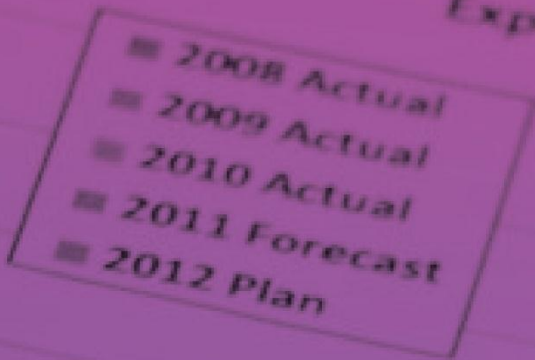




საზოგადოება და ბანკები
SOCIETY AND BANKS



Expenses by Program and Fer
Surplus
Total Cost

კომერციული ბანკების რეკლამების მონიტორინგი



კომერციული ბანკების რეკლამების მონიტორინგი

არასამთავრობო ორგანიზაცია „საზოგადოება და ბანკებმა“ ბოლო 4 თვის მანძილზე მედიაში და ინტერნეტ სივრცეში კომერციული ბანკების მიერ განხორციელებული სარეკლამო აქტივობის მონიტორინგი ჩაატარა (იგულისხმება ტელევიზია, რადიო, ბეჭდური მედია, სოციალური მედია, გარე რეკლამა და სხვადასხვა ინტერნეტ პორტალი).

დაკვირვების შედეგად გამოიკვეთა, რომ 2015 წელს ბანკები საკმაოდ დიდ რესურს ხარჯავდნენ სხვადასხვა დისტანციური პროდუქტების პოპულარიზაციაზე. პარალელურად, უმჯობესდებოდა ტექნიკური მხარე, რაც მომხმარებლებს კიდევ უფრო უმარტივებს სხვადასხვა საბანკო მომსახურების მიღებას.

საინტერესოა ისიც, რომ კომერციული ბანკები სხვადასხვა წამახალისებელი აქციების საშუალებით მომხმარებლებს მოუწოდებენ, რომ უფრო აქტიურად ისარგებლონ უკონტაქტო ბარათებით. ამას ბონუს პროგრამებით და სხვადასხვა შეთავაზებებით ასერხებენ. მაგალითად, თუ მომხმარებლები პლასტიკური ბარათით შეიძენენ რაიმე პროდუქტს, მათ ერიცხებათ ქულები, ან რამდენჯერმე სარგებლობის შემთხვევაში გადაეცემათ სხვადასხვა საჩუქრები.

საინტერესოა ის ფაქტი, რომ ბოლო 4 თვის განმავლობაში გაიზარდა ლარში ანაბრების პროცენტი. ამ მიმართულებით სხვადასხვა სარეკლამო კამპანია დაიგეგმა. რეკლამებში ნაჩვენებია არის გრძელვადიანი ანაბრის პროცენტი, თუმცა არაფერია ნათქვამი ანაბრის ვადის შესახებ. აქედან გამომდინარე შესაძლოა მომხმარებელი შეცდომაში შევიდეს და სარეკლამო ტექსტის მიხედვით იფიქროს, რომ მითითებულ სარგებელს მოკლევადიანი დეპოზიტების შემთხვევაშიც მიიღებს.

დაკვირვების შედეგად კვლავ გამოიკვეთა დადებითი ტენდენცია იმისა, რომ რეკლამების საშუალებით მომხმარებლებს უფრო მეტი ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობა აქვთ, ვიდრე წინა წლებში. საპროცენტო განაკვეთი მინიმალური ნიშნულით ფიქსირდება. მაგალითად სესხები 12 %-იდან; ეფექტური საპროცენტო განაკვეთი 15 %-იდან, რაც იმას ნიშნავს, რომ ბანკები სესხს ამაზე დაბალ პროცენტში არ გასცემენ. თუმცა, არის შემთხვევები, როცა მცირე სესხების დროს ბანკები საერთოდ არ უთითებენ პროცენტს და სხვა გამარტივებულ პროცედურებზე ამახვილებენ ყურადღებას.

ბანკები მომხმარებლებს სხვადასხვა სასესხო პროდუქტების სარგებლობის შემთხვევაში საკრედიტო ბარათებს საჩუქრად სთავაზობენ. უნდა აღინიშნოს, რომ ეს საჩუქარი ნებაყოფლობითია და თუ მომხმარებელი ხელს არ მოაწერს ხელშეკრულებას, ის სესხით ვერ ისარგებლებს. სამწუხაროდ, ასეთი ტიპის რეკლამებში საპროცენტო განაკვეთზე და დამატებით საკომისიოებზე არაფერია ნათქვამი.

ბანკები ახალი წლის დადგომასთან ერთად, აქტიურად სთავაზობენ მომხმარებლებს 0%-იანი განვადების რეკლამებს, სადაც არ არის მითითებული ეფექტური საპროცენტო განაკვეთი. თუმცა დადებითი ფაქტია, რომ დამატებითი საკომისიოების შესახებ უფრო მეტი ინფორმაცია არის მიწოდებული. არსებობს შემთხვევები, როდესაც სესხის პროცენტი შესაძლოა იყოს 0%-



ისგან განსხვავებული და ეს ინფორმაცია არ არის რეკლამაში მითითებული. ბოლო 4 თვის განმავლობაში ბანკები ონლაინ განვადების აქციებსაც სთავაზობენ მომხმარებლებს. თუმცა სტანდარტული განვადებისგან განსხვავებით, ზოგიერთ შემთხვევაში არ არის მითითებული სესხის პროცენტი და სხვა დამატებითი დანახარჯები. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ნაღდი ფულით შეძენის შემთხვევაში გაცილებით ნაკლებია საყოფაცხოვრებო ტექნიკის და სხვა ნივთების ღირებულება, ვიდრე მისი განვადებით შეძენისას. მომხმარებლის მოლოდინი, რომელსაც ჰქმნის მსგავსი ტიპის სარეკლამო რგოლები, ხშირად აცდენილია რეალობას. საბოლოოდ კი მომხმარებელი რჩება განანწყენებული და მოტყუებული.

საბანკო სექტორის სარეკლამო რგოლები შეიძლება ერთი შეხედვით საკმაოდ შთამბეჭდავი იყოს, მაგრამ ისინი ყოველთვის არ იცავენ მომხმარებლის ინტერესს. ზოგიერთმა სარეკლამო რგოლმა შესაძლოა ბანკის კლიენტი შეცდომაში შეიყვანოს. ყველა ინფორმაცია აუცილებლად უნდა გადამოწმდეს. გასულ წლებთან შედარებით გამოიკვეთა დადებითი ტენდენცია ინფორმაციული სახის სარეკლამო კამპანიებთან დაკავშირებით. აქამდე თუ მითითებული იყო მხოლოდ პროდუქტის დადებით მხარე, ახლა ხშირ შემთხვევაში ხაზგასმულია ყველა ის ფინანსური ხარჯი, რაც თან ახლავს პროდუქტით სარგებლობას. რაც შეეხება ბანკებს ისინი უფრო მეტი პასუხისმგებლობით უნდა მოეკიდონ მათ მიერ წარმოებულ სარეკლამო კამპანიას და მაქსიმალურად დაიცვან მომხმარებლის ინტერესები. სარეკლამო რგოლი კი უნდა ასახავდეს რეალობას და არ უნდა შეჰყავდეს მომხმარებელი შეცდომაში.



