



حقوق وواجبات العملاء في المصارف والالتزام بالمعايير الدولية

علي بدران

مدير وخبير مصرفي، عضو نقابة خبراء المحاسبة المجازين في لبنان

ويساهم في تحسين سمعة القطاع المصرفي اللبناني دولياً، وتعمل على تشجيع المنافسة العادلة لترسيخ وتطوير مكانة القطاع، وتعميم مفهوم حماية المستهلك في ظلّ عولمة الانظمة المالية والمصرفية وبالتالي عولمة المخاطر، حيث أنّ عملاء المصارف يتخذون قرارات مالية في ادارة شؤونهم المالية الحاضرة والمستقبلية احياناً 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 والتوظيفات السليمة والتجّرد في ادارة الاموال والتعامل المهني للحدّ من المخاطر المالية، والالتزام بالشفافية ومعايير الحوكمة، من خلال تدريج مستمر بالمعرفة والثقافة والتدريب، وتوعية العملاء لمعرفة حقوقهم وواجباتهم على حدّ سواء.

وانسجماً مع التوجّهات العالمية والمعايير الدولية للصناعة المصرفية، صدر عن حاكم مصرف لبنان التعميم الاساسي رقم ١٣٤ تاريخ ٢٠١٥/٢/١٢، وتعميم لجنة الرقابة على المصارف رقم ٢٨١ تاريخ ٢٠١٥/٣/٥ حول أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء، واللذان يطلبان من المصارف

يرتكز مفهوم حماية المستهلك على موثاق الامم المتحدة، وهو مفهوم يشمل مبادئ عامة ينبغي تطبيقها في تعاظمي المستهلك مع المصرف والمؤسسات المالية. هذا الالتزام يجري تطبيقه في أوروبا والولايات المتحدة الاميركية وتمّ تعميم هذا المفهوم على جميع القطاعات المصرفية والمالية، وبالتالي على المصارف الالتزام بمبادئ ومعايير حماية المستهلك والالتزام بالمواثيق الدولية في هذا المجال.

أدركت الدول والهيئات الدولية وبعد إجراء الكثير من الدراسات، أنّ معايير وقواعد السلوك العالية كالنزاهة والشفافية تضمن حقوق العملاء والمستثمرين والمصرف، وأنّ المعاملة العادلة والمنصفة تجاه العميل تؤدي الى 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 ان يهتم مصرف لبنان بحماية المستهلك من خلال إنشاء قسم خاص أو وحدة في جميع المصارف اللبنانية تعنى بحمايته، بما يكفل تأمين التعاظمي بشفافية مع العملاء

بعد نهاية الازمة المالية عام ٢٠٠٨ وما تبعها من تداعيات كبيرة، والتي أظهرت تبعاتها غياب البعد الاخلاقي ومعايير الشفافية، ممّا سمح بإهمال الكثير من اساليب الرقابة التي تشكّل عناصر اساسية لمبادئ الشفافية والمساءلة، ازداد الاهتمام الدولي بالمستهلك الذي يستعمل الخدمات المصرفية، وصدرت تشريعات وقرارات لحماية مصالح عملاء المصارف، والتأكد من أنّ تعامل المصارف والمؤسسات المالية يتمّ بطريقة مهنية تحفظ حقوقه.

لقد وُضعت حقوق عملاء المصارف في بند المبادئ العامة لحماية عملاء المصارف استناداً الى المبادئ التي طوّرتها 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 المصرفي والمالي وفق الشرائع الدولية ومن ضمنها شرائع الامم المتحدة.

والمؤسسات المالية "العمل على تثقيف العملاء وتوعيتهم وتوضيح حقوقهم في إطار تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية بكافة أنواعها، من خلال نشر برامج التوعية والتثقيف في مراكزها الرئيسية وجميع فروعها ومواقعها الالكترونية وغيرها من وسائل التواصل مع العملاء"، وفقاً للمادة الأولى من تعميم مصرف لبنان المذكور كدليل على أهمية توعية وتثقيف العميل، وذلك حرصاً منه على أهمية تقيّد المصارف بالمبادئ والمعايير الدولية فيما يتعلّق بهذا الموضوع، لا سيّما لجهة مراعاة مبادئ الشفافية والوضوح عند تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية الى العملاء، فضلاً عن التقيّد بالتعاميم الاخرى الصادرة سابقاً بهذا الخصوص، لا سيّما التعميم الاساسي رقم ١٢٤ تاريخ ١٧/٥/٢٠١٠ المتعلّق بشفافية واصول شروط التسليف، وذلك تعزيزاً لمبدأ الشفافية والوضوح في العلاقة مع العملاء وحماية حقوقهم.

وقد تمّ منح المصارف والمؤسسات المالية العاملة في لبنان مهلة حدّها الاقصى ١٣٠يلول ٢٠١٥ الماضي للتقيّد بأحكام التعميم رقم ١٣٤، تحت طائلة التعرّض الى العقوبات الادارية المنصوص عليها في المادة ٢٠٨ من قانون النقد والتسليف.

واجبات المصارف والمؤسسات المالية

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

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

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

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

— 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 الممنوحة من قانون سرية المصارف.

— تحديث المعلومات الشخصية المقدّمة الى المصرف بشكل مستمرّ وكلّما طُلب من العميل ذلك، وهذا الموضوع عادةً يكون مستمراً من خلال تحديث نموذج إعرف عميلك KYC Know Your Customer، تقيّداً بأحكام المادة السادسة من تعميم مصرف لبنان رقم ٨٣ تاريخ ١٨/٥/٢٠١٠، حيث أوجب على المصارف ان تطبّق اجراءات العناية الواجبة بشكل مستمرّ على كافة العملاء، وذلك لجهة تعديل أو اضافة أية معلومات على نموذج معرفة العملاء المعتمد KYC، تنتج عن اي متغيرات قد تطرأ على وضع العميل، وخاصة في حال الشك في صحة أو دقة المعلومات المصرّح عنها سابقاً، أو في حال حدوث تغيّرات لاحقة في هوية العميل أو هوية صاحب الحق الاقتصادي.

كما أوجب التعميم رقم ١٣٤ الى تضمين اللائحة إرشادات للعميل ضمن حقوق وواجبات العميل، أهمّها:

• التنبّه عند منح وكالات رسمية للغير لإنجاز المعاملات المصرفية والمالية، بحيث يجب تحديد الصلاحيات الممنوحة بدقة.

• مراجعة المصرف عند تعرّض العميل

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

كذلك طلب التعميم المذكور، أن على المصارف إعداد سياسة أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء لتأمين التعامل بشكل عادل ومنصف ومهني مع العملاء، حيث تُراعى خلفية العميل ومقدرته على فهم العمليات واستيعابه لمخاطرها 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 والوافية Key Information حول شروط المنتجات والخدمات فيما يتعلّق بطريقة احتساب الكلفة الفعلية، من نفقات وعمولات ومصاريف، أو اي أعباء اخرى، وضرورة وضوح وشفافية الاعلانات وعدم تضليلها لتحقيق خصائص المنتج أو الخدمة.

ومن المبادئ المهمة التي أشار التعميم على ضرورة توفرها للارتقاء بمعايير الممارسات المصرفية، وتعزيز الثقة والمصادقية في عمل القطاع المصرفي اللبناني هي كالتالي :

• مبدأ الملاءمة Suitability

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

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

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

بالرغم من الاعباء المالية التي تتطلبها إنشاء هذه الوحدة في المصارف، لكنها ليست ذات اهمية مقابل النتائج الايجابية المتأتية عن الثقة بين المصرف والعميل والأثر الايجابي 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 اللبنانية وحرصاً منها على التقيد بالمبادئ العامة لحماية العملاء، وبالمعايير الدولية فيما يتعلق بهذا الخصوص، هي ملزمة بتطبيق معايير الحوكمة والإدارة الرشيدة ضمن التعاميم التي أصدرها مصرف لبنان تبعاً، وتعزيز أساليب الرقابة الى جانب تقييم الأداء على جميع المستويات، وهذا يدخل ضمن التوعية والتثقيف وحماية العملاء والمساهمين في المصرف، والتجرد في إدارة الأموال والتعامل المهني للحد من المخاطر المالية، وفي تطوير القطاع المصرفي وترويج لبنان كمقصد استثمار آمن للجهات الدولية.



والغرامات، طبيعة الفائدة سواء كانت متحركة أو ثابتة، ونسبة الفائدة السنوية المطبقة، 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 وفعّالة ودون تأخير، ويمكن من خلال تعبئة استمارة خاصة لتقديم المراجعة Customer Complaint Form مباشرة فرع المصرف المعني، أو من خلال الموقع الإلكتروني للمصرف، أو البريد العادي أو الهاتف من خلال الخط الساخن Hotline المنشأ في جميع المصارف، وترسل المراجعة مباشرة الى «الوحدة» المنشأة لهذه الغاية دون اطلاع ادارة أو موظفي الفرع على مضمونها، والتي تقوم بدورها بإعلام العميل عن تلقّي المراجعة في فترة لا تزيد عن ثلاثة أيام عمل من تاريخ تقديم المراجعة وإنها قيد الدراسة، وان لا تتعدّى فترة النظر بالمراجعة والردّ على العميل مهلة ١٥ يوماً من تاريخ تقديم المراجعة.

إنشاء «الوحدة» الخاصة بتطبيق «اصول اجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء» بهدف تطبيق هذه المبادئ أو القواعد، يتوجب على المصارف حسب ما جاء في التعميم ١٢٤ ان تُنشئ «وحدة» لديها تكون مرتبطة بالمدير العام في المصرف، وتكون مستقلة عن تنفيذ العمليات المصرفية، هذه الوحدة موجودة في جميع المصارف المتطورة في العالم، وأهم مهامها المساهمة في إعداد

المقدّمة، أو المطلوبة مع الحاجة اليها وإعلام العميل بالمنتجات أو الخدمات الملائمة لوضعه وتزويده بالمعلومات الاساسية والصحيحة لتمكينه من المقارنة فيما بينها، على ان لا يشمل ذلك تقديم المصرف اي نوع من الضمانة لعملائه.

وفقاً لمبدأ الملاءمة، 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 اتخذها الموظف المعني بالاعتبار لتحديد ملاءمة المنتج أو الخدمة لوضع العميل، وبالتالي اي مخاطر لاحقة يمكن ان يتعرض لها العميل تندرج 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 الاهمية في اطلاع وفهم العملاء للمخاطر المتأتية من المنتج أو الخدمة وتقدير المصرف لجهة مبدأ الملاءمة.

• مبدأ الشفافية Transparency

مبدأ الشفافية يجب ان يطبق على جميع العملاء، وان تكون الخدمات والمنتجات المقدّمة واضحة ومفصّلة وسهلة الفهم وغير مضلّة ويمكن الوصول اليها، وتزويد العملاء بالمعلومات الاساسية والصحيحة للخدمات والمنتجات لتمكينهم من المقارنة في ما بينها، إذ من حقّ كل عميل معرفة العناصر الاساسية للعلاقة التعاقدية ما يتيح له المقارنة والمنافسة، وينبغي ان يشمل ذلك حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الاسعار والعمولات