

Национална среща-дискусия по проблемите на финансовия маркетинг

ДИСТАНЦИОННАТА ПРОДАЖБА НА ФИНАНСОВИ УСЛУГИ Е СЕРИОЗНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО

● До края на 2006 г. Народното събрание трябва да приеме съответния закон

На 13 октомври т. г. в столичния хотел „Централ“ се проведе среща-дискусия на тема „Финансов маркетинг - международни практики и развитие“, организирана от Българската асоциация по маркетинг и сп. „Банки Инвестиции Пари“.

На форума бяха обсъдени практическите аспекти в развитието на финансовия маркетинг в България и бяха изложени международните практики, допринасящи за успешното развитие на финансовия ни пазар. Акценти в дискусията бяха поставени върху директните продажби на банкови и застрахователни услуги и върху ефективното комбиниране и предлагане на финансови продукти, като се обсъдиха и практически казуси.

Лектори бяха водещи експерти от БНБ, МИЕ, Българската асоциация по маркетинг, търговски банки, както и уважавани специалисти и практики от финансовия сектор.

Присъстваха представители на маркетинг отделите на финансови институции, кредитни консултанти и посредници, застрахователни брокери.

Основните теми, разисквани на форума, бяха „Европейското законодателство за защита на потребителите при предлагането на финансови услуги от разстояние и неговото въвеждане в България“ (**Емил Алексиев**, директор на Дирекция „Защита на потребителите“ - МИЕ), „Дистанционна търговия с потребителски небанкови услуги и регламентацията ѝ в българското законодателство“ (доц. д-р **Християн Танушев**, преподавател в УНСС), „Финансов маркетинг - международни практики“ (**Алеш Оражем** - „КД Инвестмънтс ЕАД“), „Онлайн маркетинг на финансови продукти. Най-добри практики“ (**Камен Кънев** - оперативен директор на финансовия сайт „Моите пари“), „Ефектът от комбинирането на финансови продукти и тяхното предлагане“ (**Наталия Стоянова**, завеждащ сектор в отдел „Корпоративни клиенти - големи фирми“ в „Райфайзенбанк“), „Модерни тенденции и подходи в маркетинга на банкови услуги“ (**Кирил Маджаров**, маркетинг мениджър в HVB Biochim and Hebras Bank).

На форума стана ясно, че финансовите институции (най-общо казано), техните клиенти и надзорните и регулаторните органи у нас ще бъдат поставени пред нови и сериозни предизвикателства. Предстои да бъде приет (и то задължително до края на 2006 г.) Закон за предоставяне на финансови услуги от разстояние. Законопро-

ето между институциите, защитаващи правата и интересите на потребителите, в страните от ЕС).

Участниците в семинара бяха запознати със строгите изисквания на европейската директива по отношение на информацията, която търговците (доставчиците) са длъжни да предоставят на своите клиенти преди сключването на договора, както и по време на неговото действие. Един от възловите моменти тук е правото на потребителя на отказ от сделката в случаите, когато в разумен интервал от време прецени, че услугата вече е нежелана от него или че не би искал да сключи съответния финансов договор. (В правилото за право на отказ от договора са предвидени и изключенията - те са свързани преди всичко с онези финансови инструменти, чиито цени варират в резултат на промените на цените на пазарите, с някои краткосрочни застраховки и други).

Когато има отказ от

трябва да се има предвид, че става дума за продажби от разстояние и няма пряко взаимодействие между двете страни - гоставчик и клиент).

Особено важно е това съгласие по отношение на договори, които се подновяват, като застраховка „Каско“ или „Гражданска отговорност“, подчерта един от лекторите - доц. д-р Танушев.

Потребителят трябва също така да бъде достатъчно добре информиран относно наличието на извънсудбни спорове за разрешаване на спорове.

Директивата формулира и средствата за дистанционни продажби на финансови услуги - чрез телефон, факс, по електронен път и Интернет.

Формулирани са няколко типа информация във връзка с регулирането по отношение на предварителното разкриване: за доставчика, за финансовата услуга, за самия договор и за спорове и компенсации. Последният тип проблематика - за спо-

у нас, регламентирано е мълчаливото подновяване на договора и т. н.

Темата за дистанционните продажби засяга пряко и застраховането, и пенсионното и здравното осигуряване, тъй като вече и у нас някои продукти се предлагат чрез Интернет или чрез специализирани центрове за продажба.

В обобщение главните изисквания на директивата се отнасят до предварителната информация (преддоговорна), допълнителната информация, правото на отказ от договор и различните видове нежелани контакти. Целта е единният европейски финансов пазар да достигне резултатите, които постига американският финансов пазар. Затова и усилията ни трябва да бъдат насочени към повишаване на конкурентоспособността на българския финансов пазар. Това изисква и много работа по отношение на спечелването на доверието на потребителите към продажби от разстояние.

След влизането на България в ЕС много от реалностите ще се променят. Напълно е възможно у нас да навлезе по-атрактивен или въздействащ външен маркетинг, който ще се опита да постигне по-добри резултати в сравнение с българските доставчици. Досегашният опит показва, че точно това се е случило на всички финансови пазари след присъединяването на отделните държави към ЕС. Тогава е възможно да се наблюдават както предпочитания към националните финансови институции, така и обратният процес - нагласа да се търсят продукти, обявени за „нови“, „чуждестранни“, „посигурни“, подчерта в експозето си проф. Веселин Благоев - председател на Българската асоциация по маркетинг. Именно от тази гледна точка е важно изучаването на процесите, които предопределят интереса на потребителите.

ровете и компенсациите - е изключително слабо засегнат в българското законодателство, изтъкна доц. д-р Танушев в експозето си.

Предвидена е изрична забрана за предоставяне на непоискани услуги (изпращане на търговски съобщения по телефон например), което сега е честа практика



договор, възниква проблемът кой трябва да поеме разходите по неговото прекратяване. Например в областта на застраховането, когато бъде прекратен даден договор по застраховка „Каско“, дължи ли клиентът някаква сума, като се има предвид, че в рамките на законоустановения 14-дневен срок застрахователят е носел съответния риск.

Според директивата съгласието на потребителя трябва да бъде изразено ясно и категорично, т. е. по безусловен начин да се потвърждава фактът, че сделката интересува клиента. (Все пак

ектът е приет от Министерския съвет на 29 септември т. г. и е внесен за разглеждане в Икономическата комисия към Народното събрание на 5 октомври т. г. Проектът изцяло е съобразен с действащото в страните от Европейския съюз законодателство и транспонира Директива 2002/65 на ЕС, посветена на предоставянето на финансови услуги от разстояние. Директивата обхваща изключително широка сфера от дейности и услуги - инвестиционните дружества, лизинговите схеми, управляващите дружества, задължителните и доброволните пенсионни фондове, емитентите, ако предлагат директно ценните си книжа, и т. н.

Същевременно новоприятият Регламент №2006 от 2004 г. ще влезе в сила в рамките на Европейския съюз на 27 декември 2006 г. Тъй като България ще стане член на ЕС на 1 януари 2007 г., този регламент автоматично ще започне да важи и за нашата страна - нещо, което доста ще затрудни българската администрация. (Регламентът се отнася до взаимодействи-

СЛАВИМИР ГЕНЧЕВ



БЪЛГАРСКИ ИМОТИ

ВАЖНО!

Уважаеми колеги
и клиенти,

Централният офис
на Застрахователни
компаниии ЗК
и ЖЗК „Български имоти“ АД



Група **WIENER
STÄDTISCHE**

Новото ни местонахождение е на:

улица: „Балша“, бл. № 8
квартал: „Иван Вазов“
П.К.: 1408 София
телефон: 02/915 8787
факс: 02/915 8798
e-mail: office@bulgarskiimoti.bg