



Predlozi Saveta za usvajanje dobre prakse u oblasti finansijske edukacije i podizanje svesti o kreditima

Original objavljen od strane OECD-a na engleskom jeziku pod nazivom:

Recommendation of the Council on Good Practices on Financial Education and Awareness Relating to Credit

25. maj 2009 – C(2009) 62

and C(2009) = 62/CORR1

<http://www.oecd.org/dataoecd/38/15/44508972.pdf>

(Za tačnost i kvalitet prevoda na srpski jezik odgovorna je Narodna banka Srbije.)

SAVET

Imajući u vidu član 5b) Konvencije o Organizaciji za ekonomsku saradnju i razvoj od 14. decembra 1960. godine;

kao i Preporuke o principima i standardima dobre prakse u vezi sa finansijskim obrazovanjem i podizanjem svesti o finansijskim pitanjima (C(2005)55/REV1), gde Savet poziva Odbor za finansijska tržišta i Odbor za osiguranje i privatne penzijske fondove da identifikuju dalje primere dobre prakse, *inter alia* na polju finansijske edukacije;

i uzimajući u obzir,

da predstavljeni predlog dopunjuje Preporuke o principima i standardima dobre prakse u vezi sa finansijskim obrazovanjem i podizanjem svesti o finansijskim pitanjima (C(2005)55/REV1), kao deo celokupnog projekta posvećenog finansijskoj edukaciji;

da su inovacije na kreditnom tržištu stvorile nove pogodnosti i mogućnosti za potrošače, ali su isto tako uticale na povećanje rizika za potrošače, kojima postaje sve teže da sagledaju i sa razumevanjem procene uslove složenijih kreditnih proizvoda;

da potrošači često poseduju nizak nivo finansijske pismenosti i da im nedostaje znanje o kreditnim proizvodima, kao i svest o potrebi da budu finansijski pismeni;

potencijalne negativne posledice loših i nekompetentnih odluka na polju kreditiranja, pogotovu kad treba odabrati stambeni kredit;

da bi povećanje svesti potrošača da odgovorno koriste kreditne proizvode omogućilo savestan pristup finansijskim proizvodima, povećalo lični mir, promovisalo socijalnu i ekonomsku integraciju i doprinelo solidnom, efikasnom i konkurentnom kreditnom tržištu;

da finansijska pismenost predstavlja bitan element za dobar okvir za zaštitu potrošača, kao i superviziju i regulaciju finansijskog tržišta;

da bi vlade i relevantne javne i privatne institucije u okviru zemalja članica OECD-a, kao i onih koje to nisu, mogle da osete koristi od preporuka i standarda na međunarodnom nivou na polju finansijske edukacije u oblasti kreditiranja;

da će se kod implementacije dobre prakse, koja je predstavljena u aneksu ove preporuke, uzimati u obzir nacionalne razlike, različite potrebe za finansijskom svesti i edukacijom na polju kreditiranja, preduzeti koraci, akteri koji učestvuju u podizanju finansijske svesti i pismenosti, kao i supervizorski i regulatorni okvir koji je uspostavljen.

Na predlog Odbora za finansijska tržišta i Odbora za osiguranje i privatne penzijske fondove:

PREPORUČUJE državama članicama da unapređuju finansijsko obrazovanje i svest o kreditiranju i da, s tim u vezi, vlade i relevantne državne i privatne institucije pažljivo razmotre principe i standarde dobre prakse za obrazovanje i razvoj svesti o finansijskim pitanjima koji su predviđeni u Aneksu uz ovu preporuku i čine njen sastavni deo;

POZIVA države članice da o ovim principima i standardima dobre prakse obaveste državne i privatne institucije iz tog sektora koje su uključene u obrazovanje, podizanje svesti o finansijskim pitanjima i o kreditiranju;

POZIVA države koje nisu članice da pažljivo razmotre ovu preporuku i da o principima i standardima dobre prakse obaveste državne i privatne institucije iz tog sektora koje su uključene u obrazovanje i podizanje svesti o finansijskim pitanjima i o kreditiranju;

POZIVA države članice da, kroz svoj rad u Odboru za finansijska tržišta, u Odboru za osiguranje i Radnoj grupi za privatne penzije, unaprede standarde dobre prakse u oblasti obrazovanja u vezi sa finansijskim pitanjima, osiguranjem i penzijama;

NALAŽE Odboru za finansijska tržišta i Odboru za osiguranje i privatne penzijske fondove da razmenjuju informacije o unapređenju i iskustvima u vezi s primenom ovih preporuka, da analiziraju informacije i izveste Savet.

ANEKS

PRINCIPI I STANDARDI DOBRE PRAKSE U VEZI SA FINANSIJSKIM OBRAZOVANJEM I RAZVOJ SVESTI O KREDITIRANJU

I. Uvodne informacije

1. Obrazovanje u oblasti kreditiranja mora da se bavi posebnim izazovima koji su povezani, s jedne strane, s potrebama za unapređenje svesti pojedinaca o pravima i obavezama kao korisnika kredita i uslova pod kojim se kreditni proizvodi nude i, s druge, s potrebom da korisnici ovladaju veštinama i usvoje pravila ponašanja koja će im omogućiti da donesu odgovarajuće odluke pri izboru kreditnog proizvoda, uprkos njihovoj složenosti i raznolikosti, različitosti onih koji nude kreditne proizvode, kao i kreditnim posrednicima i distribucionim kanalima.
2. U tom kontekstu, sledeći predlog dobre prakse razvijen je kao deo šireg projekta o finansijskoj edukaciji. On dopunjuje već odobrene principe i standarde dobre prakse [C(2005) 55/REV1] za finansijski sektor u celini. Opšti principi odnose se u potpunosti na kreditiranje. Cilj dobrih praksi je da se bave određenim pitanjima, specifičnim za kreditiranje i tržišne igrače koji su povezani s tim pitanjima, da dobru praksu koja bi mogla da podigne svest potrošača stavi u prvi plan, kao i da unapredi obrazovanje u oblasti kredita (1).

II. Finansijska edukacija i kreditiranje: Okvir, definicija i ciljevi

3. Uzimajući u obzir nacionalne okolnosti, treba podsticati ljude na finansijsko obrazovanje uopšte, a finansijsku pismenost potrošača u oblasti kreditiranja promovisati. To bi trebalo sprovesti bilo kao deo opšteg finansijskog obrazovanja ili kroz specifičan program. Takve programe edukacije glavni akteri u procesu edukacije treba da sprovedu na celovit i transparentan način, i to u najranijem životnom dobu (na primer, kao deo školskog programa) i u ključnim momentima tokom života (npr. zasnivanje radnog odnosa, kupovina kuće, brak, rođenje deteta itd.).
4. U tom kontekstu, finansijsko obrazovanje o kreditiranju treba da obezbedi da potrošači:
 - unaprede znanje, razumevanje, veštine i poverenje potrebno za adekvatno procenjivanje i razumevanje svojih prava i obaveza kao korisnika kredita i drugih kreditnih proizvoda koji su im na raspolaganju;
 - znaju gde da nađu bitne informacije, kome da se obrate za savete ili pomoć, ako su im potrebni;
 - donose kompetentne odluke o tome kako da zaštite sebe i svoje bližnje, da usvoje proaktivno i odgovorno ponašanje u vezi s kreditima;
 - razviju osnovne sposobnosti finansijskog planiranja u pogledu svojih kredita, uzimajući u obzir svoje moguće buduće prihode i promene životnih okolnosti, i
 - shvate posledice loših kreditnih izbora, odluka i ponašanja (2).
5. Edukaciju o kreditnim poslovima treba razmotriti u širem regulatornom i supervizijskom okviru i postaviti kao sredstvo za unapređenje socijalnog i ekonomskog rasta, koje zajedno s prudencijalnom regulativom, supervizijom tržišne discipline i zaštitom potrošača doprinosi razvoju pouzdanog, transparentnog, efikasnog i konkurentnog tržišta. Edukacija u vezi s kreditnim pitanjima ne zamenjuje, već dopunjava prudencijalni regulatorni okvir i podstiče tržišnu disciplinu. Odgovarajući regulatorni okvir i supervizija su veoma važni u kreditnom sektoru kako bi se obezbedio „due diligence” kod kreditnih institucija i posrednika koji u procesu ugovaranja i ponude kreditnih proizvoda koriste jezik razumljiv korisnicima ovih usluga.

III. Uloga glavnih aktera i obaveze u jačanju svesti javnosti o kreditnim uslugama

A. Uloga OECD-a

6. Države članice OECD-a, kroz svoj rad u Odboru za finansijska tržišta i Odboru za osiguranje i privatne penzijske fondove, treba kontinuirano da prate razvoj na kreditnim tržištima i donose procenu o potrebi za finansijskim obrazovanjem i o adekvatnosti ustanovljenog regulatornog okvira za informisanje i zaštitu korisnika kreditnih proizvoda.
7. Kao deo kontinuiranog praćenja i procene, OECD treba da identifikuje dobre prakse i razvije smernice, principe, usklađene standarde i metodologije za politiku informisanja, da pomogne u unapređenju sistema zaštite korisnika, kao i podizanju njihove svesti o kreditima, ali i da pruži programu podršku kod procene i merenja nivoa finansijske pismenosti na dugi rok.
8. Putem organizovanja konferencija i formiranja stručnih mreža i foruma, OECD treba da promoviše međunarodnu saradnju i dijalog koji akterima koji se bave zaštitom i edukacijom korisnika kredita omogućavaju redovne susrete i razmenu iskustava.

B. Javne aktivnosti – Uloga vlade i drugih institucija

9. Ovlašćenje za javne aktivnosti na polju finansijskog obrazovanja i podizanja svesti u vezi s kreditima trebalo bi da bude dodeljeno od strane višeg nivoa vlasti, po mogućstvu, specijalizovanim vladinim agencijama. Ovlašćenje bi trebalo da bude jasno, eksplicitno i transparentno za javnost, potpomognuto odgovarajućim finansijskim sredstvima kako bi program, dugoročne strategije i planovi bili održivi.
10. Vlade treba da obezbede uslove za obrazovanje u najranijem životnom dobu pojedinca na odgovarajući način – kao deo školskog nastavnog programa npr. – tako da ljudi budu finansijski pismeni, sposobni i odgovorani u procesu korišćenja kreditnih proizvoda.
11. Sastavni deo svake javne politike kojom se podstiče sposobnost pojedinca da proceni kreditni proizvod treba da bude jasna nacionalna strategija edukacije potrošača, koja nudi programe sa alatima koji omogućavaju potrošačima racionalno i kompetentno donošenje odluke u vezi s kreditom.
12. Vlade imaju značajnu ulogu u informisanju potrošača o njihovim pravima i obavezama kao korisnicima kredita. Različiti su kanali informisanja, a neki od njih su razne vrste publikacija, Internet stranica namenjena ovoj svrsi i opsežne reklamne i informativne kampanje.
13. Vlade treba da promovišu besplatne telefonske linije dostupne potrošačima kao neutralan izvor informacija i sredstvo za dobijanje nepristrasnih odgovora u vezi s njihovim pravima, obavezama ili o kreditnim proizvodima koji se nude na tržištu.
14. Vlade treba da doprinesu unapređenju svesti potrošača, kao i da obezbede uslove za konkurentno tržište stavljajući pojedincima na raspolaganje odgovarajuća sredstva, i time im omoguće da razumeju svoje potrebe, vrstu rizika kome se izlažu, da uporede troškove i karakteristike različitih kreditnih proizvoda i raspitaju se na više mesta pre nego što se odluče za odgovarajući kreditni proizvod.
15. Pored toga što podstiču napore potrošača da se snabdeju informacijama u vezi s kreditima, vlade bi trebalo da rade na tome da pojedinci postanu svesni svog ograničenog znanja o kreditima, ističući rizike i posledice loše procene i odluke pojedinca u vezi s kreditima (4). Vlade treba da upućuju građane gde da traže dodatne informacije i savete o kreditima kako bi se, zahvaljujući tome, u manjoj

meri izlagali rizicima, kao i kako da podnesu prigovore u slučaju da smatraju da njihova prava nisu poštovana.

16. Vlade treba da usmeravaju javne kampanje za podizanje svesti najšire javnosti, s posebnim naglaskom na najugroženije grupe (imigranti ili oni s najnižim primanjima i nivoom štednje). Javna kampanja treba da bude sprovedena barem jednom godišnje.
17. Vlade treba da obezbede, putem regulatornog okvira i supervizije, obavezu pružalaca kreditnih usluga da korisnicima pružaju kvalitetne informacije u vezi s kreditima, ali da te informacije ne budu deo reklame i promocije proizvoda.
18. Da bi se potrošačima olakšalo poređenje proizvoda, vlade treba da podstiču kreditore da u svojim reklamnim kampanjama koriste jedinstvenu i standardizovanu efektivnu kamatnu stopu (5), koja podrazumeva sve naknade i troškove, pored nominalne kamatne stope, koja se tiče kreditnih proizvoda. (U susednim zemljama, odnosno zemljama koje su deo ekonomske unije, gde građani jedne zemlje mogu slobodno da konkurišu za kreditni proizvod i u drugoj državi, vlade bi trebalo da se dogovore o zajedničkom pristupu obračunu efektivne kamatne stope.)
19. Da bi se podigla svest potrošača, vlade treba da obezbede uslove u kojima bi kreditori bili obavezni da u ugovoru jasno i na vidnom mestu prikažu sve važne elemente kreditnog proizvoda. Vlade treba da propišu standardni obrazac za važne elemente ugovora o kreditu u skladu sa OECD-ovim preporukama i dobrom poslovnom praksom.
20. Vlada treba da obezbedi okvir koji omogućava učesnicima na tržištu (tj. kreditnim institucijama, zajmodavcima i posrednicima) da pružaju informacije potrošačima sve dok ne dobiju povratnu informaciju da je korisnik kredita razumeo sve uslove pod kojima se određeni kreditni proizvod nudi. To bi moglo da se obezbedi putem standardizovanih formulara i smernica razvijenih u saradnji s nadležnim organom koji propisuje regulativu (ili drugim nadležnim državnim organom), u skladu s preporukama OECD-a.
21. U saradnji s regulatorima tržišta i organima supervizije, vlade bi trebalo da skrenu pažnju potrošačima na agresivnu, nepoštenu, netransparentnu, neetičnu i/ili ilegalnu praksu na kreditnom tržištu, kao i o njihovim posledicama za potrošače. Potrošači moraju biti informisani o svojim pravima i načinu na koji mogu da upute žalbu. Supervizijski organi treba da razmotre mogućnost da u javnosti objave preduzete mere i kazne prema onim učesnicima koji su pokazali lošu poslovnu praksu.
22. Vlade treba da promovišu razvoj nezavisnih organizacija koje se bave izveštavanjem (kao što su kreditni biro i agencije za izveštavanje o kreditima) s ciljem omogućavanja potrošačima da dobiju informacije o svom kreditnom zaduženju (6), kako bi na osnovu toga procenili stepen rizika kome mogu da se izlože pri izboru kreditnog proizvoda. A tamo gde postoje takve organizacije, potrošačima treba obezbediti besplatan pristup njihovom kreditnom rejtingu. Te informacije su od važnosti za potrošače jer podižu njihovu svest o pristupu kreditima i razumevanju kredita. Korisnici treba da ih dobijaju nezavisno od bilo kog kreditora ili drugog kreditnog posrednika.

C. Uloga učesnika na kreditnom tržištu

Finansijske institucije (7), posrednici (8) i ostali kreditni posrednici (9)

23. Po pravilu, uloga i odgovornost svih učesnika na kreditnom tržištu na polju finansijske edukacije treba da budu sastavni deo njihovog korporativnog upravljanja, da budu jasno definisane i promovisane u odnosu s korisnicima kreditnih usluga i/ili klijenata.

24. Učesnici na kreditnom tržištu obavezni su da obezbede odgovarajuću obuku za zaposlene koji su u kontaktu s klijentima, a u vezi s kreditnim poslovima njihove kvalifikacije moraju biti adekvatne da bi, uz određeni nivo kompetentnosti, mogli obezbediti tačne i potpune informacije potrošačima. Zaposleni treba da imaju dovoljan nivo znanja kako bi procenili da li su klijenti razumeli sve informacije i kako bi im adekvatnim savetom pomogli pri donošenju odluke o kreditu.
25. Putem samoregulacije, dobrog korporativnog upravljanja i „due diligence”, učesnici kreditnog tržišta treba da obezbede da potrošači potpuno razumeju uslove kredita i da imaju razvijenu svest o rizicima kojima se izlažu prilikom ugovaranja nekog kreditnog proizvoda. Učesnici kreditnog tržišta treba da koriste standardizovane obrasce i da primene preporuke vlade koje su u skladu s principima OECD-a.
26. Odgovornost učesnika kreditnog tržišta, a naročito nezavisnih kreditnih posrednika, ogleda se u preciznom pružanju kvalitetnih informacija koje se mogu razlikovati od reklamiranog i promotivnog materijala.
27. Ujednačeni "due diligence" standardi za procenu profila potrošača treba da budu postavljeni, a svi kreditori treba da ih primenjuju kao obavezan deo procesa procene rizika. Potrošači bi trebalo da dobijaju objektivne i relevantne savete i objašnjenja u skladu s njihovim stepenom obrazovanja i potreba. Službenici zaduženi za prodaju kredita ili agenti treba da budu obučeni i da poseduju adekvatnu kvalifikaciju, ali i plaćeni i stimulisani, a takođe i njihove naknade i podsticaji treba da budu organizovani u skladu s tim. To treba posebno da se primenjuje kod složenih kreditnih proizvoda koji nose veće rizike za potrošače koji se podrazumevaju (npr. promenljive kamatne stope, devizni krediti itd.), proizvoda s dugoročnim obavezama, odnosno obaveza koje predstavljaju veliki deo sadašnjih i budućih prihoda ili ugovora koji sadrže značajne kaznene klauzule u slučaju da se uplata preskoči ili da potrošač raskine ugovor.
28. Učesnicima na kreditnom tržištu treba sugerisati da na svojim Internet sajtovima objave potpune informacije o kreditnim proizvodima koje nude, uključujući sve karakteristike tih proizvoda i tabelu o naknadama. Te informacije treba da budu pisane jezikom koji je razumljiv za korisnike finansijskih usluga.
29. Učesnici kreditnog tržišta treba da se aktiviraju u kampanjama radi povećanja svesti korisnika o njihovim pravima i obavezama kao nosiocima kredita, o važnosti dobrog pristupa kreditima i posledicama donošenja loših kreditnih odluka. Potrošače treba informisati o alatima i sredstvima koja im stoje na raspolaganju, podsticati na poređenje ponude i uslova kod različitih banaka i pružiti im nepristrasne informacije o kreditima. Ove aktivnosti treba jasno da se razlikuju od marketinške promocije i oglašavanja.
30. Učesnici kreditnog tržišta treba da pružaju prilagođene i lako dostupne informacije korisnicima finansijskih usluga o pravima na odštetu, kao i detaljna uputstva o tome kako da traže odštetu u slučaju spora.
31. Posrednici ili treća lica koja se bave kreditnim poslovima, a koja imaju direktnu komunikaciju s potrošačima (putem reklame ili kreditnog poslovanja), treba da imaju istu ulogu kao i drugi učesnici na kreditnom tržištu u pogledu podizanja svesti potrošača i njihove edukacije i iste obaveze u tom smislu.

Platforme za pružanje informacija o finansijskim proizvodima

32. Agencije za izveštavanje o kreditima (kreditne agencije ili kreditni biro) treba da imaju aktivnu ulogu u informisanju potrošača o značaju pažljivog čitanja i razumevanja informacija koje se nalaze u

njihovom kreditnom izveštaju, odnosno kreditnom rejtingu. Javne kampanje na ovu temu treba da budu unapređene i sprovedene na način koji se može jasno razlikovati od reklamnog i promotivnog materijala.

33. Uzimajući u obzir nadležnosti, kreditni biro treba jasno i uočljivo da prikaže, na svojim sajtovima ili putem drugog promotivnog materijala, kojim tačno uslugama i informacijama potrošači mogu besplatno da pristupe (npr. kopije kreditnih izveštaja/kreditnog rejtinga), kao i da obezbede lak i direktan pristup tim informacijama.
34. Kreditni biro preko svojih sajtova, kontakt centra i publikacija treba da pomogne potrošačima da budu informisani o tome šta sadrži njihova kreditna istorija i čemu ona služi.
35. Informacije u kreditnom izveštaju treba da potrošačima budu jasno predstavljene na način koji je razumljiv i koristan za njih (treba izbegavati npr. složene kodove, skraćenice, nepotpune informacije itd.). Gde je moguće, kreditni izveštaji treba da sadrže uputstva koja će pomoći potrošačima da unaprede svoju kreditnu istoriju i rejting.
36. Poređenja kreditnih opcija i proračuna raznih institucija i/ili posrednika ne bi trebalo da budu na štetu kreditne istorije potrošača ili njihovog rejtinga.

D. Uloga drugih društvenih i poslovnih partnera

37. Udruženja potrošača, sindikati, nevladine organizacije i nezavisne institucije specijalizovane za kreditna pitanja treba da daju svoj doprinos programu finansijske edukacije.
38. Njih treba podsticati da se bave pružanjem finansijskih informacija ili obuke, ili da barem obaveste svoje članove i, po mogućnosti, širu javnost o tome gde mogu dobiti pomoć u vezi s pitanjem kreditiranja. Takođe, oni treba da imaju svoju ulogu u podizanju svesti potrošača o tome koje sve mogućnosti i opcije u vezi s kreditiranjem imaju na raspolaganju.
39. Takođe treba da, po mogućstvu, sponzorišu materijal za obrazovne programe, pod uslovom da su informacije dovoljno neutralne i distribuiraju se pod javnim nadzorom.
40. Takvi akteri treba da razviju inovativne alatke i sredstva koja bi bila od pomoći socijalno ugroženim potrošačima u vezi s kreditiranjem ili s kreditima sa ograničenim iznosima (tj. krediti za hitne potrebe), kao i u ispunjavanju kreditnih obaveza na odgovoran i kompetentan način.

IV. Posebna pažnja usmerena na stambene kredite i pitanja s tim u vezi

41. Stambeni krediti su u životu mnogih potrošača najvažniji oblik dugovanja. Posledice potencijalne loše ili nekompetentne odluke mogu biti jako velike kada su u pitanju stambeni krediti (10). Zbog njihove dugoročne prirode, veličine, jedinstvenih i često složenih karakteristika, posebnu pažnju treba posvetiti zaštiti i podizanju svesti korisnika stambenog kredita.
42. Pre pronalaska stambene jedinice, a samim tim i pre podnošenja zahteva za stambeni kredit, potrošače bi trebalo snabdeti objektivnim i neutralnim informacijama i alatima, uz čiju pomoć bi mogli da procene koliko zaista mogu da se zaduže, a u skladu s tim i kakvu stambenu jedinicu mogu da kupe.

43. Oni koji nude stambene kredite treba da potencijalnim zajmoprimaocima jasno stave do znanja šta za njih predstavlja davanje netačnih informacija ili neistinitog predstavljanja prilikom podnošenja zahteva za stambeni kredit (posledice variraju od nemogućnosti vraćanja kredita do raskida ugovora o hipoteci, što bi moglo dovesti do gubitka doma).
44. Učesnici na tržištu i kreditni biro ne bi trebalo da sprečavaju potrošače da upoređuju kreditne opcije ili proizvode, ili da ih pak ograničavaju u mogućnosti da dobiju proračune o određenom proizvodu od institucija koje nude kredite.
45. U skladu s nacionalnim okolnostima, propisana regulativa treba da stimuliše kreditne institucije da kod ugovora o stambenim kreditima koriste jasan, transparentan i razumljiv jezik, koji je jedinstven i uporediv u svim drugim ponudama stambenih kredita. Na primer, u ugovorima o stambenim kreditima kreditori treba da izdvoje rezime ključnih termina i uslova kredita i da objasne njihove rizike. Kao minimum, ugovor treba da sadrži:
- a) iznos kredita,
 - b) period amortizacije i rok/period ugovaranja (ukoliko se razlikuju),
 - c) kamatnu stopu i svaku promenljivu komponentu kamatne stope,
 - d) sve naknade i provizije (uključujući posredničke provizije) u vezi s kreditom,
 - e) broj rata,
 - f) iznos rate i datum dospeća,
 - g) ukupan iznos koji se mora vratiti,
 - h) ukupan trošak kredita (tj. stavka g) minus a)),
 - i) realna godišnja kamatna stopa, uključujući dodatne troškove zajmodavca u vezi s kreditom,
 - j) datum kada počinje da se naplaćuje kamata,
 - k) objašnjenje da li se u početku samo plaća kamata, a zatim i kamata i glavnica;
 - l) opis i cena dodatnih obezbeđenja koje je potrošač prihvatio da plati (npr. životno osiguranje),
 - m) objašnjenje kako će kaznene odredbe – ako ih ima – biti obračunate u slučaju prevremene otplate ili kašnjenja u izmirivanju obaveza, i
 - n) uticaj povećanja kamatne stope od 1% u prvoj godini ugovora (u slučaju stambenih kredita s varijabilnom kamatom).
46. Regulatorni okvir treba da bude postavljen tako da kreditori i kreditni posrednici budu odgovorni za procenu potrebe potrošača, kao i za to da li su potrošači sposobni da vrate kredit koji zadovoljava njihove potrebe.
47. Prema nacionalnim okolnostima, materijal iz oblasti finansijske edukacije koji se bavi pitanjima stambenih kredita treba da sadrži informacije koje korisniku, prilikom poređenja različitih uslova stambenih kredita, objašnjavaju manju važnost iznosa mesečne rate, ali mu istovremeno skreću pažnju na bitne naknade kao što su porezi, tarife, kaznene odredbe i kamata. U okviru informacija

treba da stoji i uputstvo kako potrošači, u slučaju da dođu do mogućnosti da brže otplate svoj stambeni kredit, to da urade na što brži način i bez dodatnih troškova ili kazni.

V. Programi za podizanje svesti o riziku i unapređenje edukacije u vezi s kreditima

A. Procena potreba i postojećih programa

48. U skladu s nacionalnim okolnostima, akteri koji su uključeni u razvoj finansijske edukacije o kreditnim proizvodima treba da razvijaju metodologiju i kriterijume za procenu potrebe stanovništva u vezi sa finansijskim opismenjavanjem i sposobnostima koje se odnose na kredite, kao i uticaj i efikasnost postojećih programa.

49. U skladu s potrebama nadležnih organa, ti procesi treba, između ostalog, da uključuju:

- Sistemsku procenu na osnovu posledica loših kreditnih odluka ili ponašanja pojedinaca i njihovih porodica, zajedno sa analizom rizika osetljive grupe stanovništva (izbeglice, samohrane majke);
- Procenu stepena pismenosti pojedinaca i aktivnosti u pogledu izbora kreditnog proizvoda, kao i procenu potencijalne izloženosti lošim posledicama;
- Identifikaciju i procenu za potrebe edukacije stanovništva uzimajući u obzir određene grupe, rizike, proizvode i učesnike na tržištu, kao i razloge za eventualne nedostatke;
- Sistematsku evaluaciju programa i mera koje imaju za cilj da unaprede obrazovanje u oblasti kreditiranja, a na osnovu unapred definisanih kriterijuma, uključujući i procenu troškova i pogodnosti.

B. Mehanizmi i alatke

50. Sve strane uključene u razvoj programa finansijske edukacije usmerene ka unapređenju nivoa svesti i obrazovanja u vezi s kreditima treba da koriste što raznovrsnija sredstava za prenos informacija kako bi one doprle do šire javnosti – posebno obraćajući pažnju na ciljane i ugrožene grupe – da bi se postigli efekti programa.

51. U skladu s nacionalnim okolnostima, mere za podsticanje treba da obuhvate:

- Pokrivenost u medijima (npr. radio, televizija, štampa, oglašavanje putem bilborda i Internet), kao i organizovanje sajmova i tribina za podizanje svesti o kreditima i značaju finansijske edukacije u tom smislu. U skladu s tim, treba unaprediti svest i znanje o kreditima zaduženih za distribuciju informacija (tj. mediji, nastavnici, vaspitači i roditelji);
- Razvoj izvora pouzdanih, objektivnih i besplatnih informacija (uključujući besplatne telefonske pozive informativnim centrima) koje potrošači mogu koristiti da bi se informisali i potražili pomoć i savete pre potpisivanja ugovora za kredit;

- Razvoj različitih alatki – Internet sajtova, ali i vodiča, brošura i drugih raspoloživih tradicionalnih i savremenih metoda komunikacije – omogućava korisnicima da se služe pouzdanim izvorima za upoređivanje proizvoda koji se nude na tržištu, da procene nivo zaštite od potencijalnih rizika – npr. preko kalkulatora i upitnika – kao i da procene dostupnost i adekvatnost različitih vrsta kredita uzimajući u obzir specifičnosti sopstvenog profila i okolnosti;
 - Razvoj nezavisnih socijalnih mreža koje imaju za cilj da pomognu i informišu najugroženije korisnike koji imaju hitnu potrebu za kreditima.
 - Upotrebu jednostavnog jezika. Svaka alatka ili program finansijske edukacije trebalo bi da prvo bude testiran na kontrolnoj grupi radi obezbeđenja jasne i razumljive poruke za ciljanu publiku.
52. U skladu s tim, institucije koje nude kredite, u saradnji s relevantnim socijalnim partnerima, treba podsticati na razvoj inovativnih kratkoročnih kredita s manjim iznosima, zatim prilagođene kanale distribucije koji mogu zadovoljiti urgentne potrebe po pristupačnoj ceni, posebno za najugroženiji deo populacije. Te aktivnosti bi trebalo da budu praćene edukativnim programom za te potrošače čiji je cilj informisanje o najefikasnijem načinu otplate tog kredita.