaju potaknuti angažman pojedinaca na ovom polju.

Unaprjeđenje financijske pismenosti je dugoročan projekt i međuinstitucijsko pitanje pa pojedinačni napori neke institucije, neovisno o doseg, imaju ograničen učinak. Spomenuli smo već kako na ovom području postoji niz vrijednih i plemenitih inicijativa i iz državnog i iz privatnog sektora. Nadamo se kako će se vremenom uspostaviti model zajedničke koordinacije tih aktivnosti, izbjeći rasipanje uvijek ograničenih resursa i postići sinergijski učinak utjecaja na javnost.



PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA

Hanfa je u suradnji s Hrvatskom narodnom bankom i uz koordinaciju Ministarstva financija sufinancirala provođenje prvog sveobuhvatnog nacionalnog istraživanja financijske pismenosti. Istraživanje je provedeno krajem 2015. prema međunarodno priznatoj i preporučenoj metodologiji Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD). Zbog toga su nalazi istraživanja usporedivi s rezultatima iz drugih država koje su provele istraživanje po istom modelu.

Rezultati su javno predstavljani 4. veljače 2016., a više informacija o istraživanju dostupno je na internetskoj stranici Hanfe (<http://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljani-rezultati-istrazivanja-mjerenje-financijske-pismenosti/>).

U ljeto 2016. Hanfa je provela istraživanje o tome koliko su građani Hrvatske upoznati s mogućnošću prekograničnog pružanja i korištenja financijskih usluga. Takvo istraživanje do sada nije provedeno u Hrvatskoj, a rijetko je i na razini EU-a. Istraživanje je provedeno kako bi se utvrdilo koliko građani uopće poznaju koncept prekograničnog pružanja usluga (uzimajući u obzir da postoji mnogo pružatelja usluga u inozemstvu koji su notificirani za pružanje usluga u Hrvatskoj, posebno iz područja osiguranja i usluga koje pružaju investicijska društva), a rezultati su između ostalog korišteni i za potrebu predavljanja Europskoj komisiji. Osnovni zaključak istraživanja je da je koncept prekograničnog pružanja financijskih usluga i nakon pet godina članstva u EU u Hrvatskoj slabo poznat.

RAD SA STUDENTIMA I UČENICIMA SREDNJIH ŠKOLA

Studenti i učenici srednjih škola prema rezultatima gore spomenutog istraživanja iz 2015. pokazuju slabe rezultate i izrazito su ranjiva skupina kada je u pitanju financijska pismenost. Usljed toga, Hanfa je poseban naglasak stavila na suradnju sa studentima i studentskim udrugama te učenicima srednjih škola. Suradnja se ostvaruje kroz održavanje tematskih predavanja tijekom studijskih posjeta Hanfi ili gostovanja predstavnika Hanfe kao predavača u obrazovnim ustanovama. Teme predavanja su različite: od onih koje objašnjavaju generičke pojmove u vezi s djelokrugom i nadležnošću Hanfe i financijskim sektorom do usko specijaliziranih tema (primjerice, skupno financiranje (crowdfunding), manipulacije na tržištu kapitala...).

Osim održavanja predavanja Hanfa je razvila i interaktivni model suradnje s ustanovama visokog obrazovanja. Taj model suradnje podrazumijeva izbor određene teme iz djelokruga Hanfe, zajedničko proučavanje teme od strane predstavnika Hanfe („mentora“) i studenata podijeljenih u dvije grupe, te argumentirano sučeljavanje dvije grupe studenata o temi na javnim debatama u prostorijama obrazovne ustanove. Ovaj pristup zahtijeva dodatan angažman i djelatnika Hanfe i studenata, no pokazao se izuzetno dinamičnim i zanimljivim za studente. Do sada su pokrivena područja mirovinskih fondova, osiguranja i poduzetničkog financiranja (na nekima od njih su kao partneri projekta sudjelovali i predstavnici industrije).

EDUKATIVNA KAMPANJA

S namjerom razvijanja svijesti o važnosti informiranja i poznavanja rizika prilikom korištenja financijskih usluga, Hanfa je u dva navrata (u 2015. i u 2016.) pokrenula višemjesečnu edukativnu kampanju. Kampanja se provodila na internetu preko pretraživačkih servisa, poruka na društvenim mrežama i reklama na kojima je postavljena „lažna reklama“ za izmišljene financijske



proizvode („KPN - Komplicirani proizvodi za neinformirane“), a preko kojih su se osobe upućivale na posebno izradenu internetsku stranicu. Kampanja je ujedno bila popraćena i dodatnim edukativnim tekstovima u dnevnom tisku te medijskim nastupima (uključujući i televizijsko predstavljanje).

Zbog dobrog odjeka kampanje (zabilježeno je gotovo 30 000 klikova tj. posjeta posebno izrađenoj stranici) i namjere da kampanja ne ostane samo na jednokratnoj aktivnosti, ali i očite potrebe da se nastavi s edukativnim aktivnostima (vidljivo iz upita i obraćanja korisnika usluga o određenim financijskim proizvodima), kampanja je reaktivirana.

Fokus kampanje je bio na upozorenju pri korištenju rizičnih financijskih proizvoda, no u širem kontekstu cilj joj je potaknuti potencijalne i sadašnje korisnike usluga na upoznavanje s rizicima svake usluge.

SADRŽAJI NA INTERNETSKOJ STRANICI

Internetska stranica Hanfe mjesto je gdje se korisnici mogu detaljno informirati o subjektima nadzora Hanfe i situaciji na hrvatskom financijskom tržištu. Osim već spomenutih registara, na stranici je i niz drugih informacija korisnih za donošenje odluka o korištenju usluga. To su: statistike, mjesečna i ostala izvješća te publikacije s kvantitativnim podacima o stanju na tržištu, upozorenja o društvima ili uslugama na koje je iz određenih razloga potrebno obratiti pozornost, često postavljana pitanja, razni edukativni tekstovi te propisi koji se odnose na rad Hanfe i subjekata nadzora (uključujući i neslužbene pročišćene verzije propisa koje znatno olakšavaju proučavanje). Također, Hanfa je 2015. objavila i pet brošura u kojima je na jednostavan i razumljiv način objasnila pojmove povezane s tržištem kapitala, investicijskim fondovima, mirovinskim fondovima, osiguranjem i leasingom. Izdavanje brošura popraćeno je i održavanjem prateće konferencije s govornicima iz zemlje i inozemstva.

OSTALO (KOMUNIKACIJA, RJEŠAVANJE PREDSTAVKI)

Hanfa veliku važnost pridaje primanju i obradi predstavki i raznih upita korisnika te na njih odgovara u najkraćem mogućem roku. Također intenzivno radi na procjeni poboljšanja postojećih propisa i analizi utjecaja novih propisa na tržište i na potrošače te daje mišljenja pri izradama propisa i suradnji pri izradi nacionalnih stajališta. Navedeno je posebno izraženo angažmanom u radnim skupinama ESMA-e i EIOPA-e.

Hanfa je i članica Operativne radne grupe za praćenje provedbe mjera i aktivnosti definiranih Akcijskim planom za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača (osnovane pri Ministarstvu financija) i sudjeluje u svim njezinim aktivnostima. Također, Hanfa je i članica Nacionalnog vijeća za zaštitu potrošača te surađuje s brojnim dionicima u vezi s tematikom financijske pismenosti i zaštite potrošača (npr. obilježavanje Europskog tjedna novca, sudjelovanje u panel-raspravama i na raznim konferencijama).



HANFA VELIKU
VAŽNOST PRIDAJE
PRIMANJU I
OBRADI
PREDSTAVKI I
RAZNIH UPITA
KORISNIKA
FINANCIJSKIH
USLUGA

Istraživanje „Mjerenje financijske pismenosti” proveli su zajedno Hanfa i HNB u suradnji s Ministarstvom financija Republike Hrvatske, koordinatorom svih aktivnosti u području financijske pismenosti u našoj zemlji, a na temelju Akcijskog plana za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2015. godinu. Istraživanje je provedeno metodom osobnog kontakta s ispitanicima („licem u lice”) u dobnoj skupini od 18 do 79 godina, na reprezentativnom uzorku od preko 1000 ispitanika.

OECD financijsku pismenost definira kao kombinaciju informiranosti, znanja, vještina, stavova i ponašanja potrebnih za donošenje ispravnih financijskih odluka za ostvarenje individualne dobrobiti. Stoga su se u istraživanju mjerile tri osnovne kategorije: **financijsko znanje, financijsko ponašanje i odnos prema trošenju novca**. Mjerenje je također pokazalo kakve rezultate u financijskoj pismenosti ostvaruju različite društvene skupine (dobne, rodne, obrazovne), u svim krajevima Hrvatske.

Dok prosječna ocjena financijske pismenosti u Hrvatskoj iznosi 11,7 bodova od mogućih 21, najnižu pismenost imaju mladi od 19 godina (9,3), a najvišu oni višeg i visokog obrazovanja (12,8) te građani s prihodima kućanstva većim od 6.250 kn (12,8) kao i oni iz gradova s više od 100 000 stanovnika (13,1).

Većina hrvatskih građana upoznata s učincima inflacije

Što se tiče financijskog znanja, 74 posto građana upoznato je s utjecajem koji inflacija ima na njihov život, odnosno razumije da visoka inflacija znači i brz rast troškova života. Više od dvije trećine ispitanika (69 posto) upoznato je s velikim rizicima koji su povezani s visokim potencijalnim zaradama. Dvije trećine građana svjesno je koristi razumnog raspoređivanja ulaganja i štednje u svrhu zaštite od rizika – odnosno shvaća da je gubitak novca manje vjerojatan ukoliko se ulaže i štedi na više mjesta.

Također, 80 posto ispitanika razumije zadatak koji zahtijeva shvaćanje koncepta kamate na zajam.

Hrvati su općenito financijski odgovorni i neskloni rizicima; edukacija nužna za mlade i građane nižih primanja i slabijeg obrazovanja

Preko šezdeset posto građana Hrvatske pažljivo vodi računa o svojim financijskim poslovima, troškovima, financijskoj kupovini te pravovremenom podmirivanju računa i dugova. Međutim, dok takav oprez znači da Hrvati ne riskiraju previše s novcem, izbjegavajući „negativne rizike”, isto vrijedi i za „pozitivne” poput ulaganja, kojima nisu skloni ni građani viših prihoda.

Slaba korelacija između financijskog znanja i financijskog ponašanja pokazuje kako građani Hrvatske, iako su relativno svjesni koristi, ali i načina financijski odgovornog ponašanja, takvo znanje ne primjenjuju uvijek u svakodnevici te bi bilo poželjno da sve edukacije pozitivno utječu na financijsko ponašanje i u stvarnom životu.

Besplatan primjerak. Zabranjena prodaja.

Dopušta se korištenje teksta uz obavezno navođenje izvora.

Odricanje od odgovornosti:

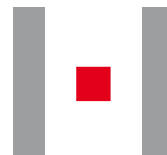
Cilj je ove brošure informirati javnost o tržištu financijskih usluga i financijskoj pismenosti na pristupačan način, u koju svrhu su instituti i zakonski pojmovi pojednostavljeni. Iz tog razloga, a zbog općenite naravi ovog teksta, brošura ne može predstavljati temelj za tumačenje propisa koji uređuju područje financijskih usluga kao ni preporuke za njihov odabir.

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga ne prihvaća odgovornost za eventualne pogreške u ovom tekstu. O propisima koji se odnose na nadležnost Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga možete se informirati putem internetskih stranica www.hanfa.hr.



Miramarska 24b
10000 Zagreb, Hrvatska
T: +385 1 6173 200
E: info@hanfa.hr
www.hanfa.hr

HANFA



ISBN 978-953-8069-06-2