

बैंकिङ अभ्यास आचारसंहिताका सामान्य सिद्धान्तहरू (भाग I, खण्ड 2)

2. सामान्य सिद्धान्तहरू

संस्थाहरूले उपयुक्त हुँदा खण्ड 2.1 देखि 2.10 सम्म पालना गर्दै ग्राहकहरूको आर्थिक कल्याण र ग्राहकहरूका लागि डिजिटलाइजेसन र प्राविधिक विकास र दिगो वित्त व्यवस्थाका प्रभाव, अवसर र जोखिमहरूलाई विचार गर्नुपर्छ।

2.1. ग्राहकहरूलाई न्यायोचित र निष्पक्ष व्यवहार गर्ने

संस्थाहरूले विशेषगरी डिजिटल प्रविधि अपनाइएको बेला सम्पूर्ण ग्राहकहरूलाई संस्थासँगको उनीहरूको सम्बन्धको सम्पूर्ण चरणहरूमा समान रूपमा, इमान्दारीपूर्वक र निष्पक्ष ढंगले व्यवहार गर्नुपर्छ। ग्राहकहरूलाई निष्पक्ष ढंगले व्यवहार गर्नु सुशासनको अभिन्न अंश हुनुपर्छ र सम्पूर्ण संस्थाहरू र तिनीहरूको आधिकारिक एजेन्टहरूको संस्थागत (कपोरेट) संस्कृति हुनुपर्छ। कमजोर समूहहरूको आवश्यकताहरूमा विशेष ध्यान दिइनु पर्छ।

2.2. गुणस्तरीय वित्तीय उत्पादनहरू

संस्थाहरूले गुणस्तरीय वित्तीय उत्पादनहरू डिजाइन गरी वितरण गरिएका छन् भनी सुनिश्चित गर्न उपयुक्त उत्पादनको निरीक्षण र नियन्त्रण गर्नुपर्छ।

2.3. डिस्कोजर (खुलासा) र पारदर्शिता

संस्था र तिनीहरूको आधिकारिक एजेन्टहरूले प्रडक्टहरूको मुख्य विशेषता, जोखिम र शर्त वा वन्देज, शुल्क, कमिसन वा लागू हुने शुल्कहरूको उल्लेख गरी स्पष्ट रूपमा व्याख्या गर्नुपर्छ र यी विवरणहरू ग्राहकहरूलाई उपलब्ध गराउनुपर्छ। उत्पादन तथा सेवाहरूको जोखिम र प्रकृतिको सम्वन्धमा जानकारीका उचित चेतावनीहरू सहित अतिरिक्त डिस्क्लोजरहरूको विकास गर्नुपर्छ। संस्थाहरूले आफ्ना आधिकारिक एजेन्ट मार्फत बिक्री गरिएका कुनै पनि उत्पादनको सम्वन्धमा उक्त संस्थासँग सम्वन्धित आफ्नो कुनै हितयुक्त सम्वन्ध वा स्वार्थ (कन्फ्लिक्ट अफ इन्ट्रेस्ट) भए सोको बारेमा पनि जानकारी उपलब्ध गराउनुपर्छ। ग्राहकसँगको सम्बन्धको सम्पूर्ण तहमा उपयुक्त जानकारी उपलब्ध गराउनुपर्छ। सम्पूर्ण वित्तीय प्रचारात्मक सामग्रीहरू सही, इमान्दार, बुझ्न सकिने र भ्रामक खालको हुन हुँदैन। सम्भव तथा उपयुक्त हुने ठाँउमा, उस्तै प्रकृतिका उत्पादनहरू र सेवाहरूको बीचमा तुलना गर्ने हेतु मापदण्ड तोकिएको पूर्व-करारको डिस्क्लोजरका अभ्यासहरू अंगीकृत गरिनुपर्छ। ग्राहकहरूलाई खुलासाका लागि डिजिटल माध्यमहरू प्रयोग गरेर उपलब्ध गराइएका अवसरहरूलाई विचार गर्नुपर्छ।

सुझाव उपलब्ध गराइएको ठाँउमा, सुझाव सम्भव भएसम्म वस्तुपरक हुनुपर्छ र सामान्यतया उत्पादनहरू र सेवाहरूको जटिलता, सोसँग सम्बन्धित जोखिमका साथै ग्राहकको वित्तीय उद्देश्य, ज्ञान, सक्षमता र अनुभवलाई ध्यानमा

राख्दै ग्राहकको प्रोफाइलमा आधारित हुनुपर्छ । संस्थाहरूले ग्राहकहरूलाई सान्दर्भिक, सही र उपलब्ध भएका जानकारी प्रदान गर्न महत्त्वपूर्ण हुन्छ भन्ने कुरा सूचित गर्नुपर्छ।

2.4. वित्तीय शिक्षा र सचेतना

ग्राहकहरूका आफ्नो वित्तीय साक्षरता अभिवृद्धि गर्न उनीहरूको पनि जिम्मेवारी हुन्छ भन्ने कुरालाई स्वीकार गर्दै, संस्थाहरूले डिजिटल वित्तीय साक्षरतासहित वित्तीय शिक्षा र सचेतनाको प्रवर्द्धन गर्न विद्यमान र भावी ग्राहकहरूमा वित्तीय जोखिम र अवसरहरू डिजिटल सुरक्षा जोखिमहरूसहितका जोखिमहरूलाई सहीरूपमा बुझ्ने, पूर्ण जानकारीका साथ विकल्पहरू रोच्ने, सहायताका लागि जाने ठाँउको बारेमा थाहा पाउने, आफ्नो वित्तीय स्वस्थतालाई सुधार्न प्रभावकारी कदम चाल्ने ज्ञान, सिप र विश्वासको विकास गर्न, संस्थाहरू सरकार, नियमनकारी निकाय र अन्य सान्दर्भिक सरोकारवालाहरूसँग हातेमालो गर्नुपर्छ। वृहत रूपमा आधारित वित्तीय शिक्षा र ग्राहकहरूको विशेष गरी कमजोर समूहहरूमा वित्तीय ज्ञान र क्षमतालाई बढाउने जानकारीको प्रावधानलाई प्रवर्द्धन गर्नुपर्छ। ग्राहकको सुरक्षा, अधिकार र उत्तरदायित्वहरूको बारेमा स्पष्ट जानकारीहरूमा ग्राहकहरूको सजिलैसँग पहुँच हुनुपर्छ।

2.5. संस्था र आधिकारिक एजेन्टहरूको उत्तरदायी व्यावसायिक आचरण

संस्थाहरू र उनीहरूका आधिकारिक एजेन्टहरूमा आफ्ना ग्राहकहरूको एकदमै वढी फाइदाको लागि कार्य गर्ने उद्देश्य हुनुपर्छ तथा उनीहरू वित्तीय ग्राहकको संरक्षणलाई कायम राख्नका लागि जिम्मेवार हुनुपर्छ। संस्थाहरू पनि आफ्ना आधिकारिक एजेन्टहरू र तेस्रो पक्ष सेवा प्रदायकहरूको कार्यहरूको लागि जिम्मेवार र जवाफदेही पनि हुनुपर्छ। कारोबारको प्रकृतिमा आधारित भएर र ग्राहकहरूले मुख्यरूपमा उपलब्ध गराएको जानकारीको आधारमा, संस्थाहरूले ग्राहकहरूलाई उत्पादन, सुझाव वा सेवा प्रस्ताव गर्नुभन्दा अगाडि आफ्ना ग्राहकहरूको वित्तीय क्षमता र आवश्यकताहरूको मूल्यांकन गर्नुपर्छ। कर्मचारी (विशेष गरी ग्राहकहरूसँग प्रत्यक्ष रूपमा अन्तरक्रिया गर्ने) लाई उचित रूपमा प्रशिक्षित र योग्य बनाउनुपर्छ। संस्थाहरू र उनीहरूका आधिकारिक एजेन्टहरूको कुनै हितयुक्त सम्वन्ध वा स्वार्थ (कन्फ्लिक्ट अफ इन्टरेस्ट) बाट अलग्गिने प्रयत्न गर्नुपर्छ। यसबाट अलग्गिन सकिदैन भने उचीत उचीत डिस्क्लोजर गर्नुपर्ने सुनिश्चितता गर्ने, त्यस्ता हितयुक्त सम्वन्ध वा स्वार्थलाई व्यवस्थापन गर्नका लागि आन्तरिक संयन्त्रहरू कार्यान्वयनमा हुनुपर्ने वा वा उत्पादन, सुझाव वा सेवा उपलब्ध गराउन अस्वीकार गर्नुपर्छ। उत्तरदायी कारोबारको आचरण, ग्राहकहरूलाई गर्ने निष्पक्ष व्यवहार तथा कुनै हितयुक्त सम्वन्ध वा स्वार्थबाट जोगिन/पन्छिनलाई प्रोत्साहन गर्नको लागि, संस्थाका कर्मचारी र उपयुक्त हुने ठाउँमा उनीहरूको आधिकारिक एजेन्टहरूको लागि पारिश्रमीको स्केल (तलवमान) को ढाँचाको विकास गरिनुपर्छ।

2.6. पहुँच र समावेशी

संस्थाहरूले उपभोक्ताहरूको वित्तीय उत्पादनहरू र सेवाहरूको पहुँच र प्रयोगलाई सहायोग गर्ने र सान्दर्भिक हुँदा डिजिटलाइजेसनको फाइदा उठाउँदै समावेशी वित्तीय प्रणालीलाई बढावा दिने प्रयास गर्नुपर्छ।

2.7. छलकपट वा दुरूपयोगबाट ग्राहकको सम्पत्तिको संरक्षण

संस्थाहरूले छलकपट, गलत प्रयोग वा अन्य दुरूपयोगबाट सुरक्षा सहित उपभोक्ताहरूको डिपोजिट, बचतहरू र अन्य सम्बन्धित वित्तीय सम्पत्तिहरूलाई उचित रूपमा र यथार्थताको उच्च डिग्रीको साथ सुरक्षा गर्न उपयुक्त जानकारी, नियन्त्रण र सुरक्षा संयन्त्र अपनाउनुपर्छ। संस्थाहरूले नयाँ प्रविधि र डिजिटल सुरक्षा जोखिमहरूका लागि यी उपायहरू सहर्ष अपनाउनुपर्छ।

2.8. उपभोक्ताको विवरण (डाटा) र गोपनीयताको संरक्षण

संस्थाहरूसँग ग्राहकहरूको वित्तीय र व्यक्तिगत जानकारीको सुरक्षा गर्नको लागि उचित नियन्त्रण र संरक्षण संयन्त्रहरूलाई कार्यान्वयनमा राख्नुपर्छ। यी संयन्त्रहरूले सवै प्रचलित कानूनको पालना गर्नुपर्छ र विशेषरूपमा कुन प्रयोजनका लागि डाटा संकलन, प्रशोधन, भण्डारण, प्रयोग र (अर्को पक्षलाई) खुलासा गर्न सकिने बारे उल्लेख गरेको हुनुपर्छ। संयन्त्रले ग्राहकहरूको डाटा साटासाट (साझा गरेको) भएको, डाटा पहुँच गर्ने तथा/ वा कानून विपरित हासिल गरेको वा वा प्रशोधन गरिएका डाटालाई तुरून्तै सच्चाउने वा मटाउने अधिकार ग्राहकसँग निहित हुन्छ भन्ने करालाई मनन गरेको हुनुपर्दछ।

2.9. गुनासो सम्हाल्ने वा निवारण गर्ने

संस्थाहरू र उपयुक्त भएको ठाउँमा उनीहरूका आधिकारिक एजेन्टहरूले ग्राहकहरूलाई दाबी पेश गर्न, उजुरी दर्ता गर्न र पहुँच योग्य, निष्पक्ष, जवाफदेही, समयोचित र प्रभावकारी हल खोज्नको लागि उचित च्यानलहरू (माध्यम) उपलब्ध गराउनुपर्छ। त्यस्ता च्यानलहरूले अनुपयुक्त खर्च, ढिलासुस्ती वा बोझहरू थोपार्नु हुँदैन।

2.10. प्रतिस्पर्धा

संस्थाहरूले ग्राहकहरूलाई उत्पादन खोज्न, तुलना गर्न र उपयुक्त हुने ठाउँमा उत्पादन र संस्थाहरू बीचमा फेरबदल (स्विच) गर्न दिनुपर्छ।