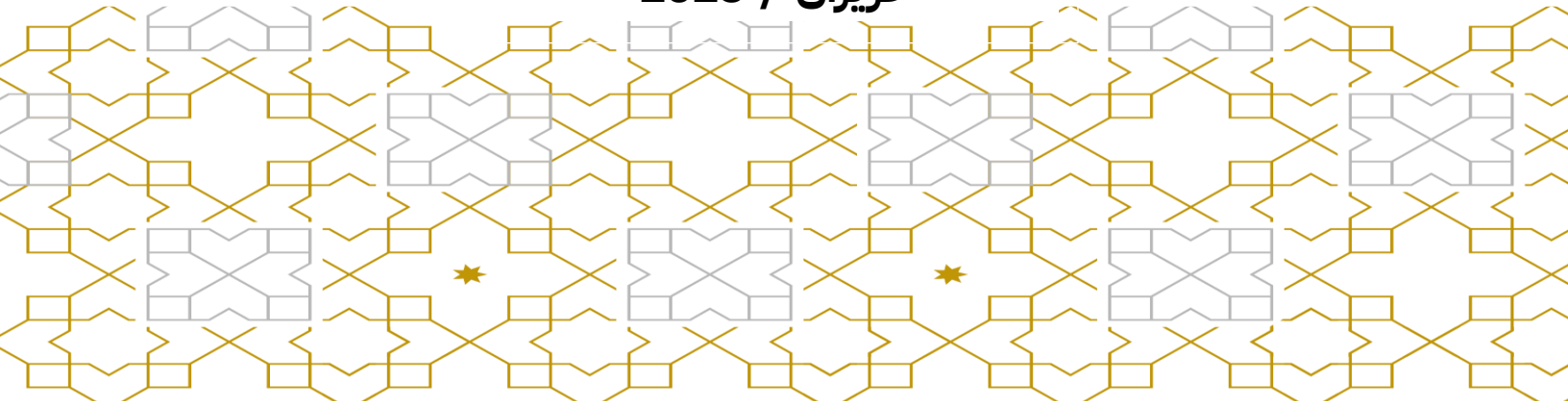




الدليل الإرشادي لحماية المستهلك المالي عند تقديم المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية



البنك المركزي الأردني
دائرة حماية المستهلك المالي
حزيران / 2025



في إطار مواكبة البنك المركزي الأردني للتطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا وأثرها على القطاع المالي والمصرفي، وإدراكاً منه لسلوك العملاء الذين أصبحوا يتجهون بشكل متزايد نحو تنفيذ معاملاتهم المصرفية والمالية من خلال التطبيقات الإلكترونية والحلول الذكية، فقد أعدت دائرة حماية المستهلك المالي هذا الدليل بهدف تمكين مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية من تقديم خدماتهم ومنتجاتهم الإلكترونية بما يراعي توفير حماية شاملة للمستهلك المالي وذلك بحسب أفضل الممارسات العالمية ومبادئ حماية المستهلك المالي التالية:



الأسباب الموجبة

جاء هذا الدليل لإرشاد مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية بالأمور التي يجب مراعاتها عند تقديم هذه المنتجات والخدمات وبما يوفر حماية للمستهلك المالي من أية مخاطر محتملة ويحقق تعزيز ثقة العملاء بالمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية، كما يحاكي هذا الدليل الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية والأطراف الثالثة المتعاقد معها، ويشجع على الابتكار في تصميم وتقديم منتجات وخدمات مالية إلكترونية ملائمة لمتطلباتهم بشكل آمن وعادل، ويجعل تقديمها أسرع وأقل تكلفة وأكثر أماناً وشفافية خاصة للفئات المستبعدة مالياً.

الإطار التشريعي

تم إعداد الدليل الإرشادي استناداً لأحكام المادة (4/ب) من قانون البنك المركزي رقم (23) لسنة 1971 وتعديلاته التي تم بموجبها تحديد المهام الناطقة بالبنك المركزي ومنها وضع القواعد والضوابط اللازمة لقيام البنوك والمؤسسات المالية بالتعامل مع عملائها بطريقة عادلة وشفافة وزيادة وعي الجمهور بالأنشطة المصرفية والمالية، وذلك في سبيل تحقيق أهدافه الاستراتيجية التي شملت دعم التحول الرقمي في القطاع المالي وتوفير بيئة ملائمة للنهوض بالتقنيات المالية وابتكارها والمساهمة في تعزيز الاشتغال المالي، كما أنه ينسجم مع التشريعات الصادرة عن البنك المركزي الأردني أدناه:

- أ. تعليمات حماية المستهلك المالي لقطاع البنوك رقم (14/2024) تاريخ 2024/9/26.
- ب. تعليمات "الإجراءات الداخلية للتعامل مع شكاوى عملاء مقدمي الخدمات المالية والمصرفية" رقم (2017/1) تاريخ 2017/8/28.
- ج. تعليمات حماية المستهلك المالي لقطاع التمويل الأصغر (2018/15) تاريخ 2018/6/27.
- د. تعليمات حماية المستهلك المالي للعملاء ذوي الإعاقة رقم (2018/18) تاريخ 2018/11/18.
- هـ. تعليمات حماية المستهلك المالي لعملاء شركات الصرافة المرخصة رقم (2021/1) تاريخ 2021/1/11.
- و. تعليمات حماية المستهلك المالي لشركات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال رقم (2021/3) تاريخ 2021/3/2.

- الاشتغال المالي** : الحالة التي يتاح من خلالها للأفراد وقطاع الأعمال الوصول الملائم والاستخدام الفعّال والمستدام للخدمات والمنتجات المالية المتنوعة (عمليات الدفع والتحويل، والادخار والتمويل والتأمين) عبر المؤسسات المالية الرسمية بشكل مناسب وبكف معقولة وبما يتوافق مع احتياجاتهم ويساعدهم في تحسين مستوى معيشتهم.
- الافراط بالمديونية** : الحالة التي تزيد فيها التزامات العميل المالية (والتي يتوجب عليه الوفاء بها بالمقارنة مع دخله) بشكل مفرط، مما يؤدي إلى تعثره في سداد كامل تلك الالتزامات أو تأخره عن الإيفاء بها بوقتها المناسب وصولاً إلى عجزه عن سدادها بشكل كلي، بالإضافة إلى تأثر المستوى المعيشي للعميل نتيجة ذلك.
- القنوات الإلكترونية** : الوسيلة الإلكترونية التي تمكن العميل من الوصول إلى حسابه المصرفي أو حساب الدفع الإلكتروني للاستفادة من المنتجات والخدمات المالية والمصرفية المرتبطة به ومنها إجراء عمليات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال. مثل التطبيق الهاتفي والبوابات الإلكترونية.
- المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية** : المنتجات والخدمات المالية التي يتم الوصول إليها وتقديمها عبر القنوات الإلكترونية بما في ذلك النقود الإلكترونية.
- حماية المستهلك المالي** : حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية والمصرفية ضمن إطار تشريعي وتنظيمي يحدد علاقة العملاء بمقدمي الخدمات المالية.
- مقدمي الخدمات والمنتجات المالية الإلكترونية** : أي مؤسسة مالية تخضع لرقابة وإشراف البنك المركزي الأردني تقدم منتج و/أو خدمة مالية إلكترونية للأفراد و/أو الشركات من خلالها بشكل مباشر أو عبر وكلائها.

على مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية اتخاذ الإجراءات التي تتلاءم مع مبادئ حماية المستهلك المالي عند تصميم وتقديم المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية، وذلك كما يلي:

أولاً: التعامل مع العملاء بعدالة

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية التعامل مع العملاء بشكل عادل وصادق وأن يكون ذلك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة المؤسسة المالية، وذلك لما له من أثر إيجابي في بناء الثقة في النظام المالي وخاصة بالخدمات المالية الإلكترونية المقدمة من خلالهم وتحقيق العدالة في تمكين العملاء من الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية المناسبة لهم واستخدامها. وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. ضمان ألا يؤدي استخدام التكنولوجيا في تقديم المنتجات والخدمات المالية - بما فيها خدمة العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي - إلى التمييز بالتعامل مع العملاء بأي شكل من الأشكال خلال أي مرحلة من مراحل تقديم المنتج أو الخدمة على أساس الدين أو العرق أو الجنس أو لأي سبب آخر.
- ب. إيلاء اهتمام خاص للأشخاص الأقل حظاً في المجتمع من ذوي الدخل المنخفض وكبار السن وذوي الإعاقة ومحدودي التعليم من كلا الجنسين.
- ج. تحديث الإجراءات والسياسات الداخلية بشكل مستمر وتحديد المخاطر التي قد تنجم عن استخدام التكنولوجيا والمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية.

ثانياً: الإفصاح والشفافية

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية التأكد من تزويد العملاء بالمعلومات اللازمة لفهم خصائص المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية وفوائدها ومخاطرها وشروطها مع إيلاء عناية خاصة للفئات التي لديها مستوى منخفض من الثقافة المالية الإلكترونية، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. إعداد سياسة داخلية حول الإفصاح والشفافية وتعميمها على الفروع / الوكلاء.
- ب. تقديم معلومات واضحة ومفهومة ومحدثة وموجزة ودقيقة وغير مضللة ويسهل الوصول إليها حول المنتج أو الخدمة المالية الإلكترونية، بحيث تتضمن هذه المعلومات الشروط والأحكام الرئيسية للمنتج

او الخدمة ووصف لحقوق ومسؤوليات كل طرف وكافة التكاليف التي تفرضها المؤسسة المالية (بما في ذلك المفروضة من قبل طرف ثالث).

ج. شرح آلية إنهاء العلاقة وما يترتب على ذلك من حقوق ومسؤوليات على العملاء وذلك في الوقت المناسب قبل إتمام عملية الحصول على المنتج أو الخدمة، وعدم تعطيل عملية انتقال العملاء - في حال رغبتهم - لأي مؤسسة مالية أخرى.

د. استخدام آليات التواصل الإلكترونية الملائمة والأشكال المبتكرة التي توفرها التكنولوجيا لتوفير المعلومات للعملاء من خلال القنوات الإلكترونية المناسبة بلغة وصيغة مناسبة، مع الأخذ بعين الاعتبار اختلاف وعي العملاء بالمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية.

هـ. أن تكون العقود والنماذج الإلكترونية الخاصة بالمنتج او الخدمة الإلكترونية واضحة وقابلة للقراءة عبر القنوات الإلكترونية المتاحة من خلالها، وتزويد العميل بنسخة من العقد بالآلية التي يتفق عليها الطرفين.

و. الإفصاح عن وجود وحدة مستقلة لدى مقدم الخدمة تعنى بمعالجة شكاوى العملاء ومعلومات التواصل الخاصة بها.

ز. توفير تطبيقات وشاشات تصفح سهلة الاستخدام، وتوفير إرشادات حول كيفية استخدامها.

ح. الإفصاح عن جميع قنوات الوصول للخدمة سواء قنوات إلكترونية أو تقليدية.

ط. إخطار العميل عن التغييرات في عمولات ورسوم المعاملات (بما في ذلك المفروضة من قبل طرف ثالث)، وعن أي تعديل في الشروط والأحكام الخاصة بالمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية، وأي مخاطر/عواقب محتملة.

ي. إجراء بحوث لتحديد وتحسين فعالية عملية الإفصاح لضمان فهم المستهلكين والتعامل بشفافية معهم، مما يساعد المؤسسات المالية على معالجة هذه العوامل، وذلك على سبيل المثال من خلال إجراء استبيان لقياس رضى المستهلك والتغذية الراجعة حول عملية الإفصاح.

ك. تحديد مسؤولية مقدم الخدمة عن المعاملات غير المصرح بها وأعطال النظام.

ل. توفير قنوات غير متصلة بالإنترنت للحصول على المعلومات مثل رقم هاتف ثابت.

- م. إعداد إجراءات تمكين العميل من الإبلاغ في حالة المعاملات المشبوهة أو غير المصرح بها أو الخاطئة أو عمليات الاحتيال أو أعطال النظام أو أدوات الدفع المفقودة أو المسروقة و/أو معلومات المصادقة، بما في ذلك معلومات الاتصال، ومسؤولية الأطراف في مثل هذه الحالات وإعلام العميل بها.
- ن. عدم تضمين بنود الاتفاق شرطاً يمنح مقدم الخدمة الحق بتعديل أي بند من البنود بإرادة المنفردة وبدون الحصول على موافقة العميل الخطية أو الإلكترونية المسبقة.
- س. عدم تعديل / إضافة أي مبالغ مثل تأمينات أو عمولات أو أي مبالغ إضافية أخرى تزيد عن الكُلف المحددة عند الاتفاق مع العميل، وحسب التعليمات النافذة بالخصوص.

ثالثاً: حماية العملاء من الاحتيال والاستغلال

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية حماية أصول العملاء من الاحتيال أو الاختلاس أو إساءة الاستخدام واتخاذ الإجراءات اللازمة في حالة وقوع أي حادث وفقاً للأنظمة والتعليمات الناظمة بالخصوص، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع برامج شاملة لإدارة الاحتيال، بما في ذلك أنظمة تقنية ومراقبة عالية الكفاءة والفعالية للحد من الاحتيال أو الاختلاس أو إساءة الاستخدام والكشف المبكر عنها واتخاذ الإجراءات اللازمة في حالة وقوع أي حادث.
- ب. وضع مبادئ واضحة حول تعويض أي ضرر قد يلحق بالعميل نتيجة خلل و/أو اختراق أنظمتهم أو حدوث حالات الاحتيال والتي تحدث دون إهمال أو تقصير من العميل.
- ج. القيام بعمليات الفحص المستمرة للأنظمة والعمليات الأمنية وتحديث بيانات العملاء بشكل مستمر.
- د. بذل العناية الواجبة من قبل مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية والوكلاء.
- هـ. تدابير شاملة للوقاية من احتيال الوكلاء - أو أي طرف ثالث - تضمن قيامهم بمسؤولياتهم لحماية العملاء من عمليات الاحتيال أو الاختلاس أو سوء الاستخدام تشمل التدريب، ومراقبة الامتثال، وبرامج التوعية، والضمانات القانونية التي تقيّد استخدام الأموال.
- و. توعية العملاء حول الاحتيال والطرق التي يمكن استخدامها لحماية أنفسهم، مثل الحفاظ على رموز الأمان PIN الخاصة بهم، وتشجيعهم على التبليغ عن أي أنشطة احتيالية.

- ز. توفير قنوات فعالة لتقديم الشكاوى حول الأنشطة الاحتياطية مع موظفين مدربين قادرين على التعامل مع قضايا الاحتيايل والشكاوى الأخرى، وقنوات مخصصة للوكلاء.
- ح. اعتماد نهج قائم على أساس المخاطر وتقييم مخاطر المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية الجديدة قبل إطلاقها في السوق واستخدام الضوابط المناسبة لتلك المخاطر.

رابعاً: إيجاد آليات فعالة لحل الشكاوى

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية اتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة لمعالجة شكاوى العملاء بشكل عادل وفعال، وأن تقدم أفضل الحلول وأكثرها ملاءمة وفقاً للتعليمات ذات الصلة، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع سياسات وإجراءات لتقديم الشكاوى وإبلاغ العملاء بهذه الإجراءات.
- ب. توفير آليات واضحة وفعّالة للتعامل مع شكاوى العملاء وتكييفها وفقاً لطبيعة المنتج / الخدمة الإلكترونية وتوفير الوسائل المناسبة لتلقي الشكاوى بسهولة مع مراعاة كافة الفئات، سواء كانت تلك الشكاوى خاصة بمقدم الخدمة نفسه أو أحد وكلائه.
- ج. اتخاذ الإجراءات المناسبة لمعالجة شكاوى العملاء بفعالية وضمن الفترات المحددة لذلك دون إضافة أي تكلفة على العميل، أو تجاوز فترات معالجتها.
- د. تمكين العملاء من تقديم الشكاوى من خلال عدة وسائل مرنة وسهلة الوصول وتوفير القنوات الإلكترونية لذلك.

خامساً: الإقراض / التمويل المسؤول ومنع الإفراط في المديونية

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية إيلاء موضوع حماية العملاء من مخاطر الإفراط في المديونية الأهمية القصوى، وأن يكون مقدم خدمة التمويل من خلال وسائل إلكترونية على دراية كافية بالمخاطر التي قد يتعرض لها العملاء وتؤدي للإفراط بالمديونية لسهولة إجراءات التمويل من خلال الوسائل الإلكترونية بالمقارنة مع التمويل بالطرق التقليدية، وعليه يجب الالتزام بكافة الأحكام النافذة بالخصوص

واتخاذ كافة التدابير لتجنب تعرض العملاء لأخطار الإفراط في المديونية، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع قواعد للتمويل من خلال الوسائل الإلكترونية بحيث تشمل آلية التقييم الائتماني، والحدود الدنيا والقصى للفائدة ولبالغ التمويل، وتجنب ممارسات التمويل التي قد تؤدي الى الإفراط بالمديونية.
- ب. وضع إجراءات لدراسة الوضع الائتماني وتقييم قدرة العميل والكفيل على السداد ومنح القروض للعملاء الذين لديهم القدرة على تحملها أخذاً بالاعتبار عدم تجاوز نسبة عبء الدين المحددة في السياسة الائتمانية الخاصة بمقدم الخدمة.
- ج. تقديم المشورة والنصح للعملاء طالبي التمويل من خلال وسائل إلكترونية حول مخاطر الإفراط في المديونية قبل منحه التمويل المطلوب.

سادساً: السلوك المهني المسؤول

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية أن يعملوا بطريقة مهنية عالية وأن يكون سلوكهم في السوق مسؤول لتعزيز الممارسات التي تصب في مصلحة المستهلكين الماليين على أفضل وجه، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع مدونة قواعد السلوك بناء على مبادئ وممارسات أخلاقية بما يتعلق بتقديم المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية.
- ب. تمكين المستهلكين الماليين من البحث بسهولة ومقارنة أفضل الخدمات والمنتجات وأسعارها ومقدميها.
- ج. مواكبة التطورات في مجال الخدمات المالية الإلكترونية وتدريب الموظفين وتشجيعهم على الابتكار لضمان تحسين تجربة العميل وزيادة الكفاءة.
- د. تقديم المشورة المسؤولة والموضوعية للمستهلكين وتوجيههم نحو منتجات وخدمات تناسب احتياجاتهم وتراعي قدراتهم المالية، وتحذيرهم من المخاطر المحتملة.
- هـ. الابتعاد عن ممارسات التسويق المفرط (Aggressive marketing) والتي قد تضر بالمستهلك المالي.

سابعاً: التسعير المسؤول

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية وضع أسعار مناسبة للعملاء مع توضيح جميع العمولات وأسعار الفوائد بشكل واضح ومفهوم لجميع العملاء، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع إجراءات تسعير واضحة للمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية، مع الالتزام بسقوف العمولات المحددة من البنك المركزي الأردني - إن وجدت -.
- ب. توفير خدمات ومنتجات بأسعار تلي احتياجات المستهلكين الماليين ورغباتهم وتناسب كافة فئات المجتمع والفئات المستبعدة مالياً وذوي الدخل المنخفض والسعي إلى شمولهم في النظام المالي الرسمي.
- ج. مراعاة عدم استغلال حاجة المستهلك المالي ومراجعة التسعير بشكل دوري لضمان بقاء الأسعار عادلة ومناسبة.

ثامناً: التصميم والتقديم اللائح للمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية مواكبة السوق في تطوير منتجات وخدمات مالية إلكترونية لخدمة كافة فئات المجتمع والسعي إلى تعزيز الاشتغال المالي من خلال تقديم منتجات وخدمات مالية إلكترونية تلي احتياجاتهم وتوفير الوصول لها من خلال قنوات إلكترونية آمنة وسهلة. وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. وضع أسس وإجراءات مكتوبة لتصميم المنتجات و/أو الخدمات المالية الإلكترونية.
- ب. اتباع منهجية التركيز على العملاء والأخذ بعين الاعتبار احتياجات المستهلكين الماليين وقدراتهم المالية الإلكترونية وبما يضمن الاستخدام المستدام للمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية.
- ج. تسهيل إجراءات التعرف على العميل إلكترونياً مع الالتزام بالتعليمات النافذة بالخصوص.
- د. إتاحة الفرصة للعميل بعمل تقييم فردي للمنتج/ الخدمة بعد الحصول عليه والأخذ بعين الاعتبار التغذية الراجعة من قبلهم والتي توضح مدى رضاهم عن تصميم المنتج/ الخدمة.

٥. تجنب الحاق الضرر بالعملاء ومراعاة مخاوفهم من عمليات الاحتيال المحتملة التي قد يتعرضوا لها عبر القنوات الإلكترونية المتاحة.
٦. إعداد الدراسات التي تركز على فهم الفجوة بين توقعات العملاء وما يتم تقديمه من منتجات وخدمات مالية إلكترونية، ومراعاة ذلك عند تصميم المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية مبتكرة وذات جودة عالية وتقديمها من خلال قنوات إلكترونية مريحة لهم.

تاسعاً: حماية بيانات ومعلومات العملاء والحفاظ على سريتها وخصوصيتها

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية حماية بيانات ومعلومات العملاء والحفاظ على سريتها وتوفير البيئة المناسبة والإجراءات الآمنة لحماية تلك البيانات والمعلومات، وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. تعتبر كافة بيانات ومعلومات العميل معلومات سرية ولا يجوز جمعها أو معالجتها أو استعمالها أو مشاركتها مع أي طرف ثالث دون موافقة العميل الخطية أو الإلكترونية المسبقة وفقاً لأحكام التشريعات النافذة.
- ب. يشترط في الموافقة المسبقة أن تكون صريحة وموثقة خطياً أو الكترونياً وأن تكون محددة من حيث المدة والغرض، وأن يكون الطلب بلغة واضحة وبسيطة وغير مضللة ويمكن الوصول إليه بسهولة.
- ج. وضع سياسة واضحة بخصوص جمع بيانات العملاء وتبادلها مع الأطراف الثالثة.
- د. تطبيق تدابير أمنية قوية وفعالة لحماية خصوصية المعلومات الشخصية والمالية للمستهلكين من الوصول غير المصرح به والانتهاكات وغيرها من التهديدات السيبرانية، مثل التشفير وتقييد الوصول إلى البيانات.
- هـ. تحمل المسؤولية عن أي انتهاكات للبيانات أو عمليات الاحتيال التي من الممكن الوقاية منها بشكل معقول، ودون تحمل مزود الخدمة مسؤولية أي انتهاكات ناجمة عن ممارسة العميل الخاطئة.

عاشراً: التوعية والتثقيف وبناء القدرات المالية

يراعي مقدمي المنتجات والخدمات المالية الإلكترونية اتخاذ الإجراءات اللازمة لتوعية العملاء وتثقيفهم عند استخدام المنتجات و/أو الخدمات الإلكترونية بما فيها المخاطر المرتبطة بها وذلك على سبيل المثال من خلال ما يلي:

- أ. إعداد برامج التوعية والتثقيف المالي لتعزيز وتطوير المعرفة والمهارات والتوجهات للوصول للسلوك المالي السليم للمستهلك المالي بما يحقق فهمهم للمخاطر واتخاذ قرارات مالية سليمة تناسب مصالحهم وبحيث يصبح السلوك المالي السليم جزءاً من عاداتهم.
- ب. استخدام أدوات وقنوات توعية وتثقيف مالي متنوعة تناسب جميع فئات المجتمع وخاصة المستبعدين مالياً في كافة محافظات المملكة.
- ج. توعية العملاء بالمخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها نتيجة استخدام المنتجات والخدمات الإلكترونية.
- د. توفير مواد تثقيفية تضمن وصول العملاء ذوي الإعاقة للمنتجات والخدمات المالية الإلكترونية (كمطبوعات بلغة بريل) وتهيئة الموقع الإلكتروني بما يتناسب مع احتياجات هذه الفئة وفقاً للتعليمات النافذة.
- هـ. استخدام التطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي والقنوات الإلكترونية في نشر المواد التثقيفية والأدوات التفاعلية وحق الألعاب التعليمية والتي تمكن المستهلكين الماليين من استخدام المنتجات بشكل صحيح ومناسب لاحتياجاتهم وبطريقة فعالة وممتعة.
- و. الدعم والمتابعة المستمرة والمتخصصة لكل عميل وتوظيف القنوات الإلكترونية في تحليل مصاريف وإيرادات وادخارات العميل ومساعدته في تحقيق أهدافه المالية.