

TEMELJNA OGRANIČENJA U POGLEDU PREDUGOVORNOG INFORMIRANJA KORISNIKA FINANSIJSKIH USLUGA NA TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE

Pregledni naučni rad
UDK/UDC: 366.5:336

DOI 10.51558/2712-1178.2021.7.1.62

Dr. sc. Beriz Čivić, vanr. prof.
Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
e-mail: beriz.civic@untz.ba

Dr. sc. Alma Muratović, docent
Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli
e-mail: alma.kamaric@untz.ba

SAŽETAK

Informiranje je jedan od osnovnih instrumenta zaštite potrošača, koji poseban značaj ima kada su u pitanju složeni i dugoročni ugovori o finansijskim uslugama. Svrha predugovornog informiranja je otkloniti neravnotežu u odnosu finansijskih institucija i korisnika, osnažiti korisnika i omogućiti mu donošenje odgovorne finansijske odluke. Međutim, od prosječnog korisnika finansijskih usluga realno je očekivati da mnoge informacije, uslijed njihove složenosti, vrlo teško može razumjeti jer iste zahtijevaju potrebna pravna i ekonomska znanja. Korisnici finansijskih usluga time su ranjiviji i izloženi su većim rizicima nego ostali potrošači, pa se javlja pitanje koliko je predugovorno informiranje efikasan instrument zaštite korisnika finansijskih usluga. U radu autori analiziraju određene aspekte obaveze predugovornog informiranja, ograničenja, te proces potrošačkog odlučivanja.

Cilj istraživanja je: Utvrditi koliki je broj ponuda koje korisnici prikupljaju pri odlučivanju o korištenju finansijskih usluga, analizirati prisutnost teškoća/ograničenja pri prikupljanju informacija o finansijskim uslugama, sagledati zastupljenost prigovora u pogledu problema u predugovornom informisanju, utvrditi prosječne ocjene jasnoće/razumijevanja pojedinih informacija u predugovornom informisanju, utvrditi prosječnu ocjena povjerenja ispitanika u finansijske institucije.

Ključne riječi: korisnici finansijskih usluga, finansijske usluge, predugovorno informiranje, proces potrošačkog odlučivanja, zadovoljstvo korisnika



1. UVOD

Većina finansijskih usluga su kompleksni „proizvodi“ ugovornog prava. Kao netjelesne stvari finansijske usluge¹ sastoje se od vrlo složenih informacija kao elemenata ugovora, zbog čega je važno da su informacije dostupne, potpune, istinite, razumljive i jasne korisnicima istih. Priroda finansijskih usluga, uslijed složenosti i rizika koje sa sobom nose, jer mogu uključivati značajne dugoročne finansijske obaveze, ne daje slobodu korisniku² da predugovorne informacije, koje mu je finansijska institucija kao davatelj usluge obavezna staviti na raspolaganje, procesuirati automatski i na pasivan način. Dakle, bez da te informacije pročita i uloži napor u njihovo razumijevanje. Pa čak i uz oprezno i racionalno ponašanje korisnika finansijskih usluga realno je očekivati da određene informacije, uslijed njihove složenosti, će vrlo teško razumjeti jer iste zahtijevaju potrebna pravna i ekonomska znanja. Korisnici finansijskih usluga time su ranjiviji i izloženi su većim rizicima nego primjerice potrošači koji sklapaju ugovor o prodaji.³

Glavni instrumenat u potrošačkom pravu Europske unije, a slijedom toga i u nacionalnim pravima je obaveza informiranja, a cilj joj je ispraviti neravnotežu u odnosu jače strane, poduzetnika i potrošača, osnažiti potrošača i omogućiti mu donošenje informirane odluke. Pravo na predugovorne informacije za pobornike slobodnog tržišta je najefikasniji i najmanje invazivan instrument koji otklanja deficit informacija na strani potrošača, ne ograničava djelovanje slobodnog tržišta i slobodu ugovaranja.⁴ Nadalje, pretpostavka je da obavezno informiranje potrošača omo-

-
- 1 Pod finansijskim uslugama misli se na *bankarske usluge, usluge mikrokreditiranja i usluge finansijskog lizinga*.
 - 2 Korisnikom finansijskih usluga smatra se *fizička osoba koja koristi ili je koristila finansijske usluge, ili se davatelju finansijskih usluga obratila radi korištenja tih usluga, a finansijske usluge koristi u svrhe koje nisu namijenjene njenoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj djelatnosti* (čl. 2.t.10. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH).
 - 3 O tome opširnije vidi Garcia Porras, C., Boom, W. H. van, *Information disclosure in the EU Consumer Credit Directive: opportunities and limitations*, in: Devenney, J., Kenny, M., (eds.), *Consumer credit, Debt and Investment in Europe*, Cambridge University Press, 2012.
 - 4 Busch, C., *The Future of Pre-Contractual Information Duties: From Behavioural Insights to Big Data* (November 27, 2015). Christian Twigg-Flesner (ed.) *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law* (Edward Elgar Publishing 2016), 1. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2728315> (23.06.2021.)

gućava racionalan izbor i donošenje odgovorne odluke.⁵ Smatra se da je adekvatno informiran potrošač ujedno osnažen i samouvjeren, jer time je kompenzirana neravnoteža između ugovornih strana, a sa druge strane pospješuje se konkurentnost i inovativnost što je okosnica europskog prava zaštite potrošača. Na ovim temeljima je konstruiran i Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH⁶, te izmjene posebnih zakona u oblasti bankarstva i mikrokreditiranja u Republici Srpskoj,⁷ s obzirom da su rezultat usklađivanja sa Direktivom 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu.⁸ S obzirom da su oba entiteska zakonska rješenja u velikoj mjeri usklađena to će u radu pažnja biti usmjerena na Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH koji ipak na jedna sistematična način uređuje položaj korisnika.

Obaveza informiranja kreirana je naspram *prosječnog potrošača* koji je razumno dobro informiran, razumno pažljiv i oprezan.⁹ Pravni koncept je, dakle, da potrošač treba biti razumno oprezan i odgovoran, jer ugovorne strane su ravnopravne i u ugovorni odnos o finansijskoj usluzi stupaju autonomijom volje, pa se i od potrošača očekuje postupanje s uobičajenim stupnjem dužne pažnje u pravnim transakcijama. Sa aspekta ponašanja potrošača to znači da potrošač ima obavezu racionalnog razmišljanja prije preuzimanja ugovorne obaveze, odnosno u obavezi je uložiti određeni napor u prikupljanje, analiziranje i razumijevanje informacija. To će mu na kraju omogućiti lakše vrednovanje opcija, slobodu izbora i donošenje racionalne odluke koja je prilagođena nižoj cijeni robe ili usluge.¹⁰

5 Furmston, M., Chuah, J., (edt.) *Commercial and Consumer Law*, Pearson, 2010., 378.

6 Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga, („Službene novine FBiH“, br. 31/14).

7 Zakon o bankama Republike Srpske („Službeni glasnik RS“, br. 3/16), Zakon o mikrokreditnim organizacijama („Službeni glasnik RS“, br. 116/11).

8 Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC, OJ 2008, L 133/66

9 O slici potrošača vidi Miščenić, E., *Europsko privatno pravo*, opći dio, Školska knjiga, Zagreb, 2019., 257-258.

10 Micklitz H-W., *Do Consumers and Businesses Need a New Architecture of Consumer Law? A Thought-Provoking Impulse*, EUI Working Paper LAW 2012/23, 5.



S druge strane, prilikom normiranja obaveze informiranja potrošača, koja je imperativnog karaktera, najvažnije je odrediti obim informacija koje treba pružiti korisniku, a koje istovremeno osiguravaju donošenje informirane odluke. Jedan od problema koji se javlja jeste upravo veliki obim informacija, što istovremeno nije garancija da će obaveza informiranja ostvariti svoju osnovnu svrhu. Ako korisnik finansijskih usluga bude „pretrpan“ informacijama koje u značajnoj mjeri ne razumije zato što su stručne, neće biti u ništa povoljnijoj poziciji od one da nije uopće informiran.¹¹

2. PARADIGMA INFORMIRANJA I OGRANIČENJA PROCESA ODLUČIVANJA

Primarna svrha informiranja u predugovornoj fazi jeste otklanjanje informacijske asimetrije na strani korisnika. To je jednostrana obaveza jače ugovorne strane za koju se pretpostavlja da je stručnija ili bolje informirana. U širem smislu obaveza informiranja sastavni je dio zahtjeva transparentnosti, koji podrazumijeva pružanje informacija, razumljivost informacija, te jezik informacija.¹² Pružanjem informacija postiže se sigurnost za obje ugovorne strane na način da je korisnik zaštićen od prikrivanja bitnih informacija, a sa druge strane davatelj od podnošenja prigovora korisnika da ga nije upoznao sa pojedinim elementima ugovora.¹³

Kako bi se olakšalo ostvarivanje navedenog predugovorne informacije se pružaju na standardnim informacijskim obrascima na reprezentativnom primjeru u pisanom ili elektronskom obliku.¹⁴ Informacije su dakle standardizirane, no ono što se pokazalo kao problem jeste broj informacija te njihova kompleksnost, odnosno otvara se pitanje kvantiteta i kvaliteta informacija. Drugim riječima, koliko vrlo opsežna lista informacija, od kojih su mnoge stručne, u predugovornoj fazi može zaista pomoći korisniku, ako se zna da su njegove kognitivne mogućnosti obrade informacija

11 Slično Belanić, L., *Obaveza informiranja i savjetovanja potrošača usluga osiguranja u europskom pravu*, XV. Međunarodno savjetovanje „Moderno pravo osiguranja:tekuća pitanja i trendovi“, Palić, 2014, 84.

12 Mišćenić, E., op. cit., 266.

13 Vidi Petrović, Tomić, N., *Zaštita potrošača usluga osiguranja*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2015., fn 448, 143.

14 Vidi čl. 15. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH.

ograničene? Zbog toga se propisana obaveza informiranja transformirala u tzv. *paradigmu informiranja*, koja ukazuje na prekomjerno informiranje uobičajeno informiranog potrošača.¹⁵

Kao potvrda prethodno navedenom mnoga empirijska istraživanja na području biheviornalne ekonomije pokazala su da potrošači uopće ne uzimaju u obzir informacije ili ih uzimaju selektivno, zatim da čine sistemske pogreške u donošenju odluka te da odluke donose iracionalno.¹⁶ U realnosti ponašanje većine potrošača suprotna su od onoga što predviđaju klasični modeli racionalnosti i to jednostavno zbog ograničenih kognitivnih sposobnosti. Racionalan proces odlučivanja koji bi prošao kroz model potrošačkog odlučivanja od četiri koraka, dakle od prepoznavanja problema, prikupljanja informacija, vrednovanja alternativa, pa do izbor proizvoda, nije stvarna slika mnogih potrošačkih odluka.¹⁷ Ovo tradicionalno gledište o odlučivanju slijedi pristup *ekonomike informacija*, što znači potrošači će prikupljati onoliko informacija koliko im je potrebno da donesu informiranu odluku, najprije će prikupljati najvrednije informacije, a dodatne će usvajati samo ako taj proces nije previše težak ili vremenski zahtjevan.¹⁸ Prema tome, što više informacija je na raspolaganju potrošaču to je za njega bolje jer i time se garantira racionalan izbor, što je *light motive* paradigme informiranja, jednostavno nije tačno. Navedeno potvrđuju i mnoge teorije proizašle iz biheviornalne ekonomije poput teorije *ograničene racionalnosti*.¹⁹ Koncept ograničene racionalnosti upućuje na postojanje kognitivnih ograničenja s kojim se pojedinci susreću prilikom procesuiranja i analiziranja informacija, izbora alternativa i donošenja odluke.²⁰

Prethodno navedene spoznaje i istraživanja iz područja biheviornalne ekonomije upućuju na to da pojedinci predvidljivo griješe u odlučivanju čak i kad su im na raspolaganju sve informacije zbog ograničenih

15 Miščenić, E., op. cit., 269.

16 Silber, N., *Observing Reasonable Consumers: Cognitive Psychology, Consumer Behavior and Consumer Law*, 2 Loy. Consumer L. Rev. 69 (1990), 70-72.

17 Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegard, S., Hogg, M.K., *Ponašanje potrošača, europska slika*, 4. izdanje, Mate, 2015., 315.

18 Solomon, M.R., et al., op. cit., 315.

19 Wilkinson, N., Klies, M., *An Introduction to Behavioral Economics*, 2nd Edition, Palgrave Macmillan, London, 2012., 12-14.

20 Silber, N., op. cit., 70.



kognitivnih sposobnosti. Jedan od razloga za to je već spomenuta *pretrpanost informacijama (information overload)* na način da potrošač za ograničeno vrijeme ne može procesuirati veliki broj informacija, posebno ako se radi o složenim odredbama formularnog ugovora, s jedne strane, i nedostatkom stručnog znanja, sa druge strane. To ima za posljedicu da se potrošač unaprijed miri sa činjenicom da neće razumjeti ugovor i da mu dostupne informacije nemaju posebne koristi.²¹ Tako bez obzira na volumen informacija nije sigurno da će potrošač donijeti racionalnu i odgovornu odluku jer njegove psihološke sposobnosti i vještine obrade informacija su limitirane. Upitno je stoga da liobaveza informiranja koncipirana tako da se potrošač osnaži velikim brojem standardiziranih informacija otklanja informacijsku asimetriju ili ju produbljuje. Vodeći se daljim istraživanjima bihevioralne ekonomije došlo se do spoznaje da potrošači u ovakvim situacija radije pribjegavaju *heuristikama*, gdje koristeći se jednostavnim strategijama nastoje s manjim brojem informacija doći do funkcionalnih rješenja, fenomen opisan kao „manje je više“.²²

Nesporno je da su informacije ključne za donošenje odluke i slobodu izboru, kada su u pitanju finansijske usluge pored dostupnosti bitnih informacija, važno je da su kompleksne stručne informacije pojednostavljene i svedene na nivo razumljiv prosječnom korisniku. No, ne smije se zanemariti činjenica da životne situacije u kojima se nađe pojedinac u velikoj mjeri opredjeljuju odluke o finansijskim uslugama, kao što je npr. potrošački kredit. Zbog čega je važno informirati potrošača ne samo o karakteristikama, cijeni, troškovima finansijskog proizvoda i sl., već i o rizicima. Primjerice informacija kako se mogu povećati troškovi kredita u slučaju neispunjenja obaveze ili zakašnjenja uslijed gubitka posla ili njenog kašnjenja. Odluke o složenim finansijskim proizvodima korisnici ne bi trebali donositi rutinski i površno na osnovu skromnih informacija i bez stvarnog razumijevanja rizika koji su s njima povezani. Osim toga, to ne bi trebale biti trenutačne odluke temeljene isključivo na oglasnim porukama, preporuci poznanika, prijatelja, kreditnih službenika i sl., motivirane pa čak ponekad zaslijepljene stanjem finansijske potrebe. Nerijetko, međutim,

21 Ibidem,72-73.

22 Gigerenzer, G., Brighton, H., *Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences*, Topics in Cognitive Science, Vol. 1, No. 1, 2009., 107-110.

upravo ovi faktori iz okruženja značajno utječu na odlučivanje korisnika, koji u većini slučajeva nema prethodno iskustvo što je slučaj kod složenijih finansijskih usluga.

Iz ovih razloga obaveza predugovornog informiranja korisnika zauzima visoko mjesto u hijerarhiji potrošačkog zakonodavstva, tako i domaći zakonodavac propisuje obavezu finansijskim institucijama da pruže detaljne informacije korisniku prije sklapanja ugovora putem standardiziranog informativnog obrasca. Za zaštitu korisnika finansijskih usluga bitno je da finansijske institucije ispunjavaju ovu obavezu savjesno i pošteno, te po potrebi pruže adekvatne savjete korisnicima.²³ Uzajmani je interes i finansijskih institucija i samih korisnika, da korisnik može podnijeti teret, u pravilu, vrijednih i dugogodišnjih finansijskih obaveza. Zbog složene prirode finansijskih usluga zakonodavac je odredio sadržaj i izgled informacionog obrasca, koji tako sadrži listu od 16 informacija koje se odnose na: identitet davatelja finansijske usluge, osnovne karakteristike i uvjete finansijske usluge, troškove, prava i obaveze ugovornih strana i upozorenja za slučaj povrede ugovorne obaveza.²⁴ Njegova svrha je da pruži sažetak svih ključnih elemenata ugovora, na uočljiv, jasan i razumljiv način, što će pomoći korisniku lakše razumijevanje i uspoređivanje ponuda različitih finansijskih institucija. To znači da se i od korisnika i dalje očekuje kognitivni napor u smislu analiziranja i razumijevanja dostavljenih potrebnih informacija, odnosno aktivna obrada informacija te vrednovanje alternativa za donošenje racionalne odluke, koja odgovara stvarnim potrebama i objektivnim mogućnostima.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Ciljevi ovog istraživanja su: 1) Utvrditi koliki je broj ponuda koje korisnici uobičajeno prikupljaju prije konačnog odlučivanja o izboru finansijskih usluga složeniije prirode 2) Utvrditi prisutnost teškoća/ograničenja prilikom prikupljanja informacija o finansijskim uslugama, 3) Utvrditi prosječne ocjene jasnoće/razumijevanja pojedinih informacija u predugovornom informisanju, 4) Utvrditi prosječnu ocjenu povjerenja ispitanika

23 Čl. 12. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH.

24 Čl. 15. Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga FBiH.

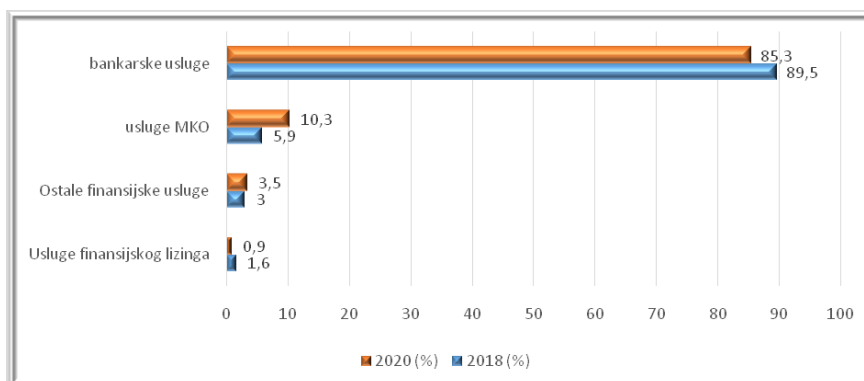


u finansijske institucije 5) Utvrditi zastupljenost formalnih prigovora u slučaju problema prilikom korištenja finansijskih usluga.

Prikupljanje podataka: Podaci prezentirani u ovom radu su rezultat provednog primarnog istraživanja. Primarni podaci su prikupljeni metodom ispitivanja (tehnika pisanog strukturiranog ispitivanja) na prigodnom uzorku od 330 ispitanika. Podaci su prikupljeni na području Bosne i Hercegovine od krajnjih korisnika finansijskih usluga (retail korisnici, fizička lica) tokom 2018. i 2020. godine po istom obrascu prikupljanja podataka. Na ovaj način se nastoje utvrditi promjene posmatranih obilježja kod korisnika finansijskih usluga između dvije vremenske tačke u kojima su prikupljeni podaci (2018. i 2020. godina). U prikupljanju podataka su pomoć pružila udruženja za zaštitu prava potrošača u Bosni i Hercegovini. U obradi podataka će se koristiti deskriptivna analiza.

4. ANALIZA REZULTATA I DISKUSIJA

Rezultati deskriptivne statistike pokazuju da je tokom 2018. godine najviše korisnika koristilo bankarske usluge (89,5%), zatim, usluge mikrokreditnih organizacija (5,9%), dok je usluge finansijskog leasinga konzumiralo svega 1,6% ispitanika obuhvaćenih istraživanjem. S druge strane, tokom 2020.godine, ispitanici nisu značajnije koristili usluge leasing društava (0,9%). Međutim, iako u strukturi zastupljenosti finansijskih usluga i dalje prednjače bankarske, bitno je istaći da se procent korištenja istih smanjio za 4,2 procentna poena u odnosu na 2018. godinu. Jedan od razlog ovom padu možemo pretpostaviti da je i pandemija uzrokovana pojavom Covid-19, što je utjecalo na apstinenciju korištenja složenijih bankarskih usluga, kao što je kredit. Osim toga, posljedice pandemije Covid-19 odrazile su se i na postojeće dužnike kredita u Bosni i Hercegovini zaposlenih u određenim sektorima, koji su zapali u poteškoće i nemogućnost ispunjavanja ugovornih obaveza, te se obratili finansijskim institucijama za zahtjevom za moratorij. Procent onih koji su koristili usluge mikrokreditnih institucija iznosio je 10,3% i isti je za 4,4 procentna poena veći u odnosu na 2018. godinu (Grafikon 1-1). U posmatranom periodu povećao se broj korisnika mikrokredita, razlog ovome možemo prepoznati u nešto liberalnijim uslovima odobravanja malih iznosa kredita, nego je to u bankarskom sektoru.



Grafikon 1-1. Zastupljenost usluga finansijskih institucija kod ispitanika

Izvor: Kreacija autora

Radi razumijevanja ozbiljnosti sa kojom korisnici finansijskih usluga pristupaju donošenju odluka o korištenju istih u nastavku je predstavljen pregled broja ponuda koje u prosjeku korisnici prikupljaju od različitih davaoca pri odlučivanju o izboru finansijskih usluga. Drugim riječima, ovim se nastoji utvrditi koliko su korisnici finansijskih usluga aktivni u procesu prikupljanja informacija (npr. kroz ponude) od pojedinih davaoca i vrednovanje raspoloživih opcija. Odnosno, da li odlučuju na bazi jedne ili više ponuda na način da ih uspoređuju kako bi izabrali ponudu one finansijske institucije koja najbolje odgovara njihovim potrebama i mogućnostima. Iz Tabele 1-1. je vidljivo da je najveći procenat ispitanika u 2018. godini prikupio samo jednu ponudu prije nego je donio odluku o odabiru finansijske usluge (njih 26,2%). Nešto manji procenat ispitanika (24,2%) je prikupio dvije ponude. Dakle, više od ½ ispitanika prikuplja samo jednu ili dvije ponude pri odlučivanju o korištenju finansijskih usluga. Prema podacima prikupljenim 2018. godine, u prosjeku tri ponude pri donošenju odluke o korištenju finansijskih usluga prikuplja 16,4% ispitanika a više od tri ponude 15,4% ispitanika. Kompariraju li se podaci prikupljeni 2020. godine sa podacima iz 2018. godine, može se uočiti da je došlo do promjene u ovom segmentu navika korisnika finansijskih usluga. Naime, prema podacima iz 2020. godine 22,1% ispitanika se izjasnio da su prilikom odabira finansijske usluge konsultovali samo jednog davaoca finansijskih usluga, dok se njih 26,7% potrudilo da prije donošenja konačne odluke konsultuje dva



davaoca finansijskih usluga. Primjetno je da je, prema podacima iz 2020. godine, povećana aktivnost korisnika finansijskih usluga u pogledu prikupljanja većeg broja ponuda kako bi donijeli odluku o korištenju finansijskih usluga. Prema ovim podacima, za 4,2 procentna poena se povećao broj korisnika koji prikupljaju u prosjeku tri ponude a za 3,8 procentnih poena se povećao broj korisnika koji prikupljaju više od tri ponude. To istovremeno može biti i odraz povjerenja i lojalnosti korisnika prema finansijskim institucijama sa kojima su već u nekom pravnom odnosu.

Tabela 1-1. Broj ponuda koje u prosjeku prikupljaju korisnici pri odlučivanju o korištenju finansijskih usluga

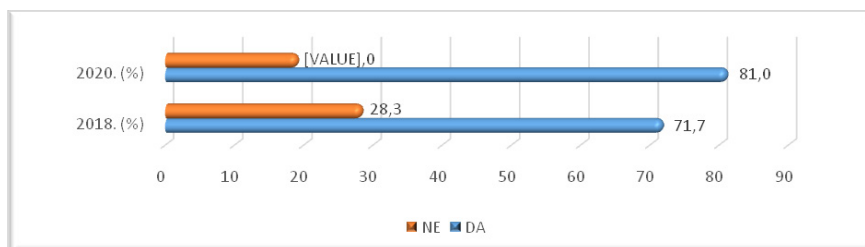
Elementi		Broj ponuda					
		1	2	3	više od 3	ne znam	Σ
Struktura ispitanika (%)	2018. godina	26,2	24,2	16,4	15,4	17,8	100,0
	2020. godina	22,1	26,7	20,6	19,2	11,4	100,0

Izvor: Kreacija autora

Imajući prethodno navedeno u vidu, u nastavku rada analizirat ćemo da li su se potencijalni korisnici finansijskih usluga prilikom prikupljanja informacija o finansijskim uslugama susreli sa određenim ograničenjima. Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da se izuzetno veliki procenat ispitanika susreo sa određenim poteškoćama prilikom prikupljanja informacija o finansijskim uslugama pri donošenju odluke o njihovom korištenju, odnosno prije zaključivanja ugovora. Prema podacima iz 2018. godine bio je 71,7% ispitanika koji s imali teškoće da prikupe informacije o finansijskim uslugama koje su ih zanimale. Prema podacima iz 2020. godine, broj ovakvih ispitanika se povećao za 9,3 procentna poena. Iz navedenog se može zaključiti da se finansijske institucije nisu potrudile da olakšaju korisnicima da lakše prikupe informacije koje bi im mogle pomoći u donošenju kvalitetnih odluka. Predugovorno informisanje je zakonska obaveza koju finansijske institucije trebaju ispunjavati savjesno i pošteno. S druge strane, potreba izgradnje uspješne tržišne pozicije nameće potrebu finansijskim institucijama da potencijalne korisnike što bolje upoznaju

sa svojom ponudom i odgovarajućim specifičnostima koje mogu pomoći klijentu u donošenju odluke. No, budući da se veliki broj ispitanika izjasnio da je imao određene poteškoće prilikom prikupljanja informacija o željenoj finansijskoj usluzi prije donošenja konačne odluke i sklapanja ugovorodovoljan je pokazatelj da finansijske institucije trebaju puno raditi na rješavanju ovog problema.

Grafikon 1-2. Prisutnost teškoća/ograničenja pri prikupljanju informacija o finansijskim uslugama



Izvor: Kreacija autora

Iako se veliki broj ispitanika u oba posmatrana perioda susreo za ograničenjima u vezi prikupljanja informacija o mogućnosti korištenja finansijskih usluga, rezultati predstavljeniu narednoj tabeli pokazuju da je tokom 2018. godine veoma mali procenat ispitanika (12,7%) uputio neki formalni prigovor (žalbu) davatelju finansijske usluge a izuzetno mali broj ispitanika (0,4%) je to učinio prema Ombudsmanu za bankarstvo, Agenciji za bankarstvo ili nekom trećem institucionalnom subjektu. Najveći broj ispitanika bez obzira na navedene probleme nije upućivao formalni prigovor o tome. Prema podacima iz 2020. godine broj ispitanika koji su se formalno žalili davatelju finansijske usluge za probleme koje imaju u prikupljanju informacija o njihovim uslugama se povećao na 33,36% ali i dalje veliki broj njih (2/3 ovih ispitanika) nije upućivao formalni prigovor za navedene probleme.



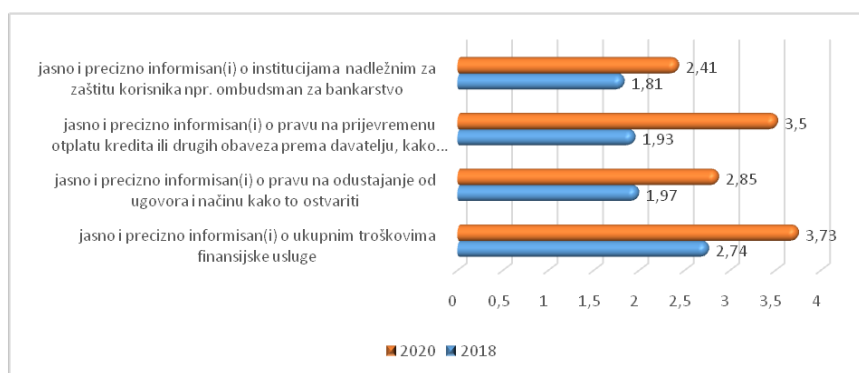
Tabela 1-2. Zastupljenost formalno izraženih prigovora u pogledu problema u predugovornom informisanju

Elementi		Upućen formalni prigovor ili žalba u vezi problema pri korištenju finansijskih usluga			
		Da, davatelju finansijskih usluga	Da, Ombudsmanu za bankarstvo, Agenciji za bankarstvo ili nekom trećem	Ne, nije upućen formalni prigovor	Σ
Struktura ispitanika (%)	2018. godina	12,7	0,4	86,9	100,0
	2020. godina	33,6	0,2	66,2	100,0

Izvor: Kreacija autora

Kako bi utvrdili da li finansijske institucije dajudovoljno precizne i jasne predugovorne informacije potencijalnim korisnicima finansijskih usluga, zamolili smo ispitanike da ocijene nivo razumijevanja informacija sadržanih u standardnom informativnom obrascu, kojeg su davaoci dužni predati korisnicima prije sklapanja ugovora (Grafikon 1-3).

Grafikon 1-3. Prosječna ocjena jasnoće/razumijevanja pojedinih predugovornih informacija u standardnom informativnom obrascu



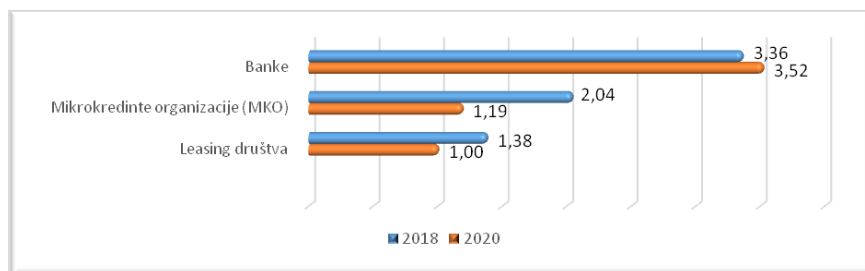
Izvor: Kreacija autora

Iz prezentovanog grafikona lako je uočljivo da najviša ocjena, prema podacima iz 2018. godine, koju su ispitanici dali po pitanju razumijevanja pojedinih informacija iz standardnog informacionog lista iznosi 2,74 (posmatrano na skali od 1 do 5, gdje je 1-apsolutno ne razumijem, a 5-apsolutno razumijem). Navedeni podatak zaista ilustrira velike probleme po pitanju razumijevanja (jasnoće) informacija koje u okviru standardnog informativnog obrasca daju finansijske institucije svojim potencijalnim korisnicima. Generalno, prema podacima iz 2020. godine, ispitanici su bolje razumjeli pojedine informacije u predugovornoj fazi. Najveća prosječna ocjena, odnosno ispitanici su najbolje razumjeli informacije o ukupnim troškovima finansijske usluge (prosječna ocjena 3,73) a zatim informacije o pravu na prijevremenu otplatu kredita ili druge obaveze (prosječna ocjena 3,5). Nizak nivo zadovoljstva imaju ispitanici po pitanju razumijevanja (jasnoće) informacija o pravu na bezrazložni odustanak od ugovora (prosječna ocjena 2,85), dok su im najmanje razumljive informacije o institucijama nadležnim za zaštitu korisnika finansijskih usluga (prosječna ocjena 2,41).

Sve prethodno navedeno, pored ostalih faktora koji nisu obuhvaćeni ovim radom, se odražava na povjerenje koje korisnici imaju prema finansijskim institucijama. Prema podacima iz 2018. godine (Grafikon 1-4), ispitanici su najviše povjerenja po pitanju poštivanja propisanih odredbi zaštite korisnika finansijskih usluga imali prema bankama (prosječna ocjena 3,36), zatim prema mikrokreditnim organizacijama (prosječna ocjena 2,04) dok najmanje povjerenja imaju prema leasing društvima (prosječna ocjena 1,38). Isti redoslijed između ovih finansijskih institucija po pitanju povjerenja ispitanika u pogledu poštivanja zaštite korisnika je i prema podacima iz 2020. godine. Prema ovim podacima, posmatrano povjerenje ispitanika se neznatno povećalo prema bankama (prosječna ocjena 3,52) a smanjeno je prema mikrokreditnim organizacijama i leasing društvima (prosječna ocjena 1,19 i 1,00 respektivno).



Grafikon 1-4. Prosječna ocjena povjerenja ispitanika da finansijske institucije poštuju propisane odredbe zaštitnog karaktera prema korisnicima



Izvor: Kreacija autora

5. ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja pokazuju da korisnici finansijskih usluga prilikom donošenja odluka o korištenju finansijskih usluga ne prikupljaju veliki broj ponuda od strane finansijskih institucija čije usluge namjeravaju koristiti. Imamo li u vidu ciljeve istraživanja u nastavku sublimiramo rezultate do kojih smo došli provedenim istraživanjem.

Procenat ispitanika koji se susreo sa poteškoćama prilikom donošenja odluke o korištenju finansijske usluge prije samog zaključivanja ugovora značajan je u oba posmatrana perioda. Naime, 71,7% ispitanika prema podacima iz 2018. godine se susrelo sa određenim poteškoćama, odnosno ograničenjima prilikom prikupljanja informacija o finansijskim uslugama, a prema podacima iz 2020. godine procenatovih ispitanika se povećao na 81,0%. Jedan od razloga ovakvog stanja može biti vezan prvenstveno za izostanak dovoljne posvećenosti finansijskih institucija potrebi da klijente blagovremeno, jasno i cjelovito informišu o mogućnostima i načinu korištenja njihovih usluga.

Broj formalnih prigovora i žalbi je znatno manji prema podacima iz 2018. godine u odnosu na podatke iz 2020. godine. Rezultati istraživanja pokazuju da se prema podacima iz 2018. godine veoma mali procent korisnika finansijskih usluga (njih, 12,7%) žalilo davateljima finansijske usluge, dok 86,9% ispitanika nije upućivalo formalne prigovore u pogledu poteškoća koje su imali prilikom prikupljanja informacija od finansijskih institucija. S druge strane, prema podacima iz 2020. godine, procenat onih

koji su se formalnim putem žalili davateljima finansijske usluge je povećan na 33,6% što je značajno povećanje u odnosu na 2018. godinu.

Kada je riječ o jasnoći pojedinih informacija u predugovornom informisanju, rezultati istraživanja pokazuju da ispitanici, prema podacima iz 2018. godine, nisu najbolje razumjeli informacije koje su im pružale finansijske institucije u predugovornoj fazi obzirom da je najviša prosječna ocjena 2,74 (na skali 1-5). Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da su ispitanici najbolje razumjeli informacije o ukupnim finansijskim troškovima (prosječna ocjena 2,74) a najslabije su razumjeli informacije o nadležnim institucijama koje su zadužene za zaštitu korisnika finansijskih usluga (prosječna ocjena 1,81). Prema podacima iz 2020. godini, ispitanici su takođe najbolje razumjeli informacije o ukupnim finansijskim troškovima gdje je nivo razumijevanja povećan (prosječna ocjena 3,73) a najslabije su razumjeli isto tako informacije o institucijama nadležnim za zaštitu korisnika finansijskih usluga pri čemu je nivo razumijevanja i u ovom slučaju povećan (prosječna ocjena 2,41).

Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da obje grupe ispitanika imaju nisko povjerenje u finansijske institucije kada je u pitanju njihova posvećenost poštivanju obaveza zaštite korisnika finansijskih usluga. Prema podacima iz 2018. godini, ispitanici najviše povjerenja imaju u banke (prosječna ocjena 3,36) a znatno manje povjerenja prema mikrokreditnim organizacijama i lizing društvima (prosječna ocjena 2,04 i 1,38, respektivno). Prema podacima iz 2020. godine, posmatrano povjerenje ispitanika je neznatno povećano (prosječna ocjena 3,52) a prema mikrokreditnim organizacijama i lizing društvima je smanjeno (prosječna ocjena 1,19 i 1,00, respektivno).

Vrijednost rezultata ovog istraživanja za menadžment finansijskih institucija se primarno ogleda u rezultatima istraživanja koja su vezana za: 1) nužnost pojednostavlivanja komunikacije sa potencijalnim korisnicima i podsticanje veće aktivnosti korisnika u pogledu prikupljanja ponuda od finansijskih institucija kako bi donijeli kvalitetnije odluke, jer najveći broj potrošača odlučuje na temelju jedne ili dvije ponude, 2) otklanjanje poteškoća sa kojima se susreću korisnici finansijskih usluga prilikom donošenja odluke o korištenju finansijske usluge prije samog zaključivanja ugovora kroz savjetodavni pristup i edukaciju korisnika o mogućnostima i načinima zadovoljavanja njihovih finansijskih potreba, 3) nužnosti jasnog i cjelovitog informisanja potencijalnih korisnika finansijskih usluga u



predugovornoj fazi, 4) neophodnosti jačanja povjerenja korisnika u finansijske institucije a jedna od preporuka u tom pravcu je svakako povećanje vjerodostojnosti finansijskih institucija u tržišnom djelovanju.

Ograničenje istraživanja je, prije svega, vezano za potrebu povezivanja pojedinih aspekata iskustava korisnika finansijskih usluga sa pojedinačnim finansijskim institucijama kako bi se identifikovale one finansijske institucije koje najmanje poštuju prava korisnika finansijskih usluga. Ograničenje ovog rada ogleda se i u činjenici da se nije utvrdio uzrok promjena posmatranih obilježja kod korisnika finansijskih usluga već su isti samo detektovani u dva vremenska perioda (2018 i 2020. godine). Preporuke za daljna istraživanja odnosila bi se na sagledavanje uticaja COVID-19 pandemije na promjene u procesu odlučivanja korisnika o izboru usluga finansijskih institucija i finansijskih usluga.

LITERATURA

1. Belanić, L., *Obaveza informiranja i savjetovanja potrošača usluga osiguranja u europskom pravu*, XV. Međunarodno savjetovanje „Moderno pravo osiguranja:tekuća pitanja i trendovi“, Palić, 2014.
2. Busch, C., *The Future of Pre-Contractual Information Duties: From Behavioural Insights to Big Data* (November 27, 2015). Christian Twigg-Flesner (ed.) *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law* (Edward Elgar Publishing 2016), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2728315>
3. Furmston, M., Chuah, J., (edt.) *Commercial and Consumer Law*, Pearson, 2010.
4. Garcia Porras, C., Boom, W. H. van, *Information disclosure in the EU Consumer Credit Directive: opportunities and limitations*, in: Devenney, J., Kenny, M., (eds.), *Consumer credit, Debt and Investment in Europe*, Cambridge University Press, 2012.
5. Gigerenzer, G., Brighton, H., *Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences*, Topics in Cognitive Science, Vol. 1, No. 1, 2009.
6. Micklitz H-W., *Do Consumers and Businesses Need a New Architecture of Consumer Law? A Thought-Provoking Impulse*, EUI WorkingPaper LAW 2012/23

7. Mišćenić, E., *Europsko privatno pravo*, opći dio, Školska knjiga, Zagreb, 2019.
8. Petrović, Tomić, N., *Zaštita potrošača usluga osiguranja*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2015.
9. Silber, N., *Observing Reasonable Consumers: Cognitive Psychology, Consumer Behavior and Consumer Law*, 2 Loy. ConsumerL.Rev. 69., 1990.
10. Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegard, S., Hogg, M.K., *Ponašanje potrošača, europska slika*, 4. izdanje, Mate, 2015.
11. Wilkinson, N., Klies, M. *An Introduction to Behavioral Economics*, 2nd Edition, Palgrave Macmillan, London, 2012.



BASIC LIMITATIONS REGARDING PRE-CONTRACTUAL INFORMATION OF USERS OF FINANCIAL SERVICES ON THE MARKET OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

Beriz Čivić, PhD, Associate Professor
Faculty of Economists, University of Tuzla
e-mail: beriz.civic@untz.ba

Alma Muratović, PhD, Assistant Professor
Faculty of Economists, University of Tuzla
e-mail: beriz.civic@untz.ba

SUMMARY

Duty to inform is one of the basic instruments of consumer protection (protection of users of financial services), which is especially important when it comes to complex and long-term financial services contracts. The purpose of pre-contractual information is to balance as much as possible the relationship between financial institutions and users in terms of understanding financial services, then empowering users in order to be able to make a responsible financial decision. However, it is realistic to expect from the average user of financial services that many pieces of information, due to their complexity, are very difficult to understand because they require the necessary legal and economic knowledge. Users of financial services are thus more vulnerable and exposed to greater risks than consumers in other segments of the final consumption market, so the question arises as to how effective pre-contractual information is as an effective instrument for protecting users of financial services. In this paper, the authors analyze certain aspects of the duty to inform, limitations and the consumer decision-making process. The aim of the research is: to determine the number of offers that users collect when deciding on the use of financial services, to analyze the presence of difficulties/limitations in collecting information on financial services, to consider the presence of complaints regarding problems in pre-contractual information process, determine the average ratings of clarity/understanding of certain information in pre-contractual information and determine the average rating of respondents' trust in financial institutions.

Keywords: consumers of financial services, financial services, pre-contractual information, consumer's decision process, consumer satisfaction