

**Народна банка на Република Северна Македонија**  
**Дирекција за заштита на потрошувачите и финансиска едукација**



**Циркулар за заштита на потрошувачите корисници на  
финансиски услуги во банкарскиот сектор**

**март 2023 година**



## Содржина:

<b>I. Дефиниции</b> .....	<b>3</b>
<b>II. ВОВЕД</b> .....	<b>4</b>
<b>III. Основни начела</b> .....	<b>6</b>
1. Улогата на органите во финансиските институции во обезбедување правичен и еднаков однос кон потрошувачите на финансиски услуги.....	6
2. Обезбедување соодветни совети и препораки за потрошувачите .....	8
3. Обелоденување информации и транспарентност.....	11
4. Финансиска едукација и свесност.....	14
5. Одговорно деловно однесување на финансиските институции.....	15
6. Дизајнирање и воведување нова финансиска услуга и систем за следење и управување со услугата.....	16
7. Заштита на средствата на потрошувачите од измама и злоупотреба.....	17
8. Заштита на личните податоци на потрошувачот и неговата приватност.....	17
9. Ракување со поплаки.....	18
9.1. Политика за управување со поплаките.....	19
9.2. Постапување по поплаките.....	19
9.3. Интерно следење и решавање на поплаките .....	21
9.4. Евиденција на поплаките.....	21
9.5. Извештаи .....	22
9.6. Достапност на информации .....	22
9.7. Доставување одговор до клиентот.....	23
10. Конкуренција.....	23
<b>IV НАДЗОР</b> .....	<b>24</b>
<b>Прилог 1 Извештај до Народна банка за поплаки примени во финансиската институција</b> .....	<b>26</b>
<b>Прилог 2 Добри практики</b> .....	<b>26</b>
<b>(во рамките на некои од начелата на постапување)</b> .....	<b>26</b>
<b>Прилог 3 Стандарден образец за поплаки</b> .....	<b>32</b>

## I. Дефиниции

За потребите на овој циркулар во продолжение се наведени следниве индикативни дефиниции:

**Финансиска институција** е банка, штедилница или друга небанкарска финансиска институција лиценцирана од Народната банка на Република Северна Македонија<sup>1</sup>.

**Финансиски услуги** ги опфаќаат услугите коишто финансиската институција ги дава врз основа на договор за кредит, договор за депозит, договор за издавање и користење платежни картички, договор за отворање и водење платежни сметки, електронско и мобилно банкарство и други активности утврдени во согласност со Законот за банките и Законот за платежни услуги и платни системи.

**Потрошувач на финансиски услуги** е физичко лице кое користи или користело финансиски услуги или се обратило до финансиска институција заради користење финансиски услуги, а ги користи финансиските услуги за цели коишто не се поврзани со неговата дејност, струка или професија.

**Поплака** е изјава за незадоволство којашто се поднесува до финансиската институција, од страна на физичко лице потрошувач на финансиски услуги во врска со повредено или неостварено право коешто произлегува од добиена финансиска услуга.

Во поплаките не влегуваат реакциите од потрошувачите на финансиски услуги коишто произлегуваат од потребата за корисничка поддршка, активација на услуга, барања за одредени информации за производи и услуги и други потреби од контакт-центарот на финансиските институции. Исто така, во поплаки не влегуваат предлозите / коментарите за подобрување на работењето на финансиските институции.

**Подносител на поплаката** е физичко лице потрошувач на одредена финансиска услуга, коешто смета дека му е повредено одредено право и ја користи можноста да поднесе поплака до финансиските институции и да добие одговор од нив.

Под **корпоративна култура и вредности** се подразбираат правилата и стандардите со кои се овозможува одговорно и етичко постапување во процесот на комуникацијата со заинтересираните лица, при распределбата на ресурсите заради исполнување на деловната политика на финансиската институција, во развојот на човечките ресурси и во процесот на одлучување во секојдневното работење на финансиската институција<sup>2</sup>.

**Ризик од несоодветно однесување на пазарот** претставува ризик од загуба на финансиската институција поради несоодветна понуда и продажба на производите и услугите, вклучувајќи ги и случаите на намерно или несовесно и погрешно постапување со клиентите на финансиската институција<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Во согласност со Законот за банките („Службен весник на Република Македонија“ бр. 67/07, 90/09, 67/10, 26/13, 15/15, 153/15, 190/16 и 7/19 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.101/19, 122/21)

<sup>2</sup> Во согласност со Одлуката за правилата за добро корпоративно управување во банка „Службен весник на Република Македонија“ бр. 24/18) („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 113/19)

<sup>3</sup> Во согласност со Одлуката за методологијата за управување со ризиците („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 113/19, 69/20 и 314/20).

## II. ВОВЕД

Супервизорските циркулари изработени од страна на Народната банка се начин на известување на финансиските институции за одредени новини и прашања од доменот на банкарските практики и стандарди. Овие циркулари содржат одредени насоки и препораки коишто се резултат на сумирање на сознанијата на Народната банка за начинот на примена на меѓународните стандарди, европските директиви и практики во одреден домен, имајќи ги предвид карактеристиките на банкарскиот систем и банкарската регулатива во Република Северна Македонија.

Овој циркулар содржи препораки и добри практики за заштита на правата и интересите на потрошувачите при користењето финансиски услуги од банкарскиот сектор на Република Северна Македонија. Циркуларот се однесува на заштитата на потрошувачите на финансиски услуги првенствено од банките, како и од штедилниците и од другите небанкарски финансиски институции лиценцирани од Народната банка, во обем во кој е применливо за нивните активности.

Во суштина, потребата за финансиска заштита на правата и интересите на потрошувачите произлегува од нерамнотежата на моќта, информациите и ресурсите помеѓу потрошувачите и давателите на финансиски услуги, што ги става потрошувачите во неповолна положба. Финансиските институции добро ги познаваат своите производи, што не е случај со индивидуалните потрошувачи физички лица кои се корисници на тие услуги. Понекогаш финансиските услуги се тешко разбирливи заради сложеноста и софистицираноста, како и дигитализираноста особено во последниве години поради технолошкиот напредок во оваа област. Слабата заштита на потрошувачите може да ги изложи домаќинствата на неправедни и неделовни практики на финансиските институции, вклучително и на ризик од финансиски измами. Потрошувачите, исто така, може да се недоволно запознаени со ризиците кај финансиските услуги, посебно поврзани со презадолженост и преземањето големи долгови.

Ефикасен и добро регулиран систем за заштита на правата и интересите на потрошувачите треба да обезбеди пет клучни елементи:

(1) Транспарентност, преку обезбедување целосни, јасни, соодветни и споредливи (и разбирливи) информации за цените и условите (инхерентните ризици) на финансиските услуги;

(2) Избор, преку обезбедување правични и разумни практики во продажбата и рекламирањето на финансиските услуги;

(3) Отштета, преку обезбедување евтини и брзи механизми за решавање на поплаките и решавање на споровите;

(4) Приватност, преку обезбедување заштита од пристап на трети лица до личните финансиски податоци на потрошувачите; и

(5) Доверба, обезбедувајќи финансиските институции да дејствуваат професионално и да го исполнуваат она што го ветуваат.

Заштитата на правата и интересите на потрошувачите се обезбедува со донесување соодветна регулатива и финансиска едукација на населението. Деловното постапување на финансиските институции кон потрошувачите е утврдено во законска и подзаконска регулатива. Регулативата за деловното однесување се однесува на законите и прописите

донесени од регулаторот, но вклучува и саморегулација, односно кодекси на однесување и други практики усвоени во банкарската сфера како средство за поттикнување подобри деловни практики од страна на финансиските институции кон потрошувачите.

Финансиската писменост којашто е сегмент од финансиската едукација има за цел да ги развие знаењата и вештините на потрошувачите за да ги разберат ризиците и придобивките од користењето на финансиските услуги и нивните законски права и обврски при нивното користење. Јасните правила на однесување за финансиските институции, во комбинација со програмите за финансиска едукација за потрошувачите и механизмите за решавање оплаки, ќе ја зголемат довербата на потрошувачите на финансиските пазари и ќе го поддржат нивниот развој.

Народната банка воспоставува добри практики во поглед на заштитата на потрошувачите корисници на финансиски услуги во банкарскиот сектор, залагајќи се за правични и транспарентни односи меѓу финансиските институции од една страна, и клиентите од друга страна, врз основа на јасни и лесно разбирливи информации за производите и услугите што ги даваат. Транспарентниот пристап би им овозможил на клиентите да ги најдат најсоодветните производи од аспект на нивните карактеристики и трошоци и да направат правилен избор во согласност со нивните потреби и можности. Системот за заштита на потрошувачите поставува јасни правила на однесување за финансиските институции во однос на нивните клиенти, обезбедувајќи дека потрошувачите добиваат целосни информации за да можат да донесуваат информирани одлуки, не подлежат на неправедни или измамнички практики, како и обезбедувајќи пристап до механизми за решавање на оплаките и споровите.

Овој циркулар на Народната банка има за цел:

- да поттикнува воспоставување високи стандарди на одговорно и професионално однесување во финансиските институции кон нивните клиенти;
- да се залага за култура каде што интересите на потрошувачите се составен дел од деловните стратегии и работењето на финансиските институции;
- да постави начела коишто финансиските институции би ги вовеле за ефикасно управување со ризикот од несоодветно однесување на финансиските институции на пазарот;
- да придонесе за јакнење на довербата на потрошувачите дека финансиските институции им посветуваат должно внимание, вештина и знаење и постапуваат праведно во своите односи со потрошувачите;
- да придонесе за праведно однесување кон клиентите и обезбедување усогласеност со правилата за банкарско однесување;
- да придонесе за намалување на репултациските ризици за финансиските институции и зголемување на довербата на јавноста во банкарството; и
- да придонесува за стабилноста на финансискиот систем во целина.

Добрите практики наведени во овој циркулар претставуваат комбинација од најчесто користените практики коишто успешно се спроведуваат во другите земји. Се очекува дека овие практики ќе придонесат и ќе поттикнат натамошно подобрување на однесувањето на финансиските институции со нивните клиенти и воспоставување ефективни пристапи за подобрување на заштитата на потрошувачите.

При изработката на овој циркулар се користени следниве документи од меѓународни и европски институции:

1. Принципи на високо ниво за финансиска заштита на потрошувачите - Работна група на Г20/ОЕЦД за Финансиска Заштита на Потрошувачите (High-level principles on financial consumer protection - G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection<sup>4</sup>)
2. Добри практики за Финансиска Заштита на Потрошувачите (2017) Група на Светска банка (Good Practices for Financial Consumer Protection (2017) World Bank Group (WBG)<sup>5</sup>);
3. Насоки на ЕБА за постапување по поплаки за хартии од вредност (ESMA) и банкарски сектор (EBA Guidelines on complaint-handling for the securities (ESMA) and banking (EBA) sectors JC 2018 35<sup>6</sup>);
4. Насоки на ЕБА за проценка на кредитната способност (EBA Guidelines on creditworthiness assessment<sup>7</sup>);
5. Насоки на ЕБА за надзор на производот и управување со банкарски производи за население (EBA Guidelines on product oversight and governance arrangements for retail banking products<sup>8</sup>);
6. Насоки на ЕБА за политиките за наградување на продажниот персонал (EBA Guidelines on remuneration policies for sales staff<sup>9</sup>);
7. Упатство на БИС за примена на основните принципи за ефективна банкарска супервизија на регулативата и супервизијата на институциите релевантни за финансиска инклузија (BIS Guidance on the Application of the Core Principles for Effective Banking Supervision to the Regulation and Supervision of Institution Relevant to Financial Inclusion<sup>10</sup>);
8. Други релевантни документи од доменот на заштитата на потрошувачите.

### III. ОСНОВНИ НАЧЕЛА

#### 1. Улогата на органите во финансиските институции во обезбедување правичен и еднаков однос кон потрошувачите на финансиски услуги

Финансиските институции треба да се однесуваат правично и еднакво и кон своите клиенти и да постапуваат на тој начин во сите фази од обезбедувањето каква било

<sup>4</sup> <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-markets/48892010.pdf>

<sup>5</sup> <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28996/122011-PUBLIC-GoodPractices-WebFinal.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

<sup>6</sup> <https://www.eba.europa.eu/regulation-and-policy/consumer-protection-and-financial-innovation/guidelines-for-complaints-handling-for-the-securities-esma-and-banking-eba-sectors>

<sup>7</sup> <https://www.eba.europa.eu/regulation-and-policy/consumer-protection-and-financial-innovation/guidelines-on-creditworthiness-assessment>

<sup>8</sup> <https://www.eba.europa.eu/guidelines-on-product-oversight-and-governance-arrangements-for-retail-banking-products>

<sup>9</sup> <https://www.eba.europa.eu/regulation-and-policy/consumer-protection-and-financial-innovation/guidelines-on-remuneration-policies-for-sales-staff>

<sup>10</sup> <https://www.bis.org/bcbs/publ/d351.pdf>

финансиска услуга на потрошувачите. Високото раководство **се очекува да постави јасни очекувања за управувањето со ризикот од несоодветното однесување на банките на пазарот и да обезбеди дека тоа е вградено во корпоративната култура и вредности на банката.**

Во финансиската институција со корпоративна култура и вредности коишто се фокусираат на правичен и еднаков третман кон своите клиенти постои поголема веројатност дека ќе има високо задоволство и задржување на клиентите, што доведува до успешни и одржливи деловни постигнувања на долг рок. Корпоративната култура игра важна улога во обликувањето на однесувањето на вработените и во влијанието врз дејствијата и одлуките преземени од финансиските институции. Ефективното лидерство од Надзорниот одбор и Управниот одбор се од суштинско значење за наметнување култура на праведно постапување кон своите потрошувачи во работењето на банката. Со поставување добар пример, Надзорниот одбор и Управниот одбор можат да поттикнат етичко и професионално однесување кај сите вработени.

Надзорниот одбор ги поставува стандардите за праведно постапување и<sup>11</sup>:

- заедно со Управниот одбор, се залага за здрава корпоративна култура и вредности во рамките на банката којашто го зајакнува етичкото, прудентно и професионално однесување;
- усвојува и ја следи примената на интерните акти за управувањето со ризикот од однесувањето на пазарот;
- обезбедува соодветно вклучување на управувањето со ризикот од однесување на пазарот во деловните стратегии и работењето на банката;
- обезбедува почитување на високите професионални стандарди, вклучително и соодветните стандарди за доверливост на информациите на потрошувачите и избегнувањето конфликт на интереси.

Заради наметнување на корпоративната култура и вредности, Надзорниот одбор усвојува Етички кодекс, во чии рамки банката треба да го дефинира прифатливото и неприфатливото однесување на вработените. За овој дел банката може да изработи и Кодекс на пазарно однесување, којшто е во согласност со Етичкиот кодекс. Во Кодексот на пазарно однесување се дефинираат стандарди и етички норми коишто се поврзани со доброто деловно однесување на вработените во комуникацијата со потрошувачите во врска со производите и услугите на банката. Кодексот на пазарно однесување не може да ги опфати сите ситуации, но она што е битно е да се изградат и да ги почитуваат правилата на однесување како дел од корпоративната култура поврзани со интегритетот, искрената интеракција, правичноста и одговорноста.

Промоција на корпоративната култура и вредности може да се постигне со обуки на вработените за основните вредности и посакувано однесување на вработените кон потрошувачите, како и со следење на остварувањата на вработените.

**Управниот одбор се грижи за вградување на управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот во корпоративната култура и основните**

---

<sup>11</sup> Во согласност со Одлуката за правилата за добро корпоративно управување во банка.



**вредности на финансиската институција.** Ова вклучува:

- воспоставување и залагање за здрава корпоративна култура и вредности во рамките на финансиската институција со што се зајакнува етичкото, прудентно и професионално однесување;
- вградување на управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот во деловниот модел, деловната стратегија и деловните практики;
- вградување на управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот во сите фази од животниот циклус на услугата, од дизајнот (вклучувајќи го и поставувањето на надоместоци и провизии), промоции, дистрибуција, давање совети на потрошувачите и во периодот на користење на услугата;
- соодветни процеси на донесување одлуки при што ќе се земат предвид интересите на потрошувачите, од аспект на транспарентното и одговорно работење;
- воспоставување комуникација со вработените за основните вредности заради постигнување резултати од управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот;
- усогласување на активностите (процедурите) за прием, обука, процени и награди на вработените со посакуваните вредности и резултати во согласност со принципите на управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот;
- следење на резултатите од управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот и спроведување корективни мерки онаму каде што не се постигнати резултатите.

**За таа цел, финансиската институција, преку своите интерни акти, се очекува да обезбеди соодветна организациска структура, почнувајќи од најниските организациски нивоа, па сè до определување член на Управниот одбор, коишто работат и се одговорни за следење на управувањето со ризикот од несоодветно однесување на пазарот, односно за заштита на потрошувачите.**

Финансиската институција треба да биде праведна, одговорна и професионална кога работи со потрошувачите. Во спротивно, лошиот третман кон потрошувачите не само што ја доведува институцијата до изложеност на репутациски ризик, нарушување на лојалноста и довербата на клиентите, туку може да доведе и до значителни трошоци за казни.

Финансиската институција се очекува да вклучи обврски за праведен третман и грижа за потрошувачите во интерните процедури за управување со ризиците, контролните функции и користењето услуги од надворешни лица и да воспостави соодветен, интегрален систем за заштита на потрошувачите. При создавањето и спроведувањето на системот за заштита на потрошувачите, важно е да се земат предвид посебните предизвици со кои се соочуваат ранливите категории потрошувачи, поради ниското ниво на финансиска писменост и финансиска инклузија, презадолженоста, ниските приходи, или лицата кои се стари, со инвалидитет, мигрантите, малцинските групи и други.

## **2. Обезбедување соодветни совети и препораки за потрошувачите**

Квалитетните совети можат да им помогнат на потрошувачите да донесат важни одлуки засновани на доволно информации за финансиската услуга или производ што ги

задоволува нивните финансиски потреби. **Давањето совети или препораки од страна на финансиската институција се очекува да се заснова на финансиските цели, потребите и знаењето на секој потрошувач, земајќи ја предвид сложеноста на финансиската услуга или производ и ризиците поврзани со нив.** Вработените надлежни за продажба во финансиските институции се очекува да им дадат на потрошувачите разумни совети или препораки за финансиската услуга што им ја нудат и да водат сметка за нивниот интерес.

Финансиската институција треба да добие доволно информации за потрошувачот, особено за:

- (а) финансиските цели, потреби и приоритети;
- (б) личните околности (на пр. возраст, број на издржувани лица);
- (в) финансиската состојба (на пр. извори и износ на приходот, финансиски обврски и слично); и
- (г) искуството во врска со финансиската услуга.

Информациите што ги прибира финансиската институција во врска со потрошувачот треба да имаат обем што ќе:

- биде пропорционален или соодветен на природата и сложеноста на финансиската услуга или производ што му го предлага финансиската институција или го бара потрошувачот; и
- ќе ѝ овозможи на финансиската институција да обезбеди професионална услуга и да му даде совет на потрошувачот во согласност со неговиот капацитет.

Доколку потрошувачот одлучи да не ѝ ги обезбеди сите барани информации на финансиската институција, таа треба да го информира дека поради тоа можеби нема да биде во можност да му даде соодветна, стручна препорака за услугата. Исто така, финансиската институција треба да им укаже на потрошувачите дека секоја дадена неточна информација би влијаела врз соодветноста на препораката или советот.

При утврдувањето на соодветноста на финансиската услуга за потрошувачите, онаму каде што е потребно, вработените (или кредитните посредници) се очекува да им посветат внимание на следниве аспекти:

- (а) финансиската услуга е соодветна за остварување на финансиските цели, потребите на клиентот, личните околности, финансиската состојба, апетитот за ризик и инвестициските активности на потрошувачот;
- б) потрошувачот го има потребното знаење и искуство за финансиски прашања за да ги разбере клучните услови и ризици на финансиската услуга;
- (в) потрошувачот веројатно ќе може да ги исполни финансиските обврски поврзани со финансиската услуга или производ; и
- (г) ризиците поврзани со финансиската услуга се во согласност со толеранцијата на ризикот на потрошувачот, односно може да ја одржи неговата финансиска состојба на задоволително ниво.

Вработените надлежни за продажба се очекува да им обезбедат информации на потрошувачите за сите финансиски услуги коишто се оценети како соодветни, така што потрошувачите треба да се соодветно информирани за сите достапни опции од кои може

да изберат. Кога се нуди кредитна услуга што значително го зголемува износот на долгот на потрошувачот, треба правилно да се процени кредитната способност на потрошувачот и за тоа да му се укаже на потрошувачот, со цел да се избегне негово презадолжување. Воедно, финансиската институција му посветува соодветно внимание и на жирантот во кредитниот однос, преку објаснување на неговата улога и на условите при коишто може да стекне потенцијални обврски во кредитниот однос, уште при склучувањето на договорот во кој се јавува како жирант.

Финансиската институција ќе го информира потрошувачот за висината на секој надоместок што е поврзан со финансиската услуга, пред да даде совет или препорака за тој вид услуга.

Финансиската институција препорачува одредена финансиска услуга земајќи ги предвид интересите на потрошувачите, независно од финансиските добивки што би ги остварила.

Финансиската институција треба да се грижи дека нејзините вработени надлежни за продажба:

(а) се соодветно обучени и компетентни за давање квалитетни совети и препораки за најсоодветната финансиска услуга за потрошувачите;

(б) имаат добро разбирање за клучните карактеристики и услови на понудената финансиска услуга;

(в) се обучени за обезбедување навремени и релевантни информации за финансиската услуга за да им овозможат на потрошувачите да донесат одлуки засновани врз доволно информации;

(г) се способни да ги објаснат карактеристиките на финансиската услуга и клучните термини коишто влијаат врз обврските на потрошувачот;

(д) се обучени за давање квалитетни совети или препораки засновани на соодветно разгледување на финансиските цели, потребите, личните околности, финансиската состојба, апетитот за ризик и инвестициските активности на потрошувачот;

(е) да им обезбедат на потрошувачите соодветна можност да ги прочитаат информациите за финансиската услуга или производот и да ги разгледаат дадените совети или препораки;

(ж) се запознаени и се во тек со промените во регулаторните барања, учествуваат во постојано образование за одржување на потребното знаење и компетентност за ефикасно извршување на нивните обврски (задачи).

Финансиската институција ќе воспостави процеси за периодично обновување на обуките за нејзините вработени надлежни за продажба заради одржување на нивната компетентност за давање квалитетни совети и препораки за потрошувачите. Во таквите процеси може да се користат повратни информации од потрошувачите за да се потврди способноста на вработените надлежни за продажба за точно објаснување на релевантните информации за финансиската услуга и за давање соодветни совети и препораки<sup>12</sup>.

**Како општ пристап, финансиските институции треба да имаат вработени,**

---

<sup>12</sup> Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент.

претставници и посредници коишто ќе умеат да покажат должно внимание и љубезност во комуникацијата со потрошувачите<sup>13</sup>.

### 3. Обелоденување информации и транспарентност

***Финансиските институции се очекува да им обезбедат на потрошувачите јасни, релевантни и навремени информации за финансиските услуги и производи.***

Како што финансиските услуги и производи стануваат сè покомплексни, од клучно значење е потрошувачите да имаат подобар пристап до релевантните информации за да донесат информирани одлуки. Соодветното и ефективно обелоденување на услугата може да им олесни на потрошувачите да бидат поактивни во заштитата на своите интереси. Обелоденувањето на услугата ја остварува својата цел само ако потрошувачите се во можност да ги разберат информациите дадени за споредба и процена на соодветноста на услугата. Затоа е важно обелоденувањето да биде лесно, разбирливо и да ги опфаќа клучните информации битни за одлучувањето на потрошувачите.

Финансиската институција се очекува да ги почитува следниве начела при рекламирањето на финансиските услуги:

- вистинитост на информациите содржани во рекламната порака;
- транспарентност на информациите содржани во рекламната порака;
- избалансирани информации содржани во рекламната порака;
- соодветност на содржината и почитување на професионалната етика.

Начелото на вистинитост на информациите содржани во рекламната порака значи дека тие треба да бидат точни и ажурирани и дека начинот на нивното претставување нема да го доведе во заблуда просечниот корисник. Рекламирањето не може да содржи неточни информации, со што се искривуваат фактите и може да се создаде лажен впечаток за условите под кои се користат услугите.

Начелото на транспарентност на информациите содржани во рекламната порака значи дека се обелоденуваат сите информации што се неопходни за да може јасно да се проценат карактеристиките на финансиската услуга на финансиската институција. Финансиската институција треба да обезбеди информациите да се презентираат на едноставен јазик, со соодветна големина на буквите, да ги обелодени на јасен, концизен и ефективен начин за да можат потрошувачите подобро да ги разберат клучните карактеристики на услугата, ризиците и нивните права и одговорности. Финансиската институција ќе обезбеди јасни промотивни материјали, текст којшто не е предолг или двосмислен и којшто нема да доведува до заблуда или забуна, бидејќи потрошувачите честопати се потпираат на информациите во промотивните материјали кога донесуваат одлуки.

---

<sup>13</sup> Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент.

Според начелото за избалансирани информации, финансиската институција ќе обезбеди соодветни процеси за обелоденување на видот на услугите и промотивни материјали за да се осигури дека обелоденетите информации даваат јасна и избалансирана претстава за клучните карактеристики, ризиците и придобивките, неопходни за потрошувачите при носењето информирани финансиски одлуки.

Начелото на соодветност на содржината и почитување на професионалната етика значи дека рекламната порака не треба да содржи изјави или визуелни претстави коишто може да се сметаат за навредливи, дискриминаторски или спротивни на добрите деловни практики на лојална конкуренција и професионалната етика.

Начелата при рекламирањето на финансиските услуги се применуваат на сите видови услуги (на пример: сметки, депозити, кредити и платежни услуги).

Финансиската институција ќе ги информира потрошувачите соодветно во врска со финансиската услуга во преддоговорната фаза, во моментот кога потрошувачите склучуваат договор и за време на траењето на договорот. Ова опфаќа и обезбедување клучни и релевантни информации за потрошувачите од финансиската институција во врска со основните придобивки, ризици и услови на услугата (вклучително минимум услови, каматни стапки, сите надоместоци и дополнителни трошоци).

Рекламна порака којашто ги промовира услугите што ги дава финансиската институција врз основа на договорот за кредит, договорот за издавање и користење на кредитни картички, договорот за дозволеното пречекорување по сметка, како и други кредитни услуги и којашто ја содржи каматната стапка или какви било нумерички податоци поврзани со цена или принос – би требало да содржи јасно и прецизно наведени податоци за:

- видот на кредитот;
- висината и видот на каматната стапка (фиксна и/или променлива);
- стапката на вкупни трошоци (доколку е применливо);
- валутата во која се одобрува кредитот;
- периодот за кој се одобрува кредитот;
- вкупниот износ на кредитот (вклучително во интервал минимален и максимален износ којшто може да се одобри кај конкретниот вид кредит, доколку е применливо);
- дали се бара обезбедување за кредитот;
- сите трошоци на товар на корисникот.

Рекламна порака којашто ги промовира услугите што ги дава финансиската институција врз основа на договор за депозит којшто ја содржи каматната стапка се очекува да содржи јасно и прецизно наведени податоци за:

- видот на депозитот;
- висината и видот на каматната стапка (фиксна или променлива);
- валутата во која се склучува договорот за депозит;
- периодот за кој се склучува договорот за депозит;
- сите трошоци на товар на корисникот, вклучувајќи ги и трошоците (провизија) во случај на предвременно повлекување на депозитот.

Во рекламни пораки на медиуми каде што нема простор или можност за пренесување на сите наведени податоци, се објавуваат основните податоци за услугата, а за подетални информации потрошувачите се упатуваат кон интернет-страницата или во просториите на финансиските институции.

Наведените информации<sup>14</sup> би требало да бидат споредливи врз основа на што потрошувачот може да направи споредба помеѓу различни финансиски институции и да донесе одлука којашто е усогласена со неговите финансиски можности и индивидуални очекувања. Информациите што ги обезбедува финансиската институција во однос на услугите што ги нуди се бесплатни.

Тарифникот за надоместоците што ги наплатуваат финансиските институции се очекува да биде видлив и лесно достапен на интернет-страницата на финансиската институција (на почетната / насловната страница или на сегментот каде се поставени информации за соодветната услуга). На барање на потрошувачите, финансиските институции без надоместок треба да им дадат копија во хартија или на друг траен медиум од Тарифникот за надоместоците (што е во сила, како и претходно важечките) во рок од два дена од поднесеното барање за услугите за кои е заинтересиран потрошувачот.

Исто така, финансиските институции се очекува секоја измена на Тарифникот на надоместоците, најмалку 60 дена пред да стапи на сила измената, да ја истакнат на видливо место во експозитурите и филијалите на финансиските институции, на интернет-страницата на финансиската институција на видливо и истакнато место, како и да го известат корисникот преку Изводот за состојбата и промените на сметката (достапен во хартиена или дигитална форма). Истовремено, најмалку 10 дена пред објавата на промената на тарифата, се очекува за промените да ја информираат Народната банка, заедно со образложение за причината за промените.

**Финансиската институција не би требало да наметнува прекумерни или неразумни надоместоци и други давачки коишто не ги одразуваат реалните трошоци настанати во обезбедувањето на понудените услуги или коишто се значително на штета на одредени групи потрошувачи.**

Транспарентноста се очекува да се обезбеди и за финансиските услуги коишто се нудат дигитално. Доколку обелоденувањето и комуникацијата со потрошувачите се врши само преку дигитални канали, финансиската институција треба да настојува тоа да биде јасно, ефективно и прифатливо (разбирливо) за финансиските потрошувачи. Финансиските институции треба да го земат предвид профилот на засегнатите потрошувачи при спроведувањето целосно дигитални обелоденувања и комуникација и да обезбедат дека се преземаат разумни мерки за да им се помогне на потрошувачите да се приспособат на начинот на кој финансиската институција комуницира со своите потрошувачи.

**Финансиската институција се очекува да го достави текстот за рекламирање одредена услуга до Народната банка, заедно со описот и карактеристиките на услугата, најдоцна 10 дена пред неговата објава (во**

---

<sup>14</sup> Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент.

електронски медиуми, печатени медиуми, преку интернет-рекламирање, рекламирање на отворени простори<sup>15</sup>, рекламирање во затворен простор<sup>16</sup> и/или директно рекламирање).

Доколку се рекламира воведување нова финансиска услуга, финансиската институција се очекува да достави информации до Народната банка за тоа како ќе се врши огласувањето (во електронски медиуми, печатени медиуми, преку интернет-огласување, огласување на отворени простори, огласување во затворен простор и/или директно рекламирање), како и предлог-текст за огласување на пораката најмалку 10 дена пред огласувањето на новата финансиска услуга, заради согледување на начинот на запознавање на потрошувачите со новата услуга, нејзините карактеристики, предности и придружни ризици<sup>17</sup>.

#### **4. Финансиска едукација и свесност**

**Сите релевантни чинители во финансискиот систем се очекува да се залагаат за финансиската едукација и свесност.**

Финансиските институции треба да развијат соодветни механизми за да им помогнат на постојните и на идните потрошувачи да ги развијат знаењата, вештините и довербата за соодветно да ги разберат предностите, вклучително и финансиските ризици и можности, да направат соодветен избор поткрепен со доволно информации, да знаат каде да се обратат за помош и да преземат ефективни активности за подобрување на сопствената финансиска состојба.

Финансиските институции треба да се залагаат и за обезбедување широка финансиска едукација и информации за продлабочување на финансиските знаења и способности на потрошувачите, особено за ранливите групи за кои треба да се спроведуваат специфични програми и пристапи, како и за начинот на користење на дигиталните финансиски услуги во согласност со трендот на дигитализација на финансискиот систем.

**Земајќи ги предвид националните околности, финансиската едукација треба да ја спроведуваат како дел од и поддршка на Националната стратегија во оваа област, во координација со Народната банка и самостојно. Заради подобра координација и евиденција на национално ниво, за самостојните активности што ги спроведуваат во делот на финансиската едукација, во согласност со Кодексот за добри практики за финансиска едукација<sup>18</sup>, финансиските институции се**

---

<sup>15</sup> Рекламирање со средства погодни за испраќање рекламна порака до јавноста, поставена на отворени простори коишто се достапни за јавноста, односно до неодреден број примачи (рекламна табла – билборд, постер, дисплеј, светлечки знаци итн.).

<sup>16</sup> Преку постери, билборди, брошури, флаери, летоци итн. коишто се поставени, т.е. дистрибуирани во експозитурите и филијалите на финансиската институција и во други затворени простори достапни за јавноста (на пр. трговски центри, аеродроми, автобуски станици, средства за јавен превоз и сл.).

<sup>17</sup> Во согласност со Принципите на високо ниво за финансиска заштита на потрошувачите - Работна група на G20/OECD за Финансиска Заштита на Потрошувачите (angl. High-level principles on financial consumer protection - G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection).

<sup>18</sup> Усвоен од страна на Координациското тело на финансиските регулатори за финансиска едукација и финансиска инклузија, достапен на: <https://www.nbrm.mk/kodeks-fin-edu.nspx>

**очекува да достават годишно известување до Народната банка, и тоа најдоцна до 28 февруари во тековната година за претходната година.**

## **5. Одговорно деловно однесување на финансиските институции**

***Финансиските институции се очекува да обезбедат правични услови во договорите што ги склучуваат со потрошувачите.***

Со оглед на нерамнотежата на преговарачката моќ помеѓу потрошувачите и финансиските институции, се очекува дека финансиските институции ќе обезбедат правична рамнотежа помеѓу правата и обврските на договорните страни, особено во однос на однапред пропишаните договорни услови. Ова се однесува и на правната и техничката терминологија во договорите којашто треба да е објаснета на што е можно поедноставен начин / јазик, како и да се исклучи можноста за еднострано менување на елементите од тој договор, не предизвикани од однесувањето на потрошувачот. Ова барање не се однесува на условите на договорите за кои било поединечно преговарано или ги одразуваат законските или регулаторните одредби и барања. Услови на договорот за кои е поединечно договорано се оние услови врз чија суштина може да влијае потрошувачот.

Финансиската институција треба да обезбеди праведни услови за потрошувачите во нејзините стандардни договори<sup>19</sup>.

Финансиската институција обезбедува јасни договорни услови коишто точно ја одразуваат дадената финансиска услуга. Ова се однесува и на обезбедување:

(а) термини што се изразени на разбирлив, јасен и едноставен јазик / начин;

(б) термини што се претставени на читлив и концизен начин; и

(в) услови коишто им наметнуваат обврски на потрошувачите се прикажани на соодветен и разбирлив начин.

Договорите не треба да содржат договорни услови што наметнуваат ограничувања коишто им отежнуваат на потрошувачите да се префрлат на друг финансиски производ, односно договорите треба да им овозможат потрошувачите да можат да ги менуваат производите со разумни трошоци.

Колку што е можно, финансиската институција треба да избегнува вкрстени финансиски услуги и употреба на врзувачки клаузули во договорите што го ограничуваат изборот на потрошувачите. Секогаш кога потрошувачот е обврзан да купи каков било производ, како предуслов за добивање кредит од финансиска институција, потрошувачот треба да има право на избор. Врзувањето настанува кога две или повеќе услуги се продаваат заедно во пакет и барем една од овие услуги не се продава одделно.

Финансиската институција се очекува да обезбеди соодветна структура на

---

<sup>19</sup> Во прилогот 2 се дадени добри практики применливи на овој сегмент.



предоговорните информации, со која клучните договорни услови коишто влијаат врз обврските на потрошувачите им се соодветно објаснети.

Финансиската институција ќе ги вклучи клучните договорни услови коишто влијаат на правата и обврските на потрошувачите во рекламирањето на услугата.

Треба да им се посвети внимание и на политиките за наградување на вработените во финансиската институција, при што вработените надлежни за продажба треба да се охрабруваат да постапуваат во интерес на институцијата како целина и нејзините клиенти. Несоодветната политика за наградување може да поттикне прекумерно преземање ризик и неодговорно однесување кон потрошувачите.

Пред да им биде дозволено да нудат и да продаваат финансиски услуги на потрошувачите, вработените вклучени во продажба треба да бидат информирани, на разбирлив и транспарентен начин, за политиките и практиките за наградување што се однесуваат на нив.

## **6. Дизајнирање и воведување нова финансиска услуга и систем за следење и управување со услугата**

При дизајнирање и воведувањето нова финансиска услуга, финансиските институции ги имаат предвид, меѓу другото, потребите и интересите на потрошувачите, а воедно воспоставуваат и систем за следење и управување со услугата.

При дизајнирање на новите услуги и нивното пласирање на пазарот, финансиските институциите треба:

(а) да ги земаат предвид интересите, потребите, целите и карактеристиките на потрошувачите, односно целниот пазар;

(б) да се избегне можна штета кај потрошувачите и

(в) да се минимизираат судирите на интереси.

Финансиската институција треба да осмисли и да пласира на пазарот само услуги со карактеристики, трошоци и ризици коишто ги задоволуваат интересите, потребите, целите и карактеристиките на одреден целен пазар за услугата. Откако претходно го утврдила целниот пазар, финансиската институција треба да осмисли услуга којашто е соодветна и ги задоволува интересите, целите и карактеристиките на потрошувачите на утврдениот целен пазар. Финансиската институција треба да размисли како се вклопува услугата во постојниот асортиман на услуги на финансиската институција, односно дали присуството на премногу варијанти на услуги го попречува донесувањето соодветни одлуки кај потрошувачите.

Финансиската институција се очекува редовно да го прегледува и да го ажурира системот за следење и управување со услугата, којшто треба да биде соодветен на природата, обемот и сложеноста на работењето на финансиската институција. Примената

на системот треба да го земе предвид нивото на потенцијален ризик за потрошувачите и сложеноста на услугата. Управниот одбор се очекува да создаде услови за вработените за да бидат вклучени во структурирањето на услугата и во системот за следење и управување со услугата, за да бидат способни и соодветно квалификувани и за да ги знаат карактеристиките и ризиците на услугата. Доколку финансиската институција увиди проблем со услугата на пазарот при следењето на неговите остварувања, треба да ги преземе неопходните мерки за да ја ублажи ситуацијата и да направи соодветни промени.

Доколку финансиската институција користи кредитни посредници тие треба имаат соодветно знаење и да им посветат особено внимание на сите релевантни информации за главните карактеристики на услугата, нејзините ризици и ограничувања и вкупната цена на услугата и да ги утврдат пазарните сегменти во кои се смета дека услугата не ги исполнува интересите, целите и карактеристиките. Финансиската институција треба да осигури дека информациите доставени до кредитниот посредник ги вклучуваат сите релевантни детали за да му овозможат разбирање и правилно пласирање на услугата на пазарот. Информациите за услугата и деталите што треба да им се дадат на кредитните посредници треба да бидат со соодветни стандарди, да бидат јасни, прецизни и по потреба да се ажурираат.

**Сите дејствија што ги презема финансиската институција во однос на системот за следење и управување со услугата се очекува да бидат соодветно евидентирани и да бидат ставени на располагање на барање на Народната банка.**

## **7. Заштита на средствата на потрошувачите од измама и злоупотреба**

**Заштитата на средствата на потрошувачите од внатрешна измама и лошо однесување од финансиската институција е клучна за одржување на довербата на потрошувачите, особено кога има нови услуги, канали на дистрибуција и даватели на услуги.** Во рамките на овој принцип се укажува и на зголемената можност за внатрешната измама што може да произлезе од манипулација од страна на вработените на финансиската институција.

Финансиската институција се очекува да ја процени финансиската состојба, потребите и можностите на своите клиенти пред да се договорот да им обезбедат услуга или совет. Финансиската институција треба да биде одговорна за дејствијата што ги извршуваат нејзините вработени во име на институцијата и треба да ги обучуваат вработените за услугите што им ги нудат на клиентите.

## **8. Заштита на личните податоци на потрошувачот и неговата приватност**

**Финансиските институции ги чуваат личните и финансиските информации на потрошувачите и преземаат мерки за заштита на нивните податоци во согласност со применливата законска и подзаконска регулатива.**

Финансиската институција треба да има контролни механизми за да се осигури дека вработените ја чуваат доверливоста на информациите добиени од потрошувачите. Информациите ќе се користат само за давање совети или препораки за финансиската услуга на потрошувачите. Воедно, финансиската институција треба да обезбеди и користењето на личните податоци за директен маркетинг да е во согласност со законските прописи.

Заштитата на податоците и приватноста е особено истакната во контекст на финансиските иновации коишто користат разновидни лични податоци за потрошувачите (на пр. употреба на услуги од мобилен телефон).

## 9. Ракување со поплаки

***Финансиските институции се очекува да воспостават систем за ефективно ракување, како и навремено и праведно постапување во врска со поплаките на потрошувачите,*** во обем во кој наведеното е применливо за нивните активности.

Системот на ракување со поплаките вклучува воспоставување соодветни регулаторни и надзорни активности коишто се однесуваат на постапките за одговарање на поплаките, достапност на соодветните информации на подносителите на поплаките и организација на начинот на одговарање на поплаките во финансиската институција. Овој систем се очекува да придонесе за зголемување на довербата кај потрошувачите и општата јавност во банкарскиот и финансискиот систем.

Управниот одбор се очекува:

- (а) да донесе интерни акти за постапување со поплаки;
- (б) да именува одговорно лице или да организира организациска единица надлежно/а за спроведување и/или координирање на активностите и процесите за ракување со поплаките во зависност од видот, обемот и сложеноста на поплаките;
- (в) да обезбеди доволно ресурси за постапување и одговарање на поплаките;
- (г) да обезбеди соодветна обука за вработените коишто ќе постапуваат ефикасно во врска со поплаките;
- (д) да утврдат временски рамки за да се осигури дека за секоја поплака или барање се одговара навремено;
- (ѓ) да создаде средина каде што поплаките се гледаат како вредни повратни информации од клиентите за да помогнат во подобрувањето на деловните перформанси и да им помогнат на вработените да ја препознаат важноста од постапувањето по поплаките и барањата на потрошувачите на праведен и ефикасен начин.

При разгледувањето на поплаките, финансиската институција ги испитува околностите за поединечните случаи на правичен и објективен начин. Финансиската институција ќе вложи соодветни напори за да го разбере барањето на потрошувачот, темелно ќе ја истражи поплаката и ќе му ја објасни својата одлука на потрошувачот.

Потрошувачите треба да имаат непречен пристап до механизми за поднесување поплаки, коишто се правични и ефикасни. Финансиските институции се очекува да воспостават ефективни механизми за следење и евалуација на сите примени поплаки, барања и предлози. Ова подразбира и анализа на природата и трендовите на примените поплаки и преземање ефективна анализа на основната причина. Финансиската институција се очекува да преземе соодветни мерки за да ја отстрани утврдената слабост и да воспостави механизми за соодветно известување за значајните поплаки и барања на потрошувачите до повисокото раководство.

### **9.1. Политика за управување со поплаките**

Финансиската институција се очекува да:

- има пропишано, усвоено и да спроведува Политика за управување со поплаките одобрена од страна на Надзорниот одбор на банката;
- донесената политика е во пишана форма (како посебен документ или како дел на друга соодветна политика);
- овозможена е постојана достапност на Политиката за управување со поплаките за сите релевантни вработени по пат на соодветно утврдените канали на внатрешна комуникација;
- поплаките од потрошувачите се евидентирани во согласност со предвидените рокови и на предвидениот начин (на пример, преку безбеден електронски регистар);
- на редовна основа ги анализира податоците за постапување во врска со поплаките за да ги увиди сите проблеми што се повторуваат повеќе пати или се последица на системски проблеми, а би довеле до потенцијални правни и оперативни ризици;
- објавува детални информации за процесот на поднесување и постапување во врска со поплаките на лесно достапен начин, на пример во вид на брошури или преку веб-страницата;
- кога нов потрошувач отвора сметка или користи услуга за првпат, го информира каде може да постави прашање или да поднесе поплака.

Интерните акти за ракување со поплаките се првата линија на можно разрешување на барањата на потрошувачите и обезбедување поплаките да се решаваат во рамките на финансиската институција колку што е можно повеќе. Со помош на детално разработените политики и процедури за ракување со поплаките донесени од страна на финансиските институции, се подобрува односот со клиентите, се зголемува довербата во финансискиот систем и се намалуваат трошоците за евентуални судски постапки. Со тоа, тие се битни компоненти во системот на заштита на потрошувачите.

### **9.2. Постапување по поплаките**

Финансиската институција се очекува да има воспоставени соодветни процеси и добро документирани процедури за постапување со поплаките, вклучително и јасно утврдени податоци за контакт за правилно постапување во врска со поплаките од потрошувачите. Процедурите треба да бидат јасни, лесно разбирливи и достапни за потрошувачите.

Финансиската институција се очекува да воспостави и да уреди функција на управување со поплаките којашто ќе овозможи праведно и објективно утврдување на околностите и причините коишто довеле до поднесување на поплаката, како и да го препознае и да го спречи можниот конфликт на интереси.

Потрошувачите треба да имаат пристап до механизам за постапување со поплаките којшто би бил брз, евтин и ефикасен.

Покрај редовните начини (преку пошта, факс, сандачињата за поплаки поставени на видно место во деловните простории на финансиската институција или усно при што се изработува запис во пропишан образец), финансиската институција треба да овозможи и дигитален начин на поднесување поплаки преку интернет-страницата на финансиската институција или адреса за контакт<sup>20</sup>. Кога во финансиската институција ќе пристигне каква било порака, по кој било канал, потребно е да се разграничи дали пораката претставува поплака или барање, предлог, коментар.

При достава на поплаката, усно, писмено или електронски, се пополнува формулар за поплака (прилог 3 Стандарден формулар за поплаки)<sup>21</sup>. Финансиската институција се очекува да овозможи формуларот за поплаки да е достапен во сите простории во кои им се нудат услугите на потрошувачите. Исто така, финансиската институција треба да му овозможи на корисникот пристап до формуларот за поднесување поплака на почетната страница на нејзината интернет-страница со поставување врска / мени на видливо место што е јасно означено дека се однесува на поплаките на клиентите. Притоа, во случаите кога приговорот е поднесен преку апликација на интернет или е-адреса, финансиската институција се очекува да го потврди веднаш приемот на приговорот.

Ако потрошувачот има намера да поднесе приговор усно, финансиската институција се очекува да му укаже дека нема обврска да го разгледа усниот приговор, како и да го подучи (укаже) за начинот на кој може да поднесе приговор. Ако приговорот е поднесен усно, преку користење телефон, во тој случај финансиската институција треба да го евидентира приговорот со внесување на соодветната евиденција на податоците за потрошувачот, содржината на приговорот, како и датумот и времето на прием на приговорот.

Вработените во финансиската институција се очекува на лицето, односно вработените во службата за ракување со поплаките да им овозможат увид во документацијата со која располагаат и да им ги дадат сите потребни информации за услугата на којашто се однесува поплаката.

Ефикасноста во решавањето на поплаките е важна поради утврдените рокови и репутацискиот ризик. **Финансиската институција се очекува во рок од 15 работни дена да достави одговор на писмено до подносителот на поплаката.**

---

<sup>20</sup> Во прилогот 2 се дадени добрите практики применливи во овој сегмент.

<sup>21</sup> Доколку финансиската институција има сопствен формулар којшто содржи поголем дел од податоците во Стандардниот формулар за поплаки и тој е усогласен со интерниот систем на поплаки, може да се користи сопствениот формулар.

**Кога финансиската институција ќе прими поплака од нејзин клиент упатена до Народната банка, финансиската институција се очекува да достави одговор на поплаката до Народната банка во рок од 8 работни денови од приемот на поплаката. Во исклучителен случај, кога е потребно поплаката да ја обработат повеќе организациски единици, одговорот може да се достави во рок од 15 работни дена.**

### **9.3. Интерно следење и решавање на поплаките**

Финансиската институција се очекува редовно да врши анализа на податоците поврзани со поплаките, за да се препознаат и да се отстранат причините, односно проблемите коишто се повторуваат, како и да се воочат можни правни и оперативни ризици. Ова може да се спроведе на некој од следниве начини:

- со анализа на причините на поединечните поплаки со цел да се утврдат основните причини коишто се заеднички кај поединечни типови поплаки;
- да се утврди дали се работи за системска неправилност и која е причината за тоа;
- со разгледување дали утврдени причини за одредени поплаки може да имаат влијание и на други процеси или производи, вклучително и оние на кои поплаката не се однесува директно;
- со преземање соодветни мерки заради отстранување, ограничување и спречување на суштинските причини коишто се согледани кај поединечните поплаки, доколку е тоа можно;
- со преземање соодветни мерки заради отстранување на материјалните последици од системски неправилности кај потрошувачите кои се опфатени со системска неправилност.

Функционирањето на системот на ракување со поплаките се очекува постојано внимателно да се следи и да се проверува од страна на внатрешната ревизија на финансиската институција.

### **9.4. Евиденција на поплаките**

**Финансиската институција се очекува да воспостави и редовно да ја ажурира евиденцијата на поплаките.** Евиденцијата на поплаките би требало да ги содржи најмалку следниве податоци: датум на прием на поплаката, име и презиме на подносителот на поплаката, кратка содржина на поплаката, организациски оддел на кој се однесува поплаката и којшто го подготвил одговорот, датум на испраќање на одговорот. Системот на евиденција на поплаките овозможува и нивно следење во секој момент, од фазата на прием до фазата на одговарање на поплаката. Регистарот на поплаки пожелно е да биде централизиран – по можност во дигитален формат, при што покрај основните податоци треба да се прецизира и конечниот одговор на поплаката, дали таа е прифатена или одбиена и доколку е прифатена, на кој начин и во чија полза е решена.

Финансиската институција пожелно е да води досие за секоја поплака, во кое ќе се содржи и целокупната кореспонденција поврзана со поплаката, активностите што ги презела финансиската институција за решавање на поплаката и на кој начин е решена.

**Финансиската институција се очекува да овозможи достапност на регистарот на поплаки и на досиејата заради контрола кога ќе бидат побарани од страна на регулаторот.**

## **9.5. Извештаи**

Врз основа на воспоставениот систем на евиденција на поплаките, финансиските институции пожелно е да изработуваат месечни или квартални извештаи за добиените поплаки по категорија, експозитура, канал на комуникација, времетраење на разрешувањето на поплаката, причина за поплаката, успешност во разрешувањето, статус на преземените корективни мерки со предлози за унапредување и други согледувања. Овој извештај се доставува до Управниот одбор, којшто го праќа до Одборот за управување со ризици, којшто понатаму одлучува за текот на активностите коишто ќе следат како резултат на добиените поплаки.

Извештајот за поплаки може да се разгледува и на Надзорен одбор на квартално ниво.

**Врз основа на воспоставениот систем на евиденција на поплаките, финансиските институции се очекува да доставуваат информации и податоци за примените поплаки до Народната банка, полугодишно.** Станува збор за податоци за бројот на поплаки за периодот на кој се однесува предметното известување, распоредени според критериумите коишто ги определила Народната банка. Во Прилогот 1 е дадена табелата за видот и бројот на поплаките коишто финансиските институции се очекува на полугодишна основа да ја доставуваат до Народна банка, по електронски пат, во рок од 20 дена по завршувањето на соодветното полугодие. На барање на Народната банка, финансиската институција треба да достави и информации за начинот на решавање на поплаките и извадок од евиденцијата на поплаките.

## **9.6. Достапност на информации**

Заради обезбедување транспарентност на процесот на ракување со поплаките, финансиската институција е пожелно:

- да објави детални информации за процесот на ракување со поплаки, коишто ќе бидат лесно достапни, на пример, во вид на брошури, или преку веб-страницата, и тоа на почетната страна, како и на други начини да ги информира своите клиенти како и каде да се обратат во случај на поплака;
- да даде јасни, точни и ажурни информации за постапката за постапување во врска со поплаките, и тоа:
  - на кој начин може да се поднесе поплака и детални информации што треба да содржи (да упати на стандарден формулар за поднесување поплака);
  - информации околу процедурата на разгледување и одговарање на поплаката, вклучително временски рок во кој би одговорила на поплаката, надлежна организациска единица и слично;
- го потврдува приемот на поплаката, освен кога поплаките се примени преку сандачињата поставени во експозитурите на финансиската институција;

- на барање на клиентот, при потврдување на приемот на поплаката, да му даде пишани информации за постапката за решавање приговори.

## 9.7. Доставување одговор до клиентот

Финансиската институција ќе обезбеди ефективна и навремена комуникација со подносителите на поплаките.

Финансиската институција ќе треба:

- да ги собере, да ги разгледа и да ги испита сите важни докази и информации во врска со поплаката;
- со подносителот на поплаката да комуницира на јасен, разбирлив и едноставен јазик;
- одговорот треба да биде целосен, јасен и разбирлив за подносителот на поплаката;
- одговорот се доставува на истиот начин како што е добиен приговорот, по пошта, преку интернет или друг соодветен начин;
- во разумен рок да му одговори на подносителот на поплаката без непотребно одлагање, а најдоцна во рок од 15 работни дена. Кога одговорот не може да биде доставен во очекуваниот рок, треба на ист начин како што е добиена поплаката (по пошта, преку интернет или друг соодветен начин) да го извести подносителот на поплаката за причините за доцнењето на одговорот и да се наведе рамка во која се очекува да се добие одговорот;
- при донесувањето на конечната одлука или одговор во врска со поплаката којашто не ги прифаќа во целост барањата на подносителот на поплаката, по писмен пат, детално да го информира подносителот на поплаката за ставот на давателот на услугата за конкретниот случај.

## 10. Конкуренција

**Преку промоција и поддршка на конкурентни пазари на национално ниво, на потрошувачите треба да им се обезбеди поголем избор меѓу финансиските услуги.** На овој начин, се создава конкурентен притисок врз финансиските институции да понудат конкурентни услуги, да одржат висок квалитет и иновативност на услугите. Потрошувачите треба да имаат можност за споредување на понудените финансиски услуги и каде што е соодветно, да можат да ги префрлаат услугите во друга финансиска институција лесно (без ограничувања) и по разумни и однапред објавени трошоци.



## **IV НАДЗОР**

### **Следење на примената на Циркуларот**

Народната банка го следи постапувањето на финансиските институции во врска со примената на овој циркулар.

**Бр. 12306 /5  
31 март 2023 година  
Скопје**

**Гувернер  
и претседавач  
на Советот на Народната банка  
на Република Северна Македонија  
д-р Анита Ангеловска-Бежоска**

## Прилог 1.

### Извештај до Народната банка за поплаките примени во финансиската институција

#### (на полугодишна основа)

1. Да се наведат интерните акти со кои се регулира заштитата на потрошувачите коишто финансиската институција ги има донесено во претходните шест месеци.
2. Колку од поплаките поднесени до финансиската институција во последните шест месеци се одговорени на следниов начин:  
Во корист на финансиската институција:  
Во корист на клиентот:  
Поднесена е жалба до суд од страна на клиентот:
3. Број на поплаки од потрошувачи за периодот -----

Тип на производ / услуга	Број
1. Трансакциски сметки	
начин и/или услови на договорот*	
надоместоци (висина и пресметка)	
функционалност на услугата**	
рекламации (на пр. сторно налози)	
друго	
2. Дебитни и кредитни картички	
начин и/или услови на договорот*	
надоместоци (висина и пресметка)***	
функционалност на услугата**	
друго	
3. Депозити	
начин и/или услови на договорот*	
камата (висина и пресметка)	
друго	
4. Потрошувачки кредити	
недоволни / погрешни преддоговорни информации	
каматни стапки (висина и пресметка)	
надоместоци	
одредби од договорите	

	друго
5. Станбени кредити	
каматни стапки (висина и пресметка)	
надоместоци	
одредби од договорите	
друго	
6. Електронско и мобилно банкарство	
начин и/или услови на договорот*	
надоместоци (висина и пресметка)	
функционалност на услугата**	
друго	
7. Други директни канали (СМС, банкомати и сл.)	
начин и/или услови на договорот*	
надоместоци (висина и пресметка)	
функционалност на услугата**	
друго	
8. Однесување на вработените	
квалитет на дадените информации / недоволно информации	
несоодветна комуникација	
услужност и стручност на вработените	
друго	
9. Приговори поврзани со рекламите на производитите	
10. Извршување и присилна наплата	
11. Друго	
Вкупно	

\* приговори коишто се однесуваат на документацијата којашто потрошувачот треба да ја донесе, информациите коишто потрошувачот треба да ги даде и коишто ги добива при потпишување на договорот, содржина на понудата за тој производ, содржина на договорот, општи и посебни услови, правата и обврските на двете страни и слично.

\*\* карактеристиките на производот, достапност на услугата, технички проблеми при користењето и сл.

\*\*\* трошоци за издавање на картиците, за замена на картицата, за промена на ПИН и слично, како и за висината и пресметката на каматата.

## **Прилог 2 Добри практики**

**(во рамките на некои од начелата на постапување)**

### **2. Давање соодветни совети и препораки за потрошувачите**

***Финансиските институции се очекува да се грижат за потрошувачите преку***

## ***давање соодветни совети и препораки.***

### ***Добри практики:***

1. Новите вработени се ставени под водство на искусни ментори кои го набљудуваат нивното однесување кога добиваат информации од потрошувачите и даваат совети и препораки за финансиски услуги;
2. Финансиската институција редовно обезбедува обука на вработените за финансиските услуги и релевантните внатрешни политики;
3. Финансиската институција развива критериуми за да ја проценат вработените соодветноста на финансиската услуга за потрошувачите;
4. Вработените надлежни за продажба ги советуваат потрошувачите кои може да се соочат со тешкотии во разбирањето на финансиските услови;
5. Се вршат редовни обуки (по потреба и тестирања) на вработените надлежни за продажба за да се осигури дека тие го поседуваат потребното знаење за извршување на нивните должности;
6. Доколку бараната финансиска услуга е со повисок ризик од апетитот за ризик на потрошувачот или не одговара на неговите потреби, вработените надлежни за продажба во финансиската институција му обрнуваат внимание на потрошувачот за тоа (или за потенцијалната можност за презадолженост);
7. Новите финансиски услуги се продаваат од страна на финансиската институција откако претходно ќе се обезбеди соодветна обука за вработените надлежни за продажба за клучните карактеристики, придобивките и ризиците за да им се овозможи да дадат соодветни совети и препораки на потрошувачите;
9. Вработените надлежни за продажба точно, прецизно и целосно ги прикажуваат клучните информации за услугите;
10. Финансиската институција периодично го проверува процесот и пристапот на советување на потрошувачите. Финансиската институција е во состојба да ја покаже соодветноста на препораката за финансиски услуги за финансиските цели, финансиската состојба, апетитот за ризик и нивото на знаење на потрошувачите.

***Финансиските институции треба да имаат вработени, претставници и агенти кои ќе покажат должно внимание, вештина и љубезност во комуникацијата со потрошувачите.***

### ***Добри практики:***

1. Кога барањето за финансиска услуга е одбиено, финансиската институција му ги објаснува на барателот причините за одбивањето;
2. При соработка со надворешни лица (на пример, за наплата на долгови), финансиската институција обезбедува зачувување на доверливоста на информациите за клиентите;
3. Финансиската институција спроведува анкети и други испитувања на потрошувачите за да добие повратна информација за односот на нејзините вработени (и кредитните посредници) со потрошувачите;
4. Финансиската институција може да ги следи практиките на вработените надлежни за продажба (и кредитните посредници) преку „тајно“ купување (англ. mystery shopping) и

теренски контроли;

5. Финансиската институција користи различни квантитативни и квалитативни критериуми за следење на работењето на вработените. Секое несоодветно однесување од страна на вработените го зема предвид при одлучувањето за стимулации и награди;

6. Вработените надлежни за продажба (и кредитните посредници) не промовираат финансиска услуга со фокусирање на неговите предности, без да ги истакнуваат поврзаните ризици;

7. Вработените надлежни за продажба ја препорачуваат најсоодветната финансиска услуга за потрошувачите, при што не се водат од поставените цели за продажба или висината на надоместоците;

8. Финансиската институција не дискриминира одредени баратели на финансиски услуги врз која било основа (пол, раса, националност и др.), без да се земе предвид нивната кредитна способност.

### **3. Обелоденување информации и транспарентност**

***Финансиските институции се очекува да им обезбедат на потрошувачите јасни, релевантни и навремени информации за финансиските услуги.***

#### ***Добри практики:***

1. Известувањето за промените на условите по коишто се нуди услугата ги содржи имињата и податоците за контакт од вработените со кои потрошувачите би можеле да разговараат;

2. Објавување рекламна порака со зборовите:

- „без камата“, „нема камата“, „0% камата“ и слично е дозволено само доколку на корисникот не му се наплатува камата и доколку јасно се истакнати и сите други трошоци и провизии, како и условите под кои е одобрен кредитот, односно договорот за друга финансиска услуга;

- „без трошоци“, „без провизии“, „0 трошоци“, „бесплатно“ и слично е дозволено само доколку на корисникот не му се наплатуваат камати, надоместоци или други трошоци и ако склучувањето на договорот за кредит или друга финансиска услуга не е условен со склучување друг договор или со нешто што претставува трошок за потрошувачот или создава друга обврска;

- „без почетен влог“ или слично е дозволено само доколку не постои обврска за уплата како услов за користење кредит или друга финансиска услуга;

- „загарантирано одобрување“ или слично е дозволено само доколку склучувањето договор за кредит или друга финансиска услуга не зависи од исполнувањето на одредени услови поврзани со кредитната способност на корисникот или други услови што корисникот мора да ги исполни;

- „ви ги враќаме парите“ или слично е дозволено само доколку на корисникот целосно му се враќаат средствата што ги платил;

- „на наша сметка“, „плаќаме“ или слично е дозволено само ако сите или дел од трошоците се на товар на финансиската институција, под услов соодветниот дел од трошоците што ги сноси корисникот да биде подеднакво видно прикажан;

- „нов корисник“ или слично, без дополнителни информации е дозволено само доколку единствениот услов за склучување договор за финансиска услуга е корисникот да не е веќе

во договорен однос врз основа на користење финансиски услуги со таа финансиска институција;

- термините „најниско на пазарот“, „највисоко на пазарот“, „најдобри услови на пазарот“ или слично не се користат (дури и кога тоа може да се аргументира при почетокот на рекламната кампања, условите на пазарот може да се променат и во таков случај би требало да се смени рекламата, што веројатно ќе наметне дополнителни трошоци).

3. Во рекламата се содржани известувањата: „сите дополнителни информации може да се најдат на [адреса на веб-страницата на финансиската институција]“, „за сите дополнителни информации јавете се [телефонски број на финансиската институција]“, „сите дополнителни информации може да се најдат во филијалата [име на финансиска институцијата]“, „дознајте повеќе на [адреса на веб-страницата на финансиската институција и/или телефонскиот број на финансиската институција]“ или слично.

4. Промотивните материјали не вклучуваат споредби со други финансиски услуги коишто споделуваат слични карактеристики или даваат преоптимистички изгледи за очекуваните приноси на финансиската услуга;

5. Рекламната порака соодветно се фокусира на потенцијалните придобивки од финансиската услуга и ги нагласува и ризиците што потрошувачите треба да ги земат предвид (на каналите на кои е можно тоа);

6. Финансиската институција не ги оптоварува потрошувачите со прекумерни информации за производот;

7. Рекламната порака не содржи текст со кој се преувеличуваат или се изоставуваат (и се прикриваат) информации за условите на финансиската услуга;

8. Во рекламните пораки каде што се промовираат повеќе финансиски услуги со различни карактеристики (т.н. пакет-услуги), тие се одвоени овозможувајќи му на просечниот корисник да направи јасна разлика помеѓу услугите, односно да одреди кои услуги ги сочинуваат пакет-услугите (на каналите на кои е можно тоа);

9. Информациите за начинот на кој корисникот може да го намали износот на месечната рата во одреден период (на пр. поради постоење грејс-период, продолжување на рокот на отплата и сл.) не се испуштени или прикриени;

10. Доколку користењето одредена финансиска услуга му овозможува на корисникот да користи одредени дополнителни услуги на финансиската институција под повластени услови, односно да ужива одредени придобивки, јасно треба да бидат наведени информациите за надоместоците и трошоците поврзани со користењето на тие дополнителни услуги;

11. Во рекламната порака не се омаловажуваат производите и услугите на друга финансиска институција со што би можело да ѝ се наштети на другата финансиска институција;

12. Во рекламата нема истакнување на одделни промотивни факти поврзани со финансиската институција (на пример, земјата на потекло на доминантниот сопственик, неказнивост во изминатиот период, членство во група надгледувана од странско регулаторно тело) за да не добие потрошувачот впечаток дека другите финансиски институции, односно нивните производи и услуги, се помалку доверливи или безбедни.

### **5. Одговорно деловно однесување на финансиските институции**

***Финансиските институции треба да осигурат дека на потрошувачите им се***

***обезбедуваат правични услови во договорите што ги склучуваат со потрошувачите.***

***Добри практики:***

1. Финансиската институција ги зема предвид интересите на потрошувачите кога ги развива договорните услови за одредена услуга за да се осигури дека условите не се значително едностранни или дека не функционираат само во корист на финансиската институција;
2. Финансиската институција однапред ги известува потрошувачите преку канал на директно известување пред да направи какви било измени во условите на договорот, при што потрошувачите се слободни да го раскинат договорот во разумна временска рамка;
3. Во договорните услови јасно се определени сите идни трошоци што може да им се наметнат на потрошувачите, наместо да се користат општи термини како „по наша дискреција“ или „по цена што ќе ја одреди финансиската институција“;
4. Финансиската институција користи едноставен, разбирлив јазик во договорите за да го олесни разбирањето на потрошувачите за нивните права и обврски;
5. Финансиската институција не вклучува услови коишто ѝ дозволуваат еднострано да го менува договорот без никаква валидна причина или со двосмислени причини, како на пример „поради која било причина што финансиската институција ја смета за соодветна“ или „од која било причина што финансиската институција ја смета за разумна во моментот на промената“;
6. Финансиската институција не вклучува услови коишто ѝ дозволуваат да наметне несразмерно високи казни давачки за потрошувачите поради нивното неисполнување на условите од договорот;
7. Финансиската институција не вклучува општи упатувања на други закони како што се „во согласност со релевантните одредби каде што е применливо“ без јасно посочување на одредбите коишто би можеле да имаат значајно влијание врз интересите на потрошувачите;
6. Финансиската институција не вклучува клаузули коишто би можеле да ги стават потрошувачите во неповолна положба во случај на спор (на пример, од потрошувачите да не се бара да дадат изјава дека одлуката за купување производ е донесена по нивна сопствена процена, без оглед на какво било погрешно претставување од вработените надлежни за продажба во финансиските институции).

**9. Ракување со поплаките**

***Финансиските институции се очекува да воспостават систем за ефективно ракување, како и навремено и праведно постапување во врска со поплаките на потрошувачите.***

***Добри практики:***

1. Формирање систем на ракување со поплаките на повеќе нивоа, со оглед на тоа дека постојат различни видови поплаки, на пример едноставни поплаки, поплаки коишто бараат посебно или повисоко ниво на стручен кадар (правници, специјалисти за односи со јавност и слично);

2. Финансиската институција донесува формални процедури за комуникација помеѓу организацискиот дел надлежен за поплаки и другите релевантни организациски делови;
3. Финансиската институција воспоставува внатрешни насоки и јасни параметри за поплаките коишто се класифицирани како сериозни и бараат внимание од Управниот одбор и/или внатрешната ревизија;
4. Вработените кои постапуваат со поплаките на потрошувачите добиваат соодветна обука и насоки за да се обезбеди објективно постапување со поплаките;
5. Финансиската институција обезбедува соодветна ИТ-поддршка за соодветно следење на поплаките, при што евидентирањето на поплаките е во безбеден електронски регистар со утврдување на времето потребно за одговор;
6. Финансиската институција може да спроведува анкети кај потрошувачите за да го процени квалитетот и ефикасноста на процесот на поплаки и постапувањето со поплаките. Резултатите од анкетите се споделуваат со повисокото раководство;
7. Онаму каде што е откриен системски проблем, финансиската институција ја проценува сериозноста на штетата предизвикана на засегнатите потрошувачи и презема соодветни мерки за да се осигури дека на сите засегнати потрошувачи, вклучително и други потрошувачи кои не се пожалиле, ќе им се даде соодветна отштета или ќе се направи соодветна корекција во договорниот однос;
8. Финансиската институција по потреба ги ревидира процедурите за ракување со поплаките;
9. Центрите за контакт за приговорите имаат доволно вработени и потрошувачите имаат можност лесно да поднесат приговор;
10. Финансиската институција не дава неоправдани одложувања или несоодветни објаснувања во врска со нејзините решенија за поплаките, без да се земат предвид потрошувачите кои можеби веќе се во ранлива или стресна ситуација;
11. Финансиската институција води соодветна евиденција за примените поплаки против своите вработени (и кредитни посредници);
12. Финансиската институција води соодветна евиденција колку поплаки се решени во корист на потрошувачите, а колку во корист на финансиската институција.



### Прилог 3 Стандарден образец за поплаки

<b>ОБРАЗЕЦ ЗА ПОПЛАКА / ПОФАЛБА ОД КЛИЕНТИ ФИЗИЧКИ ЛИЦА</b>	
Име и презиме / назив на физичкото лице:	
Податоци за идентификација:	
<i>матичен број:</i>	
<i>број на сметка:</i>	
<i>останато (на пример: кредитна партија, број на договор и сл.):</i>	
Информации за контакт:	
<i>телефон:</i>	
<i>адреса:</i>	
<i>е-пошта:</i>	
Вид на користена финансиска услуга:	
Финансиска институција / експозитура:	
Податоци за вработениот во финансиската институција кој ја вршел услугата (доколку се познати):	
Содржина на поплаката / пофалбата:	
Дата на поднесување: ____ / ____ / ____	Подносител:  _____ /име и презиме, своерачен потпис на подносителот/
<b>Пополнува финансиската институција во случај на писмено доставување на образецот:</b>	

Дата на прием: ____ / ____ / ____	_____ /одговорно лице за поплаки или надлежно лице /
Забелешка:	

## ОБРАЗЛОЖЕНИЕ

Супервизорските циркулари изработени од страна на Народната банка се начин на известување за одредени новини и прашања од доменот на банкарските практики и стандарди до финансиските институции. Овој циркулар содржи добри практики за заштита на правата и интересите на потрошувачите при користењето финансиски услуги коишто Народната банка им ги препорачува за примена на банкарскиот сектор на Република Северна Македонија. Циркуларот се однесува на заштитата на потрошувачите на финансиски услуги првенствено на банките, како и штедилниците и на другите небанкарски финансиски институции лиценцирани од Народната банка, во обем во кој е применливо за нивните активности.

Циркуларот содржи насоки и препораки коишто се резултат на сумирање на сознанијата на Народната банка за начинот на примена на меѓународните стандарди, европските директиви и практики во овој домен, во согласност со документи од меѓународните и европските институции, имајќи ги предвид карактеристиките на банкарскиот систем и банкарската регулатива во Република Северна Македонија. Во суштина, потребата за заштита на правата и интересите на потрошувачите произлегува од нерамнотежата на моќта, информациите и ресурсите помеѓу потрошувачите и давателите на финансиски услуги, што ги става потрошувачите во неповолна положба. Се очекува дека овие практики ќе придонесат кон натамошно унапредување на односите на финансиските институции со нивните клиенти и воспоставување ефективни пристапи за подобрување на заштитата на потрошувачите.

Циркуларот има широк опфат на активностите на банкарскиот сектор за заштитата на потрошувачите и се однесува на целокупната поставеност на финансиските институции во овој домен, преку наведување на добрите практики во следниве области: 1) улогата на органите во финансиските институции во обезбедување на правичен и еднаков однос кон потрошувачите; 2) обезбедување соодветни совети и препораки за потрошувачите; 3) обелоденување информации и транспарентност; 4) финансиска едукација и свесност; 5) одговорно деловно однесување; 6) осмислување и воведување нови услуги и систем за следење и управување со финансиските услуги; 7) заштита на средствата на потрошувачите од измама и злоупотреба; 8) заштита на личните податоци на потрошувачот и неговата приватност; 9) ракување со поплаки.

Народната банка ги засилува активностите околу заштитата на потрошувачите во банкарскиот сектор, при што за следниот период се планирани соодветни промени и во постојната законска регулатива (соодветни дополнувања во Законот за банки), што ќе создаде основа и за изработка или соодветни промени во подзаконските акти заради зајакнување на заштитата на потрошувачите. Истовремено, заедно со другите финансиски регулатори, се работи на изработка на Предлог-закон за финансиски омбудсман. Оттука, овој циркулар треба да создаде појдовна основа за градење сеопфатен пристап на банкарскиот систем во доменот на заштитата на потрошувачите, но и да го премости периодот до создавање комплетна законска регулатива во овој сегмент.