



د افغانستان بانک

مقررۀ حمایت از حقوق مشتریان در سکتور مالی

فهرست مندرجات

۲	فصل اول: احکام عمومی
۲	ماده اول: مبنی
۲	ماده دوم: ساحت تطبیق
۲	ماده سوم: اهداف
۲	ماده چهارم: اصطلاحات
۳	فصل دوم: حمایت از مشتریان
۳	ماده پنجم: اصول حمایت از حقوق مشتریان مالی
۴	ماده ششم: آشکار سازی معلومات و شفافیت در عرضه خدمات (Disclosure and Transparency):
۶	ماده هفتم: فعالیت های اشتهاراتی
۶	ماده هشتم: رفتار مناسب و روش تجاری (Fair Treatment and Business Conduct):
۹	ماده نهم: حفظ محرمانگی معلومات مشتریان (Data Protection and Privacy):
	ماده دهم: بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان (Internal Redress and Dispute Resolution Mechanism)
۹	
۱۰	ماده یازدهم: ارتقای دانش مشتریان در امور مالی
۱۱	فصل سوم: مناسب بودن خدمات و شایستگی کارکنان
۱۱	ماده دوازدهم: مناسب بودن خدمات
۱۱	ماده سیزدهم: شایستگی کارکنان
۱۱	فصل چهارم: گزارش دهی و احکام متفرقه
۱۱	ماده چهاردهم: گزارش دهی
۱۲	ماده پانزدهم: احکام متفرقه
۱۳	ماده شانزدهم: انفاذ

فصل اول

احکام عمومی

ماده اول: مبنی

این مقرر به تأسی از مواد هفتاد و چهارم و یکصد و هفتاد و هفتم قانون بانکداری افغانستان به منظور حمایت و تأمین حقوق مشتریان سکتور مالی وضع گردیده است.

ماده دوم: ساحت تطبیق

این مقرر بالای همه بانک ها، مؤسسات پول الکترونیکی و سایر مؤسسات مالی مجوز دافغانستان بانک (که منبعت به نام مؤسسات مالی یاد میشوند)، قابل تطبیق می باشد.

ماده سوم: اهداف

اهداف این مقرر قرار ذیل اند:

۱. حمایت از حقوق مشتریان در سکتور مالی
۲. جلب اعتماد مردم به مؤسسات مالی کشور
۳. ارائه معلومات متناسب (هزینه، مزایا، و خطرات) در مورد محصولات و خدمات مالی به مشتریان
۴. تأمین شفافیت در عرضه محصولات و خدمات مالی
۵. حفظ محرمت معلومات مشتریان
۶. رفتار مناسب با مشتریان و روش تجاری مسؤلانه
۷. رقابت سالم و نوآوری در عرضه محصولات و خدمات مالی
۸. بهبود کیفیت محصولات و خدمات مالی
۹. ایجاد بخش داخلی رسیدگی به شکایات مشتریان و حل منازعات مالی آن ها
۱۰. افزایش دسترسی عامه به خدمات مالی و گسترش استفاده از این خدمات

ماده چهارم: اصطلاحات

اصطلاحات آتی در این مقرر مفاهیم ذیل را افاده می نمایند:

۱. 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.
۲. آشکار سازی معلومات (Disclosure of Information): آشکار سازی به معنی ارائه 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.
۳. آشکار سازی معلومات قبل از قرارداد (Pre-contractual Disclosure): ارائه 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 ارائه شده از جانب مؤسسه مالی، بتواند تصمیم آگاهانه گرفته و محصول خدمات مالی مطابق نیاز خویش را تشخیص و انتخاب کند.
۴. آشکار سازی معلومات حین قرارداد (Contractual Disclosure): ارائه 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 ارائه 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.

۵. آشکار سازی معلومات بعد از قرارداد (Post-Contractual Disclosure): ارائه معلومات مانند صورت حساب، مشخصات محصول و سایر معلومات لازم بعد از فروش محصول به مشتری بوده، تا وی از جزئیات استفاده از محصول و مشخصات محصول آگاه باشد.

۶. نمایندگی بانک (Branch): محل وابسته به بانک است که در آن کلیه یا برخی از فعالیت های بانکداری انجام می شود.
۷. نماینده خدماتی (Agent): شخصی که در مقررات مؤسسات پول الکترونیکی و بانکداری بدون نمایندگی (Branchless Banking) تعریف گردیده است.

۸. 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.

۹. 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 صورت گیرد که حق مشتری را متأثر سازد. روش تجاری غیر عادلانه شامل هر نوع ابهام در شرایط قرارداد، عدم شفافیت در ارائه معلومات در تمام مراحل ارتباط تجاری با مشتری، عدم ارائه 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، اشتها رات فریب آمیز، جمع آوری قرضه به زور و اذیت و سوء استفاده از عدم آگاهی مشتری بوده اما محدود به آنها نمی باشد.

۱۰. 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 دلایل؛ مانند کیفیت پائین محصول، عدم کارآیی محصول در رفع نیازمندی مالی مشتری، نبود محل دسترسی مناسب به استفاده محصول (مانند ماشین های خود کار صرافی و ماشین های محل فروش) و یا هر دلیل دیگری باشد که مشتری نخواهد محصول را استفاده کند.

۱۱. معاملات مالی رایگان: عبارت از آن معاملات مالی می باشند که طبق قوانین، مقررات و متحدا المال های نافذه د افغانستان بانک و یا حسب پالیسی داخلی مؤسسات مالی بدون فیس و هزینه میباشد. این معاملات شامل سپرده گذاری نقدی، برداشت نقدی از نمایندگی های یک مؤسسه مالی و یا ماشین خود کار 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.

فصل دوم

حمایت از مشتریان

ماده پنجم: اصول حمایت از حقوق مشتریان مالی

اصول حمایت از مشتریان سکونور مالی حسب این مقررہ شامل موارد ذیل میباشد.

۱. آشکار سازی معلومات و شفافیت در عرضه خدمات مالی
۲. رفتار مناسب و روش تجاری مسؤلانه
۳. حفظ محرمت معلومات مشتریان
۴. ایجاد بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان
۵. بهبود و ارتقای دانش مالی مشتریان.

ماده ششم: آشکار سازی معلومات و شفافیت در عرضه خدمات (Disclosure and Transparency):

(۱) مؤسسات مالی مکلف اند تا به مشتری در مورد محصول یا خدمتی که از جانب وی تقاضا می‌گردد، معلومات متناسب، دقیق و به روز شده (Updated) را به زبان های دری یا پشتو 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.

(۲) مراحل آشکار سازی معلومات قرار ذیل میباشد:

۱. مرحله قبل از قرارداد (Pre-contract Disclosure): تمام انواع ابزار ها، و فورم های معلوماتی مربوط به یک محصول یا خدمت مالی باید دربرگیرنده 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 قرارداد و یا فروش محصول مالی دربرگیرنده حداقل موارد ذیل بوده، اما محدود به آنها نمی باشد:

۱. آشکار سازی همه شرایط استفاده از محصول یا خدمت مالی مورد نظر مشتری به صورت چاپی و شفاهی.
۲. ارائه مشخصات کلیدی محصول به صورت مختصر و به الفاظ ساده، قابل فهم و خوانا به شکل چاپی.
۳. ارائه معلومات در مورد همه فیس ها، هزینه ها و مبلغ مورد نیاز برای باز نمودن حساب به صورت چاپی.
۴. ذکر انواع معاملات مالی رایگان و مبالغ آنها به صورت چاپی.
۵. مدت استفاده محصول یا خدمت مالی.
۶. در صورت محصولات تمویلی، تفصیل شرایط تمویل و نرخ مفاد.
۷. چارچوب زمانی بازپرداخت تمویل مالی.
۸. چگونگی و روش سنجش مفاد مربوط به محصولات تمویلی.
۹. مؤسسات مالی باید یک فورم مشخص آشکار سازی معلومات برای هر یک از محصولات (Disclosure Form Product) خویش ترتیب نمایند.

۱۰. مؤسسات مالی می توانند موارد اول الی هشتم مندرج جزء ۱ فقره (۲) این ماده را در فورم آشکار سازی معلومات محصولات مالی مورد نظر که محتویات آن ذریعه متحد المال مشخص می‌گردد، بصورت واحد چاپ کرده و در اختیار متقاضی محصول قرار دهند تا وی بتواند آنرا 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.

۱۱. موارد مندرج بند ششم الی هشتم جزء ۱ فقره (۲) این ماده، بالای مؤسسات پول الکترونیکی قابل تطبیق نمی باشد.

۱۲. فورم های معلوماتی چاپی و الکترونیکی که مخاطب آن اتباع کشور باشد، باید به زبان های رسمی دولت باشد.

۲. مرحله حین قرارداد (Contractual Disclosure): در این مرحله، مؤسسات مالی مکلف اند تا حداقل موارد ذیل را حین فروش

(امضای قرارداد) محصول یا خدمت مالی مدنظر قرارداد و به مشتری طور ذیل تفهیم کنند:

۱. تمام مشخصات مهم محصول یا خدمت مالی مورد نظر مشتری باید در قرارداد گنجانیده شود.
۲. 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.
۳. همه فیس ها، هزینه ها، مفاد، نوع سنجش مفاد، خطرات محصول و شرایط استفاده آن باید به صورت واضح در قرارداد ذکر گردد.
۴. محتویات مندرج قرارداد باید ساده و عام فهم بوده و از درج اصطلاحات مغلق و مبهم در قرارداد خودداری گردد.
۵. حین امضای قرارداد، مؤسسات مالی مکلف اند تا تمام شرایط قرارداد و مشخصات محصول مالی را برای مشتری بطور شفاهی تشریح کنند.
۶. یک کاپی از قرارداد به شکل چاپی و الکترونیکی در اختیار مشتری قرار داده شده و به وی تفهیم گردد تا قرارداد را نزد خویش مصون نگهدارد.

۷. 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 الکترونیکی در اختیار وی قرار دهند. در صورت استفاده از محصولات چوب موبایل منی و انواع کارت های پرداخت، رهنمود باید در برگیرنده مفهوم کاربردی، نحوه نگهداری، نکات ایمنی و شماره تشخیصیه فردی/شخصی (PIN Code) باشد. 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 الکترونیکی در اختیار مشتری قرار داده شود.

۸. مؤسسات مالی باید یک کاپی نسخه چاپی و یا الکترونیکی این مقرر (مقرر حمایت از حقوق مشتریان سکتور مالی) را در اختیار مشتریان قرار دهند.

۹. شریک سازی سایر معلومات لازم و ضروری با مشتریان حسب لزوم دید مؤسسه مالی.

۱۰. مرتبط با بند ششم الی نهم جزء ۲ فقره (۲) این ماده، در صورتی که مشتری دارای ایمیل آدرس نباشد و یا دسترسی به ایمیل برایش دشوار باشد، مؤسسات مالی میتوانند با ارائه کاپی چاپی قرارداد و رهنمود ها به مشتری اکتفاء کنند. هم چنان در صورت علاقمندی و رضایت مشتری، مؤسسات مالی می توانند تنها به کاپی الکترونیکی اکتفاء کنند.

۱۱. بانک ها و به خصوص بانک های که دارای اپلیکیشن بانکداری از طریق موبایل می باشند، مکلف اند تا این مقرر را از طریق وب سایت مربوطه خویش نشر نمایند و نیز در مینوی بانکداری اپلیکیشن بانکداری از طریق موبایل جا دهند..

۱۲. فورم های معلوماتی، رهنمود ها، قرارداد ها، پیام های کتبی، و ایمیل ها به یکی از زبان های مورد نظر مشتری از جمله زبان های دری، پشتو، و انگلیسی ترتیب و به مشتری ارائه گردد.

۳. 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:

۱. ارسال پیام کتبی از جانب مؤسسات مالی بعد از انجام پرداخت های الکترونیکی (بانکداری از طریق موبایل، اینترنت و موبایل منی) غرض آگاهی مشتری از معلومات مرتبط با نوع معامله مالی اجرا شده؛ مانند انجام یا عدم انجام معامله، مبلغ، فیس، جزئیات ارسال کننده وجوه و سایر جزئیات مرتبط.

۲. در صورت معاملات الکترونیکی موبایل منی، مؤسسات مالی باید به مشتری یک کود یا شماره به عنوان One Time Password (OTP) از طریق پیام کتبی یا ایمیل ارسال نموده تا با وارد کردن آن در سیستم، امکان اجرای معامله الکترونیکی فراهم گردد. OTP یک عدد چهار رقمی و یا شش رقمی به عنوان پسورد/رمز ورود یک بار قابل استفاده می باشد که استفاده از آن سبب افزایش امنیت سائیری اجرای معاملات مالی به صورت الکترونیکی می گردد.

۳. صورت حساب به شکل منظم و دوره یی و حین درخواست مشتری به شکل چاپی و یا الکترونیکی

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

۵. صورت حساب اخیر دوره استفاده از محصول (Closing Period Balance) به ویژه صورت حساب قرضه به صورت چاپی و یا الکترونیکی

۶. صورت حساب باید حد اقل در برگیرنده همه انواع و ارزش معاملات انجام شده و تاریخ آن، فیس وضع شده، نرخ مفاد (برای محصولات تمویلی)، بیلانس ابتدایی و اخیر دوره باشد.

۷. 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 الکترونیکی در اختیار مشتری قرار گیرد. در صورت معاملات مالی از طریق اینترنت و موبایل، رسید انجام معامله مالی به صورت الکترونیکی در اختیار مشتری قرار داده شود.

۸. مؤسسات مالی مکلف اند که در پهلوی فراهم سازی صورت حساب مشتریان به صورت چاپی حسب تقاضای مشتری، الی مدت شش ماه بعد از صدور این مقرر، به مشتریان متقاضی دسترسی کامل را به صورت حساب های شان از طریق مجازی (آنلاین) به طور رایگان، ساده و مصئون فراهم سازند.
۹. 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 ارائه گردد. مؤسسات مالی مکلف اند که الی مدت یک سال بعد از تاریخ صدور این مقرر، تعدیلات گزینه های زبان های دری و پشتو را در سیستم خویش به غرض گزارش دهی به میان آورند.
۱۰. شریک سازی سایر معلومات لازم و ضروری.

ماده هفتم: فعالیت های اشتهاراتی

- مؤسسات مالی مکلف اند حد اقل موارد آتی را در فعالیت های اشتهاراتی خویش رعایت نمایند:
۱. اشتهارات نباید دربرگیرنده معلومات نادرست، غیر واقعی، گمراه کننده و فریب آمیز باشند.
 ۲. معلوماتی که مشتری را در تصمیم گیری کمک میکند، باید در اشتهارات گنجانیده شوند.
 ۳. اشتهاراتی که مخاطب آن اتباع کشور باشد، باید به زبان های دری و پشتو ارائه گردد.
 ۴. مؤسسات مالی باید دارای پالیسی ها و طرز العمل های واضح و مناسب فروشات بوده و مکلف اند تا در مطابقت با آن خدمات شان را عرضه کنند.
 ۵. مؤسسات مالی مکلف اند تا به اساس پالیسی ها و طرز العمل های فروشات خویش، از عدم تبعیض در برابر مشتری، در تنگنا قراردادن مشتری، فروش نادرست، و ارائه معلومات نادرست در روند فروشات، خویش را مطمئن سازند.
 ۶. مؤسسات مالی در رابطه به محتویات تمامی اشتهارات و معلومات که خود و یا از طریق نماینده خویش برای مشتری ارائه میدارند، مسئول پنداشته می شوند.

ماده هشتم: رفتار مناسب و روش تجاری (Fair Treatment and Business Conduct):

- (۱) مؤسسات مالی و نماینده های خدماتی ایشان (Agent) مکلف اند تا در رفتار خویش با همه مشتریان حداقل موارد ذیل را به صورت جدی رعایت کنند:
۱. برخورد مناسب، مساویانه، با حرمت و بدون هیچ نوع تبعیض جنسیتی، سنی، قومی، لسانی، مذهبی، طبقاتی از لحاظ عاید، و خودداری از توسل به روش تجاری غیر عادلانه با مشتریان.
 ۲. 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 و ثابت گردد، شرایط متذکره از لحاظ حقوقی قابلیت اجرایی نداشته و به نفع مشتری فیصله میگردد.
 ۳. خودداری از ارائه محصول مشروط (فروش یک محصول وابسته به محصول دیگر) مگر اینکه از لحاظ تخنیکی و قانونی فروش یک محصول مستلزم محصول دیگری باشد.
 ۴. 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 با ذکر مزایا، خطرات، و شرایط محصول مورد نظر به مشتری، آنرا ترغیب به خریداری محصول مشخص نموده اما در تصمیم گیری مشتری به هیچ صورت نباید اعمال نفوذ کنند.
 ۵. روابط بانک و مشتریان تابع موافقتنامه های منعقد بین آنها است. مؤسسات مالی نمی توانند شرایط و محدودیت های مندرج موافقت نامه ها را یک جانبه تغییر و یا فسخ نماید، مگر اینکه در موافقتنامه طور دیگری تصریح شده باشد.
 ۶. شرایط مندرج قرارداد مؤسسات مالی با مشتریان شان نمی تواند در تناقض با مفاد قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذ 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.

۷. مؤسسات مالی نباید بدون دلیل مؤجه و یا توسل به سایر تکتیک های فریب آمیز در ارایه خدمات به مشتریان خویش تأخیر نموده و یا خود داری نمایند.
۸. 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 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 باید در قرارداد درج و 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 عادی و حسب قرارداد به مشتری ارایه کنند.
۹. مؤسسات مالی مکلف اند تا به عوض وضع فیصدی معین از مبالغ قابل انتقال، فیس های انتقال وجوه را به شکل مبالغ ثابت تعیین نمایند. همچنان مؤسسات مالی مکلف اند تا به مشتری گزینه های وضع فیس انتقالات پولی را که در ذیل ذکر گردیده اند، تفهیم کرده تا مشتری یکی از گزینه ها را انتخاب کند:
۱. فیس انتقال از حساب ارسال کننده وجوه؛
 ۲. فیس انتقال از حساب ذینفع یا دریافت کننده وجوه؛ و
 ۳. فیس انتقال بصورت مشترک از حساب ارسال کننده و دریافت کننده وجوه.
۱۰. قبل از اینکه انتقال وجوه تکمیل گردد، مؤسسه مالی باید در مورد مدتی که انتقال وجوه نیاز دارد تا ذینفع آنرا دریافت کند، معلومات لازم ارائه نماید.
۱۱. در صورتیکه وجوه انتقالی بنابر هر دلیلی برگشت نموده باشد، باید بدون تأخیر در حساب مشتری کرایت گردد و یا مبلغ برگشت شده باید به صورت نقد قابل دسترس به مشتری باشد.
۱۲. فیس نگهداری انواع حسابات، دبت کارت، کرایت کارت، کارت های پیش پرداخت و نیز فیس استفاده از انواع ماشین های پرداخت الکترونیکی مانند ماشین خودکار صرافی، 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.
۱۳. در صورت اخذ فیس نگهداری از انواع حسابات و محصولات مالی، مؤسسات مالی تنها می توانند 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. فیس خدمات مالی که هم از طریق نمایندگی (Branch) و هم از طریق نماینده خدماتی (Agent) مؤسسات مالی ارائه می گردد، باید باهم مساوی بوده و مطابقت داشته باشند.
۱۴. در صورت غیر فعال شدن حساب در حالات عادی (در اثر عدم استفاده)، حین درخواست مشتری مؤسسه مالی به اسرع وقت حساب مشتری را فعال سازد.
۱۵. 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.
۱۶. هنگام تحویلی پول صرفیه برق، مالیه، محصول صفایی، پاسپورت، جواز سیر رانندگی، فیس ها و کمیشن ها، جواز نامه ها و نذیر آن به حساب نهادهای ذینفع از طریق 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، هر گونه 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.

- (۲) در صورتی که تحویلی های مندرج جزء ۱۶ فقره (۱) این ماده به صورت غیر نقدی و از طریق موبایل منی صورت گیرد، مؤسسات پول الکترونیکی 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 الکترونیکی به مشتری ایمیل گردد.
- (۳) بانک ها و سایر مؤسسات مالی تمویلی (قرضه دهنده) مجوز د افغانستان بانک باید از توسل به هر نوع روش غیر عادلانه و زور و جبر از جمع آوری قرضه جلوگیری کنند.
- (۴) مؤسسات مالی تمویلی مکلف اند تا در قرارداد تمویل، حالات، شرایط عمده و روش جمع آوری مبالغ تمویلات را به صورت واضح ذکر نموده و در صورت توسل به جمع آوری مبالغ تمویل، مطابق روش که در قرارداد از آن تذکر به عمل آمده است، اقدام کنند. شرایط، حالات و روش های جمع آوری مبالغ تمویل نمی تواند با مفاد قوانین، مقررات، متحدالمال ها و دساتیر نافذ د افغانستان بانک و نیز شرایط و روش های ذکر شده در قرارداد، در تناقض باشد.
- (۵) مؤسسات مالی باید پالیسی و طرز العمل های کافی غرض محافظت از امانات و دارایی های (مانند اشیای قیمتی و اسناد بهادار) مشتریان در برابر سؤ استفاده و تزویر داخلی و خارجی را انکشاف دهند.
- (۶) مؤسسات مالی باید دارای پالیسی ها و طرز العمل های واضح غرض حل قضایای تزویر و سؤ استفاده از امانات و دارایی های مشتریان بوده و آن را مورد تطبیق قرار دهند.
- (۷) در صورت ضرر ناشی از تزویر و سؤ استفاده از دارایی مشتری که نزد مؤسسه مالی نگهداری می شود، به استثنای غفلت محض و مشهود مشتری، مؤسسه مالی مسئول جبران خساره آن به مشتری می باشد.
- (۸) 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.
- (۹) 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.
- (۱۰) روابط مؤسسات مالی با نماینده های خدماتی ایشان به اساس قرارداد رسمی مطابق مقرر بانکداری بدون نمایندگی (Branchless Banking Regulation) 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.
- (۱۱) مؤسسات مالی از لحاظ قانونی مسؤل نهایی عملکرد، اشتباهات، دستبرد و تزویر نماینده های خدماتی خویش می باشند.
- (۱۲) مؤسسات مالی مکلف اند تا در نمایندگی های خود و نیز نمایندگی های خدماتی خویش، تابلوی چاپی را در رابطه به درج شکایات مشتریان ترتیب و در محل مناسب و قابل دید برای مشتریان نصب نمایند تا مشتریان بتوانند در رابطه به درج شکایات و نیز طریقه آن به سادگی و به صورت قابل درک معلومات لازم را دریافت نمایند.
- (۱۳) مؤسسات مالی مکلف اند تا از صحت و یا سقم صورت حساب مشتریان خویش که از جانب مشتری به بخش فنی سفارت خانه ها ارائه 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.
- (۱۴) ماشین های خودکار صرافی باید به صورت ۲۴ ساعته قابل دسترس مشتریان باشند. هرگاه بنا بر مشکل تخنیک و یا هر دلیل موجه دیگر، ماشین متذکره قابل استفاده نباشد، مؤسسه مالی مربوطه باید برای مشتریان خویش ذریعه ایمیل اطلاع دهد.
- (۱۵) 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.

ماده نهم: حفظ محرمت معلومات مشتریان (Data Protection and Privacy):

- (۱) مؤسسات مالی مکلف اند اسرار مشتریان را حفظ نموده و نمی توانند معلومات مشتریان را به نفع شخصی استفاده یا آنرا در اختیار سایر اشخاص قرار دهند، مگر به حکم قانون یا محکمه ذیصلاح.
- (۲) 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 محرمت موضوع مطابق قوانین و مقررات نافذه د افغانستان بانک چیزی دیگری حکم کند.
- (۳) مؤسسات مالی می توانند حسب تقاضا و موافقت کتبی مشتری معلومات مورد نظر مشتری را با جناح یا شخص سومی شریک سازند.
- (۴) مؤسسات مالی باید اقدامات پیشگیرانه ایمنی سیستم تکنالوژی معلوماتی خویش را تقویت لازم بخشیده تا معلومات مشتریان از دسترسی هکرها مصون باشد.
- (۵) مؤسسات مالی باید اطمینان حاصل نمایند که صرف کارکنان دارای صلاحیت (Authorized Officers) آنها به معلومات محرم مشتریان دسترسی داشته و از مصونیت چنین معلومات مشتریان وقتاً فوقتاً اطمینان حاصل نمایند.
- (۶) آنچه کارکنان مؤسسات مالی که دسترسی به معلومات محرم مشتریان طبق قوانین و مقررات را دارند، باید از رمز عبور مطمئن در سیستم یا کمپوتر های خویش استفاده نمایند و بطور منظم رمز عبور مربوطه را تغییر دهند.
- (۷) مؤسسات مالی مکلف اند تا در مطابقت با قوانین و مقررات نافذه د افغانستان بانک، اسناد معاملات مشتریان را به شکل چاپی و یا الکترونیکی الی مدت ده سال حفظ و نگهداری کنند.

ماده دهم: بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان (Internal Redress and Dispute Resolution Mechanism)

- (۱) مؤسسات مالی مکلف اند تا بخش مشخصی را الی مدت شش ماه بعد از صدور این مقررہ 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:
۱. مؤسسات مالی می توانند 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.
۲. 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.
۳. مشتریان باید دسترسی ساده و آسان به بخش متذکره داشته باشند.
۴. تمامی جزئیات تماس با این بخش در وب سایت مؤسسات مالی گنجانیده شود.
۵. بخش متذکره باید دارای ایمیل رسمی، شماره های تماس و صندوق شکایات در تمامی نمایندگی ها و دفاتر فروشات باشد.
۶. خدمات رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان باید به صورت رایگان ارائه گردد.
۷. 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 طرز العمل 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.
۸. بخش داخلی رسیدگی به شکایت و حل منازعات مالی باید بعد از دریافت شکایات مشتری طی دو روز کاری از دریافت شکایت به مشتری اطمینان دهد. هم چنان، بعد از رسیدگی و حل و فصل شکایات و منازعات مشتریان برای مشتری اطلاع دهد.
۹. در صورتیکه بنابر دلیل موجه، شکایت مشتری در مدت بیست روز کاری حل نگردد، مؤسسه مالی مکلف است تا برای مشتری اطلاع دهد و خواستار تمدید وقت گردد.

۱۰. 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. و در صورت عدم قناعت بانک و مشتری، موضوع به محکمه راجع میگردد.
۱۱. 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.
۱۲. شکایات مشتریان می تواند از طریق ایمیل، پُست، تلفون (به شمول وایبر، واتسپ، تلگرام، اسکایپ) و وب سایت بخش رسیدگی به شکایات، هات لاین، و اپلیکشن بخش مربوطه پذیرفته شود.
۱۳. مؤسسات مالی مکلف اند تا یک پایگاه معلوماتی (دیتابیس) را برای شکایات مشتریان خویش ایجاد کنند.
۱۴. لیست تمام انواع شکایات و منازعات مشتریان با تصنیف نوع شکایت باید به مدت پنج سال ثبت دیتابیس گردیده و حفظ گردد.
۱۵. مؤسسات مالی که دارای مشتریان قابل ملاحظه (بالاتر از یک صد هزار مشتری) باشند، مکلف اند که الی مدت یک سال بعد از صدور این مقرر شماره 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.
۱۶. بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان مکلف است تا جزئیات شکایات مشتریان و اجراآت در قبال آنها را بصورت ماهوار به تفتیش داخلی مؤسسه مالی مربوطه خویش گزارش دهد.
- (۲) مؤسسات مالی مکلف اند تا کارکنان بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مشتریان خویش را در زمینه آموزش لازم دهند.
- (۳) در هر نمایندگی (Branch) مؤسسات مالی حد اقل یک کارمند حمایت از حقوق مشتریان (Consumer Protection Officer) باید موجود باشد.
- (۴) 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.

ماده یازدهم: ارتقای دانش مشتریان در امور مالی

- (۱) مؤسسات مالی باید در افزایش سطح آگاهی، معلومات و دانش امور مالی مشتریان خویش به خصوص مشتریان بخش خرده (retail) و به ویژه خانم ها با در نظر داشت نورم های فرهنگی کشور توجه خاص مبذول دارند.
- (۲) مؤسسات مالی باید به شکل شفاهی حین خریداری محصولات، درخواست مشوره، درج شکایات، و انجام معاملات مالی و نیز با توسل به ابزار هایی چون ایمیل، وب سایت، فیسبوک، رهنمود ها و بروشور ها به شکل چاپی و یا الکترونیکی، آگاهی و دانش امور مالی مشتریان خویش را بهبود بخشند.
- (۳) اشتهاارت مؤسسات مالی باید به گونه ای تهیه شود که در دراز مدت روی آگاهی و دانش امور مالی مردم مؤثر واقع شود.
- (۴) مؤسسات مالی مکلف اند تا مفاهیم مالی مربوط به هر محصول را به الفاظ ساده، قابل فهم و مؤثر به زبان های رسمی و انگلیسی تهیه و به صورت الکترونیکی و چاپی حسب ترجیح مشتری، در اختیار وی قرار دهند.
- (۵) مؤسسات مالی مکلف اند تا در اپلیکیشن بانکداری از طریق موبایل، غرض بهبود دانش امور مالی مشتریان خویش، مینوی ویژه دانش مالی را ایجاد نمایند تا از طریق آن مشتریان بتوانند مفاهیم مالی را به صورت ساده و آسان بیاموزند.

فصل سوم

مناسب بودن خدمات و شایستگی کارکنان

ماده دوازدهم: مناسب بودن خدمات

مؤسسات مالی مکلف اند غرض حصول اطمینان از خدمت و یا محصولی مورد تقاضا و نیاز مشتری، حد اقل موارد ذیل را مد نظر قرار دهند:

۱. قبل از قرارداد، به مشتری در رابطه به استفاده از محصول مشخص مانند انواع حسابات، محصولات قرضه و امثال آن مشوره داده و آن نوع محصولی را که نسبت به سایر محصولات مشابه می تواند نیاز مشتری را رفع کند، به مشتری پیشنهاد نمایند، اما نباید مشتری را به صورت مستقیم و غیر مستقیم مجبور سازند تا محصول مالی مشخص را خریداری کند.
۲. 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 خصوصاً قرضه به وی مشوره دهند، تا حتی الامکان بر مشتری قرضه اضافی تحمیل نگردد.

ماده سیزدهم: شایستگی کارکنان

- (۱) تمام مؤسسات مالی مکلف اند تا کارمندان خویش و هم چنان کارمندان نماینده های خدماتی خویش را در مورد اصول مربوط به حقوق مشتریان سکتر مالی آموزش لازم و مؤثر دهند.
- (۲) مؤسسات مالی مکلف اند از رفتار مناسب، مهارت و شایستگی کارکنان خویش و نیز مهارت و شایستگی نماینده های خدماتی خویش اطمینان حاصل نمایند.
- (۳) 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.
- (۴) غرض اطمینان از تطبیق موارد مندرج این مقرر و نیز پالیسی داخلی حمایت از حقوق مشتریان خویش، مؤسسات مالی باید پالیسی واضح برای مکافات و مجازات کارکنان خویش داشته باشند.

فصل چهارم

گزارش دهی و احکام متفرقه

ماده چهاردهم: گزارش دهی

- (۱) 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 ذریعه متحدالمال صادر می گردد، به 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.
- (۲) مؤسسات مالی مکلف اند تا تمام اسناد مربوط به شکایات مشتریان را ضم فورم گزارش دهی به دافغانستان بانک گزارش دهند.
- (۳) دافغانستان بانک می تواند مؤسسات مالی را در صورت ارائه گزارش (رسیدگی به شکایات مشتریان) نادرست، نامکمل و یا تأخیر در ارائه آن، حسب قانون جریمه نموده و سایر اقدامات لازم را اتخاذ نماید.
- (۴) بخش داخلی رسیدگی 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 مسئولانه، روش های غیر مؤثر عرضه خدمات، عوامل تخریکی، افشای معلومات مشتری و سایر موارد مشمول اصول حقوق مشتریان باشد.

(۵) در صورت عدم اصلاح محصولات و رسیدگی به مسایل توسط شعبات مربوطه، بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات

مشتریان مکلف است تا موضوع را به تفتیش داخلی مؤسسه مالی گزارش دهد.

(۶) تفتیش داخلی مؤسسات مالی مکلف اند که حسب گزارش بخش داخلی به شکایات و حل منازعات مشتریان، مطابق فقره (۱)

این ماده، پالیسی مکافات و مجازات خویش را تطبیق نمایند.

ماده پانزدهم: احکام متفرقه

(۱) مؤسسات مالی باید در مطابقت با قوانین، مقررات و متحدالمال های نافذه دافغانستان بانک، پالیسی داخلی حمایت از حقوق مشتریان خویش را تدوین کنند.

(۲) بخش تفتیش داخلی مؤسسات مالی مکلف اند تا از تطبیق این مقرره، پالیسی های داخلی حمایت از حقوق مشتریان و مکافات و مجازات خویش، و نیز اجراآت بخش داخلی رسیدگی به شکایات و حل منازعات مالی مؤسسه مربوطه خویش به صورت ربعوار و به گونه منظم و مؤثر نظارت کنند.

(۳) در صورتی که یک مشتری خواهان مسدود نمودن حساب خویش در یک مؤسسه مالی بوده و بخواهد تا تاریخچه معاملات حساب خویش را در مؤسسه مالی دیگر انتقال دهد، مؤسسات مالی مکلف اند تا تاریخچه معاملات مشتری را به حساب آن در مؤسسه مالی مورد نظر مشتری انتقال دهند.

(۴) مؤسسات مالی مکلف اند تا فورم انتقال تاریخچه معاملات انجام شده در حساب (Account Transfer Form) مشتریان را ایجاد نمایند. فورم متذکره باید در تمام نمایندگی ها و وب سایت مؤسسات مالی قابل دسترس بوده و حد اقل موارد ذیل را در برداشته باشد:

۱. تاریخ انتقال حساب؛

۲. موافقت مشتری مبنی بر بستن حساب در مؤسسه مالی قبلی و انتقال آن به مؤسسه مالی دیگر.

۳. رضایت مشتری مبنی بر انتقال معلومات از مؤسسه مالی قبلی به مؤسسه مالی دیگر؛ و مهر و تأیید مؤسسه مالی که حساب از آن انتقال میگردد.

(۵) مؤسسه مالی مکلف است تا بعد از دریافت درخواستی در مورد انتقال حساب، پروسه انتقال حساب را در مدت پانزده روز کاری تکمیل نماید و کتباً برای مشتری اطمینان دهد که حساب مشتری بسته شده و مشتری هیچ مکلفیتی نزد مؤسسه مالی قبلی ندارد.

(۶) در صورت اخذ فیس غرض انتقال حساب، فیس متذکره نباید بیشتر از مصارف اداری انتقال حساب مشتری باشد.

(۷) کارت های پرداخت می تواند قبل از موعد سر رسید آنها و یا حین درخواست مشتریان، تجدید گردند.

(۸) مؤسسات مالی مکلف اند تا در نمایندگی های خود و نیز نمایندگی های خدماتی خویش، تابلوی چاپی را در رابطه به ساعات کاری خویش ترتیب و در محل مناسب و قابل دید برای مشتریان نصب نمایند. تمام نمایندگی های مؤسسات مالی باید بصورت منظم مطابق ساعات کاری مؤسسه مالی مربوطه خویش فعال باشند. هیئت نظار مؤسسات مالی مکلف اند تا پالیسی داخلی حمایت از حقوق مشتریان، پالیسی و طرز العمل فروشات، پالیسی و طرز العمل محافظت از امانات و دارایی های مشتریان، پالیسی و طرز العمل حل قضایای تزویر و سوء استفاده مؤسسه خویش را تصویب نمایند.

ماده شانزدهم: انفاذ

این مقررہ بعد از تصویب شورای عالی دافغانستان بانک قابل اجرا بوده و در ویب سایت دافغانستان بانک به نشر می رسد.