



הודעה לעיתונות:

## **שיווק יזום של אשראי צרכני ממצאים מדוחות ביקורת ודרישות הפיקוח על הבנקים בנושא**

• האשראי הצרכני נמצא במוקד העבודה של הפיקוח על הבנקים בשנים האחרונות בהיבט הצרכני ובהיבט היציבותי. בעקבות בחינת הסיכון בתיק האשראי, נקט הפיקוח על הבנקים במגוון צעדים – הנחיה פיקוחית, מעקב ואיסוף מידע, ניתוח נתונים, ביקורות ודרישות, אשר הובילו להאטה בקצב הגידול של האשראי למשקי בית.

• עיקר צעדי הפיקוח נועד להבטיח כי האשראי ניתן ללקוחות בעלי כושר פירעון סביר, ולמנוע הסתבכות בחובות בקרב לקוחות ללא יכולת פירעון או לקוחות מוחלשים מבחינה כלכלית עקב נטילת אשראי עודף.

• בשנה האחרונה בדק הפיקוח על הבנקים את תהליכי השיווק היזום במערכת הבנקאית, באמצעות ביקורות ובדיקות נוספות שהנחה את המבקרים הפנימיים בבנק לבצע, מצא בעיות בחלק מתהליכי השיווק ודרש את תיקונן.

• בשנה הקרובה נושא האשראי הצרכני יוסיף להיות במיקוד באמצעות מעקב אחר מילוי דרישות הפיקוח ופרסום הוראה בנושא.

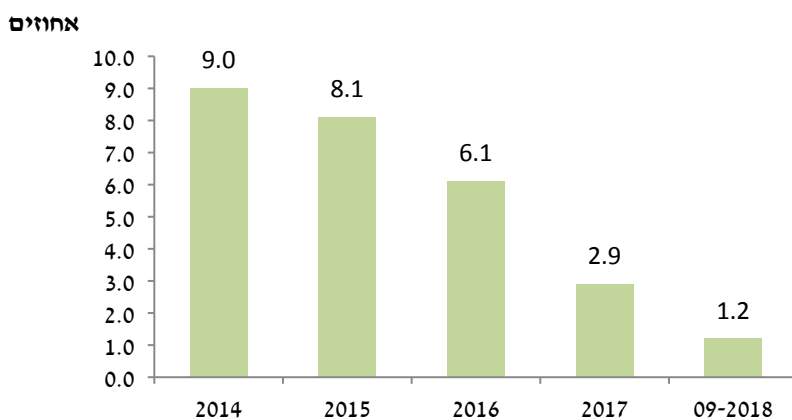
• בסקירה זו מפרט הפיקוח את הממצאים מביקורות שערך, ומסכם את דרישותיו למערכת הבנקאית בתחום השיווק היזום של האשראי הצרכני.

בשנים האחרונות שם הפיקוח על הבנקים דגש בעבודתו על הגידול באשראי למשקי הבית, הן בהיבט צרכני והן בהיבט יציבותי.

בהיבט היציבותי נקט הפיקוח על הבנקים צעדים מגוונים לבחינת הסיכון בתיק האשראי הצרכני ולהגבלתו: בינואר 2015 דרש לבצע הפרשה שמרנית להפסדי אשראי, כדי להמחיש מראש את הסיכון המתפתח בתחום זה; בוצעו ביקורות ובדיקות נוספות בבנקים שבמסגרתם נבדקו תהליכי החיתום ואת תהליכי המעקב והבקרה; הפיקוח שיקף את הסיכונים בתחום הצרכני להנהלות הבנקים ולדירקטוריונים, כדי לוודא שיפעלו כנדרש; וניתח את התפלגות האשראי במשק לפי חלוקה לרמות הכנסה, ופרסם את הניתוח לבנקים ולציבור.

צעדי הפיקוח הובילו להאטה בקצב גידול האשראי המועמד למשקי הבית על ידי הבנקים בשנה האחרונה.

שיעור השינוי ביתרת האשראי הצרכני, 2014-2018



המקור: דוחות כספיים לציבור, דיווחים לפיקוח על הבנקים ועיבודי הפיקוח על הבנקים

בהיבט הצרכני דרש הפיקוח על הבנקים כי שיווק האשראי יתבצע ללקוחות בעלי יכולת החזר, כדי למנוע הסתבכות כלכלית בקרב אוכלוסיות מוחלשות מבחינה כלכלית. בנוסף, נדרשו הבנקים להקפיד על תהליכי שיווק נאותים כלפי הלקוחות. מערכת נתוני האשראי שצפויה לעלות לאוויר במהלך 2019, המהווה את אחד הפרויקטים החשובים שמוביל בנק ישראל, תקל על כל המלווים, בנקים וגופים חוץ בנקאיים, להעריך נכונה את יכולת החזר של הלקוחות בהתבסס על מידע מלא, כדי למנוע העמדת אשראי ללקוחות ללא יכולת החזר.

הפיקוח על הבנקים שם דגש מיוחד על השיווק היזום של אשראי למשקי בית על ידי המערכת הבנקאית – תהליך שבו בנק פונה ללקוח ספציפי בהצעה למתן אשראי – בסניפים, בערוצים דיגיטליים, בטלפון, ואף אגב טיפול בבקשה אחרת של לקוח. אמנם מדובר בפרקטיקה קיימת בארץ ובעולם, אך שיווק יזום טומן בחובו גם סיכונים בעבור לקוחות. כך למשל, בעת פנייה יזומה אין ללקוח לרוב שהות מספקת כדי לבחון את כל התנאים ולערוך השוואת מחירים מול חלופות אשראי אחרות הקיימות בשוק וכדי להעריך את הנטל הכולל של ההתחייבויות ולתכנן נכון את אופן הפירעון.

בשל כך הנחה הפיקוח את הבנקים ואת החברות לכרטיסי האשראי בכתב בשנת 2015 באשר לאופן הפנייה היזומה ללקוחות בהצעת האשראי. הבנקים נדרשו לקבוע במדיניות את קהלי היעד לביצוע הפנייה היזומה, ולהחריג ממנה קבוצות לקוחות ללא יכולת החזר, וכן קבוצות לקוחות נוספות (למשל, לקוחות מבוגרים מאוד או צעירים מאוד). יודגש, כי קבוצות אלה הוחרגו לצורך פנייה יזומה בלבד, ומאליו מובן כי הם יכולים לפנות לבנקים בבקשת אשראי ביוזמתם, וכל בקשה תידון לגופה. בנוסף, דרש הפיקוח מהבנקים לוודא כי פתרונות האשראי תואמים את צרכי הלקוחות.

בשנה האחרונה בדק הפיקוח על הבנקים את תהליכי השיווק היזום של אשראי צרכני במערכת הבנקאית, באמצעות ביקורות ובדיקות נוספות.

בבדיקות אלה נמצא כי ככלל האשראי משווק ללקוחות בעלי כושר החזר סביר, ולא נמצאה תופעה של "דחיפת" אשראי ללקוחות ללא יכולת החזר או ללקוחות מוחלשים מבחינה כלכלית.

עם זאת, הפיקוח על הבנקים זיהה בחלק מהמקרים בעיות אחרות בתהליכי השיווק, והוא עוקב אחר תיקון בהתאם לדרישותיו:

תאגידי בנקאיים נדרשו לוודא כי עובדיהם, בסניפים ובמוקדים הטלפוניים, לא מפעילים לחץ כלשהו על לקוחות לקבל שירותי אשראי. בבדיקות שערך הפיקוח על הבנקים אותרו מקרים מסוימים בהם עובדי המוקד הטלפוני פעלו לשכנע לקוחות לקחת הלוואה, למרות שאלה הביעו חוסר עניין בכך. נמצא כי השכנוע הבלתי הולם באותם מקרים כלל הצעות חוזרות ונשנות, הפעלת לחץ על לקוחות להחליט "עוד היום", ושימוש בביטויי שידול לא ראויים.

▪ הפיקוח על הבנקים דורש מהתאגידי הבנקאיים להיערך לקיום מנגנון אשר **ימנע הטרדת לקוחות** בהצעות אשראי חוזרות, לאחר שאלה הביעו חוסר עניין בשירות, ואף הורה לתאגידי הבנקאיים להיערך להטמעת מנגנון אשר יאפשר ללקוחות להודיע מראש כי אינם מעוניינים בפניות יזומות מצד הבנק. זאת בעקבות מקרים מסוימים שאותרו שבהם עובדי מוקד טלפוני פנו ללקוחות בהצעות חוזרות ונשנות לקבלת הלוואות, גם לאחר שהלקוחות הביעו העדר עניין או סירבו להצעות.

▪ הפיקוח על הבנקים דורש מהתאגידי הבנקאיים **להגביר את הגילוי הניתן ללקוחות** באמצעות שיפור ההנחיות לניהול שיחה עם לקוח והגברת הבקרה על השיחות בפועל:

· על הבנקים להביא לידיעת הלקוח כבר בראשית השיחה את **המצב העדכני של הלקוח בחשבון, הן בצד החובה והן בצד הזכות**. בפרט, על בנקים להביא לידיעת הלקוחות פירוט אודות הפיקדונות שעומדים לרשותם, לרבות מועדי פירעונם ושיעורי הריבית בהם. המטרה היא לאפשר ללקוחות לקבל החלטה מושכלת האם ליטול הלוואה או למשוך פיקדון, זאת לאור פערי הריבית בין השניים – בהיבט הכלכלי לרוב שימוש בפיקדון כדאי יותר בעבור הלקוח מאשר נטילת הלוואה, שכן הריבית שהלקוח מקבל בפיקדון נמוכה משמעותית מהריבית שהוא ישלם בהלוואה.

· דוגמה נוספת היא דרישה **להקדמת הגילוי על שיעור הריבית על הלוואה** המוצעת כבר בראשיתה של שיחת השיווק, ועוד בטרם גיבש הלקוח את דעתו באשר להצעה. דרישה זו באה על רקע תהליך עבודה שנמצא בחלק מהמקרים שבו המכירה מורכבת משני שלבים: בשיחה הראשונה הלקוח נותן את הסכמתו העקרונית להגשת בקשה לאשראי לפני שהבנק מוסר לו את שיעור הריבית, ורק בשיחה נוספת הבנק מעדכן אותו בדבר שיעור הריבית שאושר. הפיקוח על הבנקים מבקש לוודא שהלקוח יבין מהו שיעור הריבית וישקול אותה בשלב מוקדם של תהליך המכירה, עוד לפני מתן הסכמתו העקרונית להגשת בקשה להלוואה.

· חשיבות מיוחדת נודעת לגילוי הריבית במצבים בהם ללקוח מוצעת הלוואה לצורך מחזור מלא או חלקי של הלוואות קודמות. בהיבט הכלכלי ככלל אין כדאיות למחזר הלוואות קיימות בהלוואה יותר יקרה, והדבר אינו כדאי בעבור הלקוח. חריג לכך הוא לקוח שמתקשה להחזיר את הלוואות, והמחזור נדרש לצורך פריסת החוב.

· על הבנקים להקפיד ולהביא לידיעת הלקוחות את **ההטבות בריבית**, ככל שללקוח קיימת זכות להטבה כזו מכוח הסדר כללי (השתייכות למגזר אוכלוסייה מסוים, כמו חיילים, סטודנטים וכיו"ב), או מכוח הסכמים מיוחדים (למשל הסכמים החלים על קבוצות עובדים מסוימות).

▪ הפיקוח על הבנקים דורש לוודא כי ההלוואות המוצעות בערוצים הישירים **לא יהיו יקרות יותר** מהלוואות המוצעות ללקוחות בסניפים – עמדת הפיקוח על הבנקים היא כי שיפורים טכנולוגיים

מאפשרים לתאגידים בנקאיים להתייעל ולהציע ללקוחותיהם שירותים במחירים נוחים יותר. עמדה זו חלה גם על מחיר ההלוואות הצרכניות.

- הפיקוח דורש מהתאגידים הבנקאיים לוודא כי **מנגנוני התגמול המשתנה של עובדים העוסקים בשיווק אשראי אינם מבוססים על יעדים אישיים** של ביצוע אשראי לכל בנקאי, או על יעדים אחרים שעלולים לעודד שיווק אגרסיבי ולהגביר סיכונים. הפיקוח על הבנקים מצא כי תגמול משתנה על בסיס יעדים אישיים עלול להגביר את הסיכון לשיווק שאינו עומד בסטנדרטים הראויים של גילוי והגינות.
- דרישה מהותית נוספת של הפיקוח על הבנקים מכוונת להבטחת **תרבות ארגונית של טובת הלקוח** בפעילות הבנק. מתוך כך הוצגה דרישה **להגברת בקרה וביקורת על תהליכי העמדת האשראי הצרכני** ובפרט על שיחות השיווק הייזום על ידי שומרי הסף בתאגידים בנקאיים – עובדי בקרה, ייעוץ משפטי, ציות, ניהול סיכונים וביקורת פנימית, כדי להבטיח שמירה על כל החובות החלות על תאגידים בנקאיים כלפי לקוחותיהם.

הפיקוח על הבנקים ממשיך בעבודתו בנושא האשראי הצרכני ובשנה הקרובה יעקב אחר תיקון הליקויים שנמצאו, וכן הוא נערך לפרסם הוראה ייעודית של שיווק אשראי צרכני על ידי המערכת הבנקאית.

### סיכום דרישות הפיקוח: "עשה" ו"אל תעשה" בשיווק היזום של אשראי צרכני



התאמת פתרון האשראי לצרכי הלקוח	תיעוד הפנייה היזומה ללקוח בהצעת אשראי	הפניית תשומת ליבו של הלקוח להטבות שהוא זכאי להן	פנייה תכופה חוזרת ללקוח שהביע חוסר עניין	שיווק יזום ללקוחות שיתקשו להחזיר את ההלוואה במאמץ סביר
הפניית תשומת ליבו של הלקוח ליתרות זכות ולפקדונות, ולפערים בתשואה עליהם לעומת ריבית על אשראי	הצעה לפרוס את האשראי החודשי, (גם אם הריבית יקרה יותר), כדי לסייע בפירעון החוב	מסירת מידע מלא על הנכסים והתחייבויות של הלקוח בראשית השיחה	שיווק יזום ללקוחות צעירים מאוד או מבוגרים מאוד	פנייה בהצעות יזומות ללקוחות שהודיעו מראש שאינם מעוניינים בפניות יזומות מצד הבנק
	מסירת מידע מלא על תנאי ההלוואה (למשל, שיעור הריבית, תקופת ההלוואה) בשלב מוקדם של השיחה		הצעת הלוואה יקרה כדי למחזר הלוואות זולות יותר ללקוח שאינו נדרש לפריסת האשראי	שידול לקוח לנטילת אשראי לעניין זה "שידול" הוא ניסיונות שכנוע והפעלת לחץ