

ਜੇਕਰ ਇਸ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ /ਚੀਨੀ ਭਾਸ਼ਾ ਰੂਪਾਂਤਰ (ਅਨੁਵਾਦ) ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬੇਜੋੜਤਾ ਜਾਂ ਵਖਰੇਵਾਂ ਹੈ ਤਾਂ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ/ਚੀਨੀ ਭਾਸ਼ਾ ਦਾ ਰੂਪਾਂਤਰ ਕਾਇਮ ਰਹੇਗਾ।

ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਅਧਿਕਾਰ-ਪੱਤਰ (ਚਾਰਟਰ)

ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਅਤੇ ਯਕੀਨ ਬੈਂਕਾਂ ਦੇ ਸਥਿਰ ਵਿਕਾਸ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਆਧਾਰ ਹਨ, ਜੋ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕਿੰਗ ਸਥਿਰਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਾਂਗ ਕਾਂਗ ਦੀ ਪੇਜੀਸ਼ਨ ਨੂੰ ਏਸ਼ੀਆ ਦੇ ਪ੍ਰੀਮੀਅਰ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਆਰਥਿਕ ਕੇਂਦਰ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮਜ਼ਬੂਤ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਭਰੋਸਾ ਅਤੇ ਯਕੀਨ ਜਿੱਤਣ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਬੈਂਕਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੜਾਵਾਂ 'ਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਅਧਿਕਾਰ-ਪੱਤਰ (ਚਾਰਟਰ), ਜੋ ਸਥਾਨਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਅਤੇ ਵਿਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਚੰਗੀਆਂ ਬੈਂਕਿੰਗ ਪੱਧਤੀਆਂ ਤੋਂ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ (Financial Consumer Protection) ਬਾਰੇ G20 ਉੱਚ-ਪੱਧਰ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਤੋਂ ਬਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ, ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਹਿਮਾਇਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਸਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਹਾਂਗ ਕਾਂਗ ਦੇ ਬੈਂਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਇੱਕ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਹੈ। ਅਧਿਕਾਰ-ਪੱਤਰ ਦਾ ਟੀਚਾ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਖੁਦਰਾ ਖਪਤਕਾਰ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਬੈਂਕਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਮੌਜੂਦਾ ਕਨੂੰਨ ਜਾਂ ਵਿਨਿਯਮਾਂ ਜਾਂ ਮੌਜੂਦਾ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਬਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਸਿਧਾਂਤ

ਅਧਿਕਾਰ-ਪੱਤਰ 'ਤੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਇਹਨਾਂ ਸਿਧਾਂਤਾਂ¹ ਦੀ ਹਿਮਾਇਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਲੈਂਦੇ ਹਨ:

¹ ਅਧਿਕਾਰ-ਪੱਤਰ, ਜੋ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਤੇ ਹੋਰ ਵਿਚਾਰ-ਵਟਾਂਦਰੇ ਨਿਰਦਿਸ਼ਟ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੇ ਅਮਲ ਕਰਨ ਦੀ ਹਿਮਾਇਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੁਝ ਸਧਾਰਨ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰਨ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕਾਂ ਅਤੇ ਹਾਂਗ ਕਾਂਗ ਮੈਨੇਟਰੀ ਅਥਾਰਿਟੀ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾਏਗਾ।

1. ਬੈਂਕਿੰਗ ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਜਾਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਬੈਂਕਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਸੇਵਾ, ਸਲਾਹ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿੱਤੀ ਸਮਰਥਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ। ਵਿੱਤੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਸਲਾਹ ਦੇਣ ਜਾਂ ਵੇਚਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਹਿੱਤ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖ ਕੇ ਅਤੇ ਸਬੰਧਿਤ ਬੈਂਕਿੰਗ ਸੇਵਾਵਾਂ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਜਟਿਲਤਾ ਨੂੰ ਦੇਖ ਕੇ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
2. ਬੈਂਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ ਨਿਰਦਿਸ਼ਟ ਕਰਨੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਲਾਗੂ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਫੀਸਾਂ, ਕਮੀਸ਼ਨਾਂ ਜਾਂ ਲਾਗਤਾਂ ਸਮੇਤ, ਉਹਨਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਤਾਰ ਨਾਲ ਦੱਸਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਉਸਦੇ ਦੌਰਾਨ ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਬਾਅਦ ਸਹੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
3. ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਸਾਰੀ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਬੰਧੀ ਸਮੱਗਰੀ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਹੀ ਅਤੇ ਸਮਝਣ ਯੋਗ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਭੁਲੇਖਾ ਪਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਪ੍ਰਸਤੁਤੀਆਂ ਜਾਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪੱਧਤੀਆਂ ਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
4. ਬੈਂਕਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਦਾਅਵੇ ਕਰਨ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਕਰਨ, ਹਰਜਾਨਾ ਮੰਗਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਸਾਧਨ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ 'ਤੇ ਬੈਂਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਦਲਾ-ਬਦਲੀ ਕਰਨ ਲਈ ਅਣਉਚਿਤ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨਾ ਲਗਾਉਣ।
5. ਹਾਂਗ ਕਾਂਗ ਵਿੱਚ ਜੇ ਬੈਂਕ ਸਮੂਹਿਕ ਰਿਟੇਲ ਮਾਰਕੀਟ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਹੋਏ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਮਜ਼ੋਰ ਵਰਗਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ 'ਤੇ ਖਾਸ ਧਿਆਨ ਦਿੰਦੇ ਹੋਏ, ਨਾਗਰਿਕਾਂ ਨੂੰ ਬੁਨਿਆਦੀ ਬੈਂਕਿੰਗ ਸੇਵਾਵਾਂ ਤੱਕ ਉਚਿਤ ਪਹੁੰਚ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਮਾਨਤਾ ਦਿੰਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਵੀ ਆਪਣੀਆਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਬੈਂਕਾਂ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਸਾਖਰਤਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿੱਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸਰਕਾਰ, ਨਿਯਮਕ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰਾਂ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰਾਂ ਦੇ ਦਲ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।