

FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA
İÇİN
İYİ UYGULAMALAR*

* Dünya Bankasından alınan izinle çevirisi özel bir çeviri bürosuna TBB tarafından yaptırılmıştır.

FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA
İÇİN
İYİ UYGULAMALAR

Haziran 2012

© 2012 Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası / Dünya Bankası

1818 H. Street NW
Washington DC 20433

Telefon : 202-473-1000

İnternet : www.worldbank.org

Bu kitap, dış katkılarla birlikte Dünya Bankası çalışanlarının bir eseridir. Bu eserde ifade edilen bulgular, yorumlar ve sonuçlar, mutlaka Dünya Bankası'nın ve onun Yönetim Kurulu'nun veya onların temsil ettikleri ülke hükümetlerinin görüşlerini yansıtmıyor olabilir.

Dünya Bankası, bu kitapta bulunan veri ve bilgilerin doğruluğunu garanti etmez. Bu kitapta herhangi bir haritada gösterilen sınırlar, renkler, yer adları ve diğer bilgiler, Dünya Bankası'nın herhangi bir coğrafi bölgenin yasal statüsü hakkında herhangi bir yargıda bulunduğu ya da sınırları onayladığı veya kabul ettiği anlamına gelmez.

Haklar ve İzinler

Bu eserdeki materyaller telif hakkına tâbidir. Dünya Bankası sahip olduğu bilginin yayılmasını teşvik ettiği için, bu eser, esere gerekli atfın tam ve eksiksiz yapılması şartıyla, ticari olmayan amaçlarla tamamen veya kısmen çoğaltılabilir ve kopyalanabilir.

Bu esere ilişkin komşu haklar da dahil hak ve izinler hakkındaki soruların, Dünya Bankası, Yayınlar Dairesi, 1818 H. Street NW, Washington, DC 20433, USA; Faks: 202-522-2422; e-posta: pubrights@worldbank.org adresine iletilmesi gerekmektedir.

Kapak Fotoğrafi: SvetlanaLukienk/Shutterstock.com

TEŞEKKÜR

Finansal Tüketici Koruma İçin İyi Uygulamalar kitabı, Dünya Bankası'nda Kıdemli Özel Sektör Geliştirme Uzmanı olan Susan L. Rutledge'in yönettiği bir ekip tarafından hazırlanmıştır. Çekirdek ekip; hepsi Dünya Bankası'ndan Nagavalli Annamalai (Baş Danışman), Rodney Lester (Kıdemli Müşavir, Emekli) ve Richard L. Symonds'dan (Kıdemli Danışman, Emekli) oluşmaktaydı. Bu kişilere, yine Dünya Bankası'ndan Eric Haythorne (Baş Danışman, Emeli) ve Juan Carlos Izaguirre Araujo da (Danışman) katıldılar. O tarihte Technische Universität Berlin'de Kıdemli Araştırma Görevlisi olan Nicola Jentsch de ekibe katıldı. Bu kişilere ek olarak, Birleşik Krallık Finans Hizmetleri Kurumu'nda Emeklilik Fonları ve Yatırım Politikası Müdürü Milton Cartwright ve Birleşik Krallık Adil Ticaret Ofisi'nden David Stallibrass da değerli katkılarda bulundular. Birleşik Krallık Finans Hizmetleri Kurumu'nda Finansal Ehliyet Departmanı eski Başkanı ve finansal okuryazarlık konusunda bir uluslararası danışman olan Shaun Mundy'ye; Sidney-merkezli Uluslararası Finans ve Regülasyon Merkezi'nin Başkanı (CEO) ve Misafir Profesör olan Rosamund Grady'ye; Katar Finans Merkezi Düzenleyici Otoritesinde Sigorta Denetimi Direktör Yardımcısı olan John Pyne'a ve Uluslararası İnsan Yerleşimleri Örgütü'nde Asya/Pasifik Konut Finansmanı Direktörü olan Patrick McAllister'a da özel olarak teşekkür etmek istiyoruz. Kitabın hazırlanmasında Margo O. De Loayza'nın ve Snigdha Verma'nın editöryel katkılarını da aldık.

Ayrıca, Zoran Anusic, Giuliana Cane, Deepa Chakrapani, Martin Cihak, Massimo Cirasino, Charles Michael Grist, Orsalia Kalantzopoulos, Clairia McGuire, Nataliya Mylenko, Antony Randle, Consolate Rusagara ve Vijay Srinivas Tata'dan (hepsi Dünya Bankası'ndan) ve Denise Dias, Tilman Ehrbeck, Katharine McKee, Timothy Lyman ve Rafael Mazer'den de (hepsi Yoksullara Yardım Danışma Grubu'ndan) değerli görüşlerini aldık. Finansal tüketici koruma konulu bu eserin ilk hazırlama aşamasında desteklerini sunan Marie-Renee Bakker, Marsha Olive, Fernando Montes-Negret ve Sophie Sirtaine'e de (hepsi Dünya Bankası'nın Avrupa ve Orta Asya Bölgesi'nden) teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Çek Cumhuriyeti Mali Danışmanlar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve Çek Cumhuriyeti eski Maliye Bakan Yardımcısı olan Tomas Prouza'dan ve Kanada Finansal Tüketici Kurumu eski Üyesi ve Uluslararası Finansal Tüketici Koruma Ağı (FinCoNet) Başkanı olan William Knight'dan dış bağımsız değerlendirme görüşlerini aldık. Kitabın ilk taslağı hakkında görüşleri için, Avrupa Komisyonu'ndan Sarah Lynch'e; Kanada Finansal Tüketici Kurumu Finansal Okuryazarlık ve Tüketici Eğitimi Direktörü Jane Rooney'e ve Buffalo Üniversitesi – New York Eyalet Üniversitesi'nde Profesör ve Onursal Dekan ve Aspen Enstitüsü'nün Finansal Güvenlik İnisiyatifinde Kıdemli Görevli olan Lewis Mandell'e de teşekkürlerimizi sunuyoruz.

ACCION International, Alliance for Financial Inclusion, Analistas Financieros Internacionales S.A., Banco de Mexico, Banco de Portugal, Bank of Uganda, Superintendencia de Bancos of Guatemala, Consumers International, International Association of Pension Supervisors, International Network of Financial Ombudsmen, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, Filistin Para Otoritesi, Hindistan Emeklilik Fonu Düzenleme ve Geliştirme Kurumu, Polonya Finansal Denetim Kurumu, Yeni Zelanda Hükümeti Emeklilik Komisyonu, Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones of Peru, Superintendencia de Bancos of Paraguay, İsviçre Finans Piyasası Denetleme Kurumu, TD Bank, Birleşik Krallık Finansal Ombudsman Dairesi,

ABD Federal Deposit Insurance Corporation, ABD Federal Reserve Board, (US) National Association of Insurance Commissioners ve World Savings Bank Institute'den de çok değerli görüş ve önerilerini aldık. Hepinizin değerli görüş ve önerileriniz için size çok teşekkür ediyoruz.

Dünya Bankası'nın verdiği fona ek olarak, (Dünya) Bankası Hollanda Ortaklık Programı (BNPP), Japonya Nüfus ve İnsan Kaynakları Geliştirme Programı (PHRD), Finans Sektörü Reform ve Güçlendirme (FIRST) İnisyatifi, İsviçre Ekonomik İşler Devlet Bakanlığı (SECO), Birleşik Krallık Uluslararası Kalkınma Dairesi (DFID) ve Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Dairesi'nden de (USAID) ülke tanı ve uygulama programları çalışmalarını için cömert mali desteklerini aldık.

AKRONİMLER VE KISALTMALAR

AML	Karapara aklamanın önlenmesi
ANEC	Avrupa Standardizasyonda Tüketicilerin Temsilinin Eşgüdümü İçin Birlik
APEC	Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği
API	Arap Ödemeler İnisyatifi
APY	Yıllık getiri yüzdesi
ASBA	Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (Amerika Kıtaları Banka Denetçileri Birliği)
B2C	Firmadan Tüketiciye
BEUC	Bureau Européen des Unions des Consommateurs (Avrupa Tüketiciler Örgütü)
BIS	Uluslararası Ödemeler Bankası
BNPP	(Dünya) Bankası Hollanda Ortaklık Programı
CEMLA	Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (Latin Amerika Parasal Kurumlar Merkezi)
CESR	Avrupa Menkul Kıymetler Düzenleyici Otoriteler Komitesi
CFT	Terörizmin finansmanıya mücadele
CGAP	Yoksullara Yardım Danışma Grubu
CISPI	Bağımsız Devletler Topluluğu İnisyatifi
CIU	Kolektif Yatırım Kuruluşu
COE	Avrupa Konseyi
CPSS	Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi
DFID	Birleşik Krallık Uluslararası Geliştirme Dairesi
EC	Avrupa Komisyonu
ECJ	Avrupa Adalet Divanı
ERISA	ABD Çalışanlar Emeklilik Gelir Güvenliği Kanunu
ESIS	Avrupa Standardize Bilgi Föyü
ETS	Avrupa Anlaşmaları Serisi
FIMM	Malezya Yatırım Yöneticileri Federasyonu
AB	Avrupa Birliği
FATF	Finansal Eylem Görev Kuvveti
FCAC	Kanada Finansal Tüketici Dairesi
FDIC	ABD Federal Mevduat Sigortası Kurumu
FinCoNet	Uluslararası Finansal Tüketici Koruma Ağı
FINRA	ABD Finans Sektörü Düzenleyici Otoritesi
FIRST	Finans Sektörü Reform ve Güçlendirme İnisyatifi
FSA	Birleşik Krallık Finans Hizmetleri Otoritesi
FSAP	Finans Sektörü Değerlendirme Programı
FSB	Finansal İstikrar Kurulu
FTC	ABD Federal Ticaret Komisyonu
G20	20'ler Grubu
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IADB	Inter-American Development Bank (Amerikalılar Arası Kalkınma Bankası)
IAIS	Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği
ICO	Birleşik Krallık Bilgi Yönetim Ofisi
ICP	Sigorta Temel Prensibi
IDD	İlk kamusal açıklama dokümanı

IEFP	Institut pour l'Education Financière du Public (Kamu Maliyesi Eğitim Enstitüsü)
IFC	International Finance Corporation
IFRS	Uluslararası Finansal Raporlama Standartları
IOPS	Uluslararası Emeklilik Sigortası Denetçileri Örgütü
IOSCO	Uluslararası Menkul Kıymet Komiteleri Örgütü
ISO	Uluslararası Standartlar Örgütü
KYC	Müşterini Tanı
LIBOR	Londra Bankalar Arası Piyasada Teklif Edilen Oran
MAS	Singapur Para Otoritesi
MiFID	Finansal Enstrüman Pazarları Direktifi
MSME	Mikro, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
NAIC	ABD Ulusal Sigorta Yöneticileri Birliği
NASD	ABD Ulusal Menkul Kıymet Dealer'ları Birliği
STÖ	Sivil toplum örgütleri
NPS	Ulusal Ödemeler Sistemi
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OTC	Tezgahüstü (Borsa Dışı)
PIN	Kişisel kimlik numarası
PHRD	Japonya Nüfus ve İnsan Kaynakları Geliştirme Programı
SADC	Güney Afrika Kalkınma Topluluğu
SAPI	Güney Asya Ödemeler İnisiyatifi
SEC	ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu
SECCI	Standart Avrupa Tüketici Kredileri Bilgi Ağı
SECO	İsviçre Ekonomik İşler Devlet Bakanlığı
SEEP	Küçük İşletmeler Eğitim ve Teşvik Ağı
SEPA	Tek Euro Ödemeler Bölgesi
SFC	Hong Kong Menkul Kıymetler ve Vadeli İşlemler Komisyonu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
SRO	Özdenetim kuruluşu
TILA	ABD Kredilendirmede Gerçeğin Beyan Edilmesi Kanunu
UCITS	Devredilebilir Menkul Kıymetler Kolektif Yatırım Kuruluşları
BK	Birleşik Krallık
BM	Birleşmiş Milletler
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
USAID	Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Dairesi
USC	Amerika Birleşik Devletleri Kanunu
WBG	Dünya Bankası Grubu
WHCRI	Batı Yarıküre Kredi ve Ödünç İşlemleri Raporlama İnisiyatifi

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	10
FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMASI İÇİN ORTAK İYİ UYGULAMALAR	16
FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMASI İÇİN FİNANS SEKTÖRLERİNE GÖRE İYİ UYGULAMALAR	21
BANKACILIK SEKTÖRÜ	21
I. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI	21
II. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI.....	25
III. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR	32
IV. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	42
V. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI.....	45
VI. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZİ.....	48
VII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK	49
VIII. REKABET VE TÜKETİCİ KORUMA	53
MENKUL KIYMETLER SEKTÖRÜ	56
IX. YATIRIMCI KORUMA KURULUŞLARI.....	56
X. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI.....	58
XI. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR	64
XII. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	66
XIII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI.....	68
XIV. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZİ.....	69
XV. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK	69
SİGORTA SEKTÖRÜ	73
XVI. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI	74
XVII. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI	78
XVIII. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR.....	83
XIX. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	84
XX. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI.....	85
XXI. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZİ.....	86
XXII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK	87
BANKA-DIŞI KREDİ KURULUŞLARI	90
XXIII. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI.....	90
XXIV. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI	94
XXV. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR.....	99
XXVI. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	103
XXVII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI	105

XXVIII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK	106
REFERANSLAR	111
EK 1. BİREYSEL EMEKLİLİK SİGORTASI SEKTÖRÜ	121
XXIX. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI.....	122
XXX. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI	123
XXXI. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR.....	125
XXXII. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	125
XXXIII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI	126
XXXIV. GARANTİ PROGRAMLARI VE EMNİYET HÜKÜMLERİ.....	127
XXXV. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK.....	127
EK 2. KREDİ RAPORLAMA SİSTEMLERİ	129
XXXVI. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA	131
XXXVII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK	134
EK 3. ARKA PLAN BİLGİLERİ	136
FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA VE GLOBAL FİNANSAL MEVZUAT	136
FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA PROGRAMLARININ TASARLANMASI	138
FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMASI HAKKINDA İYİ UYGULAMALARIN TASARLANMASI.....	144
ULUSLARARASI TOPLUMUN GELECEKTE ÇALIŞMA YAPABİLECEĞİ ALANLAR.....	146
DİPNOTLAR	149

TABLolar LİSTESİ

TABLO 1: Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık Hakkında WBG Ülke Tanısal İncelemeleri.....	122
TABLO 2: Bankacılık Sektörü İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış.....	544
TABLO 3: Menkul Kıymetler Sektörü İçin Tüketici Koruma Yönetmeliklerine Genel Bakış	722
TABLO 4: Sigorta Sektöründe Tüketici Koruması Hakkında Okunması Gereken Eserler Seçkisi	744
TABLO 5: Sigorta Sektörü İçin Davranış Kuralları Seçkisi.....	766
TABLO 6: Sigorta Sektörü İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış	89
TABLO 7: Avrupa’da Kredilendirme Konusunda Seçilmiş Davranış Kuralları Setleri.....	922
TABLO 8: Banka-dışı Kredi Kuruluşları İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış.	1100
TABLO 9: Kredi Raporlama Sistemleri İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış ..	1300

KUTULAR LİSTESİ

1

GİRİŞ

2007-09 finans krizine kadar, global ekonomi, her yıl tahminen 150 milyon yeni finans hizmeti tüketicisini sisteme ekliyordu. Artış oranları o tarihten bu yana yavaşladı, fakat büyüme yine de süratle devam ediyor. Finans krizi, global finansal sistemin uzun-vadeli istikrarı için, finansal tüketicilerin korunmasının önemine ışık tuttu. Aynı zamanda, finans hizmetlerinin kullanımındaki hızlı artışlar, tüketicileri korumak ve yetkilendirmek için hem finansal düzenlemelerin hem de tüketici eğitiminin güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmiştir. Sağlam ve güçlü bir finansal tüketici koruması olmadan, genişleyen finans sistemine artan katılımların büyümeyi hızlandırıcı etkileri ve faydaları tamamen kaybedilebilir ya da önemli oranda azalabilir.

Finansal tüketici koruması¹, finans firmaları için onların perakende müşterileri konusunda açık ve net davranış kuralları öngörmektedir. Finansal tüketici koruması, tüketicilerin: (1) bilgiye dayanan kararlar verebilmek için gereken bilgiyi almalarını; (2) adil olmayan veya aldatıcı uygulamalara tâbi olmamalarını ve (3) ihtilâfları çözümlmek için rücu mekanizmalarına erişim imkanı bulmalarını sağlamayı hedefler. Tamamlayıcı finansal okuryazarlık inisiyatifleri, tüketicilere, finansal ürün ve hizmetleri kullanmanın risk ve ödülleri – ve bunları kullanırken sahip oldukları hakları ve üstlendikleri yükümlülükleri anlamalarını sağlayacak bilgiyi ve becerileri kazandırmayı hedeflemektedir. Tüketiciler için finansal eğitim programlarıyla birlikte, finans kurumları için açık davranış kuralları, hem finansal pazarlarda tüketici güvenini artıracak hem de bu pazarların gelişmesine destek olacaktır.

Uluslararası toplum, G20 Üst Seviye Prensiplerin yayımlanmasıyla birlikte, son zamanlarda finansal tüketici korumaya daha fazla odaklanmaktadır. Düzenleyici organ ve otoriteler, mevcut politikalar, kanunlar ve yönetmelikler, kurumlar ve inisiyatiflerin ölçülmesi ve değerlendirilmesinde esas alınabilecek bir piyasa davranış kılavuzları setine duyulan baskıyı ve ivedi gereksinimi hissetmişlerdir. Herkesçe tanınmış ve kabul edilmiş kılavuzların bulunmaması, politika yapıcılarını, genelde, pek çok tüketici koruma sorununun sadece birkaç tanesi üzerinde odaklanmaya sevk etmiş ve onların başka alanlardaki boşlukları kapatamamalarına neden olmuştur. Şubat 2011 toplantılarında, G20 Maliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanları, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'ne (OECD), Finansal İstikrar Kurulu'na (FSB) ve ilgili uluslararası örgütlere bir çağrı yaparak onlardan Ekim 2011'de yapılacak G20 toplantısına kadar finans hizmetlerinde tüketici koruması hakkında ortak prensipler geliştirmelerini istediler.² Ekim 2011'de, G20³, *Finansal Tüketici Koruması Konusunda Üst Seviye Prensiplerini*⁴ yayımladı. OECD Finansal Tüketici Koruması Görev Kuvveti'nin çalışması ise halen devam etmektedir. (*Finansal Tüketici Koruması İçin İyi Uygulamaların* birinci versiyonu, Finansal Tüketici Koruması Konusunda Üst Seviye Prensiplerin yayımlanmasından daha önce çıkartılmıştı. Ancak İyi Uygulamalar, Üst Seviye Prensipleri tamamlamakta ve Prensipler içerisindeki kavramların uygulanmasının yolları hakkında pratik öneriler getirmektedir.)

Uluslararası örgütlerin finansal tüketici korumasını güçlendirme amacına yönelik çeşitli başka inisiyatifleri de halen devam etmektedir. Kasım 2010'da, G20 Liderleri de, FSB'den, tüketici finansal korumasını artırma opsiyonlarını araştırmak üzere OECD ve diğer uluslararası örgütlerle çalışmasını istediler.⁵ Ekim 2011'de, FSB, *kredi üzerinde özel odakla Tüketici Finansal Koruması* hakkında raporunu yayımladı.⁶ Yine 2005 yılından itibaren, OECD, Finansal Eğitim ve Bilinçlendirme İçin İyi Uygulamalar Hakkında Tavsiyelerini ve kredi, sigorta ve bireysel emeklilik ürünlerine ilişkin finansal eğitim ve bilinçlendirme konusunda spesifik iyi uygulamalarını geliştirdi.⁷ Bunlara ek olarak, OECD, *Finans Eğitimi İçin Ulusal Stratejilerin Mevcut Durumu: Karşılaştırmalı Analiz ve İlgili Uygulamalar* hakkında 2012 Çalışma Raporu da dahil, finansal okuryazarlık ve finansal eğitim hakkında başka bir dizi çalışma raporu ve başka raporlar da yayımladı.⁸ Avrupa'da, tüketici finansmanına ilişkin Direktiflerin yanı sıra, Avrupa Komisyonu, perakende yatırım tavsiyeleri, tüketici kredileri, finansal hizmetlerin uzaktan pazarlanması, ipotekli krediler ve finans hizmetlerinde tüketici eğitimi de dahil perakende finans hizmetleri hakkında araştırmalar da yaptı.⁹ Kasım 2011'de, Avrupa Sigorta ve İşyeri Bazlı Emeklilik Sigortası Otoritesi, Sigorta Şirketlerinin Şikayet Çözümleme Yollarına dair önerilen Kılavuzlar hakkında bir kamusal müzakere ve danışma sürecini başlattı.¹⁰ Amerikalılar Arası Kalkınma Bankası, çeşitli projelerde finansal tüketici korumasının güçlendirilmesini desteklemektedir.¹¹ Bunlara ek olarak, Rusya Federasyonu Hükümeti: (1) gelişmekte olan ülkelerde çeşitli grupların finansal kabiliyetlerini ölçmek amacına yönelik metodolojiler geliştirmek; (2) bu yöntemleri Banka müşterisi ülkelerde mevcut programlar yelpazesinde uygulamak suretiyle test etmek ve geliştirmek ve (3) web siteleri, atölye çalışmaları ve başka araçlar yoluyla finansal okuryazarlık¹² ölçümü ve geliştirilmesi konusunda en iyi uygulamalar hakkında bilgileri yaymak amaçlarıyla, Dünya Bankası ve OECD'nin yönettiği 15 milyon \$'lık bir Finansal Okuryazarlık ve Finansal Eğitim Yatırım Fonu kurdu. Yatırım Fonunun ilk raporları, 2012 sonlarından itibaren yayımlanmaya başlanacak.

Uluslararası ve bölgesel sivil toplum örgütleri de, finansal tüketici koruması konusunda giderek artan önemde bir rol oynuyorlar. Sorumlu Finans Forumu, finansal tüketici koruması düzenlemelerini ve finansal kabiliyetleri, Sorumlu Finans çerçevesinin üç temel direğinin ikisi olarak saymaktadır.¹³ Ocak 2012'de, Amerika Kıtaları Banka Denetçileri Birliği (ASBA), Denetim ve Tüketici Koruması En İyi Uygulamaları ve Tavsiyeler hakkında taslak raporunu yayımladı. 2011 Finansal Tabana Yayılma Hakkında Maya Deklarasyonu, tüketici koruması ve yetkilendirmesini, "tüm insanların kendi ülkelerinin finans sektörüne dahil olmalarını sağlamak amacına yönelik finansal tabana yayılma çabalarının temel direkleri" olarak görmektedir.¹⁴ Yine 2011 yılında, Finansal Tabana Yayılma İttifakı, tüketici koruması hakkında ortaya çıkan politika sorunlarını ve düzenleme sorunlarını tartışmak ve finansal erişimi teşvik eden ve finansal tabana yayılma kalitesini artıran yetkilendirme tedbirlerini gözden geçirmek amacıyla Tüketici Yetkilendirme ve Piyasa Davranışları Çalışma Grubunu kurdu. Consumers International, en iyi uygulamaları paylaşmak ve standartlar ve kılavuzların geliştirilmesine destek olmak amacıyla bir uluslararası örgütün kurulması çağrısı ve uluslararası standartlar ve kılavuzların geliştirilmesi çağrısı da dahil, finansal tüketici koruması hakkında tavsiyeler yayımladı.¹⁵ Bunlara ek olarak, Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO) tüketici politikası Komitesi (ISO/COPOLCO), özellikle cep telefonu bazlı finansal hizmetler ve uluslararası havaleler başta olmak üzere tüketici finansal açıklamaları hakkında yeni uluslararası standartların geliştirilmesine yönelik bir teklif hazırlama aşamasındadır.¹⁶ Finansal okuryazarlık konusunda, 2008 yılında, OECD, dünya çapında finansal eğitim üzerinde çalışan politika yapımcıları bir araya getiren Uluslararası Finansal Eğitim Ağını¹⁷ yarattı. Consumers International ve Microfinance Opportunities, ikisi birlikte, finansal danışmanlık çabalarında tüketici savunmanlarına yardımcı olmayı amaçlayan bir elkitabı

hazırladılar.¹⁸ Bu özet, tüm inisiyatifleri kapsamamakta, sadece finansal tüketici korumasını destekleyen pek çok devam eden uluslararası inisiyatifin açıklanmasına yardım etmektedir. Bu inisiyatiflerin tümü, finansal tüketici koruması alanındaki zayıflıklara verilecek global yanıtın güçlendirilmesi konusunda faydalıdır. Yine de, başta global düzeyde faaliyet gösterenler olmak üzere, sivil toplum örgütlerinin yapabilecekleri daha pek çok şey vardır.

Dünya Bankası, ülke-seviyesinde deneyimlere dayanan İyi Uygulamaları ve devamlı teknik yardım mekanizmasını geliştirmek yoluyla, finansal tüketici koruması hakkında uluslararası diyaloga da destek olmaktadır. Dünya Bankası'nın İyi Uygulamaları, tüketici koruması ve finansal okuryazarlık konularının ülke-seviyesinde ve derinlemesine incelenmesi ve araştırılmasının sonuçlarına dayanmaktadır. İlk olarak Çek Cumhuriyeti'nin talebi üzerine 2006 yılında geliştirilen *Avrupa ve Orta Asya'da Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık Hakkında İyi Uygulamalar*, ülke seviyesinde tanıtılacak incelemeler için bir değerlendirme aracı olarak kullanılmıştır. Bu İyi Uygulamalar, büyük ölçüde, perakende finansal piyasalarda tüketici koruması konusunu irdelemeye başlamış bulunan bir dizi ülkedeki gelişmelere dayanmaktadır. Daha sonra, Kasım 2010'da, Dünya Bankası, bir Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık Global Programı geliştirdi. Tablo 1'de gösterildiği gibi, Global Program kapsamında, bu yayının yayımlandığı tarihe kadar toplam 18 ülke incelemesi tamamlanmış bulunmaktaydı. Bu ülke incelemeleri; Rusya Yatırım Fonuyla finanse edilen hanehalkı araştırmaları ve anketleri de dahil, finansal okuryazarlık ve tüketici davranışları hakkında yapılan üç ülke eylem planı, iki uygulama programı ve 18 hanehalkı anketinin de arasında bulunduğu ilave ülke-seviyesinde teknik yardım çalışmalarıyla desteklenmekte ve tamamlanmaktadır.¹⁹ Ek olarak, Dünya Bankası, iki ülkede (Rusya Federasyonu ve Malawi) tüketici koruması ve finansal okuryazarlık programları için toplam 28 milyon \$'lık kredilere onay vermiş bulunmaktadır.²⁰

TABLO 1: Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık Hakkında WBG Ülke Tanıtılacak İncelemeleri

Ülke	Yayımlandığı Yıl	Ülke	Yayımlandığı Yıl
Çek Cumhuriyeti	2007	Bosna & Hersek	2012 İçin Planlanmaktadır
Slovakya	2007	Kazakistan	2012 İçin Planlanmaktadır
Bulgaristan	2009	Malawi	2012 İçin Planlanmaktadır
Romanya	2009	Güney Afrika	2012 İçin Planlanmaktadır
Litvanya	2009	Nikaragua	2012 İçin Planlanmaktadır
Azerbaycan	2009	Ukrayna	2012 İçin Planlanmaktadır
Hırvatistan	2010	Ermenistan	2012 İçin Planlanmaktadır
Rusya Federasyonu	2010	Mozambik	2013 İçin Planlanmaktadır
Letonya	2010	Tacikistan	2013 İçin Planlanmaktadır

İyi Uygulamalar, esas olarak bir tanı aracı olarak kullanılmak üzere geliştirilmiştir. İyi Uygulamalar, ülke tanıtılacak incelemelerinin hazırlanması için faydalı bir referans noktası sağlamakta ve bu yolla, “Ülkenin finansal tüketici koruması için mevcut kanunları ve düzenlemeleri ile uluslararası uygulamalar arasındaki fark ve benzerlikler nelerdir?” sorusunu yanıtlamaları için politika yapıcılara yardımcı olmaktadır. Hiçbir ülke sil baştan başlamadığı için, dünya çapında yararlı yaklaşımların derlendiği bir çalışma, spesifik ülkelere finansal

tüketici korumasını güçlendirme konusunda mevcut fırsatların anlaşılmasına yardımcı olabilir. Bu açıdan bakıldığında, İyi Uygulamalar, finansal tüketici korumasının güçlendirilmesi için kullanılabilir delil-bazlı somut yöntemler sağlamaktadırlar. Dünya Bankası Grubu'nun finansal tüketici korumasının güçlendirilmesine ilişkin ülke-seviyesindeki deneyimlerinden istifade eden ve uygulamada iyi işlev gördüğü anlaşılan uluslararası yaklaşımlara dayanan Finansal Tüketici Koruması İçin İyi Uygulamalar, düzenleyici otoritelerin finansal hizmetlerde tüketici korumasını güçlendirmek amacıyla yönelik çabalarında kullanabilecekleri pratik ve kullanışlı bir yaklaşım sunmaktadırlar. İyi Uygulamaların dünya çapında “en iyi uygulamalar” oldukları gibi bir iddiaları yoktur. Daha ziyade, sahada başarıyla hayata geçirilmiş bulunan ve en sık ve yaygın kullanılan uygulamaların bir derlemesidirler. Dolayısıyla, finans kurumlarının perakende müşterileriyle ilişkilerinde gösterdikleri tavır ve davranışların geliştirilmesinin teşvik edilmesinde kullanılabilir faydalı yaklaşımların kaba bir özetini oluşturmaktadırlar. İyi Uygulamaların, herhangi bir ülke bağlamında finansal tüketici korumasının geliştirilmesine yönelik etkin ve etkili yaklaşımların neler olabileceği konusunda gelişmekte olan global diyaloga katkıda bulunacakları ümit edilmektedir.

İyi Uygulamalar, finans sektörünün tüm birimleri ve alanlarında tüketici koruma sorunlarının belirlenmesi ve tanımlanmasına yardımcı olan kapsamlı bir tanı aracıdır. İyi Uygulamaların sektöre ilişkin herhangi bir uluslararası örgütün temel ölçütlerini, kılavuzlarını, prensiplerini veya iyi uygulamalarını iptal etmek ve onların yerine geçmek gibi bir amacı yoktur. Aksine, İyi Uygulamalar, sadece tüm finans hizmetlerinde tüketici korumasıyla (ve genelde piyasa davranışlarıyla) ilgili sorunlar üzerinde odaklanır ve sektöre özgü kılavuzları tamamlarlar. En önemlisi, İyi Uygulamalar, politika yapıcılara, finans sektörünün çeşitli farklı kısımlarında kesişen tüketici koruması sorunlarının belirlenmesi ve tanımlanmasında yardımcı olurlar ve bu yolla, onlara, finans sisteminde tüketici korumasının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için uyumlu, kapsamlı ve eşgüdümlü rejimler tasarlamaları ve kurmalarında yardımcı olurlar. Tüketici koruması konusunda kapsamlı bir yaklaşıma duyulan ihtiyaç, pek çok finans kuruluşunun büyük şirketler grupları içerisinde entegre olmasıyla daha iyi anlaşılmaktadır.

Finansal Tüketici Koruması İçin İyi Uygulamalar, Dünya Bankası Grubunun geliştirmek için altı yıldan daha fazla bir zaman harcadığı bir eserdir. Daha önce de ifade edildiği gibi, İyi Uygulamalar, şu ana kadar dünya çapında 18 ülkede (orta-gelir düzeyinde 14 ülke ve düşük-gelir düzeyinde dört ülke) test edilmiştir.²¹ Finans hizmetlerinin sunumunda yapılan yeniliklerin muhtemelen dünyanın tüm ülkelerinin öğrenebileceği değerli dersler vereceği Afrika'nın geri kalan kısmında (özellikle Sahra-Altı Afrika'da) ve Asya, Latin Amerika ve Karaipler'de ek testlerle sürece devam edilecektir. Diğer Dünya Bankası Grubu faaliyetleri de İyi Uygulamalara dahil edilmiş bulunmaktadır. Bunlar arasında, Kalkınma Ekonomisi Araştırma Grubu²², İnsan Geliştirme Ağı, Finansal Tabana Yayılma Uygulaması (Mikro & KOBİ Finans ve Finansal Altyapı Servis Hatları da dahil)²³, Hukuk Departmanı ve ayrıca, International Finance Corporation içerisinde finans kaynaklarına erişim danışmanlığı ve yatırım hizmetleri sunan birimler aracılığıyla finansal okuryazarlık ve finansal eğitim hakkında yapılan çalışmalar da vardır.²⁴ Ek olarak, İyi Uygulamalar, mikrofinans sektörünün gelişmesine ve mikrofinans sektörüyle ilgili tüketici koruma sorunlarının çözümüne destek olan, Dünya Bankası içerisindeki bir politika ve araştırma merkezi olan Yoksullara Yardım Danışma Grubunun (CGAP) çalışmasından çıkartılan temel dersleri de kapsamaktadır.²⁵

İyi Uygulamalar, çok çeşitli ve farklı teşkilatların geliştirdikleri mevcut uluslararası temel ölçütlerden ve genel kabul gören diğer İyi Uygulamalardan gelen girdi ve katkılarla formüle edilmişlerdir. İyi Uygulamalar; Birleşmiş Milletler'in, OECD'nin,

Avrupa Komisyonu'nun, Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği forumunun, Uluslararası Ödemeler Bankası'nın, Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği'nin, Uluslararası Emeklilik Sigortası Denetçileri Örgütü'nün, Uluslararası Menkul Kıymet Komiteleri Örgütü'nün ve G20 Yaratıcı Finansal Taban Yayılma Prensipleri biriminin iyi/en iyi uygulamalarını, prensiplerini, temel ölçütlerini ve tavsiyelerini içermektedirler. Tüm bunlardan, tüketici korumasına ilişkin tavsiyeler seçilmiş ve bir araya getirilmiştir.

İyi Uygulamalar, hem gelişmiş ülkelerin yaklaşımlarını hem de yeniden şekillenen gelişmekte olan ülkelerin deneyimlerini kapsamaktadırlar. Son 30 yıl içerisinde, sanayileşmiş ülkelerde pek çok finansal tüketici koruması programı uygulamaya konulmuştur. Bununla birlikte, son yıllarda, başka Brezilya, Çin, Kolombiya, Hindistan, Malezya, Meksika, Peru, Rusya ve Güney Afrika olmak üzere gelişmekte olan pazarlar ve ülkelerde çok değerli çalışmalar da yapılmıştır. Dünya çapında ülkelerden etkin yaklaşımlar gelmeye devam ettikçe, bu tip yaklaşımlar da İyi Uygulamaların yeni revizyonlarına dahil edilecektir.

İyi Uygulamalar, önemli oranda uluslararası inceleme ve görüş toplama inisiyatifine konu olmuşlardır. Ülke seviyesinde yapılan sıkı ve katı testlere ek olarak, İyi Uygulamalar, birkaç yıl içerisinde kapsamlı uluslararası danışma ve görüş toplama sürecinden de istifade etmişlerdir. İyi Uygulamalar, ilk kez Ağustos 2008'de "*Avrupa'da ve Orta Asya'da Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık İçin İyi Uygulamalar: Bir Tanı Aracı*" başlığıyla bir Danışma Metni Taslağı olarak yayımlanmış ve daha sonra, Ağustos 2010'da son şekli verilerek kesinleştirilmiştir.²⁶ Daha sonra, İyi Uygulamalar, Latin Amerika ve Afrika'daki ek ülke incelemelerinden elde edilen sonuçları ve finansal tüketici koruması alanındaki son gelişmeleri yansıtacak şekilde revize edilmiş ve güncellenmiştir. Ardından, Mart 2011'de, "*Finansal Tüketici Koruması İçin İyi Uygulamalar*", bir Danışma Metni Taslağı olarak yayımlanmıştır. Danışma süreci içerisinde, İyi Uygulamalar, Eylül 2008'de Washington D.C.'de yapılan Dünya Bankası Grubu – CGAP Konferansı, Şubat 2011'de yapılan, Dünya Bankası Enstitüsü'nün evsahipliği yaptığı bir bölgeler-arası video diyalog (Geliştirme Tartışmaları), Mayıs 2011'de Toronto'da yapılan FinCoNet yıllık toplantısı ve yine Mayıs 2011'de Hong Kong'da yapılan Consumers International Dünya Kongresi de dahil çeşitli farklı uluslararası konferanslarda sunulmuş ve tartışılmıştır. Teşekkür başlığı altında ifade edildiği gibi, dünya çapında 25'den fazla düzenleyici otorite yazılı görüş ve önerilerini sunmuşlardır ve bu yazılı görüş ve öneriler nihai taslak metne dahil edilmiştir.

Başlangıçta, kayda değer dört önemli nokta vardır. Birincisi, İyi Uygulamalar, tefecilik gibi gayri resmi finans hizmetlerine değil, sadece bir ülkenin düzenlenmiş finans sistemine uygulanır. İkincisi, İyi Uygulamaların hepsinin dünyanın tüm ülkelerinde tam ve eksiksiz uygulanması beklenmez. İyi Uygulamalar uygulaması, ilgili ülkeye özgü gereksinimlere ve hedeflere mutlaka uyarlanmalıdır. Üçüncüsü, İyi Uygulamalar, finansal ürün ve hizmetlerin tam kapsamlı bir listesini içermezler. Bunun yerine, sadece en yaygın kullanılan finansal ürün ve hizmetler hakkında tüketici korumasına ilişkin öneriler verirler. Dördüncüsü, İyi Uygulamaların zaman içerisinde hem sivil toplum örgütleri de dahil uluslararası ve ulusal örgütlerin prensipleri, uygulamaları, politika raporları ve seminerleri temelinde hem de gelecekte yapılacak ülke tanıtım incelemeleri bazında daha da geliştirilmesi beklenmektedir.

Finansal Tüketici Koruması İçin İyi Uygulamalar eseri, **üç bölüm halinde sunulmaktadır.** Bölüm 1, İyi Uygulamaların geliştirilmesine zemin hazırlayan uluslararası ortamı ve bunların geliştirilmesinde kullanılan metodolojiyi özetleyen bir giriş bölümüdür. Bölüm 2, tüketici finansal hizmetleri spektrumunun tamamına uygulanan 39 ortak İyi Uygulama önermektedir ve finansal tüketici koruması için uluslararası prensiplerin daha da geliştirilmesi konusunda

faydalı girdi ve katkılar sağlayabilir. Bölüm 3, finansal hizmetlerin dört ana tipi olan bankacılık, menkul kıymetler, sigorta ve banka-dışı kredi alanlarının her biri için bir dizi İyi Uygulamalar sunmaktadır. Ek I ve Ek II, her ikisi de halen erken geliştirme aşamalarında olan Bireysel Emeklilik Fonları İçin ve Kredi Raporlaması İçin İyi Uygulamaları sunmaktadırlar. Ek III, (1) tüm ülkelerin finansal düzenleme gündemlerinde tüketici korumasının giderek artan öneminin altında yatan ortamı ve bağlamı; (2) herhangi bir ülke bağlamında tüketici koruma çerçevelerinin tasarlanmasının gerekçesini ve bu amaçla uygulanan temel prensipleri; (3) İyi Uygulamaların tasarlanmasına ilişkin sorunları ve (4) uluslararası toplumun finansal tüketici koruması alanında gelecekte yapabileceği çalışmaları kapsayan bir artalan açıklaması sunmaktadır.

FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMASI İÇİN ORTAK İYİ UYGULAMALAR

İyi çalışan ve işleyen bir tüketici koruma rejimi, bir yandan tüketicileri kanuni haklarını kullanmaları ve kanuni yükümlülüklerini yerine getirmeleri konusunda yetkilendirirken, bir yandan da, finans hizmetlerinin tüketicileri için etkin ve etkili koruyucu duvarlar inşa eder. İyi işleyen bir finansal tüketici koruma rejiminde bulunan 39 temel İyi Uygulama aşağıda özetlenmektedir.

Tüketici Koruma Kuruluşları

1. Kanun, finansal ürünler ve hizmetler alanında açık ve net tüketici koruma kuralları öngörür. Kuralların tamamıyla, objektif, zamanında ve adil uygulanmasını (ve icra edilmesini) sağlamak için gereken kurumsal düzenlemeler mevcuttur.
2. Sektöre özgü finans kuruluşları için davranış kuralları, sektör meslek birliği tarafından (mümkünse, finansal denetleme kurumlarıyla ve tüketici dernekleriyle konsültasyon yoluyla) geliştirilir ve belirlenir. Tüm sektör kuruluşları, yasal kurumların ya da etkin özdenetim kuruluşlarının izledikleri ve denetledikleri tüm davranış kurallarına uyarlar. Bu davranış kuralları, münferit finans kuruluşlarının kendi faaliyetleri ve işleri için hazırladıkları gönüllü davranış kurallarıyla genişletilebilir. Davranış kuralları, geniş bir kesime duyurulur ve açıklanır.
3. Basiretli ve ihtiyatlı denetim ve tüketici koruması denetimi, ayrı kurumlara verilebileceği gibi, tek bir kuruma da verilebilir. Bununla birlikte, kurumsal yapıya bakılmaksızın, kaynakların basiretli ve ihtiyatlı denetim ile tüketici koruması arasında tahsisi ve dağılımı, tüketici koruması kurallarının etkin uygulanmasını sağlamak için yeterli olmalıdır.
4. Tüketicilere finans hizmetleri sunan tüm tüzel kişiler, uygun finansal denetim otoritesi nezdinde ruhsatlıdırlar (veya tescil edilmişlerdir) ve piyasa davranışları (yani, perakende müşterilerine ilişkin iş uygulamaları) uygun finansal denetim otoritesi tarafından denetlenir.
5. Adli sistem, bir finansal ürün veya hizmetle ilgili tüketici koruması ihtilâflarının kesin olarak çözümlenmesi sürecinin maliyetinin uygun ve makul olmasını, bu hizmetin zamanında verilmesini ve profesyonel bir tarzda uygulanmasını garanti etmektedir.
6. Hem medya hem de tüketici dernekleri, finansal tüketici korumasını aktif bir şekilde teşvik etmekte ve desteklemektedirler.

İfşa ve Satış Uygulamaları

7. Bir finans kuruluşu, bir tüketiciye belirli bir finansal ürün veya hizmet hakkında bir tavsiyede bulunmadan önce, ürünün veya hizmetin o tüketicinin gereksinimlerini karşıladığından ve onun kapasitesine uygun olduğundan emin olmak için tüketiciden yeterince bilgi toplar.
8. Tüm finansal ürün veya hizmetler için, tüketicilere, o finansal ürün veya hizmetle ilgili rücu mekanizmaları da dahil temel işlem şartları ve koşullarını basit bir dille açıklayan ve okunaklı fontla kaleme alınmış, bir veya iki sayfalık kısa bir özet açıklama (ya da onun elektronik eşdeğeri) gönderilir. Bu özetler, her finansal ürün veya hizmet tipi için yayımlanacak asgari bilgi tipleri için sektör çapında kabul gören standartlara dayanır ve finansal hizmet sağlayıcıları arasında kolay karşılaştırma yapılmasına olanak sağlarlar. Özetler, finans kuruluşları tarafından dağıtılır.
9. Bir tüketici bir finansal ürün veya hizmeti satın almadan önce, finans kuruluşu, hem kendisinin genel şart ve koşullarının hem de o spesifik ürün veya hizmetle ilgili özel şart ve koşullarının yazılı birer kopyasını tüketicie verir.
10. Kanun, finansal ürün ve hizmetlerin pazarlanmasında, yanıltıcı reklamlar gibi aldatıcı satış uygulamalarının kullanılmasını özellikle yasaklar.
11. Menkul kıymetler ve türev enstrümanlar hariç, uzun-vadeli bir tasarruf unsuru içeren finansal ürün veya hizmetlerin – ya da yüksek-basınçlı satış uygulamalarına tâbi olan finansal ürün veya hizmetlerin – bir “soğuma” dönemleri vardır ve bu dönem içinde, tüketici, sözleşmeyi cezasız iptal edebilir. Ancak finans kuruluşunun o tarihe kadar tahakkuk etmiş işlem ücretlerini tüketiciden almasını engelleyen hiçbir hüküm de yoktur.
12. Bir finans kuruluşu, bir bireysel borçluyu, bir ürün veya hizmeti almanın bir ön koşulu olarak başka bir ürün veya hizmet satın almaya zorladığı takdirde, o borçlu, ürün veya hizmet için istediği sağlayıcıyı seçmekte serbest olacaktır.
13. Finans kuruluşları, reklamlarında, kendilerinin düzenlenmiş kuruluşlar olduklarını ve reklam materyallerinin ilgili düzenleme veya denetleme otoritesini tanımladığını ifşa ederler.
14. Finans kuruluşlarının tüketicilerle doğrudan ilişkisi ve teması bulunan personeli, sattıkları ürün veya hizmetlerin karmaşıklık seviyesine uygun ve yeterli bir eğitim alırlar. Özellikle, finansal aracı kurumların sattıkları finansal ürün veya hizmetlerin karmaşıklık seviyesine uygun kalifikasyonda olmaları gerekir.

Müşteri Hesaplarının Tutulması ve Kayıtlar

15. Finans kuruluşları, hem her müşteri hesabı için müşteri finansal işlemlerinin temel detaylarını içeren düzenli hesap özetleri, hem de her işlemin koşullarına dair yazılı (veya elektronik) teyitler hazırlarlar. Yatırım ürünleri için, müşterilere, hesaplarındaki varlıkların değerini gösteren periyodik hesap özetleri gönderilir.

16. Finansal ürünleri veya hizmetlerinin faiz oranlarında, ücret ve masraflarında ya da diğer temel şart ve koşullarında meydana gelen değişiklikler, müşterilere, mümkün olduğu kadar erken, yazılı olarak (veya elektronik araçlarla) ve bireysel olarak bildirilir.
17. Finans kuruluşları, güncel müşteri kayıtları tutarlar ve müşterilerinin kendilerine ilişkin kayıtlara ücretsiz veya makul bir ücret karşılığında kolayca erişmelerine olanak sağlarlar.
18. Perakende ödemelerin takas ve tasfiyesi, açık kanuni ve düzenleyici kurallara dayanır ya da etkin özdenetim düzenlemelerine tâbidir.
19. Finans kuruluşlarının müşterilerine karşı usulsüz ve yolsuz tahsilat veya borç kurtarma uygulamaları kullanmaları yasaktır.

Mahremiyet ve Veri Koruma

20. Kredi sicilleri için, kanun, müşteri bilgilerinin güncellenmesinin kapsamını ve zamanlamasını düzenler ve müşterilere kredi sicillerindeki kredi raporlarına (en azından yılda bir kere) kolay ve serbest erişme olanağını sunar ve kredi raporlarındaki hataların düzeltilmesi için uygun prosedürler getirir.
21. Finans kuruluşlarının müşteri verilerinin gizliliğini ve teknik güvenliğini sağlamaları ve korumaları gerekir. Kanun, müşteri kayıtlarının resmi makam ve otoritelere ifşa edilmesine ilişkin spesifik kurallar ve prosedürler öngörür.
22. Kanun, bilgilerin paylaşımı konusunda, bilgilere erişim ve hataların ve artık geçerliliği kalmamış kişisel bilgilerin düzeltilmesi, blokajı ve silinmesi de dahil belirli tüketici hakları öngörür. Kanun, ayrıca, kredi sicilleri, raporlama kuruluşları ve kredi raporları kullanıcıları da dahil, kredi raporlama sisteminin katılımcıları arasında bilgi paylaşımı için temel kurallar da getirir.
23. Her finans kuruluşu, müşterinin kişisel bilgilerinin kullanılmasına ve paylaşılmasına ilişkin politikalarını müşterilerinin her birine bildirir.
24. Kredi büroları, ilgili devlet otoritesinin (veya devlet-dışı kurumların) gözetimi ve denetimine tâbidirler.

İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları

25. Her finans kuruluşunun, sözlü olarak iletilen şikayetler de dahil müşteri şikayetlerinin çözümlenmesi konusunda açık prosedürleri ve bu amaçla tayin ettiği bir irtibat yetkilisi bulunur. Finans kuruluşları, aldıkları tüm şikayetlerin güncel kayıtlarını da tutarlar ve süre sınırlamalarına uyum, şikayetlerin cevaplandırılması ve müşteri erişimi konuları da dahil dahili ihtilâf çözümleme politikaları ve uygulamaları geliştirirler.
26. Tüketiciler; bir bağımsız finansal ombudsman ya da etkin icra yetkisi bulunan eşdeğeri bir kurum gibi, ihtilâfların çözümlenmesi için kullanılan, maliyeti etkin ve makul olan, etkin ve etkili, saygı duyulan, mesleki kalifikasyonu tam ve yeterli kaynaklarla donatılmış bir mekanizmaya erişim olanağına sahip olmalıdırlar. Finans kuruluşu, kendisini tayin eden otoriteden, sektörden, şikayetin yapıldığı kuruluştan, tüketiciden

ve tüketici derneklerinden bağımsız ve tarafsız davranır. Finansal ombudsmanın veya eşdeğeri kurumun aldığı kararlar, finans kuruluşunu bağlayıcıdır.

27. Davranış kurallarının ihlalleriyle ilgili olanlar da dahil müşteri şikayetleri istatistikleri, ombudsman veya finansal denetim otoritesi tarafından periyodik olarak derlenir ve yayımlanır. Hizmetin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi yolları ve fırsatlarının tespitini kolaylaştırmak için, şikayetler ürün tiplerine göre derlenir.
28. Düzenleyici otoriteler, tüketici korumasına ilişkin faaliyetleri hakkında toplu istatistikler ve analizler yayımlamakla ve sistemik tüketici şikayetlerine kaynaklık eden sorunlardan kaçınmak için gereken mevzuat değişikliklerini veya finansal eğitim tedbirlerini önermekle kanunen yükümlüdürler. Şikayet istatistiklerinin analiz edilmesinde ve sistemik müşteri şikayetlerinin tekrarlanmasına engel olmak amacıyla yönelik tedbirler önerilmesinde sektör dernekleri de bir rol oynarlar.

Teminat ve Tazminat Planları

29. Kanun, düzenleyici otoritenin bir finans kuruluşunun mali açıdan sıkıntıya düşmesi halinde tüketicileri korumak için uygun tedbirler alabileceğini öngörür.
30. Finansal sigorta veya garanti/teminat fonları hakkında bir kanun; sigortacı, sigortalı olan mudi grupları ve sınıfları, sigorta kuvertürünün kapsamı, fona katkıda bulunan(lar), bir tazminat ödemesini tetikleyebilecek olaylar ve tüm sigortalılara tazminat ödemelerinin zamanında yapılmasını sağlayacak mekanizmalar konusunda açıktır.
31. Mudiler, hayat sigortası poliçe sahipleri, menkul kıymetler ve türev enstrümanlar hesap sahipleri ve emeklilik fonu üyeleri, ilgili finans kuruluşunun tasfiyesi sürecinde diğer teminatsız alacaklılardan daha yüksek bir öncelik hakkından istifade ederler.

Finansal Okuryazarlık & Tüketici Yetkilendirme

32. Nüfusun finansal okuryazarlığını artırmak amacıyla, geniş tabanlı bir finansal eğitim ve bilgilendirme programı geliştirilir.
33. Finansal okuryazarlık programının geliştirilmesinde ve uygulanmasında (hükümet, devlet kurumları ve sivil toplum örgütleri de dahil) çok çeşitli örgüt ve kurumlar rol oynarlar. Hükümet, programı geliştirme ve uygulama sürecini yönetmesi ve koordine etmesi için bir bakanı (örneğin, Maliye Bakanı), merkez bankasını veya bir finansal düzenleyici organı tayin eder.
34. Her yaşta tüketicilerin finansal okuryazarlığını geliştirmek amacıyla yönelik inisiyatifler düzenlenir. Bu, finansal hizmetlerde tüketici koruması da dahil, tüketici finansmanına ilişkin sorunların irdelenmesi ve ele alınması konusunda kitle iletişim araçlarının teşvik edilmesini de içerir.
35. Hükümet ve devlet kurumları, tüketicilerin gereksinim ve beklentilerine uygun öneriler geliştirmek amacıyla tüketicilere, sektör derneklerine ve finans kuruluşlarına danışır. Sözleşme öncesi tüketicilerin bilgilendirilmesine ve ihtilâfların

özmlenmesine ilişkin olanlar da dahil, önerilen inisiyatiflerin amaçlarına ulaşmasını sağlamak amacıyla tüketicilerde testi de yaparlar.

36. Tüketicilerin finansal okuryazarlığı ve tüketicilerde yetkilendirme tedbirlerinin etkileri, cari politikaların finans piyasasında istenen etkileri yapıp yapmadıklarını görmek amacıyla zaman zaman tekrarlanan geniş-tabanlı hanehalkı anketleriyle llrlr.

Rekabet

37. Finansal düzenleyici otoriteler ve rekabet otoriteleri birbirlerine danışırlar.
38. Finans hizmetlerinde rekabet politikası, rekabet sorunlarının tüketicilerde refahı üzerindeki etkilerini ve özellikle, planlanan veya mevcut seçim sınırlamalarını ve limitlerini dikkate alır.
39. Rekabet otoriteleri, perakende finans kuruluşları arasındaki rekabet hakkında periyodik değerlendirmeler yapar ve bu değerlendirmelerin sonuçlarını yayımlar ve perakende finans kuruluşları arasında rekabetin nasıl optimize edilebileceği hakkında tavsiyelerde bulunurlar.

FINANSAL TÜKETİCİ KORUMASI İÇİN FINANS SEKTÖRLERİNE GÖRE İYİ UYGULAMALAR

BANKACILIK SEKTÖRÜ:

Herhangi bir ülkenin bankacılık sisteminin gelişmesi için, ticari bankalar ile halk arasında iyi iş ilişkilerinin kurulması yaşamsal öneme sahiptir. Bankalar ile tüketiciler arasında karşılıklı güven ve itimada ihtiyaç vardır. Saydam bir fiyatlamanın bulunmadığı, tüketici bilincinin ve korumasının yetersiz olduğu ya da ihtilâf çözümü mekanizmalarının pahalı veya verimsiz ve etkisiz olduğu durumlarda, bankacılık sistemleri, normalde olandan daha az verimli ve daha az erişilebilir olurlar.

Bankacılık sektörü ve onun içinde faaliyet gösterdiği ortam hakkında tam bir değerlendirme yapılması, aşağıda sayılan uygulamalardan bazılarının belirli bir ülke için anlamlı ve önemli olup olmadığının tespit edilmesinde kritik önemi haizdir. Bu uygulamalar, bankacılık sektöründe iyi bir tüketici koruması uygulamakla ünlü ülkelerde yürürlükte bulunan ve genel kabul gören uygulamalar da dahil olmak üzere çeşitli farklı kaynaklardan derlenmişlerdir. İyi Uygulamalar, ayrıca, mümkün ve uygun olan hallerde, uluslararası İyi Uygulamalar ve standartlardan da yararlanırlar.²⁷ Uygulamaların hem bankacılık sistemleri iyi gelişmiş bulunan hem de bankacılık sistemleri daha az gelişmiş olan ülkelerde kullanılmalarına olanak verecek şekilde formüle edildiklerini de not etmek önemlidir. Bu İyi Uygulamaların faydalı olmalarını sağlamak için, belirli bir ölçüde genellemeler yapılmış ve bir asgari gereksinim yaklaşımı uygulanmıştır. Böylece, ilgili ülke bağlamında uygulamaların anlamlılığı da sağlanırken, sıradan tüketicinin bankacılık sistemine karşı temel hakları da korunmuş olmaktadır.

I. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI:

Tüketici Koruma Rejimi:

Kanun, bankacılık ürünleri ve hizmetleri hakkında açık ve net tüketici koruma kuralları getirmelidir ve tüm bu kuralların tam anlamıyla, objektif, zamanında ve adil uygulanmasını ve icra edilmesini sağlamak için gereken tüm kurumsal düzenlemeler mevcut olmalıdır.

- (a) Spesifik kanun hükümleri, herhangi bir bankacılık ürünü veya hizmetinin tüketicisinin korunması için etkin ve etkili bir rejim yaratmalıdır.
- (b) Bankacılık ürünleri ve hizmetlerine ilişkin tüketici korumasını uygulamak, denetlemek ve icra etmekten ve gereken verileri (sorgular, şikayetler ve ihtilâflar da dahil) toplamak ve analiz etmekten bir genel tüketici kurumu, bir finansal denetim kurumu veya bir uzmanlaşmış finansal tüketici kurumu sorumlu olmalıdır.
- (c) Tayin edilen kurum, görevlerini etkin, etkili ve verimli bir biçimde yürütebilmesi için yeterince fonlanmalıdır.
- (d) Tayin edilen kurum, işini saydamlık, hesap verebilirlik ve dürüstlikle yürütmelidir.

- (e) Tüketici koruması ve finansal sistem düzenleme ve denetimi görevlerini uygulamak, denetlemek ve icra etmekle görevlendirilen çeşitli kurum ve kuruluşlar arasında eşgüdüm ve işbirliği sağlanmalıdır.
- (f) Kanun, bankacılık ürünleri ve hizmetlerine ilişkin tüketici koruması hakkında, gönüllü tüketici örgütleri ve özdenetim örgütleri de dahil özel sektör için de bir rol öngörmeli ya da en azından böyle bir rolü yasaklamamalıdır.

Bankacılıkta tüketici hakları da dahil her türlü yasak hakkının kullanılabilmesinin asli ön koşulu, tüketici korumasının tanınması, uygulanması, denetlenmesi ve icra edilmesi için gerekli yasal temelin oluşturulmasıdır. Benzer şekilde, finans sisteminde tüketici koruma işlevlerinin denetlenmesi ve icra edilmesi, tüketicilerin korunmasını sağlamak için kritik önemi haizdir. Bu bakımdan, bugüne kadar yapılan değerlendirmeler ve dünya çapında ülkelerin deneyimleri, tüketici korumasının denetlenmesi ve icra edilmesi görevine adanmış bir kurum kurmak gerektiği fikrini açıkça desteklemektedirler.

Gönüllü örgütlenmeler oluşturma ve kurma hakkı, pek çok ülkede çok doğal karşılanır. Gönüllü tüketici dernekleri ve özdenetim örgütleri, tüketici koruma rejiminin önemli direkleridir. Onlara meşruiyet kazandırmak ve finansman bulmalarına veya kaynakları toplamalarına olanak sağlamak için, gönüllü tüketici dernekleri ve özdenetim örgütlerinin rolü kanunla tanınmalıdır. Normalde bankacılık-dışı meseleler olarak kabul edilebilecek faaliyetlere katılabilmeleri için bankalara meşruiyet kazandırmak ve onların finansal okuryazarlık ve bağlantılı tüketici koruması hedeflerine yeterli fon ayırmalarına olanak sağlamak için de özel sektörün rolü vurgulanmaktadır.

Bu İyi Uygulamaların geliştirilmesi ve hazırlanması sürecinde uluslararası ve ulusal kılavuzlara bakılmıştır. Bu kılavuzlar arasında, 87/102/EEC sayılı Direktifi iptal ederek yerine geçen 2008/48/EC sayılı Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifi; 1998/6/EC sayılı Tüketicilere Sunulan Ürünlerin Fiyatlarının Gösterilmesi Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında AB Direktifi; 2002/65/EC sayılı Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifi; ABD Kredilendirmede Gerçeğin Beyan Edilmesi ve Tasarruflarda Gerçeğin Beyan Edilmesi Kanunları ve 2000 tarihli BK Finansal Hizmetler ve Piyasalar Kanunu (Finans Hizmetleri Otoritesini kuran Kanun) sayılabilir.²⁸

Bankalar İçin Davranış Kuralları:

- (a) Mümkünse, finansal denetleme kurumu ve tüketici dernekleriyle konsültasyon halinde bankaların tümü veya bankacılık derneği tarafından geliştirilmiş, bankalar için prensiplere-dayanan bir davranış kuralları seti bulunmalıdır. Tüm sektör kuruluşları, yasal kurumların ya da etkin özdenetim kuruluşlarının izledikleri ve denetledikleri bu davranış kurallarına uymalıdır.
- (b) Bir prensiplere-dayanan davranış kuralları seti mevcutsa, bu set, kamuoyuna ilân edilmeli ve yayımlanmalıdır.
- (c) Prensiplere-dayanan davranış kuralları, tüketicilerin cari hesaplarının kolay değiştirilmesini sağlamak ve bankacılık sektöründe bankaların ücretleri, hizmetleri ve

ürünlerinin tanımlanması için ortak bir terminoloji oluşturmak gibi meseleler hakkında bankaların kendilerinin düzenledikleri gönüllü davranış kurallarıyla büyütülmeli ve güçlendirilmelidir.

- (d) Bu gönüllü davranış kurallarının her biri de aynı şekilde kamuoyuna ilân edilmeli ve yayımlanmalıdır.

Dünya çapında pek çok bankacılık derneği veya birliği, hizmetler hakkında ve sektörden beklenebilecek hizmet standartları hakkında kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla davranış kuralları benimser ve uygularlar. Çoğu durumda, dernek veya birlikler, ortalama müşteri açısından anlamlı olmayan büyük laflardan oluşan listeler benimserler; oysa, spesifik ve somut prensiplere dayanan gönüllü davranış kurallarının tüketici koruması üzerinde genellikle olumlu bir etkisi vardır. Bu davranış kuralları, basit bir dille kaleme alınırlar ve ortalama tüketici açısından net ve açık taahhütler içerirler. Bu davranış kuralları, bankaların bunlara uyma konusundaki açık taahhütleriyle birlikte, bankaların web sitelerinde yayımlanmak suretiyle geniş kesimlere iletilmelidirler.

*AB içinde faaliyet gösteren bankacılık dernek veya birliklerinin çoğu, prensiplere dayanan bir bankacılık davranış kuralları seti benimsememiş bulunmaktadır. Bunun sebebi, kredi hizmetleri ve diğer finansal hizmetlere ilişkin AB direktiflerinin İyi Uygulamaları garanti etmek için yeterince detaylı olmaları olabilir. Bununla birlikte, Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda ve Birleşik Krallık gibi pek çok gelişmiş ülke ve ayrıca, Hong Kong olarak bilinen Çin Özel Yönetim Bölgesi ve ek olarak, Güney Afrika gibi bazı orta-gelir düzeyindeki ülkeler bankacılık davranış kuralları benimsemiş ve uygulamaktadırlar. Bu kurallar, prensiplere dayanmaktadır ve bunlara uyulup uyulmadığı, Hong Kong'da düzenleyici otorite tarafından izlenmektedir ya da Güney Afrika ve Avustralya'da ombudsmanın yetki alanı içerisinde.*²⁹

Davranış kuralları genellikle şunlardan oluşurlar:

- Davranış kurallarının hâkim ilkeleri ve hedefleri
- Bankacılık ombudsman planı ve şikayetlerle baş etme mekanizmaları
- İletişim, mahremiyet ve işva konularına ilişkin iyi iş davranışları
- Ürün ve hizmetler
- Çeklerle ilgili sorunlar
- Kredi açılmasına ilişkin sorunlar
- PIN kodları ve şifreler
- Kartlar, sorumluluklar ve üye işyeri kart hizmetleri
- İnternet bankacılığı
- Kambiyo ve döviz hizmetleri gibi başka hizmetler
- Hesap özetleri ve hesap bilgileri

İhtiyatlı ve Basiretli Denetim ile Tüketici Koruması Arasında Dağılım:

Bankacılık ürün ve hizmetleri konusunda bankaların ihtiyatlı ve basiretli denetimi ve tüketici koruması ister tek bir kuruluşun isterse iki kuruluşun sorumluluğunda olsun, kaynakların bu fonksiyonlara dağılımının bunların etkin ve etkili uygulamasını sağlamak için yeterli olması gerekir.

Bir davranış kuralları veya tüketici koruma kuralları setinin gözetimi, genellikle, banka denetçilerinin sorumluluklarının bir parçası olarak görülmemektedir. Merkez bankalarını

veya bankacılık denetim kuruluşlarını düzenleyen kanunlar, normalde, banka denetçisinin bir işlevi veya görevi olarak “tüketici korumasına” ya da “adalet” ve “saydamlık” kavramlarına herhangi bir referansta bulunmamaktadırlar. Bununla birlikte, düzenleyici organlar, tüketici koruma sorunlarını yine de göz ardı etmemelidirler. Bir bankanın uygun veya adil olmayan bir hizmet sunması halinde, bu durum, hem onun itibarını ve ismini lekeler, hem de müşteri sadakati ve güvenine zarar verir. Bu da, yönetimde ve iç kontrollerde zayıflıklara işaret edebilir ve örneğin, yatırım ürünlerinin “kötü-satılması” sonucunda mali zararlar karşılıklı bırakılabilir. Dolayısıyla, bir bankacılık düzenleme otoritesi, bankaların müşterileriyle ilişkilerinde adil ve makul davranmalarını öngören iyi bankacılık uygulamaları standartlarını teşvik etmeli ve desteklemelidir. Bununla birlikte, düzenleyici otoritenin, çizgiyi nereye çekeceğini iyi tespit etmesi ve özellikle, rekabetçi piyasa kuvvetleri kanalıyla işlendiğinde veya mahkemeler kanalıyla çözümlendiğinde en iyi sonuçları veren meselelere müdahale ederken dikkatli davranması gerekir. Bu noktada dengeyi bulmak ve sektör üzerine gereksiz ve aşırı düzenleyici yükler yüklemekten kaçınmak konusunda, bankacılık düzenleyici organ ve otoriteleri bir üçüncü şahsa kıyasla çok sıklıkla daha iyi bir konumdadırlar.

Diğer Kurumsal Düzenlemeler:

- (a) Adli sistem, bir bankacılık ürünü veya hizmetine ilişkin bir tüketici koruma konusu hakkında çıkabilecek ihtilâfların nihai ve kesin çözümünün mali olarak karşılanabilecek düzeyde olmasını, zamanında sonuç almasını ve profesyonel bir tarzda uygulanmasını sağlamalıdır.
- (b) Medya ve tüketici örgütleri de bankacılıkta tüketicinin korunması konusunda aktif bir rol oynamalıdır.

Adaletin son kalesi olarak yargıçlar, etkin ve etkili bir son hakem olmalıdırlar. Bir bankacılık ürünü veya hizmeti hakkında yapılan her türlü tüketici şikayetinde, mahkemelerin maliyet-etkin ve profesyonel bir tarzda ve zamanında kesin ve bağlayıcı karar verebilecek niteliklere sahip oldukları genel olarak kabul edilmelidir.

Medya ve tüketici örgütleri, pek çok ülkede finansal tüketici korumasının geliştirilmesinde aktif bir rol oynamaktadırlar. Mali kuruluşların tüketicilere yönelik kötü davranışlarının medyada yeterince yer bulması, “ismini ifşa etme ve ayıplama” yoluyla tüketici korumasının geliştirilmesinde etkili bir araçtır. Bununla birlikte, gazetecilerin finansal konulara ilişkin bilgileri yeterince ve doğru anlayabilecek ve iletebilecek bir biçimde eğitilmeleri de önemlidir. Çoğu Avrupa ülkesinde, finansal hizmetlere ilişkin sorunlarla uğraşan tüketici örgüt ve dernekleri vardır.³⁰ Hatta, 20/2004/EC sayılı Kararın 7. Maddesinde ifade edildiği gibi, belirli kriterlere uygun olmaları şartıyla, bu tüketici örgüt ve dernekleri AB tarafından mali olarak desteklenebilirler. Ayrıca, AB, Finans Hizmetleri Tüketici Grubu gibi çeşitli danışma organları da kurmuştur ve daimi komitelerinde, AB Üye Devletlerinin her birinden tüketici örgüt ve derneklerinin temsilcileri de yer almaktadır. Bu komitelerden, AB finans hizmetleri politikasının belirlenmesi ve düzenlenmesinde tüketici menfaatlerinin de yeterince dikkate alınmasını sağlamaları özel olarak istenmektedir.

Ruhsatlandırma:

Tüketicilere finans hizmetleri sunan tüm bankacılık kurumları, finansal güvenlik ve sağlamlıklarını temin edebilmek açısından ve finans hizmetlerini etkin bir şekilde verebilmelerini sağlamak için bir ruhsatlandırma sistemine ve bir düzenleyici rejime tâbi tutulmalıdırlar.

Bu iyi uygulama, bankacılık sisteminde tüketici korumasının uygulanabilmesinin temelini ve esaslarını oluşturur (Basel Temel Prensipleri 3'e bakınız). Ruhsatlandırma otoritesi, bu konuda kriterler koyma ve belirlediği standartlara uygun olmayan kuruluşların başvurusunu reddetme yetkilerine sahip olmalıdır. Ruhsatlandırmanın yanı sıra, bankacılık kurumunun faaliyetlerinin ve hizmet sunma tarzının devamlı düzenlenmesi ve denetlenmesi konuları da düzenlenmelidir. Çoğu ülkede, bankacılık hizmetleri temel ve esas olarak görülmektedir ve bundan dolayı, uygun düzenleme ve denetleme uygulamaları ve düzenlemelerinin mevcut olması gerekmektedir.

II. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI:

Müşteriler Hakkında Bilgiler:

- (a) Bir tüketiciye bir tavsiye vermeden önce, banka, o tüketiciye uygun bir ürün veya hizmet sunabilmek için ondan yeterli miktarda bilgi almalı ve bu bilgileri dosyalamalı ve kaydetmelidir.
- (b) Bankanın bir tüketici hakkında topladığı bilgilerin kapsamı ve miktarı:
 - i. o tüketiciye önerilen veya o tüketicinin talep ettiği ürün veya hizmetin niteliğine ve karmaşıklık seviyesine uygun olmalıdır ve
 - ii. o tüketicinin kapasitesine uygun olarak bankanın tüketiciye profesyonel bir hizmet sunabilmesine olanak sağlamalıdır.

Bu, sadece hizmetlerin sunulması için değil, aynı zamanda, Uluslararası Ödemeler Bankası (BIS) tarafından yayımlanmış bulunan Basel Temel Prensipleri 18'e³¹ ve Mali Eylem Görev Gücü'nün (FATF) yayımladığı standartlara uymak için de temel bir koşuldur. FATF, karapara aklamakla ve terörizmin finansmanı ile mücadele etmek amacıyla kurulmuş bir hükümetlerarası organdır. FATF Standartları, Karapara Aklamak Üzerine Kırk Tavsiyeden ve Terörizmin Finansmanına İlişkin Dokuz Özel Tavsiyeden oluşur.³²

Sadece FATF ile ilgili sorunlar için değil çok daha fazlası için doğru ve güvenilir müşteri kimlik tespiti önemlidir ve bu konu, ulusal kimlik kartlarının henüz çıkartılmadığı düşük-gelirli ülkeler için özel bir sorun teşkil edebilir. Örneğin, Hindistan ve Malawi'de bazı bankalar, müşterileri tanımlamak ve onların kimliklerini tespit etmek için biyometrik ölçütler kullanırlar. Cep telefonuyla yapılan bankacılık işlemleri konusunda, güvenilir müşteri kimlik tespitine ilişkin kendi kurallarını yaratırlar.

Uygun Fiyatlılık:

- (a) Bir banka bir tüketiciye bir ürün veya hizmetle ilgili bir tavsiyede bulunursa, bankanın o tüketiciye sunduğu ürün veya hizmetin tüketicinin gereksinimlerine uyumlu ve uygun olması gerekir.
- (b) Tüketicie kendi gereksinim ve isteklerini karşılayabilmek için içlerinden seçim yapmak üzere bir dizi seçeneğin sunulması gerekir.
- (c) Tüketicinin en uygun ve en ekonomik ürünü veya hizmeti seçebilmesine olanak sağlamak için, tüketiciye ürün veya hizmet hakkında yeterli bilgi verilmelidir.
- (d) Tüketicinin üstlendiği borç tutarını önemli oranda artıran yeni bir kredi ürünü veya hizmeti sunulduğunda, tüketicinin kredi değerliliği usulüne uygun bir biçimde değerlendirilmelidir.

Bu iyi uygulamanın amacı, tüketicinin aşırı borçlanmasını engellemek ve tüketicilere mali ihtiyaçları hakkında uygun kararlar almaları konusunda yardımcı olmaktır. Tüketici koruma örgütleri ve idarelerinin finansal hizmet sağlayıcılardan müşterilerine adil ve eşit davranmalarını sık sık talep ettikleri ve tüketicilerin aldıkları kredileri karşılayabilecek ve geri ödeyebilecek güce sahip olduklarından emin olmaya çalıştıkları ve eğer bu güce sahip değillerse, tüketicilerin kendi kredi kuruluşlarıyla ya da bir bağımsız serbest danışma organıyla derhal irtibat kurmalarını sağladıkları bilinmektedir.³³ Tüketici Sözleşmelerinde Adil Olmayan Koşullar Hakkında AB Direktifi 1993/13/EEC ve Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifi 2008/48/EC, bu İyi Uygulama hakkında yol gösterici bilgi vermektedir.

Özellikle düşük-gelirli ülkelerde, uygun fiyatlılık konusu, tüketicinin aşırı borçlanmasına ilişkin kaygı ve endişelerle bağlantılı olarak da çıkabilir. Bazı ülkelerde, mikrofinans kurumları gibi kredi kuruluşlarının borçlulara diğer mevcut borçları hakkında soru sormaları gerekmez – ya da bu borçlar kredi büro sistemi nezdinde kayıtlı olmayabilir. Sonuçta, aşırı borçlanan ve bir krediyi geri ödemek için başka bir kredi alan tüketiciler ortaya çıkabilir. Peru'da, düzenleyici otorite, tüketicilerin kredi kartlarına veya diğer kredi tiplerine kolay erişerek aşırı borçlanmalarını sağlamak amacıyla 6941/2008 sayılı Yönetmeliği (perakende borçluların aşırı borçlanması riskinin idaresi için uygulanan kurallar) çıkartmış bulunmaktadır.

Sakin Kafayla Düşünme Dönemi:

- (a) Uzun-vadeli bir tasarruf bileşeni içeren finansal ürün veya hizmetler ya da yüksek-basınçlı satış sözleşmelerine tâbi ürün veya hizmetler için, (tüketici bu hakkından önceden ve alenen feragat etmiş bulunmadıkça) bir banka, tüketiciye, banka ile o tüketici arasında herhangi bir sözleşmenin imzalanmasının hemen ardından başlayan makul bir süreyi (en azından 3-5 iş günü) kapsayan bir sakin kafayla düşünme dönemi vermelidir.
- (b) Bu sakin kafayla düşünme dönemi içerisinde bankaya yazılı bir ihbarla, tüketicinin ne olursa olsun herhangi bir ceza ödemek zorunda kalmaksızın sözleşmeyi iptal etmesine ya da hükümsüz ve geçersiz saymasına olanak tanınmalıdır.

Bu önemli koruyucu tedbir, bir kişinin bir akdi düzenlemeden cezaya maruz kalmadan caymasına ve çekilmesine olanak sağlamaktadır. Bu, özellikle, uzun-vadeli bir tasarruf bileşeni içeren finansal ürün veya hizmetler için – ya da yüksek-basınçlı satış uygulamalarına tâbi olan ürün veya hizmetler için önemlidir. Borçlular, görünüşte çekici olan koşullar veya getiriler sunan bankalarıyla, başka herhangi bir piyasa araştırması yapmaksızın aceleyle finansal düzenlemelere girme eğilimi gösterirler. Bu, özellikle, hizmet ve ürünlerin hüküm ve koşullarına kolaylıkla ulaşılabilen ya da bu koşulları karşılaştırmanın kolay olmadığı ülkelerde ciddi sorunlara yol açabilir. Bu sebeple, sakın kafayla düşünme dönemi, mallar için uygulanan “hiç-soru-sormadan” iade politikasına benzer bir koruma tedbiri sağlar. Bununla birlikte, piyasa riski içeren bankacılık ürün ve hizmetlerinde, sakın kafayla düşünme dönemi içerisinde sözleşmesini iptal eden bir tüketicinin işlem ücretlerini bankaya ödemesi ve tazmin etmesi zorunlu tutulmalıdır. Çeşitli AB Üye Devletlerinde uygulanan sakın kafayla düşünme dönemlerinin bir tanımı için, tüketici kredilerine ilişkin 87/102/EEC sayılı Direktifin değiştirilmesine dair AB Tartışma Raporuna bakınız.³⁴

Sözleşmelerde Bağlayıcı Şartlar ve Paket Satışlar:

- (a)** Bankalar, ürün ve hizmetlerini zorunlu paketler halinde sunmaktan ve sözleşmelere tüketicilerin seçim haklarını kısıtlayan bağlayıcı şartlar koymaktan mümkün olduğu kadar kaçınılmalıdır.
- (b)** Özellikle, bir bankanın borçluyu bankadan kredi almanın bir ön koşulu olarak bir sigorta poliçesi de dahil herhangi bir başka ürün satın almaya mecbur tuttuğu durumlarda, borçlunun o ürünü kimden temin edeceğini seçmekte serbest olması ve bunun borçluya açıkça bildirilmesi gerekir.

İki veya daha fazla ürünün bir paket içerisinde birlikte satıldığı ve bu ürünlerin en az birinin ayrıca ve bağımsız satılmadığı durumlarda sözleşmeye bağlayıcı şart konulmuş demektir. Piyasa araştırmaları, AB Üye Devletlerinin çoğunda, bankaların çoğunluğunun bir cari hesabı ipoteklere, kişisel kredilere ve KOBİ kredilerine bağladıklarını göstermektedir.³⁵ Perakende bankacılıkta ürünlerin birbirine bağlanarak satılması rekabeti zayıflatabilir. Birincisi, ürünlerin birbirine bağlanarak satılması maliyetleri yükseltir ve dolayısıyla, müşteri mobilitasını azaltma ihtimali vardır. İkincisi, ürünlerin birbirine bağlanarak satılması, müşterileri aynı bankadan birden fazla ürün satın almak zorunda bırakarak, yeni oyuncuların piyasaya girmesini ve daha küçük oyuncuların büyümesini caydırıcı etki yapabilir. Üçüncüsü, ürünlerin birbirine bağlanarak satılması, işleme ek ve belki de gereksiz yeni ürünler sokarak, fiyat saydamlığını ve hizmet sağlayıcılar arasında karşılaştırılabilirliği azaltır. Belirli bir Üye Devlette bir veya daha fazla ticari işletmenin ürünleri birbirine bağlayarak satması, bu işletmelerin piyasada hâkim konumda oldukları ülkelerde, Avrupa Topluluğunu kuran Antlaşmanın (AB Antlaşması) 102. Maddesi tahtında piyasa hâkimiyetinin ayrımcı ve dışlayıcı bir suiistimalini oluşturabilir.

Ürünlerin her biri piyasadan ayrı ayrı satın alınabilecek olmasına rağmen, iki veya daha fazla ürünün bir paket halinde satılması durumlarında ise paket satış yapılmış demektir. Firmalar, ürünlerini çeşitli farklı sebeplerle paket halinde satışa arz ederler (kapsam ekonomisi, fiyat ayrımcılığı, talep yönetimi ya da piyasa gücünün başka piyasa kesimlerine de yayılması gibi sebepler). Paket satış yapmak, kendiliğinden ve doğrudan doğruya rekabete aykırı bir uygulama değildir ve tüketici üzerinde olumlu etkileri bile olabilir (paket halinde sunulan ürün ve hizmetlerin toplam fiyatı paket halinde satılmadıklarında aynı ürün ve hizmetlerin toplam fiyatından daha düşük ise ve ürünlerin kullanım kolaylığı artmışsa).

Bununla birlikte, paket satış yapmanın fiyat karşılaştırmalarını olanaksız hale getirme ve bu yolla rekabeti engelleme potansiyeli de vardır. Ayrıca, tüketiciler aslında hiç ihtiyaçları olmayan ürün ve hizmetleri kabul etmeye zorlanabilirler ve böylece, paket halinde sunulan ürün veya hizmetlerin sürdürülmesi için ücret ödemeleri ve başka maliyetler üstlenmeleri de gerekebilir.

Hakların Korunması:

İlgili cari mevzuatın buna izin verdiği durumlar haricinde, tüketiciye yönelik bir bildirim, rapor veya sözleşmede, bir banka:

- i.** herhangi bir finansal hizmet veya ürün sunarken tüketiciye karşı gereken özen ve dikkati gösterme ve işin gerektirdiği beceriyi tüketiciye sunma görevlerini ya da
- ii.** bankanın tüketicilere finansal hizmet veya ürünler sunarken gereken özen ve dikkati gösterme ve işin gerektirdiği beceriyi sunma görevini yerine getirmemesinden doğan sorumluluklarını

hariç tutmamalı veya kısıtlamamalı ya da hariç tutmaya veya kısıtlamaya çalışmamalıdır.

Bu iyi uygulama, müşterilere adil ve dürüst davranma yükümlülüğüyle ve tüketicilerin mahremiyet ve veri koruma haklarıyla ilgilidir. Bu standart, tüketicilerin haklarını azaltabilecek veya haklarına hanel getirebilecek sözleşme maddelerini kabul etmeye zorlanamamalarını gerektirir. Bu, Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzlarının Hesap Verebilirlik Prensibinde (Paragraf 14) ve APEC Mahremiyet Çerçevesinin Hesap Verebilirlik Prensibi IX'da yansımaktadır ve veri kontrolörünün OECD ve APEC Kılavuzlarında öngörülen tedbirlere uymakla yükümlü olması gerektiğini belirtmektedir.

Adil Olmayan İşletmeden-Tüketiciye Ticari Uygulamalar Hakkında AB Direktifi, bir ticari uygulamanın mesleki özen ve dikkat koşullarına aykırı olması halinde adaletsiz ve haksız sayılacağını öngörmektedir (Madde 5). Direktif, bir ticari uygulamanın ortalama tüketicinin bir karar alabilmek için gereksinim duyduğu önemli bilgileri vermemesi ve içermemesi halinde yanıtıcı sayılacağını da öngörmektedir. Direktifte tanımlanan çeşitli önemli bilgi tiplerinden biri de “mesleki özen ve dikkat koşullarından farklı iseler, ödemeler, teslimat, performans ve şikayet çözümüleme politikasına ilişkin düzenlemelerdir” (Madde 7).

Düzenlenmiş Statüsünün Açıklanması Gereği:

İster basılı, ister televizyon, ister radyo, isterse başka yöntemlerle yapsın tüm reklamlarında, bir banka, kendisinin düzenlenmiş bir kuruluş olduğunu açıklamalı ve düzenleyici otoritenin ismini ve irtibat detaylarını vermelidir.

Bu, sorumlu ve adil reklam uygulamalarına da uygundur. Tüketici, reklamcının ileri sürdüğü iddiaları kontrol edebilecek durumda olmalıdır. Örneğin, 2000 tarihli Birleşik Krallık Finansal Hizmetler ve Piyasalar Kanunu'na ve 1974 tarihli Birleşik Krallık Tüketici Kredileri Kanunu'na bakınız.

Şart ve Koşullar:

- (a) Bir tüketici bir bankada mevduat hesabı, cari hesap (çek hesabı) veya kredi hesabı açmadan önce, banka, tüketiciye, hem genel şart ve koşullarının hem de açılacak hesaba uygulanacak özel şart ve koşulların hepsinin yazılı birer kopyasını vermelidir. Toplu olarak, bu Şart ve Koşullar şunları içermelidir:
- i. bankanın genel ücretlerinin detaylarına ilişkin bir açıklama;
 - ii. bankanın şikayet prosedürlerinin bir özeti;
 - iii. bankacılık ombudsmanlığının veya eşdeğeri bir kuruluşun var olup olmadığı hakkında bir beyan ve onun proses ve prosedürleri hakkında temel bilgiler;
 - iv. bankanın üyesi olduğu ücret planları ve programları hakkında bilgi;
 - v. tüketicinin temerrüde düşmesi halinde bankanın alabileceği tedbirler ve başvurabileceği kanun yolları hakkında bilgi;
 - vi. yukarıda A.2 paragrafında atıf yapılan, prensiplere dayanan davranış kuralları (varsa);
 - vii. tüketicinin ödediği veya tüketiciden alınan faiz oranlarının ve tüketiciye sunulan ürünle ilgili faiz-dışı ücret veya komisyonların hesaplama yöntemleri hakkında bilgi;
 - viii. tüketicinin ödeyeceği hizmet ücretleri; tüketicinin hesap transferleri üzerine getirilen kısıtlamalar (varsa) ve bir hesabı kapatma prosedürleri ve
 - ix. genel olarak yetkisiz işlemlerde ve özellikle kartların çalınması halinde tüketicinin uygulaması gereken raporlama / bildirim prosedürleri hakkında ve bu durumlarda bankanın sorumlulukları hakkında net ve açık kurallar.
- (b) Şart ve Koşullar, düzgün bir dille ve okuyucunun metni anlamasını kolaylaştıran bir harf büyüklüğüyle ve harf aralığıyla yazılmalıdır.

Bu İyi Uygulamanın temelini oluşturan, Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifi 2008/48/EC; Tüketici Kredileri Hakkında AB Direktifi 87/102/EEC; İç Pazarda Adil Olmayan İşletmeden-Tüketiciye Ticari Uygulamalar Hakkında AB Direktifi 2005/29/EC; Yanıltıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında AB Direktifi 2006/114/EEC; Finansal Tüketici Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifi 2002/65/EC; Uzaktan Sözleşmeler Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında AB Direktifi 1997/7/EEC ve ABD Kredilendirmede Doğruluk Kanunu (TILA) ve Tasarruflarda Doğruluk Kanunu da dahil çeşitli farklı uluslararası kılavuzlar vardır.

TILA'nın amacı, kredilerin koşulları hakkında açıklamalar yapılmasını şart koşarak ve borçlanmayla bağlantılı maliyetlerin hesaplanma ve açıklanma tarzını standardize ederek tüketici kredilerinin bilgili ve bilinçli kullanılmasını teşvik etmektir. TILA, ABD tüketicilerine, bir tüketicinin aile konutuna ipotek konulan belirli kredi işlemlerini iptal etme hakkını verir;

belirli kredi kartı uygulamalarını düzenler ve kredi faturalama ihtilâflarının zamanında ve adil bir biçimde çözümlenmesi için bir mekanizma oluşturur.

ABD Tasarruflarda Doğruluk Kanunu, tüketicinin potansiyel hesaplar arasında anlamlı bir karşılaştırma yapabilmesine olanak sağlamak için, bir tasarruf hesabıyla bağlantılı faiz oranının (yıllık faiz getirisi veya APY) ve ücretlerin düzenli, açık ve net bir biçimde açıklanmasını öngörür. Örneğin, bir mevduat sertifikası hesabı açan bir müşteriye, fonların bir kısmının veya tamamının erken çekilmesi halinde uygulanacak cezalar hakkında ve basamak oranlar (daha küçük mevduatlarda daha küçük faiz oranları) hakkında bilgi verilmelidir.

Önemli Gerçekler Beyanı:

- (a) Bir bankanın, hesapları, kredi tipleri veya diğer ürün veya hizmetlerinin her birine ilişkin Önemli Gerçekler Beyanı gibi bir özet beyanı bulunmalı ve bu beyanını müşterilerine ve potansiyel müşterilerine sunmalıdır.
- (b) Özet beyan, düzgün bir dille kaleme alınmalı ve spesifik bankacılık ürün veya hizmetinin temel şart ve koşullarını bir veya iki sayfada özetlemelidir.
- (c) Bir tüketici bankada herhangi bir hesap açmadan veya bankayla bir kredi sözleşmesi imzalamadan önce, tüketici, bankaya, ilgili özet beyanı bankadan aldığına, okuduğuna ve anladığına ilişkin imzalı bir beyanda bulunmalıdır.
- (d) Bankacılık sektöründe kullanılan özet beyanlar, tüketicilerin bir dizi bankanın onlara sunduğu ürünleri kolayca karşılaştırmalarına imkan sağlayacak bir biçimde ve dille yazılmalıdır.

Önemli Gerçekler Beyanı gibi bir özet beyan, tüketicilere, bir bankacılık ürünü veya hizmetinin temel akdi bilgilerini basit ve standart bir dille açıklamak suretiyle tüketicilerin o ürünü veya hizmeti daha iyi anlamalarına katkıda bulunur. Önemli Gerçekler Beyanı, tüketicilerin bir bankacılık ürünü veya hizmetini satın almadan önce farklı bankaların sunduğu tekliflere kolaylıkla karşılaştırmalarına da olanak sağlar. Bu beyanlar, ilgili finansal ürün veya hizmetin ömrü boyunca gerektiğinde başvurulabilecek faydalı bir özet referans da sunarlar. Kredi ürünleri için, Önemli Gerçekler Beyanları, tüketicileri temel hakları, kredi raporlama sistemleri ve ihtilâflara ilişkin mevcut olasılıklar hakkında bilgilendirmenin etkin ve etkili bir yolunu da oluştururlar. Bu, deneyimsiz yeni finansal tüketicilerin bulunduğu ülkelerde özel bir öneme sahiptir.

Çeşitli farklı ülkeler, Önemli Gerçekler Beyanları için formatlar belirlemişlerdir. İngiltere’de, FSA (Finans Hizmetleri Otoritesi), ipotekli konut kredisi de dahil konut kredisi ürünlerine uygulanan ilk açıklama dokümanları (veya IDD’ler) formunda zorunlu önemli gerçekler beyanları geliştirmiştir. IDD’ler, bir İpotek: İş Davranışları (MCOB) yönetmeliğiyle desteklenmektedir. Bu yönetmelik, ön-açıklama ve arz dokümanlarının lafzına ve metnine ilişkin tavsiyeler de vermektedir. Avrupa Birliği’nde, Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında Direktif (2008/48/EC), Standart Avrupa Tüketici Kredisi Bilgilendirme (SECCI) formu olarak adlandırılan bir format tavsiyesi de içermektedir. Ayrıca, Avrupa Tüketici Dernekleri ve Avrupa Kredi Sektörü Dernekleri de, konut kredileri hakkında sözleşme-öncesi bilgilendirme için bir format tavsiyesi veren Avrupa Standart Bilgi Föyünü (ESIS) geliştirmiş bulunmaktadırlar. ABD’de, Kredilendirmede Doğruluk Kanunu (Ek G-10), kredi kartları için

“Schumer Kutusu” modelleri içermektedir.³⁶ Peru, benzer önemli-gerçekler-beyanı prensiplerini uygulayarak “Hoja Resumen”i (Özet Föy)³⁷, Gana ise aynı prensipleri izleyerek “Sözleşme-Öncesi Kredilendirmede Doğruluk Açıklama Beyanı”ni³⁸ geliştirmişlerdir.

Bazı ülkelerde, tüketicilere temel bilgileri yerel halkın yaygın kullandığı bir dilde verme ihtiyacı özellikle ön plana çıkmaktadır. Örneğin, Güney Afrika’da en büyük bankalardan biri, tüketici bilgilerini ATM’lerinde ülkenin 11 resmi dilinden altısında vermektedir – fakat ülkede konuşulan en yaygın üçüncü dil olan Afrikaan dilinde vermemektedir.³⁹ Benzer şekilde, Bolivya’nın Andean Bölgesinde, Kolombiya’da, Ekvator’da ve Peru’da, pek çok insanın kullandığı dil – İspanyolca değil – Quechua dilidir. Aynı şekilde, Malawi’de, nüfusun çoğunluğu Chichewa dilini konuşmasına rağmen, bankacılık sektöründe İngilizce dışında bir dilde verilen yazılı bilgi sayısı çok azdır.

Zorunlu açıklama beyanlarının tüketiciler tarafından anlaşılıp anlaşılmadığını test etmek de faydalı olabilir. ABD’de, Federal Merkez Bankası, kolay anlaşılabilir bir format geliştirmek için kredi kartı hakkında açıklanan bilgiler üzerinde kapsamlı tüketici testleri yapmıştır.⁴⁰

Reklam ve Satış Materyalleri:

- (a) Bankalar, kullandıkları reklam ve satış materyalleri ve prosedürlerinin tüketicileri yanıltmamasını sağlamalıdır.
- (b) Bankaların tüm reklam ve satış materyalleri, genel olarak herkesin kolay okuyabileceği ve anlayabileceği bir dilde olmalıdır.
- (c) Bankalar, reklam ve satış materyallerinde yaptıkları tüm açıklama ve beyanlardan kanunen sorumlu tutulmalıdırlar (yani, yanlış veya yanıltıcı beyanlarda bulunmaları halinde kanunlar tahtında belirli cezalara tâbi olmalıdırlar).

İfşa ve satış uygulamaları konusunda, temel politika sorunlarından biri de yanıltıcı ve karşılaştırmalı reklamlarla ilgilidir. Avrupa’daki çeşitli direktifler, kamuya yönelik beyan ve açıklamalarının içeriği konusunda mali kurumları sorumlu tutmaktadır. Bu direktifler arasında Finansal Hizmetlerin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifi 2002/65/EC, Yanıltıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında AB Direktifi 2006/114/EEC ve Adil Olmayan Ticari Uygulamalar Direktifi 2005/29/EEC sayılabilir.

Pek çok gelişmiş ve orta-gelir düzeyinde ülkelerde, bankalar, menkul kıymetler yatırım fonu ve kredi kartları gibi ürünlerini pazarlamak için giderek artan bir biçimde acenteler kullanılmaktadır. Bu tanıtım ve pazarlama çalışmaları banka ofislerinin dışında – örneğin süpermarketlerde ve fuarlarda yürütülmektedir. Bu nedenle, bankaların kendi acentelerinin eylemlerinden sorumlu tutulmasını sağlamak kritik öneme sahiptir.

Üçüncü Şahıs Garantileri:

Bir banka; böyle bir garantiyi vermiş bulunan bir üçüncü şahıs ile banka arasında kanunen icrası kabil bir anlaşma bulunmadıkça, mevduatlar üzerinden ödenecek fiili veya gelecek mevduat veya faiz oranlarını garantili veya kısmen garantili olarak tanıtmamalı ve bu yönde reklam yapmamalıdır. Böyle bir garanti anlaşmasının mevcut olması halinde, reklamda:

- i. garantinin kapsamı;

- ii. garantiyi veren tarafın ismi ve irtibat detayları ve
- iii. garantiyi veren tarafın banka ile herhangi bir şekilde bağlantılı olması halinde, bu ilişkinin kesin ve tam niteliği

açıklanmalıdır.

Yatırım “getirileri” ve “geri dönüşleri” konusunda, “garanti” kelimesi ikna edici bir unsur ve etken olabilir. Bununla birlikte, bu kavramların gevşek bir şekilde kullanılmasına yönelik bir eğilim de vardır. Ayrıca, bir garantinin somut koşullarını tam anlamıyla anlamak, bir ortalama müşteri için zor da olabilir. Bu nedenle, reklamlar, üçüncü şahıs garantisine ilişkin koşulların tüketicilerin garantinin faydası ve anlamlılığı konusunda bilgiye dayanan bir karar alabilmelerini sağlayacak şekilde açık ve net olarak kamuya açıklanmasını sağlamalıdır.

Mesleki Yetkinlik:

- a) Gerçekleri bir tüketiciye yanlış aksettirmekten kaçınmak için, doğrudan doğruya tüketicilerle iş yapan ya da banka reklamlarını (ya da bankanın dışarıya dağıttığı başka materyallerini) hazırlayan ya da bankanın hizmet veya ürünlerini pazarlayan bir banka personeli, hem kendi işleriyle ilişkili kanunları, düzenleyici kuralları ve davranış kurallarını hem de sattığı veya tanıtımını yaptığı banka ürünleri veya hizmetlerinin detaylarını yakından tanımalı ve bilmelidir.
- b) Bankacılık sektörünün düzenleyici otoriteleri ve dernekleri, (i) doğrudan doğruya tüketicilerle iş yapan, (ii) banka için Önemli Gerçekler Beyanlarını veya reklamları hazırlayan ya da (iii) bankanın hizmet ve ürünlerini pazarlayan banka personeli için asgari yetkinlik koşulları ve kalifikasyonları belirlemek, düzenlemek ve yönetmek konusunda işbirliği yapmalıdırlar.

Mesleki tanıtım ve sunum standardı, sadece ilgili ürün veya hizmete değil, aynı zamanda bu ürün veya hizmeti sunan kişinin bilgi düzeyine ve teknik know-how düzeyine bağlıdır. Finansal ürünler giderek artan bir biçimde karmaşıklaşmaktadır; ürünlerin pek çok özellikleri birbiriyle örtüşmektedir ve bankacılık ürünleri ile bankacılık-dışı ürünler arasındaki bağ ve ayrımlar artık o kadar net değildir. Bu nedenle, tüketicilerin karmaşık bir ürün bir yana herhangi bir ürünü bile satın almadan önce tam olarak anlamaları önemlidir. Normalde, bankacılık sektörünün ürün ve hizmetleri tüketicilere tanıtan ve sunan personelinin ürün ve hizmetler hakkında tam bilgili olmalarını ve nüansları tüketiciye anlatabilmelerini sağlamaları beklenmektedir. Çoğu durumda, bankacılık sektörü, yetkinlik standartlarını sertifika programlarıyla ve sertifikasyon prosesleriyle belirler.

III. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR:

Hesap Özetleri:

- (a) Bir banka, müşterisinden önceden aksini belirten bir imzalı yetkilendirme beyanı almadıkça, müşteri adına tuttuğu ve işlettiği her hesap için aylık hesap özetleri çıkartmalı ve bu hesap özetlerini müşterisine ücretsiz göndermelidir.

- (b) Bu hesap özetlerinin her biri: (i) hesap özetine konu olan dönem içerisinde hesapla ilgili yapılan işlemlerin tümünü göstermeli ve (ii) hesap özetinin kapsadığı dönem içerisinde hesaba uygulanan faiz oran(lar)ının detaylarını vermelidir.
- (c) Her kredi kartı hesap özeti, yapılması gereken asgari ödeme tutarını ve kart sahibinin sadece bu gereken asgari ödemeyi yapması halinde tahakkuk ettirilecek olan toplam faiz maliyetini göstermelidir.
- (d) Her ipotek hesabı veya başka kredi hesabı özeti, hesap özetinin kapsadığı dönem içerisinde ödenen meblağı, bu ödemedен sonra kalan toplam bakiye borç tutarını, yapılan ödemenin hangi oranda anapara borcuna ve hangi oranda faizlere sayıldığını ve duruma göre, o güne kadar tahakkuk eden vergileri açıkça göstermelidir.
- (e) Bir banka, müşterinin herhangi bir hesabının uzun süreler boyunca hareketsiz kalması halinde bu durumu müşterisine bildirmeli ve hesaptaki fonların talep edilmeyen para sayılacak olması halinde müşterisine makul bir süre önceden bir nihai yazılı ihtarname göndermelidir.
- (f) Bir müşterinin hesap özetlerinin elektronik ortamda gönderilmesini kabul etmesi halinde, bu hesap özetleri, okunması ve anlaşılması kolay bir formatta olmalıdır.

Bir bankanın hesap özetleri, müşteri açısından, yapılan işlemlerin en geçerli kayıt ve kanıtları olarak kabul edilebilir. Bu nedenle, hesap özetlerinin net ve açık olması ve başka bir açıklama gerektirmemesi gerekir. Hesap özetleri, müşterinin hesap özetindeki "rakamların" finansal sonuçlarını kavramasına ve hesap özetine dayanarak gereken işlemi yapmasına imkan sağlamalıdır. Bu; finansal ücretler, ceza faizleri ve ciddi temerrüt sonuçları veya ödemede gecikme sonuçları yaratma ihtimali bulunan kredi kartı hesap özetlerinde ve kredi hesaplarının özetlerinde özellikle önemlidir.

Bankalar, aylık hesap özetleri vermekle yükümlü tutulmalıdırlar. Bununla birlikte, internet ve telefon bankacılığına erişimi bulunan bazı müşteriler, hesap özetlerinin üçer aylık dönemlerde gönderilmesini tercih edebilirler. Bu seçim, müşterilere bırakılmalıdır. Müşterinin elektronik hesap özetlerini seçmesi halinde de, bu hesap özetlerine erişim olanağı ve hesap özetlerinin formatı ve detayları basılı ortamdaki hesap özetlerinin tam ve eksiksiz bir ikamesi olmalıdır.

Faiz Oranlarında ve Faiz Dışı Ücretlerde Meydana Gelen Değişikliklerin Bildirilmesi:

- (a) Bir banka:
 - i. müşterinin herhangi bir hesabı üzerinden ödenecek veya tahsil edilecek faiz oranlarındaki bir değişikliği müşterisine mümkün en kısa zamanda ve yazılı olarak bildirmeli ve
 - ii. müşterinin herhangi bir hesabı üzerinden alınacak faiz-dışı ücretlerdeki bir değişikliği ise müşterisine bu değişikliğin yürürlüğe gireceği tarihten makul bir süre önce yazılı olarak bildirmelidir.

- (b) Gözden geçirilen ve değiştirilen koşullar müşteri açısından kabul edilemez nitelikte ise, müşteri, bu hakkını makul bir süre içerisinde kullanmak şartıyla, sözleşmeden ceza ödemeksizin ayrılma ve cayma hakkına sahip olmalıdır.
- (c) Banka, yukarıdaki (a) bendi uyarınca müşteriye bir değişiklik ihbarı gönderdiği her seferinde müşteriyi yukarıda bahsi geçen hakkı konusunda da bilgilendirmelidir.

Pek çok ülkede bankalar, mevcut sözleşmeye bağlı olarak, en az 1 ilâ 3 ay önceden bir ihbar gönderirler. Çoğu ülkede, bankalar, teklif dokümanlarında ve kredi sözleşmelerinde, faiz oranının sabit mi yoksa değişken mi olduğunu bildirirler ve faiz oranının LIBOR, vb. gibi geniş bir alana yayımlanan bir günlük referans oranıyla bağlantılı olup olmadığını açıklarlar. Bu durumda, faiz oranlarında bir değişiklik olması halinde gönderilmesi gereken ihbarın asgari süresi önceden kararlaştırılmış olmalıdır. Bu nedenle, sözleşmede öngörülen ihbar sürelerine uygun yapılmayan faiz oranı artışları geçersizdir ve tüketiciyi bağlamaz. Davranış kuralları bu koşulu da içermelidir. Bir tüketicinin sözleşmeden çıkma ve cayma hakkı, BM Tüketiciyi Koruma Kılavuzlarının 17 ve 19. Kılavuzlarından alınmıştır.

Müşteri Kayıtları:

- (a) Bir banka, her müşterisi hakkında aşağıdaki bilgileri içeren güncel kayıtlar tutmalıdır:
- i. müşterinin kimliğini tayin etmek ve müşteri profilini vermek için gereken tüm dokümanların birer sureti;
 - ii. müşterinin adresi, telefon numarası ve diğer müşteri irtibat detaylarının tümü;
 - iii. herhangi bir kanuna veya yönetmeliğe veya davranış kurallarına uygun olarak müşteri hakkında hazırlanmış bulunan bilgi veya belgeler;
 - iv. bankanın müşteriye sunduğu tüm ürün ve hizmetlerin detayları;
 - v. müşterinin bankaya ve bankanın müşteriye gönderdiği yazışmaların birer sureti ve müşteriye teklif edilen veya sağlanan ürün veya hizmetler hakkında müşteriye verilen diğer bilgilerin detayları;
 - vi. müşterinin doldurduğu, imzaladığı ve bankaya ibraz ettiği tüm dokümanlar, formlar ve müracaatlar;
 - vii. müşterinin bankadan bir ürün veya hizmet alabilmek amacıyla yaptığı bir başvuruya destek olmak üzere ibraz ettiği tüm orijinal dokümanların birer sureti ve
 - viii. müşteriye ilişkin diğer önemli bilgiler.
- (b) Tüm bu kayıtların tutulmasına izin verilen asgari süre bir kanun veya yönetmelikte belirtilmeli ve bu süre boyunca, müşterinin tüm bu kayıtlara ücretsiz veya makul bir ücret karşılığında erişmesine olanak sağlanmalıdır.

Pek çok ülkede yukarıdaki ilke ve kurallar varsayımsal olarak mevcut olmasına rağmen, tam gelişmemiş ve olgunlaşmamış bankacılık sistemleri, genelde, müşteriler ve onların işlemleri hakkında tam ve kapsamlı bilgiler tutmamakta ve saklamamaktadır. Yukarıdaki liste kuralcı ve buyurucu bir liste gibi gözükebilir, fakat müşterilerin korunabilmesi için yeterli miktarda bilginin tutulmasını sağlamak amacıyla bu listenin içeriği asgari koşul olarak algılanmalı ve kabul edilmelidir. Daha fazla bilgi almak için, Faiz Oranlarında ve Faiz Dışı Ücretlerde Meydana Gelen Değişikliklerin Bildirilmesi hakkında notlara bakınız.

Kağıt Çekler ve Elektronik Çekler:

- (a) Kanunlar ve davranış kuralları; kağıt çeklerin keşide edilmesi ve ödenmesi konusunda, diğerlerinin yanı sıra aşağıdaki konulara ilişkin kuralları da içeren net ve açık kurallar öngörmelidir:
- i. yeterli para bulunmayan bir hesabın üzerine keşide edilen çekler;
 - ii. bir karşılıksız çek keşide etmenin sonuçları;
 - iii. ödenen bir çekin karşılığının müşterinin hesabına alacak kaydedilmesi gereken süre;
 - iv. bir müşterinin bir çekin ödenmesini durdurması veya iptal etmesi prosedürleri;
 - v. bir bankanın çeklerin keşidesi ve ödenmesi karşılığında alabileceği ücretler;
 - vi. çek sahtekârlıkları halinde tarafların sorumlulukları ve
 - vii. hataların giderilmesi ve çözümlenmesi.
- (b) Bir müşteriye, bir çek hesabı açtığı anda, karşılıksız kağıt çek keşide etmenin sonuçları hakkında yeterince bilgi verilmelidir.
- (c) Bir banka, müşterisine, hem elektronik çekler hem de bunları kullanmanın maliyeti hakkında net, kolay erişilebilir ve anlaşılabilir bilgiler vermelidir.
- (d) Elektronik çekler veya kredi kartı çekleri konusunda, bir banka, müşterilerini özellikle aşağıdaki konular hakkında bilgilendirmelidir:
- i. bir kredi kartı çeki kullanmak ile bir kredi kartı kullanmak arasındaki farklar;
 - ii. uygulanacak faiz oranı ve bu oranın kredi kartıyla yapılan alımlar üzerinden uygulanan orandan farklı olup olmadığı;
 - iii. ne zaman faiz alındığı ve bir faizsiz dönemin bulunup bulunmadığı ve böyle bir dönem varsa, bu dönemin ne kadar sürdüğü;
 - iv. ek ücret veya komisyonların uygulanıp uygulanmadığı ve uygulanıyorsa, bunların hangi temele dayandığı ve hangi oranda uygulandıkları ve

- v. bir kredi kartı çeki kullanarak bir alışveriş yapan müşteriye sağlanan korumanın bir kredi kartı kullanıldığında sağlanan korumadan farklı olup olmadığı ve farklı ise, aradaki özel ve somut farkların neler olduğu.
- (e) Kredi kartı çekleri, tüketicinin ön yazılı izni ve talebi alınmadan tüketiciye gönderilmemelidir.
- (f) Doğruluğunu ispat etme, hataları giderme ve çözümleme ve sahtekârlık durumlarında uygulanması gereken prosedürler hakkında açık ve net kurallar bulunmalıdır.

Bu İyi Uygulama hakkında bir dizi uluslararası ve ulusal kılavuza bakılmıştır. Bu kılavuzlar arasında, ABD 21inci Yüzyıl İçin Çek Ödemeleri ve Takası Kanunu ve Avustralya ve Güney Afrika'nın önemli Bankacılık Uygulamaları Kuralları sayılabilir.⁴¹ Çek takas odalarının kuralları da bu İyi Uygulama hakkında kılavuzlar içerirler. Bununla birlikte, bu kurallar, bankaları yönlendirmek amacıyla tasarlanmışlardır ve kamuya açıklanmamaktadırlar. Bu nedenle, yukarıda belirtilenler gibi, bankalar için belirlenmiş temel prensiplere bankaların uymaları ve müşterilerin bu konuya ilişkin hak ve sorumlulukları hakkında bilgilendirilmeleri önemlidir.⁴²

Bu İyi Uygulamanın arka planında, AB İç Pazarda Ödeme Hizmetleri Hakkında Direktif 2007/64/EC, ABD E Yönetmeliği ve BIS – Dünya Bankası'nın Uluslararası Havale ve Ödeme Hizmetlerine Dair Genel Prensipleri bulunmaktadır. Bununla birlikte, İyi Uygulamalar, ödeme ve havale hizmetlerinin tamamını ve bu hizmetleri sağlayanları kapsamamaktadırlar. Konunun tam olabilmesi için, Genel Prensipler metninin tamamına bakınız.⁴³ Ödeme sistemi özelliklerinin tam ve eksiksiz anlaşılabilmesi için eşit derecede önemli olan diğer dokümanlar, CPSS-IOSCO Finans Piyasası Altyapıları Hakkında Prensipler (2012)⁴⁴, CPSS Ulusal Ödeme Sisteminin Geliştirilmesi İçin Genel Kılavuz (2006)⁴⁵ ve Dünya Bankası Hükümet Ödeme Programlarının Geliştirilmesi İçin Genel Kılavuz (istişari rapor, 2012)⁴⁶'dir.

Kredi Kartları:

- (a) Kredi kartlarının çıkartılıp verilmesini ve ilgili müşteri ifşa koşullarını düzenleyen kanuni kurallar bulunmalıdır.
- (b) Kredi kartı düzenleyen ve veren kurumlar olarak, bankalar, tüm kredi kartı teklifleri ve tanıtımlarında, ücret ve komisyonlar (finansal ücretler de dahil), kredi limiti, ceza faizi oranları ve asgari aylık ödemeyi hesaplama yöntemi de dahil kişiselleştirilmiş ifşa kurallarının belirlenmesini ve uygulanmasını sağlamalıdır.
- (c) Bankaların müşterinin kabul etmediği, önceden onaylanmış kredi kartları üzerinden ücret veya komisyon almalarına izin verilmemelidir.
- (d) Tüketicilere, her aylık hesap özeti içinde kişiselleştirilmiş asgari ödeme uyarılarının yapılması ve kart sahibinin sadece talep edilen asgari ödemeyi yapması halinde tahakkuk edecek toplam faiz maliyetinin bildirilmesi gerekir.
- (e) Diğer hususların yanı sıra, bu kanuni kurallar:
 - i. bağımsız gelir kaynakları bulunmayan genç yetişkinlere kredi kartlarının verilmesi ve pazarlanması hakkında belirli koşullar veya kısıtlamalar getirmeli;

- ii. ücretlerdeki değişikliklerin ve faiz oranı artışlarının makul bir süre önceden bildirilmesini gerektirmeli;
 - iii. daha düşük bir faiz oranı üzerinden geçmişte yapılan alımlar da dahil mevcut borç bakiyesinin tamamı üzerinden yeni daha yüksek ceza faizi oranlarının uygulanmasını engellemeli;
 - iv. tüketiciler belirli kredi limitlerini aştıklarında uygulanan ücretler gibi ücretlerin uygulanmasını kısıtlamalı ve sınırlandırmalı;
 - v. kart kuruluşlarının bir fatura dönemi yerine iki fatura dönemi boyunca faiz uyguladıkları, “çift-dönem faturalandırma” isimli uygulamayı yasaklamalı;
 - vi. kredi kartı çıkartan kuruluşların aylık ödemeleri tüketiciler üzerindeki faiz yüklerini azami düzeye yükseltecek şekilde tahsis etmelerine engel olmalı ve
 - vii. kredi notu kötü olan kişilere çıkartılan yüksek faizli kredi kartları üzerinden alınan ilk başlangıç ücretlerini sınırlandırmalıdır.
- (f) Hataların giderilmesi ve çözümlenmesi ve yetkisiz işlemlerin ve çalınan kartların bildirilmesi konularında açık ve net kurallar bulunmalı ve bunlardan doğan müşteri sorumlulukları, kredi kartını kabul etmeden önce müşteriye açıkça bildirilmelidir.
- (g) Bankalar ve kredi kartı kuruluşları, kredi kartlarının kötüye kullanılması, kredi kartıyla aşırı borçlanma ve sahtekârlıkların önlenmesi konularında tüketici bilinçlendirme programları uygulamalıdır.

Pek çok ülkede, kredi kartları, yaygın bir ödeme mekanizması haline gelmiştir ve nakit paranın yerini almaktadır. Zararlı uygulamaları, saydamlığın bulunmaması ve kredi kartı hesaplarının şart ve koşullarının açıklanması konularında kredi kartı sektörü bir ilgi odağı haline gelmiştir. Bu, özellikle, tasarruf oranının düşük ve tüketici harcamalarının yüksek olduğu ülkelerde ciddi bir problem olmaktadır. Pek çok ülkenin kredi kartlarına uygulanan kuralları güncellemek amacıyla son zamanlarda aldıkları tedbirler⁴⁷, bu konularda tüketici korumasının önemini açıkça göstermektedir.

Tüketiciler, kredi kartı koşullarına ilişkin temel bilgiler hakkında, açık ve belirgin bir formatta ve kendileri için en faydalı olacağı zamanda bilgilendirilmelidirler. 21 yaşın altındaki kişiler, kendi kredi kartı hesabını açmak istedikleri takdirde hesabı müştereken imzalatmak için yanlarında bir yetişkinle müracaat etmeli ya da kart borçlarını geri ödemek için bağımsız imkan ve kaynakları bulunduğunu tevsik eden kanıtlar göstermelidir. Gerek faturalama yöntemleri gerekse aylık hesap özetlerinde açıklanan bilgiler, net ve açık olmalı ve müşterilere borçlanma hakkında bilgiye dayanan seçimler yapmaları konusunda yardımcı olmalıdır.

Kredi kartlarının kart kuruluşlarının ülkeleri dışında ve internet üzerinden kullanımının artması, kartların çalınması ve sahtekârlık olasılığını da artırmaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin bilinç düzeyinin yükseltilmesi ve bu problemler hakkında bilgilendirilmesi önemlidir.

İyi uygulama C.4 hakkında notlara da bakınız.

İnternet Bankacılığı ve Cep Telefonu Bankacılığı:

- (a) İnternet bankacılığı ve cep telefonu bankacılığı (m-bankacılık) sistemleri, sağlam bir kanuni çerçeveye ve düzenleyici ortamla desteklenmelidir.
- (b) Düzenleyici kuruluşlar, internet ve m-bankacılık hizmetlerini sunan bankaların veya finansal hizmet sağlayıcıların:
- i. veri mahremiyeti, gizlilik ve veri bütünlüğünü sağlayan;
 - ii. doğruluğunu ispat etme, karşı tarafların kimliğini tespit etme ve erişim kontrolü kuralları içeren;
 - iii. işlemlerin inkar edilmemesini sağlayan;
 - iv. bir iş devamlılığı planı getiren ve
 - v. hizmetlerin artık sunulmaması halinde durumun yeterli bir süre önceden bildirilmesi kuralını içeren
- bir güvenlik planı bulunmasını sağlamalıdır.
- (c) Bankalar, özellikle m-bankacılık sistemini uygulamak için acentelerin kullanıldığı durumlarda, üçüncü şahıs kontrol koşullarını ve uygulamayı izlemek amacıyla yönelik bir gözetim ve denetim programı da uygulamalıdır.
- (d) Banka, internet veya m-bankacılık hizmetleri için ücret veya komisyonların uygulanıp uygulanmadığını ve uygulanıyorsa, hangi temellerde ve hangi oranlarda uygulandığını müşterilerine bildirmelidir.
- (e) Hataların giderilmesi ve çözümlenmesi ve sahtekârlık konularına yönelik prosedürler hakkında açık ve net kurallar bulunmalıdır.
- (f) Yetkili makamlar, bankaların ve hizmet sağlayıcıların internet ve m-bankacılık işlemleri konusunda tüketici bilinç düzeyini artırmak amacıyla yönelik tedbirler almalarını teşvik etmelidirler.

İnternet ve cep telefonu bankacılığı, bir bankanın ürün ve hizmetlerin sunulması konusundaki verimliliğini ve rekabet gücünü artırır. Bu hizmetler, mevcut ve potansiyel müşterilere, bankacılık ve ödeme işlemlerini yapma konusunda daha yüksek seviyede kolaylık ve rahatlık sağlarlar. Bir banka, geleneksel bankacılığa kıyasla, internet ve cep telefonu bankacılığında kaynaklanan farklı risk ve beklenti seviyeleriyle karşılaşabilir. Ayrıca, internet ve cep telefonu bankacılığı hizmetlerine dayanan müşterilerin, güvenilir olmayan ya da doğru ve güncel bilgiler vermeyen bir sisteme karşı toleranssızlığı daha fazla olabilir.

Tüketicilerin korunması, diğer hususların yanı sıra: (i) finansal piyasaların stabilitesini tehlikeye atabilecek ya da ödemeler sistemine duyulan güveni dinamitleyebilecek sistemik riskleri ve diğer riskleri sınırlandıran; (ii) kurumları müşterilerini hak ve sorumlulukları hakkında ve internette ve cep telefonu kullanırken mahremiyetlerini nasıl koruyabilecekleri hakkında eğitmeye teşvik eden ve (iii) müşterilere ve işletmelere internet aracılığıyla ve cep

telefonu bankacılığını kullanarak düşük riskli, düşük maliyetli, etkin, verimli ve uygun ödeme hizmetleri ve finansal hizmetlerin sunulmasını teşvik eden kurallar vasıtasıyla sağlanmalıdır.

İyi uygulama C.4 hakkındaki notlara da bakınız.

Elektronik Fon Transferleri ve Havaleler:

- (a)** Herhangi bir elektronik fon transferi işlemine taraf olanların hak, sorumluluk ve yükümlülükleri hakkında açık ve net kurallar bulunmalıdır.
- (b)** Bankalar, elektronik fon transferleri ve havalelerin fiyatları ve hizmet özellikleri hakkında tüketicilere kolay erişilebilir ve anlaşılabilir formlarda bilgi vermelidirler. Bu bilgiler, mümkün olduğunca, şu konuları da içermelidir:
 - i.** toplam fiyat (yani, gönderen ve alıcıdan alınacak ücretler, döviz kur oranları ve diğer maliyet kalemleri);
 - ii.** fonların alıcıya ulaşacağı süre;
 - iii.** gönderen ve alıcı için erişim noktalarının yerleri ve
 - iv.** elektronik fon transferi hizmetleri konusunda müşteriye uygulanan şart ve koşullar.
- (c)** Saydamlığın sağlanması için, hizmetin fiyatının veya diğer özelliklerinin farklı koşul ve durumlara göre değişmesi halinde bu durumun gönderene açıkça bildirilmesi ve bankanın bu bilgiyi tüketiciye herhangi bir şart empoze etmeden açıklaması ve vermesi gerekir.
- (d)** Bir elektronik fon transferini veya havaleyi gönderen veya alan bir banka, transfere ilişkin önemli ve esaslı bilgilerin tamamını kaydetmeli ve transferi veya havaleyi gönderen veya alan müşteriye de bu bilgiyi talebi üzerine ve ücretsiz vermelidir.
- (e)** Elektronik fon transferleri ve havaleler konusunda hata veya sahtekârlık durumlarında uygulanmak üzere, kamunun erişimine açık, kolay uygulanabilir, net ve belirgin prosedürler bulunmalıdır.
- (f)** Müşteri, kredi kartları/banka kartlarının ülke dışında kullanılmasının şart ve koşulları hakkında bilgilendirilmeli ve bu bağlamda, uygulanacak dış işlem ücretleri ve döviz kur oranları da bildirilmelidir.

Uluslararası ve ulusal havale ve gönderilerin artması, bu alanda daha fazla koruyucu tedbir alınmasını gerektirmektedir. Uygulanacak ücretler, fonların lehdara ulaşması için gereken süre ve rücu mekanizması prosedürleri, gözden geçirilmesi gereken temel konulardan bazılarıdır. İyi uygulama C.4 hakkındaki notlara da bakınız.

Alacakların Tahsili:

- (a) Bir bankanın, bir banka acentesinin ve üçüncü şahısların bankanın herhangi bir müşterisine karşı sahte beyanların ve hesap özetlerinin kullanılması, adil olmayan uygulamaların yapılması ya da başkalarına sahte kredi bilgilerinin verilmesi de dahil herhangi bir kötü niyetli alacak tahsilatı yöntemi uygulamaları yasaklanmalıdır.
- (b) Bir banka adına tahsil edilebilecek alacakların tipleri, bu alacakları tahsil edebilecek kişiler ve alacakların tahsil edilme tarzı ve yöntemi, banka ile müşteri arasında bu borca yol açan kredi sözleşmesi imzalandığında bankanın müşterisine açıkça bildirilmelidir.
- (c) Bir alacak tahsilatçısı, bir banka müşterisinin borcu hakkında, alacak tahsilatçısının bunu yapma hakkını ve istediği bilgilerin tipini ve cinsini bildirmeden herhangi bir üçüncü şahısla temas kurmamalıdır.
- (d) Cari kanunların alacakların borçlunun izni ve rızası olmadan satılmasına veya devredilmesine izin verdiği durumlarda:
 - i. borçlu satış veya devir hakkında makul bir süre içerisinde bilgilendirilmeli;
 - ii. borçluya borçla ilgili sorumluluğunun devam ettiği bildirilmeli ve
 - iii. ödemeyi nereye yapabileceği ve alıcının veya devralanın irtibat bilgileri de borçluya bildirilmelidir.

Bazı ülkelerde, kötü niyetli alacak tahsilatı çabalarına karşı koruyucu tedbirlerin zayıf olması: (i) daha külfetli ve kullanışsız tahsilat süreçlerine olan talebi güçlendirmekte; (ii) tahsilat moratoryumlarına yol açmakta ve (iii) mahkemelerin sempatisini kazanmaktadır. Sonuç olarak, alacak tahsilatı, uzun vadede finansmanın maliyetini artıran uzatılmış bir süreç haline gelmektedir. Tüketicilerin kötü niyetli ve yasadışı tahsilat uygulamalarına maruz kalmamalarını sağlamak için, alacak tahsilatı konusunda sağlam kurallara ihtiyaç vardır.

Bazı ülkeler, sözleşmenin kutsallığı ilkesine dayanırken ve borçlunun hakkını savunmak ve kredi verenlerin suiistimallerini engellemek için mahkemelere güvenirken, bazı diğer ülkeler bu konuyla kanun aracılığıyla ya da bir düzenleyici otoritenin direktifleriyle ya da bir tüketici koruma idaresinin kılavuzlarıyla baş etmeye çalışmaktadırlar (ABD Alacakların Tahsilatında Adil Uygulamalar Kanunu'na ve ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) ve İngiltere Finans Hizmetleri Otoritesi (FSA) web sitelerine bakınız).⁴⁸

İpotekli veya Rehinli Malların Paraya Çevrilmesi:

- (a) Bir banka, bir kredinin teminatı işlevini gören bir malı satarak paraya çevirme hakkını kullandığında, uygulanacak prosedürler hakkında ve bankanın teminat olarak tuttuğu malı paraya çevirmek için kullanacağı süreç hakkında ve bu sürecin tüketici için sonuçları hakkında tüketiciyi önceden ve yazılı olarak bilgilendirmelidir.
- (b) Aynı zamanda, banka, tüketiciyi, bu paraya çevirme süreci konusunda sahip olduğu kanun yolları ve seçenekler hakkında da bilgilendirmelidir.

- (c) Duruma göre, banka, paraya çevrilen malın satışından elde edilen paraların bakiye borçları tamamen ödemek için yeterli olmaması halinde borcun kalan kısmını tahsil etme konusunda bankanın kanuni hak sahibi olduğuna tüketicinin dikkatini çekmelidir.
- (d) İpotek sözleşmesi veya rehin sözleşmesi bankanın sözleşmeyi mahkemenin yardımı ve dahil olmadan uygulamasına imkan sağladığı takdirde, banka, sözleşmeyi uygulamak için malın satılması da dahil profesyonel ve kanuni yol ve araçlara sahip olmalıdır.

2007 - 2009 finans krizi ve bu krizin Amerika Birleşik Devletleri'ndeki evsahiplerine yaptığı etkiler, ipoteklerin paraya çevrilmesi konusunda adil ve yeterli bir uygulamanın belirlenmesi ve uygulanmasının önemine işaret etmektedir. ABD Hükümeti'nin daha sonra aldığı yasama tedbirleri de, paraya çevirme sürecinde yetersiz koruyucu tedbirler almanın yaratabileceği tehlikelerin altını çizmektedir. Pek çok ülke, evsahiplerinin evlerini ellerinde tutma hakları ile bankaların temerrüde düşmüş kredi alacaklarını tahsil etme hakları arasında bir denge kurmaya çalışmaktadırlar. Sonuç olarak, sarkaç, bir tarafta bankalar lehine olan mahkeme-dışı icra yöntemleri ile borçlular lehine olan mahkeme kanalıyla paraya çevirme yöntemleri arasında gidip gelmektedir. Popüler duyarlılıklara bakmaksızın, bir ipotekte taraf haklarının korunmasında gereken koruyucu tedbirlerin alınmasını sağlayan kurallara ve prosedürlere sahip olmak önemlidir. Kilit unsurlar arasında, yeterli bir süre önceden bildirme kuralı ve adil ve maliyet-etkin bir proses uygulama kuralı sayılabilir.

Bireylerin İflas Etmesi⁴⁹:

- (a) Bir banka, hangi esaslarda ve hangi durumlarda bir müşteriyi müflis sayacağını, bu konuda alacağı tedbirleri ve herhangi bir bireyin iflas etmesinin sonuçlarını, gerçek kişi müşterilerine zamanında ve yazılı olarak bildirmelidir.
- (b) Her gerçek kişi müşteriye, iflastan kaçınabilmesi ve kurtulabilmesi için durumun yeterli bir süre önceden bildirilmesi ve gerekli bilginin verilmesi gerekir.
- (c) Her banka, iflas eden veya iflas etme ihtimali bulunan müşterilerine doğrudan doğruya ya da bankacılık birlikleri ve dernekleri aracılığıyla danışmanlık hizmetleri vermelidir.
- (d) Kanunlar, bir gerçek kişinin:
 - i. müflis ilân edilmek için bir borçlu dilekçesi sunma niyetini beyan etmesine;
 - ii. bir borç sözleşmesi önermesine;
 - iii. bir kişisel iflas sözleşmesi önermesine ya da
 - iv. kendi isteğiyle iflasa girmesineimkan sağlamalıdır.
- (e) Kişisel iflas sisteminin yönetiminden ve düzenlenmesinden sorumlu iflas idaresi veya iflas memuru olarak işlev gören bir kurum, tüketicilere, iflas etmeleri halinde kendi borç ve rehabilitasyon süreçleriyle baş etme seçenekleri hakkında yeterli bilgiler vermelidir.

İflas etmenin bir birey açısından ciddi sonuçları olur ve onun sosyal ve ekonomik durumu üzerinde de önemli ve olumsuz bir etkisi olabilir. Pek çok ülkede, müflis ilân edilmek hem seyahat kısıtlamalarına hem de devlet görevlerine tayin edilmenin ve belirli ekonomik faaliyetlerle işğal etmenin yasaklanmasına da yol açar.

Bazı ülkelerde, kredi borçlarında temerrüde düşen banka müşterileri, müflis ilân edilme olasılığı ve bunun yaşamlarına yapabileceği etkiler hakkında çok az bilgi sahibidirler. Çoğu ülkede, bu sürecin saydamlığı da yoktur ve bir tüketici, daha sonraki bir kredi başvurusu reddedilene kadar müflis ilân edildiğini bile bilmeyebilmektedir. İflas etme olasılığı bulunan kişilere danışmanlık hizmetlerinin verilmesi sayesinde, tüketiciler, iflastan kaçınabilirler ve kurtulabilirler ya da en azından süreci daha iyi yönetebilirler. Kanunların da, mümkünse, müflis kişiler için bir rehabilitasyon süreci öngörmesi ve düzenlemesi gerekir.⁵⁰

IV. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Müşteri Bilgilerinin Gizliliği ve Güvenliği:

- (a) Herhangi bir banka müşterisinin yaptığı bankacılık işlemleri, bankası tarafından gizli tutulmalıdır.
- (b) Kanunlar, bir bankanın müşterilerinin şahsi veri ve bilgilerinin gizliliğini ve güvenliğini bu tip bilgilerin güvenliğine veya bütünlüğüne yönelik tehditler veya tehlikelere karşı ve yetkisiz erişime karşı korumasını sağlayacak bir biçimde formüle edilmelidir.

Kimlik tespiti için kullanılabilir nitelikteki şahsi veri ve bilgilerin gizliliği, çeşitli farklı uluslararası kılavuzlarla ve direktiflerle korunmaktadır. Bu kılavuz ve direktifler arasında, Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzları (Madde 2: Kılavuzların Kapsamı), AB Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında AB Direktifi 1995/46/EC ve APEC Mahremiyet Çerçevesi (Bölüm ii, Kapsam) sayılabilir.

Müşteri Bilgilerinin Paylaşılması:

- (a) Bir banka:
 - i. bir kredi bürosunun herhangi bir yasal bilgi talebi gibi, bankanın müşteri hesapları hakkında bilgileri başkalarıyla paylaşmak zorunda olduğu üçüncü şahıs işlemleri ve ilişkileri hakkında ve
 - ii. müşterinin şahsi veri ve bilgilerini nasıl kullanacağı ve paylaşacağı konusunda müşterilerini yazılı olarak bilgilendirmelidir.
- (b) Bir banka, müşterisinin ön yazılı izni ve rızasını almadan, bir müşterisi hakkında hesap bilgilerinin veya şahsi veri ve bilgileri, telepazarlama ya da doğrudan posta yoluyla pazarlama amaçlarıyla, bankayla bağlantılı olmayan herhangi bir şahsa satmamalı veya bu tip herhangi bir şahısla paylaşmamalıdır.

- (c) Kanunlar, bir banka müşterisinin, bankanın müşteriye ilişkin belirli bilgileri üçüncü şahıslarla paylaşmasını durdurmasına veya “engellemesine” müsaade etmelidir ve bu tip bilgileri bir üçüncü şahısla ilk defa paylaşmadan önce, her bankanın, bu konuyla ilgili haklarını müşterilerinin her birine yazılı olarak bildirmesi zorunlu olmalıdır.
- (d) Kanunlar, bir üçüncü şahsın bir banka müşterisine ilişkin bankacılığa özgü veri ve bilgileri başkalarına ifşa etmesini yasaklamalıdır.

AB, bu konuda standardize maddeler ve model sözleşmeler yayımlayarak kanun güvenliğini sağlamaktadır (Şahsi Veri ve Bilgilerin Üçüncü Ülkelere Devredilmesine İlişkin Standart Sözleşme Maddelerine Dair Komisyon Kararlarının Uygulanması Hakkında Komisyon Personeli Çalışma Dokümanı 2001/497/EC ve 2002/16/EC’ye bakınız). Bilgi işleme ve paylaşımı konusunda, bu, bir şahsi veri koruma dairesi için bir örnek teşkil edebilir.

İzin Verilen İfşalar:

Kanunlar:

- i.** bir banka müşterisine ait kayıtların herhangi bir devlet dairesine veya resmi otoriteye verilmesine ilişkin somut kurallar ve prosedürleri;
- ii.** devlet dairesi veya resmi otoritenin bu kayıtlarla neler yapabileceğine ve neler yapamayacağına dair kuralları;
- iii.** bu kural ve prosedürlere uygulanacak istisnaları (varsa) ve
- iv.** bu kural ve prosedürlerin ihlâl edilmesi halinde bankaya ve resmi otoriteye uygulanacak cezaları

içermeli ve öngörmelidirler.

Her tüketici, bankasının onun hakkında neleri ifşa edebileceği konusunda, bankayla herhangi bir sözleşme imzalamadan önce, düzgün ve anlaşılabilir bir dille bilgilendirilmelidir. Bu, tüm eş-borçlular ve kişisel kefiller için de geçerlidir. Yine, kişisel veri koruma dairesi, kredi bilgilerinin paylaşılması hakkında kamunun eğitilmesi konusunda önemli bir rol oynamalıdır. FTC’den ve İngiltere Bilgi Güvenliği Ofisinden (ICO) örnekler alınabilir.

Kredi Raporlaması:

- (a)** Kredi raporlaması, yeterli icra yetkisiyle birlikte, uygun gözetime ve denetime tâbi tutulmalıdır.
- (b)** Kredi raporlama sisteminde yeterli miktarda ve doğru veriler zamanında bulunmalıdır. Sistem, bilgilerin güvenliği ve güvenilirliği konusunda da katı standartlar belirlemeli ve uygulamalıdır.
- (c)** Kredi raporlama sistemine ilişkin genel kanuni çerçeve ve düzenleyici çerçeve: (i) açık, kestirilebilir ve orantılı olmalı, ayrımcı olmamalı ve tüketici haklarını desteklemeli ve (ii) etkin ve etkili mahkeme kanalıyla veya mahkeme dışı ihtilâf çözümü mekanizmalarıyla desteklenmelidir.

- (d) Kredi verilerinin sınır-ötesi transferinin kolaylaştırılmasında, kredi raporlama sistemi, uygun seviyelerde koruma sağlamalıdır.
- (e) Orantılı ve destekleyici tüketici hakları, tüketicinin:
- i. bilgi paylaşımına, kurumun bilgi paylaşım uygulamaları hakkında edinilen bilgi temelinde rıza gösterme hakkını;
 - ii. uygun kimlik tespitine tâbi olarak, kredi raporuna ücretsiz (en azından yılda bir kere) erişme hakkını;
 - iii. kredi kararlarında olumsuz gelişmeler hakkında ya da optimumun altındaki koşullar/fiyatlar hakkında kredi raporu bilgileri yoluyla bilgi edinme hakkını;
 - iv. tüm bilgi talepleri hakkında, altı ay gibi bir süre içerisinde bilgilendirilme hakkını;
 - v. maddi olgulara göre yanlış olan bilgileri düzeltme ya da bu bilgileri sildirme ve ihtilâflı olan bilgileri işaretleme hakkını;
 - vi. örneğin, olumlu bilgiler için iki yıl ve olumsuz bilgiler için 5-7 yıl gibi, kredi tarihçesi hakkında bilgilere ilişkin makul bilgi saklama sürelerine ilişkin hakkını ve
 - vii. verilere yetkisiz erişimi, verilerin kötüye kullanılmasını ya da veri kaybı veya tahribatını önlemek amacıyla yönelik yeterli güvenlik tedbirlerinin alınmasını ve bilgilerin gizli tutulmasını sağlama hakkını

içermelidir.

- (f) Kredi sicilleri, düzenleyici otoriteler ve bankacılık birlik ve dernekleri, yukarıdaki konularda tüketicilerin hakları hakkında ve bir olumsuz kişisel kredi tarihçesinin sonuçları hakkında kamuyu bilgilendirmek ve eğitmek amacıyla yönelik kampanyalar örgütlemelidirler.

Kredi raporlama sistemleri, müşterilerin kredi davranışları hakkında kayıtlar tutarak kredi riskini azaltmak ve krediye erişimi geliştirmek amaçlarıyla tasarlanmış sistemlerdir. Kredi raporlama sistemlerinin iyi yönetilebilmesi için bu sistemlerin saydam olması önemlidir. Aynı zamanda, şahsi veri ve bilgileri korumak amacıyla yönelik kontroller de mevcut olmalıdır. Kredi raporlaması, bir tüketicinin finansal kaynaklara erişiminin (varsa) kapsamını ve onunla yapılabilecek kredi sözleşmesinin koşullarını belirleyerek onun ekonomik ömrünü etkileyen ve giderek daha yaygınlaşan bir aktivite haline gelmektedir.

Kamu politikası, tüketici verilerinin korunması ile kişisel bilgilerin işlenmesinin ekonomik mantığı ve gerekçesi arasında doğru dengiyi bulmalı ve kurmalıdır. İyi Uygulama, Dünya Bankası'nın eşgüdümünü sağladığı Kredi Raporlama Standartlarını Belirleme Görev Gücünün geliştirdiği Kredi Raporlaması Genel Prensiplerini de içermektedir.

V. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI:

Dahili Şikayet Prosedürü:

- (a) Her bankanın, bir müşteriden gelebilecek şikayetlerin gerektiği gibi yanıtlanması amacıyla yönelik bir yazılı şikayet prosedürü ve bu amaçla tayin ettiği bir irtibat yetkilisi bulunmalıdır. Bu prosedürün bir özeti, bankanın yukarıda B.7 bölümünde atıf yapılan Şart ve Koşullarının bir parçası olmalı ve aynı Şart ve Koşullarda, bir tüketicinin bu prosedürün tam metnini kolayca nasıl alabileceği de açıklanmalıdır.
- (b) Banka, bir şikayeti aldıktan sonra kısa bir süre içerisinde:
 - i. şikayeti aldığını müşteriye/şikayetçiye yazılı olarak bildirmeli ve
 - ii. bankanın bu şikayetle şikayet çözümlenene kadar ya da banka içinde daha fazla takip edilemez hale gelene kadar ilgilenmeleri için tayin ettiği bir veya birden fazla kişinin isimlerini şikayetçiye bildirmelidir.
- (c) Banka, şikayetçiye, şikayet hakkında yapılan soruşturmanın nasıl gittiği hakkında, makul zaman aralıklarıyla düzenli ve yazılı bir güncelleme raporu sunmalıdır.
- (d) Şikayet hakkında soruşturmayı bitirdikten sonra birkaç iş günü içerisinde, banka, müşteriye/şikayetçiye soruşturmanın sonucu hakkında yazılı olarak bilgilendirmeli ve duruma göre, müşteriye/şikayetçiye sunulan sulh anlaşmasının veya teklifin koşullarını açıklamalıdır.
- (e) Banka, müşteriye/şikayetçiye, bir finansal ombudsman hizmetinin ya da başka alternatif ihtilâf çözümü mekanizmalarının varlığı konusunda da bilgilendirmelidir.
- (f) Bir banka, sözlü bir şikayet aldığında, müşteriye/şikayetçiye, bankanın şikayeti yukarıdaki ilke ve kurallara uygun olarak bir yazılı şikayet saymasını sağlama fırsatını sunmalıdır. Bununla birlikte, bir banka, şikayetin mutlaka yazılı olmasını istememelidir.
- (g) Bir banka, aldığı tüm şikayetlerin ve bu şikayetler konusunda aldığı tedbirlerin güncel bir kaydını tutmalıdır.
- (h) Bu kayıtlar; şikayetçi hakkında ve şikayetin niteliği hakkında detaylı bilgiler, bankanın verdiği cevap(lar)ın birer sureti, diğer ilgili yazışmalar veya kayıtların tamamının birer sureti, şikayeti çözümlmek için alınan tedbir ve bir çözüm yolunun bulunup bulunmadığı ve bulunmuşsa, hangi esaslarda çözüm bulunduğu hakkında bilgiler içermelidir.
- (i) Banka, talepleri halinde bu kayıtları bankacılık müfettişleri ve denetçilerinin veya düzenleyici otoritenin incelemesine ve erişimine açık tutmalıdır.

Dahili şikayet prosedürü, zarar görmüş herhangi bir müşteri için olası başvuru yollarının ilk hattını oluşturur ve ihtilâfların mümkün olduğu kadar kurum içinde çözümlenmesini sağlar. Sağlam kurum-içi şikayet çözümlene prosedürleri, müşteri ilişkilerini güçlendirir, bankacılık sistemine duyulan güveni artırır ve mahkeme aracılığıyla ihtilâf çözümlene maliyetini azaltır. Bu nedenle, bunlar, tüketici korumasının önemli bileşenleridir.

Bankacılık müfettişleri ve denetçilerinin çoğu, müşteri şikayetleriyle, davranış kuralları (varsa) temelinde veya genel denetleme yetkileri yoluyla ilgilenirler. Örneğin, Asya'da bankacılık denetçileri, tüketicilerin şikayetlerini doğrudan doğruya onlara gönderebilmesi için şikayet formlarını banka şubelerinde tutarlar. Bazı denetleme kuruluşlarında, kuruluşun görev ve amaçları arasında tüketici koruması da açıkça sayılmış olmasa bile, denetlenen bankalara karşı yapılan tüketici şikayetleriyle ilgilenmekle görevlendirilmiş özel bir birim bulunur. Bu İyi Uygulama konusunda, tüketici ihtilâflarının uzlaşmayla çözümlenmesiyle görevlendirilmiş mahkeme-dışı organlar hakkında prensiplere dair Avrupa Komisyonu Tavsiye Kararı 2001/310/EC'den alınan kılavuzlar uygulanmaktadır.

Resmi İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları:

- (a) Bir bankanın müşterilerinden biri veya birden fazlasının yaptığı bir şikayetin yukarıda E.1 paragrafında açıklanan prosedürlere uygun olarak çözümlenememesi halinde, banka müşterilerinin bir üçüncü şahıs bankacılık ombudsmanına veya dengi kuruluşa rücu edebilmelerini sağlayan, uygun maliyetli, etkin ve etkili bir mekanizma getiren bir sistem mevcut olmalıdır.
- (b) Bankacılık ombudsmanının veya dengi kuruluşun varlığı hakkında ve süreç ve prosedürler hakkında gereken temel bilgiler, her bankanın yukarıda B.7 paragrafında atıf yapılan Şart ve Koşullarında açıklanmalıdır.
- (c) Herhangi bir banka müşterisinin talebi üzerine, banka, bankacılık ombudsmanı veya dengi kuruluş hakkında detaylı bilgileri ve ayrıca, kararların bağlayıcı olduğu ve kararların icra ve tenfizini sağlayan mekanizmalar hakkında bilgiler de dahil, ilgili cari süreçler ve prosedürler hakkında bilgileri müşteriye vermelidir.
- (d) Bankacılık ombudsmanı veya dengi kuruluş, uygun kaynaklara sahip olmalı ve görev ve işlevlerini tarafsız bir şekilde ifa etmelidir.
- (e) Bankacılık ombudsmanı veya dengi kuruluşun kararı, aleyhine şikayet yapılan bankayı bağlayıcı olmalıdır.

Haklarının ihlâl edildiğini veya haklarına tecavüz edildiğini anlamak için gerekli bilgilere çok az müşteri sahiptir ve bir ihlâl veya tecavüzdten haberdar olsalar bile, müşterilerin bu konuda başvurabilecekleri çok az sayıda yol vardır. Dolayısıyla, yukarıda E.1 paragrafında belirtildiği gibi, bankaların bir dahili ihtilâf çözümlene veya şikayet giderme mekanizmasına sahip olmak gibi bir görevleri de bulunmalıdır. Bankalara karşı şikayetlerinde veya dava ve takiplerinde bireylere yardımcı olabilecek kaynaklara ve becerilere sahip olan gönüllü tüketici dernekleri ve birlikleri bulunmadıkça, tüketicilerin de tazmin veya telfi için müracaat edebilecekleri çok fazla yolları yoktur. Çoğu ülkede olduğu gibi, asliye mahkemesi niteliğindeki mahkemelerin bulunmaması, ortalama bir müşterinin bankalar aleyhine dava açabilmek için uygun maliyetli yollara sahip olmasını engeller.

Bu nedenle, dünyanın her yerinde giderek daha fazla sayıda bankacılık sistemleri, bankaların kendi içlerinde çözümleyemedikleri tüketici şikayetlerini hızla, bağımsız, profesyonel ve ucuz bir şekilde çözmek ve halletmek üzere yeterli kaynaklarla donatılmış bir Ombudsmanlık bürosu kurma yoluna gitmektedirler. Bu tip büroların kurulması ve sürdürülebilir olması, artık, sağlam tüketici koruması için temel koşullardan biri olarak kabul edilmektedir. Bir Ombudsman, sayıca az olan, fakat finans sistemine duyulan tüketici güveni açısından çok önemli olan şikayetleri de belirleyebilir ve bu yolla, ilgili otoritelerin sorunu çözmek için uygun ve etkin bir tedbir alabilmelerine olanak sağlayabilir.

Bununla birlikte, açık ve net davranış kuralları ve standart tipte sözleşmeler bulunmadıkça, Ombudsmanlık bürosunun görevini etkin ve etkili bir biçimde yerine getirmesi de güçleşir. Pek çok ülkede, Ombudsmanın yetkisinin temelinde (tüm bankaları bağlayıcı olan) davranış kuralları yatar ve bu davranış kuralları, ihtilâfların çözümlenmesinde kılavuzluk görevini görür.

Tüketici Şikayetlerine İlişkin Bilgilerin Yayınlanması:

- (a)** Bankacılık sektörünün herhangi bir davranış kuralları setinin ihlâliyle ilgili olanlar da dahil, müşteri şikayetlerine dair istatistik ve veriler; ombudsman, finansal denetleme otoritesi veya tüketici koruma dairesi tarafından periyodik olarak derlenmeli ve yayımlanmalıdır.
- (b)** Düzenleyici kurum ve otoriteler, diğer amaçların yanı sıra, sistemik müşteri şikayetleri ve ihtilâflarının kaynaklarını azaltmak amacıyla, bankacılık ürün ve hizmetleri konusunda tüketicinin korunması hedefine yönelik faaliyetleriyle ilgili istatistik, veri ve analizleri yayımlamalıdır.
- (c)** Bankacılık sektörü dernekleri de şikayet istatistikleri ve verilerini analiz etmeli ve sistemik müşteri şikayetlerinin tekrarını önlemek amacıyla yönelik tedbirler önermelidirler.

İstatistikler; faydalı niceliksel bilgi ve veriler sağlamanın yanı sıra, politika karar alma sürecine yönelik önemli girdileri oluşturan kestirme ve tahmin faaliyetleri için gereken araçları da sağlarlar. Bununla birlikte, tek başına istatistik ve verileri toplamak yetmez. Tüketicileri etkileyen ortak problemler hakkında kamuyu bilgilendirmek ve tüketicilerin bilgi ve bilinç düzeyini yükseltmek için istatistik ve verilerin yayımlanması da gerekir.

İstatistik ve verileri yayımlayarak, düzenleyici otoriteler ve bankalar, bankacılık uygulamaları ve sistemlerinde tekrarlayan problemleri ve zayıf noktaları da tespit edebilirler. Daha sonra, problemlerin kaynağıyla baş etmek amacıyla yönelik adımlar atabilirler. Bu analiz, düzenleyici otoritelerin tüketici şikayetlerinde bahsi geçen sorunlar ile bankacılık sisteminin kendisinin sağlamlığını etkileyebilecek sistemik sorunlar veya zayıf noktalar arasındaki bağıntıyı tespit etmeleri ve tanımlamaları açısından da kritik önemi haizdir.

VI. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZI:

Mudi Koruma:

- (a) Kanunlar, düzenleyici otoritenin veya denetleme otoritesinin bir banka borç ve yükümlülüklerini karşılayamadığı takdirde mudilerin korunması için mevduatların iadesi de dahil gereken tedbirleri alabilmesini sağlamalıdır.
- (b) Mevduat sigortasını düzenleyen bir kanun varsa, bu kanun:
- i. sigortacıyı;
 - ii. bu mudilerin sigortalı olan sınıflarını;
 - iii. sigorta kuvertürü ve korumasının kapsamını;
 - iv. ödeme amaçlarına yönelik tüm fonların sahibini;
 - v. bu fona katkıda bulunan(lar)ı;
 - vi. bu sigortalıların herhangi bir sınıfına bu fondan bir ödeme yapılmasını tetikleyecek olayların her birini;
 - vii. sigortalı mudilere zamanında ödeme yapılmasını sağlayacak mekanizmaları ve
 - viii. sigortalı mudilerin mevduatlarının ödenmesi talebinin reddedilmesine sebep olabilecek koşulları
- açıkça belirtmeli ve açıklamalıdır.
- (c) Mevduat sigortacısı, mevduat sigortası sistemi ve sistemin faydaları ve sınırlamaları da dahil nasıl işlediği hakkında halkın bilinç ve bilgi düzeyini, doğrudan doğruya ya da sigortalı bankalar veya sigortalı ticari banka birlikleri (varsa) aracılığıyla ve devamlı olarak artırmalıdır.
- (d) Halkı bilinçlendirme programı, diğer hususların yanı sıra, halkı, mevduat sigortasının kapsadığı finansal enstrümanlar ve kurumlar, mevduat sigortasının kapsamı ve limitleri ve geri ödeme (rambursman) süreci hakkında eğitmelidir.
- (e) Mevduat sigortacısı, tüketicilere verilen bilgilerde tutarlılığı sağlamak ve kamunun bilinç düzeyini azami düzeye yükseltmek amacıyla, üye bankalarla ve diğer güvenlik ağı katılımcılarıyla devam olarak yakın işbirliği yapmalıdır.
- (f) Mevduat sigortacısı, halkı bilinçlendirme programı veya faaliyetlerinin etkinliğini düzenli olarak değerlendirmeli ya da bu konuda dışarıdan hizmet almalıdır.

Politika yapıcıların mudileri nasıl koruyabilecekleri ve finansal sistemin istikrarına nasıl katkıda bulunabilecekleri konusunda seçenekleri vardır. Aleni, sınırlı-kuvertüre sahip mevduat sigortası (bir mevduat sigortası sistemi), zımni korumaya bel bağlamak yerine tercih edilen seçenek haline gelmiştir. Bir mevduat sigortası sistemi, otoritenin mudilere karşı

yükümlülüklerini açıklar; isteğe bağlı ve takdiri kararların kapsamını sınırlandırır; kamunun güvenini artırabilir; kurumların temerrüde düşmesi halinde sorunları çözme maliyetinin karşılanmasına yardımcı olur ve banka temerrütleriyle baş etmek için düzenli ve sistemli bir süreç yaratabilir.

Bir ülkenin bankacılık sistemi sağlıklı ve kurumsal ortamı sağlam olduğunda, bir mevduat sigortası sisteminin getirilmesi veya reformu çok daha başarılı olabilir. İnanılır ve güven verici olabilmesi için, bir mevduat sigortası sisteminin iyi yapılandırılmış bir finans sistemi güvenlik ağının bir parçası olması, uygun tasarlanması ve iyi uygulanması gerekir. Sağlam ve ihtiyatlı bir düzenleme ve denetleme sistemiyle, sağlam muhasebe ve ifşa rejimleriyle ve etkili kanunların icrasıyla desteklenmesi de gerekir. Etkili ve etkin bir mevduat sigortası sistemi, bu sistemin varlığı, faydaları ve sınırlamaları konusunda yüksek seviyede bir kamusal bilinçle de desteklenmelidir. Bir mevduat sigortası sistemi, sınırlı sayıda eşzamanlı banka temerrütleriyle baş edebilmelidir, fakat sistemik bir bankacılık krizinin çözümlenebilmesi için, finans sistemi güvenlik ağı katılımcılarının hepsinin birlikte ve etkin bir biçimde çalışmaları gerekir. Bu İyi Uygulamada esas alınan kılavuzlar; Eylül 2005'de çıkartılan BIS Temel Prensipleri 23, Mevduat Garantisi Programları Hakkında AB Direktifi 1994/19/EC ve 2005 tarihli APEC Mevduat Sigortası Politika Diyaloğunun temel sonuçlarıdır.⁵¹

Ödeme Aczi:

- (a) Mudiler, bir bankanın tasfiye sürecinde diğer teminatsız alacaklılardan daha yüksek bir önceliğe sahip olmalıdırlar.
- (b) Bankaların ödeme aczini düzenleyen kanun, mevduatların mudilere azami oranda ve zamanında iadesini sağlamak amacıyla yönelik, hızlı, maliyet etkin ve hakkaniyete uygun hükümler içermelidir.

Zayıf Bankalarla İlişkilere Dair BIS Denetleme Kılavuzu ve yukarıda F.1 bölümü notlarında bahsi geçen diğer uluslararası kılavuzlar, bu İyi Uygulamanın arka planını oluştururlar.

VII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Geniş Tabanlı Finansal Okuryazarlık Programı:

- (a) Halkın finansal okuryazarlığını artırmak için, geniş tabanlı bir finansal eğitim ve bilgilendirme programı geliştirilmelidir.
- (b) Finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecine, devlet kurum ve kuruluşları ve sivil toplum örgütleri de dahil bir dizi kuruluş katılmalıdır.
- (c) Hükümet, ulusal finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecini yönetmek ve koordine etmek için merkez bankası veya bir finansal düzenleyici organ gibi bir kuruluşu tayin etmelidir.

Finansal eğitim, bilgilendirme ve kılavuzluk, tüketicilerin gelirlerini bütçelemeleri ve yönetmelerine, tasarruf ve yatırım yapmalarına, kendilerini risklere karşı korumalarına ve finansal sahtekârlık ve dolandırıcılıkların kurbanı olmaktan kurtulmalarına yardımcı olabilir. Finansal ürün ve hizmetler giderek daha sofistike ve karmaşık hale geldikçe ve hanehalkı finansal işleri için daha büyük sorumluluklar üstlendikçe, bireylerin sadece kendi finansal

durumlarını ve ailelerinin ekonomik geleceğini güvenceye almalarına yardımcı olmak için değil, aynı zamanda finansal piyasaların ve ekonominin düzgün işlemlerini kolaylaştırmak için de kendi paralarını iyi yönetmeleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

OECD analizine göre, insanların çoğu, yaşamlarını etkileyen finansal konulardan çok az anlamaktadırlar. OECD üyesi ülkeler, bireysel emeklilik ve sigorta konusunda, hükümetleri ve işletmeleri, insanlara geleceklelerini güvenceye almak için ihtiyaç duydukları araçları verebilmek amacıyla finansal okuryazarlığı geliştirmek için birlikte çalışmaya davet eden, finansal eğitime ilişkin yeni İyi Uygulamaları kabul etmişlerdir.⁵² Bu konudaki bilinç düzeyini yükseltmek amacıyla, Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı (Yeni Delhi, Eylül 2006), Finansal Okuryazarlığın Geliştirilmesine Dair G8 Konferansı (Moskova, Kasım 2006), Sigorta Sorunları Hakkında Risk Bilinci ve Eğitimine Dair Uluslararası Seminer (İstanbul, Nisan 2007), Finansal Tüketici Koruması ve Eğitimine Dair Uluslararası Forum (Budapeşte, Ekim 2007), OECD – ABD Hazinesi Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı (Washington, D.C., Mayıs 2008), OECD – Endonezya Merkez Bankası Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı (Bali, Ekim 2008), OECD – IEFP Finansal Eğitim Sempozyumu (Mayıs 2009), OECD – Brezilya Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı (Aralık 2009), OECD – Hindistan Merkez Bankası Finansal Okuryazarlığı Artırma Atölyesi: Sorunlar, Yaklaşımlar ve Enstrümanlar (Bangalore, Mart 2010), OECD–İtalya Merkez Bankası Finansal Okuryazarlık Sempozyumu: Finansal Eğitimin Etkinliğini Artırmak (Roma, Haziran 2010), OECD–Lübnan Merkez Bankası Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı: Finansal Olarak Yetkili ve Ehil Bireyler Yetiştirmek (Beyrut, Ekim 2010) ve FCAC – OECD Finansal Okuryazarlık Konferansı: Finansal Okuryazarlığı Eyleme Dönüştürme Konusunda İşbirliği Yapmak (Toronto, Mayıs 2011) de dahil önemli konferans ve seminerler düzenlenmiş bulunmaktadır. Politika yapıcılara yardımcı olmak amacıyla, OECD, finansal okuryazarlığı artırma hedefine yönelik programların etkinliğini tanımlamak, analiz etmek ve değerlendirmek için Uluslararası Finansal Eğitim Ağ Geçidini oluşturmuştur.

İnsanların finansal okuryazarlığını artırmanın önemini AB de kavramıştır.⁵³ “Finansal okuryazarlık” terimi, bir insanın parasını yönetme, finansal durumunu izleme, geleceği planlama, uygun finansal ürün ve hizmetleri seçme ve finansal konularda bilgisini tazeleme kabiliyeti anlamına gelir⁵⁴. Finansal okuryazarlık inisiyatifleri, tüketici koruma yönetmeliğinin yerine geçen değil onu tamamlayıcı bir işlev gösterirler. İnsanların finansal okuryazarlığını artırmanın ve geliştirmenin en etkili yolları, onların yaşı, gelir seviyesi, eğitimsel kazanımı ve kültürü gibi faktörlere göre değişir. İnsanların gereksinim ve yeteneklerinin çeşitliliğini yansıtan bir dizi farklı yaklaşıma ihtiyaç vardır.

Bu yaklaşımlar, insanların davranışları ve ayrıca, finansal eğitim, bilgi ve becerileri üzerinde odaklanmalıdır. Örneğin, insanların nasıl tasarruf edebileceklerini bilmeleri yetmez; tasarruf yapmanın onlara ve ailelerine getirebileceği faydaları anlamaları, cari harcamaları ertelemeye değer olduğunu kavramaları ve düzenli olarak bir kenara para ayırmaya motive olmaları da gerekir. Sadece finansal ürün ve hizmetlerin belirli tipleri hakkında bilgi vermek yerine, bütçeleme, tasarruf yapma, geleceği planlama ve ürünleri seçme gibi temel unsurları eğitimin kapsamına almak da önemlidir.

İnsanların finansal okuryazarlığını artırmakla ve geliştirmekle ilgilenen pek çok organ – devlet daireleri ve resmi kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri – vardır. Tüm bu organların, zaman içerisinde, insanların kişisel finansal kaynaklarını yönetme kabiliyetini geliştirmelerine yardımcı olacak bir dizi farklı inisiyatifin oluşturulabilmesi için bu konuda da birlikte çalışmaları gerekir.

Hükümet, ulusal finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanmasını yönetmek ve koordine etmek üzere bir bakanlık (örneğin Maliye Bakanlığı), merkez bankası veya bir finansal düzenleyici otorite tayin etmelidir. Bu organizasyon, süreci yönlendirmeli ve ona ivme kazandırmalı; çok sayıda başka organizasyonun da sürece aktif katılımını sağlamalı ve mevcut kaynakların en maliyet-etkin bir tarzda kullanılmasını sağlayacak şekilde önceliklerin tespit edilmesini ve gereksiz tekrarlardan kaçınılmasını sağlamalıdır.

Kitle İletişim Araçları da Dahil Bir Dizi İnisiyatifler ve Kanalları Kullanmak:

- (a) İlgili bakanlık veya kurum, insanların bankacılık ürün ve hizmetleri konusundaki finansal okuryazarlığını artırmak ve geliştirmek için bir dizi farklı inisiyatif üstlenmeli ve gerçekleştirmelidir.
- (b) İlgili bakanlık veya kurum, kitle iletişim araçlarını da, insanlara bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında finansal eğitim ve bilgi vermeye ve onları yönlendirmeye teşvik etmelidir.
- (c) Hükümet, bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında finansal eğitim ve bilginin verilmesi ve yönlendiricilik yapılması sürecinde devlet kurum ve kuruluşları, bankacılık düzenleyici otoriteleri, bankacılık sektörü ve tüketici dernekleri ve birlikleri arasında işbirliğini teşvik etmeli ve bu amaca uygun teşvikleri sağlamalıdır.

Bir dizi farklı finansal okuryazarlık inisiyatifi geliştirilmelidir. Bu inisiyatifler arasında şunlar da bulunabilir: (i) okul çocukları için finansal eğitim programları; (ii) üniversite ve yüksek okul öğrencileri gibi gençlere yönelik programlar; (iii) işyerlerinde ve yerel toplumsal yaşam alanlarında finansal eğitim sunuları ve başka kolaylaştırılmış öğrenme etkinlikleri ("eğitimciyi eğit" programlarının da desteğiyle); (iv) yayınlar ve web siteleri ve (v) televizyon, radyo ve dramatik prodüksiyonlar.

Okul çocuklarının kendi finansal işlerini yönetme sorumluluğunu üstlendikçe paralarını yönetme becerilerini kazanmaları, özgüven kazanmaları ve para yönetiminin detaylarını kavramaları için okullarda da finansal eğitim verilebilir. Finansal eğitimin okul müfredatına ayrı bir konu başlığı olarak dahil edilmesi pek mümkün olmayabilir. Bununla birlikte, finansal eğitim konusu matematik, yaşam becerileri ve yurttaşlık dersleri gibi başka derslere dahil edilebilir.

Genç insanlar, finansal eğitim konularını, özellikle interaktif bir biçimde (örneğin, araştırma ve problem-çözme yöntemleriyle) işlendiğinde ve onların makul öngörülebilir gelecekteki yaşamları açısından önem taşıyan konularla ilgili olduğunda çok daha merak uyandırıcı ve cazip bulacaklardır⁵⁵. Bu nedenle, daha yaşlı öğrencilerin emeklilik sigortası veya ipotekli krediler gibi konulardan ziyade, bir tatil için veya bir araba için veya okul ücretlerini karşılamak için para biriktirmek gibi konulara daha pozitif yaklaşacakları açıktır.

Başta televizyon ve radyo olmak üzere kitle iletişim araçları da, finansal eğitim ve bilginin verilmesinde önemli bir rol oynayabilirler. Düzenleyici otoriteler ve/veya sektör dernekleri ve birlikleri, kitle iletişim araçlarına, güncel sorunlar hakkında ve finansal hizmet ve ürünlerin farklı tipleri hakkında bilgi vererek bu inisiyatifleri destekleyebilirler.

Tüketiciler İçin Tarafsız Bilgiler:

- (a) Düzenleyici otoriteler ve tüketici dernekleri, bankacılık ürün ve hizmetlerinin ana tiplerinin temel özellikleri, faydaları ve riskleri – ve mümkünse maliyetleri – hakkında internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgi vermelidirler.
- (b) İlgili otorite veya kurum, tüketicilerin bankacılık kuruluşlarının kendilerine sunduğu ürün ve hizmetleri daha iyi anlamalarını sağlamak amacıyla yönelik, karşılaştırmalı fiyat bilgileri vermek ve eğitim kampanyaları üstlenmek gibi çabaları teşvik etmelidir.
- (c) İlgili otorite veya kurum, sivil toplum örgütlerinin halka bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında tüketici bilinçlendirme programları sunmalarını teşvik eden politikalar benimsemeli ve uygulamalıdır.

Tüketiciler ve potansiyel tüketiciler, kendileri için uygun olan finansal ürün ve hizmetleri satın alma konusunda, güvenilir ve objektif bilgilere erişim imkanına sahip oldukları takdirde daha fazla güven duyarlar. Finansal düzenleyici otoriteler bunu yapabilecek en iyi konuma sahiptirler. Örneğin, İngiltere Finans Hizmetleri Otoritesi'nin tüketiciler için hazırladığı "Money Made Clear" web sitesi, bir dizi ürün hakkında bilgi verir⁵⁶; broşürleri indirme veya sipariş etme imkanını sağlayan bir sistem önerir (telefonla da sipariş edilebilmektedir)⁵⁷ ve insanların farklı şirketlerin benzer finansal ürünlerinin maliyetini ve bazı başka özelliklerini karşılaştırmak için kullanabilecekleri tarafsız tablolar⁵⁸ içerir. Ek olarak, havale ücretlerine ilişkin global, bölgesel ve ulusal veri tabanları, havale göndermenin maliyeti konusunda tüketicilere çok değerli karşılaştırılabilir bilgiler verir⁵⁹.

Tüketicilere ve Finans Hizmetleri Sektörüne Danışmanlık Yapmak:

- (a) İlgili otorite veya kurum, bankacılık tüketicilerinin gereksinim ve beklentilerini karşılayan finansal okuryazarlık programları geliştirme konusunda onlara yardımcı olmak için tüketici derneklerine ve bankacılık dernek ve birliklerine ve bankacılık kurumlarına danışmanlık yapmalıdır.
- (b) İlgili otorite veya kurum, önerilen inisiyatiflerin hedefledikleri amaçlara ulaşmalarını sağlamak amacıyla yönelik tüketici testleri de yapmalıdır.

Finansal okuryazarlık programlarının geliştirilmesinde, tüketicilerin ve finansal hizmet firmalarının ve/veya onların meslek örgütleri ve derneklerinin perspektiflerini de hesaba katmak açısından danışma süreçleri faydalı olacaktır. Bilgili ve etkili tüketici örgütlerinin bulunduğu ülkelerde, doğal olarak bu örgütlere de danışılması gerekecektir.

Tüketicilerin politika belirleme ve geliştirme sürecine aktif bir şekilde katılmalarını sağlamak için, kamu sektörü veya özel sektör kuruluşlarının ya da her ikisinin birden bu amaçla sivil toplum örgütlerine gereken uygun fonlamayı temin etmeleri ve politika yapma sürecinde tüketiciler adına lobi faaliyetleri yürütmesi için özel bir kuruluş kurmaları tavsiye edilir.

İnisiyatiflerin hedeflenen etkiyi yapıp yapmayacaklarını görmek amacıyla, önerilen inisiyatifleri son kullanıcılarla (örneğin, söz konusu inisiyatifin ulaşmayı hedeflediği insan tipini kapsayan bir örneklem grubuyla) test edilmesi de çok faydalı olabilir. Bunun için kullanılacak teknikler arasında odak grupların ve pilot çalışmaların kullanılması da sayılabilir.

Finansal Okuryazarlık İnisyatiflerinin Etkisini Ölçmek:

- (a) Tüketicilerin finansal okuryazarlığı, diğer yolların yanı sıra, zaman zaman tekrarlanan geniş tabanlı hanehalkı araştırmalarıyla ve gizli müşteri turlarıyla ölçülmelidir.
- (b) Temel finansal okuryazarlık inisyatiflerinin etkinliği, ilgili otoriteler veya kurumlar tarafından zaman zaman değerlendirilmelidir.

Finansal eğitim ve bilgilendirmenin etkilerini ölçmek amacıyla, halkın bir örneklem grubunun finansal okuryazarlığı, zaman zaman tekrarlanan büyük-ölçekli piyasa araştırmalarıyla ölçülmelidir. Uygulanan inisyatiflerin bir halkın finansal okuryazarlığı üzerinde ölçülebilir bir etki yapması için biraz zamana ihtiyaç olacaktır; bu nedenle, araştırmanın her dört ya da beş yılda bir tekrarlanması muhtemelen yeterli olacaktır.

Ek olarak, temel finansal okuryazarlık inisyatiflerinin ulaşmayı hedefledikleri insanlar üzerindeki etkilerinin de değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme, politika yapıcılara ve fonlayıcılara, hangi inisyatifleri devam ettirmeleri (ve belki de ölçeğini yükseltmeleri) ve hangi inisyatiflerde değişiklik yapmaları veya hangi inisyatifleri devam ettirmemeleri gerektiğine bilgiye dayanan bir temelde karar vermelerinde yardımcı olabilir.

VIII. REKABET VE TÜKETİCİ KORUMA:

Düzenleyici Politika ve Rekabet Politikası:

Düzenleyici otoritelerin ve rekabet otoritelerinin, finansal hizmetlerin düzenlenmesi konusunda istikrarlı ve tutarlı politikaların belirlenmesini, uygulanmasını ve icra edilmesini sağlamak amacıyla birbirlerine danışmaları gerekir.

Pek çok ülkede, tüketici kanunları ve AB rekabet politikası da dahil genel mevzuat, tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin korunmasını gerektirir. Bu, örneğin, yanıltıcı reklamlara ve adil olmayan sözleşme koşullarına karşı korunmayı da içerir. Rekabeti kısıtlayan, engelleyen veya bozan tüm iş uygulamaları detaylı inceleme ve tahkikata tâbidir⁶⁰.

Rekabetin Gözden Geçirilmesi:

Perakende (bireysel) bankacılığın bir bütün olarak ekonomi açısından ve tüketicilerin refahı açısından önemini dikkate aldığımızda, rekabet otoriteleri:

- i. perakende bankacılıkta rekabeti izlemeli ve gözden geçirmeli;
- ii. perakende bankacılıkta rekabet (örneğin, bankalar arasında belirli ürünlere uygulanan faiz oranları karşılaştırması) hakkında periyodik değerlendirmeler yapmalı ve genel tüketim için yayımlamalı ve
- iii. perakende bankacılıkta rekabeti artırmayı hedefleyen tavsiyelerde bulunmalıdır.

Düzenleyici Politika ve Rekabet Politikası hakkında yukarıdaki notlara bakınız.

TABLO 2: Bankacılık Sektörü İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış

Uluslararası Kuruluş veya Ulusal Hükümet	Kanunlar, Yönetmelikler, Direktifler ve Kılavuzlar
BIS – Uluslararası Ödemeler Bankası	Basel Bankacılık Denetim Komitesi, Etkin Bankacılık Denetimi İçin Temel Prensipler, Eylül 1997, revizyon: Ekim 2006 Zayıf Bankalarla İlişkilere Dair Denetleme Kılavuzu, 2002
BIS – Dünya Bankası	Uluslararası Havale Hizmetlerine Dair Genel Prensipler, 2007
Birleşmiş Milletler	Tüketici Koruma İçin Kılavuzlar (1999’da genişletilmiş haliyle)
OECD – Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü	Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair Kılavuzlar, 1980 Düzenleyici Kalite ve Performans İçin Kılavuz Prensipler, 2005 Hard Core Kartel Soruşturamalarında Rekabet Otoriteleri Arasında Resmi Bilgi Alışverişi İçin En İyi Uygulamalar, 2005 Birleşme İncelemeleri Hakkında Konsey Tavsiyesi, 2005 Düzenlenmiş Sektörlerde Yapısal Ayrım Hakkında Konsey Tavsiyesi, 2001 Hard Core Kartellere Karşı Etkin Eylem Hakkında Konsey Tavsiyesi, 1998 Uluslararası Ticareti Etkileyen Rekabeti Bozucu Uygulamalar Konusunda Üye Ülkeler Arasında İşbirliği Hakkında Konsey Tavsiyesi, 1995
APEC – Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği Örgütü	APEC Mahremiyet Çerçevesi, 2005 APEC Mevduat Sigortası Hakkında Politika Diyalogu: Temel Politika Sonuçları, 2004
AB – Avrupa Birliği	Tüketici Kredileri Hakkında Direktif, 1987/102/EEC, değiştirilmiş haliyle Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında Direktif, 2008/48/EC (87/102/EEC sayılı Direktifi ilga eden Direktif) Tüketicilere Sunulan Ürünlerin Fiyatlarının Gösterilmesi Konusunda Tüketici Koruma Hakkında Direktif, 1998/6/EC Tüketici Sözleşmelerinde Adil Olmayan Koşullar Hakkında Direktif, 1993/13/EEC İç Pazarda Adil Olmayan İşletmeden-Tüketicieye Ticari Uygulamalar Hakkında Direktif, 2005/29/EC Yanıltıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında Direktif, 2006/114/EEC Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında Direktif, 2002/65/EC İç Pazarda Ödeme Hizmetleri Hakkında Direktif, 2007/64/EC Mevduat Sigortası Planları Hakkında Direktif, 1994/19/EC Uzaktan Sözleşmeler Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında Direktif, 1997/7/EC Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması ve Bu Verilerin Serbest Hareketi Hakkında Direktif, 1995/46/EC Tüketici İhtilâfların Sulh Yoluyla Çözümlemesinde Yer Alan Mahkeme-Dışı Organlara Dair Prensipler Hakkında Komisyon Tavsiyesi, 2001/310/EC Komisyon Bildirimi – Perakende Bankacılığa Dair 1/2003 sayılı Yönetmeliğin 17. Maddesi Tahtında Sektör Araştırması, COM (2007) 33 son metin Tüketici İhtilâflarının Mahkeme Dışında Çözümlemesi Hakkında Tavsiye, 1998/257/EC Elektronik Para Direktifi 2009/110/EC Şahsi Veri ve Bilgilerin Üçüncü Ülkelere Devredilmesine İlişkin Standart Sözleşme Maddelerine Dair Komisyon Kararlarının Uygulanması Hakkında Komisyon Personeli

	Çalışma Dokümanı 2001/497/EC ve 2002/16/EC, SEC (2006) 95
	Avrupa Topluluğunu Kuran Antlaşma (AB Antlaşması), 1957 değiştirilmiş haliyle
FATF – Mali Eylem Görev Gücü	Karapara Aklamanın Önlenmesi Hakkında Kırk Tavsiye, 2003 Terörizmin Finansmanının Önlenmesi Hakkında Dokuz Özel Tavsiye, 2001 (2004 yılında genişletilmiş haliyle)
ABD – Amerika Birleşik Devletleri	Dodd-Frank Wall Street Reformu ve Tüketici Koruma Kanunu, 2010 Kredi Kartı Hesap Verebilirlik, Sorumluluk ve İfşa Kanunu, 2009 (2009 Kredi Kartı Kanunu), 2009 Kredilendirmede Doğruluk Kanunu (TILA), 1968 Tasarruflarda Doğruluk Kanunu, 1991 21nci Yüzyıl İçin Çek Ödemeleri ve Takası Kanunu, 2003 Adil Alacak Tahsilat Uygulamaları Kanunu, 1977 Yönetmelik E – Elektronik Fon Transferleri, 1966 Federal Ticaret Komisyonu Kanunu, 1914 Eşit Kredi Fırsatları Kanunu, 1974
BK – Birleşik Krallık	Finansal Hizmetler ve Pazarlar Kanunu, 2000 Tüketici Kredileri Kanunu, 1974
Dünya Bankası	Kredi Raporlamasına Dair Genel Prensipler, 2011

Bu İyi Uygulamanın geliştirilmesinde, AB Antlaşması Madde 102; AB'nin Perakende Bankacılık Hakkında 1/2003 sayılı Yönetmeliğin 17. Maddesi Tahtında Sektör Araştırması; OECD'nin rekabet kanunu ve politikaları hakkında bağlayıcı olmayan Tavsiyeleri ve OECD'nin kartel soruşturmalarında bilgi alışverişine dair En İyi Uygulamaları da dahil esas alınan pek çok uluslararası kılavuz mevcuttur. OECD'nin Tavsiyeleri ve En İyi Uygulamaları, hükümetlerin yaptıkları büyük değişiklikler için sıklıkta katalizör işlevini görmektedirler (bu tavsiyeler ve en iyi uygulamalar hakkında genel bilgi için Tablo 2'ye bakınız).

Rekabet Politikasının Tüketici Koruma Üzerindeki Etkisi:

Rekabet otoritesi ve düzenleyici otorite, özellikle tüketici seçimleri üzerindeki sınırlamalar ve faiz ve diğer ücretlere ve komisyonlara dair hile ve muvazaa konularında, rekabet politikalarının tüketici refahı üzerindeki etkisini değerlendirmelidirler.

Rekabet otoritelerinin hepsi politikalarına uyulup uyulmadığını izlemelerine ve politikalarını uygulamalarına rağmen, ancak çok azı politikalarının tüketici refahı veya sağlığı üzerindeki etkilerini sistematik biçimde değerlendirirler. Seçim imkanlarının bulunması ve makul ücret ve komisyonların uygulanması, tüketicilerin refahını artırır. Etki değerlendirmesi yapılmadıkça, rekabet politikasının sonuçları ölçülemez.

Tablo 2'de, bankacılık sektörü için uluslararası ve ABD ve BK tüketici koruma mevzuatı ve kanunlarına bir genel bakış sunulmaktadır.

MENKUL KIYMETLER SEKTÖRÜ:

Menkul kıymetler sektöründe tüketicinin korunması, uzun yıllardır, menkul kıymetler⁶¹ pazarlarının derinliğini ve bütünlüğünü artırmak ve geliştirmek için kritik önemi haiz görülmüştür. Bir aracı kurum, yatırım danışmanı veya toplu yatırım fonu işletmesi (CIU)⁶² gibi, tüketicilere yatırım hizmetleri ve ürünleri sunan bir kuruluş ile onun müşterileri arasındaki ilişki, menkul kıymetler pazarlarının adil, sağlam ve verimli çalışmasının temelini oluşturmaktadır. Bu ilişkinin bütünlüğünün korunması ve sürdürülmesi, uzun yıllardır hükümetlerin düzenleyici eylemlerinin ve uluslararası işbirliğinin konusu olmuştur ve bu İyi Uygulamaların geliştirilmesinde de esas alınmıştır.

IX. YATIRIMCI KORUMA KURULUŞLARI:

Tüketici Koruma Rejimi:

Kanunlar, menkul kıymetler pazarları ürün ve hizmetleri alanında yatırımcıların korunmasına dair açık ve net kurallar getirmeli ve yatırımcı koruma kurallarının uygulanması ve icrası için yeterli kurumsal düzenlemeler yapılmalıdır.

- (a) Menkul kıymetlere yatırım yapanların korunması için etkin ve etkili bir rejim yaratan spesifik kanun hükümleri bulunmalıdır.
- (b) Veri toplama ve analizinden (şikayetler, ihtilâflar ve soruşturmalar da dahil) ve yatırımcı koruma kanunları ve yönetmeliklerinin gözetimi ve infazından sorumlu bir devlet kurumu bulunmalıdır.

Menkul kıymetler pazarlarında yatırımcı/tüketici korumasının bir kanuni çerçeve gerektirdiği ve bunun bir devlet kurumu tarafından düzenlenmesi gerektiği konusunda bir genel uzlaşma oluşmuştur. Kaynak: IOSCO Prensipleri 1-5.

Menkul Kıymetler Aracı Kurumları, Yatırım Danışmanları ve Toplu Yatırım Fonu İşletmeleri İçin Davranış Kuralları:

- (a) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve toplu yatırım fonu işletmelerinin (CIU'lar) kendi gönüllü davranış kuralları bulunmalıdır.
- (b) Böyle bir davranış kuralı mevcutsa, menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar bu davranış kuralını halka uygun araç ve yollarla açıklamalıdır.
- (c) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar, bu davranış kurallarına uymalıdır ve davranış kurallarına uyumu teşvik etmeyi amaçlayan uygun bir mekanizma mevcut olmalıdır.

Devletin kanunları ve mevzuatına ek olarak, menkul kıymetler pazarındaki piyasa profesyonellerinin, onlara yol gösterebilecek ve müşterilerin onları değerlendirebileceği bir temel oluşturan bir davranış kuralları seti bulunmalıdır. Kaynaklar: IOSCO Kuralları 25-29; CESR Standart 10 ve Kural 17; NASD Kuralları Bölüm 2000 İş Davranışları ve FIMM'dan oluşan FINRA Elkitabı; Yatırım Fonu Sektörü İçin Etik Kurallar ve Mesleki Davranış Standartları.

Diğer Kurumsal Düzenlemeler:

- (a) Adli sistem, yatırımcıların korunmasına dair kanunların ve yönetmeliklerin uygulanması için etkin ve güvenilen bir yol yaratmalıdır.
- (b) Kitle iletişim araçları da, yatırımcı korumasının teşviki konusunda aktif bir rol üstlenmelidir.
- (c) Gönüllü yatırımcı koruma örgütleri, sektör dernekleri ve buna izin verildiği takdirde, öz-düzenleyici kuruluşlar da dahil özel sektör, yatırımcı korumasının teşviki konusunda aktif bir rol oynamalıdır.

Her türlü düzenleyici sistemin çalışması ve işlerliği için, adil ve etkin bir adli sistem kritik önemi haizdir. Bir finans sisteminin yatırımcılara ne oranda koruma sağladığı hakkında tam ve eksiksiz bir değerlendirme için, bilgi medyasında finans sistemine ilişkin açık ve serbest bir tartışma ortamının bulunması da kritiktir. Ek olarak, özel sektör kuruluşları, bilginin tüketicilere maliyet-etkin bir tarzda yayılması ve dağıtılmasında önemli bir araçlardır ve hukuk sistemi bağlamında teşvik edilmeleri gerekir. Kaynaklar: NASD Kuralları Bölüm 2000 ve Bölüm 3000'den oluşan FINRA Elkitabı ve SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu, 1934, Madde 15A.

Ruhsatlandırma:

- (a) Finansal enstrümanlara yatırım yapmak amacıyla halktan para toplayan tüm tüzel kişiler veya gerçek kişiler, denetleme otoritesinden bir ruhsat almak zorunda olmalıdır.
- (b) Yatırım tavsiyeleri veren ve müşteri varlıklarını ellerinde tutan tüzel kişiler veya gerçek kişiler, menkul kıymetler denetleme otoritesi tarafından ruhsatlandırılmalıdır.
- (c) Sadece yatırım tavsiyeleri veren tüzel kişisel veya gerçek kişilerin ruhsat almasını zorunlu tutmayan bir ülkede, bu kişiler, bir sektör kuruluşu veya öz-düzenleyici örgüt tarafından denetlenmeli ve izlenmelidirler ve bu kişilerin faaliyetleri konusunda, menkul kıymetler kanunlarının veya diğer tüketici kanunlarının sahtekârlığı önleme amacına yönelik hükümleri uygulanmalıdır.

Finansal piramitlerin oluşmasını engellemenin önemli araçlarından biri de, halkla temas eden ve yatırım veya spekülasyon amacıyla para toplayan tüm tüzel kişilerin ruhsatlandırılması koşuludur. Bununla birlikte, arkadaşlar ve aile çevresinden para toplamak ile belirsiz sayıda yatırımcıya yönelik para toplamak arasında bir ayırım yapılmalıdır. İkincisi için, farklı ülkeler, "belirsiz sayının" ne olduğunu belirlemek amacıyla farklı eşikler uygulamaktadırlar, fakat bu eşik genellikle 15 ile 50 arası yatırımcıdır. 50'den fazla yatırımcıdan para toplayan herkes, ister tüzel ister gerçek kişi olsun, finansal denetleme otoritesi nezdinde tescil edilmelidir ve faaliyetleri için bir ruhsat almakla yükümlüdür.

Yatırım tavsiyeleri veren, fakat menkul kıymetlerin alım satımında aracılık etmeyen tüzel kişiler ve gerçek kişiler, yatırımcıların korunması konusunda ciddi bir sorun haline gelmiş bulunmaktadırlar. Bu kişiler, müşteri varlıklarını ellerinde tutuyorlarsa, menkul kıymetler otoritesi nezdinde ruhsatlandırılmalıdırlar. Sadece yatırım tavsiyesi veriyorlarsa, bu kişilerin denetimi konusundaki uygulamalar ülkeler arasında büyük farklılık göstermektedir. Bu kişiler için denetim ve etik standartların belirlenmesi gerektiği konusunda bir uzlaşma oluşmuştur. Bu

da, menkul kıymetler otoriteleri, öz-düzenleyici örgütler veya sektör dernekleri tarafından yapılabilir. Bu gözetim ve denetimin etkili olabilmesi için, en azından, bu kişiler, menkul kıymetler ve tüketici koruma kanunlarının sahtekârlığı önlemek amacıyla yönelik hükümlerine tâbi tutulmalıdırlar.

X. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI:

Genel Uygulamalar:

Bir yatırımcının menkul kıymetleri satın almayı veya satmayı teklif eden, menkul kıymetleri alan veya satan ya da yatırım tavsiyeleri veren bir kişiyle ilişkisini, bu ilişkinin üç aşamasının (satış öncesi, satış noktası ve satış sonrası) hepsinde kapsayan ifşa prensipleri bulunmalıdır.

- (a) Bir yatırımcıya sunulan mevcut bilgiler, yatırımcıyı:
- i. hesaplar, ürünler ve hizmetler konusunda mevcut seçenekler;
 - ii. her hesap, ürün veya hizmet tipinin özellikleri;
 - iii. her hesap, ürün veya hizmet tipinin satın almanın yaratabileceği riskler ve sonuçlar;
 - iv. menkul kıymetlerin veya başka finansal ürünlerin alınması veya satılmasında, sıklıkla kredili alım satım olarak adlandırılan kaldıracı kullanmanın yaratabileceği riskler ve sonuçlar ve
 - v. opsiyonlar ve vadeli işlemler gibi türev enstrümanlara yatırım yapmanın yaratabileceği özel riskler
- konularında bilgilendirmelidir.
- (b) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, ürünleriyle ilgili pazarlama ve satış materyallerinde yapılan tüm beyan ve açıklamalardan kanunen sorumlu olmalıdır.
- (c) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'nun temsilcisi veya bağlı acentesi olarak faaliyet gösteren bir gerçek veya tüzel kişi, yatırımcılara, kendisinin bu tip bir temsilci olarak faaliyet gösterme lisansına sahip olup olmadığını ve sahipse, lisansı kimden aldığını bildirmelidir.
- (d) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, görevleri veya faaliyetlerinin bir kısmını başka bir tüzel veya gerçek kişiye tevkil ettiği ya da başka bir tüzel veya gerçek kişiden hizmet aldığı takdirde, bu görev veya faaliyetlerin tevkil edildiği kişinin bu sıfatla hareket etmek için lisans alıp almadığı ve bu lisansı kimden aldığı da dahil bu tevkil veya dış kaynaktan temin ilişkisinin yatırımcılara tam ve eksiksiz açıklanması gerekir.

Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'nun bir müşterisine tüm ilgili bilgilerin ifşa edilmesi, menkul kıymetler sektöründe tüketicinin korunmasının en önemli yönlerinden biridir. Müşteriye hangi aracı kurumu, danışmanı veya CIU'yu kullanacağı

konusunda bilgiye dayanan bir karar verme kabiliyetini kazandırmak için, müşteriye sunulan hizmetler hakkında tam ve eksiksiz bilginin ifşa edilmesi kritik önemi haizdir. Kaynaklar: IOSCO Prensi 23 ve Singapur Para Otoritesi, Mali Danışmanlar ve Temsilciler İçin Davranış Standartlarına Dair Kılavuzlar; CESR Standartları 37-39; (b) IOSCO Prensi 1; (c) CESR Standardı 35 ve MiFID Madde 19 ve (d) SEC Form N-1A Açık Uçlu Yatırım Yönetim Şirketlerinin Tescil ve Kaydı.

Şart ve Koşullar:

- (a) Bir yatırımcıyla bir ilişkiye başlamadan önce, bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, yatırımcıya, hem genel şart ve koşullarının hem de belirli bir hesaba uygulanan özel şart ve koşulların birer suretini vermelidir.
- (b) Şart ve koşullar, daima, okumayı kolaylaştıran bir harf büyüklüğü ve aralığıyla kaleme alınmış olmalıdır.
- (c) Şart ve koşullar, şunları içermeli ve açıklamalıdır:
 - i. genel ücretlerin detayları;
 - ii. şikayet prosedürü;
 - iii. menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU'nun üyesi olduğu ücretlendirme programları hakkında ve menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU'nun temerrüde düşmesi halinde yatırımcının müracaat edebileceği kanun yolları veya yapabileceği eylemler hakkında bilgiler;
 - iv. ödenen veya tahsil edilen faiz oranlarını hesaplama yöntemleri;
 - v. ürünle ilgili faiz-dışı ücret veya komisyonlar hakkında bilgiler;
 - vi. hizmet ücretleri;
 - vii. müşteriye sunulan kaldıracın veya kredili alım satımın koşulları ve kaldıracın nasıl çalıştığı hakkında detaylı bilgiler;
 - viii. hesap transferleri üzerine getirilen kısıtlamalar ve
 - ix. bir hesabı kapatma prosedürleri.

Bu, müşterinin girdiği spesifik sözleşme hakkında, B.1'in genel ifşa koşullarını daha detaylı bir biçimde açıklamaktadır. Satış noktasında yapılan açıklamalar, yatırım kararı konusunda müşteri üzerinde derhal etkide bulunmasından dolayı, satış açıklamalarında kritik bir an olarak kabul edilmektedir. Kaynaklar: IOSCO Prensi 23; CESR Standartları 78-79 ve Kural 80 ve MiFID Madde 19.

Mesleki Yetkinlik:

Düzenleyici otoriteler; menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'ların satış personeli için asgari yetkinlik ve kalifikasyon koşulları belirlemeli ve uygulamalı ve gerekirse bu konuda sektör dernekleriyle işbirliği yapmalıdırlar.

Satış elemanı bir tarafta aracı kurum, danışman veya CIU ile diğer tarafta müşteri arasında doğrudan bağlantı noktasını oluşturduğu için, satış personelinin sattıkları ürünler hakkında yeterince bilgi sahibi ve kalifiye olmaları gerekir. Kaynaklar: MiFID Madde 9 (sadece yatırım firmalarının müdürlerinin kalifiye olması şartını getirir) ve NASD Kuralları 1030 – 1032'yi kapsayan FINRA Elkitabı.

Müşterini-Tanı⁶³:

Bir yatırımcıya bir ürün veya hizmet sunmadan önce, bir menkul kıymetler aracı kurumu, danışman veya CIU, o yatırımcıya uygun bir tavsiye, ürün veya hizmet sunabilmek için, o yatırımcının arka planı, mali durumu, yatırım tecrübesi ve riske karşı tavrı hakkında profesyonel bir görüş oluşturmaya yeterli miktarda bilgi almalı, bu bilgileri kaydetmeli ve saklamalıdır.

Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'nun müşterileriyle onların koşul ve hususiyetlerine uygun ilişkiler kurabilmek için gerekli bilgileri müşterilerinden alması gerektiği konusunda genel bir uzlaşma vardır. Kaynaklar: IOSCO Prensipte 23, CESR Standartları 62 ve Kurallar 63-72, MiFID Madde 19 ve NASD Kural 2310'u kapsayan FINRA Elkitabı.

Uygunluk:

Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, yatırımcının açıkladığı gerçekleri ve durumları ve o yatırımcı hakkında kendisinin bildiği diğer önemli gerçekleri ve durumları dikkate alarak, yatırımcıya sunulan tavsiye, ürün veya hizmetlerin o yatırımcıya uygun olmasını sağlamalıdır.

Bir menkul kıymetler aracı kurumunun mali durumlarından ve yatırım hedeflerinden ötürü belirli yatırım tiplerinin onlar için uygun olmadığı konusunda müşterilerini uarması gerektiği konusunda genel bir uzlaşma vardır. Kaynaklar: IOSCO Prensipte 23, CESR Standartları 72-74 ve Kurallar 75-77, MiFID Madde 19 ve NASD Kural 2310'u kapsayan FINRA Elkitabı, bu İyi Uygulama hakkında temel bilgiler sunarlar.

Satış Uygulamaları:

- (a) Mevzuat ve kanunlar, menkul kıymetlerin sunulması, satışı ve alımında uygun olmayan satış uygulamaları hakkında açık ve net kurallar içermelidirler. Bu bağlamda, menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları, CIU'lar ve onların satış temsilcileri:
 - i. yüksek-basınçlı satış taktikleri kullanmamalı;
 - ii. satılan ürünler hakkında yalan beyanlarda bulunmamalı ve yarı-gerçeklerden söz etmemeli;

- iii. satılan bir finansal ürüne yatırım yapmanın risklerini tam ve eksiksiz açıklamalı;
 - iv. yazılı satış literatüründe uyarıları veya uyarıcı beyanları küçümsememeli veya önemsiz göstermemeli ve
 - v. ilgili cari mevzuatın buna izin verdiği durumlar haricinde, bir yatırımcıya karşı kanuni sorumlulukları veya dikkat ve özen gösterme yükümlülüklerini dışlamamalı veya kısıtlamamalı ya da dışlamaya veya kısıtlamaya çalışmamalıdır.
- (b) Mevzuat ve kanunlar, uygun olmayan satış uygulamaları için yaptırımlar öngörmeli ve düzenlemelidir.
- (c) Menkul kıymetler denetleme kurumu, sahtekârlık veya suiistimal eylemlerini soruşturmak konusunda geniş yetkilere sahip olmalıdır.

Müşterilerle adil ve dürüst ilişkiler kurma yükümlülüğünün müşterileri yatırım kararları konusunda aldatmayan, dolandırmayan veya onlara gereksiz baskılar uygulamayan satış uygulamaları kullanma yükümlülüğünü de içerdiği konusunda genel bir uzlaşma vardır. Bu yükümlülüğün etkin ve etkili olabilmesi için bir takım kanuni yaptırımlarla birlikte uygulanması gerekir. Kaynak: Genel görev IOSCO Prensipli 23 ve MiFID Madde 19. Daha somut olarak, yukarıdaki (a) bendi için, aşağıdaki kılavuzlara başvurulmuştur: CESR Standardı 18 Kural 23; CESR Standardı 29 Kural 31 ve FINRA Kural 2020; CESR Standartları 51 ve 52, Kurallar 53 ve 54 ve Hong Kong Menkul Kıymetler ve Vadeli İşlemler Komisyonu Tarafından Ruhsatlandırılan veya Komisyon Nezdinde Tescilli Şahıslar İçin Davranış Kuralları 2010.

Menkul kıymetler denetleme kurumu, Ponzi ve diğer piramit planlarını soruşturma ve daha sonra, kovuşturma aşamasında ceza otoritelerine yardımcı olma konularında geniş yetkilere sahip olmalıdır. (1) Plan, plana yeni satış personeli kazandırmak karşılığında ücret alma hakkı için bir ödeme gerektiriyorsa; (2) envanter yüklemesi varsa; yani, yeni satış personelinin makul olmayan bir miktarda ürün veya hizmet satın alması yükümlülüğü varsa ve (3) planın yürürlüğe girmesinin bir koşulu olarak hizmet alımı gerekiyorsa, kanunun bu tip bir çoklu-seviyeli satış planını bir piramit planı olarak tanımlaması gerekir. Kaynaklar: IOSCO Prensipleri 8 ve 12, CESR Standardı 35.

Reklam ve Satış Materyalleri:

- (a) Bütün pazarlama ve satış materyalleri, ortalama bir yatırımcının anlayabileceği düzgün bir dilde kaleme alınmalıdır.
- (b) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları, CIU'lar ve onların satış temsilcileri, reklam ve satış materyalleri ve prosedürlerinin müşterileri yanıltmamasını ve yanlış yönlendirmemesini sağlamalıdır.
- (c) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar, basılı medya, televizyon ve radyo da dahil tüm reklamlarında, düzenlenmiş kurumlar olduklarını ve kim tarafından düzenlendiklerini açıklamalıdır.

Menkul kıymetler sektöründe tüketici korumasının başka bir önemli yönü de, reklam, pazarlama ve satış materyallerinde yeterli bilgilerin açıklanmasıdır. Kaynaklar: (a) CESR Standardı 25; (b) CESR Standardı 29 ve Kural 31; NASD Kural 2210'u kapsayan FINRA Elkitabı ve Hindistan Menkul Kıymetler Kurulu Bölüm 13, Yatırım Fonları Hakkında Master Genelge 2011 ve (c) CESR Standardı 35 ve MiFID Madde 19.

İlişkiler ve Çatışmalar:

- (a) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, müşterilerine, müşterinin hesabı üzerinde etkili olabilecek, hesabı tutmak ve yönetmek için kullandığı bankalar, saklama kuruluşları, danışmanlar veya aracı kurumlar gibi tüm ilişkilerini açıklamalıdır.
- (b) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, müşterisiyle olan tüm menfaat çatışmalarını ve bu menfaat çatışmalarını nasıl yönettiğini de ifşa etmelidir.

Yatırımcıların kendilerine sunulan hizmetleri değerlendirebilmeleri için, onların hesabı üzerinde bir etkisi olabilecek piyasa kuruluşlarının kimliği konusunda tam bir saydamlık uygulanmalıdır. Bu kurumlardan birinin veya onlarla bağlantılı tüzel kişiler veya gerçek kişilerin yatırımcıyla bir menfaat çatışmasının bulunduğu durumlarda, hem bu çatışmalar hem de bu çatışmaların nasıl yönetildiği yatırımcıya açıklanmalıdır. Kaynaklar: SEC Yatırım Danışmanları Kanunu Kural 204-3; AB UCITS Direktifi Madde 14; AB MiFID Direktifi Madde 18.

CIU'ların Özel Açıklamaları:

- (a) CIU'lar, müstakbel ve mevcut yatırımcılara:
 - i. sık alım satım konusunda CIU'nun uyguladığı politikaları ve bu politikaların yatırımcılar açısından yaratabileceği riskleri;
 - ii. belirli aracı kurumları veya diğer finans firmalarını kullanmak için aldığı, "yumuşak-para" düzenlemeleri gibi teşvikleri ve
 - iii. CIU'nun yatırımlarının birden fazla farklı dönemde gösterdiği performans hakkında, CIU'nun performansını doğru yansıtan, adil ve dürüst bir tanımlama açıklamalıdır.
- (b) Ek olarak, bir CIU, müşteriye sunduğu her fon için, fonu net ve açık bir dille ve özlü bir biçimde açıklayan bir Önemli Gerçekler Beyanı sunmalıdır. Bu doküman, cari kanunların gerektirdiği diğer ifşa ve açıklama dokümanlarına ek olarak verilecektir.

Müşterilerin bir CIU'da sık sık alım satım yapma kabiliyetinin uzun-vadeli yatırımcılar üzerinde bir etkisi olabilir. Bir CIU'nun bu uygulamalar ve bunlara bağlı riskler hakkındaki politikalarının bir yatırımcının alım satım yapma kararı üzerinde bir etkisi olur ve yatırımcıya açıklanması gerekir. Kaynak: SEC Form N-1A. (b) Bir CIU'ya veya danışmana aracılık hizmetleri gibi piyasa hizmetlerini kullanması karşılığında ödenen ve bazen "yumuşak-para ödemeleri" olarak adlandırılan teşvikler bir menfaat çatışması yaratabilir ve CIU'nun veya

danışmanın tarafsız yatırım tavsiyeleri verme kabiliyetini etkileyebilir. Yatırımcıların CIU veya danışmanın hizmetlerini doğru değerlendirebilmeleri için bu ilişkilerin de yatırımcılara açıklanması gerekir. Kaynaklar: AB MiFID Direktifi Madde 26; SEC Yatırım Danışmanları Kuralı 204-3. (c) Bir CIU'nun en iyi performansını gösterdiği dönemlerin "seçilip kullanılmasından" kaçınmak için, bir yatırımcıya CIU'yu kısa ve uzun dönemler boyunca değerlendirme kabiliyetini kazandıracak şekilde birden fazla olay-nötr döneme ilişkin CIU performansının açıklanması gerekir. Kaynaklar: SEC Form N-1A ve Menkul Kıymetler Kanunu 1933 tahtında Kural 482.

Bir CIU'nun hedefleri, yönetimi ve performansı hakkında daha net bir resim elde edebilmek için, bir CIU hissesini veya fon payını satın almadan veya satmadan önce bir yatırımcıya temel bilgileri içeren kısa, öz ve net bir açıklamanın verilmesi gerektiği konusunda genel bir uzlaşma oluşmuştur. Kaynaklar: AB UCITS Direktifi Madde 78; SEC Form N-1A ve Hong Kong SFC Yatırım Fonları ve Yatırım Ortaklıkları Elkitabı Bölüm 6.

Yatırım Danışmanlarının Özel Açıklamaları:

(a) Yatırım danışmanları, müstakbel ve mevcut müşterilerine:

- i.** yatırım danışmanının başka bir sıfatla kayıtlı olup olmadığını ve danışmanın müşterinin hesabıyla bu ikinci kayıtlı sıfatıyla ilgilenip ilgilenmediğini ve
- ii.** yatırım danışmanının tavsiye ettiği finansal enstrümanların danışmanın kendi envanterinde mi, yoksa danışmanla bağlantılı bir gerçek veya tüzel kişinin envanterinde mi tutulduğunu ve danışmanın kendi envanterine mi, yoksa bir bağlantılı şahsın envanterine mi satılacaklarını ya da danışmanın kendi envanterinden mi, yoksa bir bağlantılı şahsın envanterinden mi alınacaklarını

açıklamalıdır.

(b) Bir yatırım danışmanı, müstakbel ve mevcut müşterilerine, sunduğu veya sattığı her ürün veya hizmet için, o ürün veya hizmeti net ve açık bir dille ve öz ve öz ve öz bir biçimde açıklayan bir Önemli Gerçekler Beyanı sunmalıdır.

Yatırım danışmanlarının çoğunun, danışman lisanslarına ek olarak aracılık lisansları da vardır ve danışmanlık müşterileriyle ilişkilerinde bir broker (aracı) sıfatıyla da hareket ederler. Müşterinin verilen tavsiyenin objektif olup olmadığını değerlendirebilmesi için, bu ikili ilişkinin de müşteriye açıklanması gerekir. Kaynak: SEC Yatırım Danışmanları Kanunu Madde 206(3).

Bir hizmet sağlayıcının sunduğu hizmetler hakkında net, öz ve açık bir beyanda bulunabilmek için, müşterinin o danışmanla çalışıp çalışmama kararını bilgiye dayanan bir temelde vermesine imkan sağlayacak şekilde, müşteriye, danışmanın hizmet ve ürünlerine ilişkin bir önemli gerçekler beyanı verilmelidir. Kaynak: MAS, Mali Danışmanlar Kanunu, Mali Danışmanlar ve Temsilcilerin Davranış Standartlarına İlişkin Kılavuzlar, Madde 6.

XI. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR:

Fonların Ayrılması:

Yatırımcıların fonları, diğer piyasa katılımcılarının tümünün fonlarından ayrılmalıdır.

Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı, CIU veya başka piyasa katılımcılarının ödeme aczine düşmesi halinde müşteri fonlarını koruyabilmek için, müşteri fonlarının ilgili aracı kurum, danışman veya CIU'nun varlıklarından ayrılması ve böylece varlıkların ilgili aracı kurum, danışman veya CIU'nun iflas masasına dahil olmasının engellenmesi gerekir. Kaynaklar: IOSCO Prensip 23; müşteri fonlarını koruyan düzenlemeler içeren, fakat herhangi bir ayırma açıklaması içermeyen MiFID Madde 13(7) ve (8) ve SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan Yönetmelik 15c3-3.

Sözleşme Notu:

- (a) Bir menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU, yatırımcılara, onlarla veya onların adına yapılan her alım satımı teyit eden ve bu alım satımın özelliklerini açıklayan detaylı bir sözleşme notu göndermelidir.
- (b) Sözleşme notunda, menkul kıymetler aracı kurumu, CIU ve onların satış temsilcilerinin aldıkları komisyonlar ve toplam masraf oranı da (satın alınan toplam varlıkların bir yüzdesi olarak toplam masraflar) açıklanmalıdır.
- (c) Ek olarak, sözleşme notu, işlemin gerçekleştiği alım satım yerini de göstermeli ve (i) işlemde yer alan aracı kurumun alım satım işleminde bir broker olarak hareket edip etmediğini; (ii) aracı kurumun veya CIU'nun alım satımda müşterisine karşı taraf olarak hareket edip etmediğini ya da (iii) alım satımın müşterileri arasında dahili olarak yapılıp yapılmadığını açıklamalıdır.

Müşterilere, hesaplarında yapılan işlemler ve bu işlemlerin koşulları derhal bildirilmelidir. Bu, müşterilerin işlemin müşterinin verdiği yetkiye uygun olarak yapılıp yapılmadığını kontrol etmelerine imkan verir. Bu bilgilerin uzun bir süre beklenmesi, müşterinin ve aracı kurumun veya CIU'nun işlemdeki hataları düzeltme kabiliyetlerini azaltır. Kaynaklar: IOSCO Prensip 23, CESR Standardı 55 ve Kurallar 58 ve 59, NASD Kural 2230'u kapsayan FINRA Elkitabı ve SEC Yatırım Danışmanları Kanunu Kural 206(3)-2.

Hesap Özetleri ve Açıklamalar:

- (a) Bir yatırımcıya, bir menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU nezdinde mevcut her hesabı için, hesap hareketlerinin tüm detaylarını okunması kolay bir formatta açıklayan, periyodik ve düzenli hesap özetleri gönderilmelidir.
 - i. Hesaplarla ilgili periyodik menkul kıymetler ve CIU hesap özetleri ve beyanları zamanında teslim edilmelidir.
 - ii. Yatırımcıların hesap özetinde gösterilen işlemler hakkında verilen bilgilerin doğruluğuna belirli bir süre içinde itiraz etme imkanı bulunmalıdır.

iii. Bir yatırımcı kendisine hesap özetlerinin elektronik ortamda gönderilmesini kabul ederse, bu hesap özetleri de okunması ve anlaşılması kolay bir formatta düzenlenmelidir.

(b) Müşterilerine sadece yatırım tavsiyeleri veren bir gerçek veya tüzel kişi müşteri varlıklarını elinde tuttuğu takdirde, müşteri hesap özetleri, yatırım danışmanı tarafından değil, varlıkların saklama kuruluşu tarafından hazırlanmalı ve gönderilmelidir.

Müşterilerin kendi hesaplarına ilişkin bilgilere erişim imkanı bulunmalıdır. Müşterilere periyodik olarak ve düzenli hesap özetleri gönderilmesi (hesapta yansıtılan hareketlere bağlı olarak), genel olarak, bu bilgiyi vermenin en iyi yolu olarak kabul edilmiştir. Kaynaklar: IOSCO Prensipten 23, CESR Standardı 56 ve Kural 59, NASD Kural 2340'u kapsayan FINRA Elkitabı, NASD Üyelere Bildirim 98-3 Üyeler ile Müşterileri Arasında Bilgilerin Elektronik Ortamda İletilmesi.

Müşteriler bir danışmanın kendilerine verdiği bilgilerin doğru olduğuna güven duymalıdır. Dolayısıyla, müşterilere yanlış bilgiler verilmesi olasılığını önlemek için, müşteri hesaplarına ilişkin hesap özetlerinin doğrudan doğruya fonların saklama kuruluşu tarafından müşteriye gönderilmesi gerekir. Kaynak: SEC Yatırım Danışmanları Kanunu Kural 206(4)-2.

Fonların Derhal Ödenmesi ve Transferi:

Bir yatırımcı hesabındaki fonların ödenmesini ya da hesabındaki fon ve varlıkların başka bir menkul kıymetler aracı kurumuna veya CIU'ya devredilmesini talep ettiği takdirde, bu ödeme veya devrin derhal yapılması gerekir.

Yatırımcıların başka finansal ve kişisel yükümlülüklerini yerine getirebilmek için kendi fonlarına hemen erişimleri gerekebilir. Hesap bakiyelerinin ödenmesinde ya da hesapların kapatılmasında gecikme olması, menkul kıymetler pazarlarına duyulan güveni ve menkul kıymetler pazarlarının dürüstlük imajını ve algısını azaltır. Kaynaklar: IOSCO Prensipten 23 ve ayrıca, NASD Kural 11870'i kapsayan FINRA Elkitabı.

Yatırımcı Kayıtları:

(a) Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU, en azından aşağıdaki bilgileri içeren güncel yatırımcı kayıtları tutmalıdır:

- i. yatırımcının kimliğinin tespit edilmesi ve profilinin çıkartılması için gereken tüm dokümanların birer sureti;
- ii. yatırımcının irtibat detayları;
- iii. yatırımcıya gönderilen tüm sözleşme bildirimleri ve periyodik hesap özetleri;
- iv. yatırımcıya sunulan tavsiyeler, ürünler ve hizmetlerin detayları;
- v. yatırımcıya sunulan tavsiye, ürün ve hizmetler hakkında yatırımcıya verilen tüm bilgilerin detayları;

- vi. yatırımcıyla yapılan tüm muhaberat ve yazışmalar;
 - vii. yatırımcı tarafından doldurulan veya imzalanan tüm dokümanlar, formlar veya başvurular;
 - viii. tavsiye, ürün veya hizmetlerin sunulmasına ilişkin bir başvuruya destek olmak üzere yatırımcı tarafından ibraz edilen tüm orijinal dokümanların suretleri;
 - ix. menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU'nun yatırımcı hakkında kanunen tutmakla yükümlü olduğu tüm diğer bilgiler ve
 - x. menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU'nun yatırımcı hakkında edindiği tüm diğer bilgiler.
- (b) Münferit işlemlerin detayları, işlem tarihinden itibaren makul sayıda yıl süresince saklanmalı ve tutulmalıdır. Yukarıda (a) ile (j) arasında sayılan tüm diğer kayıtlar ise, yatırımcıyla ilişkinin sona erdiği tarihten itibaren makul sayıda yıl süresince saklanmalı ve tutulmalıdır. Yatırımcı kayıtları tam ve eksiksiz olmalı ve kayıtlara erişim kolay olmalıdır.

Defter ve kayıtların tutulması; aracı kurumlar, CIU'lar ve diğer piyasa katılımcılarının düzenlenmesinde ve münferit müşteri hesaplarındaki hareketlerin izlenmesinde hayati öneme sahiptir. Bu kayıtlar tutulmadığı takdirde, düzenleyici sistem etkisiz kalır ve tüketici koruması asgari düzeye iner. Kaynaklar: IOSCO Prensipten 23; işlemlere ilişkin detaylı bilgilerin işlem tarihinden itibaren 5 yıl süreyle saklanması gerektiren CESR Standardı 10 Kural 15; SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan Yönetmelik 17a-3 ve NASD Kural 3110'u kapsayan FINRA Elkitabı.

XII. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Müşteri Bilgilerinin Gizliliği ve Güvenliği:

Bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'nun yatırımcıları, finansal faaliyetleri ve işlemlerinin gizli kalmasını ve kanuni dayanağı olmayan özel veya resmi incelemeye tâbi olmamasını bekleme hakkına sahiptirler. Kanun; menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'ların bir müşterinin bilgilerinin güvenliğine veya bütünlüğüne yönelik beklenen tehditler veya tehlikelere karşı ve müşteri bilgilerine yetkisiz erişime ve müşteri bilgilerinin yetkisiz kullanımına karşı güvenliğini ve gizliliğini korumak amacıyla yönelik yeterli adımları atmaları gerektiğini öngörmelidir.

Müşterilerin finansal mahremiyetlerinin korunmasını ve mahremiyetlerine yönelik kanuni dayanağı olmayan saldırıların engellenmesini isteme hakkına sahip oldukları konusunda bir uzlaşma oluşmuştur. Aracı kurumların ve CIU'ların müşterilerini tanıma yükümlülüklerinden dolayı, menkul kıymetler pazarları profesyonelleri, genellikle, müşterilerinin mali durumu hakkında en büyük bilgi kaynaklarına sahiptirler. Bu nedenle, aracı kurumların ve CIU'ların müşterilerinin finansal veri ve bilgilerini aracı kurum ve CIU'daki dahili kişilerin ve harici kişilerin kanuni dayanağı olmayan erişimlerine karşı korumakla yükümlü tutulmaları çok önemlidir. Kaynaklar: Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında AB Direktifi 2002/58/EC ve SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan Yönetmelik S-P.

Müşteri Bilgilerinin Paylaşılması:

Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar:

- i.** kanun aksini emretmedikçe, bir kredi bürosunun kanuni bilgi talepleri gibi, yatırımcı hesabı hakkında bilgileri başkalarıyla paylaşmak zorunda oldukları üçüncü şahıs işlemleri ve ilişkileri hakkında yatırımcıyı bilgilendirmeli;
- ii.** yatırımcının şahsi veri ve bilgilerini nasıl kullandıklarını ve paylaştıklarını açıklamalı ve
- iii.** yatırımcının hesap bilgilerinin veya şahsi veri ve bilgilerin onunla bağlantılı olmayan dış şirketlere telepazarlama veya doğrudan posta pazarlama amaçlarıyla satılması veya bu amaçla paylaşılması gibi belirli bilgi paylaşım etkinliklerini durdurmasına veya "engellemesine" müsaade etmeli ve yatırımcıyı bu seçenek ve hakkı hakkında bilgilendirmelidirler.

Müşteriler, bilgilerin bir finansal şirketler grubunun çeşitli birimleri veya iştirakleri arasında ve üçüncü şahıslarla nasıl paylaşılacağından haberdar olmalıdırlar. Bu paylaşılan kullanımların çoğu müşteri için faydalı olabilir, fakat yine de müşterinin bu bilgi paylaşımını kendisi için faydalı veya menfaatlerine uygun görmediği takdirde bilgi paylaşımını durdurma veya yasaklama hakkına sahip olması gerekir. Kaynaklar: Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında AB Direktifi 2002/58/EC ve SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan Yönetmelik S-P.

İzin Verilen İfşalar:

- (a)** Müşteri finansal kayıtlarının resmi makam ve otoritelere verilmesine ilişkin spesifik prosedürler ve istisnalar olacaksa, bu prosedürler ve istisnaların kanunda belirtilmesi ve düzenlenmesi gerekir.
- (b)** Kanun, yatırımcı gizliliğinin ihlali için cezalar öngörmelidir.

Resmi ve düzenleyici otoritelerin düzenleyici amaçlarla ve kanunları uygulamak amacıyla müşteri bilgileri edinmeleri gerekir. Buna izin verilen durumlar ve bildirim prosedürleri ya da bildirim gerek olmayan durumlar kanunda açıkça belirtilmelidir. Mahremiyet kurallarının ihlali karşısında uygulanacak hukuki, idari ve cezai yaptırımlar ve cezalar açıkça düzenlenmeli ve gerektiğinde uygulanmalıdır. Kaynaklar: Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında AB Direktifi 2002/58/EC ve SEC Menkul Kıymetler ve Borsalar Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan Yönetmelik S-P.

XIII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI:

Dahili İhtilâf Çözümleme Yolları:

- (a) Menkul kıymetler denetleme kurumu; bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'da ihtilâfların ve tazminat taleplerinin çözülmesi amacıyla yönelik bir dahili mekanizmanın oluşturulmasını talep etmelidir.
- (b) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar, her türlü soru ve şikayetleri için yatırımcılarla ilgilenecek belirli çalışanlar tahsis etmeli ve görevlendirmelidirler.
- (c) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'lar, yatırımcılarını, ihtilâfların çözülmesi amacıyla yönelik dahili prosedürleri hakkında bilgilendirmelidirler.
- (d) Menkul kıymetler denetleme kurumu; menkul kıymetler aracı kurumları, tescilli yatırım danışmanları ve CIU'ların yatırımcı koruma kurallarına ilişkin dahili prosedürlerine uyup uymadıklarını denetlemeli ve izlemelidir.

Pek çok müşteri şikayeti, müşterilerin hesapları hakkında bilgi sahibi olmamasından ya da bazı yanlış anlamalardan kaynaklanır. Bu yanlış anlamalar veya bilgi eksikliği, aracı kurum, danışman ve CIU ile dahili olarak çözümlenebilir. Müşteri şikayetlerinin hızla ve adil bir biçimde çözülmesi amacıyla yönelik etkili ve etkin dahili prosedürler mevcut olmalıdır. Kaynaklar: IOSCO Prensipler 23; tahkim gibi bir prosedürün öngörüldüğü CESR Standardı 78 Kural 80 ve IOSCA Prensipler 1-5.

Resmi İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları:

Yatırımcılar ile onların menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'ları arasında meydana gelen ihtilâfların çözülmesi için bağımsız bir ihtilâf çözümleme sistemi bulunmalıdır.

- (a) Bir yatırımcının menkul kıymetler aracı kurumuna, yatırım danışmanına veya CIU'ya yaptığı bir şikayetin dahili prosedüre uygun olarak ve yatırımcıyı tatmin edecek bir biçimde çözülmemesi halinde, yatırımcının ombudsman veya hakem mahkemesi gibi bir üçüncü şahıs rücu mekanizmasına başvurmasına imkan sağlayan bir sistem mevcut olmalı ve bu sistem halka bildirilmeli ve açıklanmalıdır.
- (b) Bağımsız ihtilâf çözümleme sistemi, tayin eden otoriteden ve sektörden bağımsız ve tarafsız olmalıdır.
- (c) Bağımsız ihtilâf çözümleme sisteminin aldığı kararlar, menkul kıymetler aracı kurumları ve CIU'lar üzerinde bağlayıcı olmalıdır. Bu kararların uygulanmasını sağlayan mekanizmalar kurulmalı ve halka açıklanmalıdır.

Perakende yatırımcılar sıklıkla küçük meblağlarda yatırımlar yaparlar ve adli dava ve takip süreçlerinin masrafları bu meblağlar konusunda haklı ve başarılı talepleri bile anlamsız hale getirebilir. Bu nedenle, perakende yatırımcıların haklarının korunabilmesi için hızlı, etkin, etkili ve ucuz olan alternatif bir ihtilâf çözümleme yöntemine sahip olmaları önemlidir.

Kaynaklar: MiFID Madde 53 ve FINRA Kural 12000 Müşteri İhtilâfları İçin Tahkim Usulleri ve Kuralları.

XI. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZİ:

Yatırımcı Koruma:

- (a) Kanunda, bir menkul kıymetler aracı kurumu, yatırım danışmanı veya CIU'da bir sıkıntı olması halinde düzenleyici otoritenin gereken düzeltici tedbiri zamanında ve derhal alabilmesini sağlayan açık hükümler bulunmalıdır.
- (b) Yatırımcı garanti fonu hakkında kanun (varsa), kanun kapsamında yer alan fonlar ve finansal enstrümanlar konusunda açık ve net olmalıdır.
- (c) Garanti fonunun veya ödeme aczi masasının fonları zamanında ödemesini ve finansal enstrümanları zamanında transfer ve teslim etmesini sağlayan etkin bir mekanizma bulunmalıdır.
- (d) Menkul kıymetler aracı kurumları, yatırım danışmanları ve CIU'ların ödeme aczine düşmelerine ilişkin kanun hükümleri, bir menkul kıymetler aracı kurumu veya CIU'nun ödeme aczi masası tarafından yatırımcılara fonların zamanında ödenmesini ve finansal enstrümanların zamanında transfer ve teslim edilmesini sağlayan hızlı, maliyet-etkin ve hakkaniyete uygun kurallar getirmeli ve öngörmelidir.

Fonların tutulduğu aracı kurumların ve CIU'ların ödeme aczine düşmeleri halinde müşteri fonlarının korunması gerekir. Ödeme aczi prosedürleri, müşteri fonlarının ödenmesi için adil ve hızlı bir mekanizma oluşturmalıdır. Kanunun izin verdiği durumlarda, bir yatırımcı garanti fonu, yatırımcı fonlarının korunmasını ve gerektiğinde derhal yatırımcılara iade edilmesini sağlayan bağımsız ve etkin bir mekanizma oluşturabilir. Kaynaklar: IOSCO Prensipten 24, Yatırımcı – Ücret Programları Hakkında AB Direktifi ve SEC Menkul Kıymetler Yatırımcı Koruma Kanunu 1970.

XV. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Geniş Tabanlı Finansal Okuryazarlık Programı:

- (a) Halkın finansal okuryazarlığını artırmak için, geniş tabanlı bir finansal eğitim ve bilgilendirme programı geliştirilmeli ve uygulanmalıdır.
- (b) Finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecine bir dizi farklı örgüt – devlet kuruluşları ve resmi makamlar ve sivil toplum örgütleri de dahil – katılmalıdır.
- (c) Hükümet, ulusal finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanmasına liderlik etmek ve süreci koordine etmek üzere, merkez bankası veya bir finansal düzenleyici organ gibi bir kurum tayin etmelidir.

Finansal eğitim, bilgilendirme ve kılavuzluk, tüketicilerin gelirlerini bütçelemeleri ve yönetmelerine, tasarruf ve yatırım yapmalarına, kendilerini risklere karşı korumalarına ve finansal sahtekârlık ve dolandırıcılıkların kurbanı olmaktan kurtulmalarına yardımcı olabilir. Finansal ürün ve hizmetler giderek daha sofistike ve karmaşık hale geldikçe ve hanehalkı finansal işleri için daha büyük sorumluluklar üstlendikçe, bireylerin sadece kendi finansal durumlarını ve ailelerinin ekonomik geleceğini güvenceye almalarına yardımcı olmak için değil, aynı zamanda finansal piyasaların ve ekonominin düzgün işlemlerini kolaylaştırmak için de kendi paralarını iyi yönetmeleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Hem kamu sektöründe hem de özel sektörde pek çok örgütün insanların finansal okuryazarlığını artırmakta menfaatleri vardır. Bu örgütler, zaman içerisinde insanların kendi kişisel finansal kaynaklarını yönetme kabiliyetlerini geliştirmelerine yardımcı olacak bir dizi inisiyatif örgütlemek için bu konuda birlikte çalışmalıdırlar.

Kitle İletişim Araçları da Dahil Bir Dizi İnisiyatif ve Kanalı Kullanmak:

- (a) İnsanların finansal okuryazarlığını artırmak ve geliştirmek için bir dizi inisiyatif örgütlenmelidir.
- (b) Bu, kitle iletişim araçlarının finansal eğitim ve bilgilendirme yapmaya ve yol gösterici işlevini görmeye teşvik etmeyi de içermelidir.

İnsanlar farklı yollarla öğrenirler. En etkili olması muhtemel yaklaşımlar ve kanallar, (diğer faktörlerin yanı sıra) insanların yaşına, gelir seviyesine, kültürüne ve kendilerini en rahat hissettikleri öğrenme tarzına göre değişir. İnsanların tüm bilgileri ve eğitimi ilk gördükleri veya duydukları seferde özümsemeleri pek olası değildir; bilgilerin birkaç kereden ve çeşitli farklı yollarla verilmesi, temel mesajların güçlendirilmesine yardımcı olabilir.

Medya, menkul kıymetler pazarlarının durumu ve piyasa katılımcıları hakkında müşterilere devamlı eğitim ve bilgi vermenin en etkili araçlarından biridir. Düzenleyici otorite, medyayı, düzenleyici faaliyetlerin geniş bir yatırımcı kitlesine bildirilmesinin etkili bir aracı ve yolu olarak görmeli ve medyanın gizli olmayan, halka açık bilgilere bunları yatırımcı kitlesine iletmek amacıyla açık erişim imkanına sahip olmasını sağlamalıdır.

Yatırımcılar İçin Tarafsız Bilgiler:

- (a) Finansal düzenleyici otoriteler, finansal ürün ve hizmetlerin ana tiplerinin temel özellikleri, faydaları ve riskleri – ve mümkünse maliyeti – hakkında internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgi vermelidirlar.
- (b) Sivil toplum örgütlerinin finansal ürün ve hizmetler hakkında halka tüketici bilinçlendirme programları örgütlenme ve uygulama konusunda teşvik edilmeleri gerekir.

Düzenleyici otorite, tüketicileri koruma görevinin bir parçası olarak tüketici eğitimi konusunda aktif bir rol üstlenmelidir. Tüketiciler, bir yatırım ters gittikten sonra dava ve takiplere girişmek yerine yatırım yapmadan önce bilgiye dayanan kararlar alarak kendi yatırım ve menfaatlerini daha iyi koruyabilirler. Kaynak: IOSCO Prensipler 4.

Finansal Okuryazarlık İnisyatiflerinin Etkisini Ölçmek:

- (a) Tüketicilerin finansal okuryazarlığı, zaman zaman tekrarlanan geniş tabanlı bir hanehalkı anketi vasıtasıyla ölçülmelidir.
- (b) Temel finansal okuryazarlık inisyatiflerinin etkinliği değerlendirilmelidir.

Finansal okuryazarlık programlarının etkilerini ölçmek amacıyla, halkın bir örneklem grubunun finansal okuryazarlığı, zaman zaman (her dört ya da beş yılda bir) tekrarlanan bir ulusal hanehalkı anketiyle ölçülmelidir. Ek olarak, temel finansal okuryazarlık inisyatiflerinin ulaşmayı hedefledikleri insanlar üzerindeki etkilerinin de değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme, politika yapıcılara ve fonlayıcılara, hangi inisyatifleri devam ettirmeleri veya belki de ölçeğini yükseltmeleri ve hangi inisyatiflerde değişiklik yapmaları veya hangi inisyatifleri devam ettirmemeleri gerektiğine bilgiye dayanan bir temelde karar vermelerinde yardımcı olabilir.

Menkul kıymetler sektörü için uluslararası tüketici koruma mevzuatı ve yönetmelikleri hakkında Tablo 3’de temel bilgiler verilmektedir.

TABLO 3: Menkul Kıymetler Sektörü İçin Tüketici Koruma Yönetmeliklerine Genel Bakış

Kurum	Kanunlar, Yönetmelikler, Direktifler ve Kılavuzlar⁶⁴
IOSCO – Uluslararası Menkul Kıymetler Komisyonları Örgütü	Menkul Kıymetlerin Hedefleri ve Prensipleri Yönetmeliği, Eylül 1998 (Şubat 2008 itibariyle güncellenmiştir)
	IOSCO Menkul Kıymetlerin Hedefleri ve Prensipleri Yönetmeliği Uygulamasının Değerlendirilmesi İçin Metodoloji, Ekim 2003 (Şubat 2008 itibariyle güncellenmiştir)
AB	Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında Direktif, 2002/58/EC
	Uzaktan Sözleşmeler Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında Direktif, 1997/7/EEC
	Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında Direktif, 2002/65/EC
	Yanılıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında Direktif, 2006/114/EEC
	Finansal Enstrümanlar Pazarları Hakkında Direktif, 2004/39/EC (MiFID) (halen revize edilmektedir)
	Yatırımcı – Ücretlendirme Planları Hakkında Direktif, 1997/9/EC
	Devredilebilir Menkul Kıymetlere Yatırım Yapan Toplu Yatırım Fonu İşletmeleri Hakkında Direktif, 2009/65/EC (1985/611/EEC sayılı Direktifi tekrar düzenleyen Direktif) (UCITS)
Avrupa Menkul Kıymetler ve Pazarlar Otoritesi (eski CESR)	CESR, Bir Avrupa Yatırımcı Koruma Rejimi İçin Bir Öneri: İş Davranış Kurallarının Uyumlaştırılması, Nisan 2002
FINRA – ABD Finans Sektörü Düzenleyici Otoritesi	FINRA Elkitabı: FINRA Elkitabına dahil edilen NASD Kuralları ve NYSE Kuralları da dahil FINRA Kuralları
SEC – ABD Menkul Kıymetler ve Borsalar Komisyonu	Menkul Kıymetler Kanunu 1933 ve o Kanun tahtında çıkartılan yönetmelikler. Menkul Kıymetler Borsa Kanunu 1934 ve o Kanun tahtında çıkartılan yönetmelikler. Yatırım Şirketleri Kanunu 1940 ve o Kanun tahtında çıkartılan yönetmelikler. Yatırım Danışmanları Kanunu 1940 ve o Kanun tahtında çıkartılan yönetmelikler.
	Menkul Kıymetler Yatırımcı Koruma Şirketi’ni kuran Menkul Kıymetler Yatırımcı Koruma Kanunu 1970 (değiştirilmiş haliyle)
CFTC – ABD Emtia Vadeli İşlemler Alımsatım Komisyonu	Emtia Borsaları Kanunu
SEBI – Hindistan Menkul Kıymetler Kurulu	Yatırım Fonları Hakkında Master Genelge, 2011
FIMM – Malezya Yatırım Yöneticileri Federasyonu	Yatırım Fonları Sektörü İçin Etik Kurallar ve Mesleki Davranış Standartları
MAS – Singapur Para Otoritesi	Mali Danışmanlar ve Temsilciler İçin Davranış Standartları Hakkında Kılavuz
SFC – Hong Kong Menkul Kıymetler ve Vadeli İşlemler Komisyonu	Menkul Kıymetler ve Vadeli İşlemler Komisyonu Tarafından Ruhsatlandırılan veya Komisyon Nezdinde Tescil Edilmiş Şahıslar İçin Davranış Kuralları, 2010

SİGORTA SEKTÖRÜ:

Sigorta penetrasyonu (yani, GSYİH'nin bir yüzdesi olarak primler) büyük ölçüde gelir seviyelerine bağlı olmasına rağmen, gelişmekte olan pek çok ülkede sigorta pazarları, otomobil ve sağlık sigortalarının zorunlu tutulmasının, kredilendirmenin ön şartı olarak sigorta yaptırılmasının ve mikro-sigorta teknolojisinin gelişmesinin bir sonucu olarak artık hızla büyüyen tüketici bileşenlerine sahiptirler. Mevzuatın yeterince güçlü olmaması ve sigortanın vergi için ve sermaye transferi amaçlarıyla kötüye kullanılması ve hatta doğrudan sahtekârlık eylemleri sebebiyle, sigorta sektörü bazen istenenden daha az sayıda şirketi cezbetmiştir. Bu gelişmeler, kaçınılmaz olarak, spesifik sigorta tüketici koruma kanunları ve sistemlerinin geliştirilmesine yol açar (bu adım, politik açıdan duyarlı skandallardan önce gelmek yerine bazen bu skandalların ardından gelmesine rağmen).

Tüketici haklarını güçlendirmek yoluyla kaçınılabilecek bir dizi yaygın istenmeyen sektör uygulaması vardır. Bunlar; gerçekçi olmayan fayda tanımlamaları, ürünlerin gerçek maliyetinin tam olarak açıklanmaması, yanıltıcı reklamlar, adil olmayan hasar tazminat uygulamaları ve belirlenen gereksinimlere uygun satış yapılmamasıdır. Sigorta, satılan ürün tipi ve miktarının temel itici faktörünün acente teşvikleri olabileceği bir sektördür. Ayrıca, aile ve arkadaşlar kanalıyla ve bağlı ve paket satışlar yoluyla çoklu-seviyede satışlar (özellikle cari kanunlara göre katılma prensipleri uygulandığı takdirde) bir tüketicinin seçeneklerini ve hareketliliğini kısıtlayabilir.

Sigorta piyasası davranış kuralları mevzuatı, en çok, İngilizce konuşan ülkelerde gelişmiş bulunmaktadır. Bu, büyük oranda, İngiltere'de Equitable davası gibi bir dizi yüksek profilli davalar da dahil devasa ve dinamik içtihat hukuku envanterinin ve aktivist medyanın bir sonucudur. AB de, son zamanlarda, Hukuki ve Ticari Konularda Aracılığın Belirli Özellikleri Hakkında Direktif 2008/52/EC'nin çıkartılmasıyla ve daha geniş tüketici koruma gündemi üzerinde devam eden diyalogun bir sonucu olarak bu alana angaje hale gelmiş bulunmaktadır. Gelişmekte olan pazarlarda, tüketici koruma sorunları, sektörel gelişmeye ve ihtiyatlı ve basiretli denetime göre ikinci sırada kalmaktadır.

Mikro-sigortanın hızla gelişmesi; sigorta konseptiyle daha önce hiç tanışmamış bulunan ya da çok az tanışıklığı bulunan düşük gelir düzeyindeki bireyler ve aileler için geliştirilmekte olan tüketici koruma mevzuatı modelinin uygulanabilirliğinin gözden geçirilmesini zorunlu hale getirmektedir. Peru, Güney Afrika, Brezilya ve Hindistan da dahil bir dizi ülkedeki denetleme otoriteleri, sivil toplum örgütleri ve çeşitli kuruluşlar tarafından SEEP, CGAP, Finmark Trust ve Microinsurance Network (sonuncusu IAIS ile birlikte çalışmaktadır) aracılığıyla son zamanlarda yaratıcı çalışmalar yapılmıştır. Genel anlamda, mikro-sigorta mevzuatı, ürün tasarımı, dağıtımı, paket satış ve markalama konusunda daha gevşek bir yaklaşımın benimsenmesini öngörmekte ve bilgi açıklamaları konusunda daha yüksek standartlar (ideal olarak, hedef pazarların ürün tasarımına önceden katılması da dahil) ve sağlam rücu mekanizmaları gerektirmektedir. Tablo 4, sigorta sektöründe tüketici koruması hakkında okunması gereken temel eserlerin bir listesini vermektedir.

TABLO 4: Sigorta Sektöründe Tüketici Koruması Hakkında Okunması Gereken Eserler Seçkisi

ABD Ulusal Sigorta Yöneticileri Birliği (NAIC), <i>Personal Lines Regulatory Framework</i> (Kişisel Sigortalar Düzenleyici Çerçevesi), Eylül 2006
Monti, Alberto, “The Law of Insurance Contracts in the People’s Republic of China: A Comparative Analysis of Policyholder’s Rights” (Çin Halk Cumhuriyeti’nde Sigorta Sözleşmeleri Hukuku: Poliçe Sahiplerinin Hakları Hakkında Karşılaştırmalı Bir Analiz), <i>Global Jurists Topics</i> , Cilt 1, Baskı 3, 2001.
Birleşik Krallık Parlamento ve Sağlık Hizmetleri Ombudsmanı, <i>Equitable Life: A Decade of Regulatory Failure</i> (Hayatta Hakkaniyet: Bir Mevzuat Çöküş Onyılı), Temmuz 2008
İngiliz ve İskoç Hukuk Komisyonları – Insurance Contract Law: A Joint Scoping Paper (Sigorta Sözleşmeleri Hukuku: Bir Müşterek Kapsam Tayin Raporu), 2005 (http://www.scotlawcom.gov.uk/downloads/cp_insurance.pdf).
Avustralya Hukuk Reformu Komisyonu, <i>Submissions to the Department of Treasury: Review of the Insurance Contracts Act 1984</i> (Hazine Bakanlığı’na Sunulan Raporlar: Sigorta Sözleşmeleri Kanunu 1984’ün Gözden Geçirilmesi) (Cth), 2003 ve 2004
Tarr, A.A. Insurance Law and the Consumer (Sigorta Hukuku ve Tüketici), <i>Bond University Law Review</i> , Cilt 1, 1989

XVI. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI:

Tüketici Koruma Rejimi:

Kanunlar, sigortayla ilgili her konuda tüketici koruması hakkında net ve açık kurallar koymalıdır ve tüketici koruma kurallarının uygulanması ve icrası için yeterli kurumsal düzenlemeler mevcut olmalıdır.

- (a) Kanunda, sigortanın perakende tüketicilerinin korunması için etkin ve etkili bir rejim yaratan somut hüküm ve kurallar bulunmalıdır.
- (b) Bu kurallar, gönüllü tüketici örgütleri ve öz-düzenleyici örgütler de dahil özel sektöre öncelikli bir rol vermelidir.

İyi uygulamalar; sigorta sözleşmelerinin zorunlu olarak opak olan niteliğinden (bazen sözleşme yapıldıktan epey sonra teslim edilen bir şarta bağlı gayri maddi hizmet sunarlar), standart tip sözleşmelerinin kullanılmasının zorunlu tutulmasından (bazen katılma kurallarına tâbi olarak) ve (medeni kanun ya da örf ve âdet hukuku temelinde) ilgili kanunların karmaşıklığından dolayı, perakende ürün ve hizmetler sunan sigortacıların tüketici koruma amaçlarıyla denetim ve gözetim altında tutulmasını gerektirirler. Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği (IAIS) Temel Prensipler ve Metodoloji’nin (ICP 25 – Tüketici Koruma) 2003 versiyonu, bu konuyu aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Denetim otoritesi, ürünlerini sınır-ötesi bazda satan yabancı sigortacılar da dahil, sigortacılar ve aracı kuruluşlar için, kendi yetki bölgesi içerisindeki tüketicilerle ilişkilerine dair belirli asgari koşullar koyar. Bu koşullar; bir sözleşmeye girilmeden önce ve daha sonra sözleşme tahtındaki yükümlülüklerin tümünün yerine getirildiği ana kadar, gerekli bilgilerin tüketicilere tam ve eksiksiz ve zamanında verilmesini de içerir.”

Sözleşmeler:

Genel sigorta veya sözleşme hukuku kapsamında uzmanlaşmış bir sigorta sözleşmeleri bölümü ya da ideal olan, ayrı bir Sigorta Sözleşmeleri Kanunu bulunmalıdır. Bu, sigorta sektörüne özgü bilgi alışverişi ve ifşa koşullarını ve sigortacının ve perakende poliçe sahibinin temel hak ve yükümlülüklerini içermeli ve pazarlık gücü veya bilgiye erişim konularında asimetrilere izin vermelidir.

Son derece uzmanlaşmış karakterinden ve çok uzun geçmişinden ötürü, sigorta, büyük ölçüde, ayrı ve uzmanlaşmış bir hukuk branşına bağlı olma özelliğini korumaktadır. Medeni Kanun ülkelerinde, sigorta sözleşmeleri, normalde, Medeni Kanun'un başka ilgili bölümlere de sık sık atıfta bulunan ayrı bir bölümünde düzenlenmektedir. Medeni Kanun'a ek olarak, sigorta hukuku kapsamında, denetleme ve basiretli yönetim konularıyla ilgilenen daha spesifik bölümler de bulunabilmektedir. Bazı örf ve âdet hukuku ülkelerinde ayrı sigorta sözleşmeleri hukuku vardır ve bu hukuk, karma hukuk ülkelerinde (örneğin, Çek Cumhuriyeti) bir Medeni Kanun'u destekleyebilir.

Ticari ve endüstriyel sigorta branşları, genellikle, tüketici (perakende) sigorta pazarlarının gelişmesinden tarihsel olarak daha önce oldukları için, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda ve pek çok geçiş pazarında sigorta hukukunun ana gövdesi, B2C durumlarını yeterince kapsamamaktadır ve bu ülkeler sıklıkla sanayileşmiş ülke modellerini örnek almaktadırlar. Bir sigorta sözleşmesinin asgari içeriğini düzenlemenin yanı sıra (ideal olan, temel sigorta kuvertürü ayrımlarına göre düzenlenmesidir – uzun vadeli, sorumluluk, mal, vb. gibi), faydalı B2C sözleşme yönetmelikleri, önemli olan ve olmayan adem-i ifşa arasında bir ayrım yapmakta ve açıkça şu konuları içermektedir: sözleşme ne zaman yürürlüğe girer (kuvertür notu durumları da dahil); noksan sigorta, ne zaman ortalamanın uygulanmasını gerektirir; bir sigortacı bir sözleşmeyi iptal etmek veya değiştirmek istediğinde uygulanması gereken bildirim koşulları; bir ihtilâf halinde sözleşmeler nasıl yorumlanacaktır; kolay anlaşılır kelimeler, font büyüklüğü vb.'nin kullanılmasına ilişkin asgari koşullar ve hangi klostlar sözleşmeye konulamaz (örneğin, garanti klostları, sigortacının koşullarına göre zorunlu tahkim, vb.). Olası yaklaşımlar aşağıda gösterilmektedir:

- *Ayrı sözleşmeler hukuku bulunan Doğu Avrupa Ülkeleri – Almanya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Letonya;*
- *Ayrı sigorta sözleşmeleri hukuku bulunan diğer büyük ülkeler – İngiltere, Avustralya;*
- *Sigorta Hukukunda Sigorta Sözleşmeleri bölümü bulunan büyük ülkeler – Çin, Hindistan, A.B.D., Brezilya, Rusya, Kanada;*
- *Sadece Medeni Kanun / Borçlar Kanunu bulunan ülkeler – İtalya, Türkiye.*

Sigortacılar İçin Davranış Kuralları:

- (a) Sigortacılar için, sigorta sektörüne ve ilgili tüketici derneklerine danışılarak tasarlanmış ve bir yasal resmi otorite veya etkin bir öz-düzenleyici organ tarafından uygulanan ve izlenen ve prensiplere dayanan bir davranış kuralları seti bulunmalıdır.
- (b) Prensipere dayanan bir davranış kuralları seti mevcutsa, sigortacılar, bu davranış kuralları setini uygun araç ve yollarla halka duyurmalı ve yayımlamalıdır.

(c) Prensipiere dayanan davranış kuralları, uygunsa, sigorta ürünlerine veya kanallarına ilişkin konularda sigortacılar için düzenlenmiş gönüllü kurallarla güçlendirilmeli ve desteklenmelidir.

(d) Bu gönüllü (isteğe bağlı) kurallar da aynı şekilde duyurulmalı ve yayımlanmalıdır.

Avrupa mevzuatında, sigorta sektöründe davranış kurallarının belirlenmesine yönelik özel bir talep bulunmadığı gibi, sektör ve tüketici dernekleri ve birliklerinin işbirliğini öngören hükümler de yoktur. Avustralya ve Malezya gibi bazı diğer ülkelerde denetim otoriteleri ve kanuni tüketici koruma organları tarafından kabul edilmiş kurallar vardır. Tablo 5’de sigorta sektörü için bir davranış kuralları seçkisi sunulmaktadır.

Tam kurumsal düzenleme, mevzuata bağlıdır (örneğin, bir davranış kuralları setinin düzenlenmesine ilişkin bir kanun hükmünün bulunup bulunmadığına). Bazı Avrupa ülkelerinde, tek başına bu davranış kurallarının mevcudiyeti, tam uyum için yeterli değildir (COE Konvansiyonu).

TABLO 5: Sigorta Sektörü İçin Davranış Kuralları Seçkisi

Ülke	Kurum	Davranış Kuralları
Avustralya	Ulusal Sigorta Aracıları Birliği Avustralya Sigorta Konseyi Finansal Planlama Derneği	Genel Sigorta Aracıları Uygulama Kuralları Genel Sigorta Uygulama Kuralları Finansal Planlamacılar Etik İlkeleri ve Mesleki Davranış Kuralları
Hindistan	Hindistan Hayat Sigortası Konseyi	Hindistan Hayat Sigortacıları İçin En İyi Uygulamalar Kodu
Malezya	Malezya Hayat Sigortası Birliği	Etik İlkeleri ve Davranış Kuralları (Bank Nagara tarafından onaylanmıştır)
Rusya	Rusya Otomobil Sigortacıları Birliği	Aleyhine şikayette bulunulan sigorta acenteleri ve sigorta aracıları sicilinin tutulması; “MTPL pazarında hizmet düzeyinin yükseltilmesi” başlıklı mesleki davranış kuralları ve mağdurların yaptığı taleplerin gözden geçirilmesi ve tazminat ödemelerine ilişkin kurallar da dahil çeşitli kurallar ve standartlar.
Güney Afrika	Güney Afrika Hayat Sigortaları Birliği	Davranış Kuralları – bir dizi ürünü ve faaliyeti kapsayan 24 bölüm.
İngiltere	İngiliz Sigortacılar Birliği	Uzun-Vadeli Bakım Sigortası İçin En İyi Uygulamalar Beyanı, Donatım Poliçesi İncelemeleri İçin Uygulama Kuralları, Kritik Hastalık Sigortası İçin En İyi Uygulamalar Beyanı ve Kâra İştirakli Poliçeler İçin En İyi Uygulamalar Kılavuzu da dahil çeşitli kurallar ve kılavuzlar.

Kaynak: Dünya Bankası araştırması ve Finans Sistemi Değerlendirme Programları (FSAP)

Diğer Kurumsal Düzenlemeler:

- (a) İhtiyatlı denetim ve tüketici koruması görevleri ayrı kuruluşlara verilebileceği gibi tek bir kuruma da verilebilir, fakat kaynakların ihtiyatlı denetim ve tüketici koruması arasında dağılımı, tüketici koruma kurallarının etkin uygulanabilmesi için yeterli olmalıdır.
- (b) Adli sistem, finansal tüketici korumaya dair kuralların uygulanmasına kredibilite ve güvenilirlik kazandırmalıdır.
- (c) Medya ve tüketici dernekleri de, sigorta endüstrisinde tüketici korumasının teşviki konusunda aktif bir rol üstlenmelidirler.

Sigortacıların hem piyasa davranışları hem de ihtiyatlı denetim konularında sorumlulukları bulunan bir otorite tarafından denetlendikleri ülkelerde, bu ikisi arasında bir dengenin kurulması gerekir. Örneğin, İngiltere’de, son yapılan yeniden yapılandırmadan önce, sermaye ihtiyaçları ve tüketici meselelerinden FSA sorumluydu⁶⁴. A.B.D.’de benzer görevler Ulusal Sigorta Yöneticileri Birliği’nin (NAIC) onayladığı eyalet sigorta departmanları tarafından ifa edilmektedir. Sigorta müfettişleri, denetledikleri kurumların hem ihtiyatlı denetim hem de piyasa davranışlarını incelemekle yükümlüdürler. ABD’de hem FSA hem de pek çok eyalet denetleme otoriteleri, sigorta tüketicilerine web-bazlı destek sunmaktadırlar⁶⁵. Teorik olarak, bu rolleri ayırmak daha iyidir (örneğin, Wallis Inquiry – Avustralya), fakat pek çok ülkede kurumsal gerçeklik, finansal pazarlar hanehalkı sektörüne nispeten derin nüfuz edene ve resmi ombudsmanlar veya eşdeğerleri tayin edilene kadar, ihtiyatlı denetleme otoritesinin tüketiciler için varsayılan başvuru noktası haline geldiğini göstermektedir (örneğin, İngiltere ve Avustralya⁶⁶).

Medya ve tüketici dernekleri de, sanayileşmiş ülkelerde finansal tüketici korumasının teşvik edilmesi konusunda genellikle aktif bir rol oynarlar. Tüm Avrupa ülkelerinde, finansal hizmetlerle de ilgilenen tüketici dernekleri vardır ve Avrupa Komisyonu bu konuda bir genel inceleme yapmıştır⁶⁷. 20/2004/EC sayılı Karar’ın 7. Maddesinde olduğu gibi, belirli kriterlerin yerine getirilmesi şartıyla, bir kurum veya örgüt, AB tarafından finansal olarak bile desteklenebilir (Ağustos 2008 itibariyle iki örgüt bu desteği almaktadır: Avrupa Tüketiciler Örgütü (BEUC) ve Avrupa Standardizasyonda Tüketicilerin Temsili İçin Eşgüdüm Derneği (ANEC)).

Ayrıca, AB, zaten mevcut bulunan Avrupa Tüketici Danışma Grubunun bir alt-grubu olan Finansal Hizmetler Tüketici Grubu gibi çeşitli danışma organları kurmuş bulunmaktadır⁶⁸. Bunlar, Üye Devletlerin her birinden tüketici örgütlerinin temsilcilerinin yer aldığı daimi komitelerdir. Bu örgütlerden, özellikle, AB finansal hizmetler politikası belirlenirken tüketici menfaatlerinin de dikkate alınmasını sağlamaları istenmektedir. Dünya çapında tüketici örgütleri ve derneklerinin adresleri, Consumers International web sitesinde bulunabilir⁶⁹.

Sözleşmelerde Bağlayıcı Şartlar ve Paket Satışlar:

Bir sigortacı, sözleşmeleri için bir dağıtım kanalı olarak bir ticaret firmasıyla veya bir kredi kuruluşuyla (bankalar ve finansal kiralama şirketleri de dahil) sözleşme yaptığında, tüketiciye sorulmadan ve sözleşmeden çıkma ve cayma hakkı tanınmadan, paket satış (kanunen tek olan bir sözleşmeye katılma şartı da dahil), bağlayıcı şart veya benzeri başka inhisari ve ayrımcı şartlar sözleşmeye konulmamalıdır.

Tüketici koruması, pazara hâkim olan oyuncuların piyasa güçlerini kötüye kullanmalarını engellemek için kullanılabilir⁷⁰. Farklı sektörlerden şirketler arasında dikey kısıtlamalar arasında, rekabete aykırı bağlayıcı şartlar ve paket satışlar da vardır. Paket satışları veya bağlayıcı şartları içeren çapraz-satışın talep ve arz üzerinde olumlu etkileri olabilir, fakat rekabeti ve müşteri hareketliliğini de bozabilir. Paket satış, iki ayrı malın tek bir paket halinde satılmasıdır. Firmalar çeşitli farklı sebeplerle paket satış yaparlar (kapsam / mal türleri ekonomisi, fiyat farklılaştırması, talep yönetimi veya piyasa gücünün başka piyasa sektörlerine de yayılması). Özellikle katılma doktrininin uygulandığı Medeni Kanun ülkelerinde, ilgili kredinin veya malların gerçek fiyatını gizlemek için de sahte sigorta ürünleri paketleri kullanılmıştır.

Tüketicinin seçim imkanlarını sınırlandıran paket satışlar ve bağlayıcı şartlar, rekabet hukuku uygulamalarının zayıf olduğu ülkelerde yaygındır ve bu nedenle, tüketici koruması hakkında tanı amaçlı incelemeler yapılırken değerlendirilmesi gereken unsurlardan biri olmalıdır. Paket satışların ayrıca fiyat karşılaştırmasını olanaksız hale getirmek gibi bir özelliği de vardır. Paket satış, kendiliğinden ve doğrudan doğruya rekabete aykırı değildir, fakat özellikle A malıyla birlikte B malını da satın alma koşulu (örneğin, işsizlik ve/veya hayat sigortasıyla birlikte bir ipotek sözleşmesi gibi) varsa, rekabeti azaltabilir ve tüketicinin seçeneklerini sınırlandırır.

Paket satışların iki sonucu, rekabet politikası açısından özellikle önem taşımaktadır: (i) tüketicinin seçeneklerinin sınırlandırılması ve (ii) diğer rakiplerin engellenip engellenmediği. AB'nin rekabet politikasının ışığında paket satış ve bağlayıcı şart uygulamalarına yaklaşımı hakkında detaylı bilgi almak için, lütfen AB Antlaşması Madde 102'ye bakınız.

Paket satılan / birbirine bağlanan hizmetlerin toplam fiyatı tüketiciler için paketlenmemiş malların toplam fiyatından daha düşük ise ve alım kolaylığı artırılmışsa paket satışların talep tarafı üzerinde olumlu etkileri olabilir. Arz tarafı üzerindeki etkiler ise, paket hizmetler sunmanın maliyetinin azalmasından doğabilir.

XVII. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI:

Satış Uygulamaları:

- (a)** Acentelerinin (yani, sigortacı adına hareket eden aracılar) tüketicilere ürün hakkında verdikleri bilgilerden sigortacının kendisi sorumlu tutulmalıdır.
- (b)** Onlara (poliçe olarak bilinen) bir sigorta sözleşmesi satan aracının onlar adına mı yoksa sigortacı adına mı hareket ettiği (ikinci durumda, aracının sigortacıyla bir acentelik sözleşmesinin bulunması gerekir) tüketicilere bildirilmelidir.
- (c)** Aracı bir broker ise (yani, tüketici adına hareket ediyorsa), ilgili ürünü satan sigortacının bu aracıya bir komisyon ödeyip ödemeyeceği, aracıyla ilk sözleşmenin yapıldığı zamanda tüketicieye bildirilmelidir. Tüketici uzun-vadeli tasarruf sözleşmeleri için aracıya ödenen komisyonun ve diğer maliyet kalemlerinin açıklanmasını isteme hakkına sahip olmalıdır. Herhangi bir tek primli yatırım sözleşmesi nedeniyle ödenen komisyon ve diğer masrafların tutarı da tüketicieye daima bildirilmelidir.

- (d) Bir aracının belirli bir genel sigorta branşında (yani, hayat ve maluliyet, sağlık, genel sigorta, kredi sigortası) hem broker hem de acentelik rollerini aynı zamanda oynaması yasaklanmalıdır.
- (e) Bir bankanın aracı olduğu durumlarda, satış süreci, tüketicinin bir banka ürününü ya da bankanın garanti ettiği bir ürünü satın almadığını daima kavramasını ve anlamasını sağlamalıdır.
- (f) Yukarıdaki hükümlerin herhangi birisinin ihlâl edilmesi halinde, anlamlı para cezaları ve araçlar söz konusu ise, aracılık ruhsatının kaybedilmesi de dahil yaptırımlar uygulanmalıdır.

AB’de sigorta ürünleri satış uygulamaları hakkında ana başvuru kaynakları; konsolide Hayat Sigortası Direktifi (Bölüm 4 ve Ek III), hayat-dışı sigortaları ve otomobil sigortasını kapsayan çeşitli direktifler ve Aracılık Direktifidir. Özellikle, Hayat Sigortası Direktifi Ek III, hayat sigortası tüketicilerinin satış sırasında rücu mekanizmaları hakkında bilgilendirilmesini gerektirmektedir. İngiltere gibi bazı AB üye devletlerinde, satış işlemlerine ilişkin tüm kayıtların (bazen kaydetme de dahil) tutulması ve saklanması kuralı gibi, Hayat Sigortası Direktifi ve Aracılık Direktifinden önemli oranda daha kuvvetli ve daha katı işfa ve satış uygulamaları vardır.

Diğer önemli direktifler arasında şunlar sayılabilir: Finansal Hizmetlerin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifi, 2002/65/EC; Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında AB Direktifi, 1997/55/EE ve ayrıca, Ekinde 23 örnekle yanıltıcı uygulamaları (Madde 6 ve 7) ve Ekinde 8 örnekle agresif uygulamaları (Madde 8 ve 9) düzenleyen, Adil Olmayan Ticari Uygulamalar Hakkında AB Direktifi, 2005/29/EC. Madde 10’da, adil olmayan ticari uygulamaların davranış kurallarıyla kontrol altında tutulabileceği açıkça belirtilmektedir. Ayrıca, mahkeme-dışı çözümlene yollarına başvuru imkanı da bulunabilir, fakat bu yol, adli veya idari rücu ve başvuru mekanizmalarına eşdeğer değildir.

AB ve bağlı kuruluşları haricinde, ana regülasyon kaynakları, yine, ABD’de “zorla-yapılan sigortadan” (yani, bir kredi kurumunun poliçe sahibi ve lehdar olduğu ve poliçenin maliyetini müşterisine aktardığı sistem) kaynaklanan sorunlar bulunduğu açıkça görülmesine rağmen, sanayileşmiş örf ve âdet hukuku ülkeleri ve özellikle ABD ve Avustralya’dır. Kanada, büyük ölçüde, yaygınlaşmış ve erişilebilir sektör etik kurallarına ve uzun süredir faaliyet gösteren tüketici sorunları merkezinin deneyimlerine dayanmaktadır⁷¹. Çin, tüketici korumasını, yeni güncellediği düzenleyici modelin temel bir unsuru yapmıştır ve belirli dağıtım kanalları (banka şubeleri gibi belirli acente tipleri de dahil) ve poliçe tipi kombinasyonları (fayda tanımlamalarının verildiği yatırımla bağlantılı ve katılıma açık sözleşmeler de dahil) için bazı ileri uygulama ve koşullar konusunda öncülük etmektedir. Getirilen yenilikler arasında, yeni poliçe sahiplerinden girdikleri sözleşmenin koşullarını anladıklarını kendi elyazlarıyla beyan etmelerini istemek ve sigortacılardan kısa bir süre sonra bunu tasdik etmelerini istemek de bulunmaktadır.

Banka sigortacılığı, pek çok ülkede, özellikle hayat sigortası için yeni iş geliştirmenin temel kaynaklarından biri haline gelmektedir ve gereken işletme kuralları sıklıkla reaksiyoner bir tarzda olmak üzere hâlâ geliştirilmektedir. Temel sorun, tüketicilerin bankanın çıkarttığı veya garanti ettiği bir ürünü satın almadıklarını anlamalarını sağlamak gibi gözükmektedir. Bunu sağlamak için uygulanabilecek yöntemler arasında, satışın sigorta personeli tarafından veya bankaya ait bir brokerin personeli tarafından (ideal olan, mevduat ve kredi işlemlerinin

yapıldığı yerden farklı bir yerde yapılmasıdır) yapılmasını istemek ve yatırım-bağlantılı ve uzun-vadeli tasarruf sözleşmelerini satan personel için daha yüksek seviyelerde eğitim şartı getirmek ve satış materyallerinde ve poliçede sigortacının adının açıkça beyan edilmesini sağlamak sayılabilir.

Reklam ve Satış Materyalleri:

- (a) Sigortacılar, reklam ve satış materyallerinin ve usullerinin müşterileri yanıltmamasını sağlamalıdır. Hayat sigortası değer projeksiyonlarında kullanılan yatırım getirilerine belirli düzenleyici sınırlar konulmalıdır.
- (b) Ürünleriyle ilgili ürettikleri reklam, pazarlama ve satış materyallerinde yapılan tüm beyan ve açıklamalardan kanunen sigortacıların kendisi sorumlu tutulmalıdır.
- (c) Tüm pazarlama ve satış materyalleri, halk tarafından kolay okunabilir ve anlaşılabilir nitelikte olmalıdır.

Avrupa'da uygulanan çeşitli direktifler, halka yönelik açıklamalarının içeriğinden finans kurumlarını sorumlu tutmaktadır. Bunlar; Finans Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında Direktif 2002/65/EC ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında Direktif 1997/55/EEC'dir.

Düz anlam yorumları (consensus ad idem), iyi niyet ve adil işlem ihlalleri (mala gestio) ve aksi halde sigortacıların tazminat taleplerinden kaçınmalarına imkan sağlayabilecek olan garanti klotlarına getirilen yasaklar gibi konseptlerin kullanılmasını içtihat hukukunun desteklediği örf ve âdet hukuku ülkelerinde, sigorta satış materyalleri ve sözleşmelerinde kullanılan kelime ve ibarelere ilişkin düzenlemeler en çok gelişmiş ve en yaygındır. Örf ve âdet hukuku ülkelerinde, mal, sorumluluk (haksız fiil) ve kredi-bağlantılı sigorta düzenlemeleri kapsamında geliştirilebilecek çok sayıda potansiyel işlem tipleriyle baş edebilmek için kayda değer bir kapsam kullanılmaktadır. Medeni kanun ülkeleri ise, Medeni Kanunlarının veya ayrı Sözleşme Kanunlarının (Borçlar Kanunu) spesifik bölümlerine ve bazen de, işlem ve satış materyalleri üzerinde düzenleme/denetleme otoritelerinin uyguladığı katı gözetim ve denetime dayanmaktadır.

Müşterilerin Gereksinimlerini Anlamak:

Satış aracıları veya memurunun tüketiciye uygun bir ürün teklif edebilmek için tüketici hakkında yeterli bilgi toplaması ve edinmesi gerekir. Uzun-vadeli tasarruf ve yatırım ürünleri için resmi "soruşturma ve bilgi toplama" yöntemleri kullanılmalı ve bunlar makul sayıda yıllar süresince saklanmalı ve incelemeye açık olmalıdır.

FSA, sigorta sektöründe bu konseptlerin öncülüğünü yapmıştır⁷². FSA, müşterini-tanı (KYC) terimini (karapara aklamının önlenmesi bağlamındaki anlamının tersine tüketici koruma bağlamında) şöyle kullanmaktadır: "Müşterini tanı (KYC). Müşterilere danışmanlık yapmak bağlamında, bu, 'bilgi toplama' olarak da bilinmektedir. Bir müşteriye tavsiyelerde bulunmadan önce onun kişisel ve finansal durumu hakkında yeterli bilginin toplanması anlamına gelir."⁷³

Karapara aklamının önlenmesi bağlamında, KYC standartları, ulusal denetleme otoriteleri tarafından uygulanmalıdır ve burada, finans kurumlarının kendi müşteri kabul politikalarını

belirleme ve düzenleme konusunda farklı derecelerde özgürlükleri vardır. Sigorta sektörüne ilişkin olarak politikanın temel unsurları, FATF'nin rolünü özellikle kabul eden IAIS ICP 28 – Karapara Aklamanın Önlenmesi, Terörizmin Finansmanı ile Mücadele dokümanında bulunabilir. Pratikte ve sigorta sektörünün yarattığı devasa uluslararası finans akışlarına rağmen (bu finans akışları kısmen fon transferlerini kapsamaktadır), bu sektör, AML/CFT topluluğu tarafından nispeten dokunulmamış bir sektördür.

Sakin Kafayla Düşünme Dönemi:

Olası yüksek basınç ve baskıyla satma ve kötü niyetli satma ile baş edebilmek için, geleneksel yatırım veya uzun-vadeli hayat tasarruf sözleşmelerinde, poliçe bilgilerinin verilmesinden itibaren başlayan makul bir sakın kafayla düşünme dönemi uygulanmalıdır.

Sakin kafayla düşünme dönemleri (serbest bakış dönemleri olarak da bilinmektedir), ekonomik olarak etkin ve etkili oldukları da ileri sürülmüş olmasına rağmen, esas olarak bir tüketici koruma mekanizması olarak görülmektedirler⁷⁴.

Cayma ve çekilme hakkı, Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifinin 6. Maddesinde düzenlenmektedir. Bu Maddenin hükümlerine göre, tüketici bir sözleşmeden ceza ödemedi ve herhangi bir sebep göstermek zorunda olmadan çıkma ve cayma hakkına sahiptir. Bu hakkın kullanılabilmesi süreleri ürüne göre değişmektedir ve sigorta sözleşmeleri ve emeklilik ürünlerinde daha uzundur. Cayma süresi, normalde, sözleşmenin akdedildiği tarihte başlar ve normalde iki hafta aralığındadır (yukarıda bahsi geçen direktifte belirtildiği gibi 14 takvim günü). AB Hayat Sigortası Direktifi, “sözleşme akdedildikten sonra” 14 ile 30 gün arasında bir sakın kafayla düşünme dönemi öngörmektedir.

Sakin kafayla düşünme dönemleri, sanayileşmiş ülkelerde ve Singapur gibi bazı gelişmekte olan ülkelerde uzun-vadeli sigorta ürünleri (örneğin, hayat sigortası) için hiç de seyrek bir uygulama değildir ve Avustralya gibi bazı diğer ülkelerde nispeten geniş bir sigorta ürünleri dizisini kapsamaktadır⁷⁵. Normalde, uzun-vadeli sigorta ürünleri için sakın kafayla düşünme dönemleri, çoğu geleneksel hayat sigortası tasarruf sözleşmelerine uygulanan ağır erken fesih cezalarından dolayı, menkul kıymetler (yatırım-bağlantılı hayat sözleşmeleri de dahil) için öngörülen sakın kafayla düşünme dönemlerinden daha uzundur. Japonya gibi bazı diğer ülkelerde, değişken yıllık gelir sigortası gibi belirli ürünlerin kendi yapılarının içine konulmuş sakın kafayla düşünme dönemleri vardır.

Önemli Gerçekler Beyanı:

Tüm satış ve sözleşme dokümanlarına, ilgili sigorta ürünü veya hizmetinin temel faktörlerini büyük font harflerle açıklayan bir Önemli Gerçekler Beyanı eklenmelidir.

Önemli gerçeklerin (ve aracı ve ürün farklılaşmışsa özelliklerin) açıklanması koşulları, en çok İngiltere’de gelişmiştir ve bu da, Equitable de dahil bir dizi önemli skandala gösterilen politik bir cevabı yansıtmaktadır⁷⁶. Önemli gerçekler beyanları, ilk açıklama dokümanları veya IDD’ler olarak da bilinmektedir⁷⁷. Diğer ülkelerde (örneğin, Avustralya), bunun tam olarak açıklanması şartıyla, derogasyon (tadil) hakkıyla birlikte, kanunla düzenlenmiş standardize B2C sigorta sözleşmeleri kullanılmaktadır. ABD’nin bazı eyaletleri, aksi halde sigortacının meşru ve yasal tazminat taleplerinden kaçınmasına imkan verebilecek olan belirli klozları

(garanti klotları gibi) özellikle yasaklamışlardır. Bazı ABD eyaletleri de adil ticaret ve adil işlem konseptlerinin uygulanması konusunda öncülük etmektedirler.

Mesleki Yetkinlik:

- (a) Sigorta sözleşmelerini satan ve bu sözleşmeler hakkında danışmanlık yapan satış personeli ve sigorta aracılarının sattıkları ürünlerin karmaşıklık düzeyine bağlı olarak yeterli kalifikasyonlara sahip olmaları gerekir.
- (b) Uzun-vadeli tasarruf ve yatırım sigortası ürünlerini satan sigorta aracıları için eğitim koşulları, düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi tarafından belirlenmeli ya da en azından onun tarafından onaylanmalıdır.

Hizmet sunum standardı, sadece ürünün kendisine değil, aynı zamanda hizmeti sunan kişinin bilgi düzeyine ve teknik know-how düzeyine de bağlıdır. Satış elemanı bir tarafta sigortacı veya aracı ile diğer tarafta müşteri arasında doğrudan bağlantı yolu olduğu için, satış personelinin sattıkları ürünler hakkında yeterince kalifiye ve bilgili olmaları gerekir. Finansal ürünler giderek daha karmaşık bir hal almaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin bu karmaşık ürünleri satın almadan önce tam olarak anlamaları önemlidir.

Düzenlenmiş Statüsünün Açıklanması Gereği:

- (a) İster basılı, ister televizyon, ister radyo, isterse başka yöntemlerle yapsın tüm reklamlarında, bir sigortacı, (i) kendisinin düzenlenmiş bir kuruluş olduğunu açıklamalı ve (ii) düzenleyici otoritenin ismini ve adresini vermelidir.
- (b) Tüm sigorta aracıları ruhsatlı olmalı ve ruhsat kanıtı internet de dahil farklı yollarla halka açıklanmalı ve gösterilmelidir.

Bu, sorumlu ve adil reklam uygulamalarına da uygundur. Statü açıklaması, şirketin güvenilir bir şirket olduğunu göstermek ve onu düzenleyen otoriteyi deklare etmek açısından da önemlidir.

Mali Durumun Açıklanması:

- (a) Düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi, sigorta sektörünün gelişmesi, sağlığı, kuvveti ve penetrasyonu hakkında ayrı bir rapor olarak ya da tâbi olduğu kanunda öngörülen ifşa ve hesap verebilirlik koşullarının bir parçası olarak halka yönelik yıllık raporlar yayımlamalıdır.
- (b) Sigortacılar, halkın sigorta kurumunun finansal kapasitesi ve yaşama kabiliyeti hakkında bir fikir edinebilmesi için finansal bilgilerini açıklamakla yükümlü olmalıdırlar.
- (c) İnanırcı ve güvenilir tazminat ödeme kabiliyeti dereceleri mevcut değilse, düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi, bilgili bir yorumcunun veya aracının sigortacının nispi finansal gücü hakkında bir fikir oluşturabilmesi için her sigortacı hakkında periyodik olarak yeterli bilgiler yayımlamalı ve açıklamalıdır.

IAIS ICP 26 (Pazara Yönelik Bilgilendirme, İfşa ve Saydamlık), ifşa konularını kapsar ve aşağıda özetlenmektedir:

“Denetleyici otorite, sigortacıların, iş faaliyetleri ve mali durumları hakkında paydaşlarına net ve açık bir fikir verebilmek ve karşı karşıya oldukları risklerin anlaşılmasını kolaylaştırmak amacıyla gereken önemli bilgileri zamanında açıklamalarını öngörür ve ister.”

Hemen hemen her ülke, sigortacıların, en azından yılda bir kere basılı medyada yıllık mali tablolarını (veya daha sık olmak üzere mali tablo özetlerini) yayımlamalarını ister. Sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda, önde gelen sigortacıların hem arz ettikleri ürünleri tanıttıkları hem de yıllık raporlar da dahil periyodik mali tablolarını yayımladıkları web siteleri vardır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğunda, muhasebe ve aktüeryal standartlar maalesef hâlâ uluslararası seviyelerde değildir. Sanayileşmiş ülkelerde, ilgili IFRS, özellikle borçların adil değerinin muhasebeleştirilmesi konusunda ihtilâf ve tartışmalara gömülmüş durumdadır. Bağlamına bakılmaksızın, verilen mali bilgileri yorumlamak için yüksek düzeyde sofistikaşyon gerekmektedir. Bundan kurtulmanın bir yolu olarak, ilgili kurallar bu amaçla uluslararası derecelendirme kuruluşlarının kullanılması şartını daima içermemesine rağmen, bazı ülkeler (örneğin, Pakistan) sigortacının tazminat ödeme kabiliyetinin tüm sigortacılar için derecelendirilmesi şartını koymaktadırlar.

Diğer ülkelerde (örneğin, Avustralya), tazminat tasfiye üçgenleri⁷⁸ gibi bazı bilgiler sigortacılık sektörünün baskısıyla çıkartılmış olmasına rağmen, bazı sanayileşmiş ülkelerde, özellikle de A.B.D.'de detaylı teknik veri ve bilgiler verilmektedir.

XVIII. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR:

Müşteri Hesaplarının Tutulması:

- (a) Müşterilere, sigorta tasarruf ve yatırım sözleşmelerinde, poliçelerinin değeri hakkında periyodik raporlar sunulmalıdır. Geleneksel tasarruf sözleşmelerinde, bu raporun en azından yılda bir kere verilmesi gerekir, fakat yatırım-bağlantılı sözleşmeler için raporların daha sık verilmesi gerekir.
- (b) Müşterilerin raporda kayıtlı işlemler hakkında verilen bilgilerin doğruluğuna belirli bir süre içerisinde itiraz etme hakkı ve imkanı bulunmalıdır.
- (c) Sigortacıların bir geleneksel tasarruf veya yatırım sözleşmesinin peşin değerini talep üzerine ve makul bir süre içerisinde açıklamaları gerekir. Ek olarak, ilk sözleşmenin teslimi sırasında ve daha sonra bir ayarlama yapıldığında bu ayarlamalarda, projelendirilen peşin değerleri gösteren bir tablo da sunulmalıdır.
- (d) Tüketicilere, hayat-dışı poliçeler için yenileme tarihinden makul sayıda gün öncesinden yenileme ihbarlarının gönderilmesi gerekir. Bir sigortacı, bir sözleşmeyi yenilemek istemediğinde de, makul bir süre önceden bir ihbar çekmelidir.
- (e) Bir tazminat talebi yapıldığında gerekli ilgilerin açıklanmadığı tespit edildiği takdirde, fakat açıklanmayan bilgiler tazminat talebinin yakın sebebi açısından önemsiz ise, tazminat talebi reddedilmemeli veya ayarlanmalıdır. Böyle durumlarda, prim eksikliği

için veya reasürans tazminatının alınmaması için tazminat talebinde ayarlama yapılabilir.

- (f) Önemli bilgilerin açıklanmadığı kanıtlandığı takdirde, sigortacılar, poliçeyi herhangi bir zamanda (bir tazminat talebinin yapılmasından sonra hariç – yukarıya bakınız) iptal etme hakkına sahip olmalıdırlar.

Sigorta hukuku, kısmen, mümkün olan sigorta düzenlemelerinin devasa çeşitlilikte olmasından dolayı, müşteri hesabının tutulması konularıyla detaylı olarak nadiren ilgilenir. AB Hayat Sigortası Direktifi, poliçe sahiplerinin bonus gelişmeleri hakkında bilgilendirilmesini gerektirir, fakat bu, münferit poliçe sahiplerinin sözleşmelerinin peşin değeri hakkında düzenli olarak bilgilendirildikleri anlamına gelmez. Geleneksel hayat sigortası ürünleriyle bağlantılı ağır satış giderleri, sıklıkla, sözleşmenin birkaç yıl boyunca herhangi bir değerinin bulunmamasına yol açar ve bu nedenle, hayat sigortası sektörünün sözleşmenin ilk 5 yılı veya daha uzun bir süre boyunca peşin değer açıklamalarına itiraz etmesi için güçlü teşvikler doğar. Piyasalar geliştikçe, sigortacılar, uzun-vadeli sözleşmelerin sadece risk ve tasarruf / yatırım bileşenlerini birbirinden ayırma eğilimi gösterirler ve ifşa standartları da buna göre gelişir.

XIX. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Müşterilerin Bilgilerinin Gizliliği ve Güvenliği:

Müşteriler, mali işlemlerinin gizli tutulmasını bekleme hakkına sahiptirler. Sigortacılar, şahsi veri ve bilgilerin gizliliğini ve güvenliğini, bu bilgilerin güvenliğine veya bütünlüğüne yönelik beklenen tehdit veya tehlikelere karşı ve yetkisiz erişime karşı korumalıdırlar.

Kişilerin kimliğinin belirlenmesine yol açabilecek bilgiler, yani, kimliği açık edilmiş veya açık edilebilecek bir kişi hakkında verilen bilgilerin gizliliği; Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzları (Madde 2: Kılavuzların Kapsamı) ve BM Genel Kurulu'nun 14 Aralık 1990 tarihinde kabul ettiği, bilgisayar ortamındaki şahsi veri dosyalarının düzenlenmesine ilişkin BM Kılavuzları (Bölüm A: Ulusal mevzuatta verilmesi gereken asgari garantilere ilişkin prensipler) gibi çeşitli uluslararası belgelerle korunmaktadır.

Ayrıca, Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında AB Direktifi 1995/46/EC (Bölüm 1, Madde 1-3), Şahsi Verilerin Otomatik İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında COE Konvansiyonu (ETS No. 108, 28 Ocak 1981, Bölüm 1: Genel Hükümler) ve APEC Mahremiyet Çerçevesi (Bölüm ii, Kapsam) de bu konuda önemli mevzuat kaynaklarıdır.

Yukarıda atıf yapılan kılavuz ve direktifler tahtında teknik güvenlik de talep edilmektedir. Bilgi Sistemleri ve Ağlarının Güvenliğine İlişkin OECD Kılavuzları: Bir Güvenlik Kültürüne Doğru belgesiyle, bu güvenlik hakkında daha detaylı bir düzenleme yapılmıştır.

ABD'de, FTC, finans kuruluşlarını müşteri bilgilerinin gizliliğini ve güvenliğini korumakla yükümlü tutan, Müşteri Bilgilerinin Korunması Standartları formunda kılavuzlar belirlemiş ve uygulamaktadır.

Medikal ve genetik (biyometrik) bilgilerin hayatla bağlantılı risklerin kabulü / reddi ve derecelendirilmesi için kullanılması, şu anda önemli bir tartışma konusudur, fakat bu konu, İyi Uygulamaların kapsamı içerisinde değildir.

XX. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI:

Dahili İhtilâf Çözümleme Yolları:

- (a) Sigortacılar, poliçe sahiplerine, tazminat talepleri ve ihtilâf çözümleme için bir dahili yol açmalı ve sunmalıdırlar.
- (b) Sigortacılar, perakende poliçe sahibi şikayetlerini çözümlmek amacıyla personel tahsis ve tayin etmelidirler.
- (c) Sigortacılar, ihtilâfların çözümlenmesine ilişkin dahili prosedürleri hakkında müşterilerini bilgilendirmelidirler.
- (d) Düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi, sigortacıların tüketici korumasına ilişkin dahili prosedürlerine uyup uymadıklarını araştırmalı ve belirlemelidir.

Haklarının ihlâl edildiğini veya haklarına tecavüz edildiğini anlamak için gerekli bilgilere çok az müşteri sahiptir ve bir ihlâl veya tecavüzdten haberdar olsalar bile, müşterilerin bu konuda başvurabilecekleri çok az sayıda yol vardır. Dolayısıyla, sigortacıların ilk seviyede ihtilâf çözümleme yollarını açan bir dahili ihtilâf çözümleme veya şikayet giderme mekanizmasına sahip olmak gibi bir görevleri de bulunmalıdır. Sigortacılar karşı şikayetlerinde veya dava ve takiplerinde bireylere yardımcı olabilecek kaynaklara ve becerilere sahip olan gönüllü tüketici dernekleri ve birlikleri bulunmadıkça, tüketicilerin de tazmin veya telafi için müracaat edebilecekleri çok fazla yolları yoktur.

Sigortacıların ihtilâfların çözümlenmesi konusunda yazılı politikaları bulunmalıdır. Yazılı bir politika, sigortacının halka açıkladığı ve ilân ettiği politika için sigortacıyı sorumlu tutmalıdır. Bu politika, mesai saatleri içerisinde aşırı bir süreyle beklemeden erişilebilir, tüketicilere açık irtibat noktaları (ideal olan, bu amaca tahsis edilmiş bir çağrı merkezi) getirmeli; müşteri ihtilâf çözümleme sürecinin temel adımlarını düzgün bir dille açıklamalı; kesin ve makul süreler koymalı; müşteri ihtilâflarının çözümlenmesinde adil davranılacağını garanti etmeli; ombudsmanla ve/veya denetleme otoritesiyle koordinasyon içinde olmalı ve tüketicinin süreç içindeki haklarını kolay anlaşılır bir dille anlatmalıdır. Tüketici ihtilâf çözümleme süreci, tüketici için zaman ve para açısından makul olmayan bir maliyet kaynağı olmamalıdır.

AB Hayat Sigortası Direktifi, poliçe sahiplerinin rücu ve başvuru hakları konusunda bilgilendirilmesini gerektirmektedir; bununla birlikte, bu tip spesifik hükümler sigorta hukukunda çok yaygın değildir. Belirli bazı koşullarda sigorta işlemleri kapsam dışı bırakılmasına rağmen, tüketici koruma kanunları bazen hakların bildirilmesini öngörürler (örneğin, Hırvatistan Tüketici Koruma Kanunu, Resmi Gazete 125/2007'nin en son versiyonu).

Resmi İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları:

- (a) Tüketicilerin sigortacıyla ilgili bir şikayetlerinin dahili prosedürlere uygun olarak ve tüketiciyi tatmin edici bir biçimde çözümlenmemesi halinde uygun fiyatlı ve etkin bir üçüncü şahıs rücu mekanizmasına – bir ombudsman veya mahkeme heyeti olabilir – başvurmalarına olanak sağlayan bir sistem mevcut olmalıdır.
- (b) Ombudsmanın veya eşdeğeri kurumun tüketici ihtilâfları konusundaki rolü ve görevi halka açıklanmalıdır.
- (c) Ombudsman veya eşdeğeri kurum tarafsız olmalı ve kendisini tayin eden otoriteden ve sektörden bağımsız davranmalıdır.
- (d) Ombudsmanın veya eşdeğeri kurumun kararları sigortacıları da bağlayıcı olmalıdır. Bu kararların uygulanmasını sağlamak amacıyla yönelik mekanizmalar oluşturulmalı ve halka açıklanmalıdır.

Uzmanlaşmış bir sigorta Ombudsmanı veya sigorta tazminat talepleri ve soruları servisi (bazen, İngiltere’de olduğu gibi bir omnibus Ombudsman servisinin bir parçası olarak), sağlam tüketici koruması için giderek artan bir biçimde bir temel koşul olarak görülmekte ve kabul edilmektedir. Uluslararası Finansal Ombudsman Programları Ağının üyesi olan ülkelerin sayısı şu anda yirmi sekizdir⁸⁰. Bununla birlikte, bir Ombudsmanın, açık ve net sigorta uygulamaları ve standartları ve standardize edilmiş sözleşmeler olmadan, poliçe sahiplerinin karşılaştıkları problemleri etkin ve etkili bir biçimde çözümlemesi ve bu konuda aracılık etmesi güç olabilir. En gelişmiş sistemlerden biri, SRO-bazlı bir sigorta soruları ve şikayetleri çözümleme sisteminin bir tam-donanımlı finans sistemi ombudsmanına evrildiği Avustralya’da bulunmaktadır⁸¹. Bazı ülkeler ise, ortalama müşterinin satıcılar, hizmet sağlayıcılar ve şirketlere karşı davalar açabileceği uygun maliyetli bir yol açabilmek için asliye mahkemelerini kullanmaktadırlar. Bununla birlikte, bu mahkemeler sigorta konularında genellikle yeterli saydamlığa veya uzmanlık bilgisine sahip değildirler.

XXI. GARANTİ PROGRAMLARI VE ÖDEME ACZİ:

Garanti Programları ve Ödeme Aczi:

- (a) Zorunlu sigortayı (ve muhtemelen uzun-vadeli sigortayı) kapsayan program ve planlar hariç olmak üzere, sigortacılık sektörünün opak niteliğinden, denetim ve yönetişimin yeterli olmadığı durumlarda vergi mükelleflerinin karşılaştacağı mali risklerden ve moral tehlike yaratabilecek kapsamından dolayı, sigorta için ödeme aczi garanti programları teşvik edilmemektedir. Bunun yerine, güçlü yönetim ve ihtiyatlı denetim daha iyi seçeneklerdir.
- (b) Herhangi bir sigortalı suçlu tarafın bulunmadığı durumları kapsamak için, otomobil üçüncü şahıs sorumluluk sigortası gibi zorunlu sigortalar için nominal davalı / sanık düzenlemeleri bulunmalıdır.
- (c) Hayat sigortası riyazi ihtiyatlarını karşılayan varlıklar ve yatırım sözleşmesi poliçe sorumlulukları birbirlerinden ayrılmalı ya da en azından bloke edilmelidir ve uzun-vadeli poliçe sahipleri bir tasfiye durumunda bu varlıklara öncelikli ve imtiyazlı erişim hakkına sahip olmalıdırlar.

Sigortacının ödeme aczine düşmesi halinde, hayat-dışı sigorta, normalde, normal ticari tasfiye kurallarına tâbidir ve takip eden tazminat talebi çözümleme süreci genellikle uzmanlaşmış tasfiye şirketleri tarafından yönetilir. Poliçe sahipleri, normalde, ilgili pazarda kalan, ödeme gücü yerinde olan sigortacılara yeni sigortalar yaptırırlar. Bununla birlikte, çoğu ülkenin otomobil üçüncü şahıs sigortası gibi zorunlu tüketici sigortası sınıfları için tazminat talebi garanti düzenlemeleri vardır. Bu düzenlemeler, sigortacının iflas etmesi sebebiyle ya da suçlu sürücünün/aracın tespit edilememesinden dolayı karşılanamayan tazminat taleplerini karşılarlar (yani, garanti fonu bir “nominal davalı/sanık” işlevini görür).

Hayat sigortasının da sıklıkla ek düzenlemeler gerektirdiği düşünülmektedir, çünkü birey veya hanehalkı için önemli bir varlığı temsil edebilir ve kredi teminatı işlevini de görebilir. Bu bağlamda, normal koruma, esas olarak, hayat sigortacıları ve hayat-dışı sigortacıların birbirinden ayrılması ve kuvvetli ihtiyatlı gözetim ve denetim yollarıyla sağlanır. Bununla birlikte, çeşitli ülkelerde mühtesep haklardan dolayı karma şirketler de (hem hayat sigortası hem de hayat-dışı sigorta poliçeleri yapan sigortacılar) vardır ve bu durumda özel ilave düzenlemelere gereksinim vardır. Bu, tanımlanmış hayat sigortası sorumluluklarını karşılayan fon ve varlıkların bloke edilmesini gerektiren ve nispeten zayıf olan, Sigorta Şirketlerinin Yeniden Örgütlenmesi ve Tasfiyesi Hakkında AB Direktifinden, Güney Afrika, Pakistan ve Avustralya’da olduğu gibi, birbirinden tamamen ayrı kanuni fonların tutulması şartına kadar farklı yollarla düzenlenmektedir. Ek olarak, hayat sigortası poliçe sahipleri normalde alacaklı önceliği açısından çok yüksek sıradadırlar. Çoğu ülke, hayat sigortası riyazi ihtiyatlarını karşılayan varlıklar için yatırım limitleri öngörmekte ya da risk-bazlı denetimin zaten işler vaziyette olduğu hallerde, tahsis edilen sermayenin varlık portföyünün risk özelliklerini yansıtması koşulunu getirmektedir.

XXII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME VE FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Geniş Tabanlı Finansal Okuryazarlık Programı:

- (a) Halkın finansal okuryazarlığını artırmak için, geniş tabanlı bir finansal eğitim ve bilgilendirme programı geliştirilmelidir.
- (b) Finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecine, devlet kurum ve kuruluşları ve sivil toplum örgütleri de dahil bir dizi kuruluş katılmalıdır.
- (c) Hükümet, ulusal finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecini yönetmek ve koordine etmek için merkez bankası veya bir finansal düzenleyici organ gibi bir kuruluşu tayin etmelidir.

Finansal eğitim, bilgilendirme ve kılavuzluk, tüketicilerin gelirlerini bütçelemeleri ve yönetmelerine, tasarruf ve yatırım yapmalarına, kendilerini risklere karşı korumalarına ve finansal sahtekârlık ve dolandırıcılıkların kurbanı olmaktan kurtulmalarına yardımcı olabilir. Finansal ürün ve hizmetler giderek daha sofistike ve karmaşık hale geldikçe ve hanehalkı finansal işleri için daha büyük sorumluluklar üstlendikçe, bireylerin sadece kendi finansal durumlarını ve ailelerinin ekonomik geleceğini güvenceye almalarına yardımcı olmak için değil, aynı zamanda finansal piyasaların ve ekonominin düzgün işlemesini kolaylaştırmak için de kendi paralarını iyi yönetmeleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

İnsanların finansal okuryazarlığını artırmakla ve geliştirmekle ilgilenen, hem kamu sektöründe hem de özel sektörde pek çok kurum ve örgüt vardır. Tüm bu organların, zaman içerisinde, insanların kişisel finansal kaynaklarını yönetme kabiliyetini geliştirmelerine yardımcı olacak bir dizi farklı inisiyatifin oluşturulabilmesi için bu konuda da birlikte çalışmaları gerekir.

Tüketiciler İçin Tarafsız Bilgiler:

- (a) Tüketiciler, özellikle de en zayıf ve savunmasız durumda olanlar, kendilerine sunulan finansal ürün ve hizmetleri anlamalarına imkan sağlayacak yeterli kaynaklara erişim olanağına sahip olmalıdırlar.
- (b) Finansal düzenleyici otoriteler, finansal ürün ve hizmetlerin ana tiplerinin temel özellikleri, faydaları ve riskleri – ve mümkünse maliyetleri – hakkında internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgi vermelidirler.
- (c) Sivil toplum örgütleri, tüketicilerin finansal ürün ve hizmetleri daha iyi anlamalarını sağlamak amacıyla yönelik tüketici bilinçlendirme programları örgütlenme konusunda teşvik edilmelidirler.

Finansal düzenleyici otoriteler, tüketicileri koruma görevlerinin bir parçası olarak tüketici eğitiminde aktif bir rol oynamalıdırlar. Tüketicilerin, kendileri için uygun olan sigorta ürünlerini satın alma konusunda, ancak güvenilir ve objektif bilgi kaynaklarına erişme imkanları bulunduğu takdirde kendilerine güven duyma ihtimalleri daha fazladır.

Finansal Okuryazarlık İnisyatiflerinin Etkisini Ölçmek:

- (a) Politika yapıcılar, sektör ve avukatlar, başta suiistimali en açık ve en savunmasız olanlar olmak üzere, çeşitli piyasa segmentlerinin finansal okuryazarlığını anlamalıdırlar.
- (b) Tüketicilerin finansal okuryazarlığı, zaman zaman tekrarlanan geniş tabanlı hanehalkı araştırmalarıyla ölçülmelidir.
- (c) Temel finansal okuryazarlık inisiyatiflerinin etkinliği değerlendirilmelidir.

Finansal okuryazarlık programlarının etkilerini ölçmek amacıyla, halkın bir örneklem grubunun finansal okuryazarlığı, zaman zaman (her dört ya da beş yılda bir) tekrarlanan ulusal hanehalkı araştırmalarıyla ölçülmelidir. Ek olarak, temel finansal okuryazarlık inisiyatiflerinin ulaşmayı hedefledikleri insanlar üzerindeki etkilerinin de değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme, politika yapıcılara ve fonlayıcılara, hangi inisiyatifleri devam ettirmeleri veya belki de ölçeğini yükseltmeleri ve hangi inisiyatiflerde değişiklik yapmaları veya hangi inisiyatifleri devam ettirmemeleri gerektiğine bilgiye dayanan bir temelde karar vermelerinde yardımcı olabilir.

Tablo 6, dünya çapında temel sigorta kanunları ve mevzuatını göstermektedir.

TABLO 6: Sigorta Sektörü İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış

Kurum	Kanunlar, Yönetmelikler, Direktifler ve Kılavuzlar
BM – Birleşmiş Milletler	14 Aralık 1990 tarih ve 45/95 sayılı Genel Kurul Kararıyla kabul edilen, Bilgisayar Ortamındaki Şahsi Veri Dosyalarının Düzenlenmesine İlişkin BM Kılavuzları
IAIS – Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği	Sigorta Temel Prensipleri ve Metodoloji, Ekim 2003 Sigortacıların Kamusal Açıklamaları Hakkında 4 Sayılı Kılavuz Doküman, Ocak 2002
OECD	Sigorta Sorunlarında Risk Bilincinin Artırılması ve Eğitim Hakkında İyi Uygulamalar, 2008 Bilgi Sistemleri ve Ağlarının Güvenliğine İlişkin Kılavuzlar: Bir Güvenlik Kültürüne Doğru, 2002 Sigorta Tazminat Talepleri Yönetimi Hakkında İyi Uygulamalar İçin Kılavuzlar, Kasım 2004
APEC	APEC Mahremiyet Çerçevesi, 2005
AB	Hayat Sigortası Hakkında Direktif, 2002/83/EC Hayat-Dışı Sigorta ve Otomobil Sigortası Hakkında Direktif Sigorta Acenteleri ve Brokerleri Hakkında Direktif, 1997/92/EC Sigorta Aracılığı Hakkında Direktif, 2002/92/EC Sigorta Şirketlerinin Yeniden Örgütlenmesi ve Tasfiyesi Hakkında Direktif, 2001/17/EC Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında Direktif, 2002/58/EC Uzaktan Sözleşmeler Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında Direktif, 1997/7/EEC Finansal Tüketici Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında Direktif, 2002/65/EC Yanılıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında Direktif, 2006/114/EEC Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması ve Bu Verilerin Serbest Hareketi Hakkında Direktif, 1995/46/EC Tüketici İhtilâflarının Mahkeme Dışında Çözümlemesinden Sorumlu Organlara Uygulanacak Prensipler Hakkında Tavsiye, 1998/257/EC Tüketici İhtilâfların Sulh Yoluyla Çözümlemesinde Yer Alan Mahkeme-Dışı Organlara Dair Prensipler Hakkında Tavsiye, 2001/310/EC AB’de Perakende Finansal Hizmetler Hakkında Yeşil Rapor, COM (2007) 226 son metin Politika açıklaması: Hayat ve kaza sigortalarında piramit aktivitelerinin niteliği ve sonuçları: Finansal Hizmetler ve Sigorta Komisyonu, 30 Mayıs 1997 Proje Grubu – Avrupa Komisyonu’na sunulan Avrupa Sigorta Sözleşmeleri Kanunu Yeniden Düzenlemesi – Taslak Ortak Referans Metin (CFR): “Sigorta Sözleşmesi”: http://www.restatement.info/
COE – Avrupa Konseyi	Şahsi Verilerin Otomatik İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında Konvansiyon (ETS No. 108, 28 Ocak 1981) (01 Ekim 1985’de yürürlüğe girmiştir) ve Açıklama Raporu
Diğer önde gelen ülkeler	ABD Ulusal Sigorta Yöneticileri Birliği (NAIC) – Piyasa Davranış İzleme Modeli Kanunu, 2004 FTC – Müşteri Bilgilerinin Korunması Hakkında Standartlar, 2002 Avustralya – Sigorta Sözleşmeleri Kanunu, 1984 (değiştirilmiş haliyle) Alberta, Kanada – Sigorta Kanunu Tahtında Adil Uygulamalar Yönetmeliği, 128/2001 FDIC (ABD) Kanun ve Yönetmelikler – Bölüm 3243 – sigorta satışlarında tüketici koruması Letonya – Sigorta Sözleşmeleri Kanunu, Eylül 1998 (değiştirilmiş haliyle) Çek Cumhuriyeti – Sigorta Sözleşmeleri Kanunu, Aralık 2003 Çek Cumhuriyeti – Sigorta Aracıları ve Dispaşörleri Kanunu, Aralık 2003

BANKA-DIŞI KREDİ KURULUŞLARI:

Banka-dışı kredi kuruluşlarının sağladıkları tüketiciler için finansmanı, kredi pazarının giderek daha fazla önem kazanan bir segmentidir. Ülkeler, banka-dışı kredi kuruluşlarının düzenlenmesi konusunda farklı yaklaşımlar izlemektedirler. Bazı ülkelerde, bu kuruluşlar, merkez bankası veya bankacılık denetleme otoritesinin denetimi altındadırlar. Diğer bazı ülkelerde ise, bu kuruluşlar, genel tüketici koruma dairesinin veya ekonomik kalkınma bakanlığının veya yerel idare otoritelerinin denetimi altındadırlar. Banka-dışı kredi kuruluşları, çoğu ülkede, halktan nakit mevduat toplamadan tüketici kredisi verirler. Bu nedenle, ihtiyatlı denetim mevzuatının kapsamı dışında kalırlar. Banka-dışı kredi kuruluşları farklı kanuni cinslerde kurulabilirler, fakat normalde mikrofinans kuruluşları, tüketici finansman Şirketleri (kredi kartı Şirketleri de dahil), finansal kiralama firmaları⁸², ipotekli kredi verenler, rehin dükkanları ve kredi kooperatiflerinden oluşurlar. Ülkeye bağlı olarak, banka-dışı kredi kuruluşlarının tespitinde ve tanımlanmasında güçlükler olabilir. Devlet otoriteleri, banka-dışı kredi kuruluşlarının tümünün tespiti ve tanımlanmasını sağlayan mekanizmalar kurmalıdırlar.

Banka-dışı kredi kuruluşlarının yapabileceği bir dizi istenmeyen sektör uygulamaları, tüketici haklarının güçlendirilmesi yoluyla engellenebilir. Bu uygulamalar arasında yıkıcı kredilendirme, ayrımcı fiyatlandırma, ürün maliyetinin eksik açıklanması ve yanıltıcı reklamlar sayılabilir. Ayrıca, paket satışlar ve bağlayıcı sözleşme Şartları da tüketicilerin seçeneklerini ve hareketliliğini sınırlandırabilir.

Banka-dışı kredi kuruluşlarına ilişkin mevzuat, özellikle Avrupa ve ABD’de gelişmiş durumdadır. Bu nedenle, İyi Uygulamalar için örnekler ve arka plan bilgileri de esas olarak Avrupa ve ABD mevzuatından alınmaktadır. Ek olarak, BIS gibi uluslararası kuruluşların kılavuz ve talimatlarına da dayanmaktadırlar (Tablo 8’e bakınız).

XXIII. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI:

Tüketici Koruma Rejimi:

Kanun, banka-dışı kredi kuruluşları alanında açık ve net tüketici koruma kuralları getirmelidir ve hem tüm bu kuralların tam anlamıyla, objektif, zamanında ve adil uygulanmasını ve icra edilmesini hem de bu kuralların ihlallerini caydırıcı etki yapacak etkin yaptırımların uygulanmasını sağlamak için gereken tüm kurumsal düzenlemeler mevcut olmalıdır.

- (a) Banka-dışı kredi kuruluşlarının tüketicilerinin korunması için etkin ve etkili bir rejim yaratan spesifik kanun hükümleri bulunmalıdır.
- (b) Banka-dışı kredi kuruluşları alanında tüketici korumasını uygulamak, denetlemek ve icra etmekten sorumlu bir devlet otoritesi bulunmalıdır.
- (c) Banka-dışı kredi kuruluşları denetleme otoritesi, banka-dışı kredi kuruluşlarının isim ve unvanlarını kapsayan bir sicil tutmalıdır.
- (d) Tüketici koruması ve finansal sektör düzenleme ve denetimi görevlerini uygulamak, denetlemek ve icra etmekle görevlendirilen çeşitli kurum ve kuruluşlar arasında eşgüdüm ve işbirliği sağlanmalıdır.

- (e) Kanun, banka-dışı kredi kuruluşları alanında tüketici koruması hakkında, gönüllü tüketici örgütleri ve özdenetim örgütleri de dahil özel sektör için de bir rol öngörmeli ya da en azından böyle bir rolü yasaklamamalıdır.

Banka-dışı kredi kuruluşlarının bir finansal denetim otoritesinin denetimi altında olup olmaması ülkeden ülkeye farklılık gösteren bir durumdur. Bazı ülkelerde, tüketicilere kredi vermek bir bankacılık faaliyeti sayılmaktadır ve bu ülkelerde bu tip faaliyetleri yürütebilmek için bankacılık düzenleme otoritesinden ruhsat almak gerekmektedir. Diğer ülkelerde, banka-dışı kredi kuruluşlarının sadece sicile kaydolması gerekmektedir ve bu kuruluşlar, bir tüketici koruma otoritesi tarafından ya da bir bakanlığın bir departmanı tarafından çok sıkı olmayan bir biçimde denetlenmektedirler.

İyi uygulamalar, sadece farklı bir kurumsal kategori altında kurulmuş olmaları sebebiyle, finansal ürün ve hizmetlerin sunulması konusunda mevcut olmayan ya da daha zayıf kurallardan istifade ederek mevcut bankacılık kurallarını aşındırmalarını engellemek için, banka-dışı kredi kuruluşlarının tüketici koruması amaçlarıyla denetlenmesi gerektiğini öngörür.

Avrupa'da banka-dışı kredi kuruluşları, özellikle 87/102/EEC sayılı Direktifi ilga eden, Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifi 2008/48/EC'de mevcut olan tüketici koruma hükümlerinden muaf tutulmamaktadırlar. Bununla birlikte, kanun uygulaması ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir ve ulusal kurumsal düzenlemelere tâbidir.

Genelde, sektör, yukarıda bahsi geçen direktiflerin özel olarak talep etmediği kendi davranış kurallarını oluşturmakta serbesttir.

Banka-dışı Kredi Kuruluşları İçin Davranış Kuralları:

- (a) Banka-dışı kredi kuruluşları için, banka-dışı kredi sektörüyle ve ilgili tüketici dernekleriyle konsültasyon halinde geliştirilmiş ve yasal kurumların ya da etkin özdenetim kuruluşlarının izledikleri ve denetledikleri prensiplere-dayanan bir davranış kuralları seti bulunmalıdır.
- (b) Bir prensiplere-dayanan davranış kuralları seti mevcutsa, bu set, kamuoyuna ilân edilmeli ve yayımlanmalıdır.
- (c) Prensiplere-dayanan davranış kuralları, sektöre özgü meseleler (kredi birlikleri, kredi kooperatifleri, diğer banka-dışı kredi kuruluşları) hakkında düzenlenmiş gönüllü davranış kurallarıyla büyütülmeli ve güçlendirilmelidir.
- (d) Bu gönüllü davranış kurallarının her biri de aynı şekilde kamuoyuna ilân edilmeli ve yayımlanmalıdır.

Avrupa mevzuatında, kredilendirme konusunda davranış kurallarının belirlenmesini öngören spesifik bir koşul bulunmadığı gibi, sektörün ve tüketici derneklerinin işbirliğini gerektiren hükümler de yoktur. Bununla birlikte, İngiltere'de Finans & Kiralama Birliği'nin belirlediği kurallar gibi prensiplere dayanan davranış kuralları da vardır. Bir dizi ürüne (örneğin, krediler, mağaza kartları, kredi kartları, kişisel krediler) uygulanan bu davranış kuralları seti, kredilendirme ve bilgi ve pazarlama uygulamalarını kapsamaktadır. Kurumsal

düzenlemeler, mevzuata bağlıdır (örneğin, bir davranış kuralları seti için kanuni bir kurum gerektirip gerektirmemek gibi). Bununla birlikte, şahsi verilerin korunmasına ilişkin COE Konvansiyonu, tek başına bu davranış kuralları setlerinin mevcudiyetinin tam uyum için yeterli olmadığını belirtmektedir. Tablo 7, Avrupa'dan seçilmiş davranış kuralları setlerini göstermektedir.

TABLO 7: Avrupa'da Kredilendirme Konusunda Seçilmiş Davranış Kuralları Setleri

Ülke	Orijinal Başlık
Belçika	Code of Conduct (Davranış Kuralları)
	Comment changer de banque facilement (Banka Kredileri Hakkında Notlar)
Bulgaristan	Ethical Code (Etik Kuralları)
Kıbrıs	Code of Banking Conduct (Bankacılık Davranış Kuralları)
	Code for Conduct between Banks and Small and Medium-sized Enterprises (Bankalar ile Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler Arasında Davranış Kuralları)
Çek Cumhuriyeti	Code of Conduct on Relations Between Banks and Clients (Bankalar ve Müşterileri Arasındaki İlişkilerde Davranış Kuralları)
	Ethical Conduct of the Czech Banking Association (Çek Bankalar Birliği'nin Etik Davranış İlkeleri)
Finlandiya	Good Banking Practice (İyi Bankacılık Uygulamaları)
Macaristan	Code of Ethics (Etik Kuralları)
İrlanda	Business Account Switching Code (Ticari Hesaplar Değişirme Kuralları)
	Code of Practice on Switching Accounts (Hesap Değişirme Uygulama Kuralları)
	Code of Practice on Mortgage Arrears (İpotek Temerrütlerinde Uygulama Kuralları)
Lüksemburg	Consumer Protection Code (Tüketici Koruma Kanunu)
Hollanda	Code of Conduct for the Processing of Personal Data by Financial Institutions (Finans Kuruluşları Tarafından Şahsi Verilerin İşlenmesine İlişkin Davranış Kuralları)
	Code of Conduct on Mortgage Credit (İpotekli Kredilerde Davranış Kuralları)
	Switch Support Service (Değişim Destek Hizmeti)
İngiltere	Lending Code (Kredilendirme Kanunu)
	Code of Conduct for the Advertising of Interest Bearing Accounts (Faiz Getiren Hesapların Reklamları Konusunda Davranış Kuralları)
	Code of Conduct of the Finance & Leasing Association (Finans & Kiralama Birliği'nin Davranış Kuralları)
Avrupa	European Agreement on a Voluntary code of conduct: Pre-contractual Information for Home Loans (Gönüllü davranış kuralları hakkında Avrupa Sözleşmesi: Ev Kredileri İçin Sözleşme-Öncesi Bilgilendirme)

Kaynak: Avrupa Kredi Araştırma Enstitüsü

Diğer Kurumsal Düzenlemeler:

- (a) Banka-dışı kredi kuruluşlarının bir finansal denetleme otoritesinin denetimi altında olup olmadığına bakılmaksızın, kaynakların finansal denetim ile tüketici koruması arasında tahsisi ve dağılımı, bunların etkin uygulanmalarını sağlamak için yeterli olmalıdır.
- (b) Adli sistem, bir banka-dışı kredi kuruluşuyla bir tüketici koruma konusu hakkında çıkabilecek ihtilâfların nihai ve kesin çözümünün mali olarak karşılanabilecek düzeyde olmasını, zamanında sonuç almasını ve profesyonel bir tarzda uygulanmasını sağlamalıdır.
- (c) Banka-dışı kredi kuruluşları denetleme otoritesi, banka-dışı kredi kuruluşlarına ilişkin tüketici koruması konularında medya ve tüketici örgütlerinin aktif bir rol oynamasını teşvik etmelidir.

Medya ve tüketici örgütleri, pek çok ülkede, banka-dışı kredi kuruluşları ve mikrofinans kuruluşları açısından tüketici koruması da dahil, finansal tüketici korumasının geliştirilmesinde çok aktif bir rol oynamaktadırlar. Tüm Avrupa ülkelerinde, finansal hizmetlere ilişkin sorunlarla uğraşan tüketici örgüt ve dernekleri vardır⁸³. Hatta, belirli kriterlere uygun olmaları şartıyla, bu tüketici örgüt ve dernekleri AB tarafından mali olarak da desteklenebilirler. (Örneğin, 2004 – 2007 Yıllarına İlişkin Tüketici Politikasına Destek Olmak Amacına Yönelik Topluluk Finansal Eylemleri İçin bir Genel Çerçeve Çizilmesi Hakkında AB Kararı 20/2004/EC Madde 7 ve 2007 – 2013 Tüketici Politikası Alanında Topluluk Eylemleri Programını belirleyen AB Kararı 1926/2006/EC Madde 5.)

Ayrıca, AB, mevcut Avrupa Tüketici Danışma Grubu'nun bir alt grubu olan Finans Hizmetleri Tüketici Grubu gibi çeşitli danışma organları da kurmuştur⁸⁴. Daimi komitelerde, AB Üye Devletlerinin her birinden tüketici örgüt ve derneklerinin temsilcileri de yer almaktadır. Bu komitelerden, AB finans hizmetleri politikasının belirlenmesi ve düzenlenmesinde tüketici menfaatlerinin de yeterince dikkate alınmasını sağlamaları özel olarak istenmektedir. Bir başka grup da, farklı ülkelerdeki borç danışmanlarından oluşan bir ağ olan Avrupa Tüketici Borç Ağıdır. Dünya çapındaki tüketici dernek ve örgütlerinin adresleri Consumers International web sitesinde bulunabilir⁸⁵.

Banka-Dışı Kredi Kuruluşlarının Ruhsatlandırılması:

Hanehalkına herhangi bir tipte krediler veren tüm finans kuruluşlarının bir finansal denetim otoritesinden ruhsat almış olmaları gerekir.

Denetim otoritesi, belirli kriterler koyma ve koyduğu standartlara uymayan kuruluşların başvurularını reddetme yetkisine sahip olmalıdır. Denetim otoritesi, finans kuruluşlarının önemli ortaklarının (ve şirketi kontrolü altında tutanların) ve üst düzey yöneticilerinin, geçmişte iflas etmemiş veya belirli suçlardan dolayı hüküm giymemiş olmak da dahil belirli asgari uygunluk koşullarını yerine getirdiklerinden emin olmalıdır.

XXIV. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI:

Müşteriler Hakkında Bilgiler:

- (a) Bir tüketiciye bir tavsiye vermeden önce, banka-dışı kredi kuruluşu, o tüketiciye uygun bir ürün veya hizmet sunabilmek için ondan yeterli miktarda bilgi almalı ve bu bilgileri dosyalamalı ve kaydetmelidir.
- (b) Banka-dışı kredi kuruluşunun bir tüketici hakkında topladığı bilgilerin kapsamı ve miktarı:
 - i. o tüketiciye önerilen veya o tüketicinin talep ettiği ürün veya hizmetin niteliğine ve karmaşıklık seviyesine uygun olmalıdır ve
 - ii. o tüketicinin kapasitesine uygun olarak banka-dışı kredi kuruluşunun tüketiciye profesyonel bir hizmet sunabilmesine olanak sağlamalıdır.

Bu iyi uygulama, sadece hizmetlerin sunulması için değil, aynı zamanda, Mali Eylem Görev Gücü'nün (FATF) yayınladığı, Müşteri Hakkında Detaylı Teknik İnceleme ve Kayıt Tutma Tavsiyelerine uyumu sağlamak için de temel bir koşuldur. Tavsiye 5'e göre, finans kuruluşları, müşterilerinin ve onlardan menfaat sağlayan ortaklarının kimliğini tespit etmek ve doğrulamak ve iş ilişkisinin hedeflenen niteliği ve amacı hakkında bilgi edinmek de dahil çeşitli müşteri detaylı teknik inceleme tedbirleri almalıdırlar⁸⁶. Normalde, detaylı teknik inceleme düzeyi, işlemle ve müşteriyle bağlantılı risklere bağlıdır. Mevduat toplamayan banka-dışı finans kuruluşları karapara aklamak için kullanılamasalar bile, yüksek suiistimal ve sahtekârlık riskleri sebebiyle, müşterilerin kimliğinin tespit edilmesi onların da menfaatine uygundur.

Müşterinin kimliğinin doğru ve güvenilir bir şekilde tespit edilmesi suiistimal ve sahtekârlığa karşı mücadele açısından önemli olmasına rağmen, bu, ulusal kimlik kartlarının henüz çıkartılmadığı ve dağıtılmadığı düşük-gelir grubundaki ülkeler için özel bir sorun teşkil edebilir. Örneğin Hindistan ve Malawi'de bazı kredi kuruluşları, müşterilerinin kimliğini tespit etmek için biyometrik tedbirler uygulamaktadırlar. Ek olarak, cep telefonu ile yapılan işlemler de, müşteri kimliğinin güvenilir bir şekilde tespit edilmesi konusunda kendi özel sorunlarını yaratmaktadırlar. Gelişmekte olan bazı ülkelerde, düzenleyici otoriteler, küçük işlem hesapları için KYC (müşterini tanı) koşullarında bir azalmayı test etmeye başlamışlardır (diğerlerinin yanı sıra Hindistan, Maldivler ve Güney Afrika'da). Bununla birlikte, bunun en iyi nasıl yapılabileceği konusunda uluslararası kılavuzlar yoktur.

Uygun Fiyatlılık:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşu bir tüketiciye bir ürün veya hizmetle ilgili bir tavsiyede bulunursa, banka-dışı kredi kuruluşunun o tüketiciye sunduğu ürün veya hizmetin tüketicinin gereksinimlerine uyumlu ve uygun olması gerekir.
- (b) Tüketicinin en uygun ve en ekonomik ürünü veya hizmeti seçebilmesine olanak sağlamak için, tüketiciye ürün veya hizmet hakkında yeterli bilgi verilmelidir.

- (c) Bir banka-dışı kredi kuruluşu, tüketicinin üstlendiği borç tutarını önemli oranda artıran yeni bir kredi ürünü veya hizmeti sunduğunda, tüketicinin kredi değerliliği usulüne uygun bir biçimde değerlendirilmelidir.

Uygun fiyatlılık kriteri, finansal giderleri ve geçim giderleri (kira ve ipotek ödemeleri de dahil) düşüldükten sonra kalan net aylık geliri düşünülüğünde, tüketicinin ilave borç yükümlülüklerini karşılayıp karşılayamayacağına bakar. Hanehalkının cari gelirlerinden borç ödemelerine ayırmak istedikleri pay konusunda farklı toleransları olabilir. Kredi değerliliği, kişinin temerrüt veya borcu zamanında ödememe risklerinin tahminini kapsar ve sorumlu kredilendirme sürecinin bir bileşenidir. Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifi (Madde 8), bir alacaklının, hem tüketiciden hem de kredi bürosu gibi bir veri tabanından aldığı bilgilere dayanarak tüketicinin kredi değerliliğini değerlendirmesini gerektirir. Bu Direktifin hükümleri, banka-dışı kredi kuruluşları da dahil tüm kredi verenler için uygulanır. Direktif kapsamındaki ürünler, tutarı 200 € ile 75.000 € arasında olan tüm kredi sözleşmelerini içerir⁸⁷. Direktif hükümleri, sadece tüketicinin faiz ödemekle yükümlü olduğu sözleşmelere uygulanır. Vadeli ödeme kartları ve ipotekli krediler bu Direktifin kapsamında değildir.

A.B.D.'de, Adil Olmayan veya Aldatıcı Eylem ve Uygulamalar Hakkında Yönetmelik AA ve Kredilendirmede Doğruluk Kanunu (TILA) ve Tasarruflarda Doğruluk Kanunu'nda değişiklik yapmak suretiyle bir dizi tüketici koruma tedbiri alınmış bulunmaktadır. Örneğin, Federal Merkez Bankası, TILA'da, ipotek pazarlarında sorumlu kredilendirmeyi sağlamayı hedefleyen bir değişikliği onaylamıştır. Temel hükümlerden biri de, ipotek edilen gayrimenkulün değeri hariç borçlunun gelirini ve diğer varlıklarını kontrol ederek onun borçlarını geri ödeme kabiliyetini değerlendirme konusunda kredi verenin üstlendiği sorumluluktur.

Uygun fiyatlılık, olası aşırı borçlanma endişeleriyle de ilgili ve bağlantılı olabilir. Bazı ülkelerde, banka-dışı kredi kuruluşları ve mikrofinans kuruluşlarının borçlulara diğer mevcut borçları hakkında sorular sormaları gerekmez – ya da bu borçlar kredi raporlama sisteminde kayıtlı olmayabilir. Sonuçta, bir borcu ödemek için başka bir borç alan ve aşırı borçlanan tüketiciler ortaya çıkar. Peru'da, düzenleyici otorite, tüketicilerin kredi kartlarına veya diğer kredi çeşitlerine kolay erişememelerini ve bu yolla aşırı borçlanmalarını sağlamak amacıyla 6941-2008 sayılı Yönetmeliği (Perakende borçluların aşırı borçlanma riskinin yönetimine ilişkin kurallar) çıkartmıştır. Güney Afrika'da, aşırı borçlanma, dikkatsiz kredilendirme ve borç danışmanlığı konuları, 31 Mayıs 2006 tarihli Ulusal Kredi Kanunu Yönetmelikleri Bölüm 3 Kısım D'de düzenlenmektedir. Bu mevzuat, Ulusal Kredi Siciline hangi bilgilerin gönderilmesi gerektiğini ve borç danışmanlarına hangi bilgilerin verilmesi gerektiğini düzenlemektedir. Kısım D Madde 24(7)'ye göre, bir tüketicinin aylık borç ödemeleri net gelirinden asgari geçim giderleri düşüldükten sonra kalan bakiyeyi aşarsa o tüketici aşırı borçlanmış sayılır.

Sakin Kafayla Düşünme Dönemi:

- (a) Uzun-vadeli bir tasarruf bileşeni içeren finansal ürün veya hizmetler ya da yüksek-basınçlı satış sözleşmelerine tâbi ürün veya hizmetler için, (tüketici bu hakkından yazılı olarak ve alenen feragat etmiş bulunmadıkça) bir banka-dışı kredi kuruluşu, tüketiciye, kuruluş ile o tüketici arasında herhangi bir sözleşmenin imzalanmasının hemen ardından başlayan makul bir süreyi (en azından 3-5 iş günü) kapsayan bir sakin kafayla düşünme dönemi vermelidir.

- (b) Bu sakın kafayla düşünme dönemi içerisinde banka-dışı kredi kuruluşuna yazılı bir ihbarla, tüketicinin ne olursa olsun herhangi bir ceza ödemek zorunda kalmaksızın sözleşmeyi iptal etmesine ya da hükümsüz ve geçersiz saymasına olanak tanınmalıdır.

Çoğu durumda, borçlular, görünüşte çekici olan koşullar veya getiriler sunan banka-dışı kredi kuruluşlarıyla, başka herhangi bir piyasa araştırması yapmaksızın aceleyle finansal düzenlemelere girme eğilimi gösterirler. Bu, özellikle, hizmet ve ürünlerin hüküm ve koşullarına kolaylıkla ulaşılamayan ya da bu koşulları karşılaştırmanın kolay olmadığı ülkelerde ciddi sorunlara yol açabilir. Bu sebeple, sakın kafayla düşünme dönemi, mallar için uygulanan “hiç-soru-sormadan” iade politikasına benzer bir koruma tedbiri sağlar. Bununla birlikte, piyasa riski içeren ürün ve hizmetlerde, sakın kafayla düşünme dönemi içerisinde sözleşmesini iptal eden bir tüketicinin banka-dışı kredi kuruluşuna olası zararlarını ödemesi ve tazmin etmesi zorunlu tutulmalıdır. Çeşitli AB Üye Devletlerinde uygulanan sakın kafayla düşünme dönemlerinin bir tanımı için, tüketici kredilerine ilişkin 87/102/EEC sayılı Direktifin değiştirilmesine dair AB Tartışma Raporuna bakınız.

Cayma ve çekilme hakkı, Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifinin 6. Maddesinde düzenlenmektedir. Bu Maddenin hükümlerine göre, tüketici bir sözleşmeden ceza ödemedi ve herhangi bir sebep göstermek zorunda olmadan çıkma ve cayma hakkına sahiptir. Cayma süresi, normalde, sözleşmenin akdedildiği tarihte başlar ve normalde iki hafta aralığındadır (yukarıda bahsi geçen AB Direktifinde belirtildiği gibi 14 takvim günü). Sakın kafayla düşünme döneminin uzunluğu, satılan finansal ürünün tipine bağlı olmalıdır. Bu süre, uzun-vadeli tasarruf bileşeni içeren ürünler için daha uzun olmalıdır ve yüksek-basınçlı satış taktikleriyle sıklıkla bağlantılı olan “çoklu-seviye satış” gibi dağıtım sistemlerine tâbi tutulabilir.

Sözleşmelerde Bağlayıcı Şartlar ve Paket Satışlar:

- (a) Banka-dışı kredi kuruluşları, sözleşmelere tüketicilerin seçim haklarını kısıtlayan bağlayıcı şartlar koymaktan mümkün olduğu kadar kaçınmalıdırlar.
- (b) Özellikle, bir banka-dışı kredi kuruluşunun borçluyu ondan kredi almanın bir ön koşulu olarak bir sigorta poliçesi de dahil herhangi bir başka ürün satın almaya mecbur tuttuğu durumlarda, borçlunun o ürünü kimden temin edeceğini seçmekte serbest olması ve bunun borçluya açıkça bildirilmesi gerekir.
- (c) Ayrıca, bir banka-dışı kredi kuruluşunun kredi sözleşmelerinin dağıtım kanalı olarak tayin ettiği bir ticaret firmasıyla sözleşme yaptığı durumlarda da, ayırıcı ve dışlayıcı ticari ilişkilere izin verilmemelidir.

Paket satışları veya bağlayıcı şartları içeren çapraz-satışın talep tarafı ve arz tarafı üzerinde olumlu etkileri olabilir. Bununla birlikte, rekabeti ve müşteri hareketliliğini de bozabilir. Paket satış, ürünlerin her biri piyasadan tek tek ve ayrıca satın alınabilir olmasına rağmen, iki veya daha fazla ürünün tek bir paket halinde satılmasıdır. Firmalar çeşitli farklı sebeplerle paket satış yaparlar: kapsam / mal türleri ekonomisi, fiyat farklılaştırması, talep yönetimi veya piyasa gücünün başka piyasa sektörlerine de yayılması. Paket halinde sunulan ürün ve hizmetlerin toplam fiyatı paket halinde satılmadıklarında aynı ürün ve hizmetlerin toplam fiyatından daha düşük ise ve ürünlerin kullanım kolaylığı artmışsa, paket satışın talep tarafı üzerinde olumlu etkileri olabilir. Paket satış yapmak, kendiliğinden ve doğrudan doğruya

rekabete aykırı bir uygulama değildir – ancak ve sadece piyasa gücünün rakiplerin zararına ve aleyhine kullanıldığı durumlarda rekabete aykırı hale gelir.

İki veya daha fazla ürünün bir paket içerisinde birlikte satıldığı ve bu ürünlerin en az birinin ayrıca ve bağımsız satılmadığı durumlarda sözleşmeye bağlayıcı şart konulmuş demektir. Özellikle A malıyla birlikte B malını da satın alma koşulunun uygulandığı durumlarda (örneğin, ödeme sigortasıyla birlikte satılan bir ipotek sözleşmesi gibi), finans kuruluşları, bu bağlayıcı şart koyma yöntemini rekabeti azaltmak ve tüketicinin seçeneklerini sınırlandırmak için kullanabilir. Ayrıca, sözleşmeye bağlayıcı şart koymak, tüketiciler için maliyet unsurunu gizleyerek ve fiyat karşılaştırmalarını olanaksız hale getirerek fiyatları artırabilir. Bununla birlikte, piyasaya hâkim olan oyuncuların piyasa güçlerini kötüye kullanmalarını engellemek için tüketici koruma yöntemleri kullanılabilir⁸⁸.

Tüketicinin seçim imkanlarını sınırlandıran paket satışlar ve bağlayıcı şartlar, rekabet hukuku uygulamalarının zayıf olduğu ülkelerde yaygındır ve bu nedenle, tüketici koruması hakkında tanı amaçlı incelemeler yapılırken değerlendirilmesi gereken unsurlardan biri olmalıdır. Paket satışların iki kriteri, rekabet politikası açısından özellikle önem taşımaktadır: (i) tüketicinin seçeneklerinin sınırlandırılması ve (ii) diğer rakiplerin engellenip engellenmediği. AB’de, paket satış ve bağlayıcı şart uygulamaları, AB Antlaşması Madde 102 tahtında piyasa hâkimiyetinin dışlayıcı bir şekilde kötüye kullanılması olarak görülebilir ve değerlendirilebilir.

Önemli Gerçekler Beyanı:

- (a)** Bir banka-dışı kredi kuruluşunun, hesapları, kredi tipleri veya diğer ürün veya hizmetlerinin her birine ilişkin bir Önemli Gerçekler Beyanı bulunmalıdır.
- (b)** Önemli Gerçekler Beyanı, düzgün bir dille kaleme alınmalı ve spesifik finansal ürün veya hizmetin temel şart ve koşullarını bir veya iki sayfada özetlemeli ve tüketicilerin farklı kuruluşların onlara sunduğu ürünleri kolayca karşılaştırmalarına imkan sağlamalıdır.

Bir Önemli Gerçekler Beyanı, tüketicilere, bir finansal ürün veya hizmetin temel akdi bilgilerini basit ve standart bir dille açıklamak suretiyle tüketicilerin o ürünü veya hizmeti daha iyi anlamalarına katkıda bulunur. Önemli Gerçekler Beyanı, tüketicilerin bir finansal ürünü veya hizmeti satın almadan önce farklı finans kuruluşlarının sundukları teklifleri kolaylıkla karşılaştırmalarına da olanak sağlar. Bu beyanlar, ilgili finansal ürün veya hizmetin ömrü boyunca gerektiğinde başvurulabilecek faydalı bir özet referans da sunarlar. Kredi ürünleri için, Önemli Gerçekler Beyanları, tüketicileri temel hakları, kredi raporlama sistemleri ve ihtilâflara ilişkin mevcut olasılıklar hakkında bilgilendirmenin etkin ve etkili bir yolunu da oluştururlar. Bu, deneyimsiz yeni finansal tüketicilerin bulunduğu ülkelerde özel bir öneme sahiptir.

Dünya çapında, Önemli Gerçekler Beyanlarının, Avrupa Birliği’nde tüketici kredilerinde kullanılan SECCI formu, Avrupa Tüketici Birlikleri ve Avrupa Kredi Sektörü Birlikleri’nin geliştirdiği, ev kredileri için sözleşme-öncesi bilgilendirme amacına yönelik ESIS formatı, ABD’de kredi kartları için kullanılan “Schumer Kutusu” ve Peru’da tüketici kredileri için kullanılan “Hoja Resumen” gibi çeşitli farklı örnekleri vardır.

Bazı ülkelerde, tüketicilere temel bilgileri yerel halkın yaygın kullandığı bir dilde verme ihtiyacı özellikle ön plana çıkmaktadır. Tüketicilerin zorunlu açıklamaları anlayıp anlamadıklarının test edilmesi de faydalı olabilir. Daha fazla bilgi almak için, bankacılık bölümündeki Hakların Korunması notlarına da bakınız.

Reklam ve Satış Materyalleri:

- (a) Banka-dışı kredi kuruluşları, kullandıkları reklam ve satış materyalleri ve prosedürlerinin tüketicileri yanıltmamasını sağlamalıdır.
- (b) Banka-dışı kredi kuruluşlarının tüm reklam ve satış materyalleri, genel olarak herkesin kolay okuyabileceği ve anlayabileceği bir dilde olmalıdır.
- (c) Banka-dışı kredi kuruluşları, reklam ve satış materyallerinde yaptıkları tüm açıklama ve beyanlardan kanunen sorumlu tutulmalıdırlar (yani, yanlış veya yanıltıcı beyanlarda bulunmaları halinde kanunlar tahtında belirli cezalara tâbi olmalıdırlar).

İfşa ve satış uygulamaları konusunda, temel politika sorunlarından biri de yanıltıcı ve karşılaştırmalı reklamlarla ilgilidir. Avrupa'daki çeşitli direktifler, kamuya yönelik beyan ve açıklamalarının içeriği konusunda mali kurumları sorumlu tutmaktadır. Bu direktifler arasında Finansal Tüketici Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında AB Direktifi 2002/65/EC, Yanıltıcı ve Karşılaştırmalı Reklamlar Hakkında AB Direktifi 2006/114/EEC ve Adil Olmayan Ticari Uygulamalar Direktifi 2005/29/EEC sayılabilir.

Bazı ülkelerde, banka-dışı kredi kuruluşları, kredi kartları veya peşin ödemeli kartlar gibi ürünlerini pazarlamak ve dağıtmak için acenteler kullanılmaktadır. Bu tanıtım ve pazarlama çalışmaları kurum ofislerinin dışında – örneğin süpermarketlerde, eczanelerde ve fuarlarda yürütülmektedir. Bu nedenle, banka-dışı kredi kuruluşlarının kendi acentelerinin eylemlerinden sorumlu tutulmasını sağlamak kritik öneme sahiptir.

Genel Uygulamalar:

Banka-dışı kredi kuruluşlarının davranış kurallarına ifşa ve satış uygulamaları hakkında somut kurallar da konulmalı ve bu kurallara uyulup uyulmadığı ilgili denetleyici otorite tarafından izlenmelidir.

Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmesi Hakkında AB Direktifi 2008/48/EC, tüketicilerle yapılan sözleşmelere hangi bilgilerin konulması gerektiğini düzenler (sözleşme-öncesi bilgilendirme hakkında Madde 9). ABD'de, 1968 tarihli TILA'da ve Federal Ticaret Komisyonu Kanunu'nda (Madde 5) konuyla ilgili hükümler bulunmaktadır. AB Adil Olmayan Ticari Uygulamalar Direktifi, yanıltıcı uygulamaları (Madde 6-7) ve agresif uygulamaları (Madde 8-9) tanımlamakta ve bu uygulamaları gösteren çeşitli örnekler (Ek) vermektedir. Bu Direktif, adil olmayan ticari uygulamaların davranış kurallarıyla kontrol edilebileceğini de açıkça ifade etmektedir (Madde 10). Bir davranış kuralları seti varsa, banka-dışı kredi kuruluşları kendilerini adil ifşa ve satış uygulamalarıyla bağlı saymalıdırlar.

Mali Durumun Açıklanması:

- (a) İlgili denetleme otoritesi, banka-dışı kredi kuruluşlarının gelişmesi, sağlığı, kuvveti ve penetrasyonu hakkında ayrı bir rapor olarak ya da tâbi olduğu kanunda öngörülen ifşa ve hesap verebilirlik koşullarının bir parçası olarak halka yönelik yıllık raporlar yayımlamalıdır.
- (b) Banka-dışı kredi kuruluşları, halkın kuruluşun finansal kapasitesi ve yaşama kabiliyeti hakkında bir fikir edinebilmesi için finansal bilgilerini halka açıklamakla yükümlü olmalıdırlar.

Çeşitli ülkelerde, banka-dışı kredi kuruluşlarının mali durumlarını periyodik olarak rapor etmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, banka-dışı kredi kuruluşlarının hazırladıkları mali tabloların tüketicinin bir kuruluşun portföy kalitesi veya sürdürülebilirlik seviyesi hakkında bir fikir edinebilmesi için genellikle yeterli bilgi vermemeleri yaygın bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu, genellikle bağışlarla veya yumuşak kredilerle desteklenen bir sosyal misyon üstlenen ve yürüten mikrofinans kuruluşları için özellikle doğrudur. Bankaların kullandığı yöntemlerden farklı kredi yöntemleri kullanan finans kuruluşları için de genelde doğrudur. Bu nedenle, banka-dışı kredi kuruluşlarının anlamlı, açık ve karşılaştırılabilir bilgiler vermeleri önemlidir. Örneğin, CGAP, mikrofinans kuruluşları için finansal rapor içeriğini düzenleyen faydalı bir kılavuz seti geliştirmiştir⁸⁹.

XXV. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR:

Hesap Özetleri:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşu, müşterisinden önceden aksini belirten bir imzalı yetkilendirme beyanı almadıkça, müşteri adına tuttuğu ve işlettiği her hesap için aylık hesap özetleri çıkartmalı ve bu hesap özetlerini müşterisine göndermelidir.
- (b) Bu hesap özetlerinin her biri: (i) hesap özetine konu olan dönem içerisinde hesapla ilgili yapılan işlemlerin tümünü göstermeli ve (ii) hesap özetinin kapsadığı dönem içerisinde hesaba uygulanan faiz oran(lar)ının detaylarını vermelidir.
- (c) Her kredi kartı hesap özeti, yapılması gereken asgari ödeme tutarını ve kart sahibinin sadece bu gereken asgari ödemeyi yapması halinde tahakkuk ettirilecek olan toplam faiz maliyetini göstermelidir.
- (d) Her ipotek hesabı veya başka kredi hesabı özeti, hesap özetinin kapsadığı dönem içerisinde ödenen meblağı, bu ödemededen sonra kalan toplam bakiye borç tutarını, yapılan ödemenin hangi oranda anapara borcuna ve hangi oranda faizlere sayıldığını ve duruma göre, o güne kadar tahakkuk eden vergileri açıkça göstermelidir.
- (e) Bir banka-dışı kredi kuruluşu, müşterinin herhangi bir hesabının uzun süreler boyunca hareketsiz kalması halinde bu durumu müşterisine bildirmeli ve hesaptaki fonların devlete transfer edilecek olması halinde müşterisine makul bir süre önceden bir nihai yazılı ihtarname göndermelidir.
- (f) Bir müşterinin hesap özetlerinin elektronik ortamda gönderilmesini kabul etmesi halinde, bu hesap özetleri, okunması ve anlaşılması kolay bir formatta olmalıdır.

Bir banka-dışı kredi kuruluşunun hesap özetleri, müşteri açısından, yapılan işlemlerin en geçerli kayıt ve kanıtları olarak kabul edilebilir. Bu nedenle, hesap özetlerinin net ve açık olması ve başka bir açıklama gerektirmemesi gerekir. Bu; finansal ücretler, ceza faizleri ve ciddi temerrüt sonuçları veya ödemede gecikme sonuçları yaratma ihtimali bulunan kredi kartı hesap özetlerinde ve kredi hesaplarının özetlerinde özellikle önemlidir. İnternet ve telefon bankacılığının gelişmesi neticesinde, bazı müşteriler, hesap özetlerinin aylık değil üçer aylık dönemlerde gönderilmesini tercih edebilirler. Bu seçim, müşterilere bırakılmalıdır. Müşterinin elektronik hesap özetlerini seçmesi halinde de, bu hesap özetlerine erişim olanağı ve hesap özetlerinin formatı ve detayları basılı ortamdaki hesap özetlerinin tam ve eksiksiz bir ikamesi olmalıdır.

Faiz Oranlarında ve Faiz Dışı Ücretlerde Meydana Gelen Değişikliklerin Bildirilmesi:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşu:
- i. müşterinin herhangi bir hesabı üzerinden ödenecek veya tahsil edilecek faiz oranlarındaki bir değişikliği müşterisine mümkün en kısa zamanda ve yazılı olarak bildirmeli ve
 - ii. müşterinin herhangi bir hesabı üzerinden alınacak faiz-dışı ücretlerdeki bir değişikliği ise müşterisine bu değişikliğin yürürlüğe gireceği tarihten makul bir süre önce yazılı olarak bildirmelidir.
- (b) Gözden geçirilen ve değiştirilen koşullar müşteri açısından kabul edilemez nitelikte ise, müşteri, bu hakkını makul bir süre içerisinde kullanmak şartıyla, sözleşmeden ceza ödemeksizin ayrılma ve cayma hakkına sahip olmalıdır.
- (c) Banka-dışı kredi kuruluşu, yukarıdaki (a) bendi uyarınca müşteriye bir değişiklik ihbarı gönderdiği her seferinde müşteriyi yukarıda bahsi geçen hakkı konusunda da bilgilendirmelidir.

Çeşitli ülkelerde, banka-dışı kredi kuruluşları, mevcut sözleşmeye bağlı olarak, 1 ilâ 3 ay önceden bir ihbar gönderirler. Faiz oranının değişken olduğu ve LIBOR, vb. gibi geniş bir alana yayımlanan bir günlük referans oranıyla bağlantılı olduğu durumlarda, faiz oranındaki bir değişiklik hakkında gönderilecek ihbarın asgari süresi, kredi sözleşmesinde açıkça belirtilmelidir. Sözleşmede öngörülen ihbar sürelerine uygun yapılmayan faiz oranı artışları, bu nedenle, geçersizdir ve tüketiciyi bağlamaz. Davranış kuralları bu koşulu da içermelidir. Bir tüketicinin sözleşmeden çıkma ve cayma hakkı, BM Tüketiciyi Koruma Kılavuzlarının 17 ve 19. Kılavuzlarından alınmıştır.

Müşteri Kayıtları:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşu, her müşterisi hakkında aşağıdaki bilgileri içeren güncel kayıtlar tutmalıdır:
- i. müşterinin kimliğini tayin etmek ve müşteri profilini vermek için gereken tüm dokümanların birer sureti;
 - ii. müşterinin adresi, telefon numarası ve diğer müşteri irtibat detaylarının tümü;

- iii. herhangi bir kanuna veya yönetmeliğe veya davranış kurallarına uygun olarak müşteri hakkında hazırlanmış bulunan bilgi veya belgeler;
 - iv. banka-dışı kredi kuruluşunun müşteriye sunduğu tüm ürün ve hizmetlerin detayları;
 - v. müşterinin banka-dışı kredi kuruluşuna ve banka-dışı kredi kuruluşunun müşteriye gönderdiği yazışmaların birer sureti ve müşteriye teklif edilen veya sağlanan ürün veya hizmetler hakkında müşteriye verilen diğer bilgilerin detayları;
 - vi. müşterinin doldurduğu, imzaladığı ve banka-dışı kredi kuruluşuna ibraz ettiği tüm dokümanlar, formlar ve müracaatlar;
 - vii. müşterinin banka-dışı kredi kuruluşundan bir ürün veya hizmet alabilmek amacıyla yaptığı bir başvuruya destek olmak üzere ibraz ettiği tüm orijinal dokümanların birer sureti ve
 - viii. müşteriye ilişkin diğer önemli bilgiler.
- (b) Tüm bu kayıtların tutulmasına izin verilen asgari süre bir kanun veya yönetmelikte belirtilmeli ve bu süre boyunca, müşterinin tüm bu kayıtlara ücretsiz ve kolay erişmesine olanak sağlanmalıdır.

Yukarıdaki liste kuralcı ve normatif gözükebilir, fakat müşteri korumasını sağlamak amacıyla yeterli bilginin tutulmasını ve kaydedilmesini sağlamak için bu listedeki bilgilerin asgari bilgiler olarak kabul edilmeleri gerekir. Daha fazla bilgi için, Faiz Oranlarında ve Faiz Dışı Ücretlerde Meydana Gelen Değişikliklerin Bildirilmesi hakkında notlara bakınız.

Kredi Kartları:

- (a) Kredi kartlarının çıkartılıp verilmesini ve ilgili müşteri ifşa koşullarını düzenleyen açık kurallar bulunmalıdır.
- (b) Kredi kartı düzenleyen ve veren kurumlar olarak, banka-dışı kredi kuruluşları, tüm kredi kartı teklifleri ve tanıtımlarında, ücret ve komisyonlar (finansal ücretler de dahil), kredi limiti, ceza faizi oranları ve asgari aylık ödemeyi hesaplama yöntemi de dahil kişiselleştirilmiş ifşa kurallarının belirlenmesi ve uygulanmasını sağlamalıdır.
- (c) Banka-dışı kredi kuruluşlarının müşterinin kabul etmediği, önceden onaylanmış kredi kartları üzerinden ücret veya komisyon almalarına izin verilmemelidir.
- (d) Tüketicilere, her aylık hesap özetinde kişiselleştirilmiş asgari ödeme uyarılarının yapılması ve kart sahibinin sadece talep edilen asgari ödemeyi yapması halinde tahakkuk edecek toplam faiz maliyetinin bildirilmesi gerekir.
- (e) Diğer hususların yanı sıra, bu kurallar:
 - i. bağımsız gelir kaynakları bulunmayan genç yetişkinlere kredi kartlarının verilmesi ve pazarlanması hakkında belirli koşullar veya kısıtlamalar getirmeli;

- ii. ücretlerdeki değişikliklerin ve faiz oranı artışlarının makul bir süre önceden bildirilmesini gerektirmeli;
 - iii. daha düşük bir faiz oranı üzerinden geçmişte yapılan alımlar da dahil mevcut borç bakiyesinin tamamı üzerinden yeni daha yüksek ceza faizi oranlarının uygulanmasını engellemeli;
 - iv. tüketiciler belirli kredi limitlerini aştıklarında uygulanan ücretler gibi ücretlerin uygulanmasını kısıtlamalı ve sınırlandırmalı;
 - v. kart kuruluşlarının bir fatura dönemi yerine iki fatura dönemi boyunca faiz uyguladıkları, “çift-dönem faturalandırma” isimli uygulamayı yasaklamalı;
 - vi. kredi kartı çıkartan kuruluşların aylık ödemeleri tüketiciler üzerindeki faiz yüklerini azami düzeye yükseltecek şekilde tahsis etmelerine engel olmalı ve
 - vii. kredi notu kötü olan kişilere çıkartılan yüksek faizli kredi kartları üzerinden alınan ilk başlangıç ücretlerini sınırlandırmalıdır.
- (f) Hataların giderilmesi ve çözümlenmesi ve yetkisiz işlemlerin ve çalınan kartların bildirilmesi konularında açık ve net kurallar bulunmalı ve bunlardan doğan müşteri sorumlulukları, kredi kartını kabul etmeden önce müşteriye açıkça bildirilmelidir.
- (g) Banka-dışı kredi kuruluşları ve kredi kartı kuruluşları, kredi kartlarının kötüye kullanılması, kredi kartıyla aşırı borçlanma ve sahtekârlıkların önlenmesi konularında tüketici bilinçlendirme programları uygulamalıdır.

Pek çok ülkede, kredi kartları, yaygın bir ödeme mekanizması haline gelmiştir ve nakit paranın yerini almaktadır. Zararlı uygulamaları, saydamlığın bulunmaması ve kredi kartı hesaplarının şart ve koşullarının yeterince açıklanmaması konularında kredi kartı sektörü bir ilgi odağı haline gelmiştir. Bu, özellikle, tasarruf oranının düşük ve tüketici harcamalarının yüksek olduğu ülkelerde ve düşük-gelirli tüketicilerin perakende satıcıların, tüketici finansmanı şirketlerinin, mikrofinans sağlayıcıların ve diğer banka-dışı kredi kuruluşlarının verdikleri kredi kartlarını alarak finans kaynaklarına daha kolay erişim imkanına sahip oldukları ülkelerde ciddi bir problem olmaktadır. Pek çok ülkenin kredi kartlarına uygulanan kuralları güncellemek amacıyla son zamanlarda aldıkları tedbirler⁹⁰, bu konularda tüketici korumasının önemini açıkça göstermektedir.

Tüketiciler, kredi kartı koşullarına ilişkin temel bilgiler hakkında, açık ve belirgin bir formatta ve kendileri için en faydalı olacağı zamanda bilgilendirilmelidirler. 21 yaşın altındaki kişiler, kendi kredi kartı hesabını açmak istedikleri takdirde hesabı müştereken imzalatmak için yanlarında bir yetişkinle müracaat etmeli ya da kart borçlarını geri ödemek için bağımsız imkan ve kaynakları bulunduğunu tevsik eden kanıtlar göstermelidir. Gerek faturalama yöntemleri gerekse aylık hesap özetlerinde açıklanan bilgiler, net ve açık olmalı ve müşterilere borçlanma hakkında bilgiye dayanan seçimler yapmaları konusunda yardımcı olmalıdır.

Kredi kartlarının kart kuruluşlarının ülkeleri dışında ve internet üzerinden kullanımının artması, kartların çalınması ve sahtekârlık olasılığını da artırmaktadır. Bu nedenle,

tüketicilerin bilinç düzeyinin yükseltilmesi ve bu problemler hakkında bilgilendirilmesi önemlidir.

Alacakların Tahsili:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşunun, bir banka-dışı kredi kuruluşunun acentelerinin ve üçüncü şahısların banka-dışı kredi kuruluşunun herhangi bir müşterisine karşı sahte beyanların ve hesap özetlerinin kullanılması, adil olmayan uygulamaların yapılması ya da başkalarına sahte kredi bilgilerinin verilmesi de dahil herhangi bir kötü niyetli alacak tahsilatı yöntemi uygulamaları yasaklanmalıdır.
- (b) Bir banka-dışı kredi kuruluşu adına tahsil edilebilecek alacakların tipleri, bu alacakları tahsil edebilecek kişiler ve alacakların tahsil edilme tarzı ve yöntemi, banka-dışı kredi kuruluşu ile müşteri arasında bu borca yol açan kredi sözleşmesi imzalandığında banka-dışı finans kuruluşunun müşterisine açıkça bildirilmelidir.
- (c) Bir alacak tahsilatçısı, bir banka-dışı kredi kuruluşu müşterisinin borcu hakkında, (i) alacak tahsilatçısının bunu yapma hakkını ve (ii) istediği bilgilerin tipini ve cinsini bildirmeden herhangi bir üçüncü şahısla temas kurmamalıdır.
- (d) Cari kanunların alacakların borçlunun izni ve rızası olmadan satılmasına veya devredilmesine izin verdiği durumlarda:
 - i. borçlu satış veya devir hakkında makul bir süre içerisinde bilgilendirilmeli;
 - ii. borçluya borçla ilgili sorumluluğunun devam ettiği bildirilmeli ve
 - iii. ödemeyi nereye yapabileceği ve alıcının veya devralanın irtibat bilgileri de borçluya bildirilmelidir.

Bazı ülkelerde, kötü niyetli alacak tahsilatı çabalarına karşı koruyucu tedbirlerin zayıf olması: (i) daha külfetli ve kullanışsız tahsilat süreçlerine olan talebi güçlendirmekte; (ii) tahsilat moratoryumlarına yol açmakta ve (iii) mahkemelerin sempatisini kazanmaktadır. Sonuç olarak, alacak tahsilatı, uzun vadede finansmanın maliyetini artıran uzatılmış bir süreç haline gelmektedir. Tüketicilerin kötü niyetli ve yasadışı tahsilat uygulamalarına maruz kalmamalarını sağlamak için, alacak tahsilatı konusunda sağlam kurallara ihtiyaç vardır.

Bazı ülkeler, sözleşmenin kutsallığı ilkesine dayanırken ve borçlunun hakkını savunmak ve kredi verenlerin suiistimallerini engellemek için mahkemelere güvenirken, bazı diğer ülkeler bu konuyla kanun aracılığıyla ya da bir düzenleyici otoritenin direktifleriyle ya da bir tüketici koruma idaresinin kılavuzlarıyla baş etmeye çalışmaktadırlar (ABD Alacakların Tahsilatında Adil Uygulamalar Kanunu'na ve ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) ve İngiltere Finans Hizmetleri Otoritesi (FSA) web sitelerine bakınız).

IV. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Müşteri Bilgilerinin Gizliliği ve Güvenliği:

- (a) Herhangi bir banka-dışı kredi kuruluşu müşterisinin yaptığı finansal işlemler, banka-dışı kredi kuruluşu tarafından gizli tutulmalıdır.

- (b) Kanunlar, banka-dışı kredi kuruluşlarının müşterilerinin şahsi veri ve bilgilerinin gizliliğini ve güvenliğini bu tip bilgilerin güvenliğine veya bütünlüğüne yönelik tehditler veya tehlikelere karşı ve yetkisiz erişime karşı korumasını sağlayacak tedbirleri almalarını gerektirmeli ve öngörmelidir.

Kişilerin kimliğinin belirlenmesine yol açabilecek bilgiler, yani, kimliği açık edilmiş veya açık edilebilecek bir kişi hakkında verilen bilgilerin gizliliği, çeşitli farklı uluslararası kılavuzlarla ve direktiflerle korunmaktadır. Bu kılavuz ve direktifler arasında, Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzları (Madde 2: Kılavuzların Kapsamı) ve BM Genel Kurulu'nun 14 Aralık 1990 tarihinde kabul ettiği, bilgisayar ortamındaki şahsi veri dosyalarının düzenlenmesine ilişkin BM Kılavuzları (Bölüm A: Ulusal mevzuatta verilmesi gereken asgari garantilere ilişkin prensipler) sayılabilir.

Ayrıca, Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması ve bu Verilerin Serbest Hareketi Hakkında AB Direktifi 1995/46/EC (Bölüm 1, Madde 1-3), Şahsi Verilerin Otomatik İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında COE Konvansiyonu (ETS No. 108, 28 Ocak 1981, Bölüm 1: Genel Hükümler) ve APEC Mahremiyet Çerçevesi (Bölüm ii, Kapsam) de bu konuda önemli mevzuat kaynaklarıdır.

Yukarıda atıf yapılan kılavuz ve direktifler tahtında teknik güvenlik de talep edilmektedir. Bilgi Sistemleri ve Ağlarının Güvenliğine İlişkin OECD Kılavuzları: Bir Güvenlik Kültürüne Doğru belgesiyle, bu güvenlik hakkında daha detaylı bir düzenleme yapılmıştır.

ABD'de, FTC, finans kuruluşlarını müşteri bilgilerinin gizliliğini ve güvenliğini korumakla yükümlü tutan, Müşteri Bilgilerinin Korunması Standartları formunda kılavuzlar belirlemiş ve uygulamaktadır.

Kredi Raporlaması:

- (a) Kredi raporlaması, yeterli icra yetkisiyle birlikte, uygun gözetime ve denetime tâbi tutulmalıdır.
- (b) Kredi raporlama sisteminde yeterli miktarda ve doğru veriler zamanında bulunmalıdır. Sistem, bilgilerin güvenliği ve güvenilirliği konusunda da katı standartlar belirlemeli ve uygulamalıdır.
- (c) Kredi raporlama sistemine ilişkin genel kanuni çerçeve ve düzenleyici çerçeve: (i) açık, kestirilebilir ve orantılı olmalı, ayrımcı olmamalı ve tüketici haklarını desteklemeli ve (ii) etkin ve etkili mahkeme kanalıyla veya mahkeme dışı ihtilâf çözümü mekanizmalarıyla desteklenmelidir.
- (d) Orantılı ve destekleyici tüketici hakları, tüketicinin:
- i. bilgi paylaşımına, kurumun bilgi paylaşım uygulamaları hakkında edinilen bilgi temelinde rıza gösterme hakkını;
 - ii. uygun kimlik tespitine tâbi olarak, kredi raporuna ücretsiz (en azından yılda bir kere) erişme hakkını;

- iii. kredi kararlarında olumsuz gelişmeler hakkında ya da optimumun altındaki koşullar/fiyatlar hakkında kredi raporu bilgileri yoluyla bilgi edinme hakkını;
- iv. tüm bilgi talepleri hakkında, altı ay gibi bir süre içerisinde bilgilendirilme hakkını;
- v. maddi olgulara göre yanlış olan bilgileri düzeltme ya da bu bilgileri sildirme ve ihtilâflı olan bilgileri işaretleme hakkını;
- vi. kredi tarihçesi hakkında bilgilere ilişkin makul bilgi saklama sürelerine ilişkin hakkını ve
- vii. verilere yetkisiz erişimi, verilerin kötüye kullanılmasını ya da veri kaybı veya tahribatını önlemek amacıyla yönelik yeterli güvenlik tedbirlerinin alınmasını ve bilgilerin gizli tutulmasını sağlama hakkını

içermelidir.

- (e) Kredi sicilleri, düzenleyici otoriteler ve banka-dışı kredi kuruluşları birlik ve dernekleri, yukarıdaki konularda tüketicilerin hakları hakkında ve bir olumsuz kişisel kredi tarihçesinin sonuçları hakkında kamuyu bilgilendirmek ve eğitmek amacıyla yönelik kampanyalar örgütlemelidirler.

Kredi raporlama sistemleri, müşterilerin kredi davranışları hakkında kayıtlar tutarak kredi riskini azaltmak ve krediye erişimi geliştirmek amaçlarıyla tasarlanmış sistemlerdir. Kredi raporlama sistemlerinin iyi yönetilebilmesi için bu sistemlerin saydam olması önemlidir. Aynı zamanda, şahsi veri ve bilgileri korumak amacıyla yönelik kontroller de mevcut olmalıdır. Kredi raporlaması, bir tüketicinin finansal kaynaklara erişiminin (varsa) kapsamını ve onunla yapılabilecek kredi sözleşmesinin koşullarını belirleyerek onun ekonomik ömrünü etkileyen ve giderek daha yaygınlaşan bir aktivite haline gelmektedir. Tüketicilere sunulan kredi raporlarının finans sistemindeki tüm kredi işlemleri hakkında bilgileri içerebilmesi için, banka-dışı kredi kuruluşlarının da kredi raporlaması sistemine katılması kritik önemi haizdir. İyi Uygulama, Dünya Bankası'nın eşgüdümünü sağladığı Kredi Raporlama Standartlarını Belirleme Görev Gücünün geliştirdiği Kredi Raporlaması Genel Prensiplerini de içermektedir.

XXVII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI:

Dahili Şikayet Prosedürü:

Şikayet çözümleme prosedürleri, banka-dışı kredi kuruluşlarının davranış kurallarına dahil edilmeli ve denetleme otoritesi tarafından izlenmelidir.

Banka-dışı kredi kuruluşlarının, müşteri şikayetlerinin usulüne uygun incelenmesi ve çözümlenmesi amacıyla yönelik yazılı politikaları bulunmalıdır. Bir yazılı politika, ilân edilen politikadan banka-dışı kredi kuruluşunu sorumlu tutar. Bu politika, mesai saatleri içerisinde aşırı bir süreyle beklemeden erişilebilir, tüketicilere açık irtibat noktaları getirmeli; müşteri ihtilâf çözümleme sürecinin temel adımlarını düzgün bir dille açıklamalı; kesin ve makul süreler koymalı; müşteri ihtilâflarının çözümlenmesinde adil davranılacağını garanti etmeli; ombudsmanla ve/veya denetleme otoritesiyle koordinasyon içinde olmalı ve tüketicinin süreç

içindeki haklarını kolay anlaşılır bir dille anlatmalıdır. Tüketici ihtilâf çözümleme süreci, tüketici için zaman ve para açısından makul olmayan bir maliyet kaynağı olmamalıdır. Sağlam ve sağlıklı dahili şikayet prosedürleri, müşteri ilişkilerini geliştirir, banka-dışı kredi kuruluşlarına duyulan güveni artırır ve yargı kararı alma maliyetini azaltır.

Resmi İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları:

- (a) Bir banka-dışı kredi kuruluşunun müşterilerinden birinin yaptığı bir şikayetin yukarıda açıklanan dahili prosedürlere uygun olarak ve tüketiciyi tatmin edici bir kararla çözümlenememesi halinde, banka-dışı kredi kuruluşu müşterilerinin ombudsman gibi bir üçüncü şahsa rücu edebilmelerini sağlayan, uygun maliyetli, etkin ve etkili bir mekanizma getiren bir sistem mevcut olmalıdır.
- (b) Ombudsmanın veya dengi kuruluşun tüketici ihtilâflarıyla ilgili görev ve rolleri halka açıklanmalıdır.
- (c) Ombudsman veya dengi kuruluş, tarafsız olmalı ve kendisini tayin eden otoriteden, sektörden ve ihtilâfin taraflarından bağımsız hareket etmelidir.
- (d) Ombudsman veya dengi kuruluşun kararları, banka-dışı kredi kuruluşlarını bağlayıcı olmalıdır. Bu kararların uygulanmasını sağlayan mekanizmalar belirlenmeli, kurulmalı ve halka açıklanmalıdır.

Haklarının ihlâl edildiğini veya haklarına tecavüz edildiğini anlamak için gerekli bilgilere çok az müşteri sahiptir ve bir ihlâl veya tecavüzdten haberdar olsalar bile, müşterilerin bu konuda başvurabilecekleri çok az sayıda yol vardır. Tüketici bir banka-dışı kredi kuruluşu hakkında şikayette bulunursa ve bu şikayet tüketiciyi tatmin edici bir kararla çözümlenmezse, tüketicilerin genellikle hızlı ve ucuz telafi imkanları bulmak amacına yönelik çok yolu yoktur. Bu nedenle, dünya çapında, çeşitli banka-dışı kredi kuruluşları, kuruluşların dahili olarak çözümlenemedikleri tüketici ihtilâflarıyla hızla, bağımsız ve profesyonel yollarla ve ucuz bir şekilde ilgilenmek üzere ombudsman programlarına katılmayı tercih etmektedirler. Bu tip programların kurulması ve sürdürülebilirliği, sağlam tüketici koruması sistemleri için temel koşullardan biri olarak kabul edilmektedir. Ombudsman programları, sayı olarak az, fakat finans sektörüne duyulan tüketici güveni açısından yüksek önem düzeyinde olan şikayetleri de tespit edebilir ve böylece, ilgili otoritelerin durumu düzeltmek için etkin tedbirler almalarına olanak sağlarlar.

XXVIII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Geniş Tabanlı Finansal Okuryazarlık Programı:

- (a) Halkın finansal okuryazarlığını artırmak için, geniş tabanlı bir finansal eğitim ve bilgilendirme programı geliştirilmelidir.
- (b) Finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecine, devlet kurum ve kuruluşları ve sivil toplum örgütleri de dahil bir dizi kuruluş katılmalıdır.
- (c) Hükümet, ulusal finansal okuryazarlık programının geliştirilmesi ve uygulanması sürecini yönetmek ve koordine etmek için merkez bankası veya bir finansal düzenleyici organ gibi bir kuruluşu tayin etmelidir.

Finansal eğitim, bilgilendirme ve kılavuzluk, tüketicilerin gelirlerini bütçelemeleri ve yönetmelerine, tasarruf ve yatırım yapmalarına, kendilerini risklere karşı korumalarına ve finansal sahtekârlık ve dolandırıcılıkların kurbanı olmaktan kurtulmalarına yardımcı olabilir. Finansal ürün ve hizmetler giderek daha sofistike ve karmaşık hale geldikçe ve hanehalkı finansal işleri için daha büyük sorumluluklar üstlendikçe, bireylerin sadece kendi finansal durumlarını ve ailelerinin ekonomik geleceğini güvenceye almalarına yardımcı olmak için değil, aynı zamanda finansal piyasaların ve ekonominin düzgün işlemlerini kolaylaştırmak için de kendi paralarını iyi yönetmeleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Hem kamu sektöründe hem de özel sektörde, insanların finansal okuryazarlığını artırmakla ve geliştirmekle ilgilenen pek çok organ vardır. Tüm bu organların, zaman içerisinde, insanların kişisel finansal kaynaklarını yönetme kabiliyetini geliştirmelerine yardımcı olacak bir dizi farklı inisiyatifin oluşturulabilmesi için bu konuda da birlikte çalışmaları gerekir.

Kitle İletişim Araçları da Dahil Bir Dizi İnisyatifler ve Kanalları Kullanmak:

- (a) İlgili otorite, başta düşük-gelir düzeyine sahip kesimler olmak üzere insanların finansal okuryazarlığını artırmak ve geliştirmek için bir dizi farklı inisiyatif üstlenmeli ve gerçekleştirmelidir.
- (b) İlgili otorite, kitle iletişim araçlarını da, banka-dışı kredi kuruluşları ve onların sundukları ürün ve hizmetler hakkında bilgiler de dahil, insanlara, finansal eğitim ve bilgi vermeye ve onları yönlendirmeye teşvik etmelidir.
- (c) Hükümet, tüketicilere finansal eğitim ve bilginin verilmesi ve yönlendiricilik yapılması sürecinde devlet kurum ve kuruluşları, banka-dışı kredi kuruluşlarını denetleyici otoriteler, banka-dışı kredi kuruluşlarının ve tüketicilerin dernekleri ve birlikleri arasında işbirliğini teşvik etmeli ve bu amaca uygun teşvikleri sağlamalıdır.

Genç insanları, girişimcileri, çiftçileri, yerel toplumların liderlerini, çalışanları hedefleyen ve internet, radyo, televizyon, basılı yayınlar, vb. de dahil birden fazla kanal kullanan hedefe yönelik programlar da dahil olmak üzere bir dizi farklı finansal okuryazarlık inisiyatifi geliştirilmelidir.

Başta televizyon ve radyo olmak üzere kitle iletişim araçları da, finansal eğitim ve bilginin verilmesinde önemli bir rol oynayabilirler. Bu, radyonun televizyondan veya internetten daha yaygın erişilen bir iletişim aracı olduğu ve çoğu durumda, gazetelerin belirli bölümlerinin radyo programlarında tamamen okunduğu, düşük-gelir düzeyindeki kesimler için özellikle doğrudur. Düzenleyici otoriteler ve sektör dernekleri ve birlikleri, kitle iletişim araçlarına, güncel sorunlar hakkında ve finansal hizmet ve ürünlerin farklı tipleri hakkında bilgi vererek bu inisiyatifleri destekleyebilirler.

Tüketiciler İçin Tarafsız Bilgiler:

- (a) Tüketiciler, özellikle de en zayıf ve en savunmasız durumda olanlar, kendilerine sunulan finansal ürün ve hizmetlerini anlamalarını sağlayacak yeterli kaynaklara erişim olanağına sahip olmalıdırlar.

- (b) Düzenleyici otoriteler ve tüketici dernekleri, banka-dışı kredi kuruluşlarının sundukları ürün ve hizmetler de dahil finansal ürün ve hizmetlerin ana tiplerinin temel özellikleri, faydaları ve riskleri – ve mümkünse maliyetleri – hakkında internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgi vermelidirler.
- (c) İlgili otorite veya kurum, sivil toplum örgütlerinin halka banka-dışı kredi kuruluşlarının sundukları ürün ve hizmetler de dahil finansal ürün ve hizmetler hakkında tüketici bilinçlendirme programları sunmalarını teşvik eden politikalar benimsemeli ve uygulamalıdır.

Tüketiciler ve potansiyel tüketiciler, kendileri için uygun olan finansal ürün ve hizmetleri satın alma konusunda, güvenilir ve objektif bilgilere erişim imkanına sahip oldukları takdirde daha fazla güven duyarlar. Banka-dışı kredi kuruluşlarını denetleyen düzenleyici otoriteler, banka-dışı kredi sektörü hakkında bilgilerin de tüketici bilinçlendirme programlarına ve basılı ve çevrimiçi yayınlara dahil edilmesini sağlamak amacıyla, ya doğrudan doğruya sektör hakkında tarafsız bilgiler vererek ya da diğer finansal düzenleyici otoritelerle ve sivil toplum örgütleriyle işbirliği yaparak bu konuda önemli bir rol oynarlar.

Tüketicilere ve Finans Hizmetleri Sektörüne Danışmanlık Yapmak:

İlgili otorite veya kurum, finansal tüketicilerin ve özellikle banka-dışı kredi kuruluşlarının müşterilerinin gereksinim ve beklentilerini karşılayan finansal okuryazarlık programları geliştirme konusunda onlara yardımcı olmak için tüketici derneklerine ve banka-dışı kredi kuruluşlarının dernek ve birliklerine danışmanlık yapmalıdır.

Finansal okuryazarlık programlarının geliştirilmesinde, tüketicilerin ve özellikle banka-dışı kredi kuruluşlarının müşterilerinin perspektiflerini ve finansal kurumların ve onların meslek örgütleri ve derneklerinin perspektiflerini de hesaba katmak açısından danışma süreçleri faydalı olacaktır. Bilgili ve etkili tüketici örgütlerinin bulunduğu ülkelerde, doğal olarak bu örgütlere de danışılması gerekecektir.

Tüketicilerin politika belirleme ve geliştirme sürecine aktif bir şekilde katılmalarını sağlamak için, kamu sektörü veya özel sektör kuruluşlarının ya da her ikisinin birden bu amaçla sivil toplum örgütlerine gereken uygun fonlamayı temin etmeleri tavsiye edilir.

Finansal Okuryazarlık İnisyatiflerinin Etkisini Ölçmek:

- (a) Politika yapıcılar, sektör kuruluşları ve tüketici avukatları, başta suiistimale en açık ve en savunmasız olanlar olmak üzere çeşitli piyasa segmentlerinin finansal okuryazarlık durumunu anlamalıdır.
- (b) Tüketicilerin finansal okuryazarlığı, diğer yolların yanı sıra, zaman zaman tekrarlanan geniş tabanlı hanehalkı araştırmalarıyla ölçülmelidir.
- (c) Temel finansal okuryazarlık inisyatiflerinin etkinliği, ilgili otoriteler veya kurumlar tarafından zaman zaman değerlendirilmelidir.

Finansal eğitim ve bilgilendirme inisyatiflerinin etkilerini ölçmek amacıyla, halkın bir örneklem grubunun finansal okuryazarlığı, zaman zaman tekrarlanan büyük-ölçekli piyasa araştırmalarıyla ölçülmelidir. Uygulanan inisyatiflerin bir halkın finansal okuryazarlığı

üzerinde ölçülebilir bir etki yapması için biraz zamana ihtiyaç olacaktır; bu nedenle, araştırmanın her dört ya da beş yılda bir tekrarlanması muhtemelen yeterli olacaktır.

Ek olarak, temel finansal okuryazarlık inisiyatiflerinin ulaşmayı hedefledikleri insanlar üzerindeki etkilerinin de değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme, politika yapıcılara ve fonlayıcılara, hangi inisiyatifleri devam ettirmeleri (ve belki de ölçeğini yükseltmeleri) ve hangi inisiyatiflerde değişiklik yapmaları veya hangi inisiyatifleri devam ettirmemeleri gerektiğine bilgiye dayanan bir temelde karar vermelerinde yardımcı olabilir.

Tablo 8, banka-dışı kredi kuruluşlarını ilgilendiren temel mevzuatın bir özetini vermektedir.

TABLO 8: Banka-dışı Kredi Kuruluşları İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış

Kuruluş veya Hükümet	Kanunlar, Yönetmelikler, Direktifler ve Kılavuzlar
BM – Birleşmiş Milletler	14 Aralık 1990 tarih ve 45/95 sayılı Genel Kurul Kararıyla kabul edilen, Bilgisayar Ortamındaki Şahsi Veri Dosyalarının Düzenlenmesine İlişkin BM Kılavuzları
OECD – Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü	Bilgi Sistemleri ve Ağlarının Güvenliğine İlişkin OECD Kılavuzları: Bir Güvenlik Kültürüne Doğru Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair Kılavuzlar, 1980
BIS – Uluslararası Ödemeler Bankası	Basel Bankacılık Denetim Komitesi, Konsolide KYC Risk Yönetimi, Ekim 2004 Basel Bankacılık Denetim Komitesi, Bankalar İçin Müşteri Detaylı Teknik İncelemesi, Ekim 2001
APEC – Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği Örgütü	APEC Mahremiyet Çerçevesi, 2005
AB – Avrupa Birliği	Tüketici Kredileri Hakkında Direktif, 1998/7/EC (87/102/EEC sayılı Direktifi değiştiren Direktif) Tüketici Kredileri Hakkında Direktif, 2008/48/EC Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında Direktif, 2008/48/EC (87/102/EEC sayılı Direktifi ilga eden Direktif) Tüketici Sözleşmelerinde Adil Olmayan Koşullar Hakkında Direktif, 1993/13/EEC İç Pazarda Adil Olmayan İşletmeden-Tüketicisyeye Ticari Uygulamalar Hakkında Direktif, 2005/29/EC Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması ve Bu Verilerin Serbest Hareketi Hakkında Direktif, 1995/46/EC Elektronik İletişim Sektöründe Mahremiyetin Korunması ve Şahsi Veri ve Bilgilerin İşlenmesi Hakkında AB Direktifi, 2002/58/EC Uzaktan Sözleşmeler Konusunda Tüketicilerin Korunması Hakkında Direktif, 1997/7/EC Tüketici Finansal Hizmetlerinin Uzaktan Pazarlanması Hakkında Direktif, 2002/65/EC Finansal Enstrüman Pazarları Hakkında Direktif, 2004/39/EC (MiFID) Avrupa Topluluğunu Kuran Antlaşma (AB Antlaşması), 1957 değiştirilmiş haliyle
COE – Avrupa Konseyi	Şahsi Verilerin Otomatik İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında Konvansiyon (ETS No. 108, 28 Ocak 1981) (01 Ekim 1985’de yürürlüğe girmiştir) ve Açıklama Raporu
ABD – Amerika Birleşik Devletleri	Dodd-Frank Wall Street Reformu ve Tüketici Koruma Kanunu, H.R. 4173, Temmuz 2010 Kredi Kartı Hesap Verebilirlik, Sorumluluk ve İfşa Kanunu, 2009 (2009 Kredi Kartı Kanunu), H.R. 627, Mayıs 2009 Tüketici Kredi Koruma Kanunu (15 USC, Bölüm 41), 1968 Kredilendirmede Doğruluk Kanunu (TILA), (15 USC § 1601), 1968 Adil Kredi Faturalandırma Kanunu, (15 USC § 1637), 1968 Adil Kredi Raporlama Kanunu (15 USC § 1681), 1970 Eşit Kredi Fırsatları Kanunu (15 USC §§ 1691 – 1691e), 1974 Federal Ticaret Komisyonu Kanunu (15 USC §§ 41 – 58), 1914 Adil Kredi Alacak Tahsilatları Kanunu (15 USC §§ 1692 – 1692o), 1977

REFERANSLAR

Akerlof, George A., “*The Market for Lemons’: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*” (“Limon Pazarı: Kalite Belirsizliği ve Piyasa Mekanizması”), *Quarterly Journal of Economics*, 1970

Alliance for Financial Inclusion (Finansal Tabana Yayılma İttifakı), “*Consumer Protection: Leveling the playing field in financial inclusion*” (“Tüketici Koruma: Finansal tabana yayılma konusunda şartları eşitlemek”), Politika Açıklaması, 2010

Anagol, Santosh, Shawn Cole ve Shayak Sarkar, “*Bad Advice: Explaining the Persistence of Whole Life Insurance*” (Kötü Öneri: Tam Hayat Sigortasının Devamlılığını Açıklamak), Şubat 2011

Ardıç, Oya Pınar, Joyce İbrahim ve Nataliya Mylenko, “*Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services: A Cross-Country Analysis with a New Data Set*” (Mevduat ve Kredi Hizmetlerinde Tüketici Koruma Kanunları ve Yönetmelikleri: Yeni Bir Veri Setiyle Bir Ülke Analizi), Politika Araştırması Çalışma Dokümanı No. 5536, Dünya Bankası, Ocak 2011

Armstrong, Mark, “*Interactions between Competition and Consumer Policy*” (“Rekabet ve Tüketici Politikası Arasında Etkileşimler”), *Competition Policy International*, Cilt 4, Sayı 1, Bahar 2008

Asian Development Bank Institute (Asya Kalkınma Bankası Enstitüsü), Hannig, Alfred ve Jansen, Stefan, “*Financial Inclusion and Financial Stability: Current Policy Issues*” (Finansal Tabana Yayılma ve Finansal İstikrar: Güncel Politika Sorunları), ADBI Çalışma Dokümanları Dizisi No. 259, Aralık 2010

Avustralya Hükümeti Yayın Dairesi, “*The Financial System Inquiry Final Report*” (“Finansal Sistem Araştırması Nihai Raporu”) (“Wallis Raporu”), Mart 1997

Bakker, Marie Renée ve Alexandra Gross, “*Development of Non-bank Financial Institutions and Capital Markets in European Union Accession Countries*” (“Avrupa Birliği Katılım Ülkelerinde Banka-Dışı Finans Kuruluşları ve Sermaye Piyasalarının Gelişimi”), Dünya Bankası Çalışma Dokümanı No. 28, Dünya Bankası, Şubat 2004.

Bellman, S., E. J. Johnson, G.L. Lohse, “*On site: to opt-in or opt-out? It depends on the question.*” (“Yerinde: Dahil Olmak ya da Hariç Kalmak? Yanıt, soruya bağlıdır.”), *Communications of the ACM*, Cilt 44, Sayı 2, 25-27, Şubat 2001

BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası), Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi, “*Retail Payment Systems in Selected Countries: a Comparative Study*” (“Seçilmiş Ülkelerde Perakende Ödeme Sistemleri: Bir Karşılaştırmalı Araştırma”), Eylül 1999

BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası), Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi, “*Clearing and Settlement Arrangements for Retail Payments in Selected Countries*” (“Seçilmiş Ülkelerde Perakende Ödemeler İçin Takas ve Tasfiye Düzenlemeleri”), Eylül 2000

BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası), Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi, “*Policy Issues for Central Banks in Retail Payments*” (“Merkez Bankaları İçin Perakende Ödemelere İlişkin Politika Sorunları”), Mart 2003

BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası), Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi, “*General Guidance for National Payment System Development*” (“Ulusal Ödeme Sistemi Gelişimi İçin Genel Kılavuz”), Ocak 2006

BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası), Ödeme ve Takas Sistemleri Komitesi ve Dünya Bankası, “*General Principles for International Remittance Services*” (“Uluslararası Havale Hizmetleri İçin Genel Prensipler”), Ocak 2007

Benston, George, “*Consumer Protection as Justification for Regulating Financial Services Firms and Products*” (“Finansal Hizmetler Firmaları ve Ürünlerinin Düzenlenmesinin Gerekçesi Olarak Tüketici Koruması”), *Journal of Financial Services Research*, 17(3): 277-301, 2000

Block-Lieb, Susan, “*Best Practices in the Insolvency of Natural Persons*” (“Gerçek Kişilerin Ödeme Aczine Düşmesi Halinde En İyi Uygulamalar”), Dünya Bankası Ödeme Aczi ve Alacaklı / Borçlu Rejimleri Görev Kuvveti Toplantıları, Raportör’ün Özeti, Ocak 2011

Brix, Laura ve Katharine McKee, “*Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance*” (“Düşük-Erişim Ortamlarında Tüketici Koruma Mevzuatı: Sorumlu Finansmanı Teşvik Etme Fırsatları”), CGAP Odak Notları No. 60, Şubat 2010

Brown, Sarah, G. Garino, K. Taylor ve S.W. Price, “*Debt and financial expectations: An individual and household level analysis*” (“Borç ve finansal beklentiler: Bir bireysel ve hanehalkı seviyesi analizi”), Çalışma Dokümanı No. 03/05, Leicester Üniversitesi, Şubat 2004

Kaliforniya Bütçe Raporu, “*Locked Out 2008: The Housing Boom and Beyond*” (“2008 Kilidi: Konut Patlaması ve Ötesi”), Şubat 2008.

Avrupa Politika Araştırmaları Merkezi ve Van Dijk Management Consultants, “*Tying and other potentially unfair commercial practices in the retail financial service sector*” (“Perakende Finansal Hizmetler Sektöründe Bağlayıcı Şartlar ve Diğer Adil Olmayan Ticari Uygulamalar”), Avrupa Komisyonu, İç Pazar ve Hizmetler Genel Müdürlüğü’ne sunulan Nihai Rapor, ETD/2008/IM/H3/78, Kasım 2009

Finansal Yenilikler Araştırma Merkezi, “*Microfinance Banana Skins 2011: The CSFI survey of microfinance risk: Losing in fairy dust*” (“Mikrofinans Ayıpları 2011: Mikrofinans riskine ilişkin CSFI araştırması: Peri tozu içinde kaybolmak”), Şubat 2011

Cirasino, Massimo, “*The Committee on Payment and Settlement Systems and the World Bank General Principles on International Remittance Services*” (“Ödeme ve Takas Sistemleri

Komitesi ve Dünya Bankası – Uluslararası Havale Hizmetleri Hakkında Genel Prensipler”), *AccessFinance*, Sayı No. 11, Mayıs 2006

Cirasino, Massimo, Jose A. Garcia, Mario Guadamillas ve Fernando Montes-Negret, “*Reforming Payments and Securities Settlement Systems in Latin America and the Caribbean*” (“Latin Amerika ve Karaippler’de Ödeme Sistemleri ve Menkul Kıymetler Takas Sistemleri Reformu”), Dünya Bankası, 2007

Cole, Shawn ve Gauri Kartini Shastri, “*If You Are So Smart, Why Aren’t You Rich? The Effects of Education, Financial Literacy, and Cognitive Ability on Financial Market Participation*” (“O kadar akıllıysan, neden zengin değilsin? Eğitim, finansal okuryazarlık ve bilişsel kabiliyetlerin finansal pazar katılımı üzerindeki etkileri”), Ekim 2007

Collins, Daryl, Nicola Jentsch ve Rafael Mazer, “*Incorporating Consumer Research into Consumer Protection Policy Making*” (“Tüketici Araştırmalarının Tüketici Koruma Politika Yapımına Katılması”), CGAP Odak Notu No. 74, Kasım 2011

Yoksullara Yardım Danışma Grubu, “*Advancing Financial Access for the World’s Poor: Annual Report 2011*” (“Dünyanın Yoksulları İçin Finansal Erişim İmkanını Geliştirmek: Yıllık Rapor 2011”), 2012

Yoksullara Yardım Danışma Grubu / Dünya Bankası Grubu, “*Financial Access 2010: The State of Financial Inclusion Through the Crisis*” (“Finansal Erişim 2010: Kriz İçerisinde Finansal Tabana Yayılmanın Durumu”), Eylül 2010

Consumers International, “*Safe, fair and competitive markets in financial services: recommendations for the G20 on the enhancement of consumer protection in financial services*” (“Finans hizmetlerinde güvenli, adil ve rekabetçi pazarlar: finans hizmetlerinde tüketici korumasının artırılması konusunda G20’ye tavsiyeler”), Mart 2011

Consumers International, “*Financial education counselling – Counsellor’s handbook*” (“Finansal eğitim danışmanlığı – Danışman’ın elkitabı”), Ocak 2012

Deb, Anamitra ve Mike Kubzansky, “*Bridging the Gap: The Business Case for Financial Capability*” (“Açığı Kapatmak: Finansal Ehliyete İlişkin Vaka Etüdü”), Citi Foundation, Mart 2012

Demirgüç-Kunt, Aslı ve Klapper, Leora, “*Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database*” (“Finansal Tabana Yayılmanın Ölçülmesi: Global Findex Veritabanı”), Dünya Bankası Politika Araştırması Çalışma Dokümanı No. 6025, Dünya Bankası, 2012

Avrupa Komisyonu, “*Communication on Financial Education*” (“Finansal Eğitim Hakkında Bildirim”), COM (2007) 808

Avrupa Komisyonu, “*Discussion paper for the amendment of Directive 87/102/EEC concerning consumer credit*” (“Tüketici Kredileri Hakkında 87/102/EEC Sayılı Direktifin Değiştirilmesi Konusunda Tartışma Raporu”), 2001

Avrupa Komisyonu, “*EU Consumer Policy Strategy 2007-2013*” (“AB Tüketici Politikası Stratejisi 2007-2013”), COM (2007) 99 nihai metin, Mart 2007

Avrupa Komisyonu, “Eurobarometer 2003. 5. Financial Services and Consumer Protection” (“Eurobarometre 2003. 5. Finansal Hizmetler ve Tüketici Koruması”), Mayıs 2004

Avrupa Komisyonu, “Green Paper on Retail Services in the Single Market” (“Tek Pazarda Perakende Hizmetleri Hakkında Yeşil Rapor”), COM (2007) 226 nihai metin, Nisan 2007

Avrupa Komisyonu, “Special Eurobarometer No. 252, Consumer protection in the Internal Market” (Özel Eurobarometre No. 252, İç Pazarda Tüketici Koruması”), Eylül 2006

Avrupa Komisyonu, “Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27” (“27 AB Üye Devletinde Finansal Okuryazarlık Programları Araştırması”), Kasım 2007

Avrupa Komisyonu, Rekabet Genel Müdürlüğü, “Report on the retail banking inquiry” (“Perakende Bankacılık Araştırması Raporu”), Komisyon Personeli Çalışma Dokümanı, SEC (2007) 106, Ocak 2007

Avrupa Parlamentosu, “Report on Improving consumer education and awareness on credit and finance” (“Kredi ve finans alanında tüketici eğitimi ve bilincini artırmak hakkında rapor”), (2007/2288(INI)), 18 Kasım 2008

Fardoust, Shahrokh, Yongbeom Kim ve Claudia Supelveda (editörler), “Post-Crisis Growth and Development: A Development Agenda for the G-20” (“Kriz Sonrası Büyüme ve Kalkınma: G-20 İçin Bir Kalkınma Ajandası”), Dünya Bankası, Kasım 2010

Finansal Hizmetler Otoritesi, “The Turner Review: A regulatory response to the global banking crisis” (“Turner İncelemesi: Global bankacılık krizine bir düzenleyici cevap”), Mart 2009

Finansal İstikrar Kurulu, “Consumer Finance Protection with particular focus on credit” (“Kredi odaklı Tüketici Finansmanı Koruması”), 26 Ekim 2011

FIN-USE, “Response to the Green Paper on Retail Financial Services in the Single Market” (“Tek Pazarda Perakende Finans Hizmetleri Hakkında Yeşil Rapora Cevap”), 2007

Grifoni, A. ve Messy, F. “Current Status of National Strategies for Financial Education: A Comparative Analysis and Relevant Practices” (“Finansal Eğitime İlişkin Ulusal Stratejilerin Güncel Durumu: Bir Karşılaştırmalı Analiz ve İlgili Uygulamalar”), OECD Finans, Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sigortaları Hakkında Çalışma Dokümanları, No. 16, OECD Publishing, 2012

Gross, Karen, “Financial Literacy Education: Panacea, Palliative, or Something Worse?” (“Finansal Okuryazarlık Eğitimi: Her Derde Deva İlaç mı, Palyatif Tedavi mi, Yoksa Daha Kötü Bir Şey mi?”), *St. Louise University Public Law Review*, 24(2): 307-312, 2005

Otuzlar Grubu, “Financial Reform: A Framework for Financial Stability” (“Finansal Reform: Finansal İstikrar İçin Bir Çerçeve”), Ocak 2009

Hadfield, Gillion K, Robert Howse ve Michael J Trebilcock, “Information-Based Principles for Rethinking Consumer Protection Policy” (“Tüketici Koruma Politikasının Yeniden

Düşünülmesi İçin Bilgiye Dayanan Prensipler”), *Journal of Consumer Policy* 21: 131-169, 1998

Herring, Richard J. ve Anthony M. Santomero, “*What is Optimal Financial Regulation?*” (“Optimum Finansal Düzenleme Nedir?”), *Wharton Finansal Kurumlar Merkezi Çalışma Dokümanları Dizisi*, Çalışma Dokümanı No.: 00-34, Mayıs 1999

Hilgert, Marianne A. ve Jeanne M. Hogarth, “*Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior*” (“Hanehalkı Finans Yönetimi: Bilgi İle Davranış Arasındaki Bağlantı”), *Federal Reserve Bulletin*, Temmuz 2003

International Finance Corporation, “*Credit Bureau Knowledge Guide*” (“Kredi Bürosu Bilgi Kılavuzu”), 2006

International Finance Corporation, “*Global Practices in Responsible and Ethical Collections*” (“Global Sorumlu ve Etik Tahsilat Uygulamaları”), IFC Çalışma Dokümanı, Ağustos 2009

Uluslararası Para Fonu, Bağımsız Değerlendirme Ofisi, “*IMF Performance in the Run-Up to the Financial and Economic Crisis: IMF Surveillance in 2004-07*” (“Finansal ve Ekonomik Krize Gidiş Sürecinde IMF Performansı: 2004-2007 IMF Gözetimi”), Ocak 2011

Jentzsch, Nicole, “*Financial Privacy – An International Comparison of Credit Reporting Systems*” (“Finansal Mahremiyet – Kredi Raporlama Sistemleri Arasında Bir Uluslararası Karşılaştırma”), Ekim 2007

Basel Bankacılık Denetleme Komitesi, Uluslararası Menkul Kıymet Komisyonları Örgütü ve Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği Müşterek Forumu, “*Customer suitability in the retail sale of financial products and services*” (“Finansal ürün ve hizmetlerin perakende satışında müşterinin uygunluğu”), Nisan 2008

Klapper, Leora ve Georgios Panos, “*Financial Literacy and Retirement Planning: The Russian Case*” (“Finansal Okuryazarlık ve Emeklilik Planlaması: Rusya Dosyası”), Ağustos 2011

Klapper, Leora, Annamario Lusardi ve Georgios Panos, “*Financial Literacy and the Financial Crisis, Evidence from Russia*” (“Finansal Okuryazarlık ve Finans Krizi: Rusya’dan Kanıtlar”), Mart 2011

Llewellyn, David T., “*The Economic Rationale for Financial Regulation, Financial Services Authority*” (“Finansal Düzenlemenin Ekonomik Gerekçesi, Finans Hizmetleri Otoritesi”), *FSA Occasional Papers in Financial Regulation*, No. 1:1-57, Nisan 1999

Loewenstein, George, T. O’Donoughue ve M. Rabin, “*Projection Bias in Predicting Future Utility*” (“Gelecek Kullanışlılığın Kestirilmesinde Projeksiyon Yanlılığı”), *Quarterly Journal of Economics* 118 (4): 1209-1248, 2003

Lusardi, Annamaria ve Olivia Mitchell, “*Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education*” (“Finansal Okuryazarlık ve Emekliliğe

Hazırlık: Finansal Eğitim İçin Kanıtlar ve Çıkarımlar”), *Business Economics* 42(1): 35-44, Ocak 2007

Mandell, Lewis, “*Financial Literacy: Are We Improving? Results of the 2004 National Jump\$tart Survey*” (“Finansal Okuryazarlık: Gelişiyor muyuz? 2004 Ulusal Jump\$tart Araştırmasının Sonuçları”), Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy, 2004

Mandell, Lewis, “*The Financial Literacy of Young American Adults: Results of the 2008 National Jump\$tart Coalition Survey of High School Seniors and College Students*” (“Amerikalı Genç Yetişkinlerde Finansal Okuryazarlık: 2008 Ulusal Jump\$tart Koalisyonu Lise Öğrencileri ve Üniversite Öğrencileri Araştırmasının Sonuçları”), Jump\$tart Coalition, 2009

McKay, Claudia ve Mark Pickens, “*Branchless Banking 2010: Who’s Served? At What Price? What’s Next?*” (Şubesiz Bankacılık 2010: Kime Hizmet Ediliyor? Hangi Fiyata? Sırada Ne Var?”), CGAP Odak Notu No. 66, Eylül 2010

Miller, Margaret J. (editör) “*Credit Reporting Systems and the International Economy*” (“Kredi Raporlama Sistemleri ve Uluslararası Ekonomi”), Massachusetts Institute of Technology, 2003

Mundy, Shaun, “*Financial Education in Schools: Analysis of Selected Current Programmes and Literature – Draft Recommendations for Good Practices*” (“Okullarda Finansal Eğitim – Seçilmiş Güncel Programlar ve Literatür Analizi – İyi Uygulamalar İçin Taslak Tavsiyeler”) OECD – ABD Hazine Bakanlığı Uluslararası Finansal Eğitim Konferansı, Washington DC, 7-8 Mayıs 2008, Cilt II

Nier, Erlend Walter, “*Financial Stability Frameworks and the Role of Central Banks: Lessons from the Crisis*” (“Finansal İstikrar Çerçevesi ve Merkez Bankalarının Rolü: Krizden Çıkarılan Dersler”), IMF Çalışma Dokümanı WP/09/70, Uluslararası Para Fonu, Nisan 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders*” (“Sınırlar Ötesi Sahtekârlık Eylemleri ve Aldatıcı Ticari Uygulamalara Karşı Tüketicileri Korumak Hakkında Kılavuz”), 2003

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies*”, (“Finansal Okuryazarlığı Geliştirmek: Sorunlar ve Politikalar Analizi”), 2005

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Recommendations of the Council on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*” (“Finansal Eğitim ve Bilinç İçin Prensipler ve İyi Uygulamalar Hakkında Konsey Tavsiyeleri”), 2005

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Best Practices for Consumer Policy: Report on the Effectiveness of Enforcement Regimes*” (“Tüketici Politikası İçin En İyi Uygulamalar: İcra Rejimlerinin Etkinliği Hakkında Rapor”), 2006

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Policy Guidance for Addressing Emerging Consumer Protection And Empowerment Issues in Mobile Commerce*” (“Mobil Ticarete

Ortaya Çıkan Tüketici Koruma ve Yetkilendirme Sorunlarının Çözümü İçin Politika Kılavuzu”), 2007

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Consumer Education*” (“Tüketici Eğitimi”), 2007

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Financial Literacy and Consumer Protection: Overlooked Aspects of the Crisis*” (“Finansal Okuryazarlık ve Tüketici Koruma: Krizin Göz Ardı Edilen Yönleri”), 2008

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Improving Financial Education and Awareness on Insurance and Private Pensions*” (“Sigorta ve Bireysel Emeklilikte Finansal Eğitimi ve Bilinci Geliştirmek”), 2008

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Recommendation of the Council on Good Practices for Financial Education related to Private Pensions*” (“Bireysel Emeklilikle İlgili Finansal Eğitim Konusunda İyi Uygulamalar Hakkında Konsey Tavsiyesi”), 2008

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Recommendation of the Council on Good Practices for Enhanced Risk Awareness and Education on Insurance Issues*” (“Sigorta Sorunlarıyla İlgili İleri Risk Bilinci ve Eğitim Konusunda İyi Uygulamalar Hakkında Konsey Tavsiyesi”), 2008

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Consumer Education: Policy Recommendations of the OECD’s Committee on Consumer Policy*” (“Tüketici Eğitimi: OECD Tüketici Politikası Komitesi’nin Politika Tavsiyeleri”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Financial Consumer Protection*”, (Finansal Tüketici Koruması”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Insurance Intermediaries and Financial Education and Protection of Consumers*”, (“Sigorta Aracıları ve Tüketicilerin Finansal Eğitimi ve Koruması”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Issue Note on Insurance Intermediaries and Consumers’ Insurance Education and Protection*”, (“Sigorta Aracıları ve Tüketicilerin Sigorta Eğitimi ve Koruması Hakkında Sorunlar Raporu”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*OECD Strategic Response to the Global Financial and Economic Crisis: Consumer Issues*”, (“Global Finansal ve Ekonomik Krize OECD’nin Stratejik Cevabı: Tüketici Sorunları”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Preliminary Draft Good Practices on Insurance Intermediaries and Consumers’ Insurance Education and Protection*”, (“Sigorta Aracıları ve Tüketicilerin Sigorta Eğitimi ve Koruması Konusunda Ön Taslak İyi Uygulamalar”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Recommendation of the Council on Good Practices on Financial Education and Awareness relating to Credit*”, (“Krediyle İlgili Finansal Eğitim ve Bilinçlendirme Konusunda İyi Uygulamalar Hakkında Konsey Tavsiyesi”), 2009

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Addressing Financial Consumer Protection Deficiencies in the Post Crisis Era*”, (“Kriz Sonrası Dönemde Finansal Tüketici Koruma Sorunlarının Çözülmesi”), 2010

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Consumer Protection and Financial Innovation: A Few Basic Propositions*” (“Tüketici Koruma ve Finansal Yenilikler: Birkaç Temel Önerme”), 2010

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, “*Protecting and Empowering Consumers in the Internet Economy Options for Advancing the Review of the 1999 OECD Guidelines*”, (“1999 OECD Kılavuzlarının Gözden Geçirilmesi İçin İnternet Ekonomisi Seçeneklerinde Tüketicilerin Korunması ve Yetkilendirilmesi”), 2010

Rajan, Raghuram G., “*Has Financial Development Made the World Riskier?*” (“Finansal Gelişmeler Dünyayı Daha Riskli Hale mi Getirdi?”), NBER Çalışma Dokümanı No. 11728, Ulusal Ekonomik Araştırmalar Bürosu, Kasım 2005

Rajan, Raghuram G., “*Fault Lines: How Hidden Fractures Still Threaten the World Economy*” (“Fay Hatları: Gizli Kırıklar Dünya Ekonomisini Hâlâ Nasıl Tehdit Ediyor?”), Princeton University Press, 2010

Rekaiti, Pamaria ve Roger Van den Bergh, “*Cooling-Off Periods in the Consumer Laws of the EC Member States. A Comparative Law and Economics Approach*”, “AB Üye Devletlerinin Tüketici Kanunlarında Sakin Kafayla Düşünme Dönemleri. Bir Karşılaştırmalı Hukuk ve Ekonomi Yaklaşımı”, *Journal of Consumer Policy* 23(4): 371-408, Kasım 2004

Sorumlu Finansman Forumu, “*Advancing Responsible Finance for Greater Development Impact: A Stock-Taking of Strategies and Approaches Among Development Agencies and Development Finance Institutions*”, (“Daha Büyük Kalkınma Etkisi İçin Sorumlu Finansmanı Geliştirmek: Kalkınma Ajansları ve Kalkınma Finansman Kuruluşları Arasında Stratejiler ve Yaklaşımlar Dizgesi”), Danışma Amaçlı Taslak, 27 Ocak 2011

Rutledge, Susan L., “*Consumer Protection and Financial Literacy: Lessons From Nine Country Studies*”, (“Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık: Dokuz Ülke Araştırmasından Çıkarılan Dersler”), Politika Araştırma Çalışma Dokümanı No. 5326, Dünya Bankası, Haziran 2010

Rutledge, Susan L., “*Country Studies Provide Powerful Lessons in Financial Consumer Protection*”, (“Ülke Araştırmaları, Finansal Tüketici Koruması Konusunda Güçlü Dersler Veriyor”), Knowledge Brief No. 26, Dünya Bankası, Temmuz 2010

Rutledge, Susan L., N. Annamalai, R. Lester ve R. Symonds, “*Good Practices for Consumer Protection and Financial Literacy in Europe and Central Asia: A Diagnostic Tool*”, (“Avrupa ve Orta Asya’da Tüketici Koruması ve Finansal Okuryazarlık İçin İyi Uygulamalar: Bir Tanı Aracı”), ECSPF Çalışma Dokümanı 001, Dünya Bankası, Ağustos 2010

Finansal Okuryazarlık Görev Kuvveti, Finansal Okuryazarlık Tavsiyeleri Raporu, “*Canadians and their Money: Building a brighter future*”, (“Kanadalılar ve Paraları: Daha Parlak Bir Gelecek İnşa Etmek”), Aralık 2010

Taylor, Curtis R., “*Consumer Privacy and the Market for Customer Information*”, (“Tüketici Mahremiyeti ve Müşteri Bilgileri Pazarı”), *RAND Journal of Economics*, 35 (4): 631-50, 2004

Thomas, David ve Frizon, Francis, “*Resolving disputes between consumers and financial businesses: Fundamentals for a financial ombudsman – A practical guide based on experience in western Europe*”, (“Tüketiciler ile finansal işletmeler arasındaki ihtilâfları çözümlmek: Bir finansal ombudsmanla ilgili temel ilkeler – Batı Avrupa deneyimlerine dayanan bir uygulama kılavuzu”), Dünya Bankası, 2012

Thomas, David ve Frizon, Francis, “*Resolving disputes between consumers and financial businesses: Current arrangements in central and eastern Europe*”, (“Tüketiciler ile finansal işletmeler arasındaki ihtilâfları çözümlmek: Orta ve doğu Avrupa’da güncel düzenlemeler”), Dünya Bankası, 2012

Tiwari, Akhand, Anvesha Khandelwal ve Minakshi Ramji, “*How Do Microfinance Clients Undertand their Loans?*”, (“Mikrofinans Müşterileri Kredilerini Nasıl Anlıyorlar?”), Finansal Yönetim ve Araştırma Enstitüsü Mikrofinans Merkezi, Chennai, Hindistan, Ekim 2008

İngiltere Finans Hizmetleri Otoritesi, “*Reforming Conduct of Business Regulation*”, (“İş Davranışları Yönetmeliğinde Reform”), Danışma Amaçlı Rapor, Ekim 2006

İngiltere Finans Hizmetleri Otoritesi, “*The Turner Review: A regulatory response to the global banking crisis*”, (“Turner İncelemesi: Global bankacılık krizine bir düzenleyici cevap”), Mart 2009

A.B.D. Konut ve Kentsel Gelişme Bakanlığı ve Hazine Bakanlığı Müşterek Görev Kuvveti, “*Curbing Predatory Home Mortgage Lending*”, (“Yıkıcı Konut İpoteği Kredilendirmeyi Dizginlemek”), Haziran 2000

Birleşmiş Milletler, Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi, “*United Nations Guidelines for Consumer Protection*”, (“Tüketici Koruması Hakkında Birleşmiş Milletler Kılavuzu”) (1999’da genişletilmiş haliyle), 1999

Weinstein, Neil, “*Unrealistic Optimism About Future Life Events*”, (“Gelecek Yaşam Olayları Hakkında Gerçekçi Olmayan İyimserlik”), *Journal of Personality and Social Psychology* 39(5): 806-820, 1980

Willis, Lauren E., “*Against Financial Literacy Education*”, (“Finansal Okuryazarlık Eğitimine Karşı”), *Pennsylvania Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Kamu Hukuku ve Hukuki Teori Araştırma Raporları Dizisi*, Araştırma Raporu No. 08-10, Kasım 2008

Dünya Bankası, “*Finance for All? Policies and Pitfalls in Expanding Access*”, (“Herkes İçin Finans? Erişimi Genişletme Politikaları ve Tuzakları”), 2008

Dünya Bankası, “*General Principles for Credit Reporting*”, (“Kredi Raporlaması Genel Prensipleri”), Eylül 2011

Dünya Bankası, “*Migration and Remittances Factbook 2011*”, (“Göç ve Havaleler Kitabı”), Kasım 2010

Dünya Bankası, “*Principles for Effective Insolvency and Creditor/Debtor Regimes*”, (“Etkin Ödeme Aczi ve Alacaklı/Borçlu Rejimleri İçin Prensipler”), Ocak 2011

Dünya Bankası, “*Report on the Treatment of Insolvency of Natural Persons*”, (“Gerçek Kişilerin Ödeme Aczinde Yapılması Gerekenler Hakkında Rapor”), Gerçek Kişilerin Ödeme Aczine Düşmesi Halinde Yapılması Gerekenler Çalışma Grubu, Dünya Bankası, Kasım 2011 (yakında yayımlanacak)

Dünya Bankası Grubu, Finansal ve Özel Sektör Geliştirme Başkan Yardımcılığı, Ödeme Sistemleri Geliştirme Grubu, “*Payment Systems Worldwide: a Snapshot. Outcomes of the Global Payment Systems Survey 2008*”, (“Dünya Ödeme Sistemleri: Bir Enstantane. Global Ödeme Sistemleri Araştırması 2008’in Sonuçları”), 2008

BİREYSEL EMEKLİLİK SİGORTASI SEKTÖRÜ

Bireysel emeklilik planları, normalde, hanehalkı için en büyük tek finansal yatırım kalemidir ve güçlü bir tüketici koruması bulunmadığı takdirde, hanehalkı, planlarını emeklilik geliri ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli bulmayabilir. Bununla birlikte, bireysel emeklilik sistemlerinde tüketici koruması hakkında çalışmalar henüz emekleme evresindedir⁹². Mevcut olan mevzuat da daha ziyade ülkeye-özü niteliktedir ve bir dizi skandallardan (Enron gibi) ve 2007-09 finans krizinden sonra, ek emeklilik planlarının rolü ve yapısının altında yatan bir dizi varsayımların tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Bireysel emeklilik sektörünün, uygun bir tüketici koruma rejimi kurulurken mutlaka dikkate alınması gereken bir dizi özellikleri vardır. Bu özellikler arasında şunlardan söz edebiliriz:

- Bireysel emeklilik tasarrufları, bir 2nci yapısal temel blok⁹³ veya eşdeğeri tahtında zorunlu tutulabilir.
- Üye, sağkalana önceden tanımlanmış faydaların sağlandığı planlardan birinde olacak kadar şanslı ise, fonlama seviyesi, normal aktüeryal standartlara tâbi olmayabilir (örneğin, bir dizi ülkede kamu sektörü düzenlemeleri).
- Planın işveren-bazlı (yani, bir iş dalı düzenlemesi) olması halinde, üyenin / bağlı şahsın, emeklilik planının nasıl fonlanacağı, ne gibi alanlara yatırılacağı, nasıl yönetileceği veya idare edileceği konusunda herhangi bir söz hakkı bulunmayabilir ya da çok az söz hakkı olabilir.
- Plan, bir mütevellî düzenlemesi tahtında idare edilebilir ya da planın idaresi, tamamen, yönetim kuruluşları aracılığıyla işverene bırakılabilir.
- Sistemin hem birikim hem de tasfiye yaşam çevrimi aşamalarına izin vermesi gerekir. Bugüne kadar, pek çok ülke tamamen birikim aşamasına odaklanmıştır, çünkü bireysel emeklilik sistemlerinin geliştirilmesinin ikincil bir hedefi de sermaye piyasalarının geliştirilmesi olmuştur.

Mutabık kalınmış bir ortak yaklaşımın bulunmamasından dolayı, bugüne kadar bireysel emeklilik değerlendirmelerinde kullanılan İyi Uygulamalar, sigorta sektörü için (özellikle önceden tanımlanmış fayda planları ve yaşam boyu gelir planlarıyla ilgili olanlar) ve menkul kıymetler sektörü için (önceden tanımlanmış katkı planları ve yatırım fonları için) kullanılan uygulamalara dayanmıştır. Bununla birlikte, son deneyimler, uygun yatırım ve fonlama stratejilerinin belirlenmesinde risk ve yaşam çevrimi aşamalarının rollerini anlama gereği de eleştirel olarak dahil olmak üzere, bireysel emeklilikte tüketici koruması için başka konuların da en az onlar kadar önemli olduğunu göstermiştir.

Emeklilik planlarına özgü diğer konular arasında şunlardan söz edebiliriz: (1) tüketicilere emeklilik planları hizmet sağlayıcıları (emeklilik planı yönetim şirketleri) arasında tercih ve geçiş yapma esnekliği ve seçeneklerinin sağlanması; (2) emeklilik planı yönetim şirketleriyle yapılan yatırım sözleşmelerinin hüküm ve koşulları; (3) tasfiye (geri ödeme) aşamasının uygulanması; (4) emeklilik fonundan düşülen ve kesilen ücretler üzerindeki kontroller; (5)

emeklilik planı yönetim şirketleri arasında rekabet seviyeleri ve (6) işveren değiştiren, o ana kadar birikmiş hakların tamamının yeni işverene taşınabilmesi.

Bireysel emeklilikte tüketici koruması açısından önem taşıyan bir diğer konu da denetimdir. Emeklilik planları, ihtiyatlı denetim otoritesi ya da vergi otoriteleri veya bunların bir kombinasyonu (örneğin, Avustralya, Kanada ve Peru) tarafından denetlenebilir. Bireysel emeklilik planlarının denetim sorumluluğunun menkul kıymetler denetim otoritesine verildiği (örneğin, Rusya Federasyonu) ya da ayrı ve bağımsız sigorta ve menkul kıymetler denetim otoritelerinin bir kombinasyonuna verildiği (örneğin, Türkiye) örnekler de vardır. Sadece birkaç istisna (ABD gibi), bireysel emeklilik planları devlet tarafından sigortalanmaz. Bu nedenle, şu anda, yerleşmiş bir uluslararası yaklaşım ve hatta bir yaklaşımlar dizisi de mevcut değildir. Bununla birlikte, devam etmekte olan son global araştırma, bireysel emeklilik düzenlemeleri ve planları için İyi Uygulamaları formüle etmeye başlamıştır ve bu da, nihai olarak, diğer finans sektörü unsurlarında olduğu gibi, bir mutabakatla (uzlaş) sonuçlanacaktır. Bu arada, aşağıda sayılan İyi Uygulamalar, faydalı bir başlangıç noktası işlevini görebilir. Bu İyi Uygulamalar, şu ana kadar WBG'nin beş ülkede (Bulgaristan, Hırvatistan, Letonya, Romanya ve Rusya Federasyonu) yaptığı tüketici koruması tanı incelemeleriyle test edilmiş bulunmaktadır.

XXIX. TÜKETİCİ KORUMA KURULUŞLARI:

Tüketici Koruma Rejimi:

Kanun, bireysel emeklilik sigortaları alanında tüketici korumasını tanımalı ve bunun için açık ve net kurallar koymalı ve bunları destekleyici nitelikte yeterli kurumsal düzenlemeler mevcut olmalıdır:

- (a) Kanunda, emeklilik yönetim şirketleriyle doğrudan ilişki kuran tüketicilerin ve ayrıca, işyeri bazlı emeklilik sigortası planları üyelerinin / bağlı şahıslarının korunması amacıyla yönelik etkin ve etkili bir rejim yaratan somut hükümler bulunmalıdır.
- (b) Hem emeklilik tüketici korumasının uygulanması, denetimi ve ifasından hem de veri toplama ve analizinden (sorular, şikayetler ve ihtilâflar da dahil) sorumlu bir genel tüketici koruma dairesi veya bir uzmanlaşmış daire bulunmalıdır.
- (c) Kanun, bireysel emeklilik sigortalarına ilişkin tüketici koruması alanında, gönüllü tüketici örgütleri ve özdenetim örgütleri de dahil özel sektör için bir rol öngörmeli ya da en azından böyle bir rolü yasaklamamalıdır.

Diğer Kurumsal Düzenlemeler:

- (a) Adli sistem, bireysel emeklilik tüketici korumasına ilişkin kuralların uygulanması ve icrasına güvenilirlik kazandırmalıdır.
- (b) Medya ve tüketici dernekleri de, bireysel emeklilik tüketici koruması alanında aktif bir rol oynamalıdır.

XXX. İFŞA VE SATIŞ UYGULAMALARI:

Genel Uygulamalar:

- (a) Bu ilişkiler üç aşamasının (satış-öncesi, satış noktası ve satış-sonrası) hepsinde emeklilik yönetim şirketiyle veya işyeri bazlı emeklilik sigortası planıyla tüketicilerin ilişkilerini kapsayan ifşa prensipleri ve uygulamaları bulunmalıdır.
- (b) Bireysel emeklilik ürünlerinin talep edilmesi ve düzenlenmesi hakkında açık ve net kurallar bulunmalıdır.
- (c) Mevcut bilgiler ve tüketiciye verilen bilgiler, tüketiciyi, hesaplar, ürünler ve hizmetler konusundaki seçenekleri hakkında ve bu seçeneklerin her biriyle bağlantılı riskler hakkında açıkça bilgilendirmelidir.
- (d) Yeni katılan plan üyelerinin, işyeri bazlı emeklilik sigortası planları kapsamındaki hak ve yükümlülükleri konusunda tam olarak bilgilendirilmelerini temin etmekten işverenler sorumlu olmalıdır.
- (e) İşverenlerin istenmeyen personel uygulamalarından (tam işveren katkılarının verilmek üzere olduğu bir anda hizmet akdinin feshedilmesi gibi) kaçınmak için çalışanlara haklarını nispeten çabuk vermeleri gerekmektedir.
- (f) İşverenler, yaptıkları katkıların usulünce tahsil edilmesini, muhasebeleştirilmesini ve emeklilik fonu yöneticilerine aktarılmasını sağlamakla yükümlü olmalıdırlar.

Reklam ve Satış Materyalleri:

- (a) Emeklilik yönetim şirketleri, reklam ve satış materyalleri ve prosedürlerinin müşterileri yanıltmamasını sağlamalıdırlar.
- (b) Emeklilik yönetim şirketlerinin tüm pazarlama ve satış materyalleri, kolay okunabilir ve ortalama halk tarafından kolay anlaşılır olmalıdır.
- (c) Ürünlerine ilişkin pazarlama ve satış materyallerinde yapılan tüm açıklamalardan ve şirketin bir temsilcisi olarak hareket eden herhangi bir şahsın yaptığı tüm beyanlardan kanunen emeklilik yönetim şirketi sorumlu olmalıdır.

Önemli Gerçekler Beyanı:

Tüketici bir sözleşme imzalamadan önce, emeklilik yönetim şirketi, emeklilik planının temel faktörlerini ve plan hizmetlerini açıklayan bir Önemli Gerçekler Beyanı sunmalıdır.

Özel Durum Açıklamaları:

- (a) Emeklilik yönetim şirketleri, sundukları ürünler hakkında, yatırım seçenekleri, risk ve faydaları, ücret ve komisyonlar⁹⁴, devir kısıtlamaları veya cezaları, hesaplar üzerinden sahtekârlık eylemlerine karşı koruma ve hesap kapatma ücretleri de dahil gerekli bilgileri ifşa etmelidirler.

- (b) Ücret veya komisyonlarda yapılması planlanan değişiklikler, değişikliğin yürürlüğe giriş tarihinden makul bir süre önce müşterilere bildirilmelidir.
- (c) Emeklilik yönetim şirketleri, emeklilik ürünlerini kapsayan teminat düzenlemelerinin niteliği ve cinsini tüketicilere önceden bildirmelidirler.
- (d) Hesap özetleri ve beyanlarda ve işlemlerle ilgili olarak verilen bilgilere gerektiğinde itiraz etmenin zamanı, tarzı ve süreci hakkında müşteriler önceden bilgilendirilmelidir.
- (e) İşveren değiştirmeye, taşınmaya veya işten ayrılmaya karar verdikleri takdirde önlere ne gibi seçeneklerin bulunduğu, satış esnasında ya da bir işyeri bazlı emeklilik planına katılma sırasında müşterilere yazılı olarak bildirilmelidir.

Mesleki Yetkinlik:

- (a) Pazarlama personeli, işlemleri satan ve onaylayan memurlar ve acenteler, sattıkları ürünlerin karmaşıklık seviyesine bağlı olarak yeterli kalifikasyonlara ve yetkinliğe sahip olmalıdırlar.
- (b) Kanun, acentelerin düzenleyici otoriteden veya denetleme otoritesinden ruhsat almasını ya da en azından faaliyet izni almasını gerektirmelidir.
- (c) İşyeri bazlı emeklilik düzenlemelerinden sorumlu olan personel departmanlarında, planı üyelere anlatabilecek ve varlık yönetim şirketleri gibi üçüncü şahıs hizmet sağlayıcılarla ilişkileri yürütebilecek, uygun kalifikasyonlara sahip, en az bir kişi bulunmalıdır.

Müşterini Tanı:

Satış memuru, potansiyel müşterinin yaş, istihdam beklentileri ve mali durum gibi önemli özelliklerini incelemeli ve müşterinin risk alma iştahını ve emeklilikle ilgili uzun vadeli hedeflerini bilmeli ve ona uygun olan finansal ürünleri tavsiye etmelidir.

Mali Durumun Açıklanması:

- (a) Düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi, ayrı bir rapor olarak ya da bu konuları düzenleyen kanundan doğan ifşa, açıklama ve hesap verebilirlik yükümlülüklerinin bir parçası olarak, emeklilik endüstrisinin gelişmesi, sağlık durumu ve kuvveti hakkında kamuya yönelik yıllık raporlar çıkartmalı ve yayımlamalıdır.
- (b) Tüm emeklilik yönetim şirketleri, mali durumları ve kâr performansları hakkında bilgileri ifşa etmeli ve açıklamalıdırlar.
- (c) Sağkalana önceden tanımlanmış faydaların sağlandığı planlar için fonlama seviyeleri hakkında yıllık aktüeryal raporların yayımlanması gerekir ve üyeler ve bağlı şahıslar, bu planın güncel durumu hakkında, açık bir dille yazılmış kısa bir raporla bilgilendirilmelidir.
- (d) Önceden tanımlanmış katkı payı ödemeli planlara ilişkin yatırım raporları, en azından, en iyi uygulamalar yatırım fonu raporlama gerekliliklerini karşılamalıdır.

Sözleşmeler:

Emeklilik ürünleri için tutarlı sözleşmeler veya üyelik formları bulunmalı ve sözleşme imzalanmadan önce sözleşmenin içeriği müşteri tarafından okunmalı ya da müşteriye anlatılmalıdır. İdeal olan, müşterinin emeklilik sözleşme planının hüküm ve koşullarını anladığını kendi elyazısıyla beyan ve teyit etmesidir.

Sakin Kafayla Düşünme Dönemi:

Her türlü bireysel emeklilik ürünüyle ilgili makul bir sakin kafayla düşünme dönemi bırakılmalıdır.

XXXI. MÜŞTERİ HESAPLARININ TUTULMASI VE KAYITLAR:

Hesap Özetleri:

- (a) Önceden tanımlanmış katkı payı ödemeli bir bireysel emeklilik planının üyeleri ve bağlı şahısları, yatırım profillerini değiştirme isteklerini bildirdikten sonra, kısa bir süreden (örneğin, bir hafta) daha uzun bir süreyle, belirli bir yatırım profiline (ve özellikle kendi işverenleri olan şirketin hisselerine) bağlı tutulmamalıdır.
- (b) Müşterilere veya işyeri bazlı emeklilik planı üyelerine, hesap hareketlerinin (standart bir bazda yatırım performansı da dahil) tam ve eksiksiz detaylarını okunması kolay bir formatta sunan ve hesap mutabakatını kolaylaştıran, düzenli bir biçimde hazırlanmış bir hesap özeti gönderilmelidir.
- (c) Müşterilerin hesap özetlerinde kayıtlı işlemlerin doğruluğuna önceden belirlenmiş makul bir süre içerisinde itiraz etme hakları ve imkanları bulunmalıdır.
- (d) Müşteriler hesap özetlerinin elektronik ortamda gönderilmesini kabul ettiklerinde, bu hesap özetlerinin de kolay okunabilir ve kolay anlaşılabilir bir formatta olmaları gerekir.

XXXII. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Müşteri Bilgilerinin Gizliliği ve Güvenliği:

- (a) Bir emeklilik yönetim şirketinin bir müşterisinin finansal aktiviteleri ve işlemleri gizli tutulmalı ve kanuni dayanağı bulunmayan özel ve kamu incelemelerine karşı korunmalıdır.
- (b) Kanun, emeklilik yönetim şirketlerinin, müşterilerinin şahsi bilgilerinin gizliliğini ve güvenliğini bu bilgilerin güvenliğine veya bütünlüğüne yönelik beklenen tehditlere veya tehlikelere karşı ya da müşterilere önemli bir zarar veya rahatsızlık verebilecek biçimde müşteri bilgilerine yönelik yetkisiz erişim veya yetkisiz kullanım çabalarına karşı korumak için gereken tedbirleri almalarını gerektirmelidir.

Müşteri Bilgilerinin Paylaşılması:

- (a) Emeklilik yönetim şirketleri, tüketicinin hesabı hakkında bilgileri üçüncü şahıslarla paylaşmayı düşündükleri üçüncü şahıs işlemleri hakkında tüketiciyi bilgilendirmelidirler.
- (b) Emeklilik yönetim şirketleri, müşterilerin şahsi bilgi ve verilerini nasıl kullandıklarını ve paylaştıklarını müşterilerine açıklamalıdır.
- (c) Emeklilik yönetim şirketlerinin, telepazarlama ya da doğrudan posta yoluyla pazarlama amaçlarıyla, hesap bilgilerini veya şahsi bilgileri emeklilik yönetim şirketiyle bağlantılı olmayan bir dış şirkete satmaları ya da onunla paylaşmaları yasaklanmalıdır.
- (d) Kanun, bir müşterinin, emeklilik yönetim şirketinin müşteriye ilişkin belirli bilgileri başkalarıyla paylaşmasını durdurmasına veya “engellemesine” müsaade etmeli ve emeklilik yönetim şirketi bu engelleme hakları konusunda müşterilerini bilgilendirmelidir.
- (e) Kanun, müşterilere ait bilgilerin üçüncü şahıslar tarafından ifşa edilmesini de yasaklamalıdır.

İzin Verilen İfşalar:

- (a) Kanun, müşterilere ait finansal kayıtların resmi makam ve otoritelere verilmesi için belirli prosedürler ve istisnalar getirmeli ve düzenlemelidir.
- (b) Kanun, gizlilik kurallarının ihlâline karşı cezalar getirmelidir.

XXXIII. İHTİLÂF ÇÖZÜMLEME MEKANİZMALARI:

Dahili İhtilâf Çözümleme Yolu:

- (a) Denetleme otoritesi, emeklilik yönetim şirketi içerisinde tazminat talebi ve ihtilâf çözümleme uygulamaları için bir dahili yol açılmasını ve kullanılmasını öngörmelidir.
- (b) Emeklilik yönetim şirketleri, belirli personelini, soruları ve şikayetleri için tüketicilerle ilgilenmek üzere görevlendirmelidir.
- (c) Emeklilik yönetim şirketi, ihtilâf çözümleme amacına yönelik dahili prosedürleri hakkında müşterilerini bilgilendirmelidir.
- (d) Düzenleyici otorite veya denetleme otoritesi, emeklilik yönetim şirketlerinin ihtilâf çözümleme amacına yönelik dahili prosedürlerine uyup uymadıklarını araştırmalı ve denetlemelidirler.

Resmi İhtilâf Çözümleme Mekanizmaları:

Müşterilerin emeklilikle ilgili bir sorunu kendi işverenleriyle veya bir emeklilik yönetim şirketiyle çözümleyemedikleri takdirde üçüncü şahıslara başvurmalarına olanak sağlayan bir sistem bulunmalıdır.

XXXIV. GARANTİ PROGRAMLARI VE EMNİYET HÜKÜMLERİ:

Garanti Programları ve Emniyet Hükümleri:

Garanti ve tazminat programları, emeklilik sektöründe, bankacılık ve sigorta sektöründe olduğu kadar yaygın değildir. Varlıkların emniyetini sağlamak amacıyla yönelik fidüsyer görevlerin ve saklama düzenlemelerinin bulunma olasılığı ise daha fazladır.

- (a) Kanunda, emeklilik yönetim şirketlerinin emeklilik fonu varlıklarını korumak için gereken tedbirleri almalarını öngören bir temel koşul bulunmalıdır.
- (b) Varlıkların korunmasını sağlamak için yeterli emanet veya saklama düzenlemeleri de bulunmalıdır.

XXXV. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Kitle İletişim Araçları da Dahil Bir Dizi İnisiyatifler ve Kanalları Kullanmak:

- (a) İnsanların finansal okuryazarlığını artırmak ve geliştirmek için bir dizi inisiyatif gerçekleştirilmelidir.
- (b) İlgili otorite, kitle iletişim araçlarının, halka bireysel emeklilik sektörü de dahil ilgili konular hakkında finansal eğitim ve bilgi vermelerini ve yol göstermelerini teşvik etmelidir.
- (c) Hükümet, özellikle bireysel emeklilik sektörü hakkında tüketicilere finansal eğitim ve bilgi verilmesi ve yol gösterilmesi konularında resmi makam ve daireler, bireysel emeklilik sigortası denetleme otoritesi, bireysel emeklilik sektörü ve tüketici dernek ve birlikleri arasında işbirliğini teşvik etmeli ve gereken uygun teşvikleri sağlamalıdır.

Tüketiciler İçin Tarafsız Bilgiler:

- (a) Finansal düzenleyici otoriteler ve tüketici dernek ve birlikleri, bireysel emeklilik ürünleri de dahil finansal ürünlerin ve hizmetlerin ana tiplerinin temel özellikleri, fayda ve riskleri – ve mümkünse maliyetleri – hakkında internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgi vermelidirler.
- (b) İlgili otorite, sivil toplum örgütlerini halka bireysel emeklilik konularında tüketici bilinçlendirme programları sunmaya teşvik eden politikalar benimsemeli ve uygulamalıdır.

Tüketicilere ve Finans Hizmetleri Sektörüne Danışmanlık Yapmak:

- (a) İlgili otorite, başta bireysel emeklilik fonu üyeleri ve bağlı şahısları olmak üzere finansal tüketicilerin gereksinim ve beklentilerini karşılayan finansal okuryazarlık programları geliştirmesine yardımcı olmaları için tüketici dernek ve bilgilerine ve bireysel emeklilik sektörüne danışmalıdır.

KREDİ RAPORLAMA SİSTEMLERİ

Kredi raporlaması, modern finans sistemlerinin yaşamsal önemi haiz bir bileşeni ve tüketicileri kredilendirmenin etkinliği açısından kritik bir faktördür. Etkin, etkili ve doğru kredi raporlama sistemleri, tüketicilere çok değerli faydalar sağlar ve onların krediye uygun şart ve koşullarla erişme imkanlarını ve aşırı yüksek borçlanmadan kaçınmak için kendi borç seviyelerini izleme ve takip etme kabiliyetlerini artırır. Kredi raporlama sistemlerinin saydamlığı, bu sistemlerin iyi yönetişimi açısından önemlidir ve aynı zamanda, şahsi veri ve bilgileri korumak amacıyla yönelik kontroller mevcut olmalıdır. Kredi raporlaması, finansal hizmetlere erişimi ve finansal hizmetlerin koşullarını belirleyerek, bir tüketicinin ekonomik yaşamını etkileyen ve giderek daha fazla yayılan bir aktivite haline gelmektedir. Kamu politikası, bir tarafta şahsi bilgi ve verileri işlemenin ekonomik gerekçesi ile diğer tarafta müşteri verilerinin korunması arasında doğru dengeyi bulmalıdır. 2011 yılı itibarıyla, bir dizi uluslararası veri koruma enstrümanı bu konuda faydalı bir kılavuz işlevini görmelerine rağmen (Tablo 9'a bakınız), kredi raporlaması konusunda tüketici koruması için uluslararası İyi Uygulamalar mevcut değildir.

Kredi raporlamasını geliştirmek amacıyla yönelik birkaç inisiyatif halen devam etmektedir. Batı Yarıküre Kredi ve Borç Raporlaması İnisiyatifi (WHCRI)⁹⁵, kredi ve borç raporlama sistemlerinin yerel entegrasyonu için politikalar ve eylemler belirlemekte ve tanımlamaktadır. Bugüne kadar, Güney Amerika'da sekiz ülkede (Brezilya, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Meksika, Peru, Trinidad ve Tobago ve Uruguay) değerlendirme çalışmaları yapılmıştır⁹⁶. WHCRI, Güney Amerika Bölgesindeki tüm ülkeleri zaman içerisinde kapsamayı planlamaktadır. Ek olarak, IFC (WBG'nin bir parçası olarak), dünya çapında 100'den fazla ülkede kredi bürolarına destek veren Global Kredi Bürosu Programını geliştirmiştir⁹⁷. WBG, aynı zamanda, Afrika'da borçlular hakkında verilerin kalitesini ve mevcudiyetini artırmak amacıyla yönelik Afrika Kredi Raporlama ve Finansal Bilgi Altyapı Programını da oluşturmuş ve yürütmektedir. Orta Doğu için de benzer bir program hazırlanması öngörülmektedir.

Ek olarak, Dünya Bankası, kredi raporlaması için uluslararası standartları kapsayan bir set hazırlamak amacıyla, BIS'in de desteğiyle, Kredi Raporlama Standartlarını Belirleme Görev Gücünü kurmuştur. Bu adım, kredi raporlama sistemlerini kolaylaştırmanın bir enstrümanı olarak tüketici koruması unsurlarını da içeren Kredi Raporlaması Genel Prensiplerinin ve Eylül 2011'de yayımlanmasıyla sonuçlanmıştır⁹⁸.

Ek olarak, Haziran 2008'de, Avrupa Komisyonu, AB içerisinde kredi bilgilerine erişimin ve kredi bilgilerinin alışverişinin önündeki engelleri tespit etmek ve Komisyon'a tavsiyelerde bulunmak üzere bir Kredi Tarihçesi Uzman Grubu kurmuştur⁹⁹.

Bu Ekte verilen İyi Uygulamalar, veri koruma politikalarına ilişkin uluslararası yaklaşımlara dayanmaktadır. Bunlar, Birleşmiş Milletler, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği, Avrupa Birliği ve Avrupa Konseyi tarafından belirlenen temel ilkeleri de içermektedirler. 100 ülkedeki kredi raporlama kanunları ve yönetmeliklerinin karşılaştırılması yoluyla alternatif düzenleyici modeller de dikkate alınmıştır¹⁰⁰. Böylece, bu İyi Uygulamalar, geniş kapsamlı bir politika literatürü ve akademik literatür ve ülkeler arası mukayeseli hukuk çalışmaları temelinde ve bir dizi ülke-bazlı analizlerden elde edilen pratik deneyim esas alınarak hazırlanmış bulunmaktadır¹⁰¹. İyi Uygulamalar, kredi raporlama

sistemlerinde sağlam tüketici korumasının özünü oluşturan mahremiyet ve veri koruma sorunlarını odak almaktadır. Bununla birlikte, başka konuların da önemli olduğu ve dikkate alınması gerektiği de bilinmektedir. Özellikle, kredi raporlama sistemleri, yeterli icra yetkilerine sahip uygun bir otorite tarafından denetlenmelidirler. Ek konu ve sorunlar arasında tüketici koruma kuruluşlarının yaşayabilirliği, tüketicilere yeterli açıklamanın yapıp yapılmadığı soruları, kredi bürolarına erişebilirlik konuları, müşteri bilgilerinin raporlama ve kullanılması, ihtilâf çözümü mekanizmaları, tüketici bilinçlendirme ve yetkilendirmesi ve kredi büroları arasında rekabet sorunları sayılabilir.

TABLO 9: Kredi Raporlama Sistemleri İçin Tüketici Koruma Mevzuatına Genel Bakış

Kuruluş veya Hükümet	Kanunlar, Yönetmelikler, Direktifler ve Kılavuzlar
BM – Birleşmiş Milletler	İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi Madde XII
	16 Aralık 1966 tarihli Uluslararası Sivil ve Politik Haklar Şartı Madde 17
	14 Aralık 1990 tarih ve 45/95 sayılı Genel Kurul Kararıyla kabul edilen, Bilgisayar Ortamındaki Şahsi Veri Dosyalarının Düzenlenmesine İlişkin BM Kılavuzları
OECD - Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü	Bilgi Sistemleri ve Ağlarının Güvenliğine İlişkin Kılavuzlar: Bir Güvenlik Kültürüne Doğru, 2002
	Konsey'in 23 Eylül 1980 tarihinde benimsediği, Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair Kılavuzlar Hakkında Konsey Tavsiyesi
	Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair Kılavuzlar, 1980
	Sınır Ötesi Veri Akışları Deklarasyonu, 1985
Dünya Bankası	Global Ağlarda Mahremiyetin Korunmasına Dair Bakanlık Deklarasyonu, 1998
	Kredi Raporlama Sistemleri Hakkında Prensipler ve Kılavuzlar, 2004
	Etkin Ödeme Aczi ve Alacaklı/Borçlu Rejimleri Hakkında Prensipler, 2011
APEC	Kredi Raporlaması Genel Prensipleri, 2011
APEC	APEC Mahremiyet Çerçevesi, 2005
AB	Şahsi Verilerin İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması ve Bu Verilerin Serbest Hareketi Hakkında Direktif, 1995/46/EC
	Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında Direktif, 2008/48/EC (87/102/EEC sayılı Direktifi ilga eden Direktif)
COE – Avrupa Konseyi	Şahsi Verilerin Otomatik İşlenmesi Konusunda Bireylerin Korunması Hakkında Konvansiyon (ETS No. 108, 28 Ocak 1981) (01 Ekim 1985'de yürürlüğe girmiştir) ve Açıklama Raporu
	ETS No. 108 Konvansiyonda yapılan ve Avrupa Topluluklarının Katılmalarına İzin Veren Değişiklik (15 Haziran 1999 tarihinde çıkartılmış ve tüm Taraflarca kabul edildikten sonra yürürlüğe girmiştir) ve Açıklama Memorandumu
	ETS No. 108 Konvansiyona eklenen, Denetleme Otoriteleri ve Sınır Ötesi Veri Akışları Hakkında Ek Protokol ve Açıklama Raporu (ETS No. 181; 8 Kasım 2001 tarihinde imzaya açılmıştır)
	Sigorta amaçlarıyla toplanan ve işlenen şahsi verilerin korunması hakkında R(2002) 9 sayılı Tavsiye (18 Eylül 2002) ve Açıklama Memorandumu
	Ödeme ve diğer operasyonlar için kullanılan şahsi verilerin korunması hakkında R(90) 19 sayılı Tavsiye (13 Eylül 1990) ve Açıklama Memorandumu
AB - ABD	Güvenli Liman Çerçevesi, 2000

ABD	Adil Kredi Raporlama Kanunu, 1970
	Adil ve Doğru Kredi İşlemleri Kanunu, 2003

XXXVI. MAHREMİYET VE VERİ KORUMA:

Kredi Raporlaması Konusunda Tüketici Hakları:

Kanun ve yönetmelikler, bu konulara ilişkin temel tüketici haklarını düzenlemelidirler. Bu haklar şunları kapsamalıdır:

- (a) Kurumun bilgi paylaşım uygulamaları hakkında edindiği bilgi temelinde tüketicinin bilgi paylaşımına rıza gösterme hakkı.
- (b) Bireyin kimliğinin doğru ve tam belirlenmesi şartına tâbi olarak bireyin kredi raporuna ücretsiz (en azından yılda bir kere) erişme hakkı.
- (c) Kredi raporu bilgileri sayesinde, olumsuz kredi kararları hakkında veya optimumun altında koşullar/fiyatlar hakkında bilgi edinme hakkı. Bu proseste, tüketicilere, kredi bürosunun ismi ve adresi verilmelidir.
- (d) Altı ay gibi belirli bir süre içerisinde tüm sorular hakkında bilgilendirilme hakkı.
- (e) Maddi olgular açısından doğru olmayan bilgileri düzeltme ya da sildirme hakkı.
- (f) İhtilâflı ve tartışmalı bilgileri işaretleme (gösterme) hakkı.
- (g) Tüketici hakkında kredi bilgilerinin (kredi açılmasıyla ilgili olmayan amaçlarla) üçüncü şahıslarla paylaşılıp paylaşılmayacağına karar verme hakkı.
- (h) Kişinin ırkı, siyasi ve felsefi görüşleri, dini, sağlık bilgileri, cinsel yönelimi veya sendika üyelikleri gibi (kredi raporunda bulunmayan) hassas bilgilerin özellikle korunmasını sağlama hakkı.
- (i) Olumlu bilgiler için (örneğin, en az iki yıl) ve olumsuz bilgiler için (örneğin, 5-7 yıl) makul saklama sürelerine ilişkin hak.
- (j) Bilgilerin yetkisiz erişime, verilerin kötüye kullanılmasına ya da verilerin kaybolması veya tahrip edilmesine karşı korunması için yeterli güvenlik tedbirlerinin alınmasını ve bilgilerin gizli tutulmasını sağlama hakkı.

Bilgi işlemede saydamlığı sağlamanın ön koşulu, bilgiye dayanan rıza (onam) almaktır. BM Kılavuzlarının dosyalara ilişkin 3. Maddesine göre, “bir dosyanın hangi amaçla kullanılacağı ve bu amaca yönelik nasıl kullanılacağı açıkça belirlenmelidir; meşru ve yasal olmalıdır ve belirlendikten sonra, belirli bir düzeyde kamuya açıklanmalıdır ya da ilgili kişinin bilgisine sunulmalıdır.” Bu, işlenen şahsi verilerin tümünün belirtilen amaca uygun olmasını, gizli veri tabanlarının bulunmamasını ve verilerin ilgili veri süjesinin izni olmadan kullanılmamasını sağlar. Denetim amaçlarıyla bilgilerin bir kamu kredi siciliyle paylaşılması bağlamında bu haktan feragat edilebilir. Bununla birlikte, tüketicinin en azından bu bilgi paylaşım tarzı hakkında bilgilendirilmesi ve kanunun duruma uygulanabilecek maddelerine atıf yapılması gerekir.

Dünya çapında, tüketici korumasına yönelik bu İyi Uygulama, AB Veri Koruma Direktifi (27 AB Üye Devletinde ve bazı Güney Amerika ülkelerinde uygulanmaktadır), Avrupa-dışında pek çok kanun¹⁰², COE Konvansiyonu ve ayrıca, Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzlarının Açıklık Prensibi 12 gibi pek çok veri koruma kanununa yansımıştır.

Kişisel bilgilere ve bu bağlamda kredi raporuna ve puanına erişim hakkı, BM Kılavuzlarının 4. Prensibine dayanmaktadır (kimliğin usulüne uygun kanıtlanmasını gerektiren “ilgili-şahıs erişimi”). “Erişim ve düzeltme hakları”, tüm önemli uluslararası veri koruma enstrümanları (BM, OECD, AB ve APEC prensipleri) tarafından tanınmaktadır. Gelişmiş kredi raporlama rejimlerinin çoğu, (örneğin, ABD’de yapıldığı gibi) kredi puanının tüketicilere açıklanması kuralını uygulamaktadırlar. Bu, maliyet-etkin bir tarzda uygulanabilir, fakat sektörün daha yeni çalışmaya başladığı bir dönemde şirketlerin erişim koşullarıyla aşırı yüklenmelerini sağlamak için sektörün gelişme aşamasına göre uyarlanmalıdır. Bu durumlarda, bir geçiş dönemi konulmalıdır.

Bir veri koruma kanunu bulunan ülkelerin çoğunda kişilerin kendisi hakkında bilgilere erişmesine imkan tanınmaktadır.

Erişim, ihtilâfların çözümlenmesi ve bilgilerin düzeltilmesinin ön koşuludur. Bu temel haklar, BM Kılavuzları (Prensip 2 ve 4) ve Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzları (Bireysel Katılım Prensibi 13) gibi, veri korumaya ilişkin önemli uluslararası enstrümanların hepsinde tanınmaktadır. İkincisinde, bireyin veri kontrolöründen kendisi hakkında bilgilerin alınıp alınmadığını teyit ettirme ve bu bilgilerin makul bir süre içinde ve makul bir tarzda iletilmesini sağlama hakkına sahip olduğu ifade edilmektedir. Erişimden, Dünya Bankası’nın Etkin Ödeme Aczi ve Alacaklı/Borçlu Rejimleri Hakkında Prensiplerinde de (Prensip B1.4) bahsedilmektedir¹⁰³. Ek olarak, düzeltme işleminin maliyetinin veri kontrolörü tarafından karşılanması gerekir (BM Prensibi 4). Jentzsch’ye (2007) göre, bilgiyi düzeltme hakkı 40’dan fazla ülkede tanınmıştır.

Bir ihtilâf olması halinde bilgiyi bloke ettirme hakkı da kredi raporlama rejimlerinde yaygındır. 2005 ile 2006 yılları arasında, bu hak, 25 ülkede uygulanmıştır. Bir ihtilâf gösteren, bloke edilmiş veya işaretlenmiş bilgiler, alacaklılar için bir ek kalite sinyalidir. Bilginin kime ifşa edildiğini bilme hakkı ise 44 ülkede uygulanmıştır (Jentzsch, 2007).

Çoğu durumda, rıza prensibi, bireylerin kendilerine ait bilgilerin kredi açmayla ilgisi bulunmayan pazarlama gibi amaçlarla işlenmesini ve kullanılmasını engelleyebilecekleri hükmünü de kapsamaktadır. Pazarlama kısıtlamaları (dahil olmak veya hariç tutmak açısından) 23 ülkede geçerliydi. Engelleme ve hariç tutma, pazarlama katılım oranlarını artırır ve sorunun ifade edilme biçimine bağlıdır¹⁰⁴. Örneğin, APEC Prensibi IV (Şahsi Bilgilerin Kullanımı), bireyin rıza beyanında bulunduğu durumlar haricinde, bilgilerin sadece önceden belirlenmiş toplama amaçlarıyla kullanılmasını öngörmektedir.

Duyarlı bilgilerin özellikle korunmasını sağlama hakkı, OECD Raporları (Mahremiyetin Korunması Kılavuzları Hakkında Görüşler), BM Prensip 5, COE Konvansiyonu (Madde 6), AB Veri Koruma Direktifi (Madde 8) ve AB-ABD Güvenli Liman Çerçevesi gibi pek çok önemli uluslararası enstrümanda tanınmaktadır. Dünya Bankası Prensiplerinde (Prensip 15) ayrımcılığa karşı hukuki kontroller konusu da tartışılmaktadır. Sadece APEC Mahremiyet Çerçevesi, kişisel duyarlı bilgilerin ekstra korunmasını talep etmemektedir.

Örneğin, *Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Akışlarına ve Mahremiyetin Korunmasına Dair OECD Kılavuzları (Prensip 10)*, *BM Prensipleri (Prensip 3)*, *APEC Mahremiyet Çerçevesi (Prensip III Toplama Sınırlaması)* ve *COE Konvansiyonu* gibi önemli uluslararası enstrümanlar da bilgi toplama ve dağıtımının sınırlandırılmasını talep etmektedirler. Örneğin, sonuncusu, Madde 5(e)'de, verilerin “veri sùjelerinin kimliğinin bu verilerin saklanma amaçları için gereken süreden daha fazla bir süreyle belirlenmesine izin vermeyecek bir tarzda korunması gerektiğini” ifade etmektedir. Şirketler kişisel bilgileri aşırı miktarda toplamak isteyebilirler ve bu da piyasa sonuçlarının optimum altında olmasına yol açabilir¹⁰⁵. Bu nedenle, veri toplamayı sınırlandıran süre limitleri koymak iyi bir uygulama olacaktır.

Araştırmaya konu olan ülkelerin oluşturduğu bir alt-örneklem grubunda, olumsuz bilgiler için uluslararası ortalama saklama süreleri iflas halinde yedi yıl, davalarla ilgili olarak beş yıl ve mahkeme kararları konusunda altı yıldır. Dünya Bankası, beş ilâ yedi yılı önermektedir (Prensip 17). Yukarıda açıklanan “amaç spesifikasyonu” prensibine göre, olumlu bilgilerin de aşırı bir süreyle saklanmaması gerekir, çünkü bu bilgiler bir süre sonra kestirim güçlerini kaybederler.

Finans kuruluşlarının olumsuz kredi kararları hakkında müşterilerini bilgilendirme görevi, artık hem ABD hem de Avrupa mevzuatında kendisine yer bulmuştur. Jentzsch'ye (2007) göre, bu madde (2005-2006 araştırma dönemi esnasında) sadece yedi ülkenin mevzuatında mevcuttu; kısmen, bunun sebebi, maddenin *Tüketiciler İçin Kredi Sözleşmeleri Hakkında AB Direktifinin 9. Maddesinde Avrupa'da daha yeni ortaya konulmasıydı*.

Direktife göre, kredi kuruluşları, veritabanı araştırmasının sonuçları ve bakılan veri tabanlarının özellikleri hakkında tüketiciyi derhal ve ücretsiz bilgilendirmelidirler. Optimum altı koşullar hakkında tüketicileri bilgilendirme ek görevi ise, ABD mevzuatında mevcuttur¹⁰⁶. Tüketicileri “sadece olumsuz kararlar” hakkında bilgilendirme yeterli veri koruması için yeterli değildir.

Kamu sektörü ve özel sektör kredi sicillerinin şahsi verilerin kullanılması hakkında aynı düzeyde tüketici koruması sağlaması için de çaba gösterilmelidir. Her iki tip bilgi sistemi de, bireylerin kimliğinin tespitine imkan veren veriler sağlamaktadır ve her ikisi de, finans hizmetlerinin tüketicileri için aynı yüksek koruma kalitesini sağlamalıdır.

XXXVII. TÜKETİCİ YETKİLENDİRME & FİNANSAL OKURYAZARLIK:

Tüketiciler İçin Tarafsız Bilgiler:

Finansal düzenleyici otoriteler, kredi raporunun aktif yönetimi için bilgilerini artırmak isteyen tüketicilere internet ve basılı yayınlar aracılığıyla bağımsız bilgiler sunmalıdırlar.

Kredi raporlaması eğitimi; mahremiyet seçenekleri ve bu seçeneklerin etkileri ve hak ve yükümlülükleri hakkında tüketicileri bilgilendiren temel bilgilendirme broşürü gibi çeşitli farklı faaliyetlerden oluşabilir. FTC'nin bazı örnekleri aşağıda sunulmaktadır:

- *Kişisel Finansal Bilgileriniz İçin Mahremiyet Seçenekleri*
- *Daha İyi Bir Kredi Raporu Hazırlamak*
- *Kredi Onarımı: Kendi Kendine Yardım En İyisi Olabilir*
- *Tüketici Rapor Bilgilerinin Kullanımı? Yeni Kural Nasıl Olacağını Açıklıyor*

Tüketicilerin, kredi puanı daha iyi bir kredi riskini yansıttığında kredi finansman maliyetinin azaltılabileceğini ve bunun nasıl sağlanabileceğini anlamalarına yardımcı olmak önemlidir. Kredi raporlaması eğitimi, kredi puanı üzerinde etkisi bulunan temel faktörler hakkında bir açıklamayı da içermelidir. ABD, Güney Afrika ve İngiltere’de düzenleyici otoriteler tarafından aktif bir şekilde kamu bilgilendirme kampanyaları örgütlenmiştir.

Kredi Raporlaması Bilinci:

Finansal tüketici koruma ve eğitimi inisiyatiflerinin uygun olmasını temin etmek için, finansal okuryazarlığın periyodik olarak tekrarlanan büyük-ölçekli anket ve araştırmalarla ölçülmesi gerekir. Bu anket ve araştırmalar, kredi raporlaması ve puanlama hakkında soruları da içermelidir.

Kredi raporlaması, ekonomide diğer daha fazla yaygınlaşan bir aktivite haline gelmektedir. Bu nedenle, kredi raporlamasına ilişkin kamu bilgilendirme kampanyalarının gereksinimlere mümkün olduğu kadar uyarlanabilmesi için, finansal okuryazarlık anket ve araştırmalarına kredi raporlamasına ilişkin bilgi hakkında sorular da dahil edilmelidir. Bununla birlikte, bu İyi Uygulamanın herhangi bir uluslararası öncülü de bulunmamaktadır.

FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA VE GLOBAL FİNANSAL MEVZUAT:

Global Perakende Finans Pazarının Gelişmesi:

2007-2009 finans krizine kadar, global ekonomiye, her yıl tahminen 150 milyon yeni finans hizmetleri tüketicisi katılıyordu. Artış oranları o zamandan bu yana yavaşladı, fakat büyüme süreci hâlâ hızlı devam ediyor. Yeni tüketicilerin çoğu, finansal tüketici korumasının hâlâ emekleme döneminde olduğu gelişmekte olan ülkelerden. Global tüketici borçları, 1990lı yılların ilk yarısında GSYİH'nin yüzde 12-14'ü aralığındaydı, fakat son yıllarda bu oran yüzde 18'e kadar yükseldi. İpotekli borçlar çok daha hızlı bir yükseliş gösterdi: 2000 yılında GSYİH'nin yüzde 46'sından 2007 yılında GSYİH'nin yüzde 70'ine¹⁰⁷. Aynı zamanda, hanehalkı, kendi emeklilik sigortalarını fonlama konusunda daha fazla sorumluluk almaya ve bir yandan da menkul kıymetlere, yatırım fonlarına ve sigorta poliçelerine yaptıkları yatırımları artırmaya başladılar. Ek olarak, özellikle düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde, hanehalkı, ödeme hizmetleri ve havaleleri daha fazla kullanmaya da başladılar¹⁰⁸.

Finansal tabana yayılmanın genişlemesini destekleyerek, tüketici finansmanındaki artış, ekonomik büyümeye ve kalkınmaya katkıda bulunuyor. Finans hizmetleri, tüm hanehalkı fertleri için iki temel fonksiyonu yerine getirmektedir: risk yönetimi ve zamanlararası tüketim düzeltilmesi. Bu hizmetleri kullanarak, tüketiciler, kıtlık dönemlerinde tüketimlerini "düzeltebilmekte" ve böylece, üretken sermayelerini tüketip bitirmek zorunda kalmamaktadırlar. Ek olarak, finansal hizmetler, tüketicilerin, küçük-ölçekli de olsa, kendi işlerinin varlıkları da dahil yeni varlıklara yatırım yapabilmek için dışarıdan fon ve kredi temin etmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, resmi (formel) finans hizmetlerinin kullanılması, finansal işlemlerin verimli olmasına yol açmaktadır¹⁰⁹.

Yine de, dünya çapında tahminen 2,7 milyar çalışma-çağındaki yetişkin, hâlâ resmi (formel) finans hizmetlerine erişime sahip değil ve bu kişiler, gayri resmi (formel olmayan), güvenilir ve genellikle pahalı finans hizmeti sağlayıcılarına başvurmak zorunda kalıyorlar¹¹⁰.

Tüketici Finansmanı ve Finansal İstikrarın Karşılaştığı Risk:

2007-2009 global finans krizi, finansal sistemin ve global ekonominin uzun-vadeli istikrarı için finansal tüketici korumasının önemini gözler önüne serdi. Yorumcular, finansal kaldıraç ve risklerde sürdürülemez artışları destekleyen makroekonomik ve finansal dengesizliklerin biriktiği uzun bir süre ve aşırı global likidite seviyeleri ve sınırlandırılmamış finansal yenilikçilik etmenlerinin bir kombinasyonuna işaret ettiler¹¹¹. Finansal krize katkıda bulunan bir faktör de, son on yıl boyunca hanehalkı borçlanmasındaki hızlı artışı¹¹². Finans kuruluşları da, finansal risklerini hanehalkına devrettiler ve hanehalkı kesimi, dövizle ve değişken faiz oranlarıyla borçlanmanın getirdiği riskler gibi yeni risk tiplerine giderek artan bir oranda maruz kalmaya başladı¹¹³. Gelişmiş ipotek pazarlarında, bazılarının sorunlu kredi geçmişleri bulunan borçlulara (ayarlanabilir faiz oranlı melez ipotekler gibi) karmaşık finansal ürünler ve hizmetler satıldı. Günümüzün birbirine derin bir şekilde bağlı olan finans

pazarlarında, bu hanehalkı kredilerinin sekürütizasyonu, hanehalkı finansındaki zayıflıkları global finans sisteminin kalan kısmına yaymaktadır¹¹⁴. Ayrıca, finans pazarının sermayenin etkin tahsisi ve dağıtımını sağlama konusunda oynadığı merkezi rolden dolayı, finans pazarındaki eksiklik ve sorunların ekonominin kalan kısmı üzerinde diğer pazarlardaki zayıflıklara kıyasla daha büyük bir etki yapması olasılığı vardır.

Son on yıl boyunca, resmi (formel) finans hizmetlerinin kullanımının düşük-gelir düzeyindeki ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda yaygınlaşması ve artması sayesinde mevcut risk de alevlenmiştir. Finansal tabana yayılma seviyelerinin artması, gelişmekte olan ekonomilerde sıklıkla finansal tüketici korumasının zayıf olduğu resmi (formel) finansal pazarlara yeni tüketiciler getirmiştir. Ek olarak, teknoloji, ilk kez bir finansal ürün tüketen tüketicilerin çoğunun ihtiyaç duyduğu koruma tiplerini de değiştirmiştir. Örneğin, formel bankacılık hizmetine erişimin güç olduğu durumlarda, cep telefonlarıyla verilen finans hizmetleri tüketiciler için kritik bir ihtiyacı karşılamıştır. Bununla birlikte, bu hizmet sunumu, tüketici bilgilerinin ifşası ve rücu (başvuru) sorunlarını da gündeme getirmektedir¹¹⁵.

Aynı zamanda, özellikle düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde tüketicilerin finansal okuryazarlık seviyesi, tüketicilerin finansal hizmet kullanımındaki artışı yakalayamamıştır. Finansal okuryazarlık seviyesi, çoğu tüketicinin mevcut finansal ürünleri ve hizmetleri anlamaları için gereken seviyenin – ve tüketicilerin ne satın aldıklarını bildiklerinden emin olabilmeleri için gereken seviyenin hayli gerisinde kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda, halkın önemli bir kısmı, karmaşıklarını bir kenara bırakın, en temel finansal ürün ve hizmetleri bile daha önce hiç kullanmamıştır. Finansal ürünleri ilk kez tüketen tüketicilerin çoğu için, arkadaş ve genişletilmiş aile çevrelerinden hiç kimse, ipotekli ev kredisi gibi bir uzun-vadeli finansal sözleşmeye daha önce hiç girmemiştir. Ayrıca, en temel finansal ürün ve hizmetlerde bile, deneyimsiz tüketicilerin formel finans hizmetlerini kullanmanın getirebileceği içsel riskleri ve ödülleri anlama kabiliyetinde sorunlar olabilir.

Finansal Tüketici Koruması, Finansal Sistemin Gelişmesi ve Risklerin Hafifletilmesi:

Finansal tüketici koruması, perakende finans pazarlarının etkinliğini, saydamlığını ve derinleşmesini artırır. Bilgi hakları ve temel haklarla donatılmış – ve sorumluluklarının bilincinde – olan tüketiciler, finans sistemine piyasa disiplini getirmenin önemli bir kaynağıdır ve finans kuruluşlarını, tüketicilere faydalı ürün ve hizmetler sunarak rekabet etmeleri konusunda teşvik etmektedirler. Bu da, tüketicilerin formel finans hizmetleri pazarına duydukları güveni ve bu pazara olan angajmanlarını artırır.

Finansal tabana yayılmadaki artışın denk bir büyümeyle sonuçlanabilmesi için finansal tüketici korumasına ihtiyaç vardır. Güçlü tüketici koruması, finans hizmetleri kullanımında meydana gelen artışın tüm tüketicilerin yararına olmasının ve hanehalkı için gereksiz risk yaratmamasının sağlanmasına yardımcı olur. Öte yandan, zayıf finansal tüketici koruması da, tüketici finansal ürünleri ve hizmetlerine artan erişimin büyümeyi teşvik edici etkilerinin kaybolmasına veya büyük oranda azalmasına sebep olabilir¹¹⁶. Zayıf koruma, tüketicilerin güvenini ve halkın güvenini sarsar ve böylece, hanehalkını finansal ürün ve hizmetleri satın almaktan caydırır – ve satın aldıkları ürün ve hizmetlerin onların gereksinim ve amaçlarını karşılamaması olasılığını artırır.

Tüketici koruması, finans kuruluşlarının yönetişimini de geliştirir. Finans hizmetlerinin sunumunda saydamlığı ve finans kuruluşlarının hesap verebilirliğini güçlendirerek, tüketici

koruması, iyi yönetişime olan talebin artmasına ve finans sisteminde iş standartlarının kuvvetlenmesine yardımcı olur.

Ek olarak, tüketici koruması, finans kuruluşlarına, perakende müşterilerle olan işlem ve ilişkilerinde karşılaşılabilecekleri pek çok riskle yüzleşmelerinde yardımcı olur. Nisan 2008 raporunda, Basel Bankacılık Denetleme Komitesi, Uluslararası Menkul Kıymet Komisyonları Örgütü ve Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği Müşterek Forumu, perakende müşterilere finansal ürün ve hizmetlerin “kötü satılmasıyla” bağlantılı üç temel potansiyel risk belirledi¹¹⁷. Bu riskler: (1) müşterilerin açtıkları toplu davaların veya denetleme otoritelerinin açtıkları icra takiplerinin başarılı olması ve bunun da, finansal tazminat veya para cezası ödeme yükümlülükleriyle sonuçlanması halinde kanuni risk; (2) perakende müşterilere adil davranılmaması ve onların da bir finans kuruluşunu dışlamaları ve işlerini ondan geri çekmeleri halinde kısa-vadeli likidite riski ve uzun-vadeli ödeme aczi riski ve (3) bir finans kuruluşunun (veya bir finansal ürün tipinin) problemlerinin tüm finans sistemine yayılması halinde bulaşma riski¹¹⁸. Etkin tüketici koruması, finans firmalarının eylemlerinin onları kötü satış eleştirilerine maruz bırakmamasının sağlanmasına yardımcı olabilir. Özellikle mikrofinans sektöründe, borçlular aşırı borçlandıklarında ortaya çıkan itibar riskinden kaçınmak için bir asgari tüketici koruması mevzuatına gereksinim vardır.

Son, ama çok önemli noktalardan biri de, tüketici korumasının, finans sistemini devletin aşırı reaksiyon göstermesi riskine karşı korumasıdır. Sırasıyla Birleşik Krallık'ta ve Avustralya'da gerçekleşen sigorta ve emeklilik sektörü skandalları sırasında, tüketici korumasının çok az olmasının etkileri çok belirgin bir biçimde görüldü ve bu da, tüketici bilgilerinin ifşası da dahil düzenleyici reform için tavsiyeler konusunda kapsamlı araştırmalar yapılmasıyla sonuçlandı¹²⁰. Finans sisteminin bir kısmının çökmesine verilen politik cevap, ağır yönetmelikler ve mevzuatla aşırı kompansasyon olabilir. Tüketici koruma tedbirlerinin benimsenmesine yönelik artan halk baskısına bir reaksiyon olarak, bazı hükümetler, tüketici kredileri için faiz oranı üst limitleri koymak yoluna saptılar ve böylece, kredi piyasalarının gelişmesini dinamitlediler. Kötü satışla ilgili sorunlar özellikle yüksek-gelir ve orta-gelir düzeyindeki ülkelerde önemli olmalarına rağmen, düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde de bu tip sorunlar vardır. Örneğin, Hindistan ve Nikaragua'da, mikrokreditinin kötü satılması, kredi verenlerin kredi geri ödemelerini tahsil etme kabiliyetlerini kısıtlayan bir mevzuatla sonuçlanmıştır¹²¹.

FİNANSAL TÜKETİCİ KORUMA PROGRAMLARININ TASARLANMASI:

Temel Unsurlar:

Finansal tüketici korumasının odak noktası, bir perakende müşteri ile bir finans kuruluşu arasındaki ilişki ve etkileşimdir. Başarılı bir tüketici koruması sistemi kurmak için, sofistike olmayan (ve muhtemelen okuryazar olmayan) perakende tüketiciler ile çok sofistike kurumsal müşteriler arasında bir ayırım yapılması önemlidir. Kurumsal müşteriler ile finans kuruluşları arasındaki işlemler, hanehalkına ve bireylere zarar verebilecek nitelikteki problemlerin çoğuna tâbi değildir. Bu sebeple, finansal tüketici korumasının odağında, finans hizmetleri için perakende pazarı (bazen işletmeden-tüketiciye ya da “B2C” pazarı olarak da anılmaktadır) vardır.

Sorunun kalbinde yatan mesele şudur: finansal tüketici korumasına duyulan ihtiyaç, bir tarafta tüketiciler ile diğer tarafta onların finans hizmeti sağlayıcıları arasında güç, bilgi ve kaynaklar konusunda mevcut dengesizlikten kaynaklanmakta ve dolayısıyla, tüketicileri dezavantajlı bir konuma sokmaktadır. Finans kuruluşları, ürünlerini iyi

tanırlar, fakat bireysel perakende tüketicilerin satın aldıkları finansal ürünler hakkında yeterli bilgi edinmeleri hem zor hem de maliyetlidir¹²². Ek olarak, finansal ürün ve hizmetlerin anlaşılması güçtür ve bu sorun, son yıllarda karmaşıklık ve sofistikasyonda görülen artışla birleştiğinde daha da ciddi hale gelmektedir. Ayrıca, tüketiciler için, firmaları bireysel sözleşmelerinin koşullarına uymaya zorlamak amacıyla yönelik davalar açmak da normalde hem pahalı hem de problematiktir.

Tüketiciler ile hizmet sağlayıcıları arasındaki dengesizlik özellikle finans piyasalarında belirgindir. Kısmen, bunun sebebi, sıklıkla tüketiciye bir beklenen vadeli borç ödemesi de bulunan ve çoğu durumda ancak nadiren satın alınan finansal ürün ve hizmetlerin karmaşık niteliğidir. Konut ipotekleri bunun güzel bir örneğidir. Tüketicilerin çoğu, bir ev ipoteği ilişkisine, girseler girseler hayatları boyunca sadece birkaç kez girerler. Bu da, en azından taşınmaz malları üzerindeki teminat açısından, tüketicilerin hatalarından öğrenmelerini ve finansal okuryazar olmalarını güçleştirir. Öte yandan, bir bankanın veya başka finans firmasının, tüketici gerçeği öğrenene kadar muhtemelen çok zaman geçeceğini bilerek, kötü kaliteli veya aldatıcı nitelikteki ürünlerden fayda sağlamasını kolaylaştırır. Ayrıca, finansal ürün ve hizmetler hakkındaki kararlar, sofistike perakende müşteriler için bile karmaşık karakterde olan risk değerlendirmelerini ve gelecek değer tahminlerini gerektirir. İyi gelişmiş pazarlarda bile, zayıf finansal tüketici koruması, hanehalkını finansal sahtekârlıklar ve dolandırıcılıklar da dahil finans kuruluşlarının adil olmayan ve kötü niyetli uygulamalarına karşı savunmasız kılabılır. Tüketiciler, özellikle dövizle ve büyük borçlanmalarda risklerin yeterince açıklanmaması sorunuyla da karşılaşabilirler.

İyi düzenlenmiş ve etkin bir finans sistemi, tüketicilere, şu beş öğeyi sağlamalıdır:

- (1) Finansal ürün ve hizmetlerin fiyatları, şart ve koşulları (ve içsel riskleri) hakkında tam, düzgün, yeterli ve karşılaştırılabilir (ve anlaşılabilir) bilgi sağlayarak, **saydamlık**;
- (2) Finansal ürün ve hizmetlerin satış ve reklamında ve ödemelerin tahsilinde zorlayıcı olmayan, adil ve makul uygulamalar sağlayarak, **seçme imkanı**;
- (3) Şikayetlerin bildirilmesi ve ihtilâfların çözümlenmesi için ucuz ve hızlı mekanizmalar sağlayarak, **tazmin ve telafi imkanları**;
- (4) Üçüncü şahısların şahsi finansal bilgilere erişimini kısıtlayarak ve bu konuda koruma sağlayarak, **mahremiyet** ve
- (5) Finans firmalarının profesyonelce hareket etmelerini ve söz verdikleri şeyleri vermelerini sağlayarak, **güven**.

Finansal tüketici koruması, iki yolla sağlanabilir: (1) finansal regülasyon (mevzuat) ve (2) finansal eğitim. Bu finansal regülasyon (mevzuat), piyasa davranışları hakkında yapılan düzenlemelerden, yani, finans kuruluşlarının finansal ürün ve hizmetleri tüketicilere sunarken uymaları gereken piyasa davranış kurallarını düzenleyen kanun ve yönetmeliklerden oluşur. Piyasa ve iş davranışları regülasyonu, *devletin yapacağı regülasyonu*, yani, finansal denetim otoriteleri ve tüketici koruma daireleri gibi resmi kurum ve kuruluşların çıkarttığı kanun ve yönetmelikleri ve ayrıca, *özyönetim regülasyonlarını*, yani, finans kuruluşlarının piyasa ve iş davranışlarının iyileşmesini teşvik etmenin bir aracı olarak sektör dernek ve birliklerinin benimsedikleri gönüllü davranış kuralları ve diğer sorumlu finansal uygulamaları kapsar. Finansal eğitim ise, tüketicilere finansal ürün ve hizmetleri kullanmanın risk ve

ödülleri ve kendi hak ve yükümlülüklerini anlamalarında yardımcı olmayı hedefleyen finansal okuryazarlık programlarından oluşur.

Finansal Regülasyon (Mevzuat):

Finans piyasalarının bir miktar regülasyona ihtiyacı vardır. Dani Rodrik'in (2007) ifade ettiği gibi: "Piyasalar kendi başlarına çalışmazlar. Piyasaları düzenleyen, piyasalara istikrar kazandıran kaybedenleri tazmin eden ve emniyet ağları yaratan tüm kurumlara ihtiyacınız vardır ve bu kurumlar olmadan, piyasalar ne meşru ve yasal ne de etkin olabilirler...."¹²³. Ayrıca, finansal tüketici koruması, piyasaların daha etkin çalışmasına yardımcı olabilir, çünkü finansal tüketici koruması için güçlü regülasyonların bulunmadığı duruma kıyasla, bu durumda, risklerin yanlış ele alınması riski daha az ve finans kuruluşlarının dikkatli hareket etme ihtimali daha fazla olacaktır.

Rekabet politikası, kendi başına, tüketici koruması sorunlarını tam olarak ele almaz. Mark Armstrong (2008), çoğu rekabetçi piyasada, rekabet politikalarının, firmaların tüketicilere onların istedikleri ürün ve hizmetleri vererek başarılı olmalarını sağlamak için yeterli olduğunu gözlemlemiştir. Buna rağmen, Armstrong, perakende finans piyasalarının başka pazarlardan farklı olduğunu ve bu piyasaların etkin olmasını sağlamak için daha çok şey gerektiğini iddia etmektedir. Finans piyasalarında, hükümet politikalarının: (1) tüketicilere karşılaştırılabilir bilgiler verilmesini; (2) tüketicilerin piyasa koşullarından haberdar olmalarını; (3) tüketici arama giderlerinin azaltılmasını ve (4) gizli maliyet kalemlerinin açıklığa kavuşmasını sağlamaları gerektiğini not etmektedir. Böyle politikaların bulunduğu durumlarda, tüketiciler, bilgiye dayanan kararlar alabilmek için şart olan bilgilere erişme imkanı bulabilirler¹²⁴. Bu, önemli bir ilk adımdır. Bununla birlikte, finans sistemine güvenin inşa edilmesi için, yanıltıcı ve sahtekâr pazarlamayı önlemeyi amaçlayan politikalar da dahil daha çok şey ihtiyacı vardır¹²⁵.

Sorun, bir tarafta finansal regülasyon ile diğer tarafta piyasa rekabet güçleri arasında doğru dengeyi kurmaktır. Hem yapılabilir ve maliyet-etkin olduğunda – hem de özyönetim regülasyonu için kapasite yetersiz olduğunda, hükümetin konuya müdahalesi düşünülmelidir. Kuralların sadece geçmişin problemlerine reaksiyon göstermekle kalmamak ve suiistimalleri önleyebilmek için proaktif olmaları gerekir. Özellikle, bu, regülasyon ve mevzuat ihlallerinin en azından gelecek ihlalleri caydırmak hedefiyle yeterince cezalandırılmasını gerektirir. Aynı zamanda, gereksiz fazlalıkta regülasyon, finansal yenilik ve yaratıcılığı da boğabilir. ABD Federal Merkez Bankası Başkanı Ben Bernanke'nin Nisan 2009'da söylediği gibi, düzenleyici otoriteler "sorumlu yenilikçilik ve yaratıcılığın tüketici seçimleri ve krediye erişim üzerindeki faydalı etkilerini saf dışı etmeden, en yüksek tüketici standartlarına ulaşmak için çaba göstermelidirler."¹²⁶ Kaynakların mevcut olduğu hallerde, önerilen finansal tüketici koruması reformlarının maliyet ve faydaları, bunların rekabet, yaratıcılık ve büyüme üzerindeki tahmini doğrudan ve dolaylı etkileri hesaba katılarak analiz edilmelidir. Bu analiz, önerilen regülasyon ve mevzuatın hem etkin hem de etkili olmasının sağlanmasına yardımcı olacaktır.

Özyönetim regülasyonu, finans kuruluşlarının iş uygulamalarının iyileştirilmesinde faydalı olsa da, tüketicileri korumak için, asla hükümet regülasyonları ve mevzuatın yerini alamaz. Finans kuruluşları, önce, müşterileriyle ilişkilerindeki iş davranışları konusunda gönüllü standart ve kurallar belirlemeyi ve sonra, kuruluşların bu standart ve kurallara uyumunu izlemeyi ve kontrol etmeyi kendi aralarında kararlaştırdıklarında, finans kuruluşlarının kendi regülasyonu ya da bilinen adıyla "özyönetim" regülasyonu gündeme gelir. Davranış kuralları, finans kuruluşlarının perakende müşterilerle ilişkilerinde etik standartlara uymalarını teşvik edebilir. Davranış kuralları, genellikle sektör dernekleri ve

birlikleri tarafından geliştirilir ve uygulanır. Piyasa davranış kurallarının birincil işlevi, özellikle düzenleyici otoritenin (veya denetleme otoritesinin) standart ve kuralları denetlediği ve bunların etkinliğini rapor ettiği durumlarda, finansal regülasyonu tamamlamaktır. Bununla birlikte, özellikle gelişmekte olan ülkelerde, özyönetim regülasyonu sıklıkla etkisiz kalmaktadır, çünkü sektör dernekleri ve birliklerinin kurumsal kapasiteleri çoğunlukla kısıtlıdır ve finansal piyasalar çok konsantredir ve az sayıda kurumun egemenliği altındadır. Bu gönüllü standart ve kuralları iş uygulamalarını iyileştirmeye yetmezse, hükümet, finansal hizmetlere ilişkin hukuki çerçeveyi güçlendirmek ve ardından, kanunlar ve yönetmeliklerin etkin uygulanmasını ve hayata geçirilmesini sağlamak amacıyla, bu gönüllü standartların içerik ve unsurlarından ilham alan bir mevzuat düzenlemek isteyebilir.

Uzun-vadede, ihtiyatlı yönetim regülasyonu ve tüketici koruma regülasyonu birbirlerini tamamlarlar. Finansal regülasyonun gerekçesi, nihai olarak, sistemik riski hafifletme ve perakende yatırımcılar da dahil tüketicileri koruma hedeflerine dayanır. Çoğu durumda, bu iki hedef birbirlerini tamamlayıcı niteliktedirler. Örneğin, mevduat sigortası planları, bir yandan perakende mevduatları korurken bir yandan da sistemik riski azaltabilirler. Bununla birlikte, bazı durumlarda, hedefler birbiriyle çelişebilir. Örneğin, mudileri korumak amacına yönelik tedbirler, çok yüksek düzeyde banka sermayeleri gerektirerek, kredi kaynaklarının ekonomi için mevcudiyetini ve erişilebilirliğini ya da piyasa likiditesini azaltabilir ve bu yolla, makro-ekonomik riske katkıda bulunabilir¹²⁷. Buna rağmen, uzun-vadede, ihtiyatlı denetim ve iş davranışları denetimi birbirini tamamlayıcıdır. Tüketicilerin hem asgari hukuki korumaya hem de finansal eğitime erişim imkanlarına sahip olmalarını sağlamak, finans kuruluşlarının perakende portföylerinin kalitesini artıracak ve bu yolla, finans sisteminin stabilitesini yükseltecektir.

Ayrıca, ihtiyatlı denetimin uygulanmadığı yerlerde, iş davranışları denetimine ihtiyaç vardır. Son on yıl içerisinde, finansal aracı kurumların oynadığı rolün hızla büyüdüğü görülmüştür. Finansal aracı kurumlar kendi içlerinde çok çeşitlidirler ve oynadıkları roller de bankacılık için ödeme acenteliğinden konut ipotekleri aracılık yüklenimi için ipotek aracılığına kadar değişmektedir. Bu aracı kurumlar, finans sistemi için bir risk yaratırlar, fakat ihtiyatlı gözetim teknikleri kullanılarak denetlenemezler. Bu nedenle, bu finansal aracı kurumlar, iş davranışları (yani, tüketici koruma) regülasyonuna ve denetimine tâbi tutulmalıdırlar¹²⁸.

Finansal tüketici koruma tedbirlerinin tasarımında, davranışsal ekonomi hakkında son yapılan araştırmaların sonuçları da dikkate alınmalıdır. Davranışsal ekonomi, politikaların tasarlanmasına yardımcı olabilir. Tüketicileri karar alma sürecinde güçlendiren (asgari ödemelere ilişkin bilgiler gibi) tüketici bilgilerinin tarafsız bir biçimde sunulmasına da yardımcı olabilir. Yanlış inançlar da dahil psikolojik önyargılar, tüketicileri etkileyerek onların ne akılcı ne de optimal olan seçimler yapmalarına neden olabilirler. Örneğin, tüketiciler, faiz oranı artışları veya cezalarının kendilerine uygulanmayacağını varsayabilir ya da finansal geleceklere hakkında aşırı iyimser davranabilir ve gelecek mali durumlarını doğru tahmin edemeyebilirler¹²⁹. İnsanlar, genellikle, finansal imkan ve kabiliyetlerini abartırlar ve paranın zaman değeri konseptini ve bileşik faizin zaman içindeki etkisini anlamakta zorluk çekerler¹³⁰. Tüketiciler, projeksiyon önyargılarının da, yani kişisel tercihlerinin geleceği hakkında kestirimlerinin de kurbanı olurlar¹³¹. Bu konuyla bağlantılı diğer problemler ise, (tüketicilerin gelecek gelirlerine yüksek bir ıskonto oranı uyguladıkları ve bu yolla, tasarruflarının şimdiki değerini makul olmayacak kadar düşük bir seviyeye indirdikleri) hiperbolik ıskontolama, plansız ve ani saiklerle satın alma ve özdenetim zayıflıklarıdır. Araştırmalar, tüketici bilgilendirme politikalarının – ve finansal eğitim programlarının

tasarlanmasının esaslı ve temel arka planında, finansal okuryazarlık ve tüketici harcama alışkanlıkları hakkında anket ve araştırmalar ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir.

Finansal Eğitim:

Finansal okuryazarlık, finansal tüketici korumasının önemli bir parçasıdır. Finansal eğitim, tüketici koruma regülasyonunun yerini alamaz. Buna rağmen, finansal eğitim ve tüketici koruma regülasyonu birbirlerini tamamlarlar ve bir finansal tüketici koruması reform programı içerisinde birleştirilmelidirler¹³². Finansal okuryazarlığı güçlendirme yollarını da aramadan finansal tüketici korumasını geliştirmek amacına yönelik tedbirleri düşünmek pratik değildir. İyi eğitilmiş bir tüketici, tüketici bilgilerinin ifşasını, risk ve ödülleri ve kendi kanuni hak ve yükümlülüklerini iyi anlayabilmelidir. Kısaca, finansal okuryazarlığı olan bir tüketici, finansal ürün ve hizmetler hakkında bilgiye dayanan kararlar alabilmelidir¹³³. Bu donatılmış ve yetkilendirilmiş tüketiciler, gereksinimlerine uyan en iyi finansal ürün ve hizmetleri – ve en iyi sağlayıcıları – bulma konusunda da aktif bir rol oynamalıdır. Buna rağmen, finansal eğitim, her derde deva bir ilaç değildir. En iyi finansal eğitim programları bile, efektif faiz oranlarının yeterince açıklanması gibi, finansal kuruluşlar için iyi test edilmiş, yüksek etkili, temel iş davranış kurallarının yerini alamaz.

Tüketiciler için finansal eğitim, finansal ürün ve hizmetlerin uygun bir şekilde kullanılması üzerine odaklanmalıdır. Ayarlanabilir faiz oranlarına tâbi uzun-vadeli konut ipotekleri gibi, özellikle karmaşık olan finansal ürün ve hizmetler, banka tasarruf hesapları gibi basit ürünlerden daha derinlikli bir anlayış gerektirirler. Finansal eğitim programları da buna göre ayarlanmalıdır. Özellikle, işsizler ve göçmenler de dahil en kırılgan ve savunmasız olan kesimler ve gelirlerinde ani bir düşüş, boşanma ya da ailede bir kayıp gibi mali durumlarını aniden zayıflatan yaşam kazalarına açık olan kesimler başta olmak üzere, finansal eğitim için spesifik hedef gruplar seçmek ve belirlemek de faydalı olabilir. Bu tip gruplar için planlanan finansal eğitim, süresiz ve afaki gelir ve gider akışlarıyla bağlantılı risklerin ve aşırı borçlanma potansiyelinin tartışılmasını da içermelidir.

Genel finansal eğitim önemlidir, fakat hedeflenen finansal tüketici koruma programlarının kapsama alanı dışında kalmaktadır. Genel finansal eğitim programları, hanehalkına, aile bütçeleri ve planlarını finansal gereksinimlerine ve hedeflerine uygun bir biçimde nasıl hazırlayabileceklerini öğretmelidir. Bu beceriler, finansal refahın sağlanması ve sürdürülmesi açısından kritik önemi haizdir. Bunlar, hedeflenen finansal tüketici koruma inisiyatiflerini tamamlamalı (fakat doğrudan doğruya onların bir parçası olmamalıdır)¹³⁴.

Finansal okuryazarlığı sağlamak, uzun-sürelili ve inatçı bir çaba gerektirir. Sanayileşmiş ülkelerin son otuz yıldaki – ve gelişmekte olan ülkelerin daha yakın zamanlardaki – deneyimi tüketici koruması hakkında “neyin işe yaradığını ve neyin işe yaramadığını” gösteren dersler öğretmiş, fakat devam eden araştırmaların yeni içgörüler sağlaması beklenmesine rağmen, uzun-vadede finansal okuryazarlığın artırılması ve geliştirilmesinde neyin işe yaradığı (ve neyin işe yaramadığı) konusunda çok açık bir ders henüz çıkartılamamıştır¹³⁵. Kutu 1, finansal eğitim programlarında başarı elde edilmesini sağlayan bazı ilk tedbirleri özetlemektedir¹³⁶.

Ulusal finansal eğitim stratejileri, hem hükümete hem de sivil topluma bir rol biçmelidir. Finansal hizmet sağlayıcılar, hükümet ve tüketici dernekleri ve örgütleri tarafından sağlanması gereken bilgi ve personel kaynaklarının tipleri hakkında da açık ilkelere ve kılavuzlara ihtiyaç vardır. Finans sistemi içinde yer alan bankacılık örgütleri gibi sektör dernekleri, genellikle, tüketicilere finansal eğitim ve öğretim sağlamakla şevkle ilgilenirler. Finansal eğitimi geliştirme hedefine yönelik bir ulusal strateji kapsamında bu da teşvik

edilmelidir. Tüketici örgütlerini güçlendirmenin ve onların finansal tüketicileri koruma ve eğitme konusunda yaşamsal bir rol oynamalarına olanak sağlayacak uzun-vadeli ve istikrarlı fon kaynaklarına sahip olmalarını sağlamanın yolları da düşünölmelidir.

KUTU 1: Finansal Eğitim Programlarının Başarılı Olmasını Sağlamanın Yolları

Ulusal finansal eğitim programları finansal düzenleyici otoritelerin liderliğinde uygulanmalı, fakat tüm paydaşlarını kapsamalıdır. Finansal okuryazarlık konusundaki zaafı ve bu zaafıların finans sektörünün gelişmesi açısından yarattığı sorunları en yakından bilenler finansal düzenleyici otoritelere dir. Bununla birlikte, ulusal programlar; finans hizmetleri sektörü ve sektörün meslek örgütleri, tüketicileri savunan örgütler, bakanlıklar ve resmi otoriteler (özellikle eğitim bakanlığı) ve kitle iletişim araçları da dahil tüm paydaşların aktif katılımını gerektirir.

Gelişmiş ülkelerde elde edilen deneyim, finansal eğitimin “öğretilebilir anlar” üzerinde odaklanması gerektiğine işaret etmektedir. Başarılı olabilmek için, finansal eğitimin bilgileri “tüketici bu bilgileri istediği zamanda ve istediği formda” vermesi gerekir. Tüketiciler, finansal eğitimi, sıklıkla, hayatlarının belirli noktalarında, örneğin bir konut ipoteki yaptırırken, bir aile kurduklarında ya da emeklilik planı yaptıklarında alırlar.

Finansal eğitim, tüketicilerin okuryazarlık ve deneyim düzeylerine uyarlanmalıdır. Özellikle düşük-gelir düzeyine sahip ülkelerde, finansal eğitim programlarının genel okuryazarlık seviyesi düşük olan ve finans hizmetlerinin kullanılması konusunda sınırlı bir deneyimi bulunan tüketicilerin gereksinimlerine uyarlanması gerekir.

Finansal eğitimi geliştirme programları, katı bir biçimde test edilmelidir. Finansal eğitim verme teknikleri, son 30 yıldır ABD’de, Avrupa’da ve başka yerlerde yeterince test edilmiş olmasına rağmen, bu tekniklerin finansal okuryazarlık seviyesi üzerindeki etkileri hâlâ belirsizdir. Finansal eğitimin tüketici davranışları üzerindeki etkisi daha da belirsizdir. Bu nedenle, finansal eğitim teşvik edilmeli, fakat uzun ve kısa-vadelerde katı bir biçimde test edilmeli ve değerlendirilmelidir.

FINANSAL TÜKETİCİ KORUMASI HAKKINDA İYİ UYGULAMALARIN TASARLANMASI:

İyi Uygulamalar, finansal tüketici koruması konusunda etkili yaklaşımlar oldukları genellikle kabul edilen yaklaşımları belirlemeye çalışırlar. Düzenleyici otoriteler arasında genel mutabakat konusu olan tedbirleri düzenlemeyi amaçlarırlar. Sonuç olarak, finansal tüketici korumasına ilişkin bir sorun veya konuyla baş etmenin en iyi yol(lar)ı hakkında hâlâ büyük bir tartışma varsa, o sorun veya konu, İyi Uygulamaların kapsamına dahil edilmemiştir. Örneğin, iş davranışları regülasyonu da dahil finansal regülasyon için en iyi kurumsal yapının ne olduğu konusunda çok çeşitli ve farklı görüşler vardır. Nier (2009), tüketici koruma ve ihtiyatlı düzenleyici otoriteleri birbirinden ayrı olan ülkelerin (“Çift Pik” yaklaşımı olarak bilinir) finansal krizleri atlatma konusunda, hem ihtiyatlı denetim hem de tüketici koruma görevlerini üstlenmiş tek bir entegre düzenleyici otoritesi bulunan ülkelerden daha iyi olduklarını gösteren bir ön analiz sonuçlarından söz etmektedir¹³⁷. Bununla birlikte, 30’lar Grubu tarafından ve FSA’nın Turner İnceleminde farklı görüşler ifade edilmektedir¹³⁸. Dolayısıyla, bu konu, üzerinde tartışma olan bir konudur. İyi Uygulamalar, bir finansal ürün çıkartılmadan önce veya çıkartıldıktan sonra – ürün tasarımının onaylanması konularını da içermemektedir. Bazı düzenleyici otoriteler, finans tüketicileri için “zehirli” olduğuna inandıkları finansal ürün ve hizmetleri yasaklamaktadırlar, fakat bu tip bir finansal

ürünün onaylanması veya yasaklanmasının parametreleri konusunda herhangi bir uluslararası uzlaşma bulunmamaktadır.

İyi Uygulamalar, sadece perakende müşteriler ile finans kuruluşları (veya onların acenteleri ve aracıları) arasındaki doğrudan ilişkilerle ilgilidir. Bu sebeple, İyi Uygulamalar, teminat sicillerini kapsamazlar. Onlar da finans sistemi altyapısının önemli parçaları olmalarına rağmen, teminat sicilleri, bir tarafta tüketiciler ile diğer tarafta onların finans kuruluşları arasındaki ilişkilere doğrudan katılmazlar. Başta şahıs şirketleri olmak üzere küçük firmalar da spesifik olarak İyi Uygulamaların kapsamı içinde değildirler, fakat tüketici korumasına yönelik tavsiyeler genelde küçük işletmelerin korunmasına da yardımcı olacaklardır. Bununla birlikte, mikro-işletmelere verilen kredileri tüketicilere açılan kredilerden ayırma gücünden dolayı, mikro-finans borçluları da (Banka-Dışı Kredi Kuruluşları İçin İyi Uygulamaların bir parçası olarak) kapsam içindedirler.

İyi Uygulamalar sadece resmi (formel) finans sistemini kapsar. İyi Uygulamalar (mikro-finans kuruluşları, kredi kooperatifleri, kredi birlikleri ve yatırım kulüpleri gibi) banka-dışı düzenlenmiş finans kuruluşlarının çeşitli tiplerine uygulanmalarına rağmen, “tefeciler” gibi gayri resmi hizmet sağlayıcılar İyi Uygulamaların kapsamı dışındadırlar. Aynı zamanda, finansal ürün veya hizmetleri satmakla iştigal eden tüm işletmelerin uygun bir regülasyona tâbi olmaları gerekir. Bu olmadığı takdirde, tüketiciler, spesifik olarak mevzuat açıklarından istifade edecek şekilde tasarlanmış iş modelleri kullanarak finansal ürün ve hizmetleri satan işletmelere karşı savunmasız kalabilirler.

Finans sisteminin önemli parçalarına ilişkin İyi Uygulamalar hazırlanmıştır. Her önemli sektöre – bankacılık, menkul kıymetler, sigorta ve banka-dışı kredi kuruluşları – ilişkin detaylı İyi Uygulamalar, ilgili İyi Uygulamaların her birinin temellerini açıklayan notlarla birlikte sunulmaktadır¹³⁹. Karşılaşılan sorunlardan biri de, tüketici finansmanının tamamını kapsayan bir ortak İyi Uygulamalar seti ile sektöre özgü İyi Uygulamalar seti arasında seçim yapmak olmuştur. İyi Uygulamalar sektörüne bölünmüş bulunmaktadır, çünkü kanunların ve düzenleyici otoritelerin çoğunluğu farklı finans kuruluşu tiplerine özgü ve spesifiktir. Böyle bir yaklaşım, genellikle bir veya iki sektörde uzman olan değerlendirmeciler ve denetçilerin işini de kolaylaştırır. Bununla birlikte, ürüne veya hizmete özgü İyi Uygulamalar da düşünülebilir. Perakende finansal ürün ve hizmetlerin tüm tiplerinde pek çok ortak unsurun bulunduğu çok açıktır ve spesifik perakende ürün veya hizmetin tipine bakmaksızın, yaklaşım ve genel hedefleri benzerdir. Buna rağmen, finans pazarının her sektörünün kendi özellikleri vardır ve tek bir ortak yaklaşım, önemli ince noktaları ve nüansları kaçırmaz. Ancak tüketici koruması tüm finans sektörünü kapsayan sistemik bir sorundur. Bu nedenle, etkin piyasa davranışı denetimi, devlet kurumları arasında, bu kurumların denetlemeleri gereken, birbiriyle bağlantılı finansal piyasalarla uyumu sağlamak için yakın işbirliği kurulmasını gerektirir. İyi Uygulamalar, bu yaklaşım dikkate alınarak tasarlanmıştır.

Tüketici koruma rejimi açısından önemi giderek artan bir sorun da “düzenleyici arbitraj” sorunudur. Bu durumda, düzenleyici otoriteler, bir ürün tipi gibi gözüken, fakat hukuken başka bir ürün tipi olan finansal ürün ve hizmetlere ilişkin önemli iş davranış sorunlarını gözden kaçırabilirler. Hayat sigortası poliçesinden elde edilen kârın yatırım portföyüne birimler halinde yatırıldığı ve böylelikle potansiyel ek gelir imkanı veren sigorta poliçeleri (değişken yıllık gelir sigortası olarak da adlandırılırlar) buna bir örnektir. Hukuki perspektiften, bunlar, sigorta ürünleridir ve bu nedenle, sigorta poliçelerine uygulanan kurallar kapsamında düzenlenirler. Buna rağmen, fonksiyonel perspektiften, yatırım fonlarından ayırt edilemezler. Yine de bu tip ürünler genellikle sigorta ürünleri olarak kabul edilmektedir ve

normalde yatırım fonlarına uygulanan katı ifşa kurallarına tâbi değildirler. Benzer sorunlar, ipotekler için de ve bina tasarruf kredileri ya da ev inşası veya renovasyonu ile ilgili spesifik tüketici kredileri gibi ipotek alternatifleri için de çıkmaktadır. Daha sofistike finansal ürün ve hizmetler piyasaya sunuldukça ve tüketici refahı, ürünlerin paketlenmesinde düzenleyici arbitrajın daha fazla tehdidi altına girdikçe, sektörler arası bir yaklaşım giderek daha önemli hale gelecektir.

İyi Uygulamalar, bir ülkenin kendi finansal tüketici koruma çerçevesini uluslararası uygulamayla karşılaştırmasına olanak sağlar. İyi Uygulamalar, finansal tüketici koruması sürecinde yer alan kanunlar, yönetmelikler ve kurumların sistematik analizi için etkili bir araç olmanın yanı sıra, farklı ülkeler arasında detaylı karşılaştırmalar da olanak sağlarlar. Dolayısıyla, İyi Uygulamalar, ülkelerin kendi finansal tüketici koruma çerçeveleri hakkında öz-değerlendirme yapmaları için bir temel de oluştururlar. Yaygın ve hâkim “prensiplerde” genellikle bulunmayan bir detay seviyesi sağlayarak, İyi Uygulamalar, bir ülkenin tüketici koruma çerçevesinin uluslararası uygulamayla karşılaştırmalı değerlendirilmesi için – ve bu yolla, hangi gereksinimlerin karşılanması gerektiğinin tespit edilmesi için hassas ve sistemli bir metodoloji yaratırlar. Bununla birlikte, İyi Uygulamaların değeri, daha ziyade, sadece resmi makam ve otoriteler için değil, aynı zamanda finans sektörü kurumları ve dernekleri ve tüketici örgütleri için de somut öneri ve tavsiyeler sunmasından gelmektedir. O halde, her ülkede, reform uygulaması için bir yol haritası çizmek üzere gerekli yolu ve stratejik seçimleri belirlemek o ülkenin kendi otoriteleri, kurumları ve örgütlerine kalmaktadır ve uygulamanın detayları da tamamen o ülkeyle ilgili özelliklere bağlı olacaktır. Tablo 1’de gösterilen 18 ülkeden üç tanesinde, yapılan tanısal incelemeler, hukuki ve kurumsal kapasiteyi güçlendirmek için ülke-seviyesinde detaylı eylem planlarının ve uygulama programlarının geliştirilmesine yol açmıştır. Tanısal araçların tümü, devlet politikalarında, ulusal kanunlarda veya kurumsal yapılarda önemli değişikliklerle sonuçlanmışlardır.

Bununla birlikte, İyi Uygulamaların uygulaması, bir ülkenin gereksinim ve hedeflerine uyarlanmalıdır. Gereken uygun reformları yapma görevi zorunlu olarak ülkeye-özü bir bağlama sahip olmasına rağmen, temel fikirler evrenseldir ve evrensel uygulanır. Bu nedenle, bu temel fikirler, dünya çapında ülkelerin tüketici koruma stratejilerinin bir parçası olmalıdır. Sahra-Altı Afrika ülkelerinde olduğu gibi bazı düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde, düzenlenmiş finans sistemi, nüfusun yüzde 20’sinden daha azına ulaşmaktadır ve nüfusun kalan büyük çoğunluğu, hükümet regülasyonlarının kapsamı dışında kalan gayri resmi finans hizmeti sağlayıcılarına bel bağlamak zorunda kalmaktadır. Resmi finans hizmetlerinin yaygın kullanılmadığı ülkelerde, tüketici koruma regülasyonu ve denetimi, finans hizmetlerine erişimi artıran ve tüketicinin resmi finans sistemine olan güvenini güçlendiren yollarla ve tarzda tasarlanmalıdır. Ayrıca, bir dış kaynaktan gelen tavsiyelerin ülkenin ilgili kendi gereksinim ve hedeflerini karşılayan programlar uygulayan yerel “şampiyonlar” olmadan uygulanamayacağı da iyi bilinmektedir. Ek olarak, ülke eylem planlarının bu şampiyonların politik gücünü ve iradesini de dikkate alması gerekmektedir. Çoğu ülkede, en iyi çözüm yolu, aşamalı bir reform programı uygulamak olabilir. CGAP, örneğin, denetleme kapasitesinin düşük olduğu ülkelerde, bu aşamalandırmanın: (1) temel sorunların tespit edilmesi ve (2) hükümetin kurallar geliştirme ve kuralların ihlâli iddialarını araştırma ve bulma ve kuralları ihlâl ettiği tespit edilen finans kuruluşlarına yaptırım uygulama ehliyeti ve kapasitesinin değerlendirilmesi temellerine dayanması gerektiğini ileri sürmektedir¹⁴⁰. Reformların finans hizmetlerinin mevcudiyeti ve uygun fiyatlılığı üzerine yapması beklenen etkileri hakkında kaba bile olsa tahminler hazırlamak da faydalı olacaktır.

ULUSLARARASI TOPLUMUN GELECEKTE ÇALIŞMA YAPABİLECEĞİ ALANLAR:

İyi Uygulamalar, kaçınılmaz olarak, biraz daha geliştirilmelidir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, bireysel emeklilik sigortasına ve kredi raporlamaya ilişkin İyi Uygulamaların geliştirilmesini (diğer İyi Uygulamalarda gelecekte yapılacak revizyonlara ek olarak) içerecektir. Konut ipoteği aracılık yüklenimi hakkında da İyi Uygulamalar gereksinim vardır. Kredi kartlarına ilişkin tüketici koruma tartışmasını banka kartlarına ve peşin ödemeli kartlara da genişletmek faydalı olabilir. Özellikle, peşin ödemeli kartlara ve mobil para ürünlerine ilişkin hesapların kapatılması prosedürleri ve kullanılmayan bakiyeler üzerindeki hakların kaybedilmesi gibi spesifik sorunlar tartışılmalıdır. Ek olarak, İyi Uygulamalarda gelecekte yapılacak revizyonlarda, düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde veya finans sistemi denetim kaynaklarının özellikle sınırlı olduğu diğer ülkelerde başarılı yaklaşım örneklerinden ve mevcut taslak metinler hakkında toplanan görüşlerden istifade edilecektir. İyi Uygulamaların farklı tiplerdeki finans hizmetleri arasında tutarlılığını artırmaya ve farklı hizmetler arasındaki farkların sebeplerinin açıklanmasına özel bir dikkat gösterilebilir. İyi Uygulamalar; FinCoNet'in, Uluslararası Finansal Eğitim Ağı'nın, OECD Finansal Tüketici Koruması Görev Kuvveti'nin ve Dünya Bankası liderliğindeki tüketici ödeme aczi hakkında görev kuvvetinin çalışmaları da dahil devam etmekte olan uluslararası çalışmaların sonuçlarından da istifade edecektir. Aynı zamanda, özellikle ABD ve AB'de, finansal regülasyon ve denetimin geleceği hakkında (piyasa davranışları, yani tüketici koruma davranışları da dahil) devam eden aktif bir tartışma da vardır. Finansal regülasyon ve denetim hakkında yapılan tartışmanın nihai sonucu, İyi Uygulamalarda gelecekte yapılacak revizyonları önemli oranda etkileyecektir.

Temel tüketici koruma sorunları hakkında yeni araştırmalar da ortaya çıkıyor. Bunun örnekleri arasında, hem sigorta hem de menkul kıymetler ürünleri satanlar için ücret yapısının tüketicilere hangi ürünlerin satılacağına tespiti üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğu bulgusundan söz edilebilir. Gelecekte çıkartılacak bir İyi Uygulamada, mali danışmanlara (komisyon bazında değil) ücret bazında ödem yapılması önerilebilir¹⁴¹.

Düşük-gelir düzeyindeki ülkelerin spesifik gereksinimlerine odaklanan destekleyici raporlara da ihtiyaç vardır. Özellikle düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde, finansal hizmetlerden çok az istifade eden hanehalkı için hizmetlerin derinliğini artıran tedbirlere bakmak faydalı olacaktır. Bu, örneğin, tüm tüketicilere bir asgari-hizmetleri veren banka hesabı açtırma hakkının verilmesini de içerebilir; ancak tabii ki, böyle bir kanun hükmünün olası etkileri de analiz edilmelidir. Gelişmekte olan ülkelerin hemen hemen tümünde banka sigortacılığının (bazen "banka sigorta modeli" olarak da anılmaktadır) hızlı gelişmesinin analiz edilmesi de önem taşıyacaktır. Düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde yapılacak gelecek çalışmalar, sözlü ihtilâf çözümlene yolları gibi alternatif telafi mekanizmalarında örf ve âdet hukukunun kullanılması hakkında bir analizi de içerebilir.

Sivil toplumun rolünü artırma ve genişletme yollarına da gereken ilgi gösterilmelidir. (Sektör dernek ve birlikleri gibi) özyönetim örgütleri, tüketici koruma ve finansal eğitim konularında aktif olmalıdırlar. Tüketicuyu savunan örgütlerin ve diğer sivil toplum örgütlerinin finansal tüketici korumasını güçlendirmeyi hedefleyen programların etkin katılımcıları almalarını ve devam eden operasyonları için istikrarlı fonlama kaynaklarına erişim imkanına sahip olmalarını sağlamak amacıyla yönelik tedbirler de alınmalıdır. Finansal tüketici koruma programları bulunan ülkelerde, uluslararası toplum, sivil toplum aracılığı da dahil çeşitli yollarla teknik yardım ve eğitim sağlamalıdır.

Ülkelerde finansal tüketici koruma seviyelerini ölçmek için göstergeler geliştirmek de faydalı olacaktır. Bir ülkenin finansal tüketici koruma çerçevesinin bir enstantanesi olarak, finansal tüketici korumasına ilişkin hukuki, düzenleyici ve kurumsal çerçevelerin gelişim düzeyini özetleyen göstergeler, bir ülke-çapında analiz formu olarak faydalı olacaktır. Mevzuatın ve kurumsal yapıların analizine ek olarak, finansal okuryazarlık ve tüketici davranışları hakkında yapılan ulusal anket ve araştırmaların bulgularını ve tüketici finansal hizmetlerine ilişkin şikayetlerin seviye ve tiplerini de dikkate almak faydalı olabilir.

Düzenleyici otoritelere tavsiyeler arasında seçim yapmak için uygulanacak öncelikleri tanımlamalarında yardımcı olacak araçlar geliştirmek faydalı olacaktır. Ulusal hükümetler, genellikle, finansal tüketici ortamındaki zayıf noktaları tespit etmek ve bu ortamı geliştirmek ve iyileştirmek amacıyla gereken değişiklikleri tanımlamak için iyi donatılmışlardır. Bununla birlikte, tüm hükümetlerin kaynakları sınırlıdır. Bu nedenle, hükümetler pozitif etki yapma potansiyeli en iyi olan reformları seçmelerinde yardımcı olacak araçlara gereksinim vardır. Bu araçlar, finans sistemindeki değişikliklerin beklenen niteliği ve zamanlamasının kestirilmesine makul ölçüler içerisinde yardımcı olmak üzere, risk ve etki değerlendirmeleri hakkında analizler ve ayrıca, finans hizmeti firmaları için uyum maliyeti hakkında tahminler de dahil olmalıdır. Bu araçlar, ülkelere, kendi finansal tüketici koruma çerçevelerini kendileri değerlendirmek üzere hazırlanmalarında da yol gösterebilirler.

Araçlar, finansal tüketici koruma tedbirlerinin etkisi hakkında katı test ve ölçümleri de içermelidir. Finansal okuryazarlık ve tüketici davranışları hakkında yapılan hanehalkı anketleri, finansal tüketici reform programlarının etkisi ve etkinliğinin ölçülmesi için faydalı bir değerlendirme aracıdır. Önemli bir nokta da şudur: anketlerin amaçlarından biri de, resmi (formel) finansal hizmetlerin kullanımına duyulan tüketici güveni hakkında da sorular sormak olmalıdır. Bununla birlikte, tüketicilerin finansal ürün veya hizmetlere ilişkin bilgileri hangi oranda anladıkları da, tüketici bilişsel testleri ve kullanılabilirlik testleri yoluyla incelenmeli ve değerlendirilmelidir – ve bu değerlendirmenin bulguları, tüketicilere yapılacak açıklamaların tasarlanması aşamasında kullanılmalıdır¹⁴². ABD’de, Federal Merkez Bankası, ifşa hakkında detaylı yönetmelikler yayımlamadan önce kredi kartı bilgilerinin zorunlu ifşası konusunda kapsamlı testler yapmıştır. Düşük-gelir düzeyindeki ülkeler ve finansal okuryazarlığın düşük seviyede olduğu ülkeler de dahil başka ülkelerde de benzer testler yapmak faydalı olacaktır. Hanehalkı anketlerine ve gizli müşteri araştırmalarına ek olarak, etnografik araştırma araçları da dahil başka kantitatif ve kalitatif değerlendirme tekniklerini düşünmek de faydalı olabilir. Finansal eğitimi özel sektör finans kuruluşları ve kitle iletişim araçları kanalıyla vermek de dahil farklı yaklaşımların denenmesi de faydalı olabilir¹⁴³. Bununla birlikte, finansal eğitim vermek için deneysel yöntemler kullanmanın etkisi, mümkünse, randomize kontrollü deneyler de dahil çeşitli yollarla ölçülmeli ve değerlendirilmelidir. Ayrıca, farklı ürün ve hizmetlerle ilgili reformların nihai etkisi hakkında tüketici araştırmaları ve testleri de özellikle yararlı olacaktır. Yenilikçilik, özellikle düşük-gelir düzeyindeki ülkelerde finansal hizmetlerin sunumunda yeni yaklaşımların bulunmasını sağlayabilir ve araştırmalar, yeni finansal ürün ve hizmetler kullanmanın tüketicilere sunduğu faydaların ve tüketiciler açısından yarattığı risklerin tespiti ve tanımlanmasına da yardımcı olacaktır.

DİPNOTLAR

- (1) Tüketici koruma regülasyonu/denetimi, sıklıkla, “piyasa davranışları” regülasyonu / denetimi ya da “iş davranışları” regülasyonu / denetimi olarak da adlandırılmaktadır.
- (2) G20 Tebliği: Maliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanları Toplantısı, Paris, 18-19 Şubat 2011. http://www.g20.org/Documents2011/02/COMMUNIQUE-G20_MGM%20_18-19_February_2011.pdf adresinden temin edilebilir.
- (3) Maliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanları – Yirmiler Grubu (G20), sistemik açıdan önemli sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkeleri global ekonominin temel sorunlarını tartışmak üzere bir araya getirmek amacıyla 1999 yılında kurulmuştur. G20; 19 ülkenin (Arjantin, Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Japonya, Meksika, Rusya, Suudi Arabistan, Güney Afrika, Kore Cumhuriyeti, Türkiye, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri) Maliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanlarından ve dönüşümlü Konsey başkanlığı ve Avrupa Merkez Bankası tarafından temsil edilen Avrupa Birliği’nden oluşmaktadır. Dünya Bankası; G20 Üst Seviye Prensiplerinin ve FSB tüketici finansman koruması raporunun hazırlanması sürecinde hem OECD hem de FSB istişari danışma gruplarına katılmıştır.
- (4) <http://www.oecd.org/dataoecd/58/26/48892010.pdf> adresine bakınız.
- (5) Eylül 2009 G20 zirvesinde, liderler, uluslararası finansal düzenleyici sistemin güçlendirilmesi gerektiğini not ettiler: “Tüketicileri, mudileri ve yatırımcıları kötücül piyasa uygulamalarına karşı korumak; yüksek kalite standartlarını teşvik etmek ve dünyanın gördüğümüz kapsamda bir krizle daha karşılaşmamasının sağlanmasına yardımcı olmak amaçlarıyla daha yapılması gereken çok şey vardır. Ulusal otoritelerimizin global standartları bir eşit rekabet ortamı sağlayacak ve pazarların parçalanması, korumacılık ve düzenleyici arbitrajdan kaçınacak bir biçimde ve tutarlı ve istikrarlı bir tarzda uygulamalarını sağlamak için, ulusal ve uluslararası seviyelerde standartları birlikte yükseltmek amacına yönelik tedbirler almaya kararlıyız.” (G20 Liderleri Beyanı: Pittsburgh A.B.D. Zirvesi, 24-25 Eylül 2009.) Kasım 2010’da, G20 zirvesi “FSB’den (Finansal İstikrar Kurulu), ifşa, saydamlık ve eğitimi; sahtekârlık, suiistimal ve hatalardan korunmayı ve rücu ve savunmayı içeren bilgiye dayalı seçimler yoluyla tüketici finansmanı korumasını geliştirme seçeneklerini araştırmak ve gelecek zirveye kadar rapor etmek amacıyla OECD ile ve diğer uluslararası örgütlerle birlikte çalışmasını istedi.” (G20 Seul, Kore Cumhuriyeti, Zirve Liderleri Beyanı, 11-12 Kasım 2010.) Daha fazla bilgi için, http://wwwb.g20.org/pub_communiques.aspx adresine bakınız.
- (6) http://www.financialstabilityboard.org/publications/r_111026a.pdf adresine bakınız.
- (7) Referanslar bölümü, finansal eğitimle ve finansal tüketici korumasıyla ilgili OECD raporları, resmi dokümanları ve politika tekliflerinin kısmi bir listesini içermektedir. Finansal eğitime ve tüketici korumasına ilişkin OECD atölye çalışmaları ve raporları hakkında bir tartışma için http://www.oecd.org/departement/0,3355,en_2649_15251491_1_1_1_1,00.html adresine de bakınız.

- (8) <http://dx.doi.org/10.1787/5k9bvwt7xmn-en> adresinde bulunan Grifoni ve Messy (2012) referansına bakınız.
- (9) http://ec.europa.eu/consumers/rights/fin_serv_en.htm adresine bakınız.
- (10) <http://eiopa.europa.eu/en/newsletters/news-alerts/eiopa-launches-consultation-on-guidelines-on-complaints-handling-by-insurance-undertakings/index.html> adresine bakınız.
- (11) Örneğin, Karaipler'deki (<http://www.iadb.org/en/projects/project,1303.html?id=RG-M1062>), Ekvator'daki (<http://www.iadb.org/en/projects/project,1303.html?id=EC-M1049>), Guatemala'daki (<http://www.iadb.org/en/projects/project,1303.html?id=GU-M1034>) ve Honduras'daki (<http://www.iadb.org/en/projects/project,1303.html?id=HO-M1027>) örnek projelere bakınız.
- (12) Teknik açıdan bakarsak, finansal okuryazarlık kavramı tüketici finansmanını kullanmakla ilgili becerilere atıf yaparken, finansal kabiliyet kavramı sadece becerileri değil, aynı zamanda tavır ve davranışları da içerir. Bununla birlikte, yaygın olarak bu terimler birbirlerinin yerine de kullanılabilir. Bu, bu raporda da kullanılan yaklaşımdır.
- (13) [http://www.ifc.org/ifcext/gfm.nsf/AttachmentsByTitle/Responsible+Finance+Report/\\$FILE/ResponsibleFinanceReport.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/gfm.nsf/AttachmentsByTitle/Responsible+Finance+Report/$FILE/ResponsibleFinanceReport.pdf) adresine bakınız.
- (14) http://www.afi-global.org/sites/default/files/mayadeclaration_30sep2011.pdf?op=Download adresine bakınız.
- (15) Consumers International'ın www.consumersinternational.org/media/669348/cifinancialreport2011.pdf adresinde bulunan Mart 2011 tarihli *Finansal Hizmetlerde Güvenli, Adil ve Rekabetçi Pazarlar: Finansal Hizmetlerde Tüketici Korumasının Geliştirilmesi Hakkında G20 İçin Tavsiyeler* isimli raporuna bakınız.
- (16) ISO/COPOLCO, Mayıs 2012'de yaptığı genel toplantısında finansal hizmetler, mobil finansal hizmet sunumu ve uluslararası havaleler hakkında tüketici bilgilerin standardizasyonu konusunu tartıştı. http://www.iso.org/sites/eNewsletters/COPOLCO/ISO-COPOLCO_enews_010.html adresine bakınız.
- (17) <http://www.financial-education.org> adresine bakınız.
- (18) Consumers International'ın <http://www.consumersinternational.org/news-and-media/publications/financial-education-counselling-counsellor%27s-handbook> adresinde bulunan Ocak 2012 tarihli *Finansal Eğitim Danışmanlığı – Danışman'ın Elkitabı* dokümanına bakınız.
- (19) <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALPROTECTI ON/0,,contentMDKb22079158-menuPK:6963602-pagePK:210058-piPKB210062-theSitePK:282637,00.html> adresine bakınız.

- (20) Tanısal incelemeler, hanehalkı anket raporları, eylem planları ve yaygınlaştırma seminerlerinin materyalleri, <http://www.worldbank.org/consumerprotection> adresinden temin edilebilir.
- (21) 18 ülke şunlardı: Ermenistan, Azerbaycan, Bosna Hersek, Bulgaristan, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Kazakistan, Letonya, Litvanya, Malawi, Mozambik, Nikaragua, Romanya, Rusya Federasyonu, Slovakya, Güney Afrika, Tacikistan ve Ukrayna.
- (22) http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2012/04/19/000158349_20120419083611/Rendered/PDF/WPS6025.pdf adresinden temin edilebilecek olan, Global Finansal Tabana Yayılma Veri Tabanında (Global Findex) Demirgüç-Kunt ve Klapper (2012) referansına bakınız.
- (23) Kredi Raporlaması Hakkında Ek II'ye bakınız.
- (24) Kalkınma Ekonomisi Grubu, finansal eğitim hakkında, <http://econ.worldbank.org> adresinden temin edilebilecek bir araştırma yapmıştır. İnsan Geliştirme Departmanı, Rusya Federasyonu'ndan alınan 15 milyon \$'lık Finansal Okuryazarlık ve Finansal Eğitim Fonunu yönetmekten sorumludur. Fonun 3,2 milyon \$'lık kısmı OECD tarafından yönetilmektedir. Bu Fon, iki gelişme alanını finanse etmektedir: (1) düşük-gelir düzeyindeki toplum ve kesimlerde finansal okuryazarlık seviyelerini ölçen bir enstrüman ve (2) bu toplum ve kesimlerde uygulanan finansal eğitim ve kabiliyet programlarının sonuçlarını değerlendiren bir metodoloji. Ek olarak, Dünya Bankası, Finansal Okuryazarlık ve Finansal Eğitim için Rusya Federasyonu'na 25 milyon \$ kredi de açmıştır. Bu konuda ek bilgiler <http://www.worldbank.org/consumerprotection> adresinden temin edilebilir. WBG'nin faaliyetlerine ilişkin düzenli raporlar ise <http://www/worldbank.org/consumerprotection> adresinden alınabilir.
- (25) Mikrofinans hakkında CGAP kaynakları için, <http://www.cgap.org/p/site/c/about> adresine bakınız. CGAP, altı ülkeye ilişkin tüketici koruma raporları ve tüketici koruma hakkında politika notları yayımlamıştır. <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.11.6053/> adresine bakınız. ACCION International ile birlikte, CGAP, mikrofinans alanında müşterilerin korunması için Akıllı Kampanyayı geliştirmiştir. Bu Kampanya, mikrofinans kuruluşları tarafından sertifikasyon ve öz-değerlendirmeler için bir prensipler dizisi ve bir programlar dizisi içermektedir. <http://www.smartcampaign.org> adresine bakınız. Ek olarak, 2011 yılında, CGAP, G20 Finansal Taban Yayılma Global Ortaklığı için "Fakirler İçin Finansal Taban Yayılma ve Global Standardizasyon Kuruluşları" hakkında Beyaz Rapor da hazırlamıştır. http://www.cgap.org/gm/document-1.9.55147/CGAP_WhitePaper_Global_Standard_Setting_Bodies.pdf adresine bakınız.
- (26) <http://siteresources.worldbank.org/INTECAREGOPPRVSECDEV/Resources/GoodPractices?August2010.pdf> adresinde Rutledge, Annamalia, Lester ve Symonds (2010) referansına bakınız.
- (27) Örneğin, Uluslararası Standartlar ve İyi Uygulamalar – Basel Temel Prensipler, BIS Zayıf Bankalarla İlişkiler Hakkında Denetleme Kılavuzu, BIS Etkin Mevduat Sigortası Sistemleri İçin Temel Prensipler, BIS Bankacılık Kuruluşları İçin Kurumsal Yönetişimi Güçlendirmek, Dünya Bankası Uluslararası Havale Hizmetlerine İlişkin Genel Prensipler, Dünya Bankası Kredi Raporlaması Hakkında Genel Prensipler ve

IMF – Banka Ödeme Aczine İlişkin Hukuki, Kurumsal ve Düzenleyici Çerçeveselere Genel Bakış kaynaklarına bakınız.

- (28) OECD Forumu, *Globalleşmeyi Dengelemek, 22-23 Mayıs 2006, Paris’e ve Finansal Tüketici Koruması ve Eğitimi Hakkında Uluslararası Forumu da* bakınız.
- (29) Bankacılık uygulama standartlarının örnekleri olarak, <https://www.fnb.co.za/legallinks/legal.cobp.html> adresine ve <http://www.bankers.asn.au/Default.aspx?ArticleID=446> adresine bakınız.
- (30) Bir genel bakış için, http://ec.europa.eu/consumers/cons_org/associations/index_en.htm adresine bakınız.
- (31) Basel Temel Prensipleri 18: *Finansal hizmetlerin kötüye kullanılması. Denetçiler, bankaların finans sisteminde yüksek etik ve mesleki standartları teşvik eden ve bankanın bilerek veya bilmeden suç eylemleri için kullanılmasına engel olan katı “müşterini-tanı” prensipleri de dahil yeterli politikaları ve süreçlerinin bulunduğundan emin olmalıdırlar.*
- (32) http://www.fatf-gafi.org/document/28/0,3343,en_32250379_32236930_33658140_1_1_1,00.html adresine ve http://www.fatf-gafi.org/document/9/0,3343,en_32250379_32236920_34032073_1_1_1,00.html adresine bakınız.
- (33) FSA’nın <http://www.moneyadvice.service.org-uk/yourmoney/> adresindeki Para Tavsiye Hizmeti websitesine bakınız.
- (34) http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/fina_serv/cons_directive/cons_cred1a_en.pdf adresine bakınız.
- (35) Avrupa Politika Araştırmaları Merkezi ve Van Dijk Management Consultants’ın http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2010/tying/report_en.pdf adresinde bulunan “*Perakende Finansal Hizmetler Sektöründe Bağlayıcı Şartlar ve Diğer Adil Olmayan Ticari Uygulamalar*” isimli raporuna bakınız.
- (36) <http://www.fdic.gov/regulations/laws/rules/6500-1360.html#fdic6500appendixgtopart226new> adresine bakınız.
- (37) <http://www.sbs.gov.pe> adresinde bulunan, Ocak 2010’da değiştirilmiş olan, 1765-2005 sayılı Yönetmeliğe bakınız.
- (38) Gana Merkez Bankası’nın <http://www.bog.gov.gh/privatecontent/IDPS/banking%20and%20financial%20laws%20of%20ghana%202006%20-%202008.pdf> adresinde bulunan Borçlular ve Kredi Verenler Kanunu, Kanun No. 773 / 2008’e bakınız.
- (39) Güney Afrikalıların yaklaşık %25’i Zulu dili, %18’i Xhosa dili ve %13’ü Afrikaan dili konuşmaktadırlar.
- (40) <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/bcreg/20070523a.htm> adresindeki detaylara bakınız.

- (41) <https://www.fnb.co.za/downloads/legal/COBP071105.pdf> adresine, <http://www.bankers.asn.au/Default.aspx?ArticleID=446> adresine ve <https://www.fnb.co.za/legallinks/legal/cobp.html> adresine bakınız.
- (42) Dünya Bankası Grubu, Finans ve Özel Sektör Geliştirme Başkan Yardımcılığı, Ödeme Sistemleri Geliştirme Grubu'nun *Dünya Ödeme Sistemleri: Bir Enstantane. Global Ödeme Sistemleri Araştırması 2008'in Sonuçları* raporu, 2008'e bakınız.
- (43) <http://www.bis.org/press/p070123.htm> adresine bakınız.
- (44) <http://www.bis.org/publ/cps101.htm> adresine bakınız.
- (45) <http://www.bis.org/press/p060109a.htm> adresine bakınız.
- (46) <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTFINANCIALSECTOR/0,,contentMDK:23196436-pagePK:148956-piPK:216618-theSitePK:282885,00.html> adresine bakınız.
- (47) Özellikle Amerika Birleşik Devletleri / Kredi Kartı Kanunu, 2009 ve Yönetmelik Z (Kredilendirmede Doğruluk) kapsamında öngörülen tedbirler.
- (48) Alacak tahsilatlarına ilişkin uygulamalara global bir genel bakış için, <http://smartlessonsz.ifc.org/uploads/documents/IFC%20Ethical%20collections%20-%20White%20paper%20Final.pdf> adresinden temin edilebilecek Ağustos 2009 tarihli *Sorumlu ve Etik Tahsilatlarda Global Uygulamalar, IFC Çalışma Raporu*'na bakınız.
- (49) Bazı ülkelerde, bireysel iflas da “ödeme aczi” terimiyle anılmaktadır.
- (50) http://siteresources.worldbank.org/EXTGILD/Resources/WB_TF_2011_Consumer_Insolvency.pdf adresinden temin edilebilecek Dünya Bankası “*Gerçek Kişilerin Ödeme Aczinde Yapılacak Uygulamalar Hakkında Rapor, Gerçek Kişilerin Ödeme Aczinde Yapılacak Uygulamalar Çalışma Grubu (yayımlanacak) ve Susan Block-Lieb, Gerçek Kişilerin Ödeme Aczinde En İyi Uygulamalar, Dünya Bankası Ödeme Aczi ve Alacaklı/Borçlu Rejimleri Görev Kuvveti Toplantıları, Raportör'ün Sinopsisi, Ocak 2011*’e bakınız.
- (51) http://www.apec.org/apec/documents_reports/finance_ministers_process/2004.html adresine bakınız.
- (52) OECD, *Finansal Okuryazarlığı Artırmak: Sorunların Analizi ve Politikalar*, Eylül 2005’e bakınız.
- (53) Avrupa Komisyonu, *Finansal Eğitim Hakkında Bildirim*, 2007’ye bakınız.
- (54) Bu tanım (ki burada biraz değiştirilmiştir), İngiltere Finansal Hizmetler Otoritesi’nin web sitesinde kullanılmaktadır.
- (55) OECD – ABD Hazinesi *Finansal Eğitim Hakkında Uluslararası Konferans, Washington DC, 7-8 Mayıs 2008 Tutanakları, Cilt II’de yayımlanan Shaun Mundy,*

Okullarda Finansal Eğitim: Seçilmiş Güncel Programların ve Literatürün Analizi – İyi Uygulamalar İçin Taslak Tavsiyeler raporuna bakınız.

- (56) <http://www.moneyadeclear.fsa.gov.uk> adresine bakınız.
- (57) <http://www.moneyadeclear.fsa.gov.uk/publications> adresine bakınız.
- (58) http://www.moneyadeclear.fsa.gov.uk/tools/compare_products.html adresine bakınız
- (59) Dünya Bankası'nın yönettiği <http://remittanceprices.worldbank.org> adresine ve <http://sendmoneyafrica.worldbank.org> adresine bakınız. (Orta Amerika ile ilgili) <http://148.245.102.209/enviacentroamerica> adresine ve Avustralya/Yeni Zelanda, İtalya ve Norveç'in ulusal veritabanlarına da bakınız.
- (60) Avrupa Komisyonu, Rekabet Genel Müdürlüğü, *Perakende Bankacılık Sektörü Anketi Hakkında Rapor, Komisyon Personel Çalışma Dokümanı, SEC(2007) 106, 31 Ocak 2007*'ye bakınız.
- (61) Bu bölümde kullanılan “menkul kıymet” terimi, emtiayla bağlantılı menkul kıymetler de dahil menkul kıymetler türev enstrümanlarını da kapsar. Bir ülkede perakende satıcılara tezgah-üstü (OTC) türev enstrümanların veya kambiyo türev enstrümanlarının satılmasına izin verildiği takdirde, bu madde amaçlarıyla, sayılan enstrümanlar da “menkul kıymet” terimi kapsamı içine girecektir. Bu bölüm, niteliği itibarıyla finansal olmayan emtia türev enstrümanlarını kapsamaz.
- (62) Bu bölüm amaçlarıyla, bir kolektif yatırım işletmesi (CIU), finansal enstrümanlara yatırım yapmak amacıyla halktan para veya başka varlıklar toplayan bir tüzel kişi anlamına gelir. Ülkelere bağlı olarak, CIU'ların çeşitli farklı hukuki formları ve isimleri bulunabilir.
- (63) “Müşterini Tanı”, bağlama göre farklı anlamlar taşır. İlk başta menkul kıymetler sektöründe geliştirilen bu terim, aracı kuruluşun müşterinin sofistikasyonu, deneyimi, risk alma iştahı ve mali durumu hakkında müşteriden bilgi almak için olumlu adımlar atma görevine atıf yapar. Müşteri bu bilgileri vermeyi reddedebilir. Bu durumda, aracı kurum, o müşteriyle çalışmamayı tercih edebilir ya da spesifik yatırımların uygunluğu konusunda müşteriye tavsiyelerde bulunabilmek için elinde yeterli bilgi bulunmadığı konusunda müşteriyi uyarabilir.
- (64) FSA, tüketici koruma rolünü büyük oranda yeni bir Tüketici Koruma ve Pazarlar Otoritesi'ne devredecektir.
- (65) Örneğin, New Jersey Bankacılık ve Sigorta Departmanı, Sigorta Bölümü – Tüketici Koruma Hizmetleri, <http://www.nj.gov/dobi/enfcon.htm> adresine bakınız.
- (66) Avustralya Finansal Ombudsman Hizmeti, http://www.fos.org.au/centric/home_page.jsp adresine bakınız.
- (67) http://eu.europa.eu/consumers/cons_org/associations/index_en.htm adresine bakınız.

- (68) Alt-grubun web sitesi, http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/fscg/index_en.htm adresinde bulunabilir.
- (69) <http://www.consumersinternational.org/Templates/Internal.asp?NodeID=97533> adresine bakınız.
- (70) Bakker ve Gross (2004) referansına bakınız.
- (71) <http://www.insurance-canada.ca/index.pdp> adresine bakınız.
- (72) Örneğin, http://www.fsa.gov.uk/pubs/cp/cp06_19.pdf adresinde bulunan FSA Bölüm 14, *İş Davranışları Regülasyonunda Reform, Danışma Raporu, Ekim 2006*'ya bakınız.
- (73) http://www.fsa.gov.uk/smallfirms/your_firm_type/credit/library/jargon.shtml adresine bakınız.
- (74) Rekaitti ve Van der Bergh (2004) referansına bakınız.
- (75) <http://www.asic.gov.au/fido/fido.nsf/byheadline/Cooling+off+rights?openDocument> adresine bakınız.
- (76) <http://www.moneymadeclear.fsa.gov.uk/home.html> adresine bakınız.
- (77) http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/icob_forms?icob4_annex1.pdf adresine bakınız.
- (78) Tazminat tasfiye üçgenleri, genellikle, bir zarar vuku bulduktan sonra tazminat taleplerinin tam kapsamı ve tutarının bilinmesinin biraz zaman alabileceği durumlarda (özellikle hayat-dışı sigortalarda) ortaya çıkar.
- (79) Doküman, FTC'nin web sitesinden indirilebilir: <http://www.fic.gov/os/2002/05/67fr:36585.pdf>
- (80) <http://www.networkfso.org/Links.html>
- (81) http://www.fos.org.au/centric/home_page.jsp
- (82) Finansal kiralama, mesleki amaçlar dışında amaçlarla (örneğin, tüketim amacıyla) doğrudan doğruya özel kişilere sunulmasına izin verildiği takdirde İyi Uygulamalar kapsamı içinde yer alır.
- (83) Bir genel bakış için, http://ec.europa.eu/consumers/cons_org/associations/index_en.htm adresine bakınız.
- (84) http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/fscg/index_en.htm adresine bakınız.
- (85) <http://www.consumersinternational.org/Templates/Internal.asp?NodeID=97533> adresine bakınız.

- (86) FATF, Basel Komitesi'nin Bankalar İçin Müşteri Detaylı Teknik İncelemesi raporunda açıklanan prensiplerin duruma göre başka finans kuruluşlarına uygulanabileceğine de işaret etmektedir.
- (87) Garantörler hariçtir.
- (88) Bakker ve Gross (2004) referansına bakınız.
- (89) http://www.cgap.org/gm/document-1.9.2785/Guideline_disclosure.pdf adresine bakınız.
- (90) Özellikle, Amerika Birleşik Devletleri – Kredi Kartı Kanunu, 2009 ve Yönetmelik Z' de (Kredilendirmede Doğruluk) açıklanan tedbirler.
- (91) <http://www.ftc.gov/os/2002/05/67fr36585.pdf> adresine bakınız.
- (92) Uluslararası Emeklilik Denetçileri Örgütü (IOPS) de birkaç yıldır mevcuttur. Avrupa Birliği'nin işyeri bazlı emeklilik düzenlemelerini kapsayan bir Direktifi vardır, fakat bireysel hesaplarla ilgili bir Direktifi yoktur. IOPS/OECD de, bazı geniş denetleyici kılavuzlar yayımlamış bulunmaktadır. ABD'nin ERISA kuralları ve bağlantılı denetleme yapıları vardır.
- (93) Bir ikinci yapısal blok planı, normalde, sağkalana önceden tanımlanmış faydaların sağlandığı bir plan kapsamında oluşturulan bir işveren-fonlamalı ek emeklilik sigortası düzenlemesidir.
- (94) Ücret ve komisyonlar, özellikle ihtilâflı bir konudur, çünkü çoğu normalde başka kılıklar içindedir ve ücretlendirme bazının (yani, yönetilen varlıklar üzerinden mi yoksa ödenen katkı payları üzerinden mi) emeklilik tarihine kadar birikecek tutar üzerinde çok büyük bir etkisi olabilir.
- (95) <http://www.whcri.org> adresine bakınız.
- (96) Proje, Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) ile birlikte Dünya Bankası tarafından yürütülmektedir.
- (97) International Finance Corporation, *Kredi Bürosu Bilgi Kılavuzu*, 2006.
- (98) http://siteresources.worldbank.org/FINANCIALSECTOR/Resources/Credit_Reporting_text.pdf adresine bakınız.
- (99) http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/credit/history_en.htm adresine bakınız.
- (100) Örneğin, Jentzsch, N. *Finansal Mahremiyet – Kredi Raporlama Sistemleri Arasında Bir Uluslararası Karşılaştırma*, 2007'ye bakınız. Jentzsch, örneklem grubundaki ülkelerin 80 tanesinde anayasal mahremiyet koruma maddeleri bulunduğunu, 35 tanesinde genel veri koruma kanunlarının bulunduğunu, 7 tanesinde kredi raporlama kanunlarının bulunduğunu, 6 tanesinde yasal standartların bulunduğunu ve 22 tanesinde sektör davranış kurallarının bulunduğunu tespit etti.

- (101) Miller (2003) referansına da bakınız.
- (102) Örneğin, ABD Adil Kredi Raporlama Kanunu (1970) ve Tüketici Raporlama İstihdam Açıklama Kanunu (1998).
- (103) http://siteresources.worldbank.org/INTGILD/Resources/ICRPrinciples_Jan2011.pdf adresine bakınız.
- (104) Bellman, Johnson ve Lohse (2001) referansına bakınız.
- (105) Taylor (2004) referansına bakınız.
- (106) “Risk-bazlı fiyatlandırma bildirimleri”, Adil ve Doğru Kredi İşlemleri Kanunu, 2003, Madde 311(a)’ya ve bu Kanun’un düzeltilmesi için önerilen kural bildirimine (Adil Kredi Raporlama Risk-Bazlı Fiyatlandırma Yönetmelikleri, 2008) bakınız.
- (107) Rutledge (2010) referansına bakınız.
- (108) Dünya Bankası, *Göçmenlik ve Havaleler Gerçekler Kitabı 2011*, Kasım 2010.
- (109) Fardoust, Kim ve Sepulveda (2011). Firma büyümesi konusuna link için Demirgüç-Kunt ve Maksimovic’e (1998); gelir eşitsizliği üzerindeki etki konusunda Beck, Demirgüç-Kunt ve Levine’e (2007); tüketim düzeltme konusunda Menon’a (2004) ve geçiş ülkelerinde finans sistemi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki konusunda Koivu’ya (2002) da bakınız.
- (110) CGAP, *Dünyanın Yoksulları İçin Finansal Erişimi Artırmak: 2011 Yıllık Raporu*, 2012.
- (111) Uluslararası Para Fonu’nun Bağımsız Değerlendirme Ofisi, *Finansal ve Ekonomik Krize Doğru Gidişte IMF Performansı: IMF Gözetimi 2004-2007*, 10 Ocak 2011.
- (112) Kaliforniya Bütçe Raporu, “2008 Kilidi: Konut Patlaması ve Ötesi”, 2008. ABD’de yüksek faizli konut ipotek kredisi borçlularının hemen hemen yarısının, daha düşük maliyetli standart banka ipotek kredileri alma hakkına sahip olmak için yeterli kredi puanları vardı. ABD Federal Merkez Bankası Başkanı Edward M. Gramlich’in Finans Hizmetleri Yuvarlak Masası Yıllık Konut Politikası Toplantısı, Şikago, Illinois, 21 Mayıs 2004’de yaptığı konuşmaya da bakınız.
- (113) Federal Mevduat Sigortası Kurumu Başkanı Sheila C. Bair’in ABD Senatosu Bankacılık, Konut ve Kentsel İşler Komitesi huzurunda 19 Mart 2009 tarihinde Banka Denetimi ve Regülasyonunu Modernize Etmek konusunda yaptığı konuşmadan: “Mevcut krizin de gösterdiği gibi, genellikle opak olan pazarlama ve ifşa uygulamaları ile birlikte karmaşıklığı giderek artan finansal ürünler, sadece tüketiciler için değil, aynı zamanda kurumlar ve yatırımcılar için de problemlere yol açmaktadır.”
- (114) Amerika Birleşik Devletleri Federal Mevduat Sigortası Kurumu Başkan Yardımcısı Martin J. Gruenberg’in Dünya Bankası Grubu – Tüketici Koruma ve Finansal Okuryazarlık Global Semineri, Washington, D.C., Eylül 2008’de yaptığı konuşma.

- (115) Mobil bankacılık sorunları hakkında McKay ve Pickens (2010) referansında ek bilgi ve görüşler bulunabilir.
- (116) <http://www.afi-global.net/dev/policy-areas-consumer-protection.htm> adresindeki Finansal Taban Yayılma İttifakı, Tüketici Koruma referansına bakınız. Tüketici koruma ve finansal okuryazarlık da, yaratıcı finansal tabana yayılmanın dokuz prensibinden biri olarak sayılmıştır. http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.44743/Innovative_Financial_Inclusion.pdf adresine bakınız.
- (117) “Kötü satış” kavramı,. genellikle, bir firma tarafından müşteriye bir tavsiye yapılmış olsun ya da olmasın, firmanın o müşteriye onun için uygun olmayan bir ürünü satması anlamına gelir.
- (118) Basel Bankacılık Denetleme Komitesi, Uluslararası Menkul Kıymet Komisyonları Örgütü ve Uluslararası Sigorta Denetçileri Birliği Müşterek Forumu, “Finansal ürün ve hizmetlerin perakende satışında müşterinin uygunluğu”, Nisan 2008
- (119) Finansal Yenilikler Araştırma Merkezi, *Mikrofinans Ayıpları 2011: Mikrofinans riskine ilişkin CSFI araştırması: Peri tozu içinde kaybolmak*, Şubat 2011
- (120) Skandallar hakkında ek bilgiler için, Basel Bankacılık Denetim Komitesi ve diğerleri Müşterek Forumunun Nisan 2008 raporundaki Vaka Etütlerine bakınız.
- (121) <http://microfinanceafrica.net/tag/microfinance-in-andhra-pradesh/> ve <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35379430> adreslerine bakınız.
- (122) Teknik açıdan bakılırsa, asimetrik bilgiler iki temel problem yaratmaktadır: ters seçim ve moral tehlike. Ters seçime “limon problemi” de denilir. Akademik literatüre göre, kredi verenlerin veya müstakbel araba alıcılarının elinde eksik ve yanlış bilgiler bulunduğu, geri ödeme ihtimali zayıf olan borçlular veya düşük-kaliteli araba satıcıları (“limonlar”) diğer herkesi pazardan dışarı iterler. Akerlof’un yaratıcı makalesine bakınız (Akerlof (1970)). Bu, borçluların iyi-bilgilendirilmiş ve akıllı finansal kararlar alabilmek için yeterli bilgiye sahip olmamalarından farklı bir sorundur.
- (123) PBS NewsHour, Üniversite Öğrencilerinin Globalleşmeyle İlgili Deneyimleri, 1 Haziran 2007.
- (124) Örneğin, Peru bankacılık, sigorta ve özel emeklilik fonları denetim otoritesi, web sitesinde, farklı kurumların tekliflerini (ve izin verilen ve yasaklanan sözleşme koşullarını içeren bir veritabanını) yayımlamaktadır. http://www.sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0cPFL=0cJER=152, http://www.sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0cPFL=1c/JER=980, http://www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/regu_clausulas_sbs/clausulas_prohibidas_SBS.doc adreslerine bakınız. Dünya Bankası Ödeme Sistemleri Geliştirme Grubu’nun yönettiği dünya havale fiyatları veritabanına da bakınız. <http://remittanceprices.worldbank.org> adresindedir.
- (125) Armstrong (2008) referansına bakınız.

- (126) Federal Merkez Bankası Başkanı Ben S. Bernanke'nin Federal Rezerv Sisteminin Altıncı Bienal Topluluk İşleri Araştırma Konferansı, Washington, D.C., 17 Nisan 2009'da yaptığı *Finansal Yenilikçilik ve Tüketici Koruma* konuşması.
- (127) Nier (2009) referansına bakınız.
- (128) Rajan (2005), aracı kurumlar ve finansal işlemlerin çeşitliliğini artırmanın faydalarına işaret etti ve bunun, risk paylaşımını geliştirdiğini, sermayeye erişimi artırdığını ve piyasada ifade edilen görüşlerin çeşitliliğini artırdığını söyledi. Bununla birlikte, her türlü aracılığın yatırımcı ile yatırım arasında ayrı bir yönetim tabakası oluşturduğunu da belirtti. Buradaki temel sorun, yöneticilere sunulan teşviklerin yatırımcıların teşvikleriyle uyumlu olup olmadığı sorunudur. Bu teşvikler arasında uyumsuzluk olduğunda, yüksek maliyetli finansal çöküş ve gerileme olması riski daha fazladır. Nier (2009) de, konut ipotek kredisi finansmanının yarat-onayla-dağıt modelindeki zayıf noktalara işaret etmektedir. Nier, ipotek aracıları ve derecelendirme kuruluşları açısından, ihtiyatlı regülasyonun yeterli olmadığını not etmektedir. Bunun yerine, gereken şey, iş davranışları regülasyonudur.
- (129) Brown, Garino, Taylor ve Price (2004) ve Weinstein (1980) referanslarına bakınız.
- (130) Mandell (2004) referansına bakınız. ANZ Bankacılık Grubu, *Avustralya'da Yetişkin Finansal Okuryazarlığı Hakkında ANZ Araştırması*, Melbourne (2003)'e de bakınız.
- (131) Loewenstein, O'Donoghue ve Rabin (2003) referansına bakınız.
- (132) Rutledge (2010) referansına bakınız.
- (133) Ayrıca, Rusya'da yapılan son araştırmanın da gösterdiği gibi, kuvvetli finansal okuryazarlık, tüketicilerin finansal krizlere atlatmalarına yardımcı olabilir. Klaper, Lusardi ve Panos (2011) referansına bakınız.
- (134) Finansal eğitim hakkındaki güncel çalışmaların yeni bir özeti için, Deb ve Kubzansky (2012) referansına bakınız.
- (135) Finansal eğitimin ABD'de sınırlı etkinliği hakkında yapılan akademik araştırmaların bir özeti için, Cole ve Shastry (2007) referansına bakınız. Diğer analizler daha da ileri gitmekte ve finansal eğitimin tüketici karar alma sürecini iyileştiremediğini ve tüketicide aşırı güven oluşturarak tüketiciye zararlı bile olabileceğini ileri sürmektedir. Willis (2008) referansına bakınız.
- (136) Rusya Finansal Okuryazarlık ve Finansal Eğitim Fonu'nun finanse ettiği araştırma da dahil, finansal eğitim hakkında devam eden çalışmalardan ek görüş ve bilgiler elde edilecektir.
- (137) Nier (2009) referansına bakınız.
- (138) Resmen "Uluslararası Ekonomik ve Parasal İşler Danışma Grubu" olarak bilinen 30'lar Grubu 1978 yılında kurulmuştur. Bu grup; özel ve kamu sektörlerinin ve akademik çevrelerin üst düzey temsilcilerinden oluşan, kâr amacı gütmeyen bir özel uluslararası gruptur. <http://media.washingtonpost.com/wp-srv/business/documents>

[/g30report.pdf](#) ye bakınız. Turner İncelemesi için, http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/turner_review.pdf ye bakınız.

- (139) Bireysel emeklilik sigortası ve kredi raporlama sistemleri için önerilen İyi Uygulamalar da hazırlanmıştır, fakat bunlar çalışmanın geçici karakterinden dolayı ekler olarak sunulmuşlardır. İyi Uygulamalarda gelecekte revizyonlar yapıldıkça bunlar da geliştirilecektir.
- (140) Düşük-gelir düzeyinde ülkelerde tüketici koruma regülasyonunun uygulanması hakkında ek fikirler, Brix ve McKee (2010) referansında bulunabilir.
- (141) Son araştırmalar, hem sigorta hem de menkul kıymetler ürünlerinin satışında ücretin ücretlendirme yapılarından açıkça etkilendiğini göstermiştir. Örneğin, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1786624 adresinde sunulan Anagol, Cole ve Sarkar (2010) referansına bakınız.
- (142) A.B.D.'de, Federal Merkez Bankası, ifşa hakkında detaylı yönetmelikler yayımlamadan önce, kredi kartı bilgilerinin zorunlu ifşası konusunda kapsamlı testler yapmıştır. ABD'de kredi kartı bilgilerinin tüketiciler tarafından nasıl anlaşıldığına ilişkin testlerin sonuçlarını görmek için, <http://www.federalreserve.gov/dcca/regulationz/20070523/Execsummary.pdf> ve http://www.ftc.gov/be/workshops/mortgage/presentations/Hogarth_Jeanne.pdf adreslerine bakınız. Mikrofinans borçlularının nasıl anladığı hakkında bilgiler için, Tiwari, Khandelwal ve Ramji (2008) referansına bakınız. Ek olarak, CGAP, altı ülkede (dördü Afrika'da ve ayrıca Meksika ve Filipinler) finansal tüketici ifşalarının testleriyle ilgili deneyimleri özetleyen bir politika açıklaması hazırlamıştır. http://www.cgap.org/gm/document_1.9.55702/FN74.pdf adresinden temin edilebilecek Collins, Jentzsch ve Mazer (2011) referansına bakınız.
- (143) Finansal Okuryazarlık ve Finansal Eğitim Fonu, raporlarının Aralık 2012'de tamamlanması programlanan bir dizi etki değerlendirme araştırmasını finanse etmektedir. http://www.google.com/url?sa=t&vq=j&rescr=s&source=web&cd=2&ved=0CHYQFjAB&url=http%3A%2F%2Fsiteresources.worldbank.org%2FSOCIALPROTECTION%2FResources%2F280558-1235510454189%2FRFLT-M-E_CfP_1Mar_doc_x&ei=91yIT8vwOafEOAGZvKWrbQ&usq=AFQjCNEAhzZMdYA_KYrDsJ3FQ62d8YES8w adresine bakınız.

