

ניהול אשראי צרכני

כללי

1. זמינות גבוהה של אשראי צרכני היא רכיב חיוני לצמיחה כלכלית ולהשגת רמת חיים נאותה. עם זאת, התרחבות האשראי והצריכה הפרטית של משקי הבית והגברת התחרות בתחום עלולים גם להוביל לרמת חוב גבוהה מדי שאינה הולמת את יכולתם הפיננסית של חלק מהלקוחות ואף עלולים לפגוע ברווחתם במצבים קיצוניים. לאור האמור, התאגיד הבנקאי נדרש להקפיד על העמדת אשראי למשקי הבית באופן אחראי, נאות והוגן.
2. מדיניות ותהליכים נאותים להעמדת אשראי צרכני למשקי בית באופן אחראי חשובים הן למניעת מינוף יתר של משקי בית מסוימים, בפרט משקי בית מוחלשים, העלול אף לפגוע במשק במקרי קיצון, הן להבטחת אמון הציבור במערכת הפיננסית והן לשמירה על מוניטין התאגיד הבנקאי והמלווים בכלל.
התנהגות כלפי לקוח שאינה עולה בקנה אחד עם תפיסה זו מהווה סיכון התנהגותי לתאגיד הבנקאי (Conduct Risk).
3. התנהלות נאותה כלפי לקוח במתן שירותי אשראי מעוגנת, בין היתר, בחובות האמון והזהירות החלות על תאגידי בנקאיים כלפי לקוחותיהם, בחוק הבנקאות (שירות ללקוח), התשמ"א-1981 (להלן – חוק הבנקאות (שירות ללקוח)), בכללי הבנקאות (שירות ללקוח) (גילוי נאות ומסירת מסמכים), התשנ"ב - 1992 (להלן - כללי גילוי נאות ומסירת מסמכים) ובחוק אשראי הוגן, תשנ"ג-1993 (להלן – "חוק אשראי הוגן").
על התאגיד הבנקאי לוודא קיומה של תרבות ארגונית נאותה המבטיחה מחויבות, מדיניות ותהליכים כדי להבטיח את האמור.
4. לצד חובת הגילוי והשקיפות ללקוח אודות תנאי האשראי המוצע ויתרת חשבונותיו, על התאגיד הבנקאי לוודא התאמה בין מאפייני האשראי המוצע ללקוח לבין מטרת האשראי ויכולתו הפיננסית לעמוד בהתחייבויותיו.
הוראה זו מפרטת דרישות סף מהתאגידי הבנקאיים, בדגש על היבטים צרכניים, המשלימה להוראות הדין, לרבות להוראות ניהול בנקאי תקין המסדירות היבטים שונים של ניהול אשראי וניהול אשראי צרכני.

תחולה

5. הוראה זו תחול על התאגידי הבאים המעמידים אשראי צרכני כהגדרתם בחוק הבנקאות (רישוי), התשמ"א-1981 (להלן: "תאגיד בנקאי", בהתאמה):
 - (1) תאגיד בנקאי כהגדרתו בסעיף 1 לחוק;
 - (2) תאגיד כאמור בסעיפים 11 (א) (א3) ו-1 (ב3) לחוק;
 - (3) תאגיד כאמור בסעיף 11 (ב) לחוק;
 - (4) סולק כהגדרתו בסעיף 36ט לחוק.

6. המפקח רשאי לקבוע הוראות מסוימות שונות מאלו המפורטות להלן שיחולו על תאגיד בנקאי מסוים, או לפטור במקרים חריגים תאגיד בנקאי מסוים מהוראה מסוימת, כאשר קיימים טעמים מיוחדים שבהם ראה לנכון לעשות כן ומנימוקים שיירשמו.

הגדרות

7. אשראי צרכני : אשראי המקיים כל אלה :

1. האשראי ניתן ליחידים, למעט הלוואה שניתנה לעוסק שלא לשימוש אישי, ביתי או משפחתי ;
2. האשראי אינו הלוואה לדיור כהגדרתה בסעיף 3 להוראת ניהול בנקאי תקין מספר 451, בנושא "נהלים למתן הלוואות לדיור";
3. סכום האשראי אינו עולה על הסכום המרבי כאמור בסעיף 15(ב)(1) בחוק אשראי הוגן, וסכום האשראי המצרפי של הלווה בתאגיד הבנקאי אינו עולה על 5 מיליוני ש"ח ;
4. האשראי לא ניתן אגב הליכי גבייה וארגון מחדש של חובות בעייתיים.

שיווק אשראי פנייה אישית ללקוח, לרבות באמצעות נותן שירות כהגדרתו בהוראה A359, שלא לפי בקשתו הספציפית לצורך הצעת אשראי צרכני, לרבות אגב פנייה בעניין אחר או פנייה בנקודות מכירה או השכרה. לעניין זה, לא יחשב שיווק אשראי יזום : פניה כללית המיועדת לכלל הלקוחות או לפלח לקוחות מסוים, עדכון הלקוח על אפשרותו לקבל אשראי באמצעות האזור האישי שלו באתר האינטרנט של התאגיד הבנקאי, באפליקציה של התאגיד הבנקאי, בפירוט דפי החשבון או פניה בציט.

תפקידי הדירקטוריון וההנהלה

8. דירקטוריון התאגיד הבנקאי יתווה את אסטרטגיית ניהול ושיווק האשראי הצרכני, בדגש על הסיכון ההתנהגותי ועל שיווק אשראי באופן אחראי והוגן. על האסטרטגיה לחול על כל מוצרי האשראי הצרכני ולהתייחס לעקרונות יסוד לפעילות מתן אשראי צרכני, בהתבסס על מאפיינים שונים ובכללם שוקי יעד, אוכלוסיית מיקוד, סוגי מוצרים.
9. הדירקטוריון יפקח אחר יישומה של האסטרטגיה שהתווה, יודא הקצאת משאבים הולמים ויקבע דיווחים נדרשים בקשר לניהול פעילות האשראי הצרכני ובכלל זה אירועים חריגים ובעלי השפעה מהותית.
10. דירקטוריון התאגיד הבנקאי ידון אחת לשנה, לכל הפחות, באסטרטגיה שהתווה, יאשר ויסקור את מדיניות התאגיד הבנקאי שגיבשה ההנהלה הבכירה.
11. ההנהלה הבכירה תעגן במסמך מדיניות ובנהלים את אסטרטגיית ניהול האשראי הצרכני שהתווה הדירקטוריון, תוך הגדרה ברורה של סמכות ואחריות ובהתאם להיקף תיק האשראי הצרכני ולסיכון הגלום בו.

12. ההנהלה תוודא יישום מדיניות האשראי הצרכני ותנהל בקרה ומעקב אחר ציות התאגיד הבנקאי ועובדיו, לרבות התייחסות להיקף ומאפייני תלונות של לקוחות בקשר עם פעילות ניהול אשראי צרכני.

13. ההנהלה תפקח על ניהול האשראי הצרכני ותנהל מעקב, בין השאר, על אשראי שניתן תוך חריגה מהמדיניות, על היקף האשראי שהועמד כתוצאה משיווק יזום או אשראי שניתן באמצעות נותן שירות כהגדרתו בהוראה A359.

מדיניות אשראי צרכני

14. המדיניות והנהלים יכסו את כל ההיבטים של האשראי הצרכני ברמת הלווה.

15. בקביעת המדיניות רשאי התאגיד הבנקאי להתייחס להיקף המידע הנדרש, לרמת התיקוף ולאופן אימות המידע בהליכי חיתום וחידוש אשראי, הלוקח בחשבון את היקף האשראי, איכות הלווה וניסיון מצטבר בפעילות עם הלווה. האמור ייקבע על בסיס שמרני, יתועד במדיניות וייקבעו ספי אשראי מקסימאלי ליישומו.

16. מסמך מדיניות האשראי הצרכני יכלול, בין השאר, את הנושאים הבאים :

16.1. פירוט סוגי ההלוואות הצרכניות שיעמיד התאגיד הבנקאי, לרבות תהליכי הסקירה ותהליכי אישור מוצר אשראי חדש כאמור בהוראת ניהול בנקאי תקין מספר 310 ;

16.2. קווים מנחים למתן אשראי צרכני ולתמחור הוגן של אשראי צרכני, בין היתר, בעקביות עם רמת הסיכון של הלווה ומאפייניו ;

16.3. תנאים מחייבים ברמת המוצר בהתאם לגובה האשראי הצרכני שמוצע. במסגרת זו, יקבעו תנאים מחייבים להלוואות עם מאפיינים ייחודיים כגון : הלוואות בהן נדחה פירעון הקרן או הריבית למועד מאוחר יותר (דחיה חלקית / מלאה, משך תקופת הדחיה, מקור החזר לאחר סיום תקופת הדחיה) ואשראי מתגלגל (מנגנון החיוב ועדכון סכום החיוב).

16.4. קריטריונים להעמדת אשראי צרכני ללקוח שיכללו, לכל הפחות, הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה, דירוג הלווה וניסיון מצטבר בהתנהלות הלווה בתאגיד הבנקאי.

16.5. התייחסות לשימוש במאגרי מידע, ממקורות מידע פנימיים וחיצוניים, למשל, מידע ממאגר נתוני אשראי בהתאם לחוק נתוני אשראי, התשע"ו - 2016 ומידע נוסף שיידרש הלווה להציג, בהתאם לסוג וגובה ההלוואה, דירוג הלווה ומידת ההיכרות המוקדמת עמו.

16.6. מדדים כמותיים ודרישות מינימום להערכת יכולת הפירעון של הלווה כגון : יחס מקסימאלי בין סך החזר החודשי (לרבות החזרים בגין הלוואות לדיר) להכנסה הפנויה והכנסה חודשית פנויה מינימלית.

16.7. קווים מנחים לפרסום ושיווק אשראי, לרבות שיווק אשראי יזום, אשר יבטיחו פעילות שיווק אשראי הולמת, לרבות :

16.7.1. מאפיינים של אוכלוסיות היעד לשיווק אשראי צרכני בהתאם לסוג האשראי, אופי ותדירות השיווק ;

16.7.2. מאפיינים לאוכלוסיות שככלל לא יהוו יעד לשיווק אשראי יזום, כגון אוכלוסיות מוחלשות;

16.8. מנגנוני קביעת יעדים, הערכה, תגמול, ואמצעי בקרה על העובדים העוסקים בשיווק אשראי, לרבות עובדי מיקור חוץ, אשר יבטיחו את ההתנהלות ההוגנת כלפי הלקוחות ולא יעודדו שיווק אגרסיבי של אשראי צרכני.

שיווק אשראי צרכני

17. עובד התאגיד הבנקאי או נציג מטעמו העוסקים בשיווק אשראי יהיו בעלי הכשרה נאותה למילוי תפקידם.

18. שיווק אשראי יתנהל על פי תסריטי שיחה שהוכנו מראש ונבדקו ועל ידי גורמי בקרה שאינם הגורם עסקי. שיחות כאמור, יהיו בשפה ברורה ויכללו בין היתר, את מטרת השיחה, זהות התאגיד הבנקאי המשווק ופרטים מהותיים נוספים בראשית השיחה, וכן גילוי נאות נוסף כנדרש בהתאם להתקדמות השיחה.

19. התאגיד הבנקאי יקבע את התקופה במהלכה הצעת האשראי תעמוד בתוקף ויידע את הלקוח לגבי תקופה זו.

20. תאגיד בנקאי יקיים מנגנון סדור, פשוט, סביר וגלוי להסרת לקוח מרשימת שיווק על פי בקשתו, ויביא זאת לידיעת הלקוח, בין היתר, כנדרש בחוק הגנת הפרטיות, התשמ"ה-1981 ובחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982.

21. בשיווק אשראי יזום, על התאגיד הבנקאי:

21.1. ככלל, להימנע משיווק אשראי יזום לאוכלוסיות מוחלשות ולצעירים עד גיל 21;

21.2. להימנע משיווק אגרסיבי של אשראי, ומהפעלת לחץ על הלקוח לקבל החלטה להתקשר בעסקת אשראי;

21.3. לאפשר ללקוח לבטל את עסקת האשראי במהלך שלושה ימי עסקים מיום ההתקשרות בעסקה, ללא עמלות, וליידע את הלקוח על כך במועד ההתקשרות על אף האמור, רשאי התאגיד הבנקאי לגבות מהלקוח את ההוצאות הקבועות בתקנה 3(1) לתקנות הסדרת הלוואות חוץ בנקאיות (החרגת סוגי עסקאות אשראי מתחולת החוק והחרגת הוצאות מגדר "תוספת"), התשע"ט 2019;

21.4. להימנע מפנייה יזומה ללקוח אשר השיב בשלילה להצעת אשראי דומה בעבר, למשך שלושה חודשים לפחות. האמור ברישא לא יחול על שיווק בנקודת מכירה או השכרה ופנייה יזומה לצורך הסדרת חריגה או חריגה צפויה ממסגרת אשראי.

21.5. שיווק האשראי ללקוח יתועד, בין אם הסתיים בהעמדת אשראי בפועל, ובין אם לאו.

22. בעת שיווק אשראי בנקודות מכירה או השכרה ושלא לטובת מימון רכישת או שכירת מוצר או שירות המשווק בנקודת המכירה או ההשכרה (להלן - "שיווק אשראי לכל מטרה"): :

22.1. שיווק אשראי לכל מטרה יבוצע במלואו במתחם ייעודי (שאינו בקופות), על ידי עובד או נציג של התאגיד הבנקאי בלבד. עם זאת, עובד קופה בנקודת המכירה או ההשכרה רשאי

ליידע את הלקוחות אודות האפשרות לקבלת אשראי במתחם הייעודי. מתחם זה יסומן בשילוט בולט וברור המציג את זהות התאגיד הבנקאי, את השירות המוצע בנקודת המכירה או ההשכרה וכן אזהרה באשר לאי עמידה בפירעון ההלוואה קבוע בסעיף 5(ג) לחוק הבנקאות (שירות ללקוח).

22.2. בוצעה פעולת שיווק אשראי לכל מטרה, תותנה העמדת האשראי בפועל בקבלת הסכמה מפורשת של הלקוח באמצעי הסכמה נוסף, כדוגמת אישור דיגיטלי או טלפוני, ושלא באותו מעמד. במסגרת זו יציג התאגיד הבנקאי את התנאים המהותיים של עסקת האשראי וידגיש כל שינוי שחל בפרטי ההצעה במקור, ככל שהיה וככל שהתאגיד הבנקאי רשאי לשנותו לאחר שניתנה ההצעה המקורית. האמור בסעיף זה לא יחול על שיווק כרטיסי אשראי עליו חלים הדינים הנוגעים למאפייני מוצר זה לרבות חוק שירותי תשלום התשע"ט-2019.

22.3. התאגיד הבנקאי יקיים פיקוח ובקרה אחר אשראי שמקורו בנקודות המכירה או השכרה במטרה להבטיח התנהלות נאותה כלפי הלקוחות תוך הבחנה בגורם משווק האשראי. במסגרת זאת יינתן דגש לבקרה אחר ביצוע השיווק בגבולות המתחם הייעודי.

תהליכים לאישור אשראי

23. תאגיד בנקאי יברר את מטרת האשראי ואת צרכי הלווה ויתאים אליהם את מאפייני האשראי המוצע, בהתאם למצבו הפיננסי של הלווה וליכולתו לעמוד בתשלומי החזר האשראי, והכול בהתאם למדיניות העמדת האשראי שקבע.

24. ככלל, תהליך החיתום יתבסס על מודלים להערכת הסיכון של הלקוח (כדוגמת Credit Scoring, Application Scoring). על התהליך להיות מובנה, ולספק הערכה ליכולתו של הלווה לפרוע את האשראי המוצע, בין היתר בהתחשב במינוף הכולל של הלווה (בתאגיד הבנקאי או בתאגידים נותני אשראי אחרים, לרבות הלוואות שהחל בתהליך קבלתן) וברמת איכות ואמינות המידע שיש בידי הבנק אודות מצבו של הלווה.

25. נהלי החיתום יגדירו את כלל הפעולות והתהליכים הנדרשים לפני העמדת האשראי, עבור כלל מוצרי האשראי הצרכני המוצעים על ידי התאגיד הבנקאי, לרבות תהליכי חיתום בערוצים המקוונים, ויכללו הליכי בקרה אשר יבטיחו את הציות למדיניות התאגיד הבנקאי.

26. על התאגיד הבנקאי להעריך את יכולת הפירעון של הלווה בהתאם לקריטריונים ולמדדים הכמותיים שהוגדרו במסמך המדיניות.

הערכת נטל החוב וחישוב יכולת הפירעון ייקחו בחשבון מסגרות אשראי לא מנוצלות ומסגרות בכרטיסי אשראי.

27. אישור אשראי יתבסס על מידע, כגון היכרות התאגיד הבנקאי עם הלווה ומאפייניו הרלבנטיים, מידע מאומת, מידע מתוקף, מידע שיצהיר עליו ומידע נוסף ממקורות ומאגרי מידע אחרים. התאגיד הבנקאי יגדיר בנהליו את רמת העדכניות הנדרשת של המידע ואת איכות המידע הנדרש, בין היתר בהתחשב בהיקף האשראי, דרוג הלווה והניסיון המצטבר מפעילותו בתאגיד הבנקאי. לעניין זה: הצהרת לווה בלבד, ללא תיקוף המידע, תיחשב לרמת איכות מידע נמוכה.

28. על התאגיד הבנקאי לקחת בחשבון פרמטרים להערכת נכונותו של הלווה לעמוד בהתחייבויותיו, בין היתר על בסיס מידע התנהגותי ככל שקיים, כגון היסטוריית ההתנהלות של הלווה (מוניטין) לתאגיד הבנקאי ו/או למלווים אחרים.
29. על התאגיד הבנקאי להבטיח קיומן של מערכות תפעוליות הולמות התומכות בניתוח המידע וקבלת החלטות אשראי זהירות.
- 29.1. המערכות יכללו את כלל המידע הרלבנטי המשמש בסיס להחלטת האשראי, כמו גם תיעוד אימות ותיקוף של מידע.
- 29.2. המידע המוזן למערכות התפעוליות על הלווה ועל העסקה צריך להיות עדכני, מדויק ומעובד ביעילות. המידע ישמר באופן המאפשר כריית המידע לצרכי ניהול, בקרה וביקורת.
- 29.3. המערכות יבטיחו העמדת אשראי בהתאם למדרג הסמכויות השונות, ויכללו מערך לניהול הרשאות, וחסמים מיכוניים במוקדי סיכון.
30. על התאגיד הבנקאי לקיים בקרות טכנולוגיות הולמות לתמיכה במתן אשראי בערוצים המקוונים.
31. הסתמכות על ביטחונות, לרבות ערבויות ושיקים בעסקת ניכיון שיקים, כפופה לכללים הבאים :
- 31.1. ככלל, ביטחונות אינם מהווים תחליף לבחינת הלווה, נכונותו ויכולתו הפיננסית לפרוע את ההלוואה.
- 31.2. על התאגיד הבנקאי לקבוע קריטריונים לדרישת ביטחונות.
- 31.3. על התאגיד הבנקאי לקבוע מתודולוגיות ונהלים להערכת שווי של ביטחונות ומרווחי הביטחון המיוחסים להם.
- 31.4. על התאגיד הבנקאי לוודא את קיומם של התנאים המשפטיים הנדרשים להסתמכות על הביטחונות, ולקיים תהליכים שיבטיחו את מימושם במידת הצורך.
- 31.5. התאגיד הבנקאי יקפיד על תקינות ושלמות המידע על הביטחונות.

עדכונים

חוזר 06 מס'	גרסה	פרטים	תאריך
2652	1	הוראה מקורית	02/02/2021