

Nếu phát sinh bất kỳ điểm bất đồng hoặc mâu thuẫn nào giữa tài liệu này và bản tiếng Anh/tiếng Trung, bản tiếng Anh/tiếng Trung sẽ được ưu tiên áp dụng.

ĐIỀU LỆ ĐỐI XỬ CÔNG BẰNG VỚI KHÁCH HÀNG

Niềm tin và sự tin tưởng của khách hàng là nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của các ngân hàng, từ đó tăng cường sự ổn định của ngân hàng và giúp củng cố vị thế của Hồng Kông là trung tâm tài chính quốc tế hàng đầu Châu Á. Để tạo được niềm tin và giữ vững niềm tin và sự tin tưởng của khách hàng, ngân hàng phải đối xử công bằng với khách hàng trong mọi giai đoạn của mối quan hệ.

Điều lệ đối xử công bằng với khách hàng (Điều lệ) được rút ra từ các hoạt động ngân hàng tốt ở trong và ngoài nước và các Nguyên tắc cấp cao của G20 về Bảo vệ người tiêu dùng tài chính là cam kết của các ngân hàng tại Hồng Kông trong việc hỗ trợ triển khai nguyên tắc đối xử công bằng với khách hàng. Mục tiêu chính của Điều lệ này là hướng đến khách hàng lẻ. Điều lệ này được thiết kế để bổ sung, chứ không thay đổi điều luật hoặc quy định hiện hành hay các điều khoản và điều kiện hiện tại giữa ngân hàng và khách hàng.

Các nguyên tắc

Người ký vào bản Điều lệ cam kết hỗ trợ triển khai các nguyên tắc sau đây¹:

1. Dịch vụ và sản phẩm ngân hàng cần phải được thiết kế để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Ngân hàng cần đánh giá năng lực và nhu cầu tài chính của khách hàng trước khi cung cấp dịch vụ, tư vấn hoặc sản phẩm. Việc cung cấp dịch vụ tư vấn hoặc bán sản phẩm tài chính cần phải xem xét đến quyền lợi của khách hàng, liên quan đến hồ sơ năng lực và mức độ phức tạp của các dịch vụ hoặc sản phẩm ngân hàng liên quan.
2. Ngân hàng cần quy định và giải thích rõ các tính năng chính, rủi ro và điều khoản sử dụng sản phẩm, bao gồm các khoản phí, tiền hoa hồng hoặc chi phí áp dụng cho khách hàng. Do đó, khách hàng cần phải được thông tin phù hợp trước, trong và sau khi bán hàng.

¹ Điều lệ quy định rõ các nguyên tắc cấp cao và các cuộc thảo luận sâu hơn sẽ được tổ chức giữa các ngân hàng và Cơ quan Quản lý Tiền tệ Hồng Kông về việc ban hành một số hình mẫu lý tưởng để hỗ trợ triển khai các nguyên tắc này.

3. Mọi tài liệu quảng cáo và thông tin dành riêng cho khách hàng cần phải chính xác và dễ hiểu. Các tuyên bố hoặc phương thức marketing gây nhầm lẫn không được sử dụng.
4. Các ngân hàng cần phải cung cấp cho khách hàng các kênh phù hợp để gửi khiếu nại, khiếu kiện, đòi bồi thường và không được áp dụng các rào cản bất hợp lý đối với các khách hàng để chuyển đổi ngân hàng.
5. Các ngân hàng tại Hồng Kông tham gia hoạt động tại thị trường bán lẻ đại trà cần phải cung cấp quyền tiếp cận phù hợp với các dịch vụ ngân hàng cơ bản cho người dân, đặc biệt chú ý đến nhu cầu của những nhóm dễ bị tổn thương. Khi công nhận rằng khách hàng cũng có trách nhiệm riêng, ngân hàng cần phải phối hợp chặt chẽ với chính quyền, các cơ quan chức năng và các cơ quan hữu quan trong việc giáo dục tài chính để nâng cao kiến thức tài chính.