

АНАЛИЗ ЗА УДОВЛЕТВОРЕНОСТТА И ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ ПРЕДПОЧИТАНИЯ В НЕБАНКОВИЯ ФИНАНСОВ СЕКТОР

СЪДЪРЖАНИЕ

I. ВЪВЕДЕНИЕ

1. Обхват на проучването
2. Цел на проучването
3. Метод за обратна връзка

II. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

1. Обща част
2. Анализ на резултатите относно удовлетвореността и продуктите предпочитания:
 - 2.1. Капиталов сектор
 - 2.2. Застрахователен сектор
 - 2.3. Сектор на допълнителното пенсионно осигуряване
 - 2.4. Обратна връзка от потребителите
3. Анализ на резултатите относно използваемостта на дигиталните канали и продукти, свързани с устойчивост, по сектори:
 - 3.1. Капиталов сектор
 - 3.2. Застрахователен сектор
 - 3.3. Сектор на допълнителното пенсионно осигуряване

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СЪКРАЩЕНИЯ:

КФН, Комисията	Комисия за финансов надзор
КИ	кредитна институция
ИП	инвестиционен посредник
АИФ	алтернативни инвестиционни фондове
КИС	колективна инвестиционна схема
НИФ	национални инвестиционни фондове
УПФ	универсален пенсионен фонд
ППФ	професионален пенсионен фонд
ДПФ	доброволен пенсионен фонд
МПС	моторно превозно средство
ДДПО	допълнително доброволно пенсионно осигуряване
ИИ	изкуствен интелект

I. Въведение

1. Обхват на проучването

В периода 03 септември - 03 ноември 2024 г., КФН проведе проучване за удовлетвореността на потребителите и техните предпочитания в небанковия финансов сектор. Проучването бе анонсирано на сайта и дигиталните канали на Комисията, и насочено за доброволно участие към потребителите на застрахователни услуги, участниците на капиталовия пазар и потребителите на услуги в допълнителното пенсионно осигуряване.

2. Цел

Установяване нивото на удовлетвореност на потребителите и анализиране на предпочитанията им за инвестиционни, застрахователни и осигурителни продукти и услуги са в основата на един ползотворен неформален диалог между КФН, като надзорен орган на небанковия финансов сектор, и потребителите, целящ идентифициране на положителни нагласи сред обществото, степен на удовлетвореност, съответно причини за неудовлетвореност, в т.ч. и от дейността на КФН.

Събраната информация от проучването е предпоставка за набелязване на действия за усъвършенстване ролята на КФН като орган пряко ангажиран със защитата на потребителите в капиталовия, застрахователния и сектора на допълнителното пенсионно осигуряване, както и за обследване на потребността от законодателни промени, при необходимост.

3. Използван метод за обратна връзка от потребителите

Проучването за потребителската удовлетвореност и предпочитания в небанковия финансов сектор бе публикувано на официалния сайт и LinkedIn профила на КФН, както и в някои медии, вкл. разпространено сред поднадзорните лица.

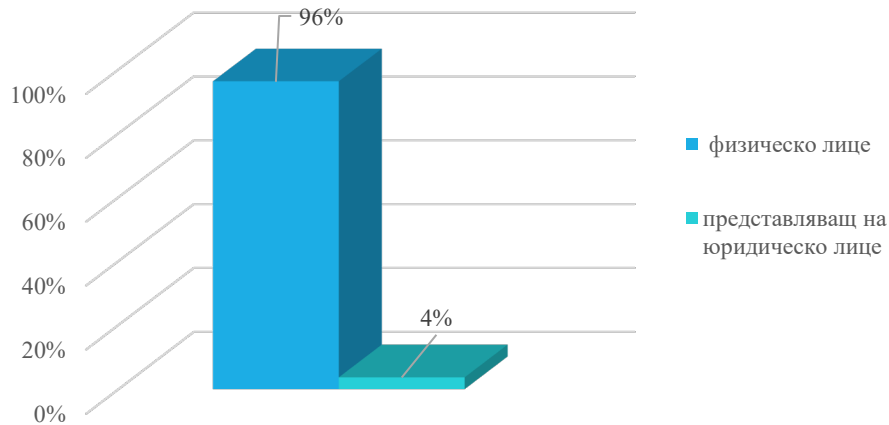
II. Анализ на резултатите

1. Обща част

В проучването взеха участие 271 потребители на небанкови финансови услуги, като 96% (261) от тях са физически лица, а 4% (10) са представляващи на юридически лица. (Фиг. 1)

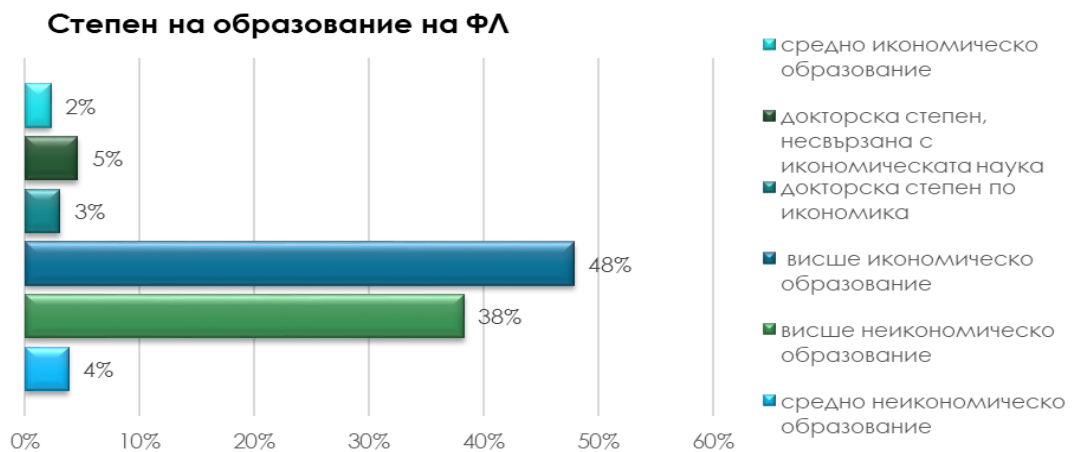
Извадката е представителна за настоящия анализ.

Попълват анкетата в качеството ви на



Фигура 1

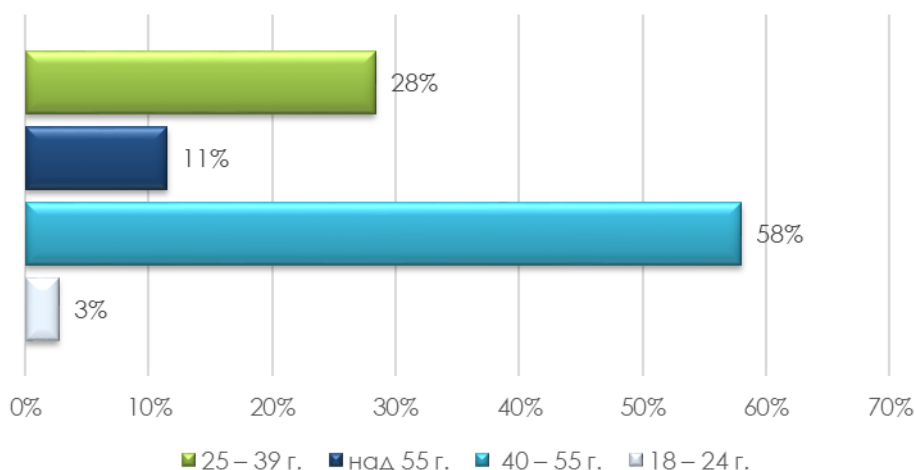
Най-голям интерес към проучването проявяват физически лица с висше образование – 86%, от които с икономическо са 48% и 38% с висше неикономическо образование. Доста ниска заинтересованост демонстрират потребителите със средно образование, както и тези с докторска степен. (Фиг.2)



Фигура 2

Над половината, 58% от участниците в проучването, са в зряла възраст между 40 и 55 г., 28% са между 25 и 39 г., 11% са над 55 годишна възраст и едва 3% са между 18 и 24 години. (Фиг. 3)

Възраст на участниците в анкетата



Фигура 3

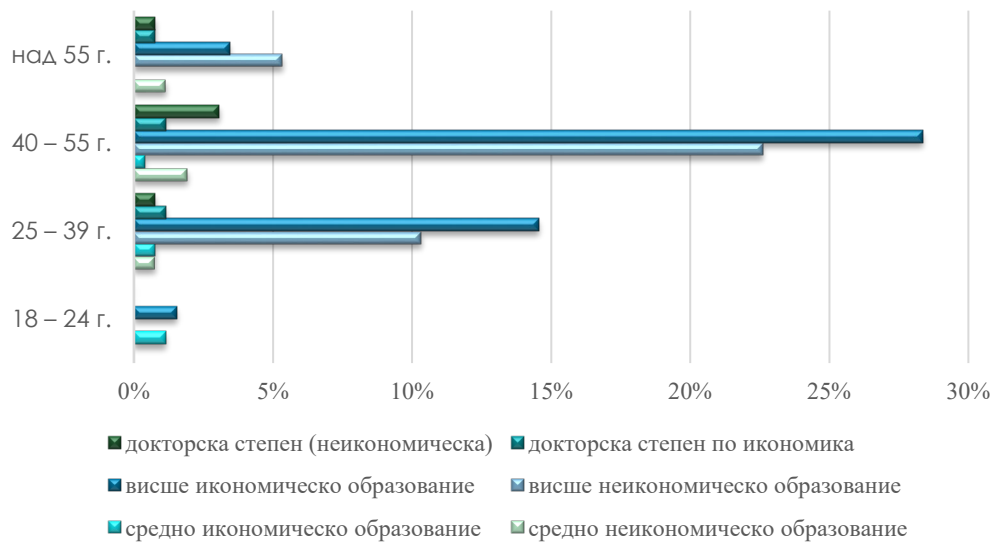
Повечето от услугите в небанковия финансов сектор са с доброволен характер и изискват осъзната полза от използването им. Изключение правят задължителните услуги като застраховка „Гражданска отговорност“ на автомобилистите (Гражданска отговорност), осигуряването в допълнителното задължително пенсионно осигуряване и др.

Очаквано, по-малко млади хора имат твърдо формирано мнение относно полезността на тези продукти и услуги, за да преценят доколко са удовлетворени от тяхното използване.

Мерки, предприети от КФН: Поради тази причина, КФН организира ежегодни обучителни семинари/ уебинари сред подрастващите. Финансовата грамотност на потребителя е в основата за вземане на информирано решение при избора на продукт и услуга, което пък оказва последващо влияние при степента на удовлетвореност от продукта/ услугата. Потребителят трябва да определи своите нужди от конкретен продукт, да се запознае със спецификите на продукта, с правата и задълженията си при използването му и едва тогава, на база преживяването от използването на продукта или услугата, да определи нивото си на удовлетвореност.

Най-голям дял в проучването са взели потребители със степен на образование висше, във възрастова граница между 25 и 55 г. (Фиг. 4)

Възраст_степен на образование



Фигура 4

Данните показват, че 83% от участниците в проучването са с местожителство (адрес на управление за ЮЛ) в големите градове в България - София, Пловдив, Варна и Бургас, 11% са от друг областен град и 6% са от по-малко населено място.

2. Анализ на резултатите относно удовлетвореността и продуктите предпочитания по сектори:

2.1. Капиталов сектор

В проучването, 66% от потребителите заявяват, че използват инвестиционни услуги, 7% са ползвали в миналото, а 27% не са използвали никога. (Фиг. 5)



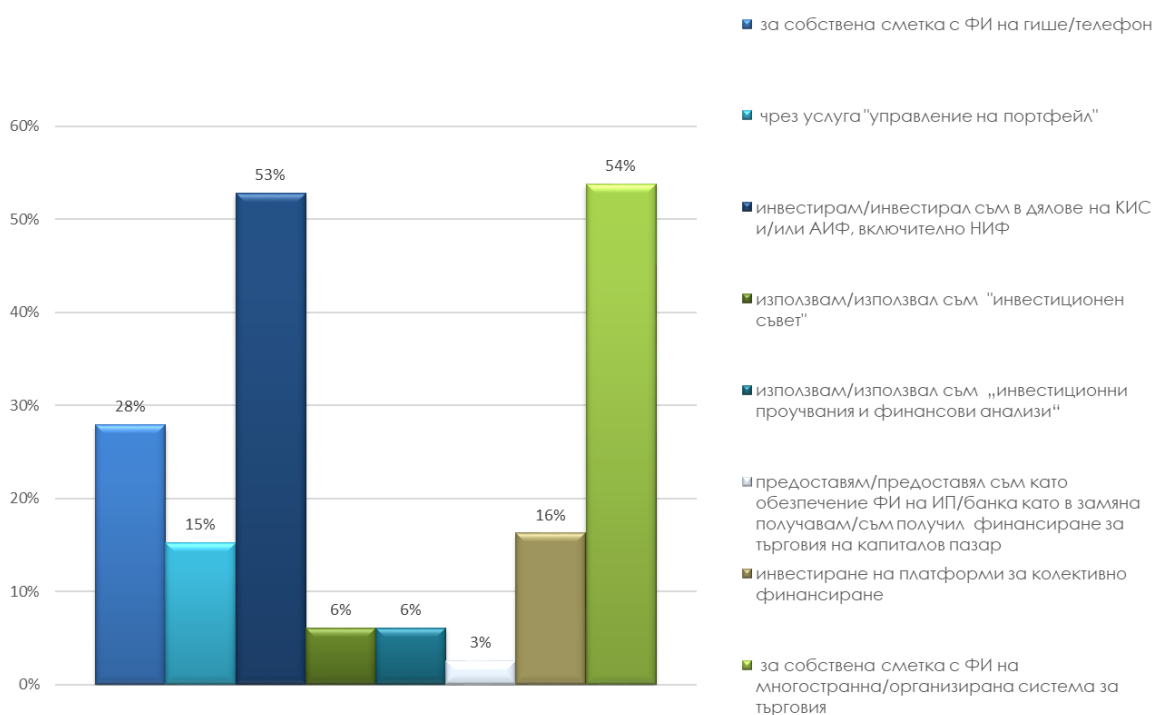
Фигура 5

Стремежът за увеличаване активността на потребителите на капиталовия пазар е една от целите на държавите-членки на Европейския съюз (ЕС), което има пряко отношение към повишаването на финансовата грамотност сред населението. Високият резултат, че 66% от участниците в проучването ползват инвестиционни продукти и услуги, е обнадеждаващ за постигане на целта за развитие на капиталовия пазар в България. За това допринася и фактът, че с най-голям дял в проучването са потребители на възраст 25-55 г., с висше образование.

Мерки, предприети от КФН: За привличане на бъдещи инвеститори и повишаване интереса на всички целеви групи потребители към възможностите, които предлага инвестиционния сектор, КФН и всички институции, ангажирани с повишаването на финансовата грамотност в България, работят в посока към повишаване финансовата култура и образование на подрастващото поколение, както и на хората над 55 години, с цел постигане на по-добър стандарт на живот и управление на личните им средства и спестявания. От особено значение е съсредоточаването на усилията за разясняване как функционира капиталовия пазар, продуктите и услугите, които се предлагат и възможностите за потребителите за увеличаване на доходите и спестяванията им, рискът който могат да понесат, тъй като за разлика от застрахователния и сектора на допълнителното пенсионно осигуряване, в капиталовия сектор няма задължителни продукти/ услуги, и участието е изцяло доброволно.

Над половината, 54% от потребителите, предпочитат да инвестират за собствена сметка на многостранна/ организирана система за търговия, а 53% в дялове на колективни инвестиционни схеми (КИС), и/ или алтернативни инвестиционни фондове (АИФ), включително национални инвестиционни фондове. От ползвателите на инвестиционни услуги, 28% посочват, че инвестират за собствена сметка във финансови инструменти на гише/ телефон, 16% - инвестират на платформи за колективно финансиране, а 15% - чрез услуга „управление на портфейл“. (Фиг. 6)

Как търгувате/инвестирате?



Фигура 6

* Въпросът предоставя възможност за отбелязване на повече от един отговор

Анализът на предпочитанията на потребителите спрямо тяхната възраст показва, че:

Възрастова група 18-24 г. – с най-голям дял са търгуващите за собствена сметка на многостранна/организирана система за търговия – 33%; 22% са търгуващите за собствена сметка на гише/ телефон и 22% инвестират в дялове на КИС и/ или АИФ, включително НИФ.

Възрастова група 25-39 г. – най-много инвестират в дялове на КИС и/ или АИФ, включително НИФ – 30%; 26% търгуват за собствена сметка с ФИ на многостранна/ организирана система за търговия; 14% инвестират в платформи за колективно инвестиране; 13% търгуват за собствена сметка на гише/ телефон.

Възрастова група 40-55 г. – 31% инвестират за собствена сметка на многостранна/ организирана система за търговия; 29% инвестират в дялове на КИС и/ или АИФ, включително НИФ; 16% - търгуват за собствена сметка с ФИ на гише/ телефон.

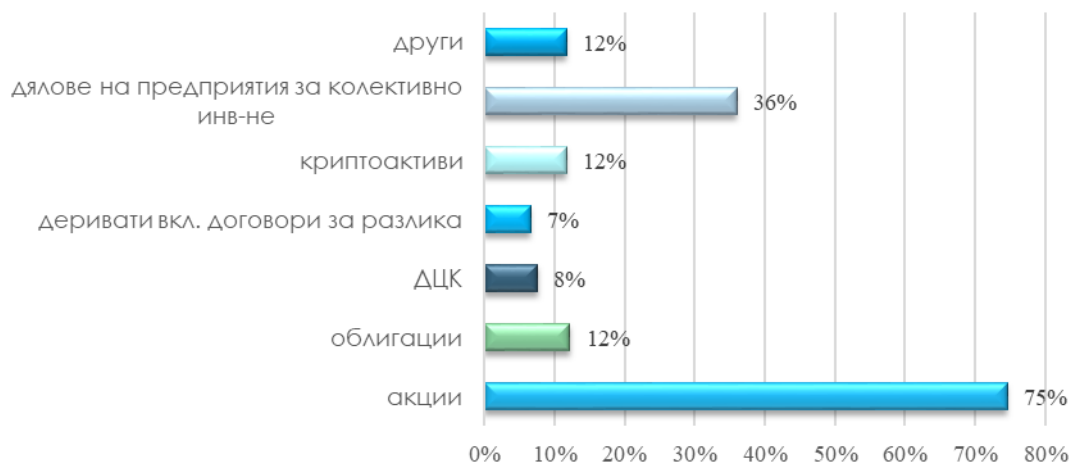
Възрастова група над 55 г. – с най-голям дял са търгуващите за собствена сметка на многостранна/ организирана система за търговия – 35%; 29% инвестират в дялове на КИС и/ или АИФ, включително НИФ; 19% - търгуват за собствена сметка на гише/ телефон.

При представляващите на юридически лица, с най-голям дял са търгуващите на многостранна/ организирана система за търговия – 30% и инвестиращите в дялове на КИС и/ или АИФ, включително НИФ – 30%; 20% са търгуващите за собствена сметка на гише/ телефон.

Данните от анализа показват, че инвеститорите най-рядко прибегват до „инвестиционни проучвания и финансови анализи“, „инвестиционни съвети“, както и услуги по „предоставянето като обезпечение на ФИ от ИП/ банка, като в замяна се получава финансиране за търговия на капиталов пазар“.

Най-често използваният финансов инструмент са акциите – при 75% от участниците, 36% инвестират в дялове на предприятия за колективно инвестиране (договорни фондове, борсово-търгувани фондове, алтернативни инвестиционни фондове, включително национални инвестиционни фондове), 12% в облигации, 12% в криптоактиви, 8% в ДЦК, 7% деривати, включително договори за разлика. (Фиг. 7)

В какви финансови инструменти инвестирате предимно (над 60% от портфолиото)?



Фигура 7

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Високият процент на инвестиращите в акции е обусловен от търсенето на инструменти с по-висока доходност. Процентът на инвестиращите в дялове на КИС свидетелства за все по-голямото разпознаване на този инструмент като алтернативна възможност за по-висока доходност и с предимство за хеджиране на риска. Ниските проценти на инвестиращите в криптоактиви и деривати са резултат от нагласата на българския инвеститор да поема по-нисък риск и ориентация към стратегии за постигане на дългосрочни инвестиционни цели и сигурни спестявания.

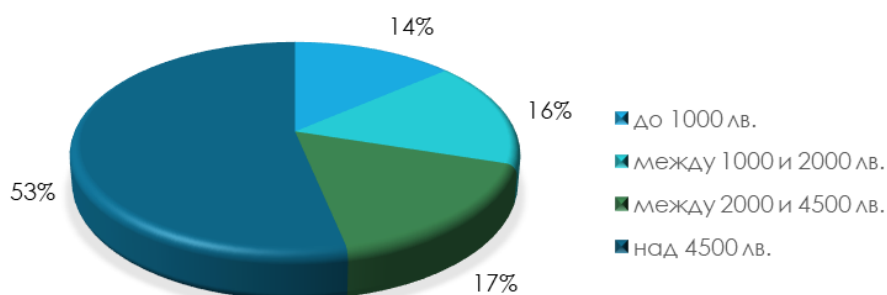
Новите Европейски регулации, в сила от началото на 2025 г. (Регламент (ЕС) 2023/1114 на Европейския парламент и на съвета от 31 май 2023 г. относно

пазарите на криптоактиви – MiCA), очакванията на потребителите за регулиране на пазарите на криптоактиви и за повишаване на защитата им на тези пазари, са предпоставка за очаквано нарастване делът на инвестиращите в този инструмент в бъдеще.

⚠ Предупреждение: Следва да се обърне внимание, че въпреки навлизащите нови регулации, криптоактивите остават високо рискови, предвид технологията на която са базирани, и са силно волатилен финансов продукт.

Над половината, 53% от участниците в проучването и използващи инвестиционни услуги, инвестират суми над 4 500 лв. годишно, 17% - между 2 000 и 4 500 лв., 16% - между 1 000 и 2 000 лв. и 14% - до 1 000 лв. (Фиг. 8)

РАЗМЕР НА ГОДИШНО ИНВЕСТИРАНАТА СУМА

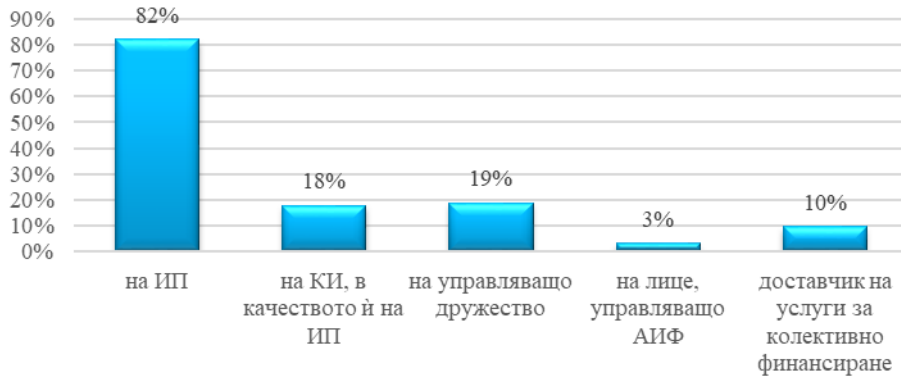


Фигура 8

Експерти в областта споделят, че е приемливо, потребителите да отделят минимум 20% от нетния месечен доход за инвестиции.

Най-често инвестиращите на капиталовия пазар ползват услугите на инвестиционен посредник - 82%, 19% - на управляващо дружество, 18% на кредитна институция, в качеството ѝ на инвестиционен посредник, 10% на доставчици на услуги за колективно финансиране и 3% на лице, управляващо алтернативен инвестиционен фонд. (Фиг. 9)

Чи услуги използвате/сте използвали, за да инвестирате на капиталовия пазар?

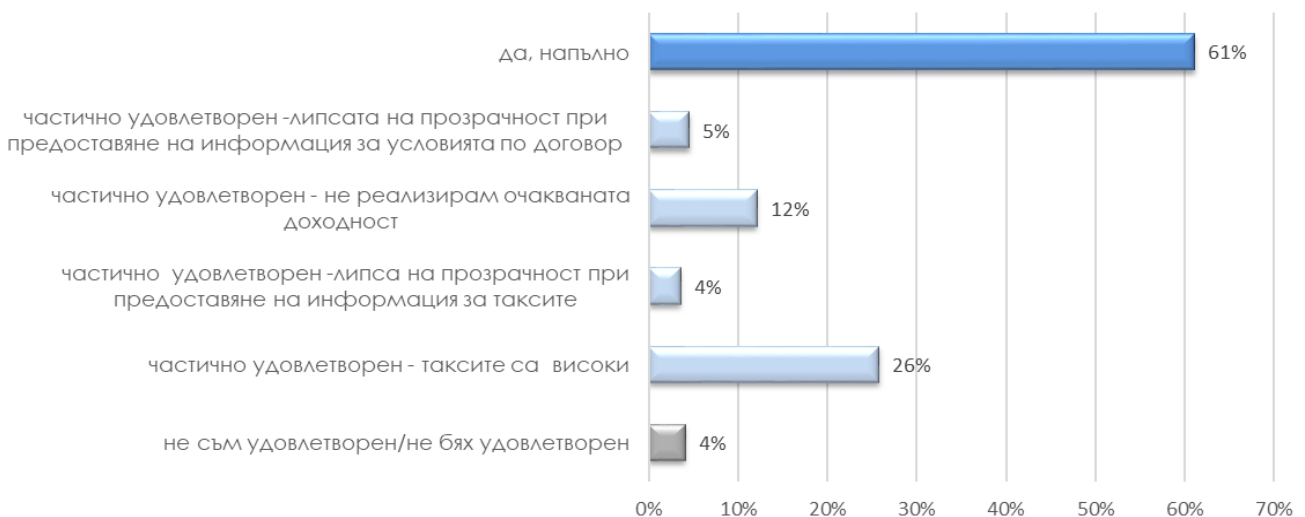


Фигура 9

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

За отбелязване е значителният процент на удовлетвореност на потребителите от предоставяните инвестиционни услуги. Повече от половината, 61% от участници в проучването, използващи инвестиционни услуги, заявяват, че са напълно удовлетворени от тях, а едва 4% не са удовлетворени. Останалите са частично удовлетворени, като посочват различни причини: липсата на прозрачност при предоставяне на информация за условията по договор – 5%, неудовлетвореност от реализираната доходност – 12%, липсата на прозрачност при предоставяне на информация за таксите – 4% или високите такси – 26%. (Фиг. 10)

Удовлетворени ли сте/бяхте ли удовлетворени от предоставените Ви инвестиционни услуги?



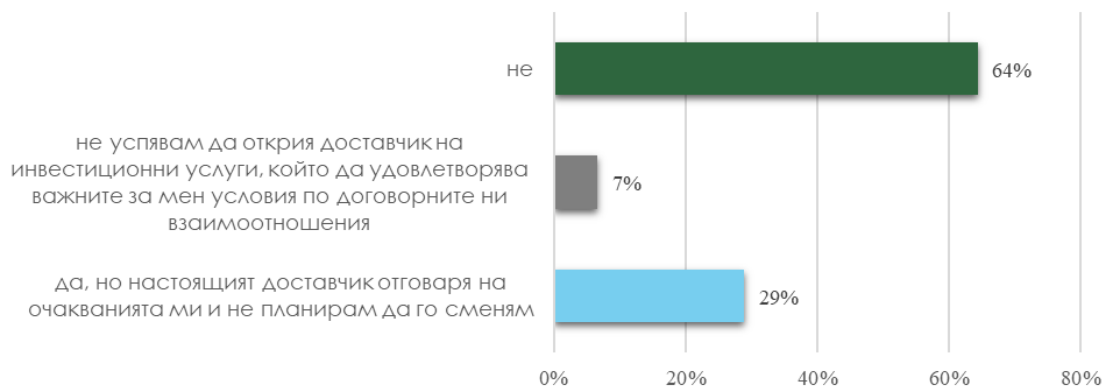
Фигура 10

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Въпросът за смяна на доставчика на инвестиционни услуги е пряко свързан с удовлетвореността от използваните инвестиционни услуги. Видно от отговорите на предходния въпрос (Фиг. 10), най-голям процент от потребителите, изразили частична удовлетвореност, посочват високите такси като причина – 26%. Това е и една от основните причини за смяна на доставчикът на инвестиционни услуги.

Резултатите, че около 64% са потребителите, които не са сменяли доставчика си на инвестиционни услуги, а 29% са тези на които се е налагало да го сменят, но към момента са доволни от настоящия, показват високата удовлетвореност от предоставяните инвестиционни услуги.

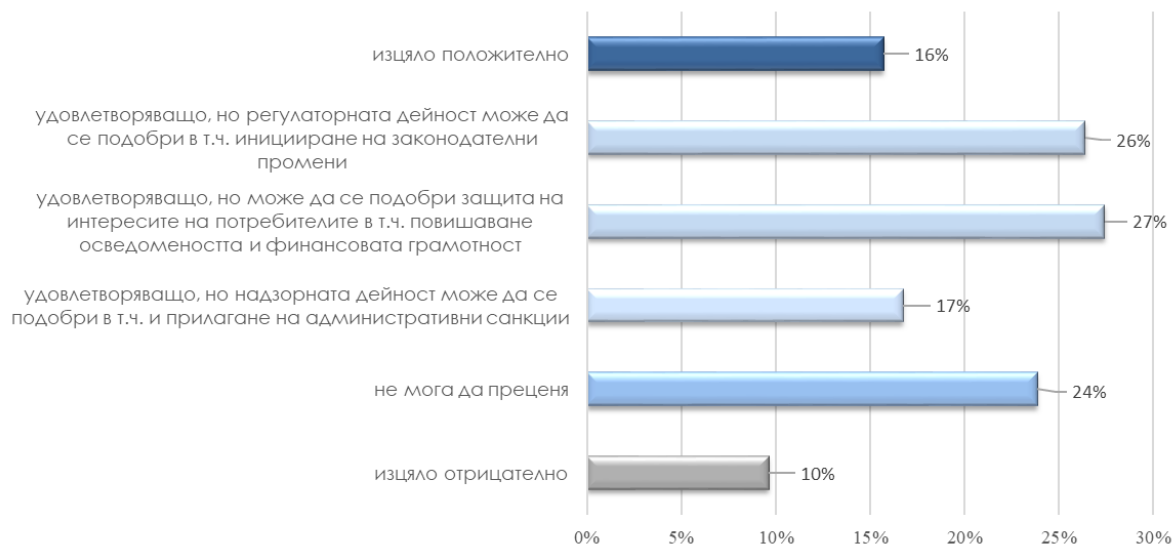
Сменяли ли сте си доставчика на инвестиционни услуги?



Фигура 11

Относно мнението на потребителите за осъществяваната от КФН регулаторна и надзорна дейност е видно, че повече от половина изразяват удовлетвореност, като 16% са изцяло удовлетворени, 26% са удовлетворени, но отправят препоръки за законодателни промени, 27% - за подобряване защитата на потребителите, финансовата грамотност и осведоменост, 17% - за подобряване на надзорната дейност, вкл. прилагане на административни санкции, 24% от потребителите не могат да преценят дали са удовлетворени от регулатора, а 10% - не са удовлетворени, (Фиг. 12)

Какво е мнението Ви за осъществяваната от КФН регулаторна и надзорна дейност по отношение на капиталовия пазар?



Фигура 12

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

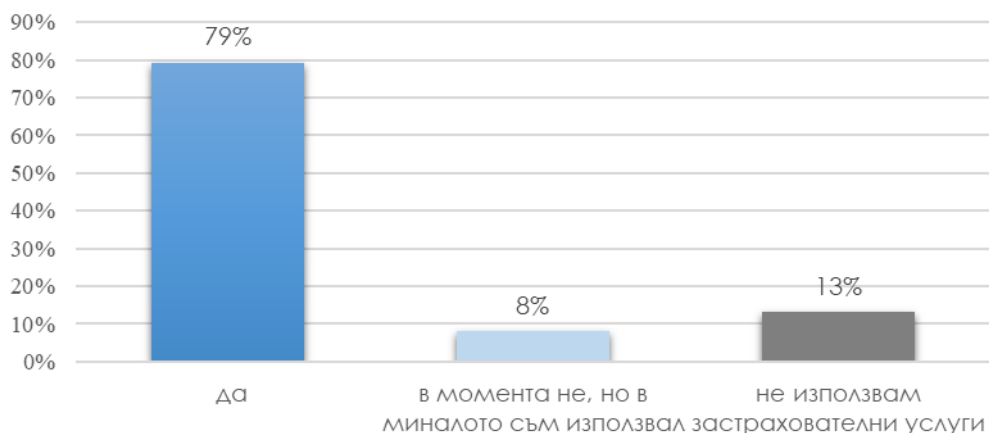
Разбираемо е потребителите да очакват промени от регулатора относно исканията за защита на интересите им, законодателни промени и предприемането на инициативи за повишаване на финансовата грамотност. Все по-бързо развиващите се иновации на капиталовия пазар, създаването на дигитални финансови продукти и услуги са предизвикателство, както за потребителя, така и за регулатора.

Мерки, предприети от КФН: Ежегодно КФН организира кампании, насочени към различни целеви групи за информирание и защита на техните права. Периодично, КФН публикува на сайта си информационни материали и видеа за запознаване на потребителите с начините за безопасно инвестиране. Нещо повече, специално за тази цел КФН създаде и сайта #Инвестирай безопасно, с актуални видеа и полезна за инвеститорите информация.

2.2. Застрахователен сектор

От участниците в проучването, 79% заявяват, че използват застрахователни услуги, 8% са използвали в миналото, а 13% не използват. (Фиг. 13)

Използвате ли/използвали ли сте застрахователни услуги?



Фигура 13

Предвид задължителния характер на някои застрахователни продукти, като застраховката „Гражданска отговорност“, е обясним високият процент участници заявили, че използват застрахователни услуги. Задължителният характер на някои от тези продукти обуславя и високия дял на видовете използвани застрахователни продукти.

Очаквано, 85% от участниците използващи/ или използвали застрахователни продукти посочват, че имат сключен договор за застраховка „Гражданска отговорност“ или са имали в миналото (Фиг.14). Видно от данните, въпреки че застраховката „Сухопътни превозни средства (без релсови превозни средства)“ (застраховката „Автокаска“) няма задължителен характер и е на доброволен принцип, 68% заявяват, че използват или са използвали в миналото този вид застраховка. Прави впечатление и високият процент заявили, че са ползвали застраховка за недвижим имот (имуществена застраховка) и застраховка при пътуване в чужбина, съответно 74% и 75%. Здравна застраховка имат или са имали 55%, 42% заявяват използването на Застраховка „Живот“, а 9% отбелязват, че ползват/ са използвали друг вид застраховка.

Предвид високият процент на ползвачи застраховки за недвижим имот е направен детайлен анализ на данните от проучването, който установи, че 83% от ползвателите на застраховка за недвижим имот (имуществена застраховка) са с местожителство София, Пловдив, Варна и Бургас.

Следва да се отбележи също, че голяма част от жилищата в тези градове се придобиват с банков кредит, където задължително се изисква сключването на застраховка на ипотекирания имот. От значение за удовлетвореността и предпочитанията на потребителите е обратната връзка от ползващите застраховка на недвижим имот по собствена инициатива, без да е задължително условие за ипотечен кредит.

Високият процент на ползващите застраховка „Пътуване в чужбина“ е обясним, т.к. броят на пътуващите постоянно нараства, а с това и застрахователната им култура да осигурят защита и спокойствие по време на планираните си почивки/ бизнес пътувания.

Какви застрахователни продукти използвате/сте използвали?



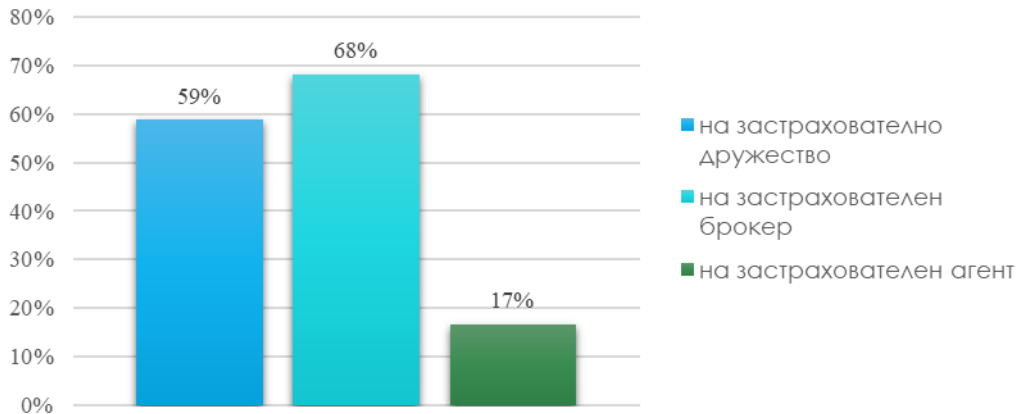
Фигура 14

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Отговорите на ползващите застраховка „Професионална отговорност“ не се включват в графиката, тъй като застрахователният договор се сключва от работодателя. Анализирани са само отговорите, предоставени от представляващи на ЮЛ, които показват, че 33% ползват или са използвали този продукт. Следва да се има предвид и че за някои професии и дейности по силата на действащото законодателство, задължително се изисква сключването на застраховка "Професионална отговорност".

Предпочитанията на потребителите за избор на доставчик на застрахователни услуги са представени на Фиг. 15. Най-много потребители предпочитат да използват услугите на застрахователен брокер – 68%, 59% - на застрахователно дружество, а едва 17% - на застрахователен агент.

Чи услуги използвате/сте използвали, при необходимост от застрахователни услуги?

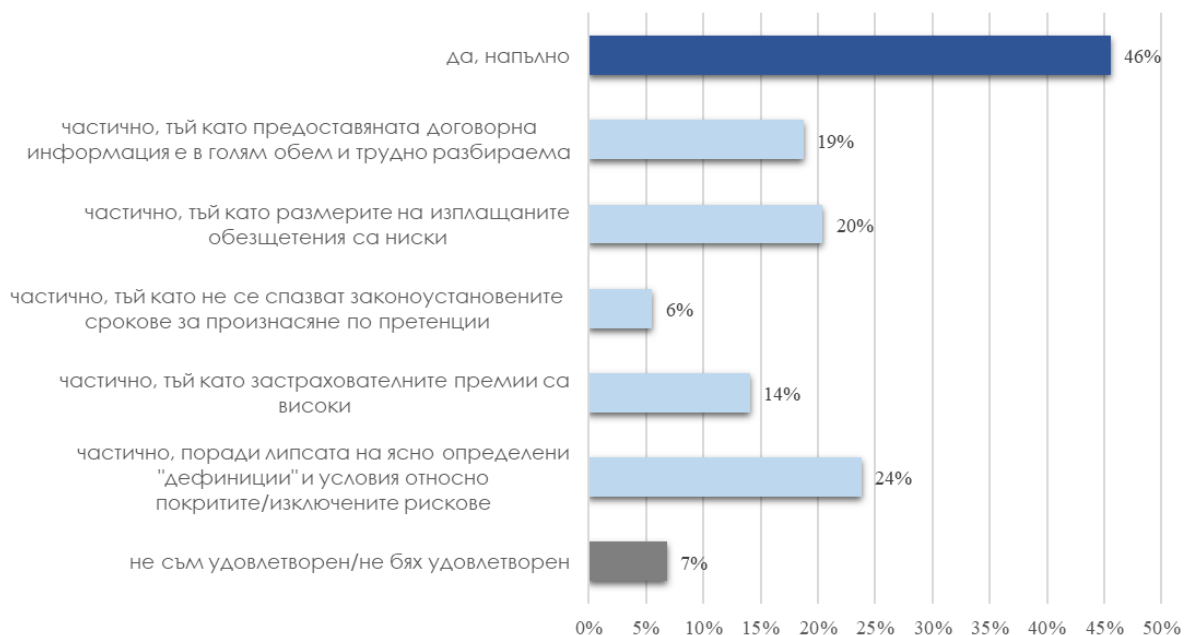


Фигура 15

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Удовлетвореността на потребителите на застрахователни услуги е висока, като 46% изразяват пълна удовлетвореност, 24% - частична, поради неясно определените „дефиниции“ и условия за покритите/ изключените рискове, 20% са частично удовлетворени, като изразяват мнение, че изплащаните обезщетения са ниски, 19% са частично удовлетворени, поради


Удовлетворени ли сте от предоставяните услуги в застрахователния сектор?



обема и неразбирането на предоставяната информация, 14% са частично удовлетворени, заради високите премии по застрахователните полици, 6% смятат, че не се спазват законоустановените срокове по произнасяне по претенции, а 7% - не са или не са били удовлетворени. (Фиг. 16)

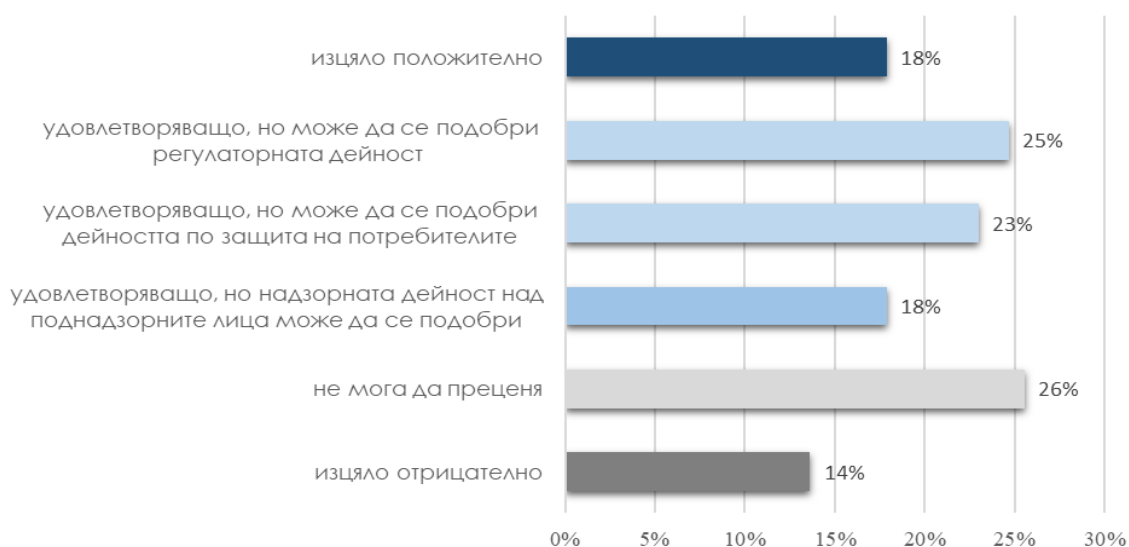
Важно е да се отбележи, че определянето на застрахователните премии следва да се основава на разумно актюерско допускане относно риска, който застрахователното дружество поема и с оглед безпроблемното изплащане на бъдещи застрахователни обезщетения по възникнали рискове. Единствено при решение на самото застрахователно дружество или по разпореждане на съда може да бъде изплатено по-високо застрахователно обезщетение.

От отговорите на въпроса дали се налага потребителят да сменя доставчика на застрахователни услуги се налага изводът, че 85% от ползвателите на застрахователни услуги към момента на проучването са доволни от доставчика си (на 56% не им се е налагало да го сменят, а 29% са го сменяли, но към момента са доволни от настоящия). Многократно са го сменяли 15% от потребителите, но не са удовлетворени от предоставяните услуги.

 **Предупреждение:** Потребителят трябва да е информиран за правата и задълженията си и да изисква от доставчика на услугата да му предостави пълна информация при закупуване на застрахователен продукт, за да може да прецени дали е подходящ за неговите нужди и цели.

Особено важна за КФН е обратната връзка за удовлетвореността на потребителите от дейността на регулатора. Повече от половината от ползвателите на застрахователни услуги изразяват удовлетвореност от дейността на Комисията, като 18% посочват, че са изцяло удовлетворени, 25% са удовлетворени, но считат, че трябва да се подобри регулаторната дейност, 23% са удовлетворени, но следва да се подобри защитата на потребителите, а 18% са категорични, че следва да се подобри надзорната дейност; 26% - не могат да преценят, а 14% са с отрицателно мнение за осъществяваната от КФН дейност. (Фиг. 17)

Какво е мнението Ви за осъществяваната от КФН регулаторна и надзорна дейност по отношение на застрахователния пазар?



Фигура 17

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

2.3. Осигурителен сектор

Над половината, 56% от участниците в проучването посочват, че използват услуги по допълнително пенсионно осигуряване, 36% - не използват, а 8% в момента не използват, но в миналото са използвали. (Фиг. 18)



Фигура 18

Допълнителното пенсионно осигуряване включва допълнително задължително пенсионно осигуряване (осигуряване в Универсален пенсионен фонд (УПФ) и професионален пенсионен фонд (ППФ)) и допълнително доброволно пенсионно осигуряване (ДДПО). Следва да се има предвид, че

осигуряването в УПФ е задължително за всички лица, родени след 31.12.1959 г. (освен ако изберат да променят осигуряването си от УПФ в държавното обществено осигуряване). Следователно, 36% от участниците в проучването са вече в пенсионна възраст, безработни или са използвали възможността за осигуряване във фонд "Пенсии" с увеличена осигурителна вноска с размера на вноската за универсален пенсионен фонд.

⚠ Предупреждение: Важно е да се отбележи, че осигуряването във фонд „Пенсии“ на държавното обществено осигуряване (ДОО) и осигуряването в УПФ са много различни по своята същност.

При държавното обществено осигуряване осигурителните вноски постъпват по обща сметка за всички лица. Внесените средства за сметка на осигуреното лице не се унаследяват и не носят доходност. Особеностите на допълнителното пенсионно осигуряване са: осигурителните вноски на лицата постъпват по индивидуални осигурителни партии, средствата се инвестират съгласно КСО в строго определени инвестиционни инструменти, натрупаните средства се унаследяват, осигуреното лице има право на еднократно или разсрочено изплащане до 50% от средствата, натрупани по индивидуалната партия, при трайно намалена работоспособност над 89.99%.

Следва да се отбележи, че лицата, които се пенсионират към настоящия момент не са се осигурявали по допълнително пенсионно осигуряване през целия си трудов стаж.

С натрупване на годините осигуряване в допълнително пенсионно осигуряване, потребителят реално може да оцени цялостният ефект от капиталовия модел на осигуряване чрез инвестиране на осигурителните вноски и постигане на доходност.

От ползващите допълнително пенсионно осигуряване, 90% се осигуряват в УПФ, 44% в ДДПО и 6% в ППФ. (Фиг. 19)

Какви продукти по допълнително пенсионно осигуряване използвате?



Фигура 19

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Резултатите са очаквани, с оглед задължителният характер на осигуряването в УПФ. Предвид че осигуряването в ППФ е задължително само за определени категории професии, е обясним и ниският процент осигурявали се в този фонд.

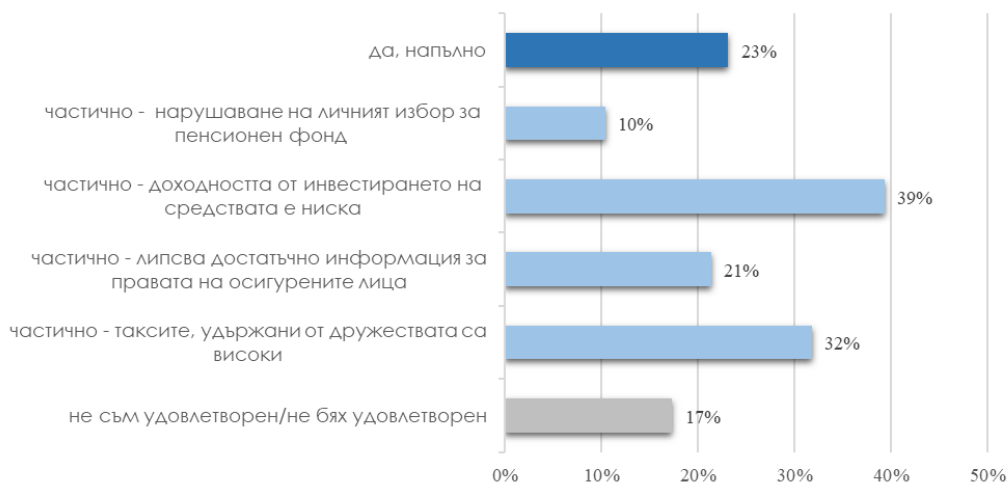
Осигуряването в ДПФ е доброволно и може да бъде за сметка на осигуреното лице или за сметка на работодател, в случай че е иницирано от него. Осигуряването в ДПФ е изключително гъвкав пенсионен продукт, който позволява заделяне на средства за следпенсионна възраст. Осигурителната вноска и честотата на заплащането ѝ са по желание на осигуреното лице, в това число и при необходимост може да се пропусне месечна вноска без да се наруши осигурителният договор.

За в бъдеще, увеличаването на броя на осигуряващите се в ДПФ ще бъде ясен знак, че обществото оценява ролята му като възможност за достигане до нормални нива на доход в следпенсионна възраст.

Удовлетвореността от предоставяните услуги в осигурителния сектор е значителна, като 23% изразяват пълна удовлетвореност, 31% са частично удовлетворени, поради високи такси на пенсионноосигурителните дружества, 21% са частично удовлетворени, заради недостатъчната информация за правата им, 39% са частично удовлетворени, заради доходността, 10% са частично удовлетворени, защото смятат, че правата им за личен избор на пенсионен фонд са нарушени, а 17% не са удовлетворени. (Фиг. 20)

Финансовите инструменти, в които пенсионните фондове могат да инвестират средствата от партидите на осигурените лица, както и количествените ограничения, са законово регламентирани с цел намаляване на инвестиционния риск. По-ниският риск предполага и относително по-ниска доходност, предвид което намаляването на таксите в допълнителното пенсионно осигуряване е възможност за увеличаване на натрупаните средства по индивидуалните партии на осигурените лица.

Удовлетворени ли сте от предоставяните услуги в осигурителния сектор?

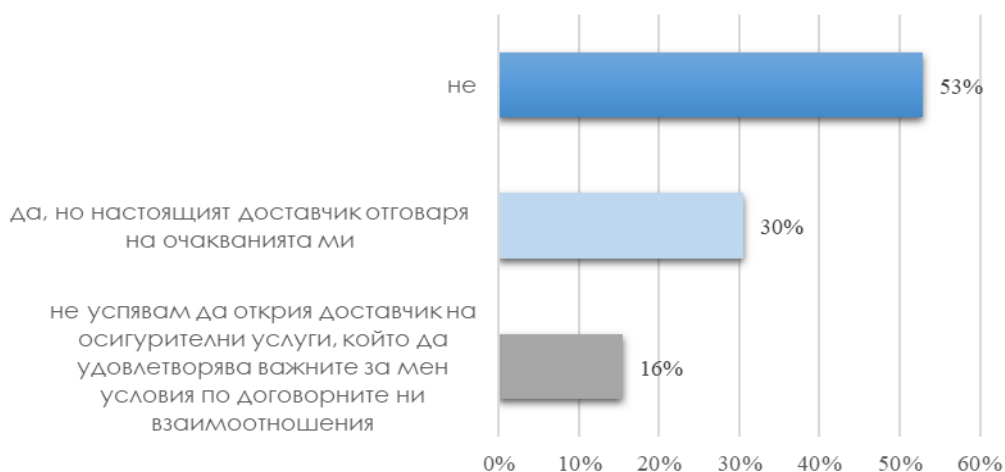


Фигура 20

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Удовлетворените от доставчика на осигурителни услуги участници в проучването са общо 83%, от които: 53% никога не са сменяли доставчика, а 30% посочват, че им се е налагало да го сменят, но към момента са доволни от настоящия. Многократно са го сменяли 16%, но така и не успяват да намерят доставчик, който да удовлетвори важните за тях условия. (Фиг. 21)

Налагало ли Ви се е да смените доставчика на пенсионноосигурителни услуги поради недовлетвореност от предлаганите Ви услуги?

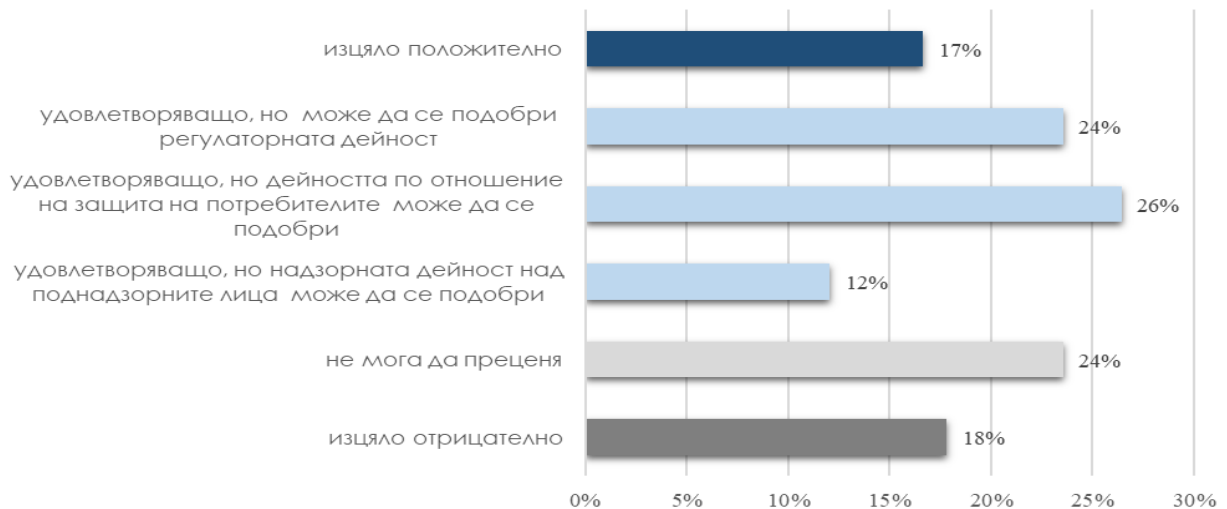


Фигура 21

Над половината от участниците в проучването, използващи осигурителни услуги, изразяват удовлетвореност от дейността на КФН, като 17% са с изцяло положително мнение, 24% са удовлетворени от дейността на КФН, но смятат,

че може да се подобри регулаторната дейност, 26% посочват, че са удовлетворени, но може да се подобри дейността по защита на потребителите, 12% са удовлетворени, но смятат, че надзора над поднадзорните лица следва да се подобри, 24% не могат да преценят дали са доволни, а 18% изразяват отрицателно мнение. (Фиг. 22)

Какво е мнението Ви за осъществяваната от КФН регулаторна и надзорна дейност по отношение на допълнителното пенсионно осигуряване?



Фигура 22

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

2.4. Обратна връзка от потребителите

Проучването предостави възможност на потребителите да изразят свободно своето мнение, да дадат конкретни препоръки по отношение на трите сектора, вкл. и за дейността на Комисията, като:

- подобряване надзора за стриктно спазване на регулациите в трите сектора;
- повишаване нивото на осведоменост на потребителите, чрез образователни инициативи/ семинари и по-голямо медийно присъствие;
- публикуване на повече информационни материали на официалната интернет страница на КФН;
- установяване на диалог за по-добро разбиране/ прилагане на нормативните разпоредби, в т.ч. и на Европейското законодателство;
- осигуряване на своевременно съдействие при жалби от потребители на небанкови финансови услуги.

Освен надзорната си дейност, една от основните цели на КФН е защитата на потребителите. В пряка връзка с удовлетвореността на потребителите е и информираността им за използваните продукти. На

електронната страница на КФН и на специално създадения от КФН сайт Твоите финанси периодично се публикуват материали, свързани със застрахователната, осигурителната и инвестиционна дейност, с цел информираност на потребителите за продуктите и услугите в небанковия финансов сектор. Във всяка образователна инициатива на КФН или в която КФН участва, се акцентира на важните детайли при използване на продуктите и услугите в небанковия финансов сектор, именно за да се повиши осведомеността на потребителите за техните права и задължения. Само при вземане на информирано решение за ползване на даден продукт/услуга, потребителят има реални очаквания, което предполага и повишаване на удовлетвореността му.

При жалба от потребител на продукт или услуга в небанковия финансов сектор, КФН изисква документи и обяснения от съответното поднадзорно лице за установяване на всички факти и обстоятелства по случая с цел защита правата на потребителя. В рамките на законовоопределените правомощия, Комисията се стреми да съдейства на потребителя за разрешаване на казуса, в случай че правата му са нарушени, или да му предостави достатъчна и допълнителна информация на какво законово основание исканията му не могат да бъдат удовлетворени. При всичко това, КФН цели запазване стабилността в небанковия финансов сектор и повишаване доверието на потребителите. Доказателство за това е стремежът на Комисията да популяризира сред потребителите и възможността за извънсъдебно решаване на спорове.

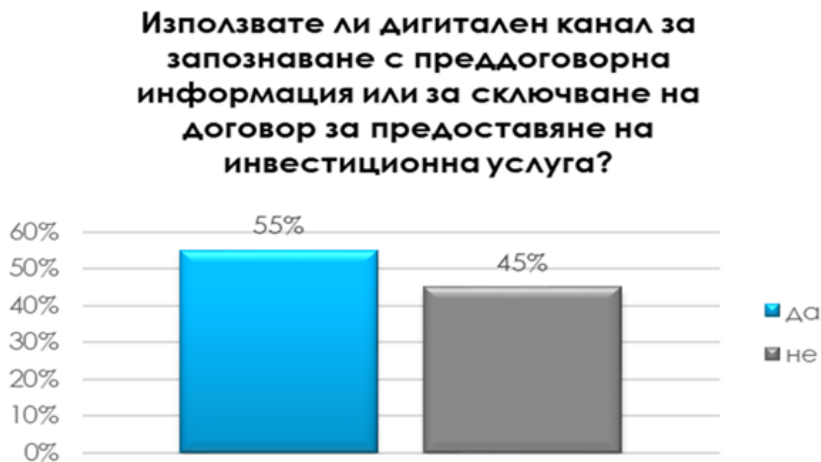
За подобряване на потребителското преживяване, Комисията създаде на официалната си интернет страница улеснен достъп до визуално адаптирани съвременни и дигитални информационни материали как жалбоподателите да разпознават поднадзорните ѝ лица, както и да използват алтернативни възможности за разрешаване на спорове чрез секторни помирителни комисии.

3. Анализ на резултатите относно използваемостта на дигиталните канали и продукти, свързани с устойчивост, по сектори

Предвид бързо навлизащите нови технологии и продукти и услуги в небанковия финансов сектор, от важно значение за регулатора е поведението на потребителите и доколко те са склонни да използват новите дигитални възможности. Наред с това обаче, потребителят трябва да е запознат и с възможните рискове от използването им.

3.1. Капиталов пазар

Видно от данните от фиг. 23, малко повече от половината потребители на инвестиционни услуги, участвали в проучването – 55% използват дигитални канали.

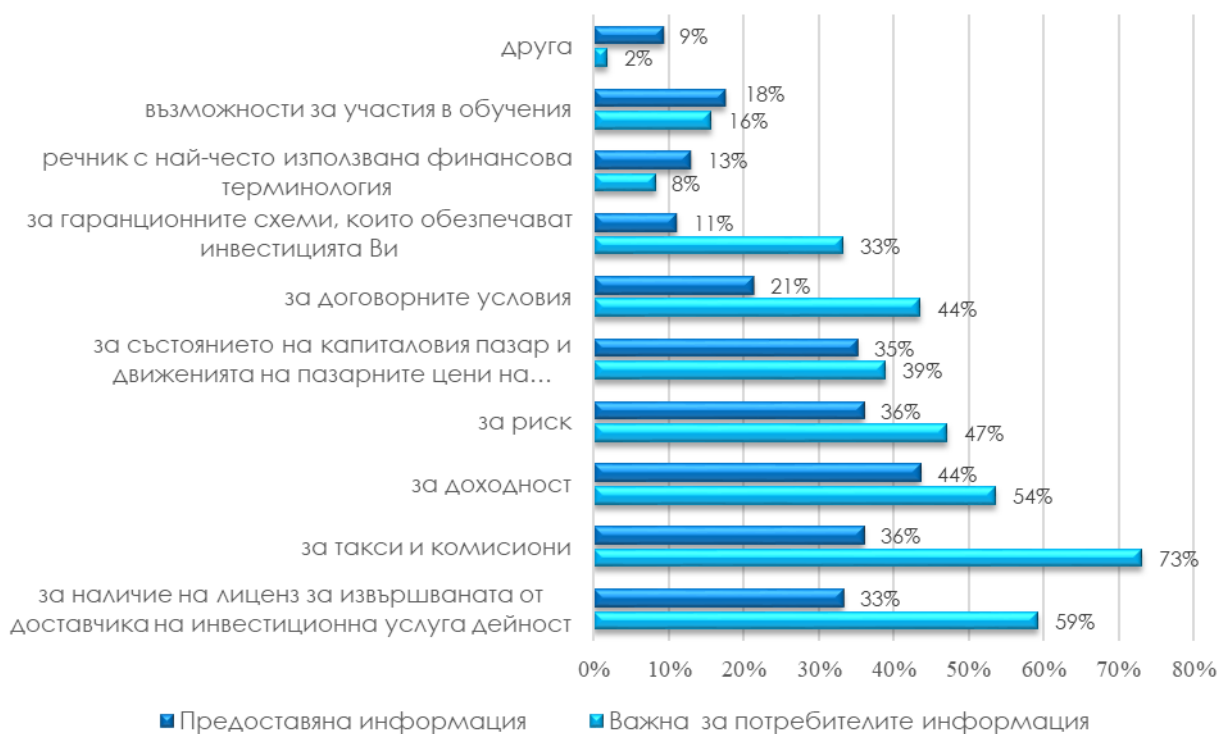


Фигура 23

Анализът показва, че информацията, която най-лесно се визуализира за потребителите при използване на дигитални канали, се различава от очакваната и значима за тях такава. (Фиг. 24) Голяма част, около 73% от потребителите посочват, че за тях е важно на леснодостъпно място да получат информация за таксите и комисионите, но само 36% посочват, че наистина е така. 59% споделят, че за тях е важно да получат информация дали доставчикът на услугите притежава лиценз за извършване на инвестиционна дейност, но 33% посочват, че информацията се визуализира на леснодостъпно място. По-големи очаквания имат потребителите и при предоставяне на информацията за договорните условия: 44% споделят, че тази информация е важна за тях, но само 21% посочват, че я получават на леснодостъпно място. 33% от потребителите посочват, че за тях е важна информацията за гаранционните схеми, които обезпечават инвестицията им, но едва 11% споделят, че достъпват тази информация на видно място.

Изразеното мнение от потребителите коя е важната информация за тях, е полезно и за доставчиците на инвестиционни услуги, с цел повишаване удовлетвореността на потребителите от предоставяните от тях услуги.

Информация за потребителите



ФИГУРА 24

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

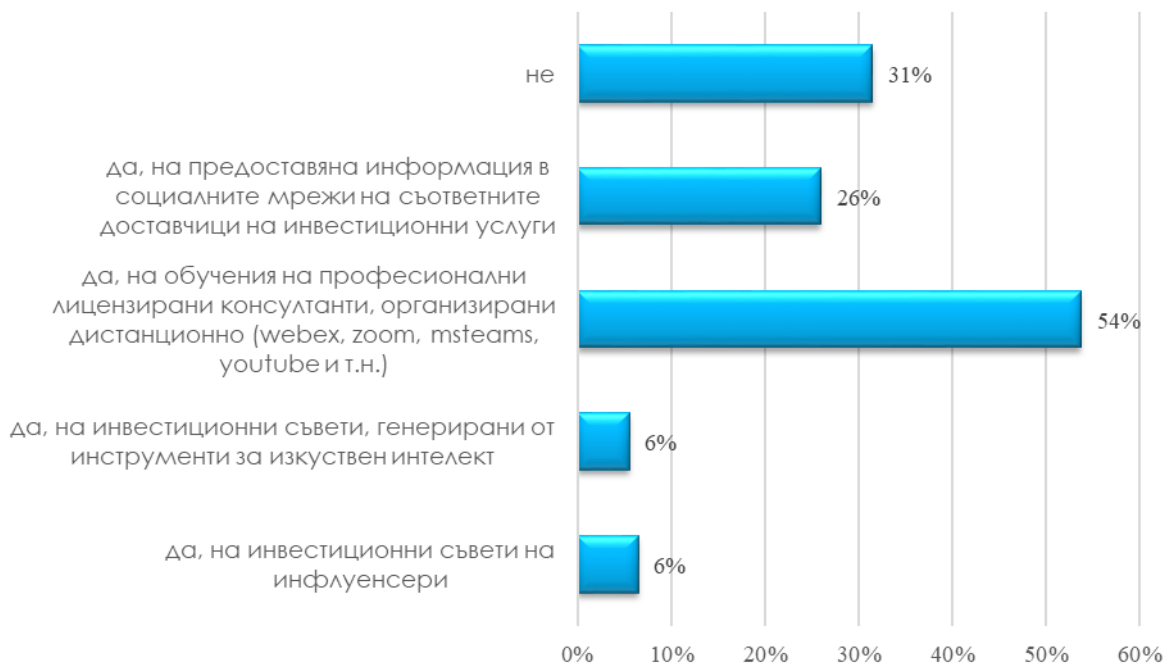
Голяма част от потребителите, около 31%, използващи дигитални канали в процеса на инвестиране, са категорични, че не се доверяват на никакви инвестиционни съвети и информация, получени чрез дигитални канали. 54% от потребителите обаче посочват, че се доверяват на информация и инвестиционни съвети на професионални лицензирани консултанти, 26% се доверяват на споделена информация в социалните мрежи. 6% от потребителите пък посочват, че се доверяват на инвестиционни съвети и информация от ИИ или от инфлуенсъри. (Фиг. 25)



Предупреждение: Следва да се отбележи, че съществува значително висок риск от доверяване на инфлуенсъри или на ИИ за инвестиционен съвет или препоръка. Голяма част медийно популярни личности, които нямат лиценз за предоставяне на инвестиционни съвети, както и инструментите за ИИ, които не позволяват осъществяването на оценка на уместност и индивидуализиране на инвестиционните препоръки спрямо знанията, уменията, образованието, професионалния опит, инвестиционните цели, склонността за поемане на риск и търсената доходност, въвеждат в заблуждение инвеститорите. На сайта на КФН е публикувано предупреждение, насочено към лицата, предоставящи инвестиционни препоръки, тъй като съгл. Закона за прилагане на мерките

срещу пазарните злоупотреби с финансови инструменти (ЗПМПЗФИ), разпространяването на невярна или подвеждаща информация в социалните мрежи или селективното разкриване на вътрешна информация може да доведе до административно наказателна санкция. Използването на ИИ по всякакви теми и въпроси навлиза широко в ежедневието, но използващите го потребители следва да отчитат характеристиките му и алгоритъма за набиране на информация, както и да бъдат предпазливи при използването му за инвестиционни цели.

Бихте ли се доверили на информация и инвестиционни съвети, предоставяни чрез следните дигитални канали:



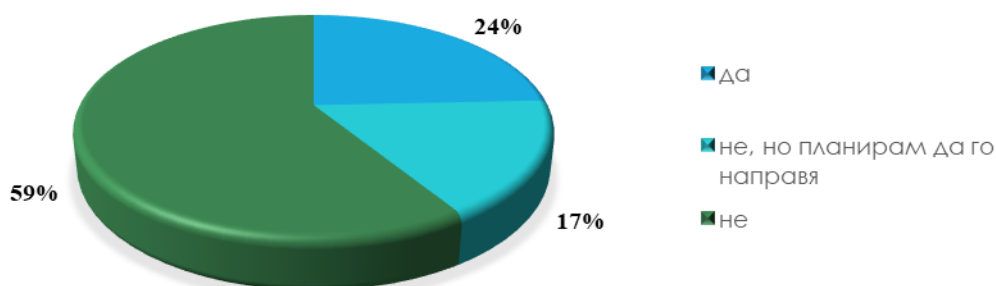
Фигура 25

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Предвид актуалността на темата за устойчиви инвестиции и все по-голямата заинтересованост на обществото е проучена информация каква част от потребителите, използващи инвестиционни услуги, проявяват интерес и инвестират в устойчиви продукти. Данните показват, че 59% не инвестират във финансов продукт, свързан с устойчиви инвестиции, 24% са инвестирали в такива продукти, а 17% планират да го направят.(Фиг.26)

Всички инвестирали в устойчиви финансови продукти посочват, че са получили предварителна информация за основните понятия, които са използвани за оценка на потребителските им предпочитания.

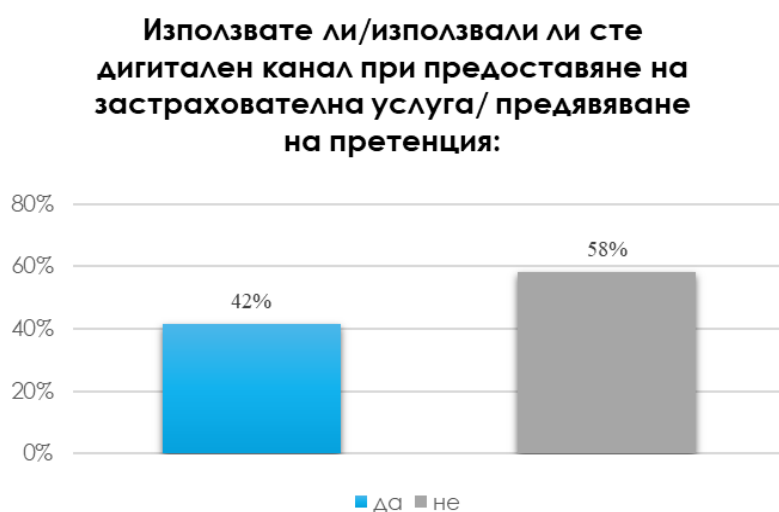
ИНВЕСТИРАЛИ ЛИ СТЕ ВЪВ ФИНАНСОВ ПРОДУКТ, СВЪРЗАН С УСТОЙЧИВИ ИНВЕСТИЦИИ?



ФИГУРА 26

3.2. Застрахователен сектор

Видно от отговорите, 42% от потребителите използват или са използвали дигитални канали при предоставяне на предоговорна информация, сключване на застрахователен договор или при предявяване на застрахователна претенция, а 58% посочват, че никога не са използвали. (Фиг. 27)



Фигура 27

В сравнение с използващите инвестиционни услуги, където 55% посочват, че използват/са използвали дигитални канали, то при застрахователните услуги са по-малко - 42%. Най-много потребители посочват, че използват дигитални канали за сключване на договор или предявяване на претенция при застраховка: пътуване в чужбина – 38%, „Автокаско“ – 37%, „Гражданска отговорност“ – 35%, за недвижим имот – 30% и здравна застраховка – 24%. (Фиг. 28)

Изключение от посочените по-горе са потребителите заявили, че използват дигиталните канали за сключване на застраховка „Живот“ или застраховка „Живот“ с инвестиционен характер – 8%.

**Какъв тип застрахователен продукт сте закупували
/сте заявявали претенция чрез дигитален канал:**



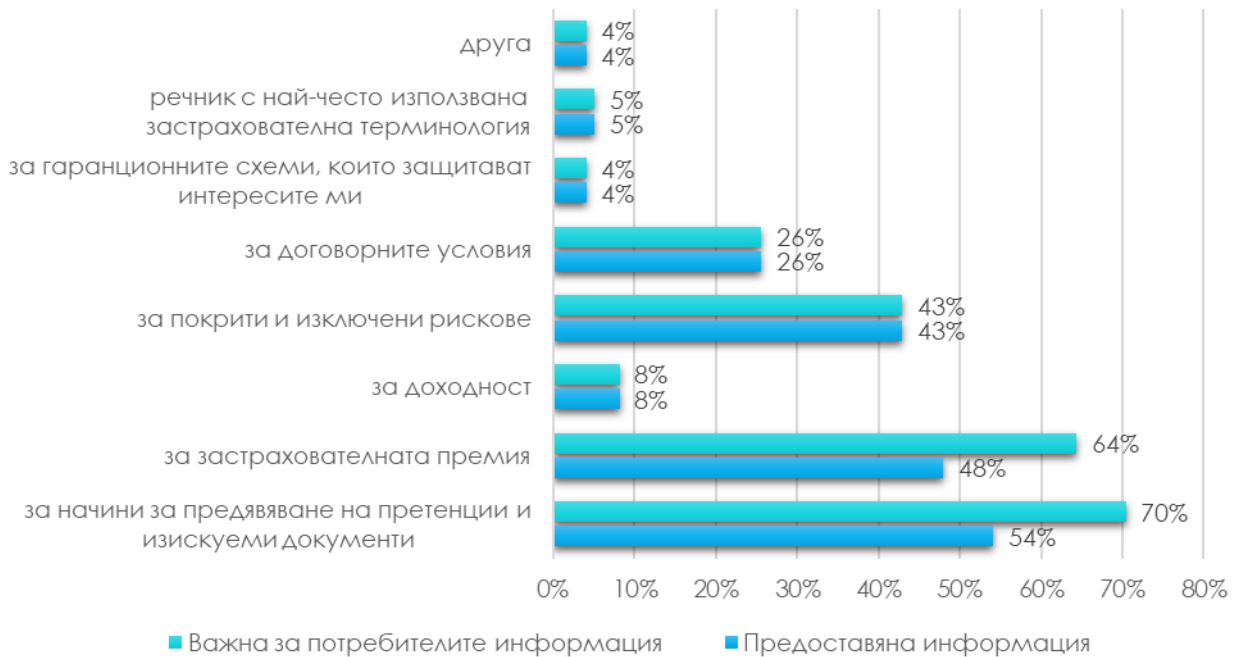
Фигура 28

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Причината за това е, че застраховка „Живот“ с инвестиционен характер е относително сложен финансов продукт, ползването на който е свързано с необходимост от разяснение и разбиране от страна на потребителя за всички обвързващи клаузи по договора.

По отношение на предоставяната информация при използване на дигитален канал и доколко същата е важна за потребителя, данните на Фиг. 29 показват, че до голяма степен се припокриват очакванията на потребителите и тези на доставчика на услугата. Единствено при информацията, предоставяна от пре/застрахователи за застрахователната премия и за начините за предявяване на претенция и изискуемите документи, се наблюдава разминаване в удовлетвореността на потребителите.

Информация за потребителите



Фигура 29

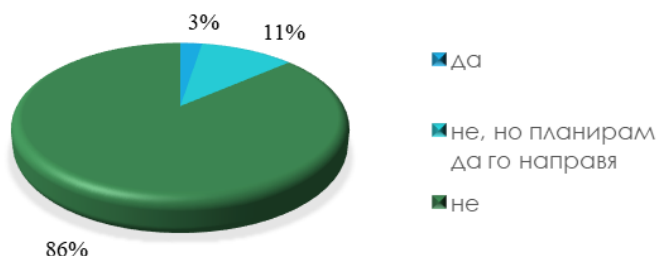
* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

По отношение използването на продукти, свързани с устойчивост, едва 3% от потребителите посочват, че имат сключен договор за застрахователен продукт свързан с устойчиви инвестиции, 11% пък заявяват, че планират да го направят, а 86% - че не са използвали такъв продукт и нямат намерение да използват такъв. (Фиг. 30) Сравнено с ползващите такива инвестиционни продукти - 24% (Фиг. 26), тук са значително по-малко.

Това е предопределено от факта, че портфолиото на редица КИС вече е ориентирано към инвестиции в дружества, които се стремят да развият устойчиви дейности, а някои публични компании, разкриващи вече информация за процента на инвестиция, която правят с цел ограничаване въглеродните емисии, подобряване управлението и акцентираща политика за оценка на човешкия ресурс, целят привличане на инвеститори чрез стратегия за управление на ESG риска.

Всички потребители, използващи застрахователни продукти, свързани с устойчивост заявяват, че им е предоставена информация относно същността и основните понятия за този вид продукти.

СКЛЮЧВАЛИ ЛИ СТЕ ДОГОВОР ЗА ЗАСТРАХОВАТЕЛЕН ПРОДУКТ, СВЪРЗАН С УСТОЙЧИВИ ИНВЕСТИЦИИ



Фигура 30

3.3. Осигурителен сектор

При потребителите на осигурителни продукти и услуги едва 21% посочват, че използват или са използвали дигитални канали - Фиг. 31. (за сравнение, при застраховането са 42%, а при инвестиционните услуги са 55%).



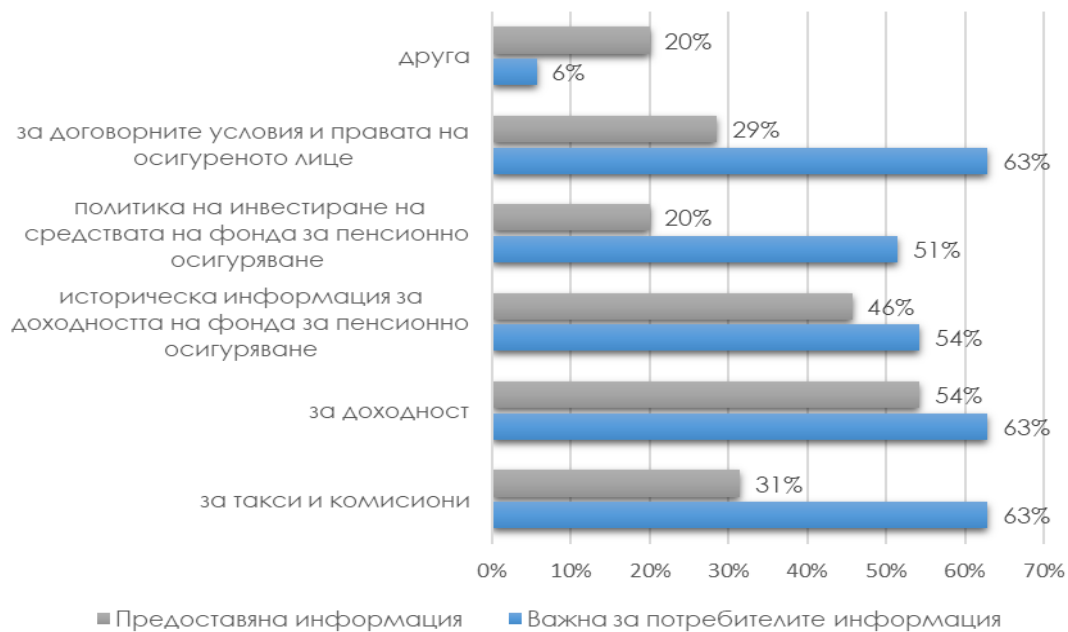
Фигура 31

От данните следва, че потребителите на осигурителни услуги са най-малко склонни да използват дигитални канали. Това обаче в известна степен е свързано и с естеството на пенсионноосигурителните продукти.

Потребителите използващи дигитални канали посочват, че доставчиците на осигурителни услуги най-добре им презентират информацията и историческите данни за доходността на фонда. Очакванията на потребителите са за визуализиране и нагледно предоставяне на информация за договорните условия, таксите и комисионните, доходността на фонда, както и за

историческата информация за доходността на фонда и политиката за инвестиране на средства. Видимо, потребителите очакват по-леснодостъпна и видима информация при използване на дигитални канали при осигурителните услуги. Потребителите искат цялата информация да бъде достъпна: доходност, такси, политика за инвестиране, историческа информация за доходността на фонда и договорни условия. (Фиг. 32)

Информация за потребителите

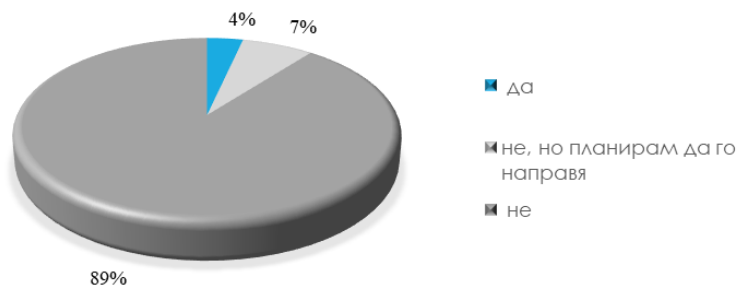


Фигура 32

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

Потребителите на осигурителни услуги, участващи в пенсионни схеми с устойчиви инвестиции, са едва 4%, 7% пък заявяват, че планират да го направят. (Фиг. 33). Всички, които към момента участват в пенсионни схеми с устойчиви инвестиции заявяват, че са получили информация за същността им.

УЧАСТВАТЕ ЛИ/УЧАСТВАЛИ ЛИ СТЕ В ПЕНСИОННИ СХЕМИ, КОИТО ПРАВЯТ УСТОЙЧИВИ ИНВЕСТИЦИИ?



Фигура 33

* На въпроса е възможно отбелязване на повече от един отговор

От информацията до тук следва изводът, че по отношение на дигиталните канали най-голям интерес и желание да ги ползват имат потребителите на капиталовия пазар, следвани от потребителите на застрахователни услуги и след това потребителите в допълнителното пенсионно осигуряване.

По отношение на получаваната информация чрез дигиталните канали, потребителите на застрахователни услуги са по-удовлетворени, по-лесно я откриват и до голяма степен съответства на търсената от тях информация. Потребителите на капиталовия и осигурителния пазар не винаги толкова лесно откриват необходимата информация при използване на дигитални канали.

По отношение на устойчивостта, най-голям интерес проявяват потребителите на капиталовия пазар, докато за потребителите на застрахователния и осигурителния сектор този вид продукти все още не са широко разпознаваеми и е налице необходимост от действия за подобряване на финансовите им познания.

III. Заключение

Основни приоритети на КФН са установяване на предвидима синхронизирана с европейската практика законодателна рамка, защитаваща интересите на потребителите в условията на сигурна, стабилна и развиваща се бизнес среда.

Мнението на потребителите за ползваните продукти и услуги открива нови възможности пред застрахователните, осигурителни и дружества на капиталовия пазар, като създава предпоставки за подобряване на потребителското преживяване чрез дигитализация на процесите, с което ще се намалят разходите по предоставяне и разпространение на продуктите и ще се ускори процесът на дистрибуция.

Обратната връзка от потребители на устойчиви финансови продукти и услуги демонстрира едно ново разбиране в идеологията на Парижкото споразумение за изменението на климата, което придава смисъл и визия на компаниите, ангажирани със създаване на стимули за развитие на човешкия потенциал, оптимизация на управленските механизми и намаляване на въглеродния отпечатък.