حقوق وواجبات العملاء في المصارف والإلتزام بالمعايير الدولية

علي بدران*

لقد وُضعت حقوق عملاء المصارف في بند "المبادئ العامة لحماية عملاء المصارف "استناداً الى المبادئ التي طوّرتها مجموعة الدول العشرين بواسطة فريق عمل من منظّمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) في العام 2011، واستحوذ هذا الموضوع على اهتمام الكثير من الدول والهيئات الدولية ومجلس الإستقرار المالي، وكذلك في اجتماعات مجموعة الدول العشرين.

مبادرة مصرف لبنان

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 وتساهم 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 إنّ عملاء المصارف يتّخذون قرارات مالية في إدارة شؤونهم المالية الحاضرة والمستقبلية احياناً تكون صعبة وتحتاج الى إرشاد وتوعية.

إنشاء مثل هذه الوحدة يأتي في إطار حماية حقوق العملاء في المصارف والمؤسسات المالية، خصوصاً لجهة التركيز على الشفافية والتوظيفات السليمة والتجرّد في ادارة الأموال والتعامل المهني للحدّ من المخاطر المالية، والإلتزام بالشفافية ومعايير الحوكمة، من خلال تدرّج مستمرّ بالمعرفة والثقافة والتدريب، وتوعية العملاء لمعرفة حقوقهم وواجباتهم على حدّ سواء.

وانسجاماً مع التوجّهات العالمية والمعايير الدولية للصناعة المصرفية، صدر عن حاكم مصرف لبنان التعميم الاساسي الرقم 134 تاريخ 2015/2/12، وتعميم لجنة الرقابة على المصارف الرقم 281 تاريخ 2015/3/5 حول "أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء"، واللذان يطلبان من المصارف 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 ومواقعها الالكترونية وغيرها من وسائل التواصل مع العملاء"، وفقاً للمادة الاولى من تعميم مصرف لبنان المذكور كدليل على اهمية توعية وتثقيف العميل، وذلك حرصاً منه على اهمية تقيّد المصارف بالمبادئ والمعايير الدولية في ما يتعلّق بهذا الموضوع، ولا سيّما لجهة مراعاة مبادئ الشفافية والوضوح عند تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية الى العملاء، فضلاً عن التقيّد بالتعاميم الاخرى الصادرة سابقاً في هذا الخصوص، ولاسيّما التعميم الاساسي الرقم 124 تاريخ 2010/5/17 المتعلّق بشفافية وأصول 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 30 ايلول 2015 الماضي للتقيّد بأحكام التعميم الرقم 134، تحت طائلة التعرّض الى العقوبات الادارية المنصوص عليها في المادة 208 من قانون النقد والتسليف.

واجبات المصارف والمؤسسات المالية

أوجب التعميم 134 على المصارف والمؤسسات المالية أن تعدّ لائحة "بحقوق وواجبات العميل" (Know Your Rights and Duties)، تتضمّن 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، بالاضافة الى نشر هذه اللائحة على الموقع الالكتروني ووسائل التواصل الاخرى للمصرف او 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 اختيار شركة تأمين من بين خمس شركات مقبولة من المصرف ومبيّنة 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 من دون تكلفة إضافية تضمن المعالجة من 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 الاتّصال به.
- الإفصاح عن الإلتزامات المالية كافة عند تقديم طلب الحصول على منتج او 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 الرقم 83 تاريخ 2001/5/18، حيث أوجب على المصارف أن تطبّق اجراءات العناية الواجبة بشكل مستمرّ على كافة العملاء، وذلك لجهة تعديل أو اضافة أية معلومات على أنموذج معرفة العملاء المعتمد (KYC)، تنتج عن أي متغيرات قد تطرأ على وضع العميل، وخصوصاً 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.

حقوق وواجبات العميل

كما أوجب التعميم الرقم 134 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 بإلتزاماته، 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 الى نشر ثقافة التعامل الشفاف مع العملاء وبين الموظّفين لدى المصارف، وخصوصاً الذين يتعاملون مباشرةً مع العملاء في فروع المصرف، وتزويدهم بالمعلومات الدقيقة الواضحة والوافية (Key Information)، حول شروط المنتجات والخدمات في ما يتعلّق بطريقة احتساب الكلفة الفعلية، من نفقات وعمولات ومصاريف، أو أي أعباء اخرى، وضرورة وضوح وشفافية الاعلانات وعدم تضليلها لحقيقة خصائص المنتج او الخدمة.

ومن المبادئ المهمة التي أشار التعميم على ضرورة توفّرها للإرتقاء بمعايير الممارسات المصرفية، وتعزيز الثقة والمصداقية في عمل القطاع المصرفي اللبناني هي كالتالي:

مبدأ الملاءمة (Suitability)

مبدأ الملاءمة يُعتبر من أهم المبادئ، ومن الممارسات الفُضلى (Best Practices) المتعلّقة بحماية العملاء (Customer Protection)، والمقصود هو تقدير تناسب المنتج أو الخدمة المقدّمة للعميل مع وضعه الشخصي والمالي، خصوصاً العميل الذي هو بحاجة للتثقيف والتوعية اكثر من العملاء المحترفين مثل الشركات الكبيرة والمستثمرين الكبار، بما في ذلك معرفته وخبرته بالمنتجات والخدمات والمفاهيم الأساسية المرتبطة بها، وقدرته على الإلتزام بشروط وأحكام الخدمة أو المنتج، والقدرة على تحمّل المخاطر، وضرورة حصول المصرف على المعلومات الواجبة من العميل لتقييم مدى ملاءمة المنتج أو الخدمة المقدّمة، أو المطلوبة مع الحاجة اليها وإعلام العميل بالمنتجات أو الخدمات الملائمة لوضعه وتزويده بالمعلومات الأساسية والصحيحة لتمكينه من المقارنة في ما بينها، على أن لا يشتمل ذلك تقديم المصرف أي نوع من الضمانة لعملائه.

وفقاً لمبدأ الملاءمة أوجب تعميم مصرف لبنان توثيق واقعة بيع المنتج أو الخدمة المصرفية (أي عند بيع الخدمة أو المنتج At Inception)، على أن يتمّ ذكر العوامل التي اتّخذها الموظّف المعني في الاعتبار لتحديد ملاءمة المنتج أو الخدمة لوضع العميل، وبالتالي أي مخاطر لاحقة يمكن أن يتعرّض 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 أي فئة من العملاء، وتبقى الاهمية في إطلاع وفهم العملاء

علي بدران

للمخاطر المتأتّية من المنتج أو الخدمة وتقدير المصرف لجهة مبدأ الملاءمة.

مبدأ الشفافية (Transparency)

مبدأ الشفافية يجب أن يطبّق على جميع العملاء، وان تكون الخدمات والمنتجات المقدّمة واضحة ومفصّلة وسهلة الفهم وغير مضلّلة ويمكن الوصول اليها، وتزويد العملاء بالمعلومات الاساسية والصحيحة للخدمات والمنتجات لتمكينهم من المقارنة في ما بينها، اذاً من حقّ كل عميل معرفة العناصر الاساسية للعلاقة التعاقدية ما يتيح له المقارنة والمنافسة، وينبغي أن يشمل ذلك حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الأسعار والعمولات والغرامات، طبيعة الفائدة سواء كانت متحركة أو ثابتة، ونسبة الفائدة السنوية المطبّقة، وغيرها من التفاصيل الضرورية.

تلقي المصرف المراجعات

في هذا الاطار على المصارف وضع آلية واضحة وفاعلة تسمح للعملاء تقديم المراجعات، بحيث تكون الآلية واضحة وفعّالة ومن دون تأخير، ويُمكن من خلال تعبئة استمارة خاصة لتقديم المراجعة (Customer Complaint Form) مباشرة في فرع المصرف المعني، أو من خلال الموقع الالكتروني للمصرف، أو البريد العادي أو الهاتف من خلال الخط الساخن (Hotline) المنشأ في جميع المصارف، وتُرسل المراجعة مباشرةً الى "الوحدة" المنشأة لهذه الغاية من دون اطلاع ادارة أو موظفي الفرع على مضمونها، والتي تقوم بدورها بإعلام العميل عن تلقّي المراجعة في فترة لا تزيد على ثلاثة أيام عمل من تاريخ تقديم المراجعة وأنها قيد الدراسة، وان لا تتعدّى فترة النظر بالمراجعة والردّ على العميل مهلة 15 يوماً من تاريخ تقديم المراجعة.

إنشاء "الوحدة" الخاصة بتطبيق أصول إجراء العمليات المصرفية والمالية مع العملاء

بهدف تطبيق هذه المبادئ أو القواعد، يتوجّب على المصارف حسب ما جاء في التعميم 134 ان تُنشئ "وحدة" لديها تكون مرتبطة بالمدير العام في المصرف، وتكون مستقلّة عن تنفيذ العمليات المصرفية، هذه الوحدة موجودة في جميع المصارف المتطوّرة في العالم، وأهمّ مهامها المساهمة في إعداد 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 في هذا الخصوص مهام الوحدة المذكورة لجهة إعداد ميثاق خاص يؤكّد استقلاليتها ويضمن صلاحيتها الكاملة في التعاطي مع الاطراف 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.

فعلى الرغم من الأعباء المالية التي تتطلّبها إنشاء هذه الوحدة في المصارف، لكنّها ليست ذات اهمية مقابل النتائج الايجابية المتأتية عن الثقة بين المصرف والعميل والأثر الايجابي على سمعة القطاع من خلال الإلتزام بالمعايير الدولية بهذا الخصوص.

إن تطبيق سياسة الشفافية والإفصاح ورسم حدود العلاقة بين المصرف والعميل، والأخذ في الإعتبار حقوق وواجبات الطرفين لم يعد ذلك خياراً، بل إن المصارف اللبنانية وحرصاً منها على التقيّد بالمبادئ العامة لحماية العملاء، وبالمعايير الدولية في ما يتعلق في هذا الخصوص، هي مُلزمة بتطبيق معايير الحوكمة والإدارة الرشيدة ضمن التعاميم التي أصدرها مصرف لبنان تباعاً، وتعزيز أساليب الرقابة الى جانب تقييم الأداء على جميع المستويات، وهذا يدخل ضمن التوعية والتثقيف وحماية العملاء والمساهمين في المصرف، والتجرّد في إدارة الأموال والتعامل المهني للحدّ من المخاطر المالية، وفي تطوير القطاع المصرفي وترويج لبنان كمقصد إستثمار آمن للجهات الدولية

***خبير ومدير مصرفي**