Các nguyên tắc chung (Phần I, Mục 2) của Bộ quy tắc và tiêu chuẩn cho ngành ngân hàng

2. Các nguyên tắc chung

Khi tuân thủ các điều khoản từ 2.1 đến 2.10, các ngân hàng cần cân nhắc đến tình hình tài chính của khách hàng, tác động, cơ hội, rủi ro của quá trình chuyển đổi số và tiến bộ công nghệ, đồng thời xem xét đến tài chính bền vững đối với khách hang.

2.1. Đối xử công bằng và bình đẳng với khách hàng

Các ngân hàng cần phải đối xử với mọi khách hàng một cách công bằng, trung thực và bình đẳng trong mọi giai đoạn phát triển mối quan hệ với các ngân hàng, đặc biệt là khi áp dụng công nghệ số. Đối xử công bằng với khách hàng là một phần không thể thiếu của văn hóa doanh nghiệp và quản trị tốt tại mọi ngân hàng và đại lý ủy quyền. Do đó, cần đặc biệt chú ý đến nhu cầu của những nhóm dễ bị tổn thương.

2.2. Sản phẩm tài chính chất lượng

Các ngân hàng cần có sự giám sát và quản trị sản phẩm phù hợp để đảm bảo việc thiết kế và phân phối các sản phẩm tài chính chất lượng.

2.3. Công bố thông tin và tính minh bạch

Các ngân hàng và đại lý ủy quyền cần quy định và giải thích rõ ràng các tính năng chính, rủi ro và điều khoản sử dụng sản phẩm, lệ phí, tiền hoa hồng hoặc chi phí và cung cấp thông tin chi tiết này cho khách hàng biết. Các bản công bố thông tin bổ sung, bao gồm cả các cảnh báo phù hợp, cần phải được lập để cung cấp thông tin theo đúng tính chất và rủi ro của sản phẩm và dịch vụ. Đồng thời, cũng phải cung cấp thông tin về các mối xung đột lợi ích liên quan đến việc các ngân hàng sử dụng đại lý ủy quyền thông qua đó để bán bất kỳ sản phẩm nào. Thông tin phù hợp cần phải được cung cấp trong mọi giai đoạn phát triển mối quan hệ với khách hàng. Mọi tài liệu quảng cáo về tài chính cần phải chính xác, trung thực, dễ hiểu và không gây hiểu lầm. Các phương thức công bố thông tin chuẩn hóa trước khi ký hợp đồng cần phải được áp dụng nếu có thể để cho phép so sánh giữa các loại sản phẩm và dịch vụ cùng loại. Cần xem xét các cơ hội mà việc sử

dụng các kênh kỹ thuật số để chia sẻ thông tin với khách hàng.

Nếu cung cấp dịch vụ tư vấn, thì tư vấn cần phải khách quan nhất có thể và nhìn chung phải căn cứ vào hồ sơ năng lực của khách hàng, có xét đến mức độ phức tạp của sản phẩm, rủi ro liên quan cũng như các mục tiêu, kiến thức, khả năng và kinh nghiệm tài chính của khách hàng. Các ngân hàng cần thông báo cho khách hàng biết rằng điều quan trọng là phải cung cấp cho ngân hàng các thông tin liên quan, chính xác và hiện hữu.

2.4. Giáo dục và nhận thức về tài chính

Nhận rõ rằng khách hàng có trách nhiệm riêng về việc nâng cao kiến thức tài chính, các ngân hàng cần phải phối hợp chặt chẽ với chính quyền, các cơ quan chức năng và các cơ quan hữu quan để tăng cường giáo dục và nâng cao nhận thức về tài chính, bao gồm cả hiểu biết về tài chính số, đồng thời giúp các khách hàng hiện tại và tương lai phát triển kiến thức, kỹ năng và sự tự tin phù hợp để hiểu rõ rủi ro, bao gồm các rủi ro và cơ hội tài chính, cũng như rủi ro an ninh số, đưa ra các lựa chọn có thông tin rõ ràng, nắm rõ địa chỉ hỗ trợ cần thiết và hành động hiệu quả để cải thiện năng lực tài chính của bản thân. Do đó, cần tăng cường xúc tiến cung cấp thông tin và giáo dục tài chính trên diện rộng để nâng cao kiến thức và năng lực tài chính của người tiêu dùng, đặc biệt là cho những nhóm dễ bị tổn thương. Khách hàng cần phải dễ dàng tiếp cận những thông tin rõ ràng về các biện pháp bảo vệ, quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng.

2.5. Đạo đức kinh doanh có trách nhiệm của ngân hàng và đại lý ủy quyền

Các ngân hàng và đại lý ủy quyền cần phải hướng đến mục tiêu làm việc vì quyền lợi tốt nhất của khách hàng và chịu trách nhiệm tăng cường bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Các ngân hàng cũng phải chịu trách nhiệm và trách nhiệm giải trình về các hành động của các đại lý ủy quyền và nhà cung cấp dịch vụ thuộc bên thứ ba. Tùy theo bản chất của giao dịch và căn cứ vào thông tin do khách hàng cung cấp, ngân hàng cần đánh giá năng lực và nhu cầu tài chính của khách hàng trước khi cung cấp sản phẩm, tư vấn hoặc dịch vụ. Nhân viên (đặc biệt là những người trực tiếp giao dịch với khách hàng) cần phải được đào tạo và có đủ trình độ chuyên môn phù hợp. Ngân hàng và đại lý ủy quyền cần phải nỗ lực tránh xảy ra xung đột lợi ích. Nếu không thể tránh được, thì các đơn vị này cần phải đảm bảo công bố thông tin phù hợp, áp dụng cơ chế nội bộ để quản lý các mối xung đột

này, hoặc từ chối cung cấp sản phẩm, tư vấn hoặc dịch vụ. Cơ cấu tiền lương của nhân viên ngân hàng và đại lý ủy quyền, nếu phù hợp, cần phải được thiết kế để khuyến khích tinh thần đạo đức kinh doanh có trách nhiệm, đối xử công bằng với khách hàng và tránh xung đột lợi ích.

2.6. Tiếp cận và sử dụng

Các ngân hàng nên giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và sử dụng các sản phẩm và dịch vụ tài chính, đồng thời thúc đẩy một hệ thống tài chính toàn diện, tận dụng công nghệ số khi cần thiết.

2.7. Bảo vệ tài sản của khách hàng tránh gian lận và lợi dụng

Các ngân hàng cần phải áp dụng cơ chế thông tin, kiểm soát và bảo vệ liên quan để bảo vệ các khoản tiền gửi, tiền tiết kiệm và các tài sản tài chính tương tự khác của khách hàng một cách phù hợp và chắc chắn, bao gồm chống gian lận, biển thủ tài sản hoặc các hành vi lạm dụng khác. Các ngân hàng nên chủ động áp dụng các cơ chế này cho các công nghệ mới và rủi ro về an ninh số.

2.8. Bảo vệ dữ liệu của khách hàng và quyền riêng tư

Các ngân hàng cần phải áp dụng cơ chế kiểm soát và bảo vệ phù hợp để bảo vệ thông tin tài chính và thông tin cá nhân của khách hàng. Những cơ chế này cần phải tuân thủ theo mọi luật pháp hiện hành và đặc biệt phải nêu rõ mục đích thu thập, xử lý, nắm giữ, sử dụng và tiết lộ thông tin. Cơ chế này cũng phải xác nhận quyền được thông tin của khách hàng về việc chia sẻ dữ liệu, truy cập dữ liệu và nhận bản điều chỉnh nhanh chóng và/hoặc xóa bỏ dữ liệu được thu thập hoặc xử lý không chính xác hoặc bất hợp pháp.

2.9. Giải quyết khiếu nại và đòi bồi thường

Các ngân hàng và đại lý ủy quyền, nếu phù hợp, cần phải cung cấp cho khách hàng các kênh phù hợp để gửi khiếu kiện, khiếu nại và đòi bồi thường một cách dễ tiếp cận, công bằng, phù hợp, kịp thời và hiệu quả. Các kênh này sẽ không được áp phí, trì hoãn hoặc tạo gánh nặng bất hợp lý cho khách hàng.

2.10. Cạnh tranh

Các ngân hàng cần phải cho phép khách hàng tìm kiếm, so sánh và chuyển đổi giữa các loại sản phẩm và ngân hàng một cách dễ dàng với chi phí phù hợp và được công khai rõ ràng.