گزارش دبیرخانه شورای فقهی در رابطه با موضوع: «ضرورت تفهیم قراردادها با ادبیات گفتاری صحیح به مشتریان» مرتبط با جمع‌بندی دهمین، یازدهمین و دوازدهمین جلسات مورخ ۱۴۰۱/۲/۴، ۱۴۰۱/۲/۲۵ و ۱۴۰۱/۳/۸ کارگروه تخصصی فقهی بانک مرکزی در شهر قم، در نود و سومین جلسه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۲ شورای فقهی مطرح و موارد ذیل مورد تصویب قرار گرفت:

۱- در قراردادهای تجهیز منابع بر اساس عقد قرض‌الحسنه (سپرده‌های جاری و پس‌انداز) تفهیم ماهیت قرض‌الحسنه بودن سپرده به مشتری و عدم التزام مؤسسه اعتباری به پرداخت سود کفایت می‌کند.

تبصره (۱): در سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز، تفهیم عدم تعهد مؤسسه اعتباری مبنی بر برگزاری قرعه‌کشی و اعطای جوایز به مشتری، ضرورت دارد.

تبصره (۲): در سپرده‌های قرض‌الحسنه، اعطای هرگونه امتیاز به مشتری منوط به تفهیم عدم تعهد مؤسسه اعتباری می‌باشد.

۲- در قراردادهای تجهیز منابع براساس عقد وکالت (سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار) تفهیم ماهیت وکالتی بودن سپرده به مشتری و اینکه مؤسسه اعتباری وکیل مشتریان در استفاده از منابع و تقسیم سود می‌باشد، اهمیت دارد. همچنین، در این نوع سپرده‌ها، تفهیم ماهیت سود علی‌الحساب و قطعی به مشتریان، ضرورت دارد.

۳- در قراردادهای تخصیص منابع در قالب عقود مبادله‌ای، علاوه بر تبیین ماهیت قرارداد برای مشتری، این موضوعات جزء موارد با اهمیت قرارداد محسوب شده و لازم است در رابطه با آنها تفهیم صحیح صورت پذیرد: موضوع قرارداد، نرخ سود، تعداد و مبلغ اقساط و تعلق وجه‌التزام تأخیر تأدیه دین.

۴- در قراردادهای تخصیص منابع در قالب عقود مشارکتی، علاوه بر تبیین ماهیت قرارداد برای مشتری، این موضوعات جزء موارد با اهمیت قرارداد محسوب شده و لازم است در رابطه با آنها تفهیم صحیح صورت پذیرد: موضوع قرارداد، سهم سود طرفین، دوره مشارکت و تعلق وجه‌التزام تأخیر تأدیه دین.

۵- در صورتی که مؤسسه اعتباری تصمیم به درج انواع خیارات در قراردادها با مشتری داشته باشد، موظف به تصریح و تفهیم خیارات و در صورت اسقاط آنها تفهیم این موضوع به مشتری است.

۶- مؤسسات اعتباری علاوه بر تفهیم شفاهی مفاد اصلی قراردادها توسط مسئولین اعتبارات برای مشتریان، از روش‌های مختلف و متنوع جهت این امر استفاده نمایند. در رابطه با هر یک از قراردادها خلاصه‌ای غیرفنی از ماهیت قرارداد و موارد اصلی آن به زبان ساده تهیه شده و علاوه بر قرارداد اصلی، در اختیار مشتری قرار گیرد. این خلاصه می‌تواند مبنای اقدامات دیگری مانند: ارسال پیامک به مشتری، اطلاع‌رسانی بر روی تارنمای مؤسسه اعتباری، نصب بنر در شعبه و غیره قرار گیرد.