

حقوق وواجبات العملاء في المصارف والالتزام بالمعايير الدولية

علي بدران

مدير وخبير مصري، عضو نقابة
خبراء الحاسبة الجازين في لبنان



ويساهم في تحسين سمعة القطاع المصرفي اللبناني دولياً، وتعمل على تشجيع المنافسة العادلة لترسيخ وتطوير مكانة القطاع، وتعتمد مفهوم حماية المستهلك في ظلّ عولمة الانظمة المالية والمصرفية وبالتالي عولمة المخاطر، حيث إنّ عملاء المصارف يتّخذون قرارات مالية في ادارة شؤونهم المالية الحاضرة والمستقبلية أحياناً تكون صعبة تحتاج لإرشاد وتوعية.

إن إنشاء مثل هذه الوحدة يأتي في إطار حماية حقوق العملاء في المصارف والمؤسسات المالية، خصوصاً لجهة التركيز على الشفافية والتوضيفات السليمة والتجزّد في ادارة الاموال، والتعامل المهني للحدّ من المخاطر المالية، والالتزام بالشفافية ومعايير الحوكمة، من خلال تدرج مستمرّ بالمعرفة والتثقيف والتدريب، وتوعية العملاء لمعرفة حقوقهم وواجباتهم على حدّ سواء.

وأنسجاماً مع التوجّهات العالمية والمعايير الدولية للصناعة المصرفية، صدر عن حاكم مصرف لبنان التعميم الأساسي رقم ١٢٤ تاريخ ٢٠١٥/٢/١٢، وتعتمد لجنة الرقابة على المصارف رقم ٢٨١ تاريخ ٢٠١٥/٣/٥ حول أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء، وللذان يطلبان من المصارف

يرتكز مفهوم حماية المستهلك على موايثيق الأمم المتحدة، وهو مفهوم يشمل مبادئ عامة ينبغي تطبيقها في تعاطي المستهلك مع المصرف والمؤسسات المالية. هذا الالتزام يجري تطبيقه في أوروبا والولايات المتحدة الاميركية وتم تعميم هذا المفهوم على جميع القطاعات المصرفية والمالية، وبالتالي على المصارف الالتزام بمبادئ ومعايير حماية المستهلك والالتزام بموايثيق الدولية في هذا المجال.

أدركت الدول والهيئات الدولية وبعد إجراء الكثير من الدراسات، أنّ معايير وقواعد السلوك العالمية كالنزاهة والشفافية تضمن حقوق العملاء والمستثمرين والمصرف، وأنّ المعاملة العادلة والمنصفة تجاه العميل تؤدي إلى زيادة الربح وتساهم في رفع مستوى رضى العميل، وتعمل هذه الدول والهيئات على دراسة وتعديل وإصدار معايير جديدة لحماية العميل، وحصوله على معاملة عادلة وتأمين الخدمات والمنتجات بكل سهولة وبكلفة مناسبة وجودة عالية.

كان من الطبيعي أن يهتمّ مصرف لبنان بحماية المستهلك من خلال إنشاء قسم خاص أو وحدة في جميع المصارف اللبنانية تُعنى بحمايته، بما يكفل تأمين التعاطي بشفافية مع العملاء

بعد نهاية الأزمة المالية عام ٢٠٠٨ وما تبعها من تداعيات كبيرة، والتي أظهرت تبعاتها غياب البُعد الأخلاقي ومعايير الشفافية، مما سمح بإهمال الكثير من أساليب الرقابة التي تشكّل عناصر أساسية لمبادئ الشفافية والمساءلة، ازداد الاهتمام الدولي بالمستهلك الذي يستعمل الخدمات المصرفية، وصدرت تشيريات وقرارات لحماية مصالح عملاء المصارف، والتأكد من أنّ تعامل المصارف والمؤسسات المالية يتمّ بطريقة مهنية تحفظ حقوقه.

لقد وضع حقوق عملاء المصارف في بند المبادئ العامة لحماية عملاء المصارف استناداً إلى المبادئ التي طورتها مجموعة الدول العشرين بواسطة فريق عمل من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) في عام ٢٠١١. واستحوذ هذا الموضوع على اهتمام الكثير من الدول والهيئات الدولية ومجلس الاستقرار المالي، وكذلك في اجتماعات مجموعة الدول العشرين حيث كانت أغلب التوصيات تأتي على ملاحظات حول حقوق المستهلك، وضرورة صون هذه الحقوق خصوصاً على مستوى القطاع المالي وفق الشرائع الدولية ومن ضمنها شرائع الأمم المتحدة.

لصعوبات مالية تمنعه من الابقاء بالتزاماته، بهدف إيجاد المصرف الخيارات الاضل مثل إعادة جدولة الإلتزامات أو غيرها من الخيارات.

كذلك طلب التعيم المذكور، أن على المصارف إعداد سياسة أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء لتأمين التعامل بشكل عادل ومنصف ومهني مع العملاء، حيث تراعي خلفية العميل ومقدراته على فهم العمليات واستيعابه لخاطرها ومنافعها، إضافة لنشر ثقافة التعامل الشفاف مع العملاء وبين الموظفين لدى المصارف، وخاصة الذين يتعاملون مباشرة مع العملاء في فروع المصرف، وتزويدهم بالمعلومات الدقيقة الواضحة والواافية Key Information حول شروط المنتجات والخدمات فيما يتعلق بطريقة احتساب الكلفة الفعلية، من نفقات وعمولات ومصاريف، أو أي أعباء أخرى، وضرورة وضوح وشفافية الإعلانات وعدم تضليلها لحقيقة خصائص المنتج أو الخدمة.

ومن المبادئ المهمة التي أشار التعيم على ضرورة توفرها للارتكاء بمعايير الممارسات المصرفية، وتعزيز الثقة والمصداقية في عمل القطاع المصري اللبناني هي كالتالي :

• مبدأ الملاءمة Suitability

مبدأ الملاءمة يعتبر من أهم المبادئ، ومن الممارسات الفضلى Best Practices Customer Protection، والمقصود هو تقدير تناسب المنتج أو الخدمة المقدمة للعميل مع وضعه الشخصي والمالي، خصوصاً العميل الذي يحتاج للتنفيذ والتوعية اكثر من العملاء المحترفين مثل الشركات الكبيرة والمستثمرين الكبار، بما في ذلك معرفته وخبرته بالمنتجات والخدمات والمفاهيم الأساسية المرتبطة بها، وقدرته على الالتزام بشروط واحكام الخدمة أو المنتج، والقدرة على تحمل المخاطر، وضرورة حصول المصرف على المعلومات الواجبة من العميل لتقييم مدى ملاءمة المنتج أو الخدمة

المصرفية، الحصول على التفاصيل الأساسية البسيطة، الحق في اختيار شركة تأمين من بين خمسة شركات مقبولة من المصرف ومبينة مع المستندات الخاصة بالمنتج في حال كان ذلك مشروعًا بتقديم بوليصة تأمين. والطلب بأن تكون اللغة العربية معتمدة لأي مستند أو معاملة معتمدة، وإمكانية تقديم المراجعات دون تكلفة إضافية تضمن المعالجة دون تأخير.

وفي مقابل حقوق العميل هناك واجبات عليه القيام بها تجاه المصرف الذي يتعامل معه، وأهمها:

- تقديم المعلومات الصادقة والكاملة للمصرف أو المؤسسة المالية، وتزويد المصرف بعنوان السكن والعمل ورقم الهاتف بوضوح لسهولة الاتصال به.
- الإفصاح عن الالتزامات المالية كافة عند تقديم طلب الحصول على منتج أو خدمة مع حفظ الحقوق المنوحة من قانون سرية المصرف.

تتيح المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان مهلة حدها الاقصى ٣٠ يوماً ٢٠١٥ الماضي للتقيد بأحكام التعيم رقم ١٣٤، تحت طائلة التعرض الى العقوبات الادارية المنصوص عليها في المادة ٢٠٨ من قانون النقد والتسليف.

والمؤسسات المالية "العمل على تثقيف العملاء وتوعيتهم وتوضيح حقوقهم في إطار تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية بكافة انواعها، من خلال نشر برامج التوعية والتثقيف في مراكزها الرئيسية وجميع فروعها وموقعها الالكتروني وغيرها من وسائل التواصل مع العملاء"، وفقاً للمادة الأولى من تعيم مصرف لبنان المذكور كدليل على أهمية توعية وتثقيف العميل، وذلك حرصاً منه على أهمية تقيد المصارف بالمعايير الدولية فيما يتعلق بهذا الموضوع، لا سيما لجهة مراعاة مبادئ الشفافية والوضوح عند تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية إلى العملاء، فضلاً عن التقيد بالتعاميم الأخرى الصادرة سابقاً بهذا الخصوص، لا سيما التعيم الأساسي رقم ١٢٤ تاريخ ١٧/٥/٢٠١٠، المتعلّق بشفافية واصول شروط التسليف، وذلك تعزيزاً لمبدأ الشفافية والوضوح في العلاقة مع العملاء وحماية حقوقهم.

وقد تم منح المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان مهلة حدها الاقصى ٣٠ يوماً ٢٠١٥ الماضي للتقيد بأحكام التعيم رقم ١٣٤، تحت طائلة التعرض الى العقوبات الادارية المنصوص عليها في المادة ٢٠٨ من قانون النقد والتسليف.

واجبات المصارف والمؤسسات المالية

أوجب التعيم ١٢٤ على المصارف والمؤسسات المالية ان تعد لائحة بحقوق وواجبات العميل، Know your Rights and Duties تتضمن معلومات مذكورة في ملحق التعيم كحد أدنى يجب ذكرها في اللائحة، ويجب تزويد جميع العملاء بنسخة عنها مع توقيع كل عميل اشعراً بالاستلام وفهم المضمون، بالإضافة الى نشر هذه اللائحة على الموقع الالكتروني ووسائل التواصل الأخرى للمصرف أو المؤسسة المالية.

المصارف ان تطبق اجراءات العناية الواجبة بشكل مستمر على كافة العملاء، وذلك لجهة تعديل أو اضافة أية معلومات على نموذج معرفة العملاء المعتمد KYC، تتيح عن اي متغيرات قد تطرأ على وضع العميل، وخاصة في حال الشك في صحة أو دقة المعلومات المصرح عنها سابقاً، أو في حال حدوث تغيرات لاحقة في هوية العميل أو هوية صاحب الحق الاقتصادي.

كما أوجب التعيم رقم ١٣٤ الى تضمين اللائحة إرشادات للعميل ضمن حقوق وواجبات العميل، أهمها:

- التتبّه عند منح وكالات رسمية لغير إنجاز المعاملات المصرفية والمالية، بحيث يجب تحديد الصلاحيات المنوحة بدقة.
- مراجعة المصرف عند تعرّض العميل

وأهم هذه الحقوق التالي: الحصول على المعاملة العادلة Fair Treatment، طلب الإيضاحات والمعلومات الكافية عن الخدمات والمنتجات

برامج التوعية والتثقيف للعملاء ونشر مبادئ الارشاد المالي، ورفع التقارير الدورية الى الجهات المعنية حول طبيعة وسائل المعالجات التي تصلها.

ويحدّد التعميم التطبيقي الصادر عن لجنة الرقابة على المصارف بهذا الخصوص مهام الوحدة المذكورة لجهة إعداد ميثاق خاص يؤكّد استقلاليتها ويضمّن صلاحيتها الكاملة في التعاطي مع الأطراف المعنيين كافة والاطلاع على المعلومات الضرورية لتنفيذ مهامها، من خلال الاطلاع مسبقاً على الإعلانات والكتيبات ونماذج العقود، وغيرها من المستندات المقدمة للعملاء ومراجعتها وإبداء الرأي فيها وتقديم الاقتراحات بما يؤمن الوضوح والشفافية، وانسجامها مع النصوص التطبيقية والتنظيمية الصادرة عن مصرف لبنان وللجنة الرقابة على المصارف.

بالرغم من الابعاء المالية التي تتطلّبها إنشاء هذه الوحدة في المصارف، لكنّها ليست ذات أهمية مقابل النتائج الإيجابية المتّالية عن الثقة بين المصرف والعميل والأثر الإيجابي على سمعة القطاع من خلال الالتزام بالمعايير الدولية بهذا الخصوص.

إن تطبيق سياسة الشفافية والإفصاح، ورسم حدود العلاقة بين المصرف والعميل، والأخذ بعين الاعتبار حقوق وواجبات الطرفين لم يعد ذلك خياراً، بل أن المصارف اللبنانيّة وحرصاً منها على التقييد بمبادئ العامة لحماية العملاء، وبالمعايير الدوليّة فيما يتعلق بهذا الخصوص، هي مُزّمة بتطبيق معايير الحكومة والإدارة الرشيدة ضمن التعاميم التي أصدرها مصرف لبنان تباعاً، وتعزيز أساليب الرقابة إلى جانب تقييم الأداء على جميع المستويات، وهذا يدخل ضمن التوعية والتثقيف وحماية العملاء والمساهمين في المصرف، والتجزّد في إدارة الأموال والتعامل المهني للحد من المخاطر المالية، وفي تطوير القطاع المصرفي وترويج لبنان كمقصد لاستثمار آمن للجهات الدوليّة.



والغرامات، طبيعة الفائدة سواء كانت متحركة أو ثابتة، ونسبة الفائدة السنوية المطلوبة، وغيرها من التفاصيل الضرورية.

تلقي المصرف المراجعات من العملاء Complaint Resolution

في هذا الإطار على المصارف وضع آلية واضحة وفاعلة تسمح للعملاء تقديم المراجعات، بحيث تكون الآلية واضحة وفعالة دون تأخير، ويمكن من خلال تبعة استماراة خاصة لتقديم المراجعة Customer Complaint Form مباشرة إلى الكتروني للمصرف، أو البريد العادي أو الهاتف من خلال الخط الساخن Hotline المنشأ في جميع المصارف، وترسل المراجعة مباشرة إلى «الوحدة» المنشأة لهذه الغاية دون اطلاع ادارة أو موظفي الفرع على مضمونها، والتي تقوم بدورها بإعلام العميل عن تلقي المراجعة في فترة لا تزيد عن ثلاثة أيام عمل من تاريخ تقديم المراجعة وإنها قيد الدراسة، وان لا تتعدي فترة النظر بالمراجعة والرد على العميل مهلة 15 يوماً من تاريخ تقديم المراجعة.

المقدمة، أو المطلوبة مع الحاجة إليها وإعلام العميل بالمنتجات أو الخدمات الملاعمة لوضعه وتزويده بالمعلومات الأساسية والصحيحة لتمكينه من المقارنة فيما بينها، على ان لا يشتمل ذلك تقديم المصرف أي نوع من الضمانة لعملائه.

وفقاً لمبدأ الملاعمة، أوجب تعميم مصرف لبنان توثيق واقعة بيع المنتج أو الخدمة المصرفية، اي عند بيع الخدمة أو المنتج At Inception، على ان يتم ذكر العوامل التي تأخذها الموظف المعنى بالاعتبار لتحديد ملاعمة المنتج أو الخدمة لوضع العميل، وبالتالي اي مخاطر لاحقة يمكن ان يتعرض لها العميل تدرج ضمن السياق الطبيعي للخدمات المصرفية.

ويعود هنا لكل مصرف تحديد طبيعة الخدمات أو المنتجات المالية وتحديد المخاطر المرتبطة بها، ولا يعني ذلك استثناء اي فئة من العملاء، وتبقى الامامية في إطلاع وفهم العملاء للمخاطر المتّالية من المنتج أو الخدمة وتقدير المصرف لجهة مبدأ الملاعمة.

• مبدأ الشفافية Transparency

مبدأ الشفافية يجب ان يطبق على جميع العملاء، وان تكون الخدمات والمنتجات المقدمة واضحة ومفهولة وسهلة الفهم وغير مضللة ويمكن الوصول إليها، وتزويذ العملاء بالمعلومات الأساسية والصحيحة للخدمات والمنتجات لتمكينهم من المقارنة في ما بينها، إذ من حق كل عميل معرفة العناصر الأساسية للعلاقة التعاقدية ما يتيح له المقارنة والمنافسة، وينبغي ان يشمل ذلك حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الأسعار والعمولات