مصرف اسيا العراق الاسلامي
للاستثمار و التمويل
ASIA ALIRAQ ISLAMIC BANK
FOR INVESTMENT AND FINANCE

السياسات والاجراءات

قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور

اجراءات وسياسات التوعية المصرفية وحماية الجمهور

المقدمة :

في اطار الدعم لعمليات الإصلاح الاقتصادي العراقي وضمن القطاع المصرفي قام البنك المركزي العراقي بتشريع واعداد خطط وضوابط عديدة بهدف تقويم ودعم العمل المصرفي العراقي وهدفها هو مصلحة العمل التنموي الاقتصادي للبلد ولخدمة المواطن العراقي وقد قرر البنك المركزي العراقي اضافة **قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور** في جميع المصارف وشركات التحويل المالي وذلك لغرض الاهتمام بالزبائن وحل مشاكلهم ان وجدت وبأوقات محددة وحسب تعليمات البنك المركزي العراقي .

أن البلد يمر في مرحلة صعبة لذا يجب اتخاذ كثير من الإجراءات والسياسات التي تؤدي الى حماية المواطن ، لتعزيز الثقة بين الزبون والمصارف ، وكذلك توعية الجمهور لحفظ أموالهم في خزائن المصارف لحمايتها من السرقة وتوظيفها لخدمة التنمية الاقتصادية التي يحتاجها الفرد في حياته .

لذا يسعى مصرف آسيا العراق الإسلامي لان يكون مثالاً يحتذى به في توعية وحماية الجمهور وذلك ليس فقط عبر استلام الشكاوى والنظر بها وانما من خلال دراستها وضعها كمعطيات لتجنب كل ما من شأنه احداث الضرر بمصالح الزبائن والمصرف إضافة الى ضرورة تعريف الزبون بالخدمات المصرفية وطرق استخدامها والإجراءات المتبعة لغرض تنمية وتطوير الخدمات المصرفية مما يساعد في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتجنب المخاطر ، وتوجيه العملاء لاختيار المنتجات الملائمة التي تلبي احتياجاتهم وهذا هو الهدف الأساس من انشاء " **قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور** " استناداً الى كتاب البنك المركزي بالعدد 9-1-7-427 بتاريخ 2016/11/07 .

ومن هنا يسعى المصرف الى تحقيق النجاح في عمله من خلال تحسين العلاقة بينه وبين الزبون وزرع الثقة التي تؤدي الى زيادة في الربح وكسب أكبر عدد من الزبائن ، لان الزبون يعد العامل الأساسي في نجاح المصرف ، أي كلما زادت الودائع في المصرف دل ذلك على نجاح المصرف واستمراريته .

مسؤوليات ومهام القسم :-

1- يرتبط القسم بمجلس الادارة اشارة الى كتاب البنك المركزي العراقي المرقم 170/7/9 بتاريخ 2022/04/28 .

2- يرتبط إدارياً بالمدير المفوض .

3- يتكون ملاك القسم من مدير القسم ومعاون مدير القسم وموظفين حسب الحاجة .

4- توفير الاليات التي تسهل عملية البحث بالشكوى المقدمة من الزبائن الذين يتعامل معهم المصرف ولديهم حسابات وفقاً للعقود المبرمة معهم .

5- إعداد نموذج موحد لشكاوى العملاء يحدد آلية عرض الشكوى والمستندات والمعلومات المطلوبة وغير ذلك من أمور تتعلق بالشكوى المقدمة .

6- يقدم القسم رأي مكتوب الى العميل بشأن موضوع الشكوى .

7- يكون مسؤولاً عن توعية الجمهور وحمايته ومتابعة الشكاوى المقدمة من قبله وتنفيذ التعليمات الصادرة من البنك المركزي العراقي بكل ما يتعلق بعمله .

8- رفع تقارير فصلية الى مجلس الادارة والبنك المركزي العراقي تتضمن إحصائية مجمعة بعدد الشكاوى المقدمة والإجراءات المتخذة بشأنها فضلاً عن التوصيات .

9- توفير وسائل ارشادية كافية داخل قاعات المصرف وفروعه وعلى الموقع الالكترونية توضح للعميل جميع حقوقه فيما يتعلق بتقديم الشكوى .

10- تحديد الوسائل الكفيلة بتلقي الشكاوى المقدمة من الزبائن على ان تكون كحد ادنى ثلاث وسائل :

- عن طريق البريد الالكتروني .
- عن طريق البريد الشخصي .
- عن طريق الهاتف النقال .

10- توجيه موظفي المصرف ومتابعتهم بضرورة المحافظة على السرية المصرفية للعملاء وعدم افشاء أي معلومات مالية تخص الزبائن . ويجب أن لا يكون موضوع الشكوى منظوراً أمام القضاء .

12- يلتزم القسم بتقديم رأيه الى الزبون خلال مدة أقصاها (15) يوم عمل من تاريخ تقديم الشكوى فضلاً عن إبلاغه بنتائج التحقيق خلال (5) أيام عمل من تاريخ الانتهاء من التحقيق .

الدليل الارشادي لمهام و واجبات مدير التوعية المصرفية وحماية الجمهور

أولاً: الوصف الوظيفي لمدير قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور :-

يكون مسؤولاً عن توعية الجمهور وحمايته وتنفيذ التعليمات الصادرة من البنك المركزي العراقي واعداد نموذج موحد لشكاوى العملاء يحدد فيه آلية عرض الشكوى والمعلومات المطلوبة وغير ذلك من الأمور المرتبطة بأركان الشكوى وتوجيه العملاء لاختيار المعلومات الكافية التي تلبي احتياجاتهم ..

ثانياً : الشروط الواجب توفرها لمدير قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور :-

يشترط البنك المركزي العراقي على مدير القسم مايلي :-

- المدير يجب أن يكون حاصلاً على شهادة جامعية ضمن اختصاص (القانون او بقية العلوم الإنسانية والاعلام) .
- خبرة مصرفية لا تقل عن 3 سنوات .
- لديه خبرة مصرفية في احد اقسام (الرقابة الداخلية ، الجاري، الادخار ، الائتمان بأنواعه)
- حسن السيرة والسلوك .
- موافقة البنك المركزي العراقي على التعيين بعد اجتياز المقابلة .

ثالثا: متطلبات قسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور:-

أ - عمل استمارة شكوى في حالـــة وجود شكوى من قبل العميل تذكر فيها التفاصيل وهي :- (أسم المشتكي ، نوع الشكوى المقدمة . تاريخ تقديم الشكوى) .

ب - وضع لوحات توضحية وإرشادية توضح كيفية سير أنجاز المعاملات والمتطلبات الخاصة بالمعاملة .

ج - أنشاء لوحة المعلومات الإلكترونية تتضمن فيها الخدمات التي يقدمها المصرف الى الزبون وأسعار الأرباح والعمولات .

د - أنشاء بريد الكتروني خاص بالقسم يوضح فيه الخدمات التي يقدمها المصرف ويستقبل به شكاوى الجماهير.

رابعاً : الأجراءات اللازمة للتوعية المصرفية وحماية الجمهور :-

- الاحتفاظ بسجلات شاملة لكل شكوى وردت من العملاء .
- الحفاظ على السرية المصرفية والتزام الموظفين بذلك وعدم تسريب المعلومات عن الزبائن مما يعرضهم الى المخاطر الاعتداء والتسليب .
- يجب التعامل من قبل موظفي المصرف بطريقة لائقة لخدمة الزبائن لخلق حالة الثقة والأطمئنان والارتياح .
- يجب توعية الزبائن بأحتمال تقلبات الأسعار بما فيها اسعارالصرف وأسعار الأرباح .
- عند فتح اوغلق الحساب الالتزام بمبدأ (اعرف عميلك) وما يتطلبه قانون مكافحة غسل الأموال وتمويل الارهاب وأن هذا القانون له قواعده وحدوده ويجب أن لايطبق بشكل غير سليم او يعرقل معاملات المواطنين البسيطة .
- عدم وضع شروط ومتطلبات وتعقيدات عند سحب العميل مبالغ من حسابته حيث هذه المتطلبات يفترض أن تكون عند فتح الحسابات وايداع المبالغ الكبيرة وليس عند سحب مبلغ من حساب خضع أصلاً لشروط ومتطلبات فتح الحساب .

خامساً : المهام والمسؤوليات :-

من مهام ومسؤوليات مدير التوعية المصرفية وحماية الجمهور أن يقوم بأعداد تقارير فصلية وتقديمها الى الأدارة التنفيذية لابداء الملاحظات والقرارات وبعدها ترسل الى **البنك المركزي العراقي - دائرة مراقبة الصيرفة - قسم التوعية ومراقبة الخدمات المصرفية** تتضمن عدد الشكاوى المستحقة وموضوعاتها وما تم إنجازه من الاجراءات لمعالجة موضوع كل شكوى ومتابعتها والموقف الحالي له .

سادساً : عوامل النجاح :-

- -المتابعة المستمرة لتعليمات وضوابط البنك المركزي العراقي .
- -التعاون التام مع العملاء والموظفين .

الهيكل التنظيمي لقسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور



المبادئ العامة للتوعية المصرفية وحماية الجمهور

المبدأ الأول : المعاملة بعدل ومساواة :-

يتعين على المصرف وخلال جميع مراحل تعامله مع الزبون مراعاة ان تتسم تعاملاته بالعدل والمساواة والانصاف والامانة وان يحرص على جعل هذا المنهاج جزءً من قواعد الحكوم لديها .

المبدأ الثاني : الإفصاح والشفافية :-

ينبغي على المصرف تحديث معلومات الخدمات والمنتجات المقدمة للعملاء بحيث تكون واضحة ومختصرة سهلـــة الفهم ودقيقة غير مضللـــة ويمكن الوصول لها دون عناء خصوصـــاً شروطها وميزاتها الرئيسـية ينبغي ان يشمل ذلك إيضاح حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الأسعار والعمولات إضافة الى توفير معلومات عن المنتجات والخدمات البديلة المقدمة من المصرف .

المبدأ الثالث : التثقيف والتوعية المالية :-

ينبغي على المصرف وضع برامج واليات مناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والارشاد لديهم وتمكنهم من فهم المخاطر الأساسية ومساعدتهم في اتخاذ قرارات مدروسة وفعالة وتوجيههم الى الجهة المناسبة للحصول على حاجتهم لذلك .

المبدأ الرابع : سلوكيات واخلاقيات العمل :-

ينبغي على المصرف العمل بطريقة مهنية لما فيه مصلحة العملاء على امتداد العلاقة بينهما حيث يعتبر المصرف المسؤول الأول على حماية مصالح العميل المالية .

المبدا الخامس :حماية خصوصية المعلومات :-

ينبغي حماية معلومات العملاء المالية والشخصية من خلال وضع آلية رقابية على مستوى عالي للحفاظ على سرية معلومات العملاء .

المبدأ السادس : معالجة الشكوى :-

ينبغي على المصرف معالجة شكاوى العملاء بطريقة تضمن حقه وتحد من أي ظاهرة سلبية بصورة واضحة وفعالة ودون تأخير .

المبدأ السابع : حماية الزبائن ضد الاحتيال المالي :-

ينبغي على المصارف حماية ومراقبة ودائع العملاء والمدخرات وغيرها من الأصول المالية المشابهة من خلال وضع أنظمة رقابية ذات مستوى عالي من الكفاءة والفعالية للحد من عمليات الاحتيال والاختلاس او إساءة الاستخدام .

المبدأ الثامن : التنافسية :-

ينبغي أن يتاح للعملاء القدرة على البحث والمقارنة بين أفضل الخدمات والمنتجات ومقدميها وإمكانية التحويل بينها بسهولة و وضوح وبتكلفة معقوله .

المبدأ التاسع : حماية العملاء من مخاطر عمليات الاسناد الخارجي :-

في حالة استعانة المصرف بخدمات تشغيلية من جهات خارجية يتعيين عليه التأكد من التزام الجهات الخارجية بالمبادئ التي يشملها دليل حماية المستهلك وأنها تعمل لما فيه مصلحة عملاء المصرف وأنها تتحمل مسؤولية حمايتهم بما فيها المحافظة على السرية المصرفية لمعلوماتهم .

المبدأ العاشر : تضارب المصالح :-

يتعيين أن يكون لدى المصرف سياسة مكتوبة و واضحة ومعتمدة بشأن تضارب المصالح وعليه التأكيد من أن السياسات التي تساعد في كشف العمليات المحتملة لتضارب المصالح وأنها تطبق بشكل فعال .

حماية الزبائن

الأهمية والمفهوم

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

تعتمد عملية حماية المستهلك على ثلاثة أبعاد تتمثل في الاتي:-

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

البعد التشريعي: ويشمل مجموعة الأنشطة والممارسات والضوابط المنظمة لحقوق المستهلك وواجباتهم والتي تشكل الاطار الالزامي الذي يتعيين العمل من خلاله بحيث يتعرض المصرف الذي يخالف هذه التشريعات الى عقوبات قانونية .

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

التوعية المالية والمصرفية

حسب متطلبات الجهات الرقابية للمؤسسات المالية الإسلامية فإن التوعية للموظفين والعملاء من الأمور الواجب على المؤسسات المالية الاهتمام بتوفيرها والتحقق من كفايتها. تهدف التوعية المالية والمصرفية إلى توفير المعلومات الكافية والدقيقة عن منتجات وخدمات المؤسسات المالية الإسلامية إلى الموظفين العاملين فيها لتمكينهم من خدمة العملاء على الوجه الصحيح . كما تهدف إلى توفير هذه المعلومات بشكل مستمر، وتحديثها من وقت لأخر والتأكد من مواكبة الموظفين لهذا التحديث . كما تهدف إلى تثقيف عملاء المؤسسات المالية الإسلامية بالمعلومات المالية والمصرفية التي تساعدهم على أتخاذ القرارات المالية المتوازنة والتي تجعل العلاقة بين العميل ومؤسسته المالية متوازنة وعادلة .

تعد توعية العملاء وتثقيفهم جزءاً لا يتجزأ من مهام المصارف والمؤسسات المالية ، مهمة لا يمكن فصلها عن الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية التي تقدمها . يتكامل الدور التثقيفي مع النواحي العملية بما يؤمن للعملاء المعرفة الضرورية واللازمة بحقوقهم و واجباتهم، وهو ما يجعل من العلاقة بينهم وبين المصارف والمؤسسات المالية علاقة واضحة مبنية على أسس تجنب أي طرف الشعور بالغبن أو الظلم . ليست المهام التثقيفية المنوطة بالمصارف والمؤسسات المالية احادية . فالمصارف والمؤسسات المالية ، مثلها مثل العميل ، يتشاركان القارب نفسه . كلا الطرفين يستفيد من هذه المهام في حال جرى الالتزام بها ، كما أن كليهما عرضة لتحمل الأضرار التي قد تنتج في حال أي خلل .

الثقة هي ميزان هذه العلاقة التفاعلية ، وهي التي تحدد مقدار الفائدة أو الضرر الذي قد يصيب كل من العملاء والمصارف والمؤسسات المالية . فكما أن الهم الأساسي للعميل هو ضمان أمواله وتثميرها والاطمئنان انها في أيد أمينة ، فالهم الأساس للمصارف والمؤسسات المالية يكمن في سمعتها الحسنة وصيتها الجيد وشفافيتها.

معرفة العملاء بحقوقهم و واجباتهم هي حجر الأساس في علاقتهم بالمصارف والمؤسسات المالية وأي علاقة سليمة بين الطرفين لابد أن تمر عبر هذه المرحلة التثقيفية .

الحقوق والواجبات

على جميع المصارف في إطار تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية بأنواعها كافة ، العمل على تثقيف العملاء وتوعيتهم وتوضيح حقوقهم من خلال نشر التوعية والتثقيف في مراكزها الرئيسة وجميع فروعها ومواقعها الإلكترونية وغيرها من وسائل التواصل مع العملاء ، وكما يلي :-

1- يتعين على المصرف القيام بتصميم و وضع آليات مناسبة لتطوير مهارات الزبائن الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والإرشاد وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية للمعاملات التي يتعاملون بها مع المصارف وبما يمكنهم من أتخاذ القرارات المناسبة لهم وتوجيههم نحو الجهة المناسبة للحصول على المعلومات التي يحتاجونها .
2- وكنوع من التثقيف المالي والمصرفي يتعيين ان يشمل الموقع الالكتروني للمصرف على صفحة خاصة للتوعية المالية والمصرفية على ان يضم هذا الدليل إضافة الى حقوق ومسؤوليات الزبون كيفية تقديم الشكوى والاسئلة المتكررة التي يتوقع ان يثيرها كثير من الزبائن ورود المصرف عليها.

وفي هذا الإطار يتعيين الاتي :-

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

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

ت- مشاركة المصرف من وقت لأخر في أجراء دراسات خاصة بقياس الوعي المالي وأثر التدابير المتخذة في هذا الشأن على زيادة الوعي والتثقيف المالي في أطار تقييم نتائج السياسات المطبقة لدى المصرف والنظر في تطويرها .

الخدمات والمنتجات

المعاملات المالية والمصرفية بطبعها دقيقة وتفصيلية وبالتالي لا يجب على العملاء الاستهانة والاستخفاف بأية معلومة ولو كانت بسيطة نظراً لأنها يمكن ان تكون لها انعكاسات مالية مهمة عليهم .

ومن هذا المنطلق ، وبهدف صبغ التعاملات المالية والعلاقات بين المصارف والعملاء بشفافية مطلقة تزيل أي التباس ، يجب تزويد العملاء بالمعلومات الدقيقة ، الواضحة والوافية حول شروط المنتجات أو الخدمات ومنافعها والمخاطر المتأتية عنها واعلامهم بأي تغيير في هذه الشروط ، مع ضرورة الرد على أي استفسار من قبل العملاء بمهنية عالية وبالدقة والسرعة اللازمة .

على سبيل المثال يجب أن تتضمن المعلومات : -

- طريقة احتساب الكلفة الفعلية (النفقات / العمولات / المصاريف / الأعباء كافة / اية مبالغ أخرى) لكل منتج أو خدمة .
- ضمان ملائمة الخدمة أو المنتج المقدم أو المطلوب لوضع العميل وحاجته .
- وضوح وشفافية وشمولية الإعلانات وعدم تضليلها لحقيقة خصائص المنتج أو الخدمة .
- حماية المعلومات المالية والشخصية للعملاء بما لايتعارض مع التشريعات النافذة لاسيما قانون سرية المصارف وقانون مكافحة غسل الأموال وتمويل الارهاب.
- تزويد العملاء دورياً بكشف لكل حساب مرتبط بمنتج أو بخدمة يتضمن البيانات والمعلومات ذات الصلة .

الشمول المالي

ماهو الشمول المالي ؟

هو اتاحة الخدمات المالية (حساب الادخار (التوفير) ، حسابات جارية ، التأمين، التمويل والائتمان ، ... وغيرها) لمختلف فئات المجتمع سواء كانت مؤسسات ام أفراد، والعمل على تمكين هذه الفئات من استخدام تلك الخدمات ، على ان يتم تقديم الخدمات المالية بجودة مناسبة وبأسعار معقولة من خلال القنوات الرسمية للنظام المالي الرسمي .

ماهي أهمية الشمول المالي ؟

ترجع أهمية الشمول المالي لوجود علاقة وثيقة بينه وبين الاستقرار المالي والنمو الاقتصادي ، فمثلا عند توفير وإتاحة تمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة يعمل ذلك على دعم النمو الاقتصادي ، كما يؤثر الشمول المالي على الجانب الاجتماعي من حيث الاهتمام الأكبر بالفقراء ومحدودي الدخل ، والوصول الى الافراد والمشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر . هذا فضلاً عن تحقيق المصلحة العامة التي تتعلق بخلق فرص عمل ، مما يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي ، وبالتالي خفض معدلات الفقر ، وتحسين توزيع الدخل ، ورفع مستوى المعيشة ، كما ترجع أهمية الشمول المالي الى ما سيوفره من خدمات مالية بطرق سهلة وبسيطة وبأقل التكاليف .

ماهي آليات الشمول المالي ؟

1- القيام بدراسة الفجوات على جانبي العرض والطلب .
2- وضع الأهداف المستقبلية مع تحديد الأولويات .
3- إعداد استراتيجية وطنية تشمل جميع الأطراف المعنية .
4- أن تكون الأهداف أو الاستراتيجية محددة وقابلة للقياس ويمكن إنجازها في الوقت المحدد ، وتعمل على توحيد الجهود تحت مظلة واحدة وتحقيق الأهداف المرجوة للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من القطاعات المستهدفة .

ماهو دور البنك في تعزيز الشمول المالي ؟

يقوم البنك المركزي بدور هام في تعزيز الشمول المالي ، وذلك من خلال وضع قواعد وتشريعات هدفها تيسر إجراءات المعاملات المصرفية بكافة أشكالها ، والموافقة على إتاحة خدمات مالية مبسطة مثل استخدام الهاتف المحمول في عمليات الدفع الالكترونية والعمليات المالية الأخرى، علاوة على إبراز أهمية دور الاستعلام الائتماني وتطوير نظم الدفع ، وتحفيز القطاع المالي (خاصة المصارف) على نشر الثقافة المالية .

دور المصارف في تعزيز الشمول المالي وتلبية احتياجات كافة فئات المجتمع :

يتمثل دور المصارف بشكل عام بتعزيز الشمول المالي في الأمور التالية :

1- ابتكار منتجات مالية جديدة على الادخار والتأمين و وسائل الدفع وليس فقط على الإقراض والتمويل ، مع توفير التدريب للعاملين في هذا المجال .
2- التشجيع على المنافسة بين المصارف ، وذلك عن طريق توفير المزيد من الخيارات للعملاء ، وتعزيز التنافسية بين المصارف للحفاظ على الخدمات بجودة عالية وبتكاليف معقولة .
3- تخفيض الرسوم والعمولات غير المبررة المفروضة على العملاء وكذلك الخدمات المالية غير المناسبة التي تتم مقابل قيام العملاء بدفع عمولات .
4- مراعاة ظروف العملاء لدى التعامل معهم وعدم استغلال ظروفهم و إثقالهم بالقروض .
5- تخفيف متطلبات التمويل وذلك بالتنسيق مع البنك المركزي العراقي .

الركائز الأساسية لتعزيز مفهوم الشمول المالي :

1- دعم البنية التحتية المالية ، مثلاً تطوير نظم الدفع ، توفير قواعد بيانات شاملة ، تعزيز الانتشار الجغرافي وغيرها .
2- الحماية المالية للمستهلك .
2- تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع .
3- التثقيف المالي .

كيف يتم تعزيز الشمول المالي ؟

يتم التعزيز من خلال : -

1- زيادة عدد الصرافات الآلية وأية وسيلة من شأنها توسيع شبكة إتاحة الخدمات المصرفية.
2- العمل على أنشاء قواعد بيانات شاملة تتضمن سجلات البيانات ألائتمانية التاريخية للأفراد والشركات الصغيرة والمتوسطة ، إضافة الى قاعدة بيانات تسجيل الأصول المنقولة .
3- تطوير نظم الدفع .
4- التوسع في شبكة فروع مقدمي الخدمات المالية والاهتمام بإنشاء فروع أو مكاتب صغيرة لتمويل المشاريع متناهية الصغر .
5- العمل على تطوير وتحسين الاتصال وتبادل المعلومات ، من خلال التوسع في تقديم الخدمات المالية الرقمية ، وذلك عن طريق الدفع عبر الهاتف المحمول .

كيف يتم حماية المستهلك مالياً ؟ وكيف يساهم ذلك في تعزيز الشمول المالي ؟

لحماية المستهلك مالياً ، هناك عدة إجراءات يجب إتباعها في المؤسسات المقدمة للخدمات المالية ، حيث أن تحقيق هذه الإجراءات يساهم بدوره في تعزيز الشمول المالي ، وتتمثل تلك الاجـــراءات في :-

1- توفير المعلومات اللازمة والدقيقة في جميع مراحل تعامل العميل مع المصارف ، واطلاع العملاء على المزايا والمخاطر المتعلقة بالمنتج ، و وضع نظام لإبقائه على علم بكافة التحديثات والتغييرات التي تطرأ على المنتجات المالية المقدمة بصورة منتظمة .
2- التأكيد على حصول العميل على معاملة عادلة وحصوله على الخدمات المالية بكل يسر وسهولة وبتكلفة وجودة مناسبة .
3- إمكانية توفير الخدمات الاستشارية بناء على احتياجات العملاء ، ومدى تعقد المنتجات والخدمات المقدمة اليه .
4- حماية بيانات العملاء المالية ، و وضع نظم رقابة وحماية مناسبة تراعي حقوقهم .
5- توفير طرق للتعامل مع شكاوي العملاء ، على ان تكون مستقلة ونزيهه وخاضعة للمساءلة وفعالة ، وفقاً لافضل الممارسات الدولية وفي التوقيت المناسب .
6- توعية وتثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية ومقدمتها على مبادئ الحماية المالية للمستهلك لفهم حقوقهم ومسؤولياتهم والوفاء بالتزاماتهم .

هدف التثقيف والتعليم المالي في تعزيز الشمول المالي

1- إيجاد نظام تعليم مالي متكامل للوصول الى مجتمع مثقف مالياً يعمل على تعزيز وتطوير مستويات الوعي لكافة فئات الشعب .
2- مساعدة المواطنين على إتخاذ قرارات استثمارية سليمة ومدروسة فيما يتعلق بتعاملاتهم المالية المختلفة بأدنى درجات المخاطر.

ما الذي يتوجب عمله للنهوض بالفئات المستهدفة في الشمول المالي عن طريق التثقيف المالي ؟

1- العمل على العناية القصوى لتعزيز الوعي والمعرفة المالية لدى مالكي ومديري المشروعات المتوسطة الصغيرة .
2- وضع استراتيجية وطنية موجهه لتعزيز مستويات التعليم والتثقيف المالي والعمل على تقييم وقياس مدى نجاحها ، مع التأكد من إشراك الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأطراف ذات العلاقة بالتثقيف المالي .
3- مراعاة قلة خبرات المستهلكين الجدد فيما يتعلق باستخدام الخدمات المالية لمساعدتهم على إدراك حقوقهم ومسؤولياتهم .
4- توفير برامج توعية للمستهلك المالي من خلال حملات التوعية العامة التي تهدف الى تمكين المستهلكين من اتخاذ قرارات مالية تلائم احتياجاتهم .

الشكاوى

يلتزم المصرف بتزويد العملاء بمعايير خدمة تتماشى مع المعايير العالمية وان نطاق الشكوى مصمم لحماية حقوق العملاء وضمان معالجة مشكالهم بالشكل الصحيح في أي مصرف .

التعامل مع شكاوى العملاء :

في البدايـــة يجب ان ندرك هناك قواعد أساسية في مجال تقديم الخدمات.... ومن اهم هذه القاعدة مايلي :
- أن العميل (طالب الخدمة) دائما على حق .
- أن التمييز في تقديم الخدمة يعتمد أساساً على جعل العميل في حالة من الرضاء الكامل .
- الشكاوى هي اشياء طبيعية ومن ثم يجب عدم مقاومتها .

ومن هذا المنطق فمقدم الخدمة الذي يحتفظ بعلاقات مستمرة مع عملائه تكون فرصة مهيأة له بدرجة كبيرة لتكرار طلب هؤلاء العملاء للخدمة منة شخصياً ... وبالتالي فأن الشعور بالرضاء والود لدى العملاء يمثل شيئاً ثميناً لمقدم الخدمة فهو الضمان لاستمرار نجاحه .

أسباب شكاوى العملاء

هناك أسباب عديدة لشكاوى العملاء بعضها يرجع الى المصرف والبعض الاخر يرجع الى مقدم الخدمة والبعض الثالث يرجع الى العميل نفسه .

- ومن امثلة النوع الأول مايتعلق بالإجراءات المتبعة في المصرف .
- ومن امثلة النوع الثاني الأخطاء الشخصية التي يقع فيها مقدم الخدمة .
- ومن امثلة النوع الثالث عدم معرفة العميل بمدى الفائدة المتحققة من الخدمة بعد الحصول عليها او الجهد المبذول في سبيل انهائها بهذه الصورة .

بالرغم من ذلك فأن العملاء الذين يشعرون بعدم العناية بهم لا يعلنون جميعاً شكواهم ونسبة ضئيلة منهم هم الذين يبلغون عن مشكلاتهم والتي قد يتم معالجتها بشكل يرضيهم .
ولكن كلهم ترقب لحدوث مشكلات أخرى اما اذا لم تحل مشكلاتهم فسينضمون الى الغالبية الذين لم يبلغوا عن مشكلاتهم من الأصل ...فالمشكلة خطيرة ويصورها بالشكل التالي .
ان حساسية الخدمات التي تقدمها المنظمة للعميل تجعل الشكاوى التي يبلغ عنها العملاء مصدر ازعاج يلاحق مقدم الخدمة وبالتالي يعمل جاهدا على ان لايستمع من مشرفه عبارة (هناك شكوى) .

القواعد الواجب مراعاتها عند التعامل مع شكاوى العملاء

ود العميل دائماً ان يجد شخصاً يشكو آليه ومقدم الخدمة المتميز هو الذي يعالج الشكوى قبل وصولها الى مستويات اعلى خاصة وان معظم العملاء يرحبون بحل مشكلاتهم من اقصر الطرق .

وعند التعامل مع شكاوى العملاء يجب مراعاة القاعدة التالية :

- الادراك الكامل لمشكلات العملاء مهما كانت بسيطة بل أعمل على اكتشاف مثل هذه المشكلات ما أمكن ذلك .
- الاصغاء الى مشكلات العملاء لأنها أحدى الجوانب الهامة في عمل مقدم الخدمة .
- نقل المشكلة بأمانة الى المشرف أذا لم يكن مفوضاً للموظف أيجاد حل لها .
- متابعة حل المشكلة للتأكد على العمل نحو مفهوم " الخدمة المتميزة " .
- تحليل مشكلات العملاء بدقـــة لتحديد الأسباب التي أدت اليها وعدم الوقوع فيها مرة أخرى .
- اتباع السياسة العامة التي يضعها المصرف لمعالجة مشكلات حتى تتحقق العدالة لحل جميع مشكلات العملاء مما يزيد من القبول للمصرف لدى عملائها .
- يجب وضع القاعدة المتعارف عليها " الشكاوى شيء طبيعي ومن ثم يجب مقاومتها " .
- يجب النظر الى الشكاوى من وجهة نظر العميل وليس من وجهة نظر مقدم الخدمة أو حتى المصرف .

- أدراك أن مقدم الشكوى في حالة عدم أتزان عصبي ونفسي لشعوره بأنه على حق يجب الانصات لشكواه والعمل على أعادة أتزانه بأقصى سرعة .
- لايجب أستنتاج أن العميل غير أمين في عرض الشكوى الخاصة به حتى ولو ضخم منها ... فالمشكلة الصغيرة ربما تكون عادية لمقدم الخدمة على عكس العميل الذي قد يرى أن ذلك خطيراً.
- قبل أي شكوى بحجة ان ليس لها حل يجب دراسة بدائل العلاج المبتكرة فقد تكون بسيطة .
- يجب عدم تأجيل البت في شكوى العميل بل يجب أشعاره بأنه ستتخذ إجراءات فورية لعلاج المشكلة .
- عند التعامل مع المشكلات التي يبديها العملاء يفضل دائماً اللجوء الى طرق المواجهة وجهاً لوجه والأساليب الشفهية بدلاً من اللجوء الى الرد كتابياً .

في حالة الشكاوى التي يتقرر رفضها يجب مراعاة مايلي :-

1- أفهام العميل أن رفض الشكوى ليس راجعاً الى شخصه ولكن بسبب التعارض مع نظام ومصلحة المصرف .
2- تقديم المستندات وألادلة التي تقنع العميل بسبب رفض شكواه .
3- لايكون العميل أنطباعاً بأن مقدم الخدمة أو المصرف قد أنتصرا عليه برفض شكواه وأنه ليس على حق .... بل يجب أقناعه حتى يترك مكان تقديم الخدمة وفي قراره نفسه أنه لايوجد تقصير من جانب المصرف أو العاملين بها .

الإعلان والمواد الدعائية

الإعلان يقوم بمهمة اقتصادية تزداد أهميتها يوماً بعد يوم ، مما يجعلها تتبوء أهتماماً متزايداً من الاقتصاديين وأصحاب المصالح ، مما دفع المهتمين لتمويل دراسات بحثية تهدف الى دراسة أفضل الطرق التي تؤثر على المستهلك وتدفعه لاختيار سلعة ما دون غيرها رغم وجود خيارات واسعة أمامه .

مفهوم الدعاية والاعلان

الاعلان / هو نشاط يهدف الى التأثير على المستهلك او (الجمهور) لحثه على شراء منتج أو طلب خدمة أو تقبل فكرة اعتماداً على معرفة بنفسة هذا المستهلك وعقلية وطرق التأثير علية لإقناعه (أو بالأحرى لدفعه بوعي أو بدون وعي) للقيام بسلوك استهلاكي معين او لقبول فكرة معينة . والغاية بالطبع هي فائدة

صاحب السلعة او الخدمة او الفكرة ، الذي يدفع لمؤسسته تقوم هي بتقديم فكرة الاعلان والترويج له بغض النظر عن قناعتها بفائدة هذه السلعة او ضرورة هذه الخدمة او صوابية هذه الفكرة او خطأها ، فالمهم عند هذه المؤسسة هو المبلغ الذي يدفعه صاحب السلعة او الخدمة او الفكرة . وكذلك فأن المعلن يقدم هذا المال لهذه المؤسسة ليحقق غايته التي يسعى اليها وهي التأثير على المستهلك لحثه على تصرف ما يحقق له الفائدة سواء المادية أو المعنوية .

الدعاية / هي محاولة التأثير في الافراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم وذلك في مجتمع معين ولهدف معين او هي الجهود التي تبذل لتغيير معتقدات الناس واتجاهاتهم وأراءهم بأستعمال وسائل النشر المختلفة .
ومن أهم وسائل الدعاية والاعلان والنشرات والكتيبات والبروشورات التي توزع على المستهلكين ، والصحف والمجلات التي تخصص صفحات كاملة للاعلانات ، والملصقات واللافتات التي يخصص لها أماكن بالميادين والشوارع .
وهناك نوافذ العرض الخاصة لعرض المنتج ، بالإضافة طبعا للإذاعة والتلفزيون .
هذه الوسائل تعتمد في تقديمها للمنتج بمجملها على الدراسات النفسية التي يتعرف منها الى احسن الطرق للتأثير على أراء الناس وتغيير اتجاهاتهم الاستهلاكية ، وكما يقول الاقتصاديون فأن الإعلان هو التحكم في سلوك بهدف أثارت دوافع المستهلك للشراء .

أهمية الدعاية والاعلان في وقتنا الحالي

تزايدت أهمية الدعاية والاعلان في وقتنا الحالي بصورة كبيرة جداً ، ومع تطور وسائل الاتصال التي جعلت من العالم قرية صغيرة كما يقولون ، أصبح الاعتماد على الدعاية والاعلان لتسويق البضائع والخدمات وحتى الأفكار أمراً لايمكن الاستغناء عنه ، ويمكن أن نجعل أهمية الدعاية والاعلان بالنقاط التالية :-

1- الترويج للسلع والبضائع والخدمات والأفكار بأيسر الأمور و أقل التكاليف ، حين يصل الإعلان بأختلاف مضمونه ألى أوسع شريحة يريدها المعلن ، وذلك بعد أن يختار الوسيلة الاعلانية التي يريدها ، سواء كانت مرئية أم مقروءة أم مسموعة .
2- تعريف المستهلك بمميزات السلعة وخصائصها وسعرها ، أو ضرورة الخدمة وطبيعتها وكيفيتها ، او تفاصيل الفكرة وشرحها بصورة عيانية مشاهدة ، دون تكليفه بالذهاب إلى مكان السلعة او الخدمة ، بل إن الدعاية والاعلان تأتي بالسلعة نفسها إلى المستهلك في أي مكان هو فيه .
3- توسع السوق وتعرف التجار والاقتصاديين والصناعيين على السلع والخدمات وتفتح أبواباً عديدة للتعاملات التجارية والاقتصادية بين اهل المصالح الاقتصادية المختلفة .
4- تشجع التنافس بين المنتجين والصناعيين لتقديم أفضل ما عندهم من إنتاج ، وتدفعهم لمحاولة التميز لجذب انتباه المستهلكين .

5- تعتبر الدعاية والاعلان من أهم الوسائل التي تؤمن الدخل للوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة ، حتى اننا نرى اليوم تضخماً في المساحة الاعلانية في المحطات الفضائية ، وزيادة كبيرة في حجم الصحف والمجلات التي تخصص صفحات كثيرة لنشر الإعلانات فيها .

يتعيين على المصرف في هذا الشأن الالتزام بما يلي :-

1- أن تتأكد من أعلاناتها والمواد الدعائية كافة التي تستخدمها في تقديم منتجاتها وخدماتها لاتتضمن معلومات غير حقيقية أو غير دقيقة تؤدي لفهم غير سليم لدى الحاليين أو المرتقبين بما قد يترتب عليه اتخاذ قرارات خاطئة .
2- أن تحرص على أن تكون المواد الاعلانية والدعائية لمنتجاتها وخدماتها كافة سهلة القراءة وقابلة للفهم من الجمهور بشكل عام .
3- أن يؤخذ في الحسبان لدى اصدار أي أعلانات او مواد دعائية المسؤولية القانونية التي يمكن ان تترتب عليها نتيجة وجود بيانات او معلومات غير صحيحة في تلك الاعلانات او المواد الدعائية المستخدمة لبيع منتجاتها وخدماتها للزبون .
4- مراعاة عدم الإعلان عن المنتجات او الخدمات التي تحتوي على مخاطر لايدركها الا المختصون وكذلك عدم تشجيع الزبائن على الانتفاع بهذه الخدمات والمنتجات بدون إيضاح مناسب عن المخاطر المتعلقة بها .
5- أن توضع سياسة للترويج والدعاية والاعلان تعتمد من مجلس أدارتها وتراعي اشتمالها على المبادئ والقواعد والممارسات المقبولة مهنياً وقانونياً في ما يصدر عن المصرف من أعلانات او مواد دعائية .
6- تأكد وحدات شكاوى الزبائن في المصرف من أن سياسة المواد الاعلانية والدعائية تتفق مع القواعد والممارسات الواردة في دليل حماية العملاء كحد أدنى وأنها خالية من أية رسائل يمكن ان تفهم بشكل خاطئ وفي حالة تلقي تلك الوحدات أستفسارات وإيضاحات تأثيراتها على تلك المواد الدعائية فيتعيين اتخاذ الإجراءات الفورية المناسبة لأزالة أي لبس او غموض فيها .
7- عند اعلان المصارف عن حصولها على جوائز او شهادات تميز او أفضلية فأنه يتعيين عليها الإفصاح بتقديم معلومات كافية حول الجهات المانحة والآلية والمنهجية التي تم عليها بناء منح الشهادة والمعايير التي اعتمدت عليها تلك الجهة .

الخاتمة

يعزز موضوع التوعية المصرفية وحماية الجمهور توافر درجة عالية من ثقة العميل بالسوق المصرفي الذي يتميز بحسن الأداء والشفافية في توفير الخدمات المالية والمصرفية من خلال توفير فرص المحافظة على الاستقرار المالي وتحقيق النمو من جهة ، ويدفع من جهة أخرى للأبتكار في الخدمات والمنتجات المالية ويرتبط تعزيز الثقة بوجود بيئة أقتصادية وهيئات رقابية فعالة تهتم بحماية العميل . وتزداد أهمية ذلك في ظل التطور السريع في سوق المنتجات والخدمات المالية والمصرفية ، وما قد يتعرض له المستهلك من خطر الاحتيال أو سوء المعاملة كنتيجة لعدم وجود رقابة كافية على مزودي الخدمة أو المنتجات المالية .

وقد اكتسب موضوع التوعية المصرفية وحماية الجمهور في الخدمات المصرفية أهمية كبيرة وخاصة في ظل التحديات الراهنة التي تفرضها ظاهرة العولمة المتغيرة والمتسارعة ، والتي ألقت بظلالها على التعاملات المالية والمصرفية للعميل . وتزداد تلك الأهمية في ضوء تنوع وتطور الأدوات والمنتجات المالية الالكترونية الحديثة المتاحة ، الأمر الذي تطلب معه النظر في مراجعة الإجراءات بما يكفل حماية حقوق العميل ومنع الضرر وخاصة العميل الفرد بأعتباره الطرف أو الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية مع المصارف والمؤسسات المالية .

وقد سعى البنك المركزي العراقي في اطار عمله نحو تفعيل مفهوم الشفافية والافصاح في المعاملات المالية والمصرفية بالإضافة الى العمل على توفير البيئة المناسبة لحفظ حقوق العملاء من جهة وحماية المصارف والمؤسسات المالية المقدمة لتلك الخدمات المالية من جهة أخرى .

لما تقدم سعى مصرف أسيا العراق الإسلامي للأستثمار والتمويل ومنذ نشأته الى الاهتمام بالدور التوعوي والذي من شأنه تثقيف الجمهور بالإضافة الى سلسلة من الإجراءات التي وضعت بهدف حماية هذا الجمهور وان السعي مستمر في تطوير تلك الأساليب والإجراءات ومراجعتها باستمرار بهدف تقديم أفضل خدمة وحماية للجمهور .

الـــفـــهرســـــــت

ت	الموضوع	رقم الصفحة
1	المقدمة	1
2	مسؤوليات ومهام القسم	2
3	الدليل الارشادي لمهام وواجبات مدير التوعية المصرفية وحماية الجمهور	3
4	الهيكل التنظيمي لقسم التوعية المصرفية وحماية الجمهور	5
5	المبادئ العامة للتوعية المصرفية وحماية الجمهور	6
6	حماية الزبائن	7
7	التوعية المالية والمصرفية	8
8	الشمول المالي	10
9	القواعد الواجب مراعاتها عند التعامل مع شكاوى العملاء	14
10	الإعلان والمواد الدعائية	15
11	الخاتمة	18