

Banka Popullore e Republikës së Maqedonisë së Veriut
Drejtoria e Mbrojtjes së Konsumatorit dhe Edukimit Financiar



**Qarkore për mbrojtjen e konsumatorëve përdorues të
shërbimeve financiare në sektorin bankar**

mars 2023

Përmbajtja:

I. Definicione	3
-----------------------------	----------

II. HYRJJE	4
-------------------------	----------

III. Parimet bazë	6
--------------------------------	----------

1. Roli i organeve në institucionet financiare në sigurimin e marrëdhënieve të drejta dhe të barabarta ndaj konsumatorëve të shërbimeve financiare	6
2. Sigurimin e këshillave dhe rekomandimeve përkatëse për konsumatorët	8
3. Zbulimi i informacioneve dhe transparenca.....	11
4. Edukimi dhe ndërgjegjësia financiare	14
5. Sjellje afariste me përgjegjësi e institucioneve financiare	15
6. Dizajnimi dhe futja e ë shërbimit të ri financiar dhe sistem për monitorim dhe udhëheqje me shërbimin.....	16
7. Mbrojtje e mjeteve të konsumatorëve nga mashtrimi dhe keqpërdorimi	17
8. Mbrojtja e të dhënave personale të konsumatorit dhe privatësisë së tij	17
9. Trajtimi i ankesave	18
9.1. Politika e udhëheqjes me ankesat.....	19
9.2. Trajtimi ndaj ankesave	19
9.3. Monitorim dhe zgjidhje e brendshme e ankesave	21
9.4. Evidentimi i ankesave.....	21
9.5. Raporte.....	22
9.6. Disponueshmëri e informacioneve	22
9.7. Paraqitja e përgjigjes së klientit.....	23
10. Konkurrenca	23

IV MBIKËQYRJE	24
----------------------------	-----------

Shtojca 1 Raport deri te Banka Popullore për ankesat e pranuar në institucionin financiar	26
--	-----------

Shtojca 2 Praktikat e mira.....	26
(në kuadër të disa nga parimet e veprimit)	26

Shtojca 3 Formular standard për ankesa	32
---	-----------

I. Definicionet

Për nevojat e kësaj qarkoreje në vazhdim janë shënuar këto definicione indikuese:

Institucion financiar është banka, kursimorja ose institucioni financiar tjetër jobankar e licencuar nga Banka Popullore e Republikës së Maqedonisë së Veriut¹.

Shërbimet financiare i përfshijnë shërbimet të cilat institucione financiar i jep në bazë të marrëveshjes për kredi, marrëveshjes për depozit, marrëveshjes për emetim dhe përdorim të kartelave pagesore, marrëveshjes për hapjen dhe mbajtjen e llogarive pagesore, bankingu elektronik ose celular dhe aktivitete tjera të përcaktuara në pajtim me Ligjin për Bankat dhe Ligjin e Shërbimeve të Pagesave dhe Sistemeve të Pagesave.

Konsumator i shërbimeve financiare është person fizik i cili përdor ose ka përdorur shërbime financiare ose është drejtuar te institucioni financiar me qëllim të përdorimit të shërbimeve financiare, ndërsa i përdor shërbimet financiare për qëllime të cilat nuk janë të lidhura me veprimtarinë, zanatin ose profesionin e tij.

Ankesa është një deklaratë për pakënaqësi e cila paraqitet deri te institucioni financiar, nga ana e personit fizik konsumator i shërbimeve financiare lidhur me të drejtën e tij të dëmtuar ose të paplotësuar e cila vjen nga shërbimi i marrë financiar.

Në ankesat nuk përfshihen reagimet nga konsumatorët e shërbimeve financiare të cilat rrjedhin nga nevoja për mbështetje të konsumatorit, aktivizim të shërbimit, kërkesa për informacione të caktuara për produkte dhe shërbime dhe nevoja tjera nga kontakt qendra e institucioneve financiare. Gjithashtu, në ankesa nuk përfshihen propozimet / komentet për përmirësim të funksionimit të institucioneve financiare.

Ankuesi është person fizik përdorues i një shërbimi financiar të caktuar, i cili mendon se i është shkelur një e drejtë e caktuar dhe e shfrytëzon mundësinë e ankesës deri te institucionet financiare dhe marrjen e përgjigjës nga ato.

Me **kulturë dhe vlera korporative** nënkuptohen rregullat dhe standardet me të cilat mundësohet veprim i përgjegjshëm dhe etik në procesin e komunikimit me personat e interesuar, gjatë shpërndarjes së burimeve për shkak të plotësimit të politikës afariste të institucionet financiar, në zhvillimin e burimeve njerëzore dhe në procesin e vendosjes në funksionimin e përditshëm të institucionit financiar².

Rreziku nga sjellja e papërshtatshme në treg paraqet rrezik nga humbja e institucionit financiar shkak i ofertës së papërshtatshme dhe shitja e produkteve dhe shërbimeve, përfshirë edhe në rastet të veprimit të gabueshëm me qëllim ose pavetëdije me klientët e institucionit financiar³.

¹ Në pajtim me Ligjin për Bankat ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 67/07, 90/09, 67/10, 26/13, 15/15, 153/15, 190/16 dhe 7/19 dhe "Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut" nr.101/19, 122/21)

² Në pajtim me Vendimin për rregullat për udhëheqje të mirë korporative në bankë "Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 24/18) ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut" nr. 113/19)

³ Në pajtim me Vendimin për metodologjinë e udhëheqjes me rreziqet ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut" nr. 113/19, 69/20 dhe 314/20).

II. HYRJE

Qarkoret mbikëqyrëse të hartuara nga Banka Popullore janë mënyrë e njoftimit të institucioneve financiare për risi të caktuara dhe pyetje nga fusha e praktikave dhe standardeve bankare. Këto qarkore përmbajnë udhëzime dhe rekomandime të caktuara të cilat janë rezultat i përmbledhjes së njohurive të Bankës Popullore për mënyrën e zbatimit të standardeve ndërkombëtare, direktivave dhe praktikave europiane në fushë të caktuar, duke i pasur parasysh karakteristikat e sistemit bankar dhe rregullorës bankare në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

Kjo qarkore përmban rekomandime dhe praktika të mira për mbrojtjen e të drejtave dhe interesave të konsumatorëve gjatë përdorimit të shërbimeve financiare nga sektori banker I Republikës së Maqedonisë së Veriut. Qarkorja i referohet mbrojtjes së konsumatorëve të shërbimeve financiare parimisht nga bankat, si dhe nga kursimoret dhe nga institucionet financiare tjera jobankare të licencuara nga Banka Popullore, në vëllim të zbatueshëm për aktivitetet e tyre.

Esencialisht, nevoja për mbrojtje financiare të drejtave dhe intereseve të konsumatorëve vjen nga mosekuilibri i fuqisë, informacioneve dhe burimeve mes konsumatorëve dhe ofruesëve të shërbimeve financiare, që i vendos konsumatorët në një pozitë të pavolitshme. Institucionet financiare i njohin mirë produktet e tyre, që nuk vlen me konsumatorët individual persona fizik të cilët janë përdorues të shërbimeve. Në disa raste shërbimet financiare janë jo lehtë të kuptueshme shkaku i kompleksitetit dhe sofistikimit, si dhe digjitalizimit veçanarisht në vitet e fundit shkaku i përparimit teknologjik në këtë sferë. Mbrojtja e dobët e konsumatorëve mund ti ekspozojë amvisëritë në praktika të padrejta dhe jo afariste të institucioneve financiare, përfshirë edhe rrezikun nga mashtrimet financiare. Konsumatorët, njëkohësisht, mund të mos kenë njohuri të mjaftueshme për shërbimet financiare, veçanarisht lidhur me borxhin e tepërt dhe marrjen e borxheve të mëdha.

Sistem efikas dhe i rregulluar mirë për mbrojtjen e të drejtave dhe intereseve të konsumatorëve duhet të sigurojë pesë elemente kyçe:

(1) Transaprenca, nëpërmjet sigurimit të informacioneve të plota, qarta, përkatëse dhe të krahasueshme (dhe të kuptueshme) për çmimet dhe kushtet (rreziqet e qenësishme) të kushteve financiare;

(2) Zgjedhje, nëpërmjet sigurimit të praktikave të drejta dhe logjike në shitjen dhe reklamimin e shërbimeve financiare;

(3) Kompensimi, nëpërmjet sigurimit të mekanizmave të lira dhe të shpejta për zgjidhjen e ankesave dhe zgjidhjen e kontesteve;

(4) Privatësi, nëpërmjet sigurimit të mbrojtjes nga qasja e personave të tretë deri te të dhënat personale financiare të konsumatorëve; dhe

(5) Besueshmëri, duke siguruar institucionet financiare të veprojnë në mënyrë profesionale dhe t'i përmbahen asaj që e premtojnë.

Mbrojtja e të drejtave dhe interesave të konsumatorëve sigurohet me miratimin e rregullorës dhe edukimin financiar përkatës të popullsisë. Sjellja afariste e institucioneve financiare ndaj konsumatorëve është përcaktuar në rregullorën ligjore dhe nënligjore. Rregullorja për sjelljen afariste i referohet ligjeve dhe dispozitave të miratuara nga rregullatori, por përfshin edhe vetërregullim, pra kodekse të sjelljes dhe praktika tjera të miratuara në sferën bankare si mjet për nxitje të praktikave më të mira afariste nga ana e institucioneve financiare ndaj

konsumatorëve.

Njohuria financiare e cila është segment nga edukimi financiar ka për qëllim ti zhvillojë njohuritë dhe aftësitë e konsumatorëve që ti kuptojnë rreziqet dhe përfitimet nga përdorimi i shërbimeve financiare dhe të drejtat dhe detyrimet e tyre ligjore gjatë përdorimit të tyre. Rregullat e qarta të sjelljes së institucioneve financiare, në kombinim me programet për edukim financiar për konsumatorët dhe mekanizmat e zgjidhjes së ankesave, do ta rrisin besimin e konsumatorëve në tregjet financiare dhe do të mbështesin zhvillimin e tyre.

Banka Popullore vendos praktika të mira në drejtim të mbrojtjes së konsumatorëve përdorues të shërbimeve financiare në sektorin banker, duke avokuar për marrëdhënie të drejta dhe transparente mes institucioneve financiare nga njëra anë dhe klientëve nga ana tjetër, në bazë të informacioneve të qarta dhe të kuptueshme lehtë për produktet dhe shërbimet që i ofrojnë. Qasja transparente mund të ju mundësojë klientëve ti gjejnë produktet më përkatëse nga aspekti i karakteristikave dhe shpenzimeve të tyre dhe të bëjnë zgjidhje të drejtë në pajtim me nevojat dhe mundësitë e tyre. Sistemi i mbrojtjes së konsumatorëve vendos rregulla të qarta të sjelljes së institucioneve financiare ndaj klientëve të tyre, duke siguruar se konsumatorët marrin informacione të plota që të sjellin vendime të informuara, nuk u nënshtrohen praktikave të padrejta dhe mashtruese, si dhe duke siguruar qasje deri te mekanizmat për zgjidhjen e ankesave dhe kontesteve.

Kjo qarkore e Bankës Popullore ka për qëllim:

- të inkurajojë vendosjen e standardeve të larta të sjelljes së përgjegjshme dhe profesionale në institucionet financiare ndaj klientëve të tyre;
- të avokojë për kulturë ku interesat e konsumatorëve janë pjesë përbërëse e strategjive afariste dhe funksionimit të institucioneve financiare;
- të përcaktojë parimet të cilat institucionet financiare do ti implementonin për udhëheqje efikase me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme të institucioneve financiare në treg;
- të kontribuojë në forcimin e besueshmërisë të konsumatorëve se institucionet financiare i'u kushtojnë vëmendjen e duhur, aftësitë dhe njohurinë dhe të veprojnë drejtë në marrëdhëniet me konsumatorët;
- të kontribuojë për sjellje të drejtë ndaj klientëve dhe sigurimin të përshtatjes me rregullat e sjelljes bankare;
- të kontribuojë në uljen e rreziqeve të reputacionit për institucionet financiare dhe rritjen e besimit publik në bankat; dhe
- të kontribuojë në stabilitetin e sistemit financiar në tërësi.

Praktikat e mira të theksuara në këtë qarkore paraqesin kombinim nga praktikat më të përdorura të cilat zbatohen me sukses në vendet tjera. Pritet se këto praktika do të kontribuojnë dhe do të nxisin përmirësim të mëtejshëm në sjelljen e institucioneve financiare me klientët e tyre dhe vendosja e qasjeve efektive për përmirësim të mbrojtjes së konsumatorëve.

Gjatë hartimit të qarkores janë përdorur këto dokumente të institucioneve ndërkombëtare dhe europiane:

1. Parime të nivelit të lartë të mbrojtjes financiare të konsumatorëve – Grup pune e G20/OECD për Mbrojtje Financiare të Konsumatorëve (High-level principles on financial consumer protection - G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection⁴)
2. Praktikë e mira për Mbrojtje Financiare të Konsumatorëve (2017) Grupë e Bankës Botërore (Good Practices for Financial Consumer Protection (2017) World Bank Group (WBG)⁵);
3. Udhëzimet e EBA-së për veprimet pas ankesave për letrat me vlerë (ESMA) dhe sektorin bankar (EBA Guidelines on complaint-handling for the securities (ESMA) and banking (EBA) sectors JC 2018 35⁶);
4. Udhëzimet e EBA-së për vlerësim të aftësisë kreditore (EBA Guidelines on creditworthiness assessment⁷);
5. Udhëzimet e EBA-së për monitorim të produktit dhe udhëheqjen me produktet bankar për popullsinë (EBA Guidelines on product oversight and governance arrangements for retail banking products⁸);
6. Udhëzimet e EBA-së për politikën e përmirësimit të personalit të shitjes (EBA Guidelines on remuneration policies for sales staff⁹);
7. Udhëzim i BIS-it për zbatim të parimeve bazë për mbikëqyrje efektive bankare të rregullorës dhe mbikëqyrje të institucioneve relevante për përfshirjen financiare (BIS Guidance on the Application of the Core Principles for Effective Banking Supervision to the Regulation and Supervision of Institution Relevant to Financial Inclusion¹⁰);

Dokumente tjera relevante nga fusha e mbrojtjes së konsumatorëve.

III. PARIMET BAZË

1. Roli i organeve në institucionet financiare në sigurimin e marrëdhënies së drejtë dhe të barabartë ndaj konsumatorëve të shërbimeve financiare

Institucionet financiare duhet ti trajtojnë klientët e tyre në mënyrë të drejtë dhe të barabartë dhe të veprojnë në atë mënyrë në të gjitha fazat e sigurimit të cilit do shërbimi financiar të konsumatorëve. Udhëheqësia e lartë **pritet që të vendosë pritje të qarta për udhëheqjen me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e bankave në treg dhe të sigurojë se ajo është e vendosur në kulturën dhe vlerën korporative të bankës.**

Në institucionin financiar me kulturë dhe vlera korporative të cilat fokusohen në trajtim të drejtë dhe të barabartë ndaj klientëve të tyre ekziston mundësi e madhe që do të ketë kënaqësi dhe qëndrim më të gjatë të klientëve, që sjell deri te arritje afariste të suksesshme dhe të qëndrueshme në afat të gjatë. Kultura korporative luan rol të rëndësishëm në formimin e sjelljes

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

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

⁶ <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>

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

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

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

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

së punonjësve dhe në ndikimin mbi veprimet dhe vendimet e marra nga institucionet financiare. Udhëheqësia efektive nga Bordi Mbikëqyrës dhe Bordi Udhëheqës janë me rëndësi thelbësore për implementimin e kulturës së veprimit të drejtë ndaj konsumatorëve të tyre në punën e bankës. Me vendosjen e shembullit të mirë, Bordi Mbikëqyrës dhe Bordi Udhëheqës mund të nxisin sjellje etike dhe profesionale te të gjithë punonjësit.

Bordi mbikëqyrës i vendos standardet e veprimit të drejtë dhe¹¹:

- së bashku me Bordin Udhëheqës, avokon kulturë dhe vlera të shëndosa korporative në kuadër të bankës e cila e përforcon sjelljen etike, prudenciale dhe profesionale;
- miraton dhe ndjek zbatimin e akteve të brendshme për menaxhimin me rrezikun nga sjellja e tregut;
- siguron kycje përkatëse në udhëheqjen me rrezikun nga sjellja e tregut në strategjitë afariste dhe funksionimin në bankën;
- siguron respektimin e standardeve të larta profesionale, përfshirë edhe standardet përkatëse për besueshmëri të informacioneve të konsumatorëve dhe shmangien e konfliktit të interesit.

Për shkak të imponimit të kulturës dhe vlerave korporative, Bordi Mbikëqyrës miraton Kodit etik, në kuadër të së cilit banka duhet të definojë sjellje të pranueshme dhe të papranueshme të punonjësve. Për këtë pjesë banka mund të hartojë dhe Kod të sjelljes së tregut, i cili është në pajtim me Kodin etik. Në Kodin e sjelljes së tregut definohej standardet dhe normat etika të cilat janë të lidhura me sjelljen e mirë afariste të punonjësve në komunikim me konsumatorët lidhur me produktet dhe shërbimet e bankës. Kodi i sjelljes së tregut nuk mund ti përfshijë të gjitha situatat, por ajo që është me rëndësi është të ndërtohen dhe të respektohen rregullat e sjelljes si pjesë e kulturës korporative e lidhur me integritetin, ndërveprimin e sigurtë, drejtësinë dhe përgjegjshmërinë.

Promovimi i kulturës dhe vlerave korporative mund të arrihet me trajnime të punonjësve për vlerat bazë dhe sjelljen e dëshiruar të punonjësve ndaj konsumatorëve, si dhe me ndjekjen e arritjeve të punonjësve.

Bordi udhëheqës kujdeset për futjen e udhëheqjes me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut në kulturën dhe vlerat bazë korporative të institucionit financiar. Kjo përfshin:

- vendosje dhe avokim të kulturës dhe vlerave korporative të shëndosa në kuadër të institucionit financiar me çka përforcohet sjellja etike, prudenciale dhe profesionale;
- inkorporim të udhëheqjes me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut në modulin afarisht, strategjinë afariste dhe praktikatat afariste;
- inkorporim të udhëheqjes me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut në të gjitha fazat e ciklit jetësor të shërbimit, nga dizajni (përfshirë edhe vendosjen e kompensimeve dhe provizioneve), promovimi, distribuimi, ofrimi i këshillave për konsumatorët dhe në periudhën e përdorimit të shërbimit;
- procese përkatëse të marrjes së vendimeve ku do të merren parasysh interesat e konsumatorëve, nga aspekti i funksionimit transparent dhe të përgjegjshëm;
- vendosja e komunikimit me punonjësit për vlerat bazë për arsye të arritjes së rezultateve nga udhëheqja me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut;

¹¹ Në pajtim me Vendimin për rregullat e udhëheqjes së mire korporative në bankë.

- përshtatje të aktiviteteve (procese) për pranim, trajnim, vlerësim dhe shpërbim të punonjësve me vlerat dhe rezultatet e dëshiruara në pajtim me parimet e udhëheqjes së tregut;
-ndjekja e rezultateve nga udhëheqja me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut dhe zbatimi i masave aty ku nuk janë arritur rezultatet.

Për atë qëllim, institucioni financiar, nëpërmjet akteve interne, pritët të sigurojë strukturë organizative përkatëse, duke filluar nga nivelet e saj më të ulëta, deri te përcaktimi i anëtarit të Bordit udhëheqës, të cilët punojnë dhe janë përgjegjës për monitorimin e udhëheqjes me rrezikun nga sjellja e papërshtatshme e tregut, pra për mbrojtjen e konsumatorëve.

Institucioni financiar duhet të jetë i drejtë, i përgjegjshëm dhe profesional kur bëhet fjalë për konsumatorët. Në të kundërtën, trajtimi i keq ndaj konsumatorëve jo vetëm që e ekspozon institucionin në rrezik të reputacionit, humbjen e lojalitetit dhe besueshmërisë së klientëve, por mund të sjellë edhe te shpenzime të konsiderueshme në denime.

Institucioni financiar pritët të përfshijë detyrime për trajtim të drejtë dhe kujdes për konsumatorët në proceset interne për udhëheqje me rreziqet, funksionet kontrolluese dhe përdorimin e shërbimeve nga personat e jashtëm dhe të vendos sistem përkatës dhe integrues për mbrojtje të konsumatorëve. Gjatë krijimit dhe zbatimit të sistemit për mbrojtje të konsumatorëve, është me rëndësi të merren parasysh sfidat e posaçme me të cilat ballafaqohen kategoritë e cënueshme të konsumatorëve, për shkak të nivelit të ulët të njohurisë financiare dhe përfshirjes financiare, borxhi i tepërt, të hyrat e ulëta ose personat që janë të vjetër, me invaliditet, migrantët, grupet e pakicave dhe tjerët.

2. Sigurimi i këshillave përkatëse dhe rekomandimet për konsumatorët

Këshillat e cilësisë mund t'ju ndihmojnë konsumatorëve të marrin vendime të rëndësishme bazuar në informacione të mjaftueshme për shërbimin ose produktin financiar që i plotëson nevojat e tyre financiare. **Ofrimi i këshillave ose rekomandimeve nga ana e institucionit financiar pritët të bazohet në qëllimet financiare, nevojat dhe njohuritë e çdo konsumatori, duke marrë parasysh kompleksitetin e shërbimit ose produktit financiar dhe rreziqet lidhur me ato.** Punonjësit kompetent për shitje në institucionet financiare pritët t'ju ofrojnë konsumatorëve këshilla të logjikshme ose rekomandime për shërbimin financiar që ju ofrohet dhe të mbajnë llogari për interesin e tyre.

Institucioni financiar duhet të merr informacione të mjaftueshme për konsumatorit, veçanërisht për:

- (a) qëllimet, nevojat dhe prioritetet financiare;
- (b) rrethanat personale (p.sh. moshën, numrin e personave në përkujdesje);
- (b) gjendja financiare (p.sh. burimet dhe shuma e të hyrave, detyrimet financiare dhe të ngjajshme); dhe
- (r) përvoja lidhur me shërbimin financiar.

Informacionet që do ti mbledh institucioni financiar lidhur me konsumatorit duhet të jenë me vëllim që do të:

- jetë proporcional ose përkatës me natyrën dhe kompleksitetin e shërbimit ose

- produktit financiar që rekomandohet nga institucioni financiar ose që e kërkon konsumatori; dhe
- ti mundësojë institucionit financiar të sigurojë shërbim profesional dhe të këshillojë konsumatorin në pajtim me kapacitetin e tij.

Nëse konsumatori vendos që mos ti sigurojë të gjitha informacionet e kërkuara nga institucioni financiar, ajo duhet ta informojë se për atë arsye ndoshta nuk do të jetë në mundësi ti jap rekomandim, përkatës dhe profesional për shërbimin. Gjithashtu, institucioni financiar duhet ti njoftojë konsumatorët se çdo informacion i pasakt do të ndikojë në përshtatshmërinë e rekomandimit ose këshillës.

Gjatë përcaktimit të përshtatshmërisë së shërbimit financiar për konsumatorët, aty ku është e nevojshme, punonjësit (ose ndërmjetësuesit kreditor) pritët ti kushtojnë vëmendje aspekteve në vijim:

- (a) shërbimi financiar është përkatës për realizimin e qëllimeve financiare, nevojat e klientit, rrethanat personale, gjendja financiare, apetiti për rrezik dhe aktivitetet investuese të konsumatorit;
- (b) konsumatori e ka njohurinë dhe përvojën e nevojshme për çështjet financiare për ti kuptuar kushtet dhe rreziqet kyçe të shërbimit financiar;
- (c) konsumatori me shumë mundësi do të mund ti plotësojë detyrimet financiare të lidhura me shërbimin ose produktin financiar; dhe
- (ç) rreziqet lidhur me shërbimin financiar janë në pajtueshmëri me tolerancën e rrezikut të konsumatorit, prandaj mund të mbajnë gjendjen e tij financiar në një nivel të kënaqshëm.

Punonjësit përgjegjës për shitjen pritët që t'ju sigurojnë informacione konsumatorëve për të gjitha shërbimet financiare të cilat janë të vlerësuara si përkatëse, ashtuqë konsumatorët duhet të jenë të informuar përkatësisht për të gjitha opsionet e disponueshme nga të cilat mund të zgjedhin. Kur ofrohet një shërbim kreditor i cili e rrit konsiderueshëm borxhin e konsumatorit, duhet të vlerësohet me kujdes aftësia kreditore e konsumatorit dhe për atë të njoftohet konsumatorit, me qëllim të shmangies së borxhit të tij të tepërt. Njëkohësisht, institucioni financiar i kushton vëmendje përkatëse edhe zhirantit në marrëdhënien kreditore, nëpërmjet shpjegimit të rolit dhe kushteve të tij gjatë së cilës mund të merr disa detyrime në marrëdhënien kreditore edhe gjatë lidhjes së marrëveshjes në të cilën paraqitet si zhirant.

Institucioni financiar do ta informojë konsumatorin për shumën e çdo kompensimi të lidhur me shërbimin financiar, para se ti ofrojë këshillë ose rekomandim për atë lloj shërbimi.

Institucioni financiar rekomandon një shërbim të caktuar financiar duke i marrë parasysh interesat e konsumatorëve, pavarësisht të fitimeve financiar që do ti realizojë.

Institucioni financiar duhet të kujdeset se punonjësit e tij përgjegjës për shitje:

- (a) janë të trajnuar përkatësisht dhe kompetent për ofrim të këshillave dhe rekomandimeve cilësore për shërbimin financiar më të përshtatshëm për konsumatorët;
- (b) kanë kuptim të mirë për karakteristikat kyçe dhe kushtet e shërbimit të ofruar financiar;
- (c) janë të trajnuar për sigurimin e informacioneve të kohshme dhe relevante për

shërbimin financiar që t'ju mundësojnë konsumatorëve të marrin vendime të bazuara mbi informacione të mjaftueshme;

(ç) janë të aftë ti shpjegojnë karakteristikat e shërbimit financiar dhe termet kyçe të cilat ndikojnë në detyrimet e konsumatorit;

(d) janë të trajnuar për ofrimin e këshillave dhe rekomandimeve cilësore të bazuara në shqyrtim përkatës të qëllimeve, nevojave, rrethanave personale, gjendjen financiare, apetitin e rrezikut dhe aktivitetet investuese të konsumatorit;

(dh) t'ju sigurojnë konsumatorëve mundësi të përshtatshme ti lexojnë informacionet për shërbimin ose produktin financiar dhe ti shqyrtojnë këshillat ose rekomandimet e ofruara;

(e) janë të njoftuar dhe janë në rrjedha me ndryshimet e kërkesave rregullatore, marrin pjesë në edukim të vazhdueshëm për ruajtjen e njohurisë dhe kompetencës së nevojshme për kryerje efikase të detyriave të tyre.

Institucioni financiar do të vendosë procese për ripërtëritjen e trajnimeve për punonjësit e tij përgjegjës për shitje, për arsye të ruajtjes së kompetencës së tyre për ofrimin e këshillave dhe rekomandimeve cilësore për konsumatorët. Në proceset e tilla mund të përdoren raegimet nga konsumatorët që të vërtetohet aftësia e punonjësve përgjegjës për shitje për shpjegimin e saktë të informacioneve relevante të shërbimit financiar dhe për ofrimin e këshillave dhe rekomandimeve përkatëse¹².

Si qasje e përgjithshme, institucionet financiare duhet të kenë punonjës, përfaqësues dhe ndërmjetësues që kanë aftësi të tregojnë kujdes dhe mirësi në komunikimin me konsumatorët¹³.

3. Zbulimi i informacioneve dhe transaprenca

Institucionet financiar pritët t'ju sigurojnë konsumatorëve informacione të qarta, relevante dhe të sakta për shërbimet dhe produktet financiare.

Sa shkojnë e bëhen shërbimet dhe produktet financiare më komplekse, me rëndësi të veçantë është që konsumatorët të kenë qasje më të mirë deri te informacionet relevante dhe të marrin vendime të informuara. Zbulimi përkatës dhe efektiv i shërbimit mund t'ua lehtësojë konsumatorëve të jenë më aktiv në mbrojtjen e interesave të tyre. Zbulimi i shërbimit e arrin qëllimin nëse konsumatorët i kuptojnë informacionet e ofruara për krahasim dhe vlerësim të përshtatshëm të shërbimit. Për këtë arsye është e rëndësishme që zbulimi të jetë i lehtë, i kuptueshëm dhe ti përfshijë informacionet kyçe të rëndësishme për vendosje të konsumatorëve.

Institucioni financiar pritët që ti respektojë këto parime gjatë reklamimit të shërbimeve financiare:

- vërtetësinë e informacioneve që përmban mesazhi reklamues;
- transparencë të informacioneve që përmban mesazhi reklamues;
- informacione të ekuilibruara që përmban mesazhi reklamues;
- përshtatshmëri në përmbajtje dhe respektimin e etikës profesionale.

¹² Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент.

¹³ Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент

Parimet e vërtetësisë së informacioneve që përmban mesazhi reklamues do të thotë që ato duhet të jenë të sakta dhe të përditësuara dhe se mënyra e paraqitjes së tyre nuk do të sjell lajthitje për përdoruesin mesatar. Reklamimi nuk mund të përmbajë informacione të pasakta, duke shtrembëruar faktet mund të krijohet përshtypje e rreme për kushtet mbi të cilat përdoren shërbimet.

Parimet e transparencës së informacioneve të përfshira në informacionet që përmban mesazhi reklamues do të thotë se zbulohen të gjitha informacionet e nevojshme që të mund qartë të vlerësohen karakteristikat e shërbimit financiar të institucionit financiar. Institucioni financiar duhet të sigurojë që informacionet prezantohen me gjuhë të thjeshtë, me madhësi përkatëse të shkronjave, ti zbulojë në mënyrë të qartë, koncize dhe efektive që konsumatorët të mund ti kuptojnë karakteristikat kyçe të shërbimit, rreziqet, drejtat dhe përgjegjësitë e tyre. Institucioni financiar do të sigurojë materiale të qarta promovuese, tekst i cili nuk është tepër i gjatë ose me dy kuptime i cili nuk do të sjell lajthitje ose konfuzion, sepse konsumatorët shpesh herë bazohen në informacionet e materialeve promovuese kur marrin vendime.

Sipas parimit për informacione të ekuilibruara, institucioni financiar do të sigurojë procese përkatëse për zbulimin e llojit të shërbimeve dhe materialeve promovuese që të sigurojë se informacionet e zbuluara japin pasqyrë të qartë dhe të ekuilibruar për karakteristikat, rreziqet dhe përfitimet kyçe, të nevojshme për konsumatorët gjatë marrjes së vendimeve financiare të informuara.

Parimi i përshtatshmërisë dhe respektimit të etikës profesionale do të thotë se mesazhi reklamues nuk duhet të përmbajë deklarata ose paraqitje vizuale të cilat mund të konsiderohen si ofenduese, diskriminuese ose të kundërta me praktikën e mira afariste të konkurrencës lojale dhe etikës profesionale.

Parimet gjatë reklamimit të shërbimeve financiare zbatohen në të gjitha llojet e shërbimeve (p.sh.: llogaritë, depozitat, kreditë dhe shërbimet pagesore).

Institucioni financiar do të informojë konsumatorët përkatësisht lidhur me shërbimin financiar në fazën para kontraktuale, në momentin kur konsumatorët lidhin kontratë dhe gjatë kohëzgjatjes së kontratës. Kjo përfshin edhe sigurimin e informacioneve kyçe dhe relevante për konsumatorët nga institucioni financiar lidhur me përfitimet, rreziqet dhe kushtet bazë të shërbimit (përfshirë kushtet minimale, normat e interesit, të gjitha kompensimet dhe shpenzimet shtesë).

Mesazhi reklamues i cili i promovon shërbimet që i jep institucioni financiar në bazë të kontratës për kredi, kontratës për emetim dhe përdorim të kartelave kreditore, kontratës për mbitërheqjen e lejuar, si dhe shërbimet tjera kreditore dhe e cila e përfshin normën e interesit ose çfarëdo lloj të dhëna numerike të lidhura me çmim ose rendiment – duhet të përmbajë të dhëna të shprehura sakt dhe qartë për:

- llojin e kredisë;
- shumën dhe llojin e normës së interesit (fikse dhe/ose e ndryshueshme);
- norma e shpenzimeve totale (nëse është e zbatueshme);
- valuta me të cilën aprovohet kredisë;
- periudha për të cilën aprovohet kredisë;
- shuma totale e kredisë (përfshirë edhe në interval shumën minimale dhe maksimale e

cila mund të aprovohet te ky lloj i kredisë, nëse është e zbatueshme);

- nëse kërkohet siguri për kredinë;
- të gjitha shpenzimet janë mbi përdoruesin.

Mesazhi reklamues i cili i promovon shërbimet që i ofron institucioni financiar në bazë të kontratës për depozitë i cili e përmban normën e interesit pritet të përmbajë të dhëna të shprehura qartë dhe sakt për:

- llojin e depozitit;
- shumën dhe llojin e normës së interesit (fiks ose të ndryshueshëm);
- valuta në të cilën lidhet kontrata për depozitë;
- periudha për të cilën lidhet kontrata për depozitë;
- të gjitha shpenzimet janë mbi përdoruesin, përfshirë edhe shpenzimet (provizionin) në rast të tërheqjes së parakohshme të depozitit. Në mesazhet reklamuese në medime ku nuk ka hapësirë ose mundësi për përcjelljen e të gjitha të dhënave të theksuara, publikohen të dhënat bazë për shërbimin, ndërsa për informacione më të detajuara konsumatorët drejtohen në internet faqen ose në hapësirat e institucioneve financiare.

Informacionet e theksuara¹⁴ duhet të jenë të krahasueshme në bazë se ku konsumatori mund të bëjë krahasim ndërmjet institucioneve financiare dhe të merr vendim i cili është i përshtatshëm me mundësitë e tij financiare dhe pritjet individuale. Informacionet që i siguron institucioni financiar lidhur me shërbimet që i ofron janë falas.

Tarifa për kompensimet që i tarifojnë institucionet financiare duhet që të jetë i dukshëm dhe i disponueshëm lehtë në internet faqen e institucionit financiar (në faqen kryesore ose në segmentin ku janë të vendosura informacionet për shërbimin përkatës). Me kërkesë të konsumatorëve, institucionet financiare pa kompensim duhet t'ju japin kopje në letër ose një medium tjetër të përhershëm nga Tarifa për kompensime (i cili është në fuqi si dhe të vlefshmit e mëparshëm) në afat prej 2 ditëve nga kërkesa e dorëzuar për shërbimet për të cilat interesohet konsumatori.

Gjithashtu, institucionet financiare pritet që çdo ndryshim nga Tarifa e kompensimeve, jo më shumë se 60 ditë nga hyrja në fuqi, ta shfaqin në vend të dukshëm në ekspoziturat dhe filialet e institucioneve financiare, në internet faqen e institucionit financiar në vend të dukshëm dhe të theksuar, si dhe ta njoftojnë përdoruesin nëpërmjet Pasqyrës për gjendjen dhe ndryshimet e llogarisë (të disponueshëm në formë letre ose digjitale). Njëkohësisht, së paku 10 ditë para publikimit të ndryshimit të tarifës, pritet për ndryshimet ta informojnë Bankën Popullore, me arsyetim për arsyen e ndryshimit.

Institucioni financiar nuk duhet të imponojë kompensime të tepërta ose të paarsyeshme dhe të dhëna tjera të cilat nuk i pasqyrojnë shpenzimet reale të ndodhura në sigurimin e shërbimeve të ofruara ose të cilat janë në dëm të një grupi të caktuar të konsumatorëve.

Transparenca pritet të sigurohet edhe për shërbimet financiare të cilat ofrohen digjitalisht. Nëse zbulimi dhe komunikimi me konsumatorët kryhet vetëm nëpërmjet kanaleve digjitale, institucioni financiar duhet të përpaket që ajo të jetë e qartë, efektive dhe e pranueshme(kuptueshme) për konsumatorët financiar. Institucionet financiare duhet ta marrin

¹⁴ Во прилог 2 се дадени добри практики применливи за овој сегмент

parasysh profiling e konsumatorëve të interesuar gjatë zbatimit të plotë të zbulimeve dhe komunikimeve digjitale dhe të sigurojnë se merren masa të arsyeshme për t'ju ndihmuar konsumatorëve të përshtaten në mënyrën në të cilën institucioni financiar komunikon me konsumatorët e saj.

Institucioni financiar pritët ta paraqesë tekstin për reklamim të një shërbimi të caktuar deri te Banka Popullore, së bashkë me përshkrimin dhe karakteristikat e shërbimit, jo më vonë se 10 ditë para publikimit të tij (në media elektronike, nëpërmjet reklamimit në internet, reklamimit në hapësira publike¹⁵, reklamim në hapësira të mbyllura¹⁶ dhe/ose reklamim direkt).

Nëse reklamohet futja e një shërbimi të ri financiar, institucioni financiar pritët të paraqesë informacione deri te Banka Popullore për atë se si kryhet publikimi (në media elektronike, media të shkruar, nëpërmjet publikimit në internet, publikim në hapësira publike, publikim në hapësira të mbyllura dhe/ose reklamim direkt), si dhe propozim tekst për publikim të mesazhit së paku 10 ditë para publikimit të shërbimit të ri financiar, për shkak të shqyrtimit të mënyrës së njoftimit me konsumatorët e shërbimit të ri financiar, për shqyrtim të mënyrës së njoftimit me konsumatorët me shërbimin e ri, karakteristikat e tij, përparësitë dhe rreziqet¹⁷.

4. Edukimi dhe ndërgjegjësia financiare

Të gjithë aktorët relevant në sistemin financiar pritët të avokojnë për edukimin dhe ndërgjegjësinë financiar.

Institucionet financiare duhet të zhvillojnë mekanizma përkatës për t'ju ndihmuar konsumatorëve ekzistues dhe të ardhshëm ti zhvillojnë njohuritë, aftësitë dhe besueshmërinë që në mënyrë përkatëse ti kuptojnë përparësitë, përfshirë edhe rreziqet dhe mundësitë financiare dhe të bëjnë zgjidhje të përshtatshme të mbështetur me informacione të mjaftueshme, të dinjë ku të drejtohen për ndihmë dhe të ndërmarrin aktivitete efektive për përmirësimin e gjendjes së tyre financiare.

Institucionet financiare duhet të përpiqen edhe për sigurim të edukimit të gjërë financiar dhe informacione për të thelluar njohuritë edhe aftësitë financiare të konsumatorëve, veçanërisht për grupet e cënueshme për të cilat duhet të zbatohet programet dhe qasje specifike, si dhe për mënyrën e përdorimit të shërbimeve digjitale financiare në pajtim me tendencën e digjitalizimit të sistemit financiar.

Duke i marrë parasysh rrethanat kombëtare, **edukimin financiar duhet ta zbatojnë**

¹⁵ Reklamim me mjetet e përshtatshme për dërgimin e mesazhit reklamues deri te publiku, të vendosur në hapësira publike të disponueshme për publikun, pra deri te një numër i pacaktuar i pranuesëve (tabela reklamuese – billboard, poster, ekran, tabela ndriçuese etj.).

¹⁶ Nëpërmjet posterëve, billbordeve, broshurave, fletushkave, fletëpalosjeve etj. të cilat janë të vendosura d.m.th. të shpërndara në ekspozituar dhe filialet e institucionit financiar dhe në hapësira tjera të mbyllura të disponueshme për publikun (p.sh. qendrat tregtare, aeroportet, stacionet e autobusëve, mjetet për transport public etj.).

¹⁷ Në pajtim me Parimet e nivelit të lartë të mbrojtjes financiare të konsumatorëve – Grupi punës së G20/OECD për Mbrojtje Financiare të Konsumatorëve (angl. High-level principles on financial consumer protection - G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection).

edhe si pjesë të mbështetjes së Strategjisë Kombëtare në këtë rrethinë, në koordinim me Bankën Popullore dhe individualisht. Për koordinim dhe evidencë më të mirë në nivel kombëtar, për aktivitetet individuale që i zbatojnë si pjesë të edukimit financiar, në pajtim me Kodin e praktikave të mira për edukim financiar¹⁸, institucionet financiare pritet të paraqesin raportim vjetor deri te Banka Popullore dhe atë jo më vonë se 28 shkurti i vitit actual për vitin e kaluar.

5. Sjellje afariste përgjegjëse të institucioneve financiare

Institucionet financiare pritet të sigurojnë kushte të drejta në kontratat që i lidhin me konsumatorët.

Duke pasur parasysh disbalancin e fuqisë negociuese mes institucioneve financiare dhe konsumatorëve, pritet që institucionet financiare të sigurojnë baraspeshë juridike mes të drejtave dhe detyrimeve të palëve kontraktuese, veçanërisht lidhur me kushtet kontraktuale të përcaktuara paraprakisht. Kjo i refektohet edhe terminologjisë juridike dhe teknike në kontratat e cila duhet të shpjegohet në mënyrë / gjuhë sa më të thjeshtë e mundur, si dhe të përjashtohet mundësia për ndryshim të një anshëm të elementeve të kontratës, të pashkaktuara nga sjellja e konsumatorit. Kjo kërkesë nuk i referohet kushteve të kontratave për të cilat është negociuar individualisht ose i reflektojnë dispozitat dhe kërkesat ligjore ose rregulluese. Kushtet e kontratës për të cilat është bërë negociuar individualisht janë ato kushte, thelbi i të cilave mund të ndikohet nga konsumatori.

Institucioni financiar duhet të sigurojë kushte të drejta për konsumatorin në kontratat e tij standarde¹⁹.

Institucioni financiar siguron kushte të qarta kontraktuale të cilat e pasqyrojnë sakt shërbimin e dhënë financiar. Kjo i referohet edhe sigurimit të:

- (a) terme të cilat janë të shprehura në gjuhë / mënyrë të kuptueshme, qartë dhe të thjeshtë
- (b) terme të paraqitura në mënyrë të lexueshme dhe koncize; dhe
- (c) kushtet që vendosin detyrime për konsumatorët shfaqen në mënyrë të kuptueshme dhe të përshtatshme.

Kontratat nuk duhet të përmbajnë kushte kontraktuale që imponojnë kufizime të cilat ju vështirësojnë konsumatorëve të transferohen në një produkt tjetër financiar, pra kontratat duhet të mundësojnë konsumatorëve që të mund ti ndrojnë produktet me kosto të arsyeshme.

Aq sa është e mundur, institucioni financiar duhet të shmang shërbime të kryqëzuara financiare dhe përdorimin e klauzolave lidhëse në kontratat që e kufizojnë zgjedhjen e konsumatorëve. Çdoherë kur konsumatori është i detyruar të blejë çfarë do produkti, si parakusht për marrjen e kredisë nga institucioni financiar, konsumatori duhet të ketë të drejtë të zgjedhjes. Lidhja bëhet kur dy ose më shumë shërbime shiten në pako dhe njëra nga ato nuk shitet veçmas.

¹⁸ I miratuar nga Trupi koordinues i rregulluesëve financiar për edukim dhe përfshirje financiar, i disponueshëm në: <https://www.nbrm.mk/kodeks-fin-edu.nspk>

¹⁹ Në shtojcën 2 janë dhënë praktika të mira të zbatueshme në këtë segment.

Institucioni financiar pritët të sigurojë strukturë të përshtatshme të informacioneve të kontraktuara paraprakisht, me të cilën kushtet kyçe të kontraktuara që ndikojnë mbi detyrimet e konsumatorëve, u janë të shpjeguara përkatësisht.

Institucioni financiar do të përfshijë kushtet kyçe kontraktuale të cilat ndikojnë mbi të drejtat dhe detyrimet e konsumatorëve në reklamimin e shërbimit.

Duhet t'u kushtohet vëmendje e posaçme edhe politikave për shpërbllim të punonjësve në institucionin financiar, ku punonjësit përgjegjës për shitje të motivohen të veprojnë në interes të institucionit si tërësi dhe të klientëve të tij. Politika e papërshtatshme mundet të nxitë marrjen e rrezikut të tepërt dhe sjellje të papërgjegjshme ndaj konsumatorëve.

Para se t'ju lejohet të ofrojnë dhe shesin shërbime financiare, punonjësit e kyçur në shitje duhet të jenë të informuar, në mënyrë të kuptueshme dhe transparente, për politikat dhe praktikën e shpërbllimit që ju referohet atyre.

6. Dizajnim dhe futjen e shërbimit të ri financiar dhe sistem për monitorim dhe udhëheqje me shërbimin

Gjatë dizajnit dhe futjes së shërbimit të ri financiar, institucionet financiare i kanë parasysh, mes tjerash, nevojat dhe interesat e konsumatorëve, ndërsa njëkohësisht vendosin edhe sistem të monitorimit dhe udhëheqjes me shërbimin.

Gjatë dizajnit të shërbimeve të reja dhe vendosjes së tyre në treg, institucioni financiar duhet:

(a) të marrin parasysh interesat, nevojat, qëllimet dhe karakteristikat e konsumatorëve, pra të tregut;

(b) të shmangët dëmi i mundshëm të konsumatorët dhe

(c) të minimizohen konfliktet e interesit.

Institucioni financiar duhet të hartojë dhe të vendosë në treg vetëm shërbime me karakteristikë, shpenzimet dhe rreziqet të cilat i plotësojnë interesat, nevojat, qëllimet dhe karakteristikat e një tregu të caktuar të synuar për shërbimin. Pasiqë paraprakisht e ka caktuar tregun e synuar, institucioni financiar duhet të hartojë shërbim të përshtatshëm dhe i plotëson intereset, qëllimet dhe karakteristikat e konsumatorëve në tregun e caktuar të synuar. Institucioni financiar duhet të mendojë se si përshtatet shërbimi në diapazonin ekzistues të shërbimeve të institucionit financiar, pra nëse prania e varianteve të shumta të shërbimeve e pengon marrjen e vendimeve përkatëse të konsumatorët.

Institucioni financiar pritët që rregullisht ta kontrollon dhe përditësojë sistemin për monitorim dhe udhëheqje me shërbimin, i cili duhet të jetë i përshtatshëm me natyrën, vëllimin dhe kompleksitetin e funksionimit të institucionit financiar. Zbatimi i sistemit duhet ta marrë parasysh nivelin e rrezikut të mundshëm për konsumatorët dhe kompleksitetin e shërbimit. Bordi udhëheqës pritët të krijojë kushte për punonjësit që të jenë të kyçur në strukturimin e shërbimit

dhe në sistemin për monitorim dhe udhëheqje me shërbimin, që të jenë të aftë dhe të kualifikuar përkatësisht dhe që ti dijnë karakteristikat dhe rreziqet e shërbimit. Nëse institucioni financiar sheh problem me shërbimin në treg gjatë monitorimit të arritjeve të tij, duhet ti merr masat e nevojshme për ta zbutur situatën dhe të bëj ndryshime të nevojshme.

Nëse institucioni financiar përdor ndërmjetësues kreditor ato duhet të kenë njohuri përkatëse dhe t'ju përkushtojnë vëmendje të posaçme të gjitha informacioneve relevante për karakteristikat kryesore të shërbimit, rreziqet e tij dhe kufizimet dhe çmimin e plotë të shërbimit dhe ti përcaktojnë segmentet e tregut në të cilat mendohet se shërbimi nuk i plotëson interesat, qëllimet dhe karakteristikat. Institucioni financiar duhet të sigurojë se informacionet e dorëzuara deri te ndërmjetësuesi kreditor i përfshin të gjitha detajet relevante për ti mundësuar kuptim dhe vendosje të drejt të shërbimit në treg. Informacionet për shërbimin dhe detajet që duhet t'ju jepen ndërmjetësuesëve kreditor duhet të jenë me standarde përkatëse, të qarta, sakta dhe sipas nevojës të përditësohen.

Të gjitha veprimtaritë që i merr institucioni financiar lidhur me sistemin e monitorimi dhe udhëheqjes me shërbimin pritet që të evidentohen përkatësisht dhe të vendosen në dispozicion në kërkesë të Bankës Popullore.

7. Mbrojtje e mjeteve të konsumatorëve nga mashtrimi dhe keqpërdorimi

Mbrojtja e mjeteve të konsumatorëve nga mashtrimi i brendshëm dhe sjellja e keqe nga institucioni financiar janë kyçe për ruajtjen e besueshmërisë të konsumatorëve, veçanarisht kur ka shërbime të reja, kanale të distribuimit dhe ofrues të shërbimeve. Në kuadër të këtij parimi tregohet edhe për mundësinë e rritur për mashtrim të brendshëm që mund të vjen nga manipulimi nga ana e punonjësve të institucionit financiar.

Institucioni financiar pritet ta vlerësojë gjendjen financiar, nevojat dhe mundësitë e klientëve të tyre para se të bëjnë marrëveshje për t'ju siguruar shërbim ose këshillë. Institucioni financiar duhet të jetë përgjegjës veprimet që i kryejnë punonjësit e tij në emër të institucionit dhe duhet ti trajtojnë punonjësit për shërbimet që ju ofrojnë klientëve.

8. Mbrojtja e të dhënave personale të konsumatorit dhe të privatësisë së tij

Institucionet financiar i mbajnë informacionet personale dhe financiare të konsumatorëve dhe marrin masa për mbrojtje të të dhënave të tyre në pajtim me rregullorën e zbatueshme ligjore dhe nënligjore.

Institucioni financiar duhet të ketë mekanizma kontrolluese që të sigurohet se punonjësit e tij e ruajnë besueshmërinë e informacioneve të marra nga konsumatorët. Informacionet do të përdoren vetëm për ofrim të këshillave ose rekomandimeve për shërbimin financiar të konsumatorëve. Njëkohësisht, institucioni financiar duhet të sigurojë edhe përdorimin e të dhënave personale për marketing direkt edhe të jetë në pajtueshmëri me dispozitat ligjore.

Mbrojtja e të dhënave dhe privatësia është veçanarisht e theksuar në kontekst të

inovacioneve financiare të cilat përdorin lloje të ndryshme të të dhënave personale për konsumatorët (p.sh. përdorimi i shërbimeve nga celulari).

9. Trajtimi i ankesave

Institucionet financiare pritët të vendosin një sistem të trajtimit efektiv, si dhe trajtim të kohshëm dhe të drejtë lidhur me ankesat e konsumatorëve, në vëllimin në të cilin është theksuara është e zbatueshme për aktivitetet e tyre.

Sistemi për trajtim me ankesat përfshin vendosjen e rregulluesëve përkatës dhe aktiviteteve mbikëqyrëse të cilat i referohen procedurave për përgjigje të ankesave, disponueshmëri të informacioneve përkatëse të ankuesëve dhe organizim të mënyrës së përgjigjes së ankesave në institucionin financiar. Ky sistem pritët të kontribuojë në rritjen e besueshmërisë të konsumatorët dhe publikun të gjërë në sistemin bankar dhe financiar.

Bordi udhëheqës pritët:

- (a) të miratojë akte interne për trajtimin e ankesave;
- (b) të emërojë person përgjegjës dhe të organizojë njësi kompetente për zbatimin dhe/ose koordinimin e aktiviteteve dhe proceseve për trajtim me ankesat varësisht nga lloji, vëllimi dhe kompleksiteti i ankesave;
- (c) të sigurojë burime të mjaftueshme për trajtim dhe përgjigje të ankesave;
- (ç) të sigurojë trajnim përkatës për punonjësit që do të trajtojnë me efikasitet ankesat;
- (d) të përcaktojnë korniza kohore që të sigurohet se për çdo ankesë ose kërkesë të përgjigjet në kohë;
- (dh) të krijojë mjedis ku ankesat konsiderohen si reagime të rëndësishme nga klientët për të ndihmuar përmirësimin e performancave afariste dhe t'ju ndihmojnë punonjësve ta njohin rëndësinë nga trajtimi i ankesave dhe kërkesave të konsumatorëve në mënyrë të drejtë dhe efikase.

Gjatë shqyrtimit të ankesave, institucioni financiar i shqyrton rrethanat për rastet individuale në mënyrë të drejtë dhe objektive. Institucioni financiar do të investojë përpjekje përkatëse për ta kuptuar kërkesën e konsumatorit, do ta hetojë thelbësisht ankesën dhe do t'ja shpjegojë vendimin konsumatorit.

Konsumatorët duhet të kenë qasje të papenguar deri te mekanizmat për paraqitjen e ankesave, të cilat janë të drejta dhe efikase. Institucionet financiare pritët të vendosin mekanizma efektive për monitorim dhe vlerësim të ankesave, kërkesave dhe rekomandimeve të pranuar. Kjo nënkupton analizën e natyrës dhe tendencave të ankesave të pranuar dhe marrjen e analizës efektive të arsyes themelore. Institucioni financiar pritët të merr masa përkatëse për ta larguar dobësinë e përcaktuar dhe të vendosë mekanizma për raportim të përshtatshëm për ankesat dhe kërkesat e rëndësishme të konsumatorëve deri te udhëheqësia e lartë.

9.1. Politika e udhëheqjes me ankesat

Institucioni financiar pritët të:

- ketë përshkruar, miratuar dhe zbatuar Politikën e udhëheqjes me ankesat nga Bordi Mbikëqyrës i bankës;
- politika e miratuar është në formë të shkruar (si document i posaçëm ose si pjesë e një politike tjetër përkatëse);
- disponueshmëri të vazhdueshme të mundësuar të Politikës së udhëheqjes me ankesat për të gjithë punonjësit relevant me anë të kanaleve të përcaktuar përkatëse të komunikimit të brendshëm;
- ankesat nga konsumatorët evidentohen në pajtim me afatet dhe mënyrën e parashikuar (p.sh. nëpërmjet regjistrit të sigurtë elektronik);
- rregullisht i analizon të dhënat e trajtimit me ankesat për ti shqyrtuar të gjitha problemet që përsëriten më shumë here ose janë pasojë e problemeve sistematike dhe mund të sjellin deri te rreziqet e mundshme ligjore dhe operative;
- publikon informacione të detajuara për procesin e paraqitjes dhe trajtimit lidhur me ankesat në mënyrë të disponueshëm lehtë, për shembull në lloj të broshurave ose nëpërmjet faqes së internetit;
- kur një konsumator i ri hap llogari ose përdor shërbim për here të pare, e informon se ku mund të parashtrojë pyetje ose të paraqesë ankesë.

Aktet e brendshme për trajtim me ankesat janë linja e pare e zgjidhjes së mundshme të kërkesave të konsumatorëve dhe siguri i ankesave të zgjidhen në kuadër të institucionit financiar sa është e mundur më shumë. Me ndihmën e politikave të hartuara detajisht dhe procedurat e trajtimit me ankesat e miratuar nga institucionet financiar, përmirësohet marrëdhënia me klientët, rritet besueshmëria në sistemin financiar dhe ulen shpenzimet për procedurat e mundshme gjyqësore. Kështu, këto janë komponenta të rëndësishme të mbrojtjes së konsumatorëve.

9.2. Trajtimi ndaj ankesave

Institucioni financiar pritet të ketë procese të vendosu përkatëse dhe procedura të dokumentuara mire për trajtimin e ankesave, përfshirë edhe të dhënat e përcaktuara qartë për kontakt për trajtim të duhur lidhur me ankesat e konsumatorëve. Procedurat duhet të jenë të qarta, të kuptueshme lehtë dhe të disponueshme për konsumatorët.

Institucioni financiar pritet të vendosë dhe të rregullojë funksion për udhëheqje me ankesat e cila do të mundësojë përcaktim të drejtë dhe objektiv të rrethanave dhe arsyeve të cilat kanë sjell deri në ankesë, si dhe të dallojë dhe të parandalojë konfliktin e mundshëm të interesave.

Konsumatorët duhet të kenë qasje deri te mekanizmi për trajtimin me ankesat i cili duhet të jetë i shpejtë, i lire dhe efikas.

Përveq mënyrave të rregullta (nëpërmjet postës, faksit, kutitë e ankesave të vendosura në vende të dukshme në hapësirat afariste të institucionit financiar ose verbalisht ku procesverballi në formën e përcaktuar), institucioni duhet të mundësojë edhe mënyrë digjitale të paraqitjes së ankesave nëpërmjet faqen e internetit të institucionit financiar ose adresës për kontakt²⁰. Kur në institucionin financiar do të arrijë çfarëdo lloj mesazhi, pas çfarëdo lloj kanali, është e nevojshme të

²⁰ Во прилогот 2 се дадени добрите практики применливи во овој сегмент.

përcaktohet se mesazhi paraqitet si ankesë ose kërkesë, propozim, koment.

Gjatë paraqitjes së ankesës, verbalisht, të shkruar ose në mënyrë elektronike, plotësohet një formular për ankesë (shtojca 3 Formular standard i ankesave)²¹. Institucioni financiar pritet të mundësojë që formulari të jetë i disponueshëm në të gjitha hapësirat ku ofrohen shërbimet e konsumatorëve. Gjithashtu, institucioni financiar duhet të mundësojë përdoruesit qasje deri te formulari për paraqitje të ankesës në faqen fillestare të faqes së tij të internetit me vendosjen e lidhjes / menusë në vend të dukshëm që është e treguar qartë se bëhet fjalë për ankesat e klientëve. Njëkohësisht, në rastet kur ankesa është paraqitur nëpërmjet aplikacionit të internetit ose e-mailit, institucioni financiar pritet menjëherë ta konfirmojë pranimin e ankesës.

Nëse konsumatori ka për qëllim të paraqesë ankesë verbalisht, institucioni financiar pritet ti tregojë se nuk është i obliguar ta shqyrtojë ankesën verbale, si dhe ta mësojë (tregojë) për mënyrën në të cilën mund të paraqesë ankesë. Nëse ankesa është e paraqitur verbalisht, nëpërmjet telefonatës, në atë rast institucioni duhet ta evidentojë ankesën me vendosjen e evidencës përkatëse të të dhënave të konsumatorit, përmbajtjen e ankesës, si dhe datën dhe kohën e pranimin të ankesës.

Punonjësit në institucionin financiar pritet personit, pra punonjësve në shërbimin për trajtim me ankesat t'ju mundësojnë një pasqyrë në dokumentacion me të cilin disponojnë dhe t'ua japin të gjitha informacionet e nevojshme për shërbimin për të cilin i referohet ankesa.

Efikasiteti i zgjidhjes së ankesave është i rëndësishëm shkaku i afateve të përcaktuara dhe rrezikut të reputacionit. **Institucioni financiar pritet në afat prej 15 ditëve pune të paraqesë përgjigje në formë të letrës deri te ankuesi.**

Kur institucioni financiar do të pranojë ankesë nga një klient të drejtuar te Banka Popullore, institucioni financiar pritet të paraqesë përgjigje të ankesës në afat prej 8 ditëve pune nga pranimi i ankesës. Në rast të jashtzakonshëm, kur është e nevojshme ankesën ta përpunojnë më shumë njësi organizative, përgjigja mund të paraqitet në afat prej 15 ditëve pune.

9.3. Monitorim dhe zgjedhje e brendshme e ankesave

Institucioni financiar pritet rregullisht të bëjë analiza të të dhënave lidhur me ankesat, që të njihen dhe largohen arsyet, pra problemet të cilat përsëriten, si dhe të përceptohen rreziqet e mundshme juridike dhe operative. Kjo mund të realizohet në një prej këtyre mënyrave:

- me analizën e arsyeve të ankesave individuale me qëllim të përcaktimit të arsyeve themelore të cilat janë të përbashkëta te disa ankesa tjera;
- të përcaktohet se a bëhet fjalë për parregullësi të sistemit dhe cila është arsya për atë;
- me shqyrtimin se nëse disa ankesa të caktuara mund të kenë ndikim edhe në procese ose produkte tjera, përfshirë edhe ato për të cilat ankesa nuk ju referohet direkt;

²¹ 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.

- me marrjen e masave përkatëse për largim, kufizim dhe parandalim të arsyeve thelbësore janë shqyrtuar edhe ankesat individuale, nëse është e mundur ajo;
- me marrjen e masave për largimin e pasojave materiale nga parregullësitë e sistemit të konsumatorët të cilët janë të përfshirë në këtë parregullësi të sistemit.

Funksionimi i sistemit të trajtimit me ankesat pritet që vazhdimisht ti monitorojë me vëmendje dhe të kontrollohet nga revizioni i brendshëm i institucionit financiar.

9.4. Evidentimi i ankesave

Institucioni financiar pritet të vendos dhe rregullisht ti përditësojë evidentimet e ankesave. Evidentimi i ankesave duhet ti përmbajë së paku disa nga këto të dhëna: datën e pranimi të ankesës, emrin mbiemrin e ankuesit, përmbajtje të shkurtër të ankesës, departamentin për të cilin referohet ankesa dhe hartuesin e përgjigjes, datën e dërgimit të përgjigjes. Sistemi i evidentimit të ankesave mundëson edhe monitorimin e atyre në çdo moment, nga faza e pranimi deri te faza e përgjigjes së ankesës. Regjistri i ankesave preferohet të jetë i centralizuar – mundësisht në format digjital, ku përveq të dhënave bazë duhet të specifikohet edhe përgjigja përfundimtare e ankesës, nëse është pranuar ose refuzuar, në çfarë mënyre dhe në favor të cilin është zgjidhur.

Institucioni financiar preferohet të mban dosje për çdo ankesë, në të cilën do të përfshihet korespondenca e plotë me ankesën, aktivitetet e ndërmarra nga institucioni financiar për zgjidhjen e ankesës dhe në çfarë mënyrë është zgjidhur.

Institucioni financiar pritet të mundësojë disponueshmëri të regjistrit të ankesave dhe të dosjeve për kontrollë kur do të kërkohen nga ana e rregullatorit.

9.5. Raportet

Në bazë të sistemit të vendosur të evidentimit të ankesave, institucionet financiare preferohet të hartojnë raporte mujore ose tremujore për ankesat e pranuar sipas kategorisë, ekspoziturës, kanalit të komunikimit, kohëzgjatjes së zgjidhjes ankesës, arsya e ankesës, suksesi i zgjidhjes së tyre, statusit të masave korektuese të marra me sugjerime për përmirësim dhe shqyrtime tjera. Ky raport dorëzohet deri te Bordi udhëheqës, i cili e dërgon deri te Bordi i udhëheqjes me rreziqe, i cili më tej vendos për rrjedhën e aktiviteteve të cilat vijnë si rezultat i ankesave të pranuar.

Raporti për ankesat mund të shqyrtohet edhe në Bordin mbikëqyrës në nivel tremujor.

Në bazë të sistemit të vendosur të evidentimit të ankesave, institucionet financiare pritet të paraqesin informacione dhe të dhëna për ankesat e pranuar deri te Banka Popullore, në gjashtë muaj. **Bëhet fjalë për të dhëna për numrin e ankesave për periudhën për të cilën bëhet fjalë në raportim, të redaktuara sipas kritereve të cilat i ka përcaktuar Banka Popullore. Në Shtojcën 1 është dhënë tabela për llojin dhe numrin e ankesave të cilat institucionet financiare pritet në bazë gjashtë mujore ta dorëzojnë deri te Banka Popullore, në mënyrë elektronike, në afat prej 20 ditëve pas përfundimit të gjashtëmujorëshit përkatës. Me kërkesë të Bankës Popullore, institucioni financiar duhet të paraqesë edhe**

informacione për mënyrën e zgjidhjes së ankesave dhe ekstrakt nga procesverbali i ankesës.

9.6. Disponueshmëri e informacioneve

Për sigurim të transparencës në procesin e trajtimit të ankesave, institucioni financiar preferohet:

- të publikojë informacione për procesin e trajtimit me ankesat, të cilat do të jenë të disponueshme lehtë, për shembull, në formë të broshurës, ose nëpërmjet të faqes së internetit dhe atë në faqen e parë, si dhe në mënyra tjera ti informojë klientët e vet si dhe ku të drejtohen në rast të ankesës;
- të jep informacione të qarta, sakta dhe të përditësuara për procedurën e trajtimit me ankesat dhe atë:
 - në çfarë mënyrë mund të paraqet ankesën dhe informacione të detajuara se çka duhet të përfshijë (të referohet formularit standard për paraqitje të ankesës);
 - informacione rreth procedurës së shqyrtimit dhe përgjigjes së ankesës, përfshirë edhe afatin kohor në të cilin do të përgjigjet, njësinë organizative përgjegjëse etj.;
- e konfirmon pranimin e ankesës, përveq në rast kur ankesat pranohen nëpërmjet kutive të vendosura në ekspoziturat e institucionit financiar;
- me kërkesë të klientit, gjatë konfirmimit të ankesës, ti jep informacione të shkruara për procedurën e zgjidhjes së ankesave.

9.7. Paraqitja e përgjigjes së klientit

Institucioni financiar do të sigurojë komunikim të kohshëm dhe efektiv me ankuesit.

Institucioni financiar do të duhet:

- ti mbledh, shqyrtojë dhe ti studiojë të gjitha dëshmitë dhe informacionet e rëndësishme lidhur me ankesën;
- me ankuesin të komunikohet në gjuhë të qartë, të kuptueshme dhe të thjeshtë;
- përgjigja duhet të jetë e plotë, qartë dhe e kuptueshme për ankuesin;
- përgjigja paraqitet në mënyrën e njejtë siç është pranuar, nëpërmjet postës, nëpërmjet internetit ose një mënyrë tjetër përkatëse;
- në afat të arsyeshëm ti përgjigjet ankuesit pa vonesa të panevojshme, ndërsa jo më vonë se 15 ditë pune. Kur përgjigja nuk mund të paraqitet në afatin e pritur, duhet në mënyrën e njejtë siç është pranuar ankesa (nëpërmjet postës, nëpërmjet internetit ose një mënyrë tjetër përkatëse) ta njoftojë ankuesin për arsyet e vonesës së përgjigjes dhe të theksohet koha se kur duhet të pret përgjigjen;
- gjatë sjelljes së vendimit përfundimtar ose përgjigjes lidhur me ankesën e cila nuk i pranon në tërësi kërkesat e ankuesit, me shkrim, në mënyrë të detajuar e informon ankuesin për qëndrimin e ofruesit të shërbimit për rastin konkret.

10. Konkurrenca

Nëpërmjet promovimit dhe mbështetjes së tregjeve konkurruese në nivel kombëtar, konsumatorëve duhet të ju sigurohet më shumë zgjedhje mes shërbimeve financiare. Kështu, krijohet presion konkurrues mbi institucionet financiare që të ofrojnë shërbime konkurruese, të mbajnë cilësi të lartë dhe të kenë shërbime inovative. Konsumatorët duhet të kenë mundësinë për krahasim të shërbimeve financiare të ofruara dhe ku është e përshtatshme, të mundën ti transferojnë shërbimet në mënyrë të lehtë në një institucion financiar tjetër (pa kufizime) dhe me shpenzime të arsyeshme dhe të publikuara paraprakisht.

IV MBIKËQYRJE

Monitorimi i zbatimit të Qarkores

Banka Popullore e monitoron veprimtarinë e institucioneve financiare lidhur me zbatimin e qarkores.

Nr. 12306 /5
31 mars 2023
Shkup

**Guvernatorja
dhe kryesuesja
e këshillit të Bankës Popullore
të Republikës së Maqedonisë së Veriut
dr. Anita Angellovska Bezhoska**

Shtojca 1.

Raport deri te Banka Popullore për ankesat e pranuar në institucionin financiar

(në bazë gjashtëmujore)

1. Të shënohen aktet e brendshme me të cilat rregullohet mbrojtja e konsumatorëve të cilat institucioni financiar i ka miratuar gjashtë muajt e fundit.
2. Sa prej ankesave të paraqitura deri te institucion financiar gjashtë muajt e fundit ju është përgjigjur në këtë mënyrë:
Në favor të institucionit
financiar:
Në favor të klientit:
Është paraqitur ankesë në gjyq nga
klienti:
3. Numri i ankesave nga konsumatorë për periudhën -----

Lloj i produktit / shërbim	Numër
1. Xhirollogari	
mënyrat dhe/ose kushte të kontratës*	
tarifat (shuma dhe llogaritja)	
funksionaliteti i shërbimit**	
ankesat (p.sh. urdhëresë e anuluar)	
tjera	
2. Kartela debitore dhe kreditore	
mënyrat dhe/ose kushte të kontratës*	
tarifat (shuma dhe llogaritja)***	
funksionaliteti i shërbimit **	
tjera	
3. Depozitat	
mënyrat dhe/ose kushte të kontratës *	
interesi (shuma dhe llogaritja)	
tjera	
4. Kredi konsumatore	
informacione parakontraktuale të gabueshme ose të pamjafuteshme	
normat e interesit (shuma dhe llogaritja)	
tarifa	
dispozitat e kontratave	
tjera	

5. Kredi banimi	
normat e interesit (shuma dhe llogaritja)	
tarifat	
dispozitat e kontratave	
tjera	
6. Bankim elektronik dhe celular	
mënyrat dhe/ose kushte të kontratës*	
tarifat (shuma dhe llogaritja)	
funksionaliteti i shërbimit**	
tjera	
7. Kanale tjera direkte (SMS, bankomate dhe tjera)	
mënyrat dhe/ose kushte të kontratës*	
tarifat (shuma dhe llogaritja)	
funksionaliteti i shërbimit**	
tjera	
8. Sjellja e punonjësve	
cilësia e informacioneve të ofruara / informacione të pamjaftueshme	
komunikim i papërshtatshëm	
ndihma dhe eksperiza e punonjësve	
tjera	
9. Ankesa të lidhura me reklamet e produkteve	
10. Përmbarim dhe pagesë të detyruar	
11. tjera	
Gjithësej	

* vërejtje të cilat i referohen dokumentacionit të cilin konsumatori duhet ta sjell, informacionet të cilat konsumatori duhet ti jep dhe të cilat i merr gjatë nënshkrimit të kontratës, përmbajtjen e ofertës për atë produkt, përmbajtjen e kontratës, kushte të përgjithshme dhe të veçanta, të drejtat dhe detyrimet e dy palëve etj.

** karakteristikat e produktit, disponueshmëria e shërbimit, probleme teknike gjatë përdorimit etj.

*** shpenzime për emetim të kartelave, për zëvendësim të kartelës, për ndyshim të PIN-it, si dhe për shumën e llogaritjes së interesit.

Shtojca 2 Praktikë e mira

(në kuadër të disa nga parimet e veprimt)

2. Ofrimi i këshillave dhe rekomandimeve përkatëse për konsumatorët

Institucionet financiare pritet të kujdesen për konsumatorët me ofrimin e këshillave dhe rekomandimeve përkatëse. Praktikë e mira:

1. Punonjësit e ri vendoset nën udhëheqje të mentorëve më me përvojë të cilat e mbikëqyrin sjelljen e tyre kur marrin informacione nga konsumatorët dhe ofrojnë këshilla dhe rekomandime për shërbimet financiare;
2. Institucioni financiar rregullisht ju siguron trajnime punonjësve për shërbimet financiar dhe politikat e brendshme relevante;
3. Institucioni financiar zhvillon kritere për punonjësit që ta vlerësojnë përshtatshmërinë e shërbimit financiar për punonjësit;
4. Punonjësit përgjegjës për shitje i këshillojnë konsumatorët të cilët mund të përballen me vështirësi në kuptimin e kushteve financiare;
5. Kryhen trajnime të rregullta (sipas nevojës edhe testime) të punonjësve përgjegjës për shitje për tu siguruar se ato e posedojnë njohurinë e nevojshme për realizimin e detyrave të tyre;
6. Nëse shërbimi financiar i kërkuar është me rrezik më të lartë nga oreksi për rrezik i konsumatorit ose nuk i përshtatet nevojave të tij, punonjësit përgjegjës për shitje në institucionin financiar i kushtojnë vëmendje konsumatorit për atë (ose për mundësinë potenciale për borxh të tepërt);
7. Shërbimet e reja financiare shiten nga institucioni financiar pasi që sigurohet trajnim përkatës për punonjësit përgjegjës për karakteristikat kyçe, përfitimet dhe rreziqet për t'ju mundësuar të ofrojnë këshilla dhe rekomandime të konsumatorëve;
9. Punonjësit përgjegjës për shitje, i shfaqin sakt, në mënyrë precize dhe të plotë informacionet kyçe për shërbimet;
10. Institucioni financiar periodikisht e kontrollon procesin dhe qasjen e këshillimit të konsumatorëve. Institucioni financiar është në gjendje ta shfaq përshtatshmërinë e rekomandimit të shërbimeve financiare për qëllimet financiare, gjendjen financiare, oreksin për rrezik dhe nivelin e njohurisë të konsumatorëve.

Institucionet financiare duhet të kenë punonjës, përfaqësues dhe agjentë të cilët do të tregojnë kujdesin, aftësinë dhe mirësjelljen e duhur në komunikim me konsumatorët.

Praktikë e mira:

1. Kur kërkesa për shërbim financiar refuzohet, institucioni financiar i'a shpjegon kërkuarit arsyet e refuzimit;
2. Gjatë bashkëpunimit me personat të jashtëm (p.sh., për tarifim të borxheve), institucioni financiar siguron ruajtjen e konfidencialitetit të informacioneve për klientët;
3. Institucioni financiar zbaton anketa dhe testime tjera të konsumatorëve që të merr informacione për marrëdhëniet e punonjësve të tij (dhe ndërmjetësuesëve kreditor) me konsumatorët;
4. Institucioni financiar mund të ndjek praktikën e punonjësve përgjegjës për shitje (dhe

ndërmjetësuesit kreditor) nëpërmjet blerjes "sekrete" (ang. mystery shopping) dhe kontrolleve në terren;

5. Institucioni financiar përdor kritere të ndryshme sasiore dhe cilësore për mbikëqyrjen e punës së punonjësve. Çdo sjellje e papërshtatshme nga ana e punonjësve mirret parasysh gjatë vendosjes për stimulime dhe shpërblime;

6. Punonjësit përgjegjës për shitje (dhe ndërmjetësuesit kreditor) nuk promovojnë shërbim financiar me fokusim të përparësive, pa i theksuar rreziqet e ndërlidhura;

7. Punonjësit përgjegjës për shitje e rekomandojnë shërbimit më të përshtatshëm financiar për konsumatorët, ku nuk bazohen nga qëllimet e vendosura të shitjes ose shumës së kompensimeve;

8. Institucioni financiar nuk diskriminon kërkues të caktuar të shërbimeve financiare mbi çfarëdo baze (gjinore, race, kombësie etj.), pa marrë parasysh aftësinë e tyre kreditore.

3. Zbulimi i informacioneve dhe transparenca

Institucionet financiare pritet t'ju sigurojnë konsumatorëve informacione të qarta, relevante dhe të kohshme për shërbimet financiare.

Praktikat e mira:

1. Raportim për ndryshimet e kushteve pas së cilave ofrohet shërbimi i përmban emrat dhe të dhënat për kontakt nga punonjësit me të cilët konsumatorët mund të bisedojnë;

2. Publikim të mesazhit reklamues me fjalët:

- "pa interes", "nuk ka interes", "0% interes" dhe të ngjajshme është i lejuar vetëm nëse përdoruesit nuk i tarifohet interes dhe nëse qartë janë të shprehura edhe të gjitha shpenzimet dhe provizionet tjera, si dhe kushtet mbi të cilat i është miratuar krediti, pra kontrata për shërbim tjetër financiar;

- "pa shpenzime", "pa provizione", "0 shpenzime", "falas" dhe të ngjajshme është i lejuar vetëm nëse përdoruesit nuk i tarifohen interes, kompensime dhe shpenzime tjera dhe nëse lidhja e kontratës për kredit ose shërbim tjetër financiar nuk është i kushtëzuar me lidhjen e kontratës tjetër ose me diçka që paraqet harxhim për konsumatorin ose shkakton obligim tjetër;

- "pa depozitë fillestare" ose të ngjajshme është e lejuar vetëm nëse nuk ekziston detyrim për pagesë si kusht për përdorimin e kredisë ose shërbimi tjetër financiar;

- "miratim i garantuar" ose të ngjajshme është e lejuar vetëm nëse lidhja e kontratës për kredi ose shërbim tjetër financiar nuk varet nga plotësimi i kushteve të caktuara të lidhura me aftësinë kreditore të përdoruesit ose kushte tjera që përdoruesi duhet ti plotësojë;

- "ju kthejmë paratë" ose të ngjajshme është e lejuar vetëm nëse përdoruesit tërësisht i kthehen mjetet që i ka paguar;

- "me shpenzim tonin", "paguajmë" ose të ngjajshme është e lejuar vetëm nëse të gjitha ose pjesë të shpenzimeve janë në kurriz të institucionit financiar, me kusht që pjesa përkatëse e shpenzimeve të përballuara nga përdoruesi të shfaqen në mënyrë të barabartë;

- "përdorues i ri" ose të ngjajshme, pa informacione shtesë është e lejuar vetëm nëse kushte i vetëm për lidhje të kontratës për shërbim financiar është përdoruesi më së jetë më në marrëdhënia kontraktuale në bazë të përdorimit të shërbimeve financiare me atë institucion financiar;

- Termet "më e ulët në treg", "më e larta në treg", "kushtet më të mira në treg" ose të ngjajshme nuk përdoren (madje edhe kur ajo mund të argumentohet gjatë fillimit të kampanjës reklamuese, kushtet e tregut mund të ndryshohen dhe në rast të tillë duhet të ndrohet reklama, që me shumë

mundësi do të imponojë shpenzime shtesë).

3. Në reklamën përfshihen njoftimet: "të gjitha informacionet shtesë mund të gjenden në [adresën e faqes së internetit të institucionit financiar]", "për të gjitha informacionet shtesë lajmërohuni në [numrin e telefonit të institucionit financiar]", "të gjitha informacionet shtesë mund ti gjeni në filialen [emrin e institucionit financiar]", „mësoni më shumë në [adresa e faqes së internetit të institucionit financiar dhe/ose numri i telefonit të institucionit financiar]" ose të ngjajshme.

4. Materialt promovuese nuk përfshijnë krahasime me shërbime tjera financiare të cilat shpërndarjnë karakteristika të ndryshme ose japin perspektiva tepër optimiste për kthimet e pritshme të shërbimit financiar;

5. Mesazhi reklamues përkatësisht përqëndrohet në përfitimet e mundshme nga shërbimi financiar dhe i thekson edhe rreziqet që konsumatorët duhet ti kenë parasysh (të kanaleve në të cilat është e mundshme ajo);

6. Institucioni financiar nuk i mbingarkon konsumatorët me informacione të tepërta për produktin;

7. Mesazhi reklamues nuk përmban tekst me të cilin ekzagjëron ose heq (dhe fsheh) informacione për kushtet e shërbimit financiar;

8. Në mesazhet reklamuese ku promovohen më shumë shërbime financiare me karakteristika të ndryshme (të ashtuquajtur pako të shërbimeve), ajo janë të veçuara duke i mundësuar përdoruesit mesatar të bëjë dallim të qartë mes shërbimeve, pra të përcaktojë se cilat shërbime i përfshijnë shërbimet e pakove (në kanalet në të cilat është e mundur ajo);

9. Informacionet për mënyrën në të cilën përdoruesi mund të ulë shumën e këstit mujor në një periudhë të caktuar (p.sh. për shkak të ekzistimit të periudhës së mospagimit, zgjatjen e afatit të shlyerjes dhe të ngjajshme) nuk janë të lëshuara ose fshehura;

10. Nëse përdorimi i shërbimit të caktuar financiar i mundëson përdoruesit të përdor shërbime të caktuara shtesë të institucionit financiar në kushte preferenciale, pra të gëzojë përfitime të caktuara, duhet të theksohen qartë informacionet për tarifën dhe shpenzimet e lidhura me përdorimin e këtyre shërbimeve;

11. Në mesazhin reklamues nuk nënvleftësohen produktet dhe shërbimet e një institucioni tjetër me të cilën mund të dëmtohen institucionit tjetër financiar;

12. Në reklamë nuk theksohen fakte të caktuara promovuese të lidhura me institucionin financiar (p.sh., vendi i origjinës së pronarit dominant, mosndëshkimi në periudhën e kaluar, anëtarësim në grupë të monitoruar nga trup i huaj rregullues) që të mos merr konsumatori përshtypje se institucionet tjera financiare, pra shërbimet dhe produktet e tyre, janë më pak të besueshme ose më pak të sigurta.

5. Siellie afariste përgjegjëse të institucioneve financiare

Institucionet financiare duhet të sigurohen se konsumatorëve ju sigurohen kushte të drejta në kontratat që i lidhin me konsumatorët.

Praktikat e mira:

1. Institucioni financiar i merr parasysh interesat e konsumatorit kur i zhvillon kushtet kontraktuale për një shërbim të caktuar që të sigurohet se kushtet nuk janë për të siguruar se kushtet nuk janë dukshëm të njëanshme ose që ato nuk funksionojnë vetëm në dobi të institucionit financiar;

2. Institucioni financiar i njofton paraprakisht konsumatorët nëpërmjet një kanali të drejtpërdrejtë njoftimi para se të bëjë çfarëdo lloj ndryshimi të kushteve në kontratë, ku konsumatorët janë të lirë të zgjidhin kontratën në një afat të arsyeshëm kohor;
3. Në kushtet e kontratës janë të përcaktuara qartë të gjitha shpenzimet e ardhshme që mund t'u imponohen konsumatorëve, në vend që të përdoret terme të përgjithshme si "sipas gjykimit tonë" ose "sipas vlerës që do ta caktojë institucioni financiar";
4. Institucioni financiar përdor gjuhë të thjeshtë, të kuptueshme në kontratat që të lehtësojë kuptimin e drejtave dhe obligimeve të konsumatorëve;
5. Institucioni financiar nuk përfshin kushte të cilat i lejojnë njëanshëm të ndrojë kontratën pa asnjë arsye të vlefshme ose me arsye të dykuptimta, si për shembull "për çdo arsye që institucioni financiar e llogaritë të përshtatshme" ose "nga cilado arsye që institucioni financiar e llogarit si të arsyeshme në momentin e ndryshimit";
6. Institucioni financiar nuk përfshin kushte të cilat i mundësojnë të imponojë gjopa të larta disproporcionale për arsye të mosplotësimit të kushteve të kontratës;
7. Institucioni financiar nuk përfshin referenca të përgjithshme për ligja tjera siç janë "në pajtim me dispozitat relevante ku është e zbatueshme" pa treguar qartë dispozitat që mund të kenë ndikim të rëndësishëm mbi interesat e konsumatorëve;
6. Institucioni financiar nuk përfshin klauzola të cilat mund ti vendosin konsumatorët në situatë të pavolitshme në rast të kontestit (p.sh. nga konsumatorët mos të kërkohet deklarata se vendimi për blerje të produktit është miratuar me vlerësimin e tyre personal, pavarësisht nga ndonjë keqinterpretim nga punonjësit përgjegjës për shitje në institucionet financiare).

9. Trajtim me ankesat

Institucionet financiare pritët të vendosin system për trajtim efektiv, si dhe trajtimin në kohë dhe të drejtë të ankesave të konsumatorëve.

Praktikat e mira:

1. Formimi i sistemit të trajtimit të ankesave në më shumë nivele, duke parë se ekzistojnë lloje të ndryshme të ankesave, p.sh. ankesa të thjeshta, ankesa që kërkojnë nivel të veçantë ose më të lartë të kuadros eksperte (jurist, specialist për marrëdhënie me publikin dhe të ngjajshëm);
2. Institucioni financiar sjell procedura formale për komunikim mes pjesës organizative përgjegjëse për ankesat dhe pjesëve tjera relevante organizative;
3. Institucioni financiar vendos drejtime të brendshme dhe parametra të qarta për ankesat të cilat janë klasifikuar si serioze dhe kërkojnë vëmendje nga Bordi drejtues dhe/ose rishikimi i brendshëm;
4. Punonjësit të cilët trajtojnë ankesat e konsumatorëve marrin trajnim përkatës dhe udhëzime për të siguruar trajtimin objektiv me ankesat;
5. Institucioni financiar siguron IT-mbështetje përkatëse për monitorimin e ankesave, ku evidentimi i ankesave është në një regjistër të sigurtë elektronik me përcaktimin e kohës së nevojshme për përgjigje.
6. Institucioni financiar mund të zbatojë anketa te konsumatorët për ta vlerësuar cilësinë dhe efikasitetin e procesit të ankesave dhe trajtimin e ankesave. Rezultatet e ankesave ndahen me udhëheqësinë e lartë;
7. Aty ku është zbuluar problem sistemi, institucioni financiar e vlerëson seriozitetin e demit të

shkaktuar te konsumatorët e prekur dhe merr masa përkatëse që të sigurohet se të gjithë konsumatorëve të prekur, përfshirë edhe konsumatorët tjerë që nuk janë ankuar, do t'ju jepet kompensim i përshtatshëm ose do të bëhet korigjim përkatës në marrëdhënien e lidhur;

8. Institucioni financiar sipas nevojës i rishikon procedurat e trajtimit me ankesat;

9. Qendat për kontakt për ankesat kanë një numër të mjaftueshëm të punonjësve dhe konsumatorët kanë mundësi të bëjnë ankesë pa vështirësi;

10. Institucioni financiar nuk jep shtyrje të paarsyeshme ose shpjegime të papërshtatshme lidhur me zgjidhjet e ankesave, pa u marrë parasysh konsumatorët të cilit tani më mund të jenë në një situatë të cënueshme ose stresuese;

11. Institucioni financiar mban evidence përkatëse për ankesat e pranuar kundër punonjësve të saj (edhe ndërmjetësuesëve kreditor);

12. Institucioni financiar mban evidence përkatëse se sa ankesa janë zgjidhur në favor të konsumatorëve dhe sa në favor të institucionit.

Shtojca 3 Formular standard për ankesa

FORMULAR PËR ANKESA / LËVDATA NGA KLIENTË PERSONA FIZIK	
Emri dhe mbiemri / tituli i personit fizik:	
Të dhënat e identifikimit:	
	<i>numri amë:</i>
	<i>numri i llogarisë:</i>
	<i>tjera (p.sh.: pala kreditore, numri i kontratës etj.):</i>
Informacione për kontakt:	
	<i>telefon:</i>
	<i>adresa:</i>
	<i>e-maili:</i>
Lloji i shërbimit financiar që përdoret:	
Institucioni financiar / ekspozitura	
Të dhëna për punonjës në institucionin financiar i cili e kra kryer shërbimin (nëse janë të njohura):	
Përmbajtja e ankesës / lëvdatës	
Data e paraqitjes: ____ / ____ / ____	Paraqitës: _____ /emir dhe mbiemri, dora vet e paraqitësit/
Plotëson institucioni në rast të paraqitjes me shkrim të formularit:	

Data e pranimit: ____ / ____ / ____	_____ /person përgjegjës për ankesa ose person kompetent /
Vërejtje:	

ARSYETIM

Qarkoret mbikëqyrëse të hartuara nga Banka Popullore janë mënyrë e njoftimit për risi dhe çështje të caktuara nga fusha e praktikave dhe standardeve bankare deri te institucionet financiar. Kjo qarkore përmban praktika të mira të mbrojtjes së drejtave dhe intereseve të konsumatorëve gjatë përdorimit të shërbimeve financiare të cilat Banka Popullore u a rekomandon për zbatim sektorit bankar të Republikës së Maqedonisë së Veriut. Qarkorja i referohet mbrojtjes së konsumatorëve të shërbimeve financiare parimisht bankave, si dhe kursimoreve dhe institucioneve tjera financiare jobankare të licencuara nga Banka Popullore, në vëllimin e zbatueshëm për aktivitetet e tyre.

Qarkorja përmban udhëzime dhe rekomandime të cilat janë rezultat i përmbledhjes së njohurive të Bankës Popullore për mënyrën e zbatimit të standardeve ndërkombëtare, direktivave europiane dhe praktikave në këtë fushë, në pajtim me dokumente të institucioneve ndërkombëtare dhe institucioneve europiane, duke i pasur parasysh karakteristikat e sistemit bankar dhe rregullorën bankare në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Në esencë, nevoja për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorëve vjen nga çekuilibri i forcës, informacioneve dhe burimeve mes konsumatorëve dhe ofruesëve të shërbimeve financiare, që i vendos konsumatorët në pozitë të pafavorshme. Pritet se këto praktika të kontribuojnë në përmirësimin e mëtejshëm të marrëdhënieve të institucioneve financiare me klientët e tyre dhe vendosjen e qasjeve efektive për përmirësim të mbrojtjes së konsumatorëve.

Qarkorja ka një mbulim të gjërë të aktiviteteve të sektorit bankar për mbrojtjen e konsumatorëve dhe i referohet vendosjes së përgjithshme të institucioneve financiare në këtë fushë, duke përmendur praktikatat më të mira në këto fusha: 1) roli i organeve në institucionet financiare në sigurimin e marrëdhënies së drejtë dhe të barabartë ndaj konsumatorëve; 2) sigurimin e këshillave dhe rekomandimeve përkatëse; 3) zbulimin e informacioneve dhe transparencë; 4) edukim dhe përgjegjësi financiare; 5) sjellje e përgjegjshme afariste; 6) projektimi dhe futja e shërbimeve dhe sistemit të ri për monitorim dhe udhëheqje me shërbimet financiare; 7) mbrojtja e mjeteve të konsumatorëve nga mashtrimi dhe keqpërdorimi; 8) mbrojtja e të dhënave personale të konsumatorit dhe privatësisë së tij; 9) trajtimi me ankesat.

Banka Popullore i përforcon aktivitetet rreth mbrojtjes së konsumatorëve në sektorin bankar, ku për periudhën e ardhshme planifikohen ndryshime përkatëse edhe në rregullorën aktuale ligjore (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 (plotësime përkatëse në Ligjin për Bankat), që do të jep bazë edhe për hartimin ose ndryshime përkatëse në aktet nënligjore për forcimin e mbrojtjes së konsumatorëve. Njëkohësisht, së bashku me rregulluesit tjerë financiar, punohet në hartimin e Propozim ligjit për avokatin e popullit financiar. Prandaj, kjo qarkore duhet të krijojë një pikënisje për ndërtimin e qasjes gjithëpërfshirëse të sistemit bankar në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve, por edhe ta kalojë periudhën deri në krijimin e një rregullorës së plotë ligjore në këtë sferë.