ਜੇਕਰ ਇਸ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ /ਚੀਨੀ ਭਾਸ਼ਾ ਰੂਪਾਂਤਰ (ਅਨੁਵਾਦ) ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਬੇਜੋੜਤਾ ਜਾਂ ਵਖਰੇਵਾਂ ਹੈ ਤਾਂ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ/ਚੀਨੀ ਭਾਸ਼ਾ ਦਾ ਰੂਪਾਂਤਰ ਕਾਇਮ ਰਹੇਗਾ।

ਕੋਡ ਔਫ ਬੈਂਕਿੰਗ ਪ੍ਰੈਕਟਿਸ ਦੇ ਆਮ ਸਿਧਾਂਤ (ਪਾਰਟ I, ਸੈਕਸ਼ਨ 2)

1. ਆਮ ਸਿਧਾਂਤ

1.1 ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਉਚਿਤ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੜਾਵਾਂ 'ਤੇ ਉਚਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਈਮਾਨਦਾਰੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖ ਰੂਪ ਨਾਲ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਸਾਰੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦੇ ਵਧੀਆ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭਾਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਮਜ਼ੋਰ ਵਰਗਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀ ਖ਼ਾਸ ਧਿਆਨ ਸਮਰਪਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

1.2 ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਅਤੇ ਪਾਰਦਰਸ਼ਤਾ

ਸੰਸਥਾਨਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਰਤਾਂ, ਫੀਸਾਂ, ਕਮੀਸ਼ਨਾਂ ਜਾਂ ਖ਼ਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਰਦਿਸ਼ਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਪਸ਼ਟ ਰੂਪ ਨਾਲ ਦੱਸਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਵੇਰਵੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਪਲਬਧ ਕਰਾਉਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਅਤੇ ਜੋਖਮਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਚਿਤ ਚਿਤਾਵਨੀਆਂ ਸਮੇਤ ਵਾਧੂ ਪ੍ਰਗਟਾਵੇ ਤਿਆਰ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਵੱਲੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਹਿੱਤ ਦੇ ਵਿਵਾਦਾਂ ਬਾਰੇ ਵੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਜਿਹਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਕੋਈ ਵੀ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਰਿਸ਼ਤੇ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪੜਾਵਾਂ 'ਤੇ ਉਚਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਫਾਈਨੈਂਸ਼ੀਅਲ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਬੰਧੀ ਸਾਰੀ ਸਮੱਗਰੀ ਸਹੀ, ਸ਼ੁੱਧ, ਸਮਝ ਆਉਣ ਯੋਗ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਭੁਲੇਖਾ ਪਾਉਣ ਵਾਲੀ ਨਹੀਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ। ਇੱਕੋ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਦੇਣ ਲਈ ਕਾਇਮ ਕੀਤੇ ਮਿਆਰਾਂ ਵਾਲੀਆਂ ਪੂਰਵ-ਇਕਰਾਰ ਸਬੰਧੀ ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਪੱਧਤੀਆਂ ਅਪਨਾਉਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿੱਥੇ ਲਾਗੂ ਅਤੇ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ। ਜਿੱਥੇ ਸਲਾਹ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਸਲਾਹ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਯਥਾਰਥਕ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਧਾਰਨ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਜਟਿਲਤਾ ਅਤੇ ਇਸ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਜੋਖਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਰਥਿਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ, ਜਾਣਕਾਰੀ, ਸਮਰੱਥਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਅਨੁਭਵ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਗਾਹਕ ਦੀ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ 'ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕਰਨ ਕਿ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਢੁੱਕਵੀਂ, ਸਹੀ ਅਤੇ ਉਪਲਬਧ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

1.3. ਵਿੱਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ

ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਮਾਨਤਾ ਦਿੰਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਵਿੱਤੀ ਸਾਖਰਤਾ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵੀ ਆਪਣੀਆਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਜੋਖਮਾਂ, ਵਿੱਤੀ ਜੋਖਮਾਂ ਅਤੇ ਮੌਕਿਆਂ ਸਮੇਤ, ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਮਝਣ, ਸੂਚਿਤ ਚੋਣਾਂ ਕਰਨ, ਇਹ ਜਾਣਨ ਕਿ ਸਹਾਇਤਾ ਲਈ ਕਿੱਥੇ ਜਾਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਖੁਦ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਸਥਿਤੀ (ਤੰਦਰੁਸਤੀ) ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਲਈ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਕੁਸ਼ਲਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰਕਾਰ, ਨਿਯਾਮਕ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰਾਂ ਸਬੰਧਿਤ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰਾਂ ਦੇ ਦਲ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਖਪਤਕਾਰ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਵਿੱਤੀ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਖ਼ਾਸ ਕਰਕੇ ਕਮਜ਼ੋਰ ਵਰਗਾਂ ਨੂੰ। ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਹੱਕਾਂ ਅਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ ਸਪਸ਼ਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚਯੋਗ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

1.4. ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਬੰਧੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਆਚਰਨ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਬਿਹਤਰ ਹਿੱਤ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਖਪਤਕਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਲਈ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋਣ ਲਈ ਯਥਾਰਥਕ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਅਤੇ ਤੀਜੀ ਧਿਰ ਦੇ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਤਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਲਈ ਵੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਅਤੇ ਜਵਾਬਦੇਹ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਲੈਣ-ਦੇਣ ਦੇ ਪ੍ਰਕਾਰ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੁਹੱਈਆ ਕੀਤੀ ਗਈ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ, ਸਲਾਹ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿੱਤੀ ਸਮਰਥਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ। ਸਟਾਫ (ਖ਼ਾਸ ਕਰਕੇ ਉਹ, ਜੋ ਸਿੱਧੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਅੰਤਰਕਿਰਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ) ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਿੱਖਿਅਤ ਅਤੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਹਿੱਤ ਦੇ ਵਿਰੋਧਾਂ ਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਰੱਖਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇਸਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਨਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਹੀ ਪ੍ਰਗਟਾਵਾ ਅਤੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਵਾਦਾਂ ਨਾਲ ਨਿਪਟਣ ਲਈ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ, ਸਲਾਹ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਅਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹਨ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਲਾਗੂ ਹੋਵੇ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਲਈ ਮਿਹਨਤਾਨੇ ਦਾ ਢਾਂਚਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਬੰਧੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਆਚਰਨ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਹਿੱਤ ਦੇ ਵਿਰੋਧ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

1.5. ਧੋਖੇ ਅਤੇ ਦੁਰਵਰਤੋਂ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਗਾਹਕ ਸੰਪਤੀਆਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਕਮਾਂ, ਬਚਤਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਵਿੱਤੀ ਸੰਪਤੀਆਂ ਦੀ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਤੇ ਉੱਚ ਕੋਟੀ ਦੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ, ਧੋਖੇ, ਦੁਰਉਪਯੋਗ ਜਾਂ ਹੋਰ ਗ਼ਲਤ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਹੋਣ ਸਮੇਤ, ਦੇ ਨਾਲ ਰੱਖਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਸਬੰਧਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ।

1.6. ਖਪਤਕਾਰ ਡੇਟਾ ਅਤੇ ਗੁਪਤਤਾ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਉਚਿਤ ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤੀਆਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਲਾਗੂ ਵਿਧਾਨਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਖ਼ਾਸ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਦਿਸ਼ਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਹਨਾਂ ਲਈ ਡੇਟਾ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਸ ਉੱਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਸਾਂਭਿਆ, ਵਰਤਿਆ ਅਤੇ ਪ੍ਰਗਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਡੇਟਾ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਸੂਚਿਤ ਰਹਿਣ ਲਈ ਅਤੇ ਤੁਰੰਤ ਸੋਧ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਗ਼ਲਤ ਜਾਂ ਗ਼ੈਰਕਨੂੰਨੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕੀਤੇ ਡੇਟੇ ਨੂੰ ਮਿਟਾਉਣ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਹੱਕਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

1.7. ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਨਿਪਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਸੋਧ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਉਚਿਤ ਹੋਵੇ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰਤ ਏਜੰਟਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਦਾਅਵੇ ਕਰਨ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਕਰਨ, ਹਰਜਾਨਾ ਮੰਗਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਸਾਧਨ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਨ, ਜੋ ਪਹੁੰਚਯੋਗ, ਨਿਰਪੱਖ, ਜਵਾਬਦੇਹ, ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਅਤੇ ਕੁਸ਼ਲ ਹੋਣ। ਅਜਿਹੇ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ 'ਤੇ ਅਣਉਚਿਤ ਲਾਗਤ, ਦੇਰੀ ਜਾਂ ਬੋਝ ਨਹੀਂ ਪਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ।

1.8. ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ

ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦੇਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ, ਉਚਿਤ ਅਤੇ ਪਹਿਲਾਂ ਪ੍ਰਗਟ ਕੀਤੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੀ ਖੋਜ, ਤੁਲਨਾ ਅਤੇ ਜਿੱਥੇ ਉਚਿਤ ਹੋਵੇ, ਅਦਲਾ-ਬਦਲੀ ਕਰ ਸਕਣ।