



د مالي چارو د څارلو لوي آمریت

آمریت عمومي نظارت امور مالي

د افغانستان بانک

(بانک مرکزی)

شماره: ۷۴۳۸

تاریخ: ۱۳۷۷/۱۱/۲

به ریاست بانکها و موسسات مالی مجوز!

ماهیت: متحدالمال

موضوع: حمایت از حقوق مشتریان در سکتور مالی

د افغانستان بانک همواره در صدد تقویت و انکشاف یک سیستم مالی فراگیر و با ثبات در کشور بوده تا از یک طرف افراد و تشبثات به خدمات مالی با کیفیت، متنوع، با هزینه مناسب و مطابق ضرورت خویش دسترسی داشته و از آن استفاده کنند، و از جانب دیگر با حمایت از حقوق مشتریان سکتور مالی، اعتماد مردم را به سکتور مالی بهبود بخشد. از همین رو، این متحدالمال در روشنایی ماده یکصد و هفتاد و هفتم قانون بانکداری افغانستان، در مورد تأمین حقوق مشتریان سکتور مالی ترتیب و صادر می گردد. این متحدالمال با استفاده از اصول و شیوه های خوب بانک جهانی، معیار های مربوط به نهاد بین المللی AFI، اصول کلی حقوق مشتریان سکتور مالی کشور های گروه بیست، و روش ها و مشکلات موجود در سکتور مالی کشور تدوین گردیده است.

بخش (الف) - عمومیات

اهداف

هدف اساسی این متحدالمال حمایت از حقوق مشتریان در سکتور مالی، این است تا اعتماد مردم نسبت به مؤسسات مالی کشور افزایش یافته و ثبات مالی تقویت یابد. سایر اهداف این متحدالمال قرار ذیل اند:

- آرایه معلومات متناسب (هزینه، مزایا، و خطرات) در مورد محصولات و خدمات مالی به مشتریان
- تأمین شفافیت در عرضه محصولات و خدمات مالی
- عرضه مسئولانه محصولات و خدمات مالی
- حفظ محرمت معلومات مشتریان
- رفتار مناسب با مشتریان و روش تجاری مسئولانه
- رقابت و نوآوری در عرضه محصولات و خدمات مالی
- بهبود کیفیت محصولات و خدمات مالی
- ایجاد بخش داخلی رسیدگی به شکایات مشتریان و حل منازعات مالی آن ها
- افزایش دسترسی عامه به خدمات مالی و گسترش استفاده از این خدمات

این متحدالمال بالای همه بانک ها، مؤسسات پول الکترونیک، و سایر مؤسسات مالی مجوز د افغانستان بانک (که متبعت مؤسسات مالی یاد میشوند) در افغانستان قابل تطبيق می باشد. مؤسسات مالی مکلف اند تا تمام موارد مندرج این متحدالمال را در همه مراحل ارتباط تجاری با مشتریان خویش رعایت کرده و در مطابقت با آن عرضه محصولات و خدمات خود را تنظیم کنند. د افغانستان بانک از تطبيق همه جانبه این متحدالمال نظارت می کند.

تعاریف

در این متحدالمال اصطلاحات ذیل مفاهیم آتی را افاده می کنند:

- آشکار سازی متناسب (Proportionate disclosure): آشکار سازی معلومات متناسب در برگیرنده مزایا، خطرات، هزینه ها و شرایط استفاده از محصولات و خدمات مالی می باشد.
- آشکار سازی معلومات (Disclosure of information): آشکار سازی به معنی ارایه معلومات کافی و متناسب در مورد محصولات و خدمات مالی به مشتریان در مراحل قبل از قرارداد، حین قرارداد و بعد از قرارداد می باشد.
- آشکار سازی معلومات قبل از قرارداد (Pre-contractual disclosure): ارایه معلومات کافی و متناسب در مورد محصولات و خدمات مالی و تشریح آن به مشتری قبل از فروش محصول بوده تا مشتری به کمک معلومات ارایه شده از جانب مؤسسه مالی بتواند تصمیم آگاهانه گرفته و محصول مالی مطابق نیاز خویش را تشخیص و انتخاب کند.
- آشکار سازی معلومات حین قرارداد (Contractual disclosure): ارایه معلومات کافی و متناسب در مورد محصولات و خدمات مالی و تشریح آن به مشتری حین فروش محصول و امضای قرارداد بوده تا مشتری به کمک معلومات ارایه شده از جانب مؤسسه مالی از مشخصات کلیدی محصول، شرایط استفاده محصول، حقوق و مکلفیت های خویش و نیز حقوق و مکلفیت های مؤسسه مالی مورد نظر واقف بوده و آن را به صورت درست و همه جانبه درک کند.
- آشکار سازی معلومات بعد از قرارداد (Post-contractual disclosure): ارایه معلومات مانند صورت حساب، هر نوع تغییر در شرایط قرارداد و مشخصات محصول و سایر معلومات لازم بعد از فروش محصول به مشتری بوده، تا وی از جزئیات استفاده از محصول و تغییر در شرایط قرارداد و مشخصات محصول آگاه باشد.
- بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان (Internal dispute resolution mechanism): عبارت از بخشی است که مؤسسات مالی به هدف دریافت و رسیدگی به شکایات مشتریان و حل منازعات مالی آن ها ایجاد می کنند.
- روش تجاری غیر عادلانه (Unfair business conduct): روش تجاری زمانی غیر عادلانه پنداشته می شود که شرایط قرارداد یا فروش محصول از طرف مؤسسه مالی طوری عیار شده باشد و یا انجام معاملات به گونه ی صورت گیرد که حق مشتری را متأثر سازد. روش تجاری غیر عادلانه شامل هر نوع ابهام در شرایط قرارداد، عدم شفافیت در ارایه معلومات در تمام مراحل ارتباط تجاری با مشتری، عدم ارایه معلومات متناسب، فروش مشروط محصول، برخورد تبعیض آمیز با مشتری،

وضع هزینه های پنهانی، محدود ساختن مکلفیت های مؤسسه مالی در رابطه به عملکرد غیر حرفوی و بی دقت در فراهم سازی محصولات و خدمات مالی، اشتهاارات فریب آمیز، جمع آوری اجحاف آمیز قرضه و سؤ استفاده از عدم آگاهی مشتری بوده اما محدود به آنها نمی باشد.

- مهلت انصراف از استفاده محصول (Cooling-off period): عبارت از مدت زمانی است که مؤسسات مالی به مشتریان خویش مهلت می دهند تا از استفاده محصولاتی که مدت استفاده آن ها طولانی تر می باشد، منصرف شده و فسخ قرارداد کنند. انصراف از استفاده محصول می تواند به دلایلی مانند کیفیت پائین محصول، عدم کارآیی محصول در رفع نیازمندی مالی مشتری، نبود محل دسترسی مناسب به استفاده محصول (مانند ماشین های خودکار صرافی و پاس) و یا هر دلیل دیگری باشد که مشتری نخواهد محصول را استفاده کند.
- معاملات مالی رایگان: عبارت از آن عده معاملات مالی می باشند که طبق قوانین، مقررات و متحدالمال های نافذه د افغانستان بانک و یا حسب پالیسی داخلی مؤسسات مالی بدون فیس و هزینه استند. این معاملات می توانند شامل سپرده گذاری نقدی، برداشت نقدی از نمایندگی های یک مؤسسه مالی و یا ماشین خودکار صرافی، انتقال و دریافت پول از یک حساب به حساب دیگر در عین مؤسسه مالی در داخل کشور، و سایر معاملاتی که تحت این عنوان می توانند تصنیف گردند، باشد.

بخش (ب) - اصول حمایت از مشتریان سکتور مالی

اصول حمایت از مشتریان سکتور مالی حسب این متحدالمال شامل (1) آشکار سازی معلومات و شفافیت در عرضه خدمات مالی، (2) رفتار مناسب و روش تجاری مسؤولانه، (3) حفظ محرمت معلومات مشتریان، (4) بخش داخلی رسیدگی به شکایات و منازعات مالی مشتریان، (5) بهبود دانش مالی مشتریان می باشد.

1. آشکار سازی معلومات و شفافیت در عرضه خدمات (Disclosure and transparency)

مؤسسات مالی مکلف اند تا به مشتری در مورد محصول یا خدمتی که از جانب وی تقاضا می گردد، معلومات متناسب و دقیق را به زبان های دری یا پشتو یا حسب تقاضای مشتری، به طور ساده و عام فهم و به گونه شفاف در سه مرحله (قبل از قرارداد، حین عقد قرارداد و بعد از عقد قرارداد) طوری ارایه کنند تا مشتری آن را درک کرده و بتواند به صورت آگاهانه تصمیم بگیرد.

الف) مرحله قبل از قرارداد (Pre-contract disclosure): تمامی انواع ابزار ها و محتویات اشتهاارات، و بروشورهای معلوماتی مربوط به یک محصول یا خدمت مالی باید دربرگیرنده ی معلومات کافی و متناسب بوده تا مزایا، خطرات، هزینه ها و شرایط مربوط به محصول یا خدمت مالی به مشتری واضح گردد. آشکار سازی معلومات قبل از عقد قرار داد و یا فروش محصول مالی دربرگیرنده معلومات حد اقل ذیل بوده، اما محدود به آن نمی باشد:

1. آشکار سازی همه شرایط استفاده از محصول یا خدمت مالی مورد نظر مشتری به صورت چاپی
2. ارایه مشخصات کلیدی محصول به صورت مختصر و به الفاظ ساده، قابل فهم و خوانا به شکل

چاپی

3. ارایه معلومات در مورد همه فیس ها، هزینه ها و مبلغ مورد نیاز برای باز نمودن حساب به صورت چاپی
4. ذکر انواع معاملات مالی رایگان و مبالغ آن ها به صورت چاپی
5. مدت استفاده محصول یا خدمت مالی
6. در صورت محصولات قرضه، تفصیل شرایط قرضه، نرخ تکتانه و نوع آن مانند تکتانه ثابت یا تکتانه متغیر
7. چارچوب زمانی بازپرداخت قرضه
8. چگونگی و روش سنجش تکتانه قرضه، کارت اعتباری و امثال آن
9. اشتهاارات نباید دربرگیرنده معلومات نادرست، غیر واقعی، اغوا کننده و فریب آمیز باشند.
10. مؤسسات مالی می توانند تا برای هر یک از محصولات خویش موارد اول الی هشتم را در فارمت ساده، به اندازه خط خوانا، به صورت واحد چاپ کرده و در اختیار متقاضی محصول قرار دهند تا مشتری بتواند آن را با فیس ها و هزینه های مؤسسات مالی دیگر به آسانی مقایسه کرده و از آن میان، بهترین عرضه کننده را با شرایط و هزینه مناسب و به صورت آگاهانه انتخاب کند.
11. موارد مندرج جز ششم الی هشتم بخش الف در فوق، بالای مؤسسات پول الکترونیک قابل تطبیق نمی باشند.
12. برگه های چاپی و الکترونیک، و نیز انواع اشتهاارات که مخاطب آن اتباع کشور باشد، باید به زبان های دری و پشتو باشد.
13. سایر معلومات مهم

ب) مرحله حین قرار داد (Contractual Disclosure): در این مرحله، مؤسسات مالی مکلف اند تا حداقل موارد ذیل را حین فروش (امضای قرارداد) محصول یا خدمت مالی مدنظر قراردادده و به مشتری تفهیم کنند:

1. تمام مشخصات مهم محصول یا خدمت مالی مورد نظر مشتری باید در قرارداد گنجانیده شوند.
2. تمام حقوق و مکلفیت های عمده مشتری و نیز حقوق و مکلفیت های عمده مؤسسه مالی در رابطه به محصول مورد نظر باید در قرارداد به صورت واضح و غیر قابل تغییر گنجانیده شوند.
3. همه فیس ها، هزینه ها، نرخ تکتانه، نوع تکتانه (ثابت و یا متغیر)، نوع سنجش تکتانه، خطرات محصول و شرایط استفاده آن باید به صورت واضح در قرارداد ذکر گردند. در صورت وضع هر نوع فیس و هزینه ای که در قرارداد ذکر نشده باشد، موضوع به نفع مشتری فیصله گردیده و هم چنان از جانب د افغانستان بانک بالای مؤسسه مالی اقدامات لازم اتخاذ میگردد.
4. محتویات مندرج قرارداد باید ساده و عام فهم بوده و از درج اصطلاحات مغلق و مبهم در قرارداد خودداری گردد.
5. یک کاپی از قرارداد به شکل چاپی و الکترونیک در اختیار مشتری قرار داده شده و به وی تفهیم گردد تا قرارداد را نزد خویش مصون نگهدارد.
6. حین امضای قرارداد، مؤسسات مالی مکلف اند تا تمام شرایط قرارداد و مشخصات محصول مالی را برای مشتری بطور شفاهی تشریح کنند.

7. مؤسسات مالی باید در مورد نکات ایمنی و نیز نحوه استفاده محصول یا خدمت مالی مورد نظر مشتری رهنمود ساده، قابل فهم و مؤثر را به گونه چاپی و الکترونیک در اختیار وی قرار دهند. در صورت استفاده از محصولاتی چون موبایل منی و انواع کارت های پرداخت، رهنمود باید در برگیرنده مفهوم کاربردی، نحوه نگهداری و نکات ایمنی شماره رمزی تشخیص کننده شخصی یا پن کود باشد.

8. از موجودیت بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی به مشتریان آگاهی داده شده، و نیز رهنمود طریقه درج شکایات به شکل چاپی و الکترونیک در اختیار مشتری قرار داده شود.

9. شریک سازی سایر معلومات لازم و ضروری

10. مرتبط با جز پنجم، هفتم و هشتم این بخش، در صورتی که مشتری دارای ایمیل نباشد و یا دسترسی به ایمیل برایش دشوار باشد، مؤسسات مالی می توانند با ارایه کاپی چاپی قرارداد و رهنمود ها به مشتری اکتفا کنند. هم چنان در صورت علاقمندی و رضایت مشتری، مؤسسات مالی می توانند تنها به کاپی الکترونیک اکتفا کنند.

11. همه برگه های معلوماتی، رهنمود ها، قراردادها، پیام های کتبی، و ایمیل ها به یکی از زبان های مورد نظر مشتری از جمله زبان های دری، پشتو، و انگلیسی ترتیب و ارایه گردد.

ج) مرحله بعد از قرارداد (Post-Contractual): در مرحله بعد از قرارداد، مؤسسات مالی مکلف اند تا به طور منظم حد اقل معلومات ذیل را به شکل رایگان در اختیار مشتری قرار دهند:

1. ارسال پیام کتبی از جانب مؤسسات مالی بعد از انجام پرداخت الکترونیک غرض آگاهی مشتری از معلومات مرتبط با نوع معامله مالی اجرا شده مانند انجام یا عدم انجام معامله، مبلغ، فیس و سایر جزئیات مرتبط.

2. ارسال پیام کتبی قبل از انجام پرداخت های الکترونیک جهت اطمینان از مبلغ، فیس انتقال و جزئیات دریافت کننده وجوه در معاملات بانکداری از طریق موبایل، بانکداری از طریق انترنت، و موبایل منی.

3. مؤسسات مالی باید به مشتری یک کود به عنوان OTP از طریق پیام کتبی ارسال نموده تا با وارد آن در سیستم، امکان اجرای معامله الکترونیک فراهم گردد. OTP یا one time password یک عدد چهار رقمی و یا شش رقمی به عنوان پسورد می شود که استفاده از آن سبب افزایش امنیت اجرای معاملات مالی به صورت الکترونیک می گردد.

4. صورت حساب به شکل منظم و دوره ای و حین درخواست مشتری به شکل چاپی و یا الکترونیک

5. معلومات در مورد هر نوع تغییر در فیس، هزینه، شرایط، و مدت استفاده از یک محصول یا خدمت مالی به صورت چاپی، الکترونیک، پیام کتبی در تلفون موبایل و یا هر وسیله ممکن دیگر.

6. صورت حساب اخیر دوره استفاده از محصول (Closing period balance) به ویژه صورت حساب قرضه به صورت چاپی و یا الکترونیک

7. صورت حساب باید حد اقل در برگیرنده همه انواع و ارزش معاملات انجام شده و تاریخ آن، فیس وضع شده، نرخ تکتانه (برای مؤسسات قرضه دهنده)، بیلانس ابتدایی و اخیر دوره باشد.
8. بعد از انجام معاملات مالی مانند برداشت پول، سپرده گذاری در حساب، انتقال داخلی و خارجی پول و امثال آن یک کاپی از رسید به شکل چاپی و الکترونیک در اختیار مشتری قرار گیرد. در صورت معاملات مالی از طریق انترنت و موبایل، رسید انجام معامله مالی به صورت الکترونیک در اختیار مشتری قرار داده شود.
9. مؤسسات مالی مکلف اند که الی مدت شش ماه بعد از صدور این متحدالمال، به همه محصولاتی که دارای صورت حساب می باشند، دسترسی کامل و تفصیلی به صورت حساب های شان را از طریق آنلاین و به صورت ساده، و مصون فراهم سازند.
10. صورت حساب های بانکی و رسیدات معاملات به یکی از زبان های مورد نظر مشتری از جمله زبان های دری، پشتو، و انگلیسی ترتیب و ارایه گردد. مؤسسات مالی مکلف اند که الی مدت یک سال بعد از تاریخ صدور این متحدالمال، تعدیلات گزینه های زبان های دری و پشتو را در سیستم خویش به غرض گزارش دهی به میان آورند.
11. شریک سازی سایر معلومات لازم و ضروری

(5) مؤسسات مالی در رابطه به محتویات تمامی اشتهارات و معلوماتی که خود و یا از طریق نماینده خویش برای مشتری ارایه میدارند، مسئول پنداشته می شوند.

2. رفتار مناسب و روش تجاری (Fair treatment and business conduct): مؤسسات مالی و

نماینده های خدماتی ایشان (agent) مکلف اند تا در رفتار خویش با همه مشتریان حداقل موارد ذیل را به صورت جدی مراعات کنند:

1. برخورد مناسب، مساویانه، با حرمت و بدون هیچ نوع تبعیض جنسیتی، سنی، تباری، لسانی، مذهبی، طبقاتی از لحاظ عاید، و خودداری از متوسل شدن به روش تجاری غیر عادلانه با مشتریان.
2. خودداری از گنجانیدن هر نوع شرایط غیر عادلانه، مبهم و فریب آمیز در قرارداد که حق مشتری را متأثر سازد. در صورتی که شرایط مندرج قرارداد غیر عادلانه، مبهم و فریب آمیز تشخیص گردد، شرایط متذکره از لحاظ حقوقی قابلیت اجرایی نداشته و به نفع مشتری فیصله میگردد.
3. خودداری از ارایه مشروط محصول (فروش یک محصول وابسته به محصول دیگر) مگر اینکه از لحاظ تخنیکی و قانونی فروش یک محصول مستلزم محصول دیگری باشد.
4. مؤسسات مالی نباید مشتری را به صورت مستقیم و غیر مستقیم مجبور سازند تا محصول مالی مشخص را خریداری کند. مؤسسات مالی صرف می توانند که با ذکر مزایا، خطرات، و شرایط محصول مورد نظر به مشتری، مشتری را ترغیب به خریداری محصول مشخص نموده اما در تصمیم گیری مشتری به هیچ صورت نباید اعمال نفوذ کنند.
5. مؤسسات مالی نباید شرایط، مشخصات، هزینه ها و فیس های را که قبلاً با مشتری توافق گردیده است، به شکل یک جانبه تغییر دهند. در حالات تغییر یک جانبه شرایط، مؤسسه مالی باید به مشتری حد اقل یک ماه قبل از تغییر شرایط اطلاع دهد. در صورت عدم رضایت مشتری با تغییر شرایط و



- عدم علاقمندی به تداوم استفاده از محصول تحت شرایط جدید، به مشتری مهلت مناسب داده شود تا قرارداد را بدون هیچ نوع فیس، جریمه و هزینه اضافی فسخ کند.
6. شرایط مندرج قرارداد مؤسسات مالی با مشتریان شان نمی تواند در تناقض با مفاد قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذه د افغانستان بانک باشد. د افغانستان بانک می تواند در حالات خاص، شرایط قرارداد میان مؤسسات مالی و مشتریان شان را حسب مقتضیات زمانی و اولویت های ثبات و شفافیت و استحکام نظام مالی تغییر دهد.
7. علاوه بر موارد مندرج جز پنجم این بخش، در صورتی که در قرارداد نرخ تکتانه ثابت در نظر گرفته شده باشد، بانک ها نمی توانند الی ختم مدت قرارداد، نرخ تکتانه را به شکل یک جانبه تغییر (افزایش) دهند.
8. مؤسسات مالی باید به مشتریان خویش مهلت انصراف از استفاده محصول را مساعد کرده تا در خلال مدت معین زمانی (حد اقل یک ماه)، مشتری بتواند بدون پرداخت هیچ نوع فیس و جریمه از استفاده محصول منصرف گردیده و به فسخ قرارداد متوسل گردد. مهلت زمانی انصراف از استفاده محصول در بخش قرضه نمی تواند در تناقض با قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذه د افغانستان بانک باشد. علاوه بر آن، مهلت انصراف از استفاده محصول در قرارداد ذکر گردد. باید تصریح گردد که در طول مدتی که مشتری در باره استفاده یا عدم استفاده از خدمات مالی تصمیم می گیرد، مؤسسات مالی مکلف اند تا خدمات را به طور نارمل و حسب قرارداد به مشتری ارایه کنند.
9. تمام مؤسسات مالی مکلف اند تا کارمندان خویش و هم چنان کارمندان نماینده های خدماتی خویش را در مورد اصول مربوط به حقوق مشتریان سکتور مالی آموزش لازم و مؤثر دهند.
10. فیس نگهداری انواع حسابات، دبت کارت، کريدت کارت، کارت های پیش پرداخت و نیز فیس استفاده از انواع ماشین های پرداخت الکترونیک مانند ماشین خودکار صراف، ماشین های پاس، کیاسک و امثال آن باید عادلانه باشد. در صورت لزوم، د افغانستان بانک صلاحیت تعدیل و تغییر فیس های غیر عادلانه را که در اثر رقابت ناسالم و انحصار بازار تعیین گردیده باشد، دارا می باشد.
11. در صورت اخذ فیس نگهداری از انواع حسابات و محصولات مالی، مؤسسات مالی تنها می توانند تا از حسابات فعال فیس اخذ کرده، و در صورتی که یک حساب غیر فعال تصنیف شود، مؤسسات مالی اجازه وضع فیس نگهداری را از آن، دارا نمی باشند. در صورت وضع چنین فیس، موضوع به نفع مشتری فیصله خواهد شد.
12. در صورتی که بعد از غیر فعال شدن حساب در حالات عادی (در اثر عدم استفاده)، مشتری دوباره به مؤسسه مالی مراجعه می کند، مؤسسه مالی به اسرع وقت حساب مشتری را فعال سازد.
13. قبل از اینکه حساب مشتری بنابر عدم استفاده غیر فعال گردد، مؤسسات مالی باید حد اقل یک ماه قبل از غیر فعال شدن حساب از طریق تماس تلفونی، ایمیل، و سایر ابزار های ممکن به دارنده حساب اطلاع دهند.
14. هنگام تحویلی پول صرفیه برق، مالیه، محصول صفایی، پاسپورت، جواز سیر رانندگی، فیس ها و کمیشن ها، جواز نامه ها و نظایر آن به حساب نهادهای ذینفع در مؤسسات مالی، مؤسسات مالی مکلف اند تا به مشتریان آویز تحویلی پول را به صورت چاپی ترتیب و تسلیم کرده و نهادهای ذینفع را در اسرع وقت مطلع سازند. در صورتی که مؤسسات مالی به صورت عمدی و یا سهواً گزارش

رسید پول مشتریان را در موقع معین به نهادهای ذینفع اطلاع ندهند، هرگونه جریمه ای که بالای مشتریان از جانب نهادهای ذینفع وضع گردد، مؤسسات مالی مکلف به پرداخت آن بوده و اجازه ندارند به استثنای فیس مندرج انواع بل های قابل پرداخت، فیس اضافی از مشتری اخذ نمایند.

15. در صورتی که تحویلی های مندرج جز چهاردهم این بخش به صورت غیر نقدی و از طریق موبایل منی صورت گیرد، مؤسسات پول الکترونیک مکلف اند تا پیام کتبی قابل نگهداری را به مشتری فرستاده و در صورتی که مشتری از ایمیل استفاده نماید، یک کاپی از آویز به شکل الکترونیک به مشتری ایمیل گردد. کاپی آویز الکترونیک باید همه جزئیات مهم معامله انجام شده را به صورت واضح در بر داشته باشد.

16. مؤسسات مالی قرضه دهنده مکلف اند تا تکتانه را بالای انواع قروض مانند تجاری، مصرفی، خرد، کوچک، متوسط و بزرگ به روش بیلانس باقیمانده (declining balance) محاسبه کرده و سنجش تکتانه به صورت ثابت (flat interest) قطعاً و در هیچ گونه قرضه و حالات مجاز نمی باشد. در صورت محاسبه تکتانه به صورت ثابت، تفاوت تکتانه وضع شده به مشتری برگردانیده میشود.

17. در صورت ضرر ناشی از تزویر و سوء استفاده از دارایی مشتری که نزد مؤسسه مالی نگهداری می شود، به استثنای غفلت محض و مشهود مشتری، مؤسسه مالی مسؤول جبران خساره آن به مشتری می باشد.

18. مؤسسات مالی باید پالیسی و طرزالعمل های کافی غرض محافظت از امانات و دارایی های (مانند اشیای قیمتی و اسناد بهادار) مشتریان در برابر سوء استفاده و تزویر داخلی و خارجی را انکشاف دهند.

19. مؤسسات مالی باید دارای پالیسی ها و طرزالعمل های واضح غرض حل قضایای تزویر و سوء استفاده از امانات و دارایی های مشتریان بوده و آن را مورد تطبیق قرار دهند.

20. بانک ها و سایر مؤسسات قرضه دهنده مجوز د افغانستان بانک باید از توسل به هر نوع روش غیر عادلانه و اجحاف آمیز جمع آوری قرضه جلوگیری کنند.

21. مؤسسات مالی قرضه دهنده مکلف اند تا در قرارداد قرضه، حالات، شرایط عمده و روش جمع آوری قرضه را به صورت واضح ذکر نموده و در صورت توسل به جمع آوری قرضه، مطابق روش که در قرارداد از آن تذکر به عمل آمده است، اقدام کنند. شرایط، حالات و روش های جمع آوری قرضه نمی تواند با مفاد قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذه د افغانستان بانک و نیز شرایط و روش های ذکر شده در قرارداد، در تناقض باشد.

22. مؤسسات مالی باید دارای پالیسی ها و طرزالعمل های واضح و مناسب فروشات بوده و مکلف اند تا در مطابقت با آن خدمات شان را عرضه کنند.

23. مؤسسات مالی مکلف اند تا به اساس پالیسی ها و طرزالعمل های فروشات خویش، از عدم تبعیض در برابر مشتری، در تنگنا قراردادن مشتری، فروش نادرست، و ارایه معلومات نادرست در روند فروشات، خویش را مطمئن سازند.

24. مؤسسات مالی مکلف اند تا قبل از این که به مشتری در رابطه به استفاده از محصول مشخص مانند انواع حسابات، محصولات قرضه و امثال آن مشوره داده و وارد قرارداد شوند، معلومات لازم را از

مشتری بدست آورده تا بتوانند بر اساس آن ضرورت مشتری و توانایی مالی او را تشخیص داده و در انتخاب محصول مناسب به وی مشوره دهند.

25. در صورتی که مشتری بخواهد از استفاده یک محصول مؤسسه مالی منصرف شود و یا بخواهد که از عین محصول که توسط مؤسسه مالی دیگری عرضه می گردد، استفاده کند، در صورتیکه حق مؤسسه مالی بر ذمه مشتری باقی نمانده باشد، مؤسسه مالی نمی تواند مانع تصمیم مشتری گردد.

26. مؤسسات مالی مکلف اند از مهارت و شایستگی کارکنان خویش و نیز مهارت و شایستگی نماینده های خدماتی خویش اطمینان حاصل نمایند. شرایط مهارت و شایستگی کارکنان شامل مواردی چون آشنایی خوب با محصولات و خدماتی که مؤسسه به فروش می رساند و بلدیت با پالیسی تأمین حقوق مشتریان و پالیسی ها و طرز العمل های فروشات مؤسسه مالی می گردد.

27. مؤسسات مالی مکلف اند تا غرض شناخت نماینده خدماتی خویش از دقت بیشتر کارگرفته و در انتخاب آن ها معیارهای شایسته و مناسب را مدنظر گیرند.

28. مؤسسات مالی مکلف اند تا به صورت مداوم از عملکرد نماینده های خدماتی خویش نظارت کرده تا نماینده های خدماتی از مقررات و هم چنان پالیسی ها و طرز العمل های داخلی مؤسسه مالی در رابطه به حقوق مشتریان پیروی کامل کنند.

29. روابط مؤسسات مالی با نماینده های خدماتی ایشان به اساس قرارداد رسمی تنظیم، تعریف و تأمین گردد. مؤسسات مالی باید در شرایط قرارداد با نماینده های خدماتی خویش، رعایت حقوق مشتریان را توسط آن ها تصریح نموده و جوانب حقوقی قرارداد را به شکلی تنظیم نمایند که در صورت مشاهده موارد نقض حقوق مشتریان، مؤسسه مالی صلاحیت کامل روی دست گیری اقدامات لازم را در برابر نماینده های خدماتی داشته باشند.

30. مؤسسات مالی از لحاظ قانونی مسؤول نهایی عملکرد، اشتباهات، دستبرد و تزویر نماینده های خدماتی خویش می باشند.

31. مؤسسات مالی مکلف اند تا از صحت و یا سقم صورت حساب مشتریان خویش که از جانب مشتری به بخش قسلی سفارت خانه ها ارایه می گردد، در اسرع وقت پاسخ دهند. در صورت هر نوع تردید و یا پرسش، مؤسسات مالی می توانند با مشتری از طریق تلفون و ایمیل در تماس شده، و بعد از حصول اطمینان از جانب مشتری، در موقع تعیین شده اقدام نمایند.

32. در صورت انتقال معاشات، وجوه تقاعد و سایر پرداخت ها از جانب دولت به حسابات افراد و شرکت های ذینفع، مؤسسات مالی مکلف اند تا در نهایت طی یک روز کاری بعد از فرمایش وجوه از طرف دولت و انتقال آن به حساب مؤسسه مالی از جانب د افغانستان بانک، وجوه متذکره را به حسابات مشتریان کریدت نموده و هنگام تقاضای مشتری، به وی پرداخت نمایند.

3. حفظ محریمیت معلومات مشتریان (Data protection and privacy): مؤسسات مالی

مکلف اند تا محریمیت تمام معلومات مالی و شخصی مشتریان را حفظ کرده و حد اقل موارد ذیل را مد نظر گیرند:

1. مؤسسات مالی نمی توانند که هیچ نوع معلومات مربوط به مشتریان شان را به غیر از د افغانستان بانک با اداره دیگری بدون اجازه کتبی این بانک شریک سازند، مگر این که قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذ د افغانستان بانک در مورد چیزی دیگری حکم کند.

2. مؤسسات مالی باید به مشتری در مورد این که کدام نوع معلومات وی و چه زمانی به اداره دیگری شریک ساخته می شود کتباً آگاهی دهند، مگر اینکه حساسیت و محرمانیت موضوع مطابق قوانین و مقررات نافذه د افغانستان بانک چیزی دیگری حکم کند.
3. حسب تقاضا و موافقت کتبی مشتری مؤسسات مالی می توانند معلومات مورد نظر مشتری را با جناح سومی شریک سازند.
4. مؤسسات مالی باید اقدامات پیشگیرانه ایمنی سیستم تکنالوژی معلوماتی خویش را تقویت لازم بخشیده تا معلومات مشتریان از دسترسی هکرها مصون باشد.
5. مؤسسات مالی مکلف اند تا در مطابقت با قوانین و مقررات نافذه د افغانستان بانک، اسناد معاملات مشتریان را به شکل چاپی و یا الکترونیک الی مدت ده سال حفظ و نگهداری کنند.

4. بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان (Internal Complaint Redress and Dispute Resolution Mechanism)

- (الف) مؤسسات مالی مکلف اند تا بخش مشخصی را الی مدت شش ماه بعد از صدور این متحدالامال برای رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان ایجاد کرده، و میکانیزم رسیدگی به شکایات و منازعات را انکشاف دهند. بخش متذکره حد اقل دارای مشخصات و وظایف ذیل باشد:
1. مؤسسات مالی می توانند که در کوتاه مدت تعداد کارکنان بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان را حسب ضرورت و ترجیح خویش تعیین کنند. اما بعد از گذشت یک سال و تثبیت حجم کار بخش متذکره و دریافت تعداد شکایات و منازعات، تعداد کارکنان این بخش باید متناسب به آن تغییر یابد.
 2. بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات باید در فعالیت های خویش مستقل بوده و از بخش های عملیاتی، انکشاف بزنس، طرح و دیزاین محصولات، بازاریابی، فروشات، و مرکز خدمات مشتریان (customer service) قطعاً مجزا باشد.
 3. مشتریان باید دسترسی ساده و آسان به بخش متذکره داشته باشند.
 4. تمامی جزئیات تماس با این بخش در وب سایت مؤسسات مالی گنجانیده شود.
 5. بخش متذکره باید دارای ایمیل رسمی، شماره های تماس و صندوق شکایات در تمامی نمایندگی ها و دفاتر فروشات باشد.
 6. خدمات رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان باید به صورت رایگان ارایه گردد.
 7. بخش متذکره باید شکایات و منازعات مشتریان را از لحاظ حساسیت و استعجالیت موضوع و ارزش مالی قضایا تصنیف کرده، و به آن ها حسب طرزالعمل معین رسیدگی کند. هم چنان بخش متذکره باید شکایات و منازعات تصنیف شده را نظر به حجم کار آن الی مدت دو، پنج، ده، پانزده و بیست روز کاری حل نماید.
 8. در صورت عدم قناعت مشتری از فیصله بخش داخلی حل منازعات مشتریان، در صورت موافقه مشتری، بخش متذکره مکلف است تا موضوع را غرض بررسی به کمیسیون حل منازعات مالی د افغانستان بانک رسماً راجع نماید.
 9. هرگاه از جانب تیم های نظارتی د افغانستان بانک و یا از جانب کمیسیون حل منازعات مالی دریافت گردد که بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مالی یک مؤسسه مالی قضایا را به

صورت مشهود و جانب دارانه به نفع مؤسسه مالی مورد نظر فیصله نموده است، موضوع به نفع مشتری فیصله می گردد.

10. الی مدت یک سال بعد از صدور این متحدالمال، مؤسسات مالی مکلف اند تا اپلیکیشن و نیز امکانات درج شکایات مشتریان را به صورت آنلاین آماده نموده تا مشتریان بتوانند شکایات خویش را بدون مراجعه فیزیکی به دفاتر مؤسسات مالی ثبت نمایند.

11. شکایات مشتریان می تواند از طریق ایمیل، پست، تلفون (به شمول وایبر، واتسپ، تلگرام، اسکایپ) و وب سایت بخش رسیدگی به شکایات، هات لاین، و اپلیکشن بخش مربوطه پذیرفته شود.

12. لست تمام انواع شکایات و منازعات مشتریان با تصنیف نوع شکایت باید به مدت پنج سال ثبت دیتابیس گردیده و حفظ گردد.

13. مؤسسات مالی که دارای مشتریان قابل ملاحظه (بالتر از یک صد هزار مشتری) باشند، مکلف اند که الی مدت یک سال بعد از صدور این متحدالمال هات لاین رایگان محض برای دریافت شکایات مشتریان ایجاد کرده تا در طول اوقات رسمی به شکایاتی مانند خرابی سیستم، عدم فعال بودن ماشین های خودکار صرافی، ماشین های پاس، بسته بودن نمایندگی در اوقات رسمی، برخورد نامناسب کارکنان مؤسسه مالی و امثال این نوع مشکلات از طریق تلفون رسیدگی کنند.

ب) مؤسسات مالی مکلف اند تا کارکنان بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان خویش را در زمینه آموزش لازم دهند.

ج) بخش خدمات مشتریان مؤسسات مالی باید هنگام عرضه خدمات به مشتری در مورد اینکه چگونه شکایات خود را ثبت کنند، آگاهی لازم داده و جزئیات تماس و آدرس بخش مربوطه را در اختیار شان قرار دهند.

5. دانش مالی

1. مؤسسات مالی باید در افزایش سطح آگاهی، معلومات و دانش مالی مشتریان خویش به خصوص مشتریان بخش خرده (retail) و به ویژه خانم ها با درنظرداشت نورم های فرهنگی کشور توجه خاص مبذول دارند.

2. مؤسسات مالی باید به شکل شفاهی حین خریداری محصولات، درخواست مشوره، درج شکایات، و انجام معاملات مالی و نیز با توسل به ابزارهایی چون ایمیل، وب سایت، فیسبوک، رهنمود ها و بروشور ها به شکل چاپی و یا الکترونیکی، آگاهی و دانش مالی مشتریان خویش را بهبود بخشند.

3. اشتهاارات مؤسسات مالی باید به گونه ای تهیه شود که در دراز مدت روی آگاهی و دانش مالی مردم مؤثر واقع شود.

4. مؤسسات مالی مکلف اند تا مفاهیم مالی مربوط به هر محصول را به الفاظ ساده، قابل فهم و مؤثر به زبان های دری، پشتو و انگلیسی تهیه و به صورت الکترونیک و چاپی حسب ترجیح مشتری، در اختیار وی قرار دهند.

بخش (ج) موارد متفرقه و گزارش دهی:

1. مؤسسات مالی باید در مطابقت با قوانین، مقررات و متحدالمال های نافذه د افغانستان بانک، پالیسی داخلی حمایت از حقوق مشتریان خویش را تدوین کنند.

2. غرض اطمینان از تطبیق موارد مندرج این متحدالمال و نیز پالیسی داخلی حمایت از حقوق مشتریان خویش، مؤسسات مالی باید پالیسی واضح برای مکافات و مجازات کارکنان خویش داشته باشند.
3. بخش تفتیش داخلی مؤسسات مالی مکلف اند تا از تطبیق این متحدالمال، پالیسی های داخلی حمایت از حقوق مشتریان و مکافات و مجازات خویش، و نیز اجراآت بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مالی مؤسسه مربوطه خویش به صورت ربعوار و به گونه منظم و مؤثر نظارت کنند.
4. تمام مؤسسات مالی مکلف اند تا معلومات مربوط به رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان خویش را به طور ربعوار مطابق فارمت که از طرف دافغانستان بانک برایشان ارسال می گردد، به تیم کاری حمایت از حقوق مشتریان دافغانستان بانک گزارش دهند. بر علاوه، دافغانستان بانک می تواند گزارش مربوط به رسیدگی به شکایات و حل منازعات را عندالمطالبه از تمام مؤسسات مالی تقاضا کند.
5. د افغانستان بانک می تواند مؤسسات مالی را در صورت ارایه گزارش (رسیدگی به شکایات مشتریان) نادرست، نامکمل و یا تأخیر در ارایه آن، اقدامات لازم را اتخاذ نماید.
6. بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مشتریان مالی باید بعد از تصنیف، تحلیل و رسیدگی به شکایات، عوامل شکایات را تشخیص و به بخش های مربوطه گزارش دهد تا در قسمت اصلاح و بهبود آن تلاش صورت گرفته و اقدام گردد. عوامل شکایات می تواند ناشی از کیفیت پائین، عدم مؤثریت و ویژگی یک محصول بوده، و یا ناشی از برخورد نامناسب، روش تجاری غیر مسؤولانه، روش های غیر مؤثر عرضه خدمات، عوامل تخنیکی، افشای معلومات مشتری و سایر موارد مشمول اصول حقوق مشتریان باشد.
7. در صورت عدم اصلاح محصولات و رسیدگی به مسایل توسط شعبات مربوطه، بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مشتریان مکلف است تا موضوع را به تفتیش داخلی مؤسسه مالی گزارش دهد.
8. تفتیش داخلی مؤسسات مالی مکلف اند که حسب گزارش بخش رسیدگی داخلی به شکایات و حل منازعات مشتریان، مطابق جز هفتم این بخش، پالیسی مکافات و مجازات خویش را تطبیق نمایند.
- د افغانستان بانک صلاحیت توصیه، تعلیق وظیفه و برکناری کارکنان، و نیز تعلیق و فسخ جواز فعالیت مؤسسه مالی و آن نمایندگی های آن را که حقوق مشتریان را نقض کند، دارا بوده و در صورت لزوم به آن متوسل خواهد شد.

مراتب فوق جهت آگاهی و اجراآت بعدی شما ارقام یافت.

با احترام

رئیس کل دافغانستان بانک
خلیل صدیق