

بنك مركزي
٢٠١٩/٤/٢٩



البنك المركزي العراقي Central Bank of Iraq

consumer protection
Guide

consumer protection
Guide

consumer protection
Guide

دليل حماية المستهلك



www.cbi.iq



8165171



cbi@cbi.iq

البنك المركزي العراقي

دليل حماية المستهلك

نظراً لجهود البنك المركزي العراقي الهادفة إلى تعزيز حماية المستهلك في القطاع المصرفي من خلال التأكيد على تعزيز مفهوم الإفصاح والشفافية في المعاملات المالية والمصرفية التي تقدمها المصارف إلى مختلف الزبائن وفي جميع القطاعات والعمل على توفير بيئة مناسبة لحفظ حقوق الزبائن في إطار علاقة متوازنة توفر الحماية للقطاع المصرفي استرشاداً بأفضل الممارسات العالمية في هذا المجال .

فقد تم اعداد دليل حماية زبائن المصارف الذي يمثل التعليمات المعتمدة من إدارة البنك المركزي العراقي وحسب تعليماته المرقمة ٤٢٧/٧/١/٩ والمؤرخة ٢٠١٦/١١/٧ والتي تم إعدامها على جميع المصارف كافة وشركات التحويل المالي وشركات مزودي خدمات الدفع الإلكتروني ليتم تطبيقها في إطار تعاملها مع جميع زبائنها من الأفراد الطبيعيين أو المعنويين وضمن ما جاء في نطاق التطبيق . وتعد مجموعة المبادئ الواردة في الدليل مكملة للتعليمات وليست بديلاً لما أصدره البنك المركزي العراقي سابقاً من تعليمات مختلفة في مجال حماية الزبائن.

إذ يقع على المصارف المبادرة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتطبيق ما ورد في هذا الدليل من مبادئ وضوابط ، بما في ذلك وضع ما يلزم من سياسات معتمدة من مجالس الادارة وتحديث أدلة العمل لديها . ويتعين على المصارف مباشرة تطبيق هذه التعليمات اعتباراً من تاريخ صدور الدليل حيث يتم الإلتزام بها بالشكل الكامل .

وفي إطار المنهجية التي يتبناها البنك المركزي العراقي بشأن تكريس دوره الرقابي في مجال حماية حقوق المصارف، فقد أصدر العديد من التعليمات والتوجيهات إلى القطاع المصرفي تهدف إلى تعزيز مفهوم الإفصاح والشفافية في المعاملات المالية والمصرفية التي تقدمها المصارف إلى مختلف الزبائن وفي جميع القطاعات والعمل على توفير بيئة مناسبة لحفظ حقوق الزبائن في إطار علاقة متوازنة توفر الحماية للقطاع المصرفي مع تعرضه لمخاطر السمعة التي تنشأ في حالة عدم التزام المصارف بضوابط السلوك المهني المصرفي بما قد يؤثر سلباً على تعامل الزبائن مع تلك المصارف. ومن ضمن التعليمات التي أصدرها البنك المركزي العراقي في هذا المجال الضوابط المتعلقة بالعقود المبرمة مع الزبائن من حيث قانونيتها وصياغتها بشكل واضح وهناك تعليمات أخرى صادرة بشأن الضوابط المتعلقة بإصدار بطاقات الإئتمان وغيرها من الضوابط الموجهة بشكل مباشر لحماية حقوق هؤلاء الزبائن، ومنها بشكل خاص التعليمات الأخيرة التي أصدرها البنك المركزي العراقي بشأن إنشاء قسم لحماية الزبائن في البنك المركزي يهدف إلى نشر الوعي المصرفي والمالي لدى الزبائن وتلقي تظلماتهم حيث شملت مهام هذه الوحدة تقديم الخدمة الهاتفية للرد على استفسارات الزبائن .

وفي ظل تزايد الإهتمام الدولي بموضوع حماية المستهلكين في مجال الخدمات المالية وذلك على أثر تداعيات الأزمة المالية العالمية ، وما شهدته الأسواق من تطور في هذه الخدمات والأدوات المالية ، بما في ذلك التوسع في الخدمات الإلكترونية ، وتزايد فرص نقل المخاطر إلى الزبائن في مختلف القطاعات ، لاسيما في حالة ضعف المعرفة والوعي المالي لدى الزبائن . وفي هذا الشأن ، كشفت الأزمة المالية على أن من بين أسباب تلك الأزمة ما يرجع الى طرح العديد من المنتجات المالية المبتكرة أو الهيكلة والتي تتطوي على مخاطر عالية لم يتمكن الزبائن من ادراكها بالقدر الذي يمكنهم من اتخاذ قراراتهم وفقاً لأسس صحيحة ومدروسة . ومن هنا جاء الانتباه الى ضرورة أن تكون المنتجات المالية والمصرفية مصممة وفقاً لاحتياجات الزبائن وفي إطار واضح لما تتطوي عليه من مخاطر . وقد أكدت تلك التطورات على ضرورة حماية المستهلك المالي ودمج ذلك بالشمول المالي وسياسات التقيف والتوعية المالية وضمن الأطر القانونية التي توفر للزبائن حماية لحقوقهم من حيث المعاملة العادلة والإفصاح المناسب وتحسين ثقافتهم المالية وتزويدهم بالنصائح الموضوعية ، مع تقديم الخدمات المالية لهم ضمن أطر عمل تنافسية وفي إطار سلوك مهني مع مراعاة حماية موجودات وبيانات هؤلاء الزبائن من أي انتهاك لسريتها أو تعريضهم إلى أي تزوير أو احتيال .

أولاً : حماية الزبائن - الأهمية والمفهوم :

يقصد بحماية المستهلك ما يتم تطبيقه من إجراءات تهدف إلى الحد من المخاطر التي قد يتعرض لها الزبائن في مجال تعاملهم مع المصارف من خلال وضع الأطر التنظيمية ، من سياسات وإجراءات ، تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الإفصاح والشفافية في التعامل المالي بما يضمن حصولهم على حقوقهم دون انتقاص وعدم الإضرار بمصالحهم ، ومساءلة من يتجاوز تلك الأطر التنظيمية .

وتعتمد عملية حماية المستهلك على ثلاثة أبعاد تتمثل في الآتي :

- **البعد التنظيمي والرقابي :** ويشمل مجموعة الأساليب والتطبيقات والممارسات التي تمارسها السلطات الرقابية المعنية في سبيل تعزيز حماية المستهلكين .

- **البعد التشريعي :** ويشمل مجموعة الأنشطة والممارسات والضوابط المنظمة لحقوق المستهلك وواجباتهم والتي تشكل الإطار الإلزامي الذي يتعين العمل من خلاله بحيث يتعرض المصرف الذي يخالف هذه التشريعات إلى عقوبات مناسبة .

- **البعد التوعوي والتثقيفي :** ويشمل مجموعة الأنشطة والممارسات التي تستهدف رفع مستوى المعرفة والثقافة المالية والمصرفية للزبائن وبما يرفع من قدرتهم على اتخاذ القرار المناسب الذي يعزز من أساليب حمايتهم وحصولهم على حقوقهم .

ثانياً : الإطار التنظيمي والرقابي :

يأتي اهتمام البنك المركزي العراقي بحماية الزبائن في البنوك في اطار خطته الاستراتيجية (٢٠١٦ - ٢٠٢٠) حيث تمتلك حماية المستهلك هدفاً استراتيجياً يسعى البنك الى تحقيق ما يتضمنه وفق قانون البنك بشأن النقد وتنظيم المهنة المصرفية وتعديلاته من أحكام مختلفة في هذا المجال ، واتساقاً مع ما تقضي به الممارسات الأساسية للرقابة المصرفية الفعالة من امتداد الدور الرقابي إلى التأكد من توافر سياسات واجراءات مناسبة لدى المصارف تتضمن قواعد صارمة تتعلق بالعناية الواجبة لحماية الزبون وبما يعزز تطبيق معايير مهنية عالية المستوى في القطاع المصرفي .

لذا يحتوي هذا الدليل على المبادئ والقواعد التي يتعين على المصارف الالتزام بها ومراعاتها لدى تقديمها لمنتجات أو خدمات مصرفية لزبائنهم، ولدى تقديم النصح والمعلومات المالية لهم ، وعند الإعلان والدعاية عن تلك المنتجات او الخدمات ، إضافة الى معالجة حالات الشكاوى والتظلمات وتسوية الخلافات والنزاعات .

ثالثاً : الهدف من إصدار دليل حماية الزبائن :

يرمي إصدار هذا الدليل إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها ما يأتي:

١- التأكيد على ما يوليه البنك المركزي العراقي من اهتمام في مجال حماية حقوق الزبائن ، بما يضمن حصولهم على الخدمات المالية والمصرفية في إطار متكامل من الإفصاح والشفافية ، وبما يمكن الزبائن من اتخاذ قراراتهم على أسس سليمة ، مع التأكيد على أهمية مواكبة المصارف للتطورات المصرفية المتعلقة باحتياجات الزبائن الحالية والمستقبلية وتبصيرهم بمدى مناسبتها لهم ، وبما يحقق طموحاتهم .

٢- إيجاد مجموعة من المعايير والممارسات المتعلقة بحماية زبائن المصارف بحيث تمثل هذه المعايير والممارسات أساساً لتقييم أداء المصارف في مجال حماية الزبائن وتطبيقات الحوكمة في هذا المجال .

٣- بلورة إطار عام لمفهوم حماية الزبائن مع التركيز على قطاع المصارف وبما يسهم في تعزيز الأهداف الرقابية الداعمة للاستقرار المالي من خلال تعزيز الممارسات المهنية في مجال تقديم الخدمات المالية للزبائن وبما يدرأ المشكلات على المستوى الوطني كنتيجة لأي ممارسات غير سليمة عند تعامل المصارف مع الزبائن .

٤- إن وجود دليل مكتوب يحوي مبادئ هامة في حماية المستهلك ، يؤكد على النزاهة والأمانة ، ويتوقع أن يترك أثراً جيداً على القائمين بالعمل المصرفي والمالي ، إنطلاقاً من إن ذلك يمثل توثيقاً لدعم جهود تطبيق مثل هذه المبادئ .

٥- يمثل الدليل أداة تثقيفية وتوعوية للزبائن المصارف بما يشتمل عليه من عرض للحقوق والواجبات والمبادئ التي تحسن مستوى المصارف بطبيعة العلاقة مع المصارف ، وبما يسهم في الارتقاء بالعملية التثقيفية مالياً وقانونياً للزبائن في معاملاتهم المصرفية فوجود الزبائن الذين يتمتعون بثقافة وفهم مالي ومصرفي سيؤدي إلى ترشيد تصرفاتهم وقراراتهم المالية بما يقلص من فرص مشاركتهم في إحداث أزمات نتيجة تدني مستوى الوعي لديهم .

٦- تأصل الممارسات العادلة التي يتعين تبنيها لدى تقديم الخدمات والمنتجات المالية والمصرفية من خلال المصارف والتي تمثل حدوداً دنيا من السياسات والاجراءات التي تتبعها المصارف لدى تعاملها مع زبائنهم لاسيما في مجال التركيز على الافصاح والشفافية لمساعدة الزبائن في اتخاذ القرارات في ضوء أوضاعهم الحقيقية .

٧- تعزيز أركان ودعائم الثقة في وحدات الجهاز المصرفي باعتبار إن تلك الثقة من أهم عوامل النجاح والنمو وتطوير العلاقات مع الزبائن لاسيما في ظل وجود آليات فعالة وأطر واضحة للتعامل مع شكاوى وتظلمات الزبائن وأية ممارسات لا تتسم بالعدالة أو الوضوح .

رابعاً : نطاق التطبيق :

يطبق هذا الدليل على المصارف العاملة في العراق وشركات التحويل المالي وخدمات الدفع الإلكتروني .

خامساً : مبادئ حماية المستهلك :

تمثل المبادئ العامة لحماية الزبائن الواردة أدناه ، الحد الأدنى من القواعد التي يتعين على البنوك الالتزام بتطبيقها ومراعاتها لدى تعاملها مع الزبائن .

المبدأ الأول : المعاملة بعدل ومساواة

يتعين على المصارف ، وخلال جميع مراحل تعاملها مع الزبون ، مراعاة أن تتسم تعاملاتها بالعدل والمساواة والإنصاف والأمانة وأن تحرص على جعل هذا المنهج جزءاً من قواعد الحوكمة لديها .

المبدأ الثاني : الإفصاح والشفافية

يتعين على المصارف أن توفر لزبائنهم جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات والمنتجات التي تقدمها لهم ، على أن تتسم هذه المعلومات بالوضوح وسهولة الفهم والبساطة والدقة ، وبما يكفل إطلاع الزبائن على المزايا والمخاطر ، بشفافية ووضوح ، وعلى ألا يتحمل الزبون عبء في سبيل الحصول على تلك المعلومات . ويتعين على المصارف مراعاة أن تشمل المعلومات التي تقدمها للزبائن أيضاً حقوقهم ومسؤولياتهم ، وتفاصيل الأسعار والعمولات والرسوم التي يتقاضاها كل

مصرف نظير كل خدمة أو منتج وكذلك إيضاح المزايا والمخاطر المرتبطة بها وآلية إنهاء العلاقة وما يترتب عليها ، وذلك بما يسهل على الزبائن اتخاذ قراراتهم . ويجب أن تكون النصائح المقدمة للزبون تتناسب مع قدرته وامكانياته وأهدافه المالية ، وفي ضوء ما لديه من خبرات بشأن تلك المنتجات والخدمات ، ومراعاة حث الزبائن على تقديم معلومات شاملة ودقيقة عن أوضاعهم واحتياجاتهم بما يمكن المصارف من تقديم النصائح والخدمات المناسبة .

المبدأ الثالث : التوعية والتثقيف المالي

يتعين على المصارف أن تضع الخطط والبرامج والآليات المناسبة لتطوير ونشر المعارف المالية والمصرفية لزبائنها الحاليين والمحتملين ، والسعي لرفع مستوى الوعي والتثقيف لديهم بما يمكنهم من التعرف على الجوانب المتعلقة بما يقدم إليهم من خدمات أو منتجات مصرفية كافة ، ومن ثم المساعدة في اتخاذ قرارات مدروسة ، وتوجيههم إلى الجهة المناسبة التي يمكن من خلالها الحصول على المعلومات الإضافية إذا كانت لديهم حاجة إليها . ويتعين على المصارف تعريف الزبائن بحقوقهم ومسؤولياتهم ولاسيما الزبائن الذين لا يملكون خبرة ودراية مصرفية .

المبدأ الرابع: السلوك المهني

يتعين على المصارف أن تحرص على ممارسة وأداء عملها بأسلوب مهني مسؤول مأخوذاً في الاعتبار تحقيق أفضل مصلحة للزبائن في مراحل تعاملهم مع المصرف كافة باعتباره مسؤولاً عن حماية الزبون فيما يقدم إليه من خدمات أو منتجات مصرفية. ويأتي على قمة هذه السلوكيات النزاهة والمصادقية والتحقق من مناسبة الخدمات والمنتجات المطروحة للزبون لإمكاناته وقدراته واحتياجاته ، مع التأكد من توافر التدريب الكافي لموظفي المصرف الذين يتواصلون مع الزبائن ويقدمون الخدمات المصرفية لهم.

المبدأ الخامس : حماية الزبائن ضد الاحتيال المالي

يتعين على المصارف حماية ودائع الزبائن ومدخراتهم وغيرها من الأصول المالية التي تقع في دائرة معاملاتهم مع البنك ، وذلك من خلال وضع أنظمة الرقابة الداخلية الفعالة التي تتسم بالكفاءة والمستوى العالي من الرقابة الدقيقة بهدف الحد من عمليات الإحتيال والاختلاس أو إساءة استخدام الخدمات المالية ، والتأكد بشكل مستمر من كفاءة الأنظمة المستخدمة لمواكبة التغيرات في الأساليب الاحتيالية.

المبدأ السادس : حماية الخصوصية وسرية المعلومات

يتعين على المصارف وضع الأنظمة الرقابية والآليات والسياسات التي تكفل حماية المعلومات المالية والشخصية لزبائنها ، فجميع التعاملات مع المصارف تتمتع بسرية ولا يجوز الاطلاع عليها أو كشفها إلا وفق ماينظمه القانون والتشريعات السارية وعلى المصارف توفير الأنظمة الآمنة للتعاملات الإلكترونية إضافة إلى ضرورة شمول قواعد السلوك المهني للمصارف فقرة التزام الموظفين بالسرية المهنية حماية لزبائنه .

المبدأ السابع : معالجة شكاوي وتظلمات الزبائن

يتعين على المصارف إعطاء العناية الكافية لمعالجة شكاوي الزبائن وتظلماتهم بطريقة سريعة وعادلة ومستقلة ، وأن تتأكد من قيام قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور (حماية المستهلك) لديها بمسؤولياتها بفعالية ، في ظل وجود آليات واضحة ومحددة لمتابعة ومعالجة تلك الشكاوي دون تأخير وأن يتم إعطاء وحدات شكاوي الزبائن العناية والإشراف المناسبين من مجالس إدارات المصارف ، وأن تكون لدى المصارف آلية داخلية لحل النزاعات مع الزبائن .

المبدأ الثامن : التنافسية

يتعين توفير المعلومات المطلوبة لإجراء المقارنات بين أفضل الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية المتاحة للزبائن من المصارف ، ويشمل ذلك سهولة التحويل والانتقال فيما بين المصارف وبين المنتجات والخدمات المختلفة دون عناء أو تعقيدات وأن يكون ذلك بتكلفة معقولة مع الأخذ بالحسبان أن يؤدي ذلك إلى رفع مستوى جودة ما تقدمه المصارف من خدمات لزبائنها.

المبدأ التاسع : حماية الزبائن من مخاطر عمليات الإسناد الخارجي

في حالة استعانة المصارف بخدمات تشغيلية من جهات خارجية (عمليات الإسناد الخارجي) يتعين عليها التأكد من التزام الجهات الخارجية بالمبادئ التي يشملها هذا الدليل وإنها تعمل لما فيه مصلحة زبائن المصارف وإنها تتحمل مسؤولية حمايتهم بما فيها المحافظة على السرية المصرفية لمعلوماتهم .

المبدأ العاشر : تعارض المصالح

يتعين أن يكون لدى كل مصرف سياسة مكتوبة واضحة ومعتمدة من مجلس إدارته بشأن تعارض المصالح والذي عليه التأكد وبشكل مستمر من كفاية الاجراءات المتبعة والسياسة المطبقة في كشف الحالات المحتملة لتعارض المصالح وإنها تطبق بشكل فعال . والتأكد من الإفصاح عن حالات تعارض المصالح وفقاً لما تحدده تلك السياسة .

سادساً: الممارسات الخاصة بالإفصاح وتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية:

يتعين على المصارف في هذا الشأن الإلتزام بما يلي :

١. أن توفر لزبائنها نسخة مكتوبة من الأحكام والشروط العامة والخاصة المرتبطة بكل منتج أو خدمة قبل حصولهم على ذلك المنتج أو الخدمة .
٢. استخدام وسائل شفافة وعادلة في تسويق منتجاتها وخدماتها المصرفية .
٣. توفير موظفين مؤهلين للتعامل المباشر مع الزبائن وبما يتناسب مع درجة التعقيد في المنتجات أو الخدمات التي تقدمها ويتعين حصول هؤلاء الموظفين على التدريب الكافي للرد على استفسارات الزبائن كافة بمعلومات صحيحة .
٤. مراعاة تطبيق متطلبات الإفصاح كافة للمنتجات والخدمات التي يتعين الإفصاح عنها مثل عرض الخدمات والمنتجات على لوحات إعلانية داخل وخارج المصرف .
٥. ان تكون جميع القواعد والأحكام المتعلقة بالخدمات المصرفية كافة التي تقدمها المصارف متوفرة على الموقع الإلكتروني للمصرف بشكل يسهل الاطلاع عليها .

سابعاً : التعامل مع حسابات زبائن المصارف :

يتعين على المصارف في هذا الشأن الالتزام بما يلي :

- ١- أن تقدم لزبائنهم وبشكل دوري بيانات بشأن التفاصيل الرئيسية للمعاملات والتحويلات المالية وأرصدة الحسابات الخاصة بهم .
- ٢- أن تقوم بإخطار زبائنهم وخلال وقت كافٍ بشكل كتابي أو عن طريق الوسائل الإلكترونية وقبل إجراء أي تغييرات في أسعار الفائدة/العائد أو الرسوم أو العمولات أو فرض رسوم جديدة أو غيرها من شروط المنتجات أو الخدمات التي يحصلون عليها أو المتعاقد بشأنها .
- ٣- الاحتفاظ بسجلات تاريخية لمعاملات الزبائن وأن يكون الوصول إلى تلك السجلات بسهولة ويسر وبدون مقابل أو مقابل رسوم معقولة .
- ٤- أن توضح للزبائن جميع المصاريف أو الرسوم متعلقة بالمنتجات والخدمات التي تقدمها مثل خدمة الشيكات سواء ما يتعلق بالحصول على دفاتر الشيكات أو اعتماد تلك الشيكات أو تسويتها أو غيرها من الإجراءات ذات العلاقة .

٥- في حالة عدم وجود تعليمات من الزبون تنص على خلاف ذلك فإنه يتعين على المصارف أن تقدم لزبائنهم كشف حساب شهري مجاني لمرة واحدة يوضح معاملات الزبون كافة التي تمت خلال الشهر وما تم قيده من فوائد/عوائد أو رسوم على هذه الحسابات و في حالة اختيار الزبائن للحصول على كشوف حساباتهم من خلال الوسائل الإلكترونية أو الخدمة الهاتفية كبديل للكشوف الورقية الشهرية ، فينبغي أن يكون الشكل الذي يتم من خلاله الحصول على المعلومات المناسبة وسهل القراءة ويتضمن التفاصيل المناسبة .

٦- أن تخطر وبشكل كتابي ،زبائنهم الذين مضى على حساباتهم مدد طويلة دون أن يتم تحريكها من جانبهم ، ووضع هذه الحسابات تحت العناية ووضع ضوابط رقابية للوصول إليها وحمايتها . مع الالتزام بتعليمات رقم (١) لسنة ٢٠٠٩ بموجب إعدامنا المرقم ٣٧٣٣/٤/٩ في ٢٠٠٩/٨/١١ .

٧- أن تكون المصادقات والبيانات التي ترسل للزبائن لتوقيعها سهلة القراءة والفهم وبما يتناسب مع أنواع وفئات الزبائن كافة .

ثامناً : حماية السرية المصرفية وخصوصية المعلومات :

يتعين على المصارف في هذا الشأن الالتزام بما يلي :

١- حماية الزبائن من خلال وضع أنظمة رقابية على مستوى عالٍ تشمل على آليات مناسبة تحدد الأغراض التي من أجلها يتم جمع البيانات والمعلومات ومعالجتها .

٢- توفير البيئة الداخلية التي تكفل تحقيق الأمن والسرية للمعلومات والبيانات المتاحة لديها كافة من زبائنها وتعاملاتهم ويتعين على المصارف أن تختبر بشكل مستمر هذه البيئة وتتأكد من صلاحيتها .

٣- الإفصاح لزبائنها بالشكل المناسب عن الحالات التي تستثنى فيها قاعدة المحافظة على سرية معلومات وبيانات الزبائن وهي :

أ- الحالات التي يتم فيها الكشف عن المعلومات بموافقة الزبون الكتابية .

ب- الحالات التي يتوجب فيها الكشف عن المعلومات إلزامياً بموجب القوانين والتشريعات والجهات الرسمية حسب الصلاحيات .

تاسعاً : التوعية المالية والمصرفية :

١- يتعين على المصارف القيام بتصميم ووضع آليات مناسبة لتطوير مهارات الزبائن الحاليين والمستقبليين و رفع مستوى الوعي والإرشاد وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية للمعاملات التي يتعاملون بها مع المصارف وبما يمكنهم من اتخاذ القرارات المناسبة لهم وتوجيههم نحو الجهة المناسبة للحصول على المعلومات التي يحتاجونها .

٢- وكنوع من التنقيف المالي والمصرفي ، يتعين أن يشمل الموقع الإلكتروني للمصرف على صفحة خاصة للتوعية المالية والمصرفية، على أن يضم هذا الدليل إضافة إلى حقوق ومسؤوليات الزبون ، كيفية تقديم الشكوى ، والأسئلة المتكررة التي يتوقع أن يثيرها كثير من الزبائن وردود المصرف عليها .

وفي هذا الإطار يتعين الآتي :

أ- قيام كل مصرف بوضع خطة سنوية مشمولة ببرامج محددة لتدعيم نشر المعلومات المالية والمصرفية استهدافاً لزيادة الوعي المصرفي والمالي .

ب- مشاركة المصارف مع المؤسسات وهيئات المجتمع المدني والمؤسسات العلمية والمهنية التي تسعى إلى تعزيز الوعي المالي والمصرفي ورفع مستوى المعرفة وكذلك التعاون في وضع وتنفيذ برامج التوعية المالية والمصرفية .

ت- مشاركة المصارف من وقت لآخر في إجراء دراسات خاصة بقياس الوعي المالي وأثر التدابير المتخذة في هذا الشأن على زيادة الوعي والتنقيف المالي في إطار تقييم نتائج السياسات المطبقة لدى المصارف والنظر في تطويرها .

عاشراً : برامج الشمول المالي والمصرفي :

يعني الشمول المالي والمصرفي مجموعة الإجراءات والسياسات التي تستهدف إتاحة الخدمات المالية والمصرفية لفئات المجتمع كافة ، بما في ذلك الفئات من ذوي الاحتياجات الخاصة ، وذوي الدخل المحدود أو الضعيف وأصحاب الوظائف والأعمال الخدمية والحرفية البسيطة ، وأصحاب الأعمال متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، مع مراعاة أن تكون وفق ما تتطلبه احتياجاتهم وظروفهم وتتسم بالعدالة والشفافية . وفي هذا الشأن يتعين على المصارف ما يأتي :

- ١- وضع برامج سنوية لتحقيق أهداف الشمول المالي والمصرفي مع وجود آليات تسمح بمتابعة تنفيذ هذه البرامج ، وحصر المستفيدين منها وتنوعها لتشمل فئات عدة من المصارف المحتملة وبما يحقق توسيع دائرة المتعاملين مع وحدات الجهاز المصرفي .
 - ٢- بذل مزيد من الجهود في دراسة احتياجات الفئات التي لا تتعامل مع المصارف واتخاذ خطوات جادة نحو تسهيل حصولهم على احتياجاتهم وفق أساليب آمنة وميسرة لهم .
- لدى قيام المصارف بتخطيط انشطتها وبرامجها للشمول المالي والمصرفي ، فإنه يتعين عليها إنتاج أو وضع أساليب مناسبة لجذب الفئات غير المعتادة على التعامل معها مثال (ذوي الاحتياجات الخاصة وأصحاب الدخول الضعيفة) مع توفير إجراءات إيجابية نحو توجه هذه الفئات وتشجيعها على رفع مستوى التعاملات والاستفادة من التطورات في مجالات عديدة لاسيما التكنولوجية .

حادي عشر : الاعلان والمواد الدعائية :

يتعين على المصارف ، في هذا الشأن الالتزام بما يلي :

١- أن تتأكد من إن إعلاناتها و المواد الدعائية كافة التي تستخدمها في تقديم منتجاتها وخدماتها لا تتضمن معلومات غير حقيقية أو غير دقيقة تؤدي إلى فهم غير سليم لدى الزبائن الحاليين أو المرتقبين بما قد يترتب عليه اتخاذ قرارات خاطئة .

٢- أن تحرص على أن تكون المواد الاعلانية والدعائية لمنتجاتها وخدماتها كافة سهلة القراءة وقابلة للفهم من الجمهور بشكل عام.

٣- أن يؤخذ في الحسبان لدى اصدار أية إعلانات أو مواد دعائية المسؤولية القانونية التي يمكن ان تترتب عليها نتيجة وجود بيانات أو معلومات غير صحيحة في تلك الإعلانات أو المواد الدعائية المستخدمة لبيع منتجاتها وخدماتها للزبون .

٤- مراعاة عدم الإعلان عن المنتجات أو الخدمات التي تحتوي على مخاطر لا يدركها إلا المختصون وكذلك عدم تشجيع الزبائن على الانتفاع بهذه الخدمات والمنتجات دون إيضاح مناسب عن المخاطر المتعلقة بها .

٥- أن توضع سياسة للترويج والدعاية والاعلان تعتمد من مجلس ادارتها وتراعي اشتمالها على المبادئ والقواعد والممارسات المقبولة مهنياً وقانونياً فيما يصدر عن المصرف من إعلانات أو مواد دعائية.

٦- تأكد وحدات شكاوى الزبائن في المصارف من أن سياسة المواد الإعلانية والدعائية تتفق مع القواعد والممارسات الواردة في دليل حماية العملاء كحد أدنى وإنها خالية من أية رسائل يمكن أن تفهم بشكل خاطئ أو مغلوط وفي حالة تلقي تلك الوحدات استفسارات أو إيضاحات تثيرها تلك المواد الدعائية فيتعين اتخاذ الإجراءات الفورية المناسبة لإزالة أي لبس أو غموض فيها .

٧- عند إعلان البنوك عن حصولها على جوائز أو شهادات تميز أو أفضلية فإنه يتعين عليها الإفصاح بتقديم معلومات كافية حول الجهة المانحة والآلية والمنهجية التي تم عليها بناء منح الشهادة والمعايير التي اعتمدت عليها تلك الجهة .

ثاني عشر : موظفو خدمة الزبائن ومسوقو خدمات ومنتجات المصارف :

١- يتعين أن يكون موظفو خدمة الزبائن و مسوقو خدمات ومنتجات المصارف على علم ودراية جيدة بالقواعد التشريعية والتنظيمية لحماية الزبائن وما يتضمنه هذا الدليل من أحكام وضوابط تتعلق بممارستهم لأعمالهم في خدمة الزبون ، فضلا على الإلمام بالنواحي الفنية كافة المتعلقة بالخدمة أو المنتج الذي يقدم للزبون .

٢- يتعين على المصارف أن تراعي لدى اختيار موظفي خدمة الزبون ومسوقي خدماتها ومنتجاتها مجموعة من المعايير التي يجب توافرها في هؤلاء الموظفين ، سواء من ناحية مدة الخدمة في الأعمال المشابهة وكذلك مدى الإلمام بالمنتجات والخدمات المصرفية ، وبما يتناسب ودرجة التعقيد فيها ، مع توافر مهارات الاتصال وغيرها من الموصفات الشخصية المناسبة لطبيعة المهام المسندة اليهم وكذلك حصولهم على الشهادات والتدريب اللازم .

ثالث عشر: القروض :

يتعين على المصارف ،في هذا الشأن الإلتزام بما يأتي :

١- الحصول على تفويض من الزبون يرفق بعقد القرض للاستعلام عن بيانات بطاقات الائتمان وبيانات القروض التي حصل عليها من المصارف وشركات التمويل والجهات الاخرى . كما يتطلب الأمر الحصول على بيان موقع من الزبون برصيد القروض/عمليات التمويل التي حصل عليها من الجهات المذكورة أعلاه والقائمة وقت طلب القرض/التمويل استنادا إلى إعماننا المرقم ٤٧٥/٦/١/٩ والمؤرخ في ٢٠١٦/١٢/١٣ .

٢- أن تقوم بإعطاء زبائن القروض مدة محددة للمراجعة تحدد وفق سياسيات المصرف ويراعي إطلاع الزبون على جميع الآثار المالية المترتبة على القرض / التمويل الذي سيقدم له والشروط التعاقدية

والالتزامات المترتبة عليه وفقاً للعقد الذي سيتم إبرامه بشأن القرض / التمويل واحتفاظ المصرف بالمستندات الدالة على تسليم الزبون في بداية مرحلة المراجعة جدولاً احصائياً واضحاً ومبسّطاً يبين ما يأتي :

- أ- قيمة وعدد أقساط القرض / التمويل .
- ب- مكونات كل قسط من الفائدة / العائد والمبلغ المسدد من أصل القرض / التمويل بافتراض الانتظام في مرحلة السداد .
- ت- إجمالي قيمة الفوائد / العوائد التي سيتم سدادها حتى نهاية أجل القرض / التمويل .
- ث- بيان التغييرات المحتملة في أعباء التمويل بالنسبة للقروض المقسطة بافتراض زيادة سعر الفائدة بالحد الأقصى المقرر (٢%) كل خمس سنوات .

٣- عدم إلزام أي من زبائننا بشراء خدمة أو منتج آخر كشرط لتقديم خدمة أو منتج مرتبط .

٤- في حال تقديم المصرف خدمات إلكترونية يراعى تقديم كشف القروض / عمليات التمويل المعلومات التفصيلية المتعلقة بعدد وقيمة الأقساط المسددة والمتبقية حتى تاريخ الاستحقاق مفصلة وفقاً للفائدة / العائد وأصل المبلغ .

٥- يجب أن تتضمن عقود القروض كحد أدنى ومن ضمنها البنود الآتية:

أ- البيانات الأساسية للزبون .

ب- نوع القرض .

ج- قيمة القرض .

د- الغرض من القرض .

ع- أجل القرض للزبون .

و- الحساب الذي يتم الخصم عليه بقيمة الأقساط الشهرية .

ز- سعر الفائدة على القرض وبما يتفق مع ما تقضي به تعليمات البنك المركزي العراقي في هذا الخصوص بحيث يكون إجمال تكلفة التمويل (الفائدة / قيمة العائد) واضحا أمام العميل قبل منح التمويل مع الاحتفاظ بما يثبت إطلاع الزبون على ذلك.

ح- حصول الزبون على نسخة طبق الأصل من العقد وتوقيعه بما يفيد ذلك .

رابع عشر : بطاقات الائتمان :

١- يتعين على المصارف أن تفصح عن المتطلبات المتعلقة كافة بإصدار بطاقات الائتمان كرسوم الإصدار والمصروفات بما يتعلق بالتمويل (حدود بالتمويل) وأسعار الصرف ومعدلات الفائدة / العائد المطبقة (طريقة الاحتساب) والحد الأدنى للقسط الشهري وغيرها وذلك قبل التعاقد مع الزبائن .

٢- يجب على المصارف أن تخطر زبائنها كتابياً أو من خلال إرسال رسائل إلكترونية أو نصية (SMS) في حاله وجود رسوم جديدة أو تغيير أي رسم أو مصاريف على البطاقات الائتمانية التي سبق أن أصدرتها للزبائن .

٣- يتعين على المصارف القيام بإبلاغ زبائنها بالحد الأدنى للمبلغ المطلوب سداده شهرياً الخاص ببطاقات الائتمان مع توضيح أية تكاليف خاصة بمعدلات الفائدة / العائد التي سوف تترتب على قيام الزبون بسداد الحد الأدنى فقط .

خامس عشر: الخدمات المصرفية عبر شبكة الإنترنت والخدمات الهاتفية :

١- يتعين على المصارف التي تقدم خدماتها المصرفية لزبائنها من خلال استخدام شبكة الأنترنت أو الهاتف المصرفي أن تستخدم برامج الحماية التي تضمن لها التأكد مما يلي:

أ- المحافظة على خصوصية وسرية بيانات زبائنها وحمايتها من الاختراق .

ب- التوثيق للمعاملات وإمكانية تحديد الأطراف المقابلة والرقابة على الدخول للأنظمة المستخدمة .

ج - قبول وتنفيذ العمليات التي يجريها الزبائن على حساباتهم من خلال النظم المتاحة من المصرف في هذا الشأن .

هـ- إخطار الزبائن قبل وقت كاف في حالة اضطرار المصارف إلى وقف بعض خدماتها لأغراض الصيانة أو غير ذلك من الأسباب الأخرى .

٢- يتعين على المصارف أن تفرض نوعاً من الرقابة والمتابعة لأداء الأطراف الأخرى لدى الاستعانة بهم في تقديم الخدمات المصرفية عن طريق الأنترنت أو أجهزة الهاتف .

٣- يتعين على المصارف إخطار الزبائن الذين يرغبون في استخدام الأنترنت أو الهاتف في إجراء معاملاتهم بالرسوم والمصاريف (إن وجدت) المتعلقة بالخدمات المقدمة بهاتين الوسيلتين ومقدارها .

٤- يتعين على المصارف أن تضع قواعد واضحة ومحددة لمعالجة أية حالات للخطأ أو الاحتيال في حالة وقوعه .

٥- يتعين على المصارف أن تتخذ الاجراءات التي تستهدف رفع مستوى الفهم والتعامل مع الأنترنت والهاتف المصرفي لدى عملائها وأن تضع برامج توعية مستمرة وأن تخطر الزبائن بأية تغيرات أو تطوير في الأنظمة المعمول بها وبما يضمن حمايتهم وتلتزم المصارف بتعريف العملاء بالمخاطر المصاحبة للتعاملات الإلكترونية وتقديم الإرشادات التي تعزز الاستخدام الآمن لها وحمايتها .

Consumer Protection Guide

