

دليل حماية عملاء المصارف

المقدمة:

في ظل التطور السريع في سوق المنتجات والخدمات المالية والمصرفية، وما قد يتعرض له المستهلك المالي من خطر الاحتيال أو سوء المعاملة، تزايد الاهتمام الدولي خلال السنوات الأخيرة، بموضوع حماية المستهلكين في مجال الخدمات المالية، وذلك على أثر تداعيات الأزمة المالية العالمية، وما شهدته الأسواق من تطور في هذه الخدمات، بما في ذلك التوسع في الخدمات الالكترونية، وتزايد فرص نقل المخاطر إلى العملاء في مختلف القطاعات، خاصة في حالة ضعف المعرفة والوعي المالي لدى هؤلاء العملاء .

ولما كان طرح العديد من المنتجات المالية الجديدة والمبتكرة في السوق المصرفي الليبي والتي تنطوي على مخاطر عالية لم يتمكن العملاء من إدراكها بالقدر الذي يمكنهم من اتخاذ قراراتهم وفقاً لأسس صحيحة ومدروسة، جاء الانتباه إلى ضرورة أن تكون المنتجات المالية والمصرفية مصممة وفقاً لاحتياجات العملاء وفي إطار واضح.

وقد ألزمت التطورات على ضرورة حماية المستهلك المالي Financial Consumer Protection والاهتمام بالشمول المالي ودعم سياسات التثقيف والتوعية المالية، التي توفر لهؤلاء العملاء لحماية حقوقهم من حيث المعاملة العادلة، والإفصاح المناسب، وتحسين ثقافتهم المالية وتزويدهم بالنصائح الموضوعية، مع تقديم الخدمات المالية لهم ضمن أطر عمل تنافسية وفي إطار سلوك مهني سليم.

وفي إطار مواصلة مصرف ليبيا المركزي لجهوده الرامية إلى تعزيز حماية عملاء القطاع المصرفي من خلال علاقة متوازنة فيما بين المصارف وعملائها، واسترشاداً بأفضل الممارسات العالمية في هذا المجال، وضمن إطار مبادئ حماية المستهلك المالي، يصدر مصرف ليبيا المركزي دليل حماية عملاء المصارف.

1. حماية العملاء:

يقصد بحماية عملاء المصارف ما يتم تطبيقه من إجراءات تستهدف الحد من المخاطر التي قد يتعرض لها هؤلاء العملاء في مجال تعاملهم مع المصرف من خلال وضع الأطر التنظيمية من سياسات وإجراءات، والتي تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح في التعامل المالي بما يضمن حصول هؤلاء العملاء على حقوقهم دون انتقاص وعدم الإضرار بمصالحهم، ومساءلة من يتجاوز تلك الأطر التنظيمية.

2. الإطار التنظيمي والرقابي:

تأسيساً على أحكام القانون رقم (01) لسنة 2005، بشأن المصارف، وتعديله، وفي إطار الدور الرقابي والإشرافي الذي يمارسه مصرف ليبيا المركزي على المصارف، يأتي الاهتمام بحماية عملاء المصارف على رأس أولويات مصرف ليبيا المركزي، من خلال التوجيه بضرورة توافر سياسات وإجراءات مناسبة لدى المصارف تتضمن قواعد صارمة تتعلق بالعناية الواجبة لحماية العملاء وبما يعزز تطبيق معايير مهنية عالية المستوى في القطاع المصرفي.

لذا يحتوي هذا الدليل على المبادئ والقواعد التي يتعين على المصارف الالتزام بها ومراعاتها في تقديم المنتجات والخدمات المصرفية لعملائها، وتقديم النصح والمعلومات المالية لهم، والتسويق للمنتجات والخدمات، ومعالجة حالات الشكاوى والتظلمات وتسوية الخلافات عملاء المصارف.

3. الأهداف من إصدار الدليل:

1. تأكيداً على ما يوليه مصرف ليبيا المركزي من اهتمام في مجال حماية حقوق العملاء، بما يضمن حصولهم على الخدمات المالية والمصرفية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح، وبما يمكن العملاء من اتخاذ قراراتهم على أسس سليمة، مع التأكيد على أهمية مواكبة المصارف للتطورات المصرفية المتعلقة باحتياجات العملاء الحالية والمستقبلية بما يحقق طموحاتهم.
2. وضع مجموعة من المعايير والممارسات المتعلقة بحماية عملاء المصارف، بحيث تمثل هذه المعايير والممارسات أساساً لتقييم أداء المصارف في مجال حماية العملاء وتطبيقات الحوكمة في هذا المجال.
3. بلورة إطار عام لمفهوم حماية عملاء المصارف وبما يساهم في تعزيز الأهداف الرقابية الداعمة للاستقرار المالي من خلال تعزيز الممارسات المهنية في مجال تقديم الخدمات المالية للعملاء.
4. يعتبر هذا الدليل أداة تثقيفية وتوعوية لعملاء المصارف بما يشمل من عرض للحقوق والواجبات والمبادئ التي تحسن مستوى الإلمام بطبيعة العلاقة مع المصارف، وبما يساهم في الارتقاء بالعملية التثقيفية لعملاء المصارف.
5. تأصيل الممارسات العادلة التي يتعين تبنيتها عند تقديم الخدمات والمنتجات بالمصارف، والتي تمثل الحد الأدنى من السياسات والإجراءات التي تتبعها المصارف لدى تعاملها مع عملائها، خاصة في الشفافية والإفصاح لمساعدة العملاء في اتخاذ القرارات.
6. تعزيز الثقة في القطاع المصرفي الليبي باعتبار أن تلك الثقة من أهم عوامل نجاح ونمو وتطوير العلاقات مع العملاء، خاصة في ظل وجود آليات فعالة وأطر واضحة للتعامل مع شكاوى وتظلمات العملاء.

4. المبادئ العامة لحماية العملاء:-

تمثل المبادئ العامة لحماية العملاء الواردة أدناه الحد الأدنى من القواعد التي يتعين على المصارف الالتزام بتطبيقها ومراعاتها عند تعاملها مع العملاء و ذلك على النحو الوارد فيما يلي:-

• المبدأ الأول: المعاملة بعدل وإنصاف:-

ينبغي على المصرف التعامل بعدل وأمانة وإنصاف مع العملاء في جميع مراحل العلاقة بينهما، بحيث يكون ذلك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة المصرف، و بذل عناية واهتمام خاص للعملاء محدوددي الدخل وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة من الجنسين.

• المبدأ الثاني: الإفصاح والشفافية:-

ينبغي على المصرف تحديث معلومات الخدمات والمنتجات المقدمة للعملاء، بحيث تكون واضحة ومختصرة و سهلة الفهم ودقيقة و غير مُضللة، ويمكن الوصول لها دون عناء خصوصاً شروطها وميزاتها الرئيسية. و إيضاح حقوق ومسئوليات كل طرف وتفصيل الأسعار والعمولات التي يتقاضاها المصرف والغرامات والمخاطر وآلية إنهاء العلاقة وما يترتب عليها، و توفير معلومات عن المنتجات والخدمات البديلة المقدمة من المصرف.

• المبدأ الثالث: التثقيف والتوعية المالية:-

ينبغي على المصرف وضع برامج وآليات مُناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والإرشاد لديهم وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية ومساعدتهم في اتخاذ قرارات مدروسة وفعّالة، وتوجيههم إلى الجهة المُناسبة للحصول على المعلومات في حال حاجتهم اليها.

• المبدأ الرابع: سلوكيات وأخلاقيات العمل:-

ينبغي على المصرف العمل بطريقة مهنية لما فيه مصلحة العملاء على امتداد العلاقة بينهما، باعتبار المصرف المسئول الأول عن حماية مصالح العميل المالية.

• المبدأ الخامس: الحماية ضد عمليات الاحتيال:-

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

• المبدأ السادس: حماية خصوصية المعلومات:-

ينبغي حماية معلومات العملاء المالية والشخصية من خلال وضع أنظمة رقابية على مستوى عالٍ تشتمل على آليات مناسبة تحدد الأغراض التي من أجلها تم جمع البيانات ومعالجتها.

• المبدأ السابع: معالجة الشكاوى:-

ينبغي على المصرف وضع آلية مناسبة للعملاء لتقديم الشكاوى و أن تكون الآلية عادلة وواضحة وفعّالة، لكي يتم من خلالها متابعة ومعالجة الشكاوى دون تأخير وفق التعليمات ذات العلاقة.

• المبدأ الثامن: المنافسة:-

ينبغي أن يتاح للعملاء القدرة على البحث والمقارنة بين أفضل الخدمات والمنتجات ومقدميها وإمكانية المفاضلة بينها بسهولة ووضوح وبتكلفة معقولة.

• المبدأ التاسع: الأطراف الثالثة (الاسناد الخارجي):-

على المصرف التأكد من التزام الجهات الخارجية التي يتم إسناد مهام لها بمتطلبات هذه المبادئ، وأنها تعمل لما فيه مصلحة عملائها وتحمل مسؤولية حمايتهم، فمقدمي الخدمات المالية هم المسئولين عن الإجراءات التي يتم اتخاذها نيابة عن المصرف أو العملاء وفقاً لما ورد في التعليمات الصادرة عن مصرف ليبيا المركزي بموجب المنشور رقم ارم ن (2005/2) الصادر بتاريخ 2005/02/09 بشأن الاسناد الخارجي، و التعليمات ذات العلاقة.

• المبدأ العاشر: تضارب المصالح :-

ينبغي أن يكون لدى المصرف سياسة مكتوبة بشأن تضارب المصالح، وعليه التأكد من ان السياسات التي تُساعد في كشف العمليات المُحتملة لتضارب المصالح موجودة ومُطبقة، وعندما تنشأ إمكانية تضارب مصالح بين المصرف والطرف الثالث فينبغي الإفصاح عن هذه الحالات.

5. الإفصاح وتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية:

يتعين على المصرف في هذا الشأن الالتزام بما يلي:

1. أن يقوم بجمع معلومات كافية عن العميل قبل التوصية بما يتم تقديمه له من منتجات أو خدمات محددة، وذلك للتأكد من أن المنتج أو الخدمة تلي احتياجاته وتتناسب مع قدراته.
2. أن يوفر لعملائه نسخة مكتوبة من الأحكام والشروط العامة والخاصة المرتبطة بكل منتج أو خدمة قبل حصولهم على المنتج أو الخدمة.
3. استخدام وسائل شفافة وعادلة في تسويق منتجاته وخدماته المصرفية.
4. توفير موظفين مؤهلين للتعامل المباشر مع العملاء و تدريبهم التدريب الكافي للرد على كافة استفسارات العملاء، بحيث تكون لديهم قدرة التوضيح كافة المعلومات للعملاء فيما يتعلق بالمنتجات أو الخدمات التي يقدمها المصرف.
5. مراعاة تطبيق كافة متطلبات الإفصاح للمنتجات والخدمات التي يتعين الإفصاح عنها.
6. أن تكون جميع القواعد والأحكام المتعلقة بكافة الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف متوفرة على الموقع الالكتروني الرسمي للمصرف بشكل يسهل الاطلاع عليها.

6. التعامل مع حسابات العملاء:

يتعين على المصرف في هذا الشأن الالتزام بما يلي:

1. أن يقدم لعملائه وبشكل دوري بيانات بشأن التفاصيل الرئيسية للمعاملات والتحويلات المالية وأرصدة الحسابات الخاصة بهم.
2. أن يقوم بإخطار عملائه وخلال وقت كافٍ، بشكل كتابي أو عن طريق الوسائل الالكترونية وقبل إجراء أي تغييرات في أسعار العائد أو الرسوم أو العمولات أو فرض رسوم جديدة، أو غيرها من شروط المنتجات والخدمات التي يحصلون عليها أو المتعاقد بشأنها.
3. الاحتفاظ بسجلات تاريخية لمعاملات العملاء، وأن يكون الوصول إلى تلك السجلات بسهولة و يُسر، و بدون مقابل.

4. مراعاة أن تكون الإجراءات المتبعة في المقاصة وتسوية المدفوعات الخاصة بالعملاء واضحة ومعلومة لديهم بما فيها تحديد المدة التي يتم من خلالها تسوية مبالغ الصكوك المودعة بحساباتهم، و كافة الشروط والأحكام المتعلقة بتحصيل الصكوك وغيرها من أدوات الدفع، مع تحديد المصادر التي تستند إليها تلك الإجراءات.
5. تعريف العملاء بالإجراءات القانونية التي يمكن التعرض لها في حالة إصدار صكوك بدون رصيد كافٍ، وذلك قبل إقدامهم على إصدار مثل هذه الصكوك والعواقب المترتبة على هذا التصرف.
6. القيام بتعريف العملاء بالإجراءات المطلوب اتخاذها في حالة الاضطرار إلى وقف صرف الصكوك التي قام العميل بإصدارها في ضوء ما يستجد من ظروف تستدعي إبلاغ المصرف بذلك.
7. أن يقدم لعملائها كشف حساب مجاني يوضح كافة معاملات العميل التي تمت خلال ربع سنة، وما تم قيده من عوائد أو رسوم على هذه الحسابات، وفي حالة اختيار العملاء الحصول على كشوف حساباتهم من خلال الوسائل الالكترونية أو الخدمة الهاتفية كبديل للنسخة الورقية، فينبغي أن يكون الشكل الذي يتم من خلاله الحصول على المعلومات مناسب وسهل القراءة ويتضمن التفاصيل المناسبة.
8. أن تخطر وبشكل كتابي عملائها الذين مضى على حساباتهم فترات طويلة دون أن يتم تحريكها من جانبهم، ووضع هذه الحسابات تحت العناية ووضع ضوابط رقابية للوصول إليها وحمايتها.

7. التقيد بالسرية المصرفية وحماية المعلومات:

تأسيساً على أحكام المادتين (94) و (95) من القانون رقم (1) لسنة 2005 بشأن المصارف، وتعديله، يطلب من المصرف الالتزام بما يلي:

1. حماية العملاء من خلال وضع أنظمة رقابية على مستوى عالٍ تشتمل على آليات مناسبة، تحدد الأغراض التي من أجلها يتم جمع البيانات والمعلومات ومعالجتها.
2. تمتد مسؤولية المصرف حول حماية بيانات ومعلومات العملاء والحفاظ على سريتها إلى تلك البيانات المحفوظة لديها أو تلك التي تتوفر لدى طرف ثالث يستعين به المصرف في أداء أنشطته ذات العلاقة بالعملاء.
3. توفير البيئة الداخلية التي تكفل تحقيق الأمن والسرية لكافة المعلومات والبيانات المتاحة لديه عن عملائه وتعاملاتهم، ويتعين على المصرف أن يختبر بشكل مستمر هذه البيئة ويتأكد من صلاحيتها.
4. الإفصاح لعملائه بالشكل المناسب عن الحالات التي تستثنى فيها قاعدة المحافظة على سرية معلومات وبيانات العملاء، وهي:

أ. الحالات التي يتم فيها الكشف عن المعلومات بموافقة العميل الكتابية، بعد التأكد من هويته.

ب. الحالات التي يتوجب فيها الكشف عن المعلومات إلزامياً بموجب القوانين والتشريعات المعمول بها.

5. عند تعيين المصرف لموظفين جدد أو الاستعانة بخدمات أطراف أخرى، ضرورة استيفاء كافة النماذج و التعهدات التي تؤكد التزامهم بالمحافظة على سرية البيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء.

8. التوعية المالية والمصرفية:

يطلب من المصرف الالتزام بما يلي:

1. القيام بتصميم ووضع آليات مناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والإرشاد لديهم، وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية للمعاملات التي يجرونها مع المصرف وبما يمكنهم من اتخاذ القرارات المناسبة لهم، وتوجيههم إلى الجهة المناسبة للحصول على المعلومة في حال حاجتهم لذلك.
2. أن يحتوي الموقع الإلكتروني الرسمي للمصرف على صفحة خاصة للتوعية المالية والمصرفية، على أن تضم هذا الدليل، بالإضافة إلى حقوق ومسئوليات العميل، وكيفية تقديم الشكوى والنماذج المستخدمة، والأسئلة المتكررة التي يتوقع أن يثيرها كثير من العملاء وردود المصرف عليها.
3. التركيز في الصفحات الرسمية للمصرف على مواقع التواصل الاجتماعي على التوعية المالية و المصرفية للعملاء الحاليين و المستقبليين و تطوير معارفهم ومهاراتهم.

وفي هذا الإطار يتعين على المصرف القيام بالآتي:

- أ. وضع خطة سنوية تشمل برامج لتدعيم نشر المعلومات المالية والمصرفية استهدافاً لزيادة الوعي المصرفي والمالي.
- ب. المشاركة مع مؤسسات وهيئات المجتمع المدني والمؤسسات العلمية والمهنية التي تسعى إلى تعزيز الوعي المالي والمصرفي ورفع مستوى المعرفة وكذلك التعاون في وضع وتنفيذ برامج التوعية المالية والمصرفية.
- ت. إجراء الدراسات الخاصة بقياس الوعي المالي وأثر التدابير المتخذة في هذا الشأن على زيادة الوعي والثقة في إطار تقييم نتائج السياسات المطبقة لدى المصرف والنظر في تطويرها.

9. التسويق المصرفي

يتعين على المصرف في هذا الشأن الالتزام بما يلي:

1. ان يتأكد من ان تسويقه الذي يستخدم في تقديم منتجاته وخدماته لا يتضمن أية معلومات غير حقيقية أو غير دقيقة يؤدي الى فهم غير سليم لدى العملاء الحاليين أو المستقبليين و ما قد يترتب عليه اتخاذ قرارات خاطئة.
2. ان يحرص على ان يكون التسويق لمنتجاته وخدماته سهل القراءة وقابل للفهم من عامة الجمهور.

3. ان يأخذ في الاعتبار لدى إصدار اية حملة تسويقية أو ترويجية المسؤولية القانونية التي يمكن ان تترتب عليها نتيجة وجود بيانات أو معلومات غير صحيحة في تلك الحملة لتسويق منتجاته وخدماته للعملاء.
4. مراعاة عدم تسويق المنتجات أو الخدمات التي تحتوي على مخاطر لا يدركها الا المختصون، و عدم تشجيع العملاء على الانتفاع بهذه الخدمات والمنتجات دون ايضاح مناسب حول المخاطر المتعلقة بها.
5. ان تضع سياسة للتسويق تعتمد من مجلس إدارتها، بحيث تتضمن المبادئ والقواعد والممارسات المقبولة مهنيا وقانونيا فيما يصدر عن المصرف من إعلانات.
6. على الوحدة أن تتأكد بصورة مستمرة من أن سياسة التسويق تتفق مع القواعد والممارسات الواردة في دليل حماية العملاء، كحد أدني، وأنها خالية من أية رسائل يمكن ان تفهم بشكل خاطئ أو مغلوط وفي حالة تلقي تلك الوحدات استفسارات أو إيضاحات تثيرها الحملات الترويجية فيتعين اتخاذ الاجراءات الفورية المناسبة لإزالة أي لبس أو غموض فيها.
7. عند اعلان المصرف عن حصوله على جوائز أو شهادات تميز أو أفضلية، فإنه يتعين عليه الإفصاح بتقديم معلومات كافية حول الجهة المانحة والآلية والمنهجية التي تم بناء عليها منح الشهادة والمعايير التي اعتمدت عليها تلك الجهة.

10. موظفي خدمة العملاء بالمصرف

1. يتعين ان يكون موظفي خدمة العملاء بالمصرف على علم ودراية جيدة بالقواعد التشريعية والتنظيمية لحماية العملاء، وما يتضمنه هذا الدليل من أحكام وضوابط تتعلق بممارساتهم لأعمالهم في خدمة العملاء، والالمام بكافة النواحي الفنية المتعلقة بالخدمات أو المنتجات التي يقدمها المصرف للعملاء.
2. يتعين على المصرف أن يراعي لدى اختيار موظفي خدمة العملاء مجموعة من المعايير التي يضعها في هذا الشأن ويشترط توافرها في هؤلاء الموظفين سواء من ناحية مدة الخدمة في الاعمال المشابهة وكذلك مدى الإلمام بالمنتجات والخدمات المصرفية، وبما يتناسب ودرجة التعقيد فيها، مع توافر مهارات الاتصال وغيرها من المواصفات الشخصية المناسبة لطبيعة المهام المسندة إليهم، و حصولهم على الشهادات المهنية والتدريب اللازم لتأدية مهامهم، والعمل على رفع قدراتهم بصورة مستمرة.

11. الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت والخدمات الهاتفية:

1. ينبغي على المصرف الذي يقدم خدماته المصرفية لعملائه من خلال استخدام شبكة الانترنت أو الهاتف المحمول ان يستخدم تطبيقات وبرامج الحماية التي تضمن له التأكد من الاتي:-
 - أ. المحافظة على خصوصية وسرية بيانات العملاء وحمايتها من الاختراق.
 - ب. توثيق المعاملات، والرقابة على الدخول للأنظمة المستخدمة.
 - ت. قبول وتنفيذ العمليات التي يجريها العملاء على حساباتهم من خلال النظم المتاحة من قبل المصرف في هذا الشأن.

- ث. وجود خطة استمرارية الأعمال.
- ج. إخطار العملاء بوقت كافي، في حالة اضطرار المصرف أو إقباله على وقف بعض خدماته لأغراض الصيانة أو غير ذلك من الأسباب الأخرى.
2. يتعين على المصرف أن يفرض نوعاً من الرقابة والمتابعة لأداء الأطراف الأخرى عند الاستعانة بهم في تقديم الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت أو أجهزة الهاتف المحمول، و مدى تقيدهم بسياسة أمن المعلومات.
3. يتعين على المصرف إخطار العملاء الذين يرغبون في استخدام الأنترنت أو الهاتف في إجراء معاملاتهم بالرسوم المتعلقة بالخدمات المقدمة بهاتين الوسيلتين وقيمهما، وإبرازها في نشرة الأسعار المعتمدة و تحديثها كلما دعت الحاجة.
4. يتعين على المصرف ان يضع قواعد واضحة ومحددة لمعالجة أية حالات للخطأ أو الاحتيال في حالة وقوعه.
5. يتعين على المصرف ان يتخذ الإجراءات التي تستهدف رفع مستوى الفهم والتعامل مع الانترنت والهاتف المحمول لدى عملائه، وأن يضع برامج توعية مستمرة، وأن يخطر العملاء بأية تغييرات أو تطوير في الأنظمة المعمول بها.
6. على المصرف الالتزام بتعريف العملاء بالمخاطر المصاحبة للمعاملات الالكترونية وتقديم الإرشادات التي تعزز الاستخدام الآمن لها وحمايتها.

12. الحوالات الالكترونية:-

1. يتعين على المصرف أن يقدم معلومات كافية لعملائه الذين يستخدمون خدمات الحوالات الالكترونية للأموال حول أسعار ومميزات تلك الخدمات وكيفية الحصول عليها بسهولة ويسر و أن تكون مفهومة قدر الإمكان، وتشمل هذه المعلومات بشكل خاص الرسوم التي يتحملها العميل، أو الطرف المستفيد من الخدمة التي يطلبها العميل واسعار صرف العملات الاجنبية والمصرفيات، والوقت الذي يستغرقه إجراء الحوالة حتى وصول الأموال للمستفيد وغيرها من الشروط والأحكام المتعلقة بتحويل الأموال إلكترونياً ومنها المسئوليات والحقوق والالتزامات.
2. في حالة عدم تأكد المصرف من التكلفة المتعلقة بالحوالة الالكترونية نظراً لاختلاف الظروف الخاصة بكل حالة، فعلى المصرف أن يفصح لعميله مسبقاً عن ذلك ودون أن يملي شروطاً معينة على العميل، شريطة الحصول على موافقة العميل المسبقة على ذلك.
3. يتعين على المصرف عند إرسال أو استلام الحوالات للأموال الكترونياً أن يوثق كل المعلومات الأساسية المتعلقة بتلك العمليات و أن يخطر عملائه بتفاصيل العمليات فور إتمامها وبدون فرض اية رسوم على ذلك.
4. يتعين على المصرف أن يتيح للعملاء وبشكل سهل و واضح كافة المعلومات حول الإجراءات التي يتم اتخاذها في حالة الخطأ أو تعرض العميل للاحتيال خلال إجراء حوالات.
5. يتعين على المصرف أن يخطر عملائه الذين يستخدمون بطاقات الدفع المسبق (السحب الآلي)، خارج البلاد، بالشروط والأحكام بما في ذلك رسوم المعاملات الخارجية وأسعار صرف العملات الأجنبية القابلة للتطبيق في مثل هذه الحالات.

13. مطالبة العملاء بتسديد ديونهم للمصارف

1. يتعين على المصرف ألا يستخدم في مطالبته بالسداد لعملائه الحاصلين على تمويل، أساليب أو ممارسات غير مهنية بما فيها بيانات واسباب غير صحيحة أو ممارسات غير عادلة.
2. في حالة السداد من خلال مقاصة بين حسابات العميل، فإنه يتعين على المصرف ان يُضمن هذا النص في العقود أو النماذج المبرمة مع العملاء، و إبلاغ عملائه بذلك بعد عملية السداد.

14. تعزيز مهام وحدة شكاوى العملاء:

1. الالتزام بتطبيق التعليمات الصادرة عن مصرف ليبيا المركزي بشأن حماية عملاء المصارف، ويتعين على مجلس إدارة المصرف التأكد من ذلك.
2. أن يضع بمكان واضح، و بالموقع الالكتروني الرسمي للمصرف ملخصاً كتابياً للإجراءات والخطوات التي يتم اتباعها من العملاء في حالة وجود شكوى لهم تخص معاملاتهم مع المصرف، على أن تتضمن هذه الإجراءات تحديد الخطوات التي يتم اتخاذها في حالة وجود شكوى للعميل، بحيث تشمل تلك الخطوات ما يمكن اتخاذه بشكل متدرج حتى يتم البت بصفة نهائية في شكوى العميل بما في ذلك التقدم بتظلم الى إدارة الرقابة على المصارف والنقد بمصرف ليبيا المركزي.
3. على وحدة معالجة شكاوى العملاء في المصرف مسئولية التحقق من مدى امتثال كل المصرف بدليل حماية العملاء والتعليمات والضوابط الأخرى ذات العلاقة بذلك.
4. على مجلس إدارة المصرف مسئولية وضع السياسات والإجراءات التي تكفل لوحدة معالجة شكاوى العملاء القيام بمهامها بشكل فعال، و على الوحدة عرض تقارير سنوية حول الامتثال بدليل حماية العملاء، يعرض على مجلس إدارة المصرف تتضمن مقترحاتها وتوصياتها، و إحالة نسخة من هذه التقارير إلى إدارة الرقابة على المصارف والنقد.
5. في حالة عدم قدرة وحدة معالجة الشكاوى بالمصرف علي إيجاد حلول لشكوى العميل، فعلى الوحدة توجيه العميل بتقديم تظلم الى إدارة الرقابة على المصارف و النقد بمصرف ليبيا المركزي.
6. يتعين على وحدة معالجة شكاوي العملاء في المصرف التحقق من إطلاع العميل على كافة المستندات التي قدمها إليه المصرف عند الحصول على اية خدمة أو منتج، وأن العميل قد استلم نسخة من تلك المستندات وذلك من خلال استيفاء توقيع العميل على الاستلام.
7. التثبت بصفة مستمرة من أن الموقع الالكتروني الرسمي للمصرف يتعامل بطريقة مناسبة و كافية مع شكاوى العملاء، وإبلاغ إدارة الرقابة على المصارف و النقد بأية تعديلات على الروابط المخصصة به لتلقي شكاوى العملاء.

15. مسئوليات والتزامات العميل:

في إطار تحديد مسئوليات والتزامات العميل، فإنه يتعين عليه ما يلي:

1. أن يكون صادقاً في كافة المعلومات التي يقدمها للمصرف المتعامل معه، و يتعهد بتحمل المسئولية المترتبة عند تقديم أية معلومات مضللة.
2. أن يطلع بعناية على كافة المستندات التي يقدمها إليه المصرف عند الحصول على أية خدمة أو منتج، مع أهمية التعرف على أي رسوم أو عمولات أو أي التزامات أو مسئوليات تترتب عليه، وعلى العميل أن يحتفظ بنسخة من تلك المستندات وذلك قبل نشوء أي التزام مالي أو مصرفي عليه.
3. في حالة عدم فهم العميل لأي من الشروط أو الإجراءات المرتبطة بالخدمة أو المنتج الذي يرغب في الحصول عليه، يتعين عليه أن يقدم استفساراته لموظفي المصرف المختصين (مركز خدمة العملاء)، حتى يتمكن من اتخاذ قراراته من خلال رؤية واضحة وكاملة.
4. أن يلتزم بإجراءات تقديم الشكاوى، بما في ذلك إجراءات التظلم إلى قسم متابعة ضمان جودة الخدمة المصرفية بإدارة الرقابة على المصارف والنقد.
5. أن يتعرف على المخاطر التي يمكن ان تترتب على استخدامه خدمة أو منتج يقدمها المصرف وذلك من خلال الاستفسارات الموجهة للمختصين، والآثار المترتبة على تلك المخاطر، وعليه أن يتجنبها كلما كان ذلك ممكناً.
6. أن يختار من بين المنتجات والخدمات المعروضة عليه، الأكثر ملاءمة لظروفه وقدراته الحقيقية الواقعية وبما يلبي احتياجاته الفعلية.
7. أن يقوم بإبلاغ المصرف المتعامل معه فور علمه بأن هناك بعض العمليات المصرفية التي تمت على حساباته بدون علمه وأسبابها، أو تلك التي لم يصدر تفويض منه لإتمامها.
8. أن يتوخى الحذر والحرص في المحافظة على سرية معلوماته الخاصة بتعاملاته مع المصرف، ولا يفصح عنها لأي طرف آخر حفاظاً على أمواله.
9. يطلب المشورة والنصح من موظفي المصرف المختصين في حالة مواجهته لأي مشاكل مالية تعترضه للالتزام بشروط التعاقد معه أو استخدام الخدمات والمنتجات المقدمة له.
10. أن يقوم بتحديث بياناته الشخصية والمصرفية لدى المصرف كلما طلب منه ذلك أو كلما حدث تغيير فيها.
11. تأكيداً للمحافظة على السرية المصرفية، وفي حالة حاجة العميل إلى مراسلة المصرف المتعامل معه عن طريق البريد العادي أو الإلكتروني، فإنه يتعين عليه أن يستخدم العنوان البريدي الخاص به وذلك تجنباً لاطلاع غيره على معلوماته الشخصية والمصرفية في حالة استخدام عنوان لا يخصه.

12. في حالة حاجة العميل إلى منح تفويض أو توكيل للغير للتصرف في حساباته أو أمواله طرف المصرف، عليه أن يتوخى الحذر بشأن الصلاحيات والمعلومات التي تمنح لهم، واتخاذ الاجراء اللازم فور الرغبة في الغاء هذه التوكيلات وإخطار المصرف.

13. عدم التوقيع على أية مستندات مالية أو عقود خالية أو غير مكتملة البيانات، ويتعين عليه مراجعة كافة المستندات التي يقدمها المصرف له قبل توقيعها.

14. ضرورة احتفاظ العميل بنسخ من مستندات التعامل مع المصرف في مكان آمن وبالشكل الذي يسهل عليه الرجوع إليها وقت الحاجة.
