

## ਕੋਡ ਆਫ ਬੈਂਕਿੰਗ ਪ੍ਰੈਕਟਿਸ ਦੇ ਆਮ ਸਿਧਾਂਤ (ਪਾਰਟ 1, ਸੈਕਸ਼ਨ 2)

### 2. ਆਮ ਸਿਧਾਂਤ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸੈਕਸ਼ਨ 2.1 ਤੋਂ 2.10 ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਸਮੇਂ ਜਿੱਥੇ ਉਚਿੱਤ ਹੋਵੇ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਭਲਾਈ, ਅਤੇ ਡਿਜ਼ੀਟਲਾਈਜ਼ੇਸ਼ਨ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਤਰੱਕੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ, ਮੌਕਿਆਂ ਅਤੇ ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਟਿਕਾਊ ਵਿੱਤ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

#### 2.1. ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਬਰਾਬਰ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੜਾਵਾਂ ਤੇ ਬਰਾਬਰੀ ਦਾ, ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖ ਰੂਪ ਨਾਲ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਜਿੱਥੇ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਨੂੰ ਅਪਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਸਾਰੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦੇ ਵਧੀਆ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਅਭਿਆਚਾਰ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭਾਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਮਜ਼ੋਰ ਵਰਗਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀ ਖਾਸ ਧਿਆਨ ਸਮਰਪਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

#### 2.2. ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੇ ਵਿੱਤੀ ਉਤਪਾਦ

ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੇ ਵਿੱਤੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਉਚਿੱਤ ਨਿਗਰਾਨੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

#### 2.3. ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਅਤੇ ਪਾਰਦਰਸ਼ਤਾ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ, ਫੀਸਾਂ, ਕਮਿਸ਼ਨਾਂ ਜਾਂ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਪਸ਼ਟ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਵੇਰਵੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾਉਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਕਿਸਮ ਅਤੇ ਜੋਖਮਾਂ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁੱਹਈਆ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਚਿਤ ਚਿਤਾਵਨੀਆਂ ਸਮੇਤ ਵਾਧੂ ਪ੍ਰਗਟਾਵੇ ਤਿਆਰ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਵੱਲੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਹਿੱਤ ਦੇ ਵਿਵਾਦਾਂ ਬਾਰੇ ਵੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁੱਹਈਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਜਿਹਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਕੋਈ ਵੀ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਰਿਸ਼ਤੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੜਾਵਾਂ ਤੇ ਉਚਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁੱਹਈਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਫਾਈਨੈਂਸ਼ਿਅਲ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸੰਬੰਧੀ ਸਾਰੀ ਸਮੱਗਰੀ ਸਹੀ, ਸ਼ੁੱਧ, ਸਮਝ ਆਉਣ ਯੋਗ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਭੁਲੇਖਾ ਪਾਉਣ ਵਾਲੀ ਨਹੀਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ। ਜਿੱਥੇ ਲਾਗੂ ਅਤੇ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ ਮਿਆਰੀਕ੍ਰਿਤ ਇਕਰਾਰ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਪੱਧਤੀਆਂ ਪਾਉਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਇੱਕੋ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤੁਲਨਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਖੁਲਾਸਾ ਕਰਨ ਲਈ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਚੈਨਲਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਮੌਕਿਆਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਜਿੱਥੇ ਸਲਾਹ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਸਲਾਹ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਯਥਾਰਥਕ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਧਾਰਨ ਤੌਰ ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਜਟਿਲਤਾ ਅਤੇ ਇਸ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਜੋਖਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਰਥਿਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ, ਜਾਣਕਾਰੀ, ਸਮਰੱਥਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਅਨੁਭਵ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਗਾਹਕ ਦੀ ਪ੍ਰੋਫ਼ਾਈਲ ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕਰਨ ਕਿ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਢੁੱਕਵੀਂ, ਸਹੀ ਅਤੇ ਉਪਲਬਧ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁੱਹਈਆ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

#### 2.4. ਵਿੱਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ

ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਮੰਨਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਵਿੱਤੀ ਸਾਖਰਤਾ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵੀ ਆਪਣੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਵਿੱਤੀ ਸਾਖਰਤਾ ਸਮੇਤ ਵਿੱਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਜੋਖਮਾਂ, ਵਿੱਤੀ ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਮੌਕਿਆਂ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਖਤਰਿਆਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਮਝਣ, ਸੂਚਿਤ ਚੋਣਾਂ ਕਰਨ, ਇਹ ਜਾਨਣ ਕਿ ਸਹਾਇਤਾ ਲਈ ਕਿੱਥੇ ਜਾਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਖੁਦ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਸਥਿਤੀ (ਤੰਦਰੁਸਤੀ) ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਕੁਸ਼ਲਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰਕਾਰ, ਨਿਯਮ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰਾਂ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹਿੱਤਧਾਰਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਵਿੱਤੀ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਕਮਜ਼ੋਰ ਵਰਗਾਂ ਨੂੰ। ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਹੱਕਾਂ ਅਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ ਸਪਸ਼ਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚਯੋਗ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

#### 2.5. ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਬੰਧੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਆਚਰਨ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਬਿਹਤਰ ਹਿੱਤ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋਣ ਲਈ ਯਥਾਰਥਕ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਅਤੇ ਤੀਜੀ ਧਿਰ ਦੇ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਲਈ ਵੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਅਤੇ ਜਵਾਬਦੇਹ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਲੈਣ-ਦੇਣ ਦੀ ਕਿਸਮ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਮੁੱਹਈਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ, ਸਲਾਹ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿੱਤੀ ਸਮਰੱਥਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ। ਸਟਾਫ (ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਉਹ, ਜੋ ਸਿੱਧੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਅੰਤਰਕਿਰਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ) ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਿੱਖਿਅਤ ਅਤੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਹਿੱਤਾਂ ਦੇ ਟਾਕਰੇ ਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਰੱਖਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇਸ ਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਨਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਹੀ ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਅਤੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਵਾਦਾਂ ਨਾਲ ਨਿਪਟਣ ਲਈ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ, ਸਲਾਹ ਜਾਨ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਅਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹਨ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਲਾਗੂ ਹੋਵੇ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਲਈ ਮਿਹਨਤਾਨੇ ਦਾ ਢਾਂਚਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸੰਬੰਧੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਆਚਰਨ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਹਿੱਤਾਂ ਦੇ ਟਾਕਰੇ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

## 2.6. ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਤੱਕ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਵਰਤੋਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਢੁਕਵਾਂ ਹੋਵੇ, ਡਿਜ਼ੀਟਲਾਈਜ਼ੇਸ਼ਨ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾਉਂਦੇ ਹੋਏ, ਇੱਕ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਵਾਲੀ ਵਿੱਤੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

## 2.7. ਧੋਖੇ ਅਤੇ ਦੁਰਵਰਤੋਂ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਗਾਹਕ ਸੰਪਤੀਆਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਜਮਾ ਰਕਮਾਂ, ਬੱਚਤਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਵਿੱਤੀ ਸੰਪਤੀਆਂ ਦੀ ਸਹੀ ਢੰਗ ਅਤੇ ਉੱਚ ਕੋਟੀ ਦੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨਾਲ ਰੱਖਿਆ ਕਰਨ ਲਈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਧੋਖੇ, ਦੁਰਉਪਯੋਗ ਜਾਂ ਹੋਰ ਗਲਤ ਵਰਤੋਂ ਤੋਂ ਰੱਖਿਆ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ, ਸੰਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਿਤ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਨਵੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਖਤਰਿਆਂ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਵਿਧੀਆਂ ਨੂੰ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਅਪਨਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

## 2.8. ਖਪਤਕਾਰ ਡੇਟਾ ਅਤੇ ਗੁਪਤਤਾ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਉਚਿਤ ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤੀਆਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਲਾਗੂ ਵਿਧਾਨਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਹਨਾਂ ਲਈ ਡੇਟਾ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਸ ਉੱਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਸਾਂਭਿਆ, ਵਰਤਿਆ ਅਤੇ ਪ੍ਰਗਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਡੇਟਾ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਸੂਚਿਤ ਰਹਿਣ ਲਈ ਅਤੇ ਤੁਰੰਤ ਸੋਧ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ/ ਜਾਂ ਗਲਤ ਜਾਂ ਗੈਰਕਾਨੂੰਨੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕੀਤੇ ਡੇਟਾ ਨੂੰ ਮਿਟਾਉਣ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਹੱਕਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

## 2.9. ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਨਿਪਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਸੋਧ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਉਚਿਤ ਹੋਵੇ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਦਾਅਵੇ ਕਰਨ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਕਰਨ, ਹਰਜ਼ਾਨਾਂ ਮੰਗਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਸਾਧਨ ਮੁੱਹਈਆ ਕਰਨ, ਜੋ ਪਹੁੰਚਯੋਗ, ਨਿਰਪੱਖ, ਜਵਾਬਦੇਹ, ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਅਤੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹੋਣ। ਅਜਿਹੇ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਤੇ ਅਨੁਚਿਤ ਲਾਗਤ, ਦੇਰੀ ਜਾਂ ਬੋਝ ਨਹੀਂ ਪਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ।

## 2.10. ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦੇਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ, ਉਚਿਤ ਅਤੇ ਪਹਿਲਾਂ ਪ੍ਰਗਟ ਕੀਤੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੀ ਖੋਜ, ਤੁਲਨਾ ਅਤੇ ਜਿਥੇ ਉਚਿਤ ਹੋਵੇ, ਬਦਲੀ ਕਰ ਸਕਣ।