

INSTITUT DRUŠTVENIH NAUKA
Centar za ekonomska istraživanja

DUG I (NE)RAZVOJ

BEOGRAD, 2019.

Uređivački odbor:
dr Veselin Vukotić
dr Danilo Šuković
dr Mirjana Rašević
dr Zoran Lutovac
dr Vladimir Goati
dr Predrag Petrović

Organizacioni odbor:
Ivana Ostojić
dr Jelena Zvezdanović Lobanova

Recezentni:
dr Danilo Šuković
dr Neven Cvetičanin

Izdaje:
Institut društvenih nauka, Centar za ekonomska istraživanja

Za izdavača:
dr Goran Bašić

Izdavanje ove knjige finansijski je pomoglo
Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

Štampa:
Razvojno-istraživački centar Grafičkog inženjerstva
Tehnološko-metalurškog fakulteta

Tiraž:
150 primeraka

ISBN: 978-86-7093-218-0

KREDITNE KARTICE KAO GENERATOR DUGA

S a Ź e t a k. – Tokom poslednje decenije, u većini zemalja OECD-a, došlo je do povećanja zaduženosti domaćinstava koje premašuje nivo ostvaren neposredno pred izbijanje ekonomske krize 2008. godine. Kreditne kartice su imale značajnu ulogu u pospešivanju kupovine i rastu zaduženosti domaćinstava i pojedinaca. Glavne slabosti u odlučivanju korisnika kreditnih kartica su nedovoljno razumevanje informacija koje im banke stavljaju na raspolaganje i preveliki optimizam u odlučivanju koji se ogleda u tome da se odluke donose pre svega na bazi troškova koji se moraju platiti u sadašnjem trenutku, dok se oni koji dolaze kasnije značajno potcenjuju. Korisnici veruju da više kamatne stope koje su predviđene nakon isteka promotivnog perioda, kao i one koje se primenjuju u slučaju kašnjenja u otplati rata nisu za njih značajne jer smatraju da se neće zaduživati u budućnosti. Razumevanje slabosti u donošenju odluka korisnika kreditnih kartica predstavlja osnov za kreiranje budućih rešenja koja će unaprediti njihovo odlučivanje tako da se smanji njihov ukupan trošak po osnovu korišćenja kreditnih kartica i samim tim smanji rizik od prezaduženosti.

Ključne reči: zaduženost, kreditne kartice, kamatna stopa, dohodak, odlučivanje, banke

1. UVOD

Korišćenje kreditnih kartica značajno se proširilo tokom protekle dve decenije. Njihove dve glavne prednosti su da olakšavaju plaćanje i da istovremeno omogućavaju kupovinu na kredit. S druge strane, kada kupuje kreditnom karticom, kupac poklanja manje vremena i pažnje vrednovanju opravdanosti kupovine nego kada kupuje gotovinom. Kupujući kreditnom karticom, kupac se lakše odlučuje na zaduživanje, dajući prednost trenutnom zadovoljstvu kupovine u odnosu na odricanje zbog plaćanja u budućnosti.

Pomenuta svojstva kupovine kreditnim karticama imala su za posledicu brz rast zaduženosti velikog broja korisnika kartica tokom poslednje dve decenije i pogoršavanje njihove finansijske situacije jer su kupljena sredstva za potrošnju otplaćivali po visokim kamatama. Usled toga je rastao broj korisnika kartica koji su imali probleme u redovnom izmirivanju dospelih plaćanja. Posebno negativna pojava je to što su lica sa najnižim prihodima proporcionalno najviše zadužena. Posledica je da zaduženost prosečnog korisnika kreditnih kartica raste, a u nemalom broju slučajeva dolazi do bankrota.

Da bi se prevazišao problem neracionalnog korišćenja kreditnih kartica, u svetu se primenjuju različite mere, poput ograničavanja nivoa duga po kartici, limitiranja kamatne stope, poveravanja brige o smanjivanju rizika prezaduženosti regulatornim telima, obukama korisnika kreditnih kartica, pripremom personalizovanih programa koji treba da pomognu korisniku kartice da racionalnije odlučuje itd. Nijedna od ovih mera nije ponudila zadovoljavajuće rešenje, što se vidi iz podataka o kretanju zaduženosti domaćinstava u razvijenim zemljama, kao i podataka o kretanju zaduženosti po kreditnim karticama u SAD koje ima najrazvijenije tržište ovih usluga na svetu, tokom poslednjih godina.

¹⁴³ Naučni savetnik, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, avepedja@gmail.com

¹⁴⁴ Istraživač saradnik, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, ivanaostojic27@yahoo.com

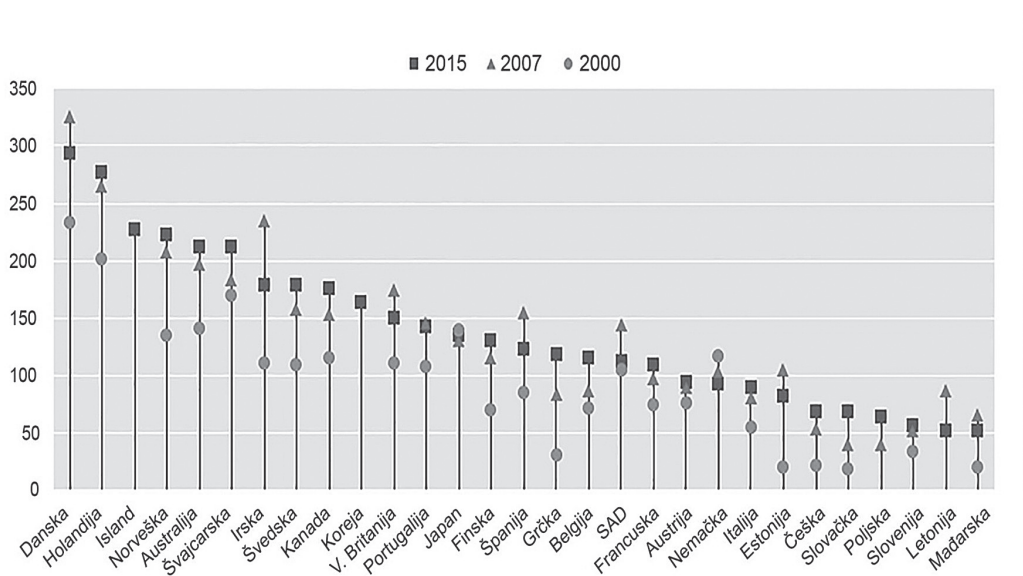
¹⁴⁵ Viši naučni saradnik, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, ppetrovic@idn.org.rs
Rad je deo istraživanja na projektu: III 47010 Društvene transformacije u procesu evropskih integracija – multidisciplinarni pristup koji je finansiran od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

U Srbiji negativne tendencije u korišćenju kreditnih kartica još uvek nisu izražene kao što je to slučaj u razvijenim zemljama, posebno u SAD. Međutim, očekivano je da će vremenom ove pojave biti izraženije jer je interes banaka da plasiraju usluge korišćenja kreditnih kartica veliki, imajući u vidu kamatne stope koje naplaćuju. Stoga je važno upoznati se sa ključnim slabostima u odlučivanju prilikom korišćenja kreditnih kartica i razmotriti mehanizme za njihovo ublažavanje i otklanjanje. Bihevioralni pristup u izučavanju slabosti odlučivanja i ponašanja korisnika kartica dao je bolje odgovore do sada u poređenju sa tradicionalnim učenjem. Važno je, međutim, istaći da dosadašnji nalazi i preporuke predstavljaju samo početak izučavanja ove oblasti sa aspekta interesa klijenta i da dalja bihevioralna istraživanja i rešenja, koja će biti od koristi klijentima, tek treba očekivati.

2. ZADUŽENOST I KORIŠĆENJE KREDITNIH KARTICA U SVETU

Tokom poslednje dve decenije zaduženost domaćinstava značajano je porasla u razvijenim zemljama. Na slici 1. prikazano je kretanje neto zaduženosti domaćinstava u periodu 2000–2015. godine, u zemljama OECD-a.

Slika 1. Neto zaduženost domaćinstava u zemljama OECD-a, 2000–2015.



Izvor: OECD, 2017.

Pokazatelj neto zaduženosti domaćinstava izračunava se tako što se ukupno godišnje zaduženje domaćinstva koje se sastoji od dugova kao što su hipotekarni krediti, zatim dugovi po osnovu kreditnih kartica, kredita za kupovinu automobila itd. podeli sa neto raspoloživim dohotkom domaćinstva koji predstavlja sumu koja ostaje na raspolaganju domaćinstvu za potrošnju ili štednju, nakon što se odbiju izdaci za socijalno osiguranje, poreze i druga davanja na koja su se lica obavezala.

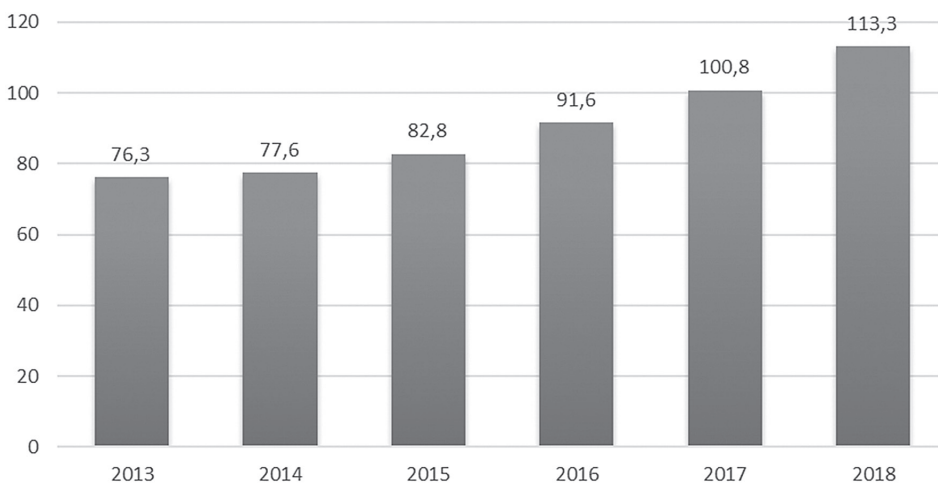
Na slici 1. upoređena je neto zaduženost domaćinstava u godini pre izbivanja finansijske krize (2007) kada je dostigla tadašnji maksimum, tj. pred „pucanje balona” 2008. godine sa neto zaduženošću

2015. godine. Kao što se može videti, nivo neto zaduženosti domaćinstava je povećan u odnosu na predkriznu godinu u svim zemljama, osim u Danskoj, Irskoj, Velikoj Britaniji, Španiji i SAD-a.

3. ZADUŽIVANJE PREKO KREDITNIH KARTICA – PRAKSA U SAD-U

Zaduživanje Amerikanaca preko kreditnih kartica raslo je ubrzano tokom poslednjih godina. Prema nalazima MagnifyMoney za 2018. godinu urađenih na osnovu podataka Federalnih rezervi (FED), Amerikanci su, samo za kamate i naknade po osnovu duga na kreditnim karticama bili dužni američkim bankama u 2018. godini 110 milijardi dolara. To je za 13% više nego prethodne godine, a čak 45% više u odnosu na 2013. godinu (slika 2).

Slika 2. Rast kamata i naknada po osnovu duga na kreditnim karticama u SAD, 2013–2018.

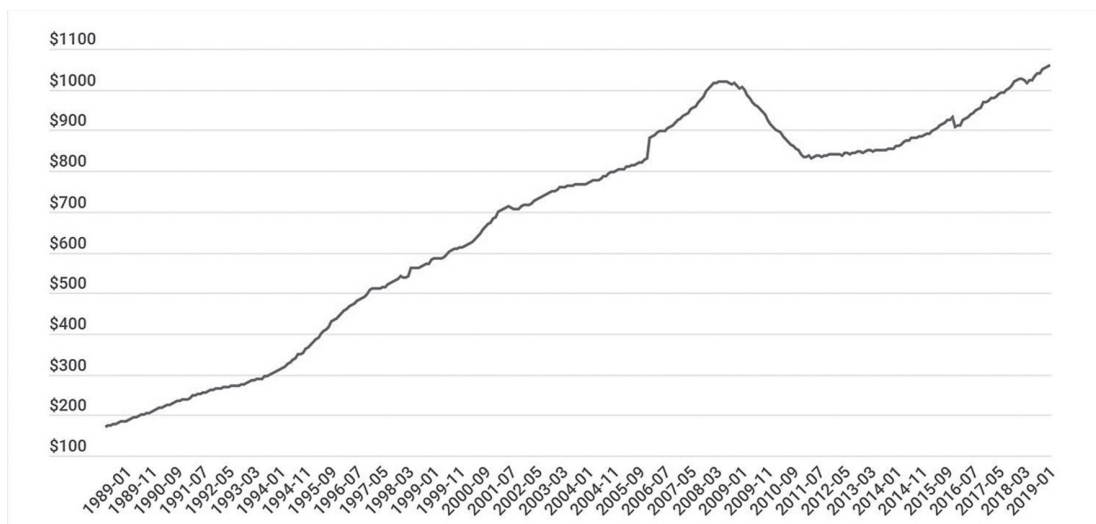


Izvor: MagnifyMoney, 2019.

Jedan od ključnih faktora rasta obaveza po osnovu kamata i naknada bilo je povećanje kamatnih stopa od strane FED-a. Budući da se predviđa nastavak podizanja kamatnih stopa i u 2019. godini, očekivano je da zaduženost po ovom osnovu nastavi da raste tako da bi, prema prognozama MagnifyMoney, mogla dostići novi rekordni nivo od 122 milijarde dolara. Prosečna kamatna stopa na zaduživanje po osnovu kreditnih kartica iznosi 17% što je povećanje od 4% tokom perioda od pet godina.

Ukupna vrednost revolving kredita u kome dominantno učešće imaju kreditne i potrošačke kartice, dostigla je u novembru 2018. godine vrednost od 1.04 biliona dolara čime je premašen nivo iz juna 2008. godine neposredno pred izbijanje svetske ekonomske krize. Tada je vrednost ovog pokazatelja iznosila 1.02 biliona dolara (slika 3).

Slika 3. Kretanje vrednosti revolving kredita u SAD, u milijardama dolara, 1989–2019.



Izvor: MagnifyMoney, 2019.

Amerikanci imaju 686 milijardi dolara duga po osnovu kreditnih kartica koji se ne otplaćuje redovno. Kod 44% svih računa kreditnih kartica mesečna dugovanja se neredovno izmiruju. U SAD ima 176 miliona aktivnih korisnika kreditnih kartica i svaki od njih, u proseku, ima 3 kartice (Consumer Financial Protection Bureau, 2017). Preko 70 miliona Amerikanaca ne uspeva da otplaćuje mesečna dugovanja, već ih prenosi iz meseca u mesec. Prema FED-ovoj analizi, 40% aktivnih korisnika kreditnih kartica prenosi dug iz meseca u mesec (Federal Reserve Bulletin, 2017). Iako se u apsolutnom iznosu najviše zadužuju najbogatiji, u relativnom smislu, tj. kada se iznos duga uporedi sa godišnjim prihodima, najsiromašniji slojevi stanovništva su najzaduženiji i to skoro tri puta više od najbogatijih (tabela 1).

Tabela 1. Zaduzenost po kreditnim karticama, po kategorijama prihoda

Percenti dohotka	Medijana dohotka	Prosečna zaduženja po kreditnim karticama	Učešće zaduženja po kreditnim karticama u dohotku
0%–20%	15 100\$	2 100\$	13.9%
20%–40%	31 400\$	3 800\$	12.1%
40%–60%	52 700\$	4 400\$	8.3%
60%–80%	86 100\$	6 800\$	7.9%
80%–90%	136 000\$	8 700\$	6.4%
90%–100%	260 200\$	12 500\$	4.8%

Izvor: MagnifyMoney, 2019.

Visok nivo zaduzenosti po osnovu kreditnih kartica, a posebno kod lica sa najnižim primanjima, povećava rizik na tržištu ovih usluga. Tome treba dodati i očekivani dalji rast duga po osnovu kamatnih stopa i naknada kod kreditnih kartica, usled rasta kamatne stope koju FED određuje. Rastuća zaduzenost koja je već premašila nivo iz 2008. godine i za koju se očekuje da će nastaviti da raste nameće potrebu da se preduzmu mere sa ciljem da se smanji vrednost kredita koji se neredovno otplaćuju kako bi se izbegle nestabilnosti širih razmera.

4. ZADUŽENOST PREKO KREDITNIH KARTICA U SRBIJI

Pre nego što se pređe na analizu mehanizama koji korisnike kreditnih kartica podstiču na zaduživanje, značajno je sagledavanje aktuelne situacije u Srbiji u pogledu zaduženosti fizičkih lica preko kreditnih kartica. Podaci o stanju duga fizičkih lica preko kreditnih kartica preuzeti su iz „Kreditnog izveštaja za februar 2019. godine”, Kreditni biro, Udruženje banaka Srbije i predstavljeni su u tabeli 2.

Tabela 2. Stanje duga fizičkih lica-kredine kartice

Redni broj	OPIS	31.12.2017.	28.02.2019.	Indeks
1	2	3	4	5(4/3)
1	Broj kreditnih kartica	1.197.775	1.357.706	113,4
2	Broj korisnika kreditnih kartica	942.917	1.053.834	111,8
3	Iznos odobrenog limita (u mil. din)	85.168	91.877	107,9
4	Broj kartica u docnji	59.068	60.542	102,5
5	Učešće docnje u iznosu u korišćenju	15,1%	13,5%	

Izvor: Udruženje banaka Srbije, Kreditni biro, 2019.

Kao što se iz Izveštaja Kreditnog biroa može videti, ukupan broj izdatih kreditnih kartica u Srbiji iznosio je 1,4 miliona, dok je broj korisnika kartica bio nešto veći i iznosio je 1,05 miliona. To znači da imao kreditnih kartica uglavnom imaju po jednu kreditnu karticu (indeks je 133), dok je u SAD, kao što je rečeno, praksa da korisnici imaju, u proseku, po tri kreditne kartice (indeks 300).

Podaci iz tabele 2. pokazuju da se iznos odobrenog limita na kreditnim karticama, tokom jednogodišnjeg posmatranog perioda, povećao za 8 indeksnih poena, s tim da se broj kartica u docnji povećao za skromna 2,5 indeksna poena. Udeo docnje u vrednosti sredstava koja su korišćena preko kreditnih kartica se smanjio, tokom posmatranog perioda, sa 15,1% na 13,5%.

Navedene vrednosti ukazuju da korišćenje kreditnih kartica u Srbiji, usled restriktivne regulative, nije dovelo do povećanja rizika po njihove korisnike. Štaviše, udeo vrednosti sredstava kod kojih je registrovana docnja u ukupnim korišćenim sredstvima na karticama se smanjivala. S druge strane, banke su povećale iznos odobrenih limita za 8% tokom jednogodišnjeg perioda čime su ohrabrile korisnike da koriste kreditne kartice ne samo kao sredstvo plaćanja, već i kao instrument kreditiranja.

Banke koje izdaju kreditne kartice u Srbiji nude različite pogodnosti kako bi privukle klijente za korišćenje kreditnih kartica. Jedna od najpopularnijih je mogućnost plaćanja na više jednakih mesečnih rata. Povrh toga, banke nude i mogućnost grejs perioda za plaćanje prve rate bez kamate, kao i da ne naplaćuju troškove članarine. Takođe, po naplati dospelog dugovanja (rate), banka nudi opciju klijentu da mu oslobađa taj iznos za dalju potrošnju. Neke banke nude i mogućnost korisniku da, uz osnovnu, dobije još i dve dodatne kartice.

Uprkos tome što je Narodna banka Srbije snižavala referentnu kamatnu stopu na neindeksirane dinarske kredite koje banke daju stanovništvu sa 10,6% u martu 2017. godine na 5,7% u januaru 2019. godine (NBS, 2019), efektivne kamatne stope banaka na kredite koji se daju korisnicima putem kreditnih kartica kreću se od 17% do 26% na godišnjem nivou, zavisno od vremenskog perioda kreditiranja.

U očekivanju da će banke u Srbiji pojačati napore da unaprede plasman i pospeše korišćenje kreditnih kartica zbog njihove visoke isplativosti, od značaja je upoznati se sa glavnim mehanizmima koji dovode do prekomernog korišćenja i prezaduženosti korisnika kako bi se na vreme preduzele preventivne mere. U tom smislu su od značaja iskustva zemalja koje imaju daleko razvijeniju praksu u korišćenju kreditnih kartica nego što je to slučaj u Srbiji danas.

5. FAKTORI PREKOMERNOG ZADUŽIVANJA PREKO KREDITNIH KARTICA

U SAD-u, gde je praksa korišćenja kreditnih kartica veoma razvijena, sprovedena su brojna istraživanja tržišta ovih usluga, uključujući ponašanje korisnika. Kao glavni problemi, sa kojima se korisnici kreditnih kartica susreću, identifikivani su: 1) nedovoljno razumevanje informacija koje dobijaju od banaka i 2) slabosti u donošenju odluka o korišćenju kreditnih kartica.

Istraživanje Centra za američki progres i Centra za odgovorno zaduživanje pokazalo je da 38% korisnika kreditnih kartica smatra da su informacije koje dobijaju od banaka komplikovane i preobimne da bi ih razumeli (Oren Bar-Gill & Elizabeth Warren, 2004). Studija Američke agencije za odgovorno upravljanje (United States Government Accountability Office – GAO) potvrđuje da veliki broj korisnika kreditnih kartica ne razume faktore koji utiču na promenu kamatne stopa, kao što su kašnjenje u otplatama i drugi razlozi za povećanje kamatnih stopa, dok 30% njih ne zna šta znače skraćenice za fiksnu i promenljivu kamatnu stopu koje se pojavljuju u dokumentima i izveštajima (GAO, 2006). Mnogi korisnici nemaju ni osnovna znanja o bankrotu što znači da ne prepoznaju finansijske proizvode i usluge koji nose veći rizik, kao ni stvarne troškove koje će imati ako dospeju u finansijske probleme. Istraživanje GAO pokazuje da je indeks poznavanja uslova korišćenja kreditnih kartica od strane korisnika iznosio 55 od 100 mogućih poena (GAO, 2005). To ukazuje da velikom broju korisnika nedostaju znanja i informacije na osnovu kojih mogu donositi dobre finansijske odluke.

Posledica toga je da većina anketiranih korisnika kreditnih kartica potcenjuje rizike kojima su izloženi zbog nedovoljne informisanosti i nepoznavanja načina na koji funkcionišu kreditne kartice. Problem nedovoljne informisanosti i znanja veliki broj korisnika ne vidi kao opasnost jer će im banke ponuditi najpovoljnije uslove i dati savete koji su u njihovom najboljem interesu (Oren Bar-Gill & Elizabeth Warren, 2004).

Ovde se može postaviti pitanje šta je razlog ovog poverenja u finansijske institucije. Jedno od objašnjenja bi moglo da bude da se radi o istinskom poverenju u dobronamernost finansijskih institucija da one zaista nude najpovoljnije uslove, kao što javno tvrde. Alternativno objašnjenje je da je korisnik svestan da sticanje znanja i prikupljanje informacija o uslovima korišćenja kreditnih kartica i njihova analiza zahtevaju značajan napor i utrošak vremena koji bi zahtevali odricanje od drugih aktivnosti i poslova, na šta većina korisnika nije spremna.

U tom slučaju, korisnici kreditnih kartica biraju da prihvate tvrdnju banaka da rade u njihovom najboljem interesu kako bi mogli sebi da opravdaju odluku da se oslanjaju na savete banaka, umesto da sami urade „domaći zadatak”. Posledica je da su korisnici kreditnih kartica, u velikom broju slučajeva, podložni uticaju izdavaoca kreditnih kartica, iako interesi ove dve strane nisu podudarni. Drugim rečima, pod uticajem banaka, korisnici donose odluke koje nisu u njihovom najboljem interesu, a da toga najčešće nisu ni svesni.

Korisnici kreditnih kartica nastoje da što lakše i što brže donesu odluku, a na ruku im idu banke koje nude unapred spremne „pakete” rešenja koja na prvi pogled ne treba dublje analizirati, već samo izabrati jedno od ponuđenih. Stoga je značajno utvrditi koje faktore koriste budući imaoi kreditnih kartica prilikom njihovog izbora.

6. KRITERIJUMI ZA IZBOR KREDITNE KARTICE I NJENO KORIŠĆENJE

Slabosti u odlučivanju prilikom kupovine kreditnom karticom, prema bihevioralnim ekonomistima (Ariely D & Kreisler J, 2017), proizlaze iz dva suprotna osećaja koja se javljaju tom prilikom. Jedno je zadovoljstvo koje proizlazi iz same kupovine, dok je drugi osećaj neprijatnost koju ljudi imaju prilikom plaćanja, odnosno kada treba da se odvoje od novca. Nedavna istraživanja mozga su pokazala da se prilikom trošenja novca aktiviraju ista područja mozga koja obrađuju fizičku bol (Ariely D & Kreisler J,

2017). Pri tom, što se više razmišlja o trošenju, to je neprijatnost veća i više kviri osećaj zadovoljstva kupovine.

Razne finansijske usluge i instrumenti, poput kreditnih kartica, imaju za cilj upravo da umanje neprijatnost u momentu kupovine. To ima za rezultat da se neprijatnost plaćanja samo odlaže, ali po višoj ceni. Drugim rečima, leži se simptom (neprijatnost), a ne uzrok (plaćanje). Dan Ariely razlikuje dva faktora koja utiču na intenzitet neprijatnosti plaćanja. Prvi je nivo pažnje koji kupac poklanja činu plaćanja, a drugi je koliko vremena protekne od trenutka kupovine do trenutka plaćanja. Što je trenutak plaćanja vremenski udaljeniji, to kupac oseća manju neprijatnost plaćanja u trenutku kupovine. Isto tako, neprijatnost je slabija što je pažnja koja se poklanja plaćanju manja.

Kreditne kartice deluju upravo na ova dva faktora. Razdvajaju momenat kupovine od vremena plaćanja tako što kupujemo sada, a plaćamo kasnije. Takođe je i sam čin plaćanja manje uočljiv jer kupac treba samo da provuče kreditnu karticu. U slučaju kupovine gotovim novcem, kupac broji novac, uočava koliko mu je novca ostalo u novčaniku i u tom procesu mu je pažnja znatno više usmerena na plaćanje, pa je samim tim prisutniji osećaj neprijatnosti zbog plaćanja. Elizabeth Dunn i Michael Norton su utvrdili da se iznosi koji se troše prilikom kupovine znatno kraće pamte kada se kupuje kreditnim karticama nego kada se plaća gotovinom (Elizabeth Dunn & Michael Norton, 2014). Može se zaključiti da kreditne kartice umanjuju neprijatnost plaćanja po više osnova povećavajući zadovoljstvo kupovine. Efekat je ne samo da se više troši preko kreditnih kartica, već i da se brže i lakše donose odluke o kupovini.

Istraživanja načina izbora kreditnih kartica i kasnije njihovog korišćenja od strane klijenata pokazala su čitav niz slabosti. Tako su, na primer, Shui i Ausubel u svom istraživanju utvrdili da klijenti donose odluku o izboru aranžmana za kreditnu karticu uglavnom na osnovu promotivno ponuđene kamatne stope koja važi samo u ograničenom periodu od recimo prvih šest meseci (Haiyan Shui & Lawrence M. Ausubel, 2004).

Nalaz pomenutog istraživanja je bio da se najveći broj ispitanika opredelio za karticu koja je nudila kamatnu stopu od 4,9% u prvih šest meseci, s tim da je u drugoj polovini godine kamatna stopa iznosila 16%. Alternativna ponuda za koju se odlučio mali broj korisnika bila je kamata od 7,9% tokom godinu dana. Na kraju jednogodišnjeg perioda pokazalo se da je ukupni trošak po osnovu plaćene kamate bio veći u prvom slučaju, sa nižom inicijalnom kamatnom stopom. Istraživanje pokazuje da klijenti teže da potcene trošenja koja dolaze kasnije, koncentrišući se na uštede koje će ostvariti u sadašnjem trenutku, kada važi promotivna kamatna stopa. Polugodišnji period, nakon koga viša kamatna stopa postaje efektivna, pokazao se suviše dugim da bi skrenuo pažnju korisnika.

Pored toga, korisnici kreditnih kartica pokazuju preterani optimizam pri odlučivanju koji se ogleda u tome da smatraju da će se u budućnosti manje zaduživati tako da ih buduća viša kamatna stopa neće opterećivati. Istraživanje je takođe pokazalo da većina korisnika ne vodi preciznu evidenciju kada ističe period promocije nakon čega se automatski prelazi na režim viših kamatanih stopa. Ovome treba dodati i optimizam korisnika, koji je neretko neosnovan, da se u budućnosti neće suočiti sa problemima u redovnoj otplati rata kredita, tako da i ne razmatraju zatezne kamate kao bitan faktor.

Posledica preteranog optimizma je da budući korisnici kreditnih kartica, prilikom izbora „paketa“ finansijske usluge, potcenjuju troškove koji će kasnije nastati, te odluke donose prevashodno na osnovu izdataka koji su jasno vidljivi u trenutku odlučivanja, kao što su visina članarine, naknada po transakciji, promotivna kamatna stopa i sl. Drugim rečima, izdaci koji prvo treba da se plate privlače najveću pažnju potencijalnih klijenata. Faktori kojima klijenti posvećuju najveću pažnju imaju najveći uticaj na njihovo odlučivanje, a to najčešće nisu isti faktori koji će imati najveći uticaj na ukupne troškove korišćenja kreditne kartice i zaduživanje njihovog korisnika.

Prema rečima nekadašnjeg konsultanta VISA, njihove analize su pokazale da klijenti ne pridaju veći značaj godišnjoj kamatnoj stopi ili zateznoj kamatnoj stopi prilikom izbora kartice (Oren Bar-Gill & Elizabeth Warren, 2008). Ključni faktori na osnovu kojih budući klijenti biraju kreditne kartice,

prema njihovim rečima, su godišnja naknada za održavanje računa i visina provizije. Stoga su banke menjale svoju strategiju u pravcu smanjivanja godišnje naknade s jedne strane, a sa druge strane povećavanja kamatne stope koja je glavni izvor zarade za izdavaoca kreditne kartice.

Konkurentna borba između izdavalaca kreditnih kartica vodi se oko toga ko će uspešnije iskoristiti slabosti u odlučivanju postojećih i budućih klijenata. Banke ističu u svojim promocijama da su troškovi izdavanja kartice klijentu minimalni ili da ih čak nema, da su im provizije i naknade najniže u poređenju sa konkurencijom, nastoje da ponude što niže promotivne kamatne stope koje važe prvih nekoliko meseci.

Budući da korisnici kreditnih kartica znatno manju pažnju posvećuju kamatnim stopama koje se počinju primenjivati posle promotivnog perioda i zateznim kamatama, banke prilagođavaju svoje marketing strategije tome da iskoriste ove slabosti u odlučivanju klijenata. Rezultat je da banke, u borbi za nove klijente, najveću pažnju poklanjaju marketingu i promociji kreditnih kartica, a da zadržavaju standardne (nepromotivne) kamatne stope i zatezne kamate na visokom nivou.

Troškovi marketinga su, tokom protekle dve decenije, značajno porasli u SAD. Tako potencijalni klijenti dobijaju, u proseku mesečno, pet pisma sa ponudama da počnu da koriste kreditnu karticu. I dok su, u ranijem periodu, ove ponude stizale uglavnom licima sa višim prihodima, tokom poslednje decenije zapaža se da je gotovo polovina ponuda poslata osobama sa godišnjim primanjima do 20.000 USD (Buzz Research, 2008).

Može se zaključiti da su korisnici kreditnih kartica prilikom izbora kreditne kartice i kasnije, tokom njenog korišćenja, izloženi uticaju dve grupe faktora: a) subjektivnim činiocima i b) spoljnim faktorima. Subjektivne slabosti su: preterani optimizam, favorizovanje zaduživanja naspram štednje, sklonost kupovini uz potcenjivanje plaćanja, oslanjanje na savete banaka zbog nemogućnosti i nespremnosti da se upoznaju i analiziraju svi relevantni faktori neophodni za dobro odlučivanje. Spoljni uticaji dolaze od društvene sredine koja podstiče kupovinu i trošenje veće od zarade, pa samim tim i zaduživanje.

S druge strane, banke imaju superiorna znanja u odnosu na svoje klijente. Prema rečima Dankan Mekdonald-a, bivšeg generalnog savetnika za kreditne kartice u City grupi za Evropu i Severnu Ameriku: „Nijedna industrija u svetu ne poznaje bolje svoje klijente i njihove transakciono ponašanje od industrije kreditnih kartica. Analiza ponašanja klijenata je toliko napredovala da se može uporediti sa analizom DNK. Tokom poslednjih deset godina, podaci o transakcijama 200 miliona Amerikanaca su prikupljeni, obrađivani i analizirani na hiljadama najmoćnijih računara i dobijene su milijarde kombinacija od kojih su odabrane one koje minimiziraju rizik banke” (Oren Bar-Gill & Elizabeth Warren, 2008).

Banke koriste svoju nadmoćnost u poznavanju ponašanja i odlučivanja svojih klijenata što se može videti na primeru koji je izneo Bernie Sanders, senator i jedan od kandidata Demokratske stranke na predsedničkim izborima 2016. godine. Prema njegovim rečima, banka, izdavalac kreditne kartice, postepeno je podizala kamatnu stopu za po 2% godišnje, iako nije bilo nikakvog vidljivog razloga. Nekolicina klijenata je pitala za razlog i njima se banka, prema rečima Sandersa, izvinila i vratila kamatnu stopu na ranije ugovoreni nivo. Za sve ostale koji nisu izrazili interes ostala je da važi uvećana kamatna stopa (Oren Bar-Gill & Elizabeth Warren, 2008).

Postavlja se pitanje na koji način je moguće korigovati slabosti u odlučivanju korisnika kreditnih kartica, posebno onih koji spadaju u niže dohodne kategorije i koji su, po pravilu, naizloženi rizicima zbog slabijeg obrazovanja i veće sklonosti ka što jednostavnijim „intuitivnim” rešenjima. To je naročito važno zbog činjenice da banke imaju superiornu ekspertizu u ovoj oblasti u odnosu na svoje klijente, kao i na to da su interesi banaka i klijenata suprostavljeni – banke nastoje da ostvare što veću zaradu pružajući finansijske usluge, pre svega preko kamatnih stopa, dok klijenti nastoje da minimiziraju troškove koje imaju po ovom osnovu.

7. MOGUĆA REŠENJA ZA RACIONALNIJE KORIŠĆENJE KREDITNIH KARTICA I SMANJIVANJE ZADUŽENOSTI NJIHOVIH KORISNIKA

Jedan od najčešće korišćenih instrumenata kontrole rizika prekomernog zaduživanja preko kreditnih kartica jeste ograničavanje visine kamatne stope. Na ovaj način se, međutim, ne ograničava drugi bitan faktor upotrebe kartica, a to je preterani optimizam korisnika. Štaviše, niže kamatne stope mogu da deluju podsticajno na kupovinu preko kreditne kartice, tako da ukupan trošak i eventualni dug budu isti ili čak veći.

Kontrola zaduživanja se takode vrši preko limitiranja „dozvoljenog minusa” na kreditnoj kartici. U takvim slučajevima, ograničavanje zaduživanja preko kreditnih kartica po pravilu vodi povećanju drugih oblika zaduživanja, poput većeg korišćenja čekova, na primer. Krajnji rezultat je da se zaduženost pojedinca praktično ne smanjuje.

Veća transparentnost banaka u prikazivanju troškova kreditne kartice smatra se značajnim faktorom za optimizaciju korišćenja kreditnih kartica. Jedan od najpoznatijih regulatornih instrumenata u tom smislu, u SAD, nazvan je „Truth in Lending Act (TILA)” koji je obavezivao banke da prikažu sve troškove kredita na način koji omogućava klijentu da ih lako razume i uporedi sa troškovima (pre svega efektivnim kamatnim stopama) i drugim uslovima koje nude druge banke na tržištu. Pored TILA, Federalne rezerve su donele i druge propise koje su imale za cilj da se uslovi korišćenja i kamatne stope prikažu tako klijentima da ne bude „skrivenih” troškova.

Istraživanja su, međutim, pokazala da „najveći broj korisnika kreditnih kartica, osim par informacija koje dobiju na početku, prestaju da se interesuju dalje i da čitaju materijale koje dobiju od banaka” (Peterson, 2003). Takode, nije potvrđeno da veći broj informacija koje se stave na raspolaganje klijentima rezultira njihovim boljim finansijskim odlukama. Drugim rečima, čak i kada korisnici dobiju sve relevantne informacije, oni donose neoptimalne finansijske odluke. U zaključku o efektima veće transparentnosti informacija o troškovima i uslovima korišćenja kreditnih kartica od strane banaka navodi se: „Ako poslednjih trideset godina prakse korišćenja kreditnih kartica nešto pokazuje to je da je to nedovoljno – neophodno je razumevanje ovih informacija od strane klijenata, posebno onih manje obrazovanih” (Peterson, 2003).

Kao odgovor na pomenuto ograničenje, u nekim zemljama su sprovedeni programi obuke u oblasti finansija (Financial literacy education – FLE). Istraživanja su pokazala da su ovi programi imali ograničen domet na bolje odlučivanje korisnika kreditnih kartica (Willis, 2008). Jedan od razloga što FLE programi nisu doveli do očekivanih rezultata je zato što ovim znanjima nije lako ovladati, posebno imajući u vidu stalne inovacije na tržištu finansijskih usluga. Druga slabost je na strani korisnika kreditnih kartica i njihovog načina odlučivanja. Naime, korisnici kreditnih kartica imaju svoje profesije i interesovanja i nisu spremni da posvete više vremena i pažnje izučavanju donošenja finansijskih odluka.

Istraživanja čak pokazuju da obuke mogu da imaju i negativne efekte na donošenje finansijskih odluka (Willis, 2008). Naime, kod lica koji prođu obuku često se može zapaziti preveliko samopouzdanje koje može da dovede do grešaka. Ova pojava je uočena i u drugim oblastima kao što je, na primer, program dodatne obuke namenjen vozačima početnicima. Pohadanje ovog programa značajno podiže samopouzdanje vozača početnika tako da ono neretko dolazi u nesklad sa realnim nivoom njihovog znanja i iskustva. Rezultat je bila njihova veća sklonost rizičnoj vožnji i samim tim veći broj udesa. Stoga je preporuka bila da se program redizajnira u smislu da se vozačima početnicima ukazuje, pre svega, na najčešće moguće greške i ograničenja koja imaju kao neiskusni vozači (Sandroni and Squin-tani, 2004).

Za program finansijskog usavršavanja namenjenog korisnicima kreditnih usluga preporuka je da ne sadrže ambiciozne programe analize finansijskih izveštaja i drugih dokumenata, već da upozna polaznike sa glavnim rizicima i načinima njihovog prevazilaženja proizašlim iz bogatog opšteg akumuliranog iskustva u korišćenju kreditnih kartica. Ova jednostavna „životna” pravila u finansijskom odluč-

vanju pokazala su se znatno korisnijim polaznicima od izučavanja sofisticiranih tehnika odlučivanja (Winter et al., 2011).

U prevazilaženju slabosti u odlučivanju korisnika kreditnih kartica primenjuju se i regulatorno institucionalni mehanizmi. U većini zemalja zaštita korisnika kreditnih kartica oslanja se na regulativu. Regulatorna rešenja, međutim, nisu mogla da spreče negativne pojave čak ni na najrazvijenijim tržištima kao što je američko. Ove slabosti se manifestuju u vidu povećanja udela korisnika koji ne izmiruju redovno svoje obaveze, rasta zaduženosti i drugih negativnih pokazatelja.

Jedan od razloga je svakako i taj što banke imaju veliki uticaj na kreiranje regulative putem lobiranja i na druge načine. Njihov uspeh na tom planu rezultat je ogromnih resursa kojima finansijske institucije raspolažu i to ne samo u finansijskom smislu, već i u pogledu znanja i informacija u odnosu na ostale „zaintersovane strane”, uključujući i kreatore regulative. Pariranje bankama je dodatno otežano jer se radi o visokoinovativnoj oblasti, što omogućava izdavaocima kartica da brzo pronađu odgovor na svaku promenu regulative koja im ne ide u prilog. Stoga nije realno očekivati da, u skorijoj budućnosti, promene u regulativi donesu značajnija poboljšanja za korisnike kreditnih kartica.

Postojeća institucionalna rešenja, takođe, nisu zadovoljavajuća čak ni u SAD-u, koje ima najrazvijenije tržište kreditnih kartica u svetu. Regulatorno telo koje je zaduženo za nadzor nad radom banaka i drugih štednih institucija koje posluju u SAD-u, skraćeno OCC (Office of the Comptroller of the Currency) ima zadatak da osigura pouzdan i siguran rad ovih institucija, kao i da obezbedi fer tretman korisnicima njihovih usluga. Međutim, u praksi se pokazalo da interesi klijenata banaka nisu u prvom planu. To se može ilustrovati na primeru kada je zakonodavac u državi Kaliforniji doneo propis kojim se bankama nalaže da obaveštavaju klijente koliko iznosi vremenski period koji je potreban da klijent otplati dugovanje na kartici ukoliko bude redovno otplaćivao minimalno ugovoreni iznos, kao i koliki je iznos kamate koji će klijent platiti tokom tog perioda. OCC je stavila van snage ovaj propis, tvrdeći da je ona ovlašćena za regulisanje tih pitanja, uz isticanje da će doneti odgovarajući akt u bliskoj budućnosti. Međutim, ni posle više godina, OCC nije uradila ništa po ovom pitanju. Pri tom, treba imati u vidu da se OCC finansira pretežno od strane banaka.

U SAD-u je razvijen i testiran program za unapređivanje odlučivanja individualnih korisnika prilikom izbora i tokom korišćenja kreditnih kartica poznat pod skraćenim nazivom BoLT (Borrow Less Tomorrow) (Dean Karlan and Jonathan Zinman, 2012). Program se sastoji od tri komponente: 1) planiranja i postavljanja ciljeva, 2) obavezivanja i 3) podsećanja. Planiranje i određivanje ciljeva korisnik kreditne kartice radi u saradnji sa finansijskim stručnjakom koji mu se stavlja na raspolaganje u okviru pomenutog programa. U tabeli se predstavljaju raspoložive opcije koje nude različite kartice i pravi se plan otplate koji će minimizirati trošak u vidu plaćenih kamata.

Uz pomoć finansijskog stručnjaka, klijent sagledava kako različiti mogući scenariji skraćivanja vremena otplate duga dovode do smanjenja troška po osnovu plaćene kamate. Za tu svrhu koristi se jednostavan kalkulator rasporeda otplate duga pomoću koga stručnjak predstavlja korisniku kreditne kartice različite opcije u zavisnosti od roka otplate kredita. Uz pomoć ovog alata klijentu se demonstrira, na primer, koliko bi uštedeo povećanjem mesečne rate za po, recimo, 10 USD svakog meseca (na primer, 25 USD prvog meseca, 35 USD drugog, 45 USD trećeg) na ukupno plaćenju kamati umesto da otplaćuje svakog meseca po 20 USD. Kada se odredi plan otplate, korisnik kreditne kartice može da odredi jednu ili dve osobe koje će biti obaveštene u slučaju da dođe do odstupanja u realizaciji plana. Pored toga, klijentu je na raspolaganju i opcija da mu projektni tim šalje podsećanje svakog meseca o toku realizacije plana putem imejla (e-maila) ili telefona.

Od 465 potencijalnih klijenata kojima su ponuđena pomenuta tri oblika pomoći, 238 ili 51% je pristao da koristi BoLT. Njih 41% je prihvatio ubrzanu otplatu nakon što im je predstavljen efekat skraćivanja roka otplate i ušteda u plaćenju kamati u poredenju sa slučajem kada se dug otplaćuje u jednakim mesečnim ratama.

Za obaveštavanje članova porodice, prijatelja ili kolega u slučaju problema u otplati odlučilo se 27% učesnika pilot programa. Klijent treba da odredi člana porodice, bliskog prijatelja ili kolegu koji bi mu bili na raspolaganju da mu pruže podršku (isključuje se bilo kakva finansijska pomoć) u slučaju da se suoči sa problemom u otplati duga prema planu. Tok realizacije plana prati projektni tim i on obaveštava člana porodice, prijatelja ili kolegu koji potom razgovara sa klijentom. To predstavlja neku vrstu „mekog pritiska” koji klijent oseća od svojih bliskih.

Za redovno mesečno podsećanje putem imejla i telefona od strane projektnog tima opredelilo se 81% klijenata. Prosečna vrednost kredita po osnovu kreditne kartice u datom uzorku iznosila je 2.447 USD.

Može se zaključiti da BoLT koristi instrumente koji predstavljaju odgovor na ključne slabosti u odlučivanju korisnika kreditnih kartica. Pomoć u donošenju odluke ima za cilj da minimizira greške koje proizlaze iz prevelikog optimizma koji se manifestuje u tome da korisnik kreditne kartice potcenjuje zaduživanje koje nastaje u kasnijem periodu zbog čega ne obraća dovoljno pažnje na visinu kamatne stope koja počinje da se primenjuje nakon određenog inicijalnog perioda. Takođe se potcenjuje efekat „kamate na kamatu” u slučaju neredovnog izmirivanja duga čega većina klijenata nije u potpunosti svesna na početku jer optimistično pretpostavlja da do te situacije neće doći. Isto tako se klijentu predočavaju prednosti, u smislu smanjivanja troškova, u slučaju ubrzane otplate duga.

Redovna podsećanja pomažu klijentu da zadrži pažnju na plaćanju kako bi se smanjio efekat odloženog plaćanja koji olakšava donošenje odluke o kupovini. Podsećanje, zajedno sa nadgledanjem od strane prijatelja, kolega ili članova porodice upravo ima za cilj da pojača pažnju korisnika. Na taj način se utiče i na donošenje odluka o kupovini, odnosno smanjuju neopravdane kupovine.

8. ZAKLJUČAK

Tokom poslednje decenije, u većini zemalja OECD-a, došlo je do povećanja zaduženosti domaćinstava koja premašuje nivo ostvaren neposredno pred izbijanje ekonomske krize 2008. godine. Kreditne kartice su imale značajnu ulogu u pospešivanju kupovine i rasta zaduženosti domaćinstava i pojedinaca. Da bi se bolje razumeo način na koji korišćenje kreditnih kartica dovodi do prekomerne potrošnje i prezaduženosti, neophodno je napustiti pretpostavke o jednakoj raspoloživosti relevantnih informacija svim akterima, kao i pretpostavku o racionalnom odlučivanju svakog pojedinca u svom najboljem interesu. Činjenica da pojedinci imaju depozite na koje dobijaju nižu kamatnu stopu, dok se istovremeno zadužuju po znatno višim kamatnim stopama, samo je jedan od pokazatelja neracionalnih odluka u korišćenju kreditnih kartica.

U cilju smanjivanja rizika od prezaduženosti domaćinstava i pojedinaca koje može da vodi i bankrot, neophodno je razumeti na koji način korisnici kreditnih kartica vrednuju kupovinu koja se dešava u sadašnjosti i plaćanja, tj. otplate koje su odložene. Takođe je važno razumeti asimetričnost u informacijama i znanju između banaka i korisnika kreditnih kartica i manjkavosti u donošenju odluka ovih drugih koje iz toga proizlaze. U tom smislu, bihevioralni pristup može da posluži kao dobar osnov za razumevanje i samim tim za kreiranje predloga koji će pomoći korisnicima da donose bolje odluke.

U radu su razmotrene slabosti u odlučivanju korisnika kreditnih kartica uz pomoć bihevioralnog pristupa. Pored toga, dat je pregled metoda koje se koriste da bi se pomoglo korisnicima da donose odluke koje će biti u njihovom interesu, imajući u vidu da banke koriste slabosti klijenata u odlučivanju kako bi pospešile kupovinu preko kreditnih kartica i zaduživanje koje je najčešći pratilac.

I dok banke sa jedne strane raspolažu superiornim znanjima i informacijama i jasan interes da pospešuju zaduživanje po visokim kamatnim stopama, još uvek nema proverenog mehanizma koji bi omogućio korisnicima kreditnih kartica da optimizuju korišćenje kreditnih kartica sa aspekta svog uku-

pnog troška. Stoga ovaj i drugi radovi koji su posvećeni ovoj temi imaju za cilj da objasne slabosti u odlučivanju korisnika finansijskih usluga banaka, u ovom konkretnom slučaju korisnika kreditnih kartica, i kao takva predstavljaju osnovu za dalja istraživanja koja će ponuditi rešenje za poboljšavanje odlučivanja korisnika kreditnih kartica.

REFERENCE

- Ariely, D., Kreisler, J. (2017) *Dollars and Sense* Harper Collins Publishers.
- Bar-Gill, O. (2004) "Seduction by Plastic", American Law & Economics Association Annual Meetings, Paper 12.
- Bar-Gill, O. Warren, E. (2008) "Making Credit Safer", University of Pennsylvania Law Review, Vol. 157, No. 1. dostupno na: <https://www.law.upenn.edu/live/files/112-bargillwarren157upalrev12008pdf> datum pristupa 23. 2. 2019.
- Consumer Financial Protection Bureau (2017) *The Consumer Credit Card Market*, dostupno na: https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_consumer-credit-card-market-report_2017.pdf datum pristupa 10. 3. 2019.
- Dunn, E., Norton, M. (2014) *Happy Money: The Science of Happier Spending*, Simon and Schuster.
- Federal Reserve Bulletin (2017) "Changes in U.S. Family Finances from 2013 to 2016: Evidence from the Survey of Consumer Finances", Vol.103, No.3. dostupno na: <https://www.federalreserve.gov/publications/files/scf17.pdf> datum pristupa 23. 2. 2019.
- Federal Reserve Board (2017) "Survey of Consumer Finances" dostupno na: <https://www.federalreserve.gov/econres/scfindex.htm> datum pristupa 23. 2. 2019.
- Karlan, D., Zinman, J. (2012) "Borrow Less Tomorrow: Behavioral Approaches to Debt Reduction", Financial Security Project, Boston College.
- MagnifyMoney (2019) *Average U.S. Credit Card Debt*. dostupno na: <https://www.magnifymoney.com/blog/news/u-s-credit-card-debt-by-the-numbers628618371/> datum pristupa 23. 2. 2019.
- Narodna banka Srbije (2019) *Kamatne stope banaka na kredite odobrene stanovništvu i nefinansijskom sektoru – po vrstama indeksacije, 2019*. dostupno na: <http://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html> datum pristupa 25. 1. 2019.
- OECD (2017) *Statistical Insights: What does household debt say about financial resilience?* dostupno na: <http://www.oecd.org/sdd/fin-stats/statisticalinsightswhatdoeshouseholddebtsayaboutfinancialresilience.htm> datum pristupa 2. 2. 2019.
- Peterson, Ch. L. (2003), "Truth, Understanding, and High-Cost Consumer Credit: The Historical Context of the Truth in Lending Act." Florida Law Review, Vol. 55, pp. 807–903. dostupno na: <https://ssrn.com/abstract=878951> datum pristupa 17. 1. 2019.
- Sandroni, A., Squintani, F. (2004) *A Survey on Overconfidence, Insurance and Self-Assessment Training Programs*, dostupno na: https://warwick.ac.uk/fac/soc/economics/staff/fsquintani/research/survey_overconfidence.pdf datum pristupa 8. 1. 2019.
- Shui, H., Ausubel, M. L. (2004) *Time Inconsistency in the Credit Market*. Dostupno na: <http://hdl.handle.net/1903/2082> datum pristupa 8. 1. 2019.
- Tooth, R. (2012) *Behavioural economics and the regulation of consumer credit*, Sapere Research Group.
- Thaler, R., Sunstein, C. (2008) *Nudge, Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*, Penguin Books.

- Udruženje banaka Srbije (2019) Kreditni biro, Kreditni izveštaj februar 2019. dostupno na: http://www.ubs-asb.com/Portals/0/vesti/202/Kreditni_izveštaj_2_2019.pdf datum pristupa 23. 2. 2019.
- U.S. Government Accountability Office (2003) "Credit Cards-Increased Complexity in Rates and Fees Heightens Need for more Effective Disclosures to Consumers", Study no 46–51.
- U.S. Government Accountability Office, Credit Reporting Literacy (2005) "Consumers Understood the Basics but Could Benefit from Targeted Educational Efforts" 10–11.
- Willis, L.E. (2008), "Against Financial Literacy Education", Iowa Law Review, Vol. 94.
- Winter, J. K. (2011), *Rules of Thumb in Life-Cycle Saving Decisions*, Ludwig Maximilians Universitat Munchen. dostupno na: https://epub.ub.uni-muenchen.de/12334/1/Winter_Schlafmann_Rodepeter_2011_mimeo_Rules_of_Thumb_in_Life-Cycle_Saving_Decisions.pdf datum pristupa 23. 2. 2019.

CREDIT CARDS AS A DEBT GENERATOR

Predrag JOVANOVIĆ, Ivana OSTOJIĆ, Predrag PETROVIĆ

S u m m a r y

During last decade, majority of the OECD countries experienced increased indebtedness of households exceeding the level reached in 2008. Credit cards played a significant role in making buying decisions easier and increasing indebtedness of households and individuals. Key weaknesses in decision making process of credit cards holders are insufficient information available from banks as well as their overconfidence. The consequences of overconfidence are that decisions are made primarily based on costs that should be paid now and highly underestimating those that are due later. Credit card holders believe that higher interest rates that should start to apply after promotion period expires will not affect them significantly since they do not expect to have higher expenditures later. Understanding of weaknesses of the decision making process in credit cards use is a base for creating solutions and mechanisms aimed to improve that process in order to optimize total cost of credit card holders as well as to reduce their risk of excessive indebtedness.

Keywords: indebtedness, credit cards, consumption, interest rate, income, decision making, banks