

المسؤولية القانونية على المتاجر الالكترونية في سياسة الشروط والأحكام عند التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب

Legal responsibility on the electronic stores in the terms and conditions policy the event of exceeding the specified time for delivering the shipment

صالح بن يوسف الخزيم

القسم: القانون الرقمي

الكلية: العلوم الانسانية

الجامعة: جامعة الجميع الذكية (ميد أوشن)

الدولة: المملكة العربية السعودية

* الباحث المعتمد للمراسلة:

الملخص

بالرغم من وجود نظام للتجارة الإلكترونية ولائحة تنفيذية ودليل ارشادي إلا انه لا يوجد نظام مستقل للمتاجر الالكترونية. ومع زيادة عدد المتسوقين وحجم السوق الالكتروني وفي ظل غياب القواعد القانونية التي تضبط بنود سياسة الشروط والاحكام في المتاجر الالكترونية ومن ضمنها بند التوصيل فالمطلوب إعادة صياغة سياسة الشروط والاحكام بصيغة موحدة ووفق قواعد قانونية ولائحة تنفيذية مستقلة قابلة للتحديث وذلك بالتزامن مع التطور المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ولذا هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الحديثة.

وتحديد المسؤولية القانونية على المتاجر الإلكترونية في حالة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب.

واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج.

ومن اجل ذلك أصبحنا بحاجة إلى منظومة من القواعد القانونية المستقلة لتنظيم العلاقة بين المستهلك الإلكتروني والمتاجر الإلكترونية والقائمين على الشحن ومؤشر يقيس مدى التزام المتجر الإلكتروني بعملية التوصيل بالإضافة الى ضرورة الاهتمام بالاستثمار في قطاع الخدمات اللوجستية وتحسينه على غرار ما يحدث في المملكة المتحدة والصين والاستفادة من تجاربهم بالإضافة الى أهمية نشر الوعي لدى المستهلكين ومساهمة القطاع الخاص في وضع الحلول المناسبة للشحن والاخذ بالاعتبار عدد المتسوقين.

وخلصت الدراسة الى أن القوانين الموجودة والبنية التحتية للخدمات اللوجستية لا تتناسب مع الهدف الموضوع في رؤية

المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ والمتوقع بلوغ إيرادات التجارة الالكترونية ٥٠ مليار دولار أمريكي.

الكلمات الدالة: المسؤولية القانونية، المتاجر الالكترونية، سياسة الشروط والأحكام.

Abstract

Despite the existence of an E-commerce system, implementing regulations, and a guiding manual, there is no independent system specifically for online stores.

With the increase in the number of shoppers and the size of the E-commerce market, and in the absence of legal guidelines governing terms and conditions policies, including delivery clauses for online stores, it is essential to restructure these policies with a standardized framework, governed by independent, updatable legal regulations.

This is especially relevant given the rapid advancement in information and communication technology.

This is why this study aims to shed light on E-commerce as modern concept.

also define the legal responsibility of online stores in cases of exceeding the specified time.

A descriptive-analytical approach was employed in the study,

which resulted in several findings.

There is a need for an Independent legal framework to regulate the relationship between online consumers, E-commerce stores and shipping providers.

This framework should also include an index to measure the commitment of online stores to delivery standards.

Additionally, there is a need to focus on investment and improvement in the logistics sector, following the example of countries like the UK and China, and to raise consumer awareness, The private sector should also contribute to finding appropriate shipping solutions, taking into account the growing number of online shoppers.

The Study concluded that existing laws and logistics infrastructure are not aligned with the goals of Saudi Arabia Vision 2030, which aims for E-commerce revenues to reach 50 billion USD.

المقدمة

يشهد أفراد المجتمع في هذه الفترة التطور الرقمي والمعلوماتي في قطاع المتاجر الإلكترونية وخاصة في فترة التباعد الاجتماعي والاغلاق الكامل والجزئي بسبب جائحة كورونا(كوفيد ١٩) لاختصارها سلسلة من الاجراءات ودفعها السريع لحركة البيع والشراء وعمليات التحويل البنكية ، ولازدهار التجارة الإلكترونية بإعتمادها على وسائل إلكترونية على شبكة الإنترنت ولانتشارها وامتداد حجمها وتجاوزها الحدود المكانية وإتاحتها التسوق على مدار الساعة، أما ما يخص الدافع الذي يجعل المستهلك الإلكتروني للتسوق من خلال المتاجر الإلكترونية فهو لسهولة الاستخدام والتصفح بين المنتجات وتفاصيل مواصفات المنتج وسهولة مقارنة الأسعار واجراء عملية الشراء من خلال حقول واضحة ومتسلسلة لا مجال فيها لارتكاب الخطأ أيضا تنوع وسائل الدفع الإلكتروني وسهولة اتخاذ القرار الصحيح بالشراء من عدمه من خلال مراجعات وتقييمات مشترين كل هذه المميزات كافية للمستهلك الإلكتروني بأن يتوقع بالحصول على الطلب وتوصيله بالوقت المحدد على غرار ما قام به أثناء التسوق. (دهشان، ٢٠٢٤)

لذا كان لا بد على الدول أن تكيف أنظمتها طبقا للتطور الحاصل في قطاع التسوق الإلكتروني، وإنطلاقا من التغيرات الكبيرة التي طرأت في هذا القطاع ظهرت لدينا مجموعة من المعوقات التي يواجهها المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الاضعف ومنها تجاوز المدة المحددة عن تسليم الطلبات ما يجعله يتراجع أو يلغي فكرة التسوق والشراء من المتاجر الإلكترونية ، ورغبة التاجر الإلكتروني للربح السريع والتوسع الغير مدروس ، أدى إلى التهاون والنقاعس لتقديم خدمة الشحن بأفضل الطرق التقنية من خلال منصات تتمتع بتقديم خدمة الشحن بجودة عالية ، وبازدياد عدد المتاجر الإلكترونية ، لوحظ وجود حالات تتجاوز المدة المحددة عن تسليم الطلبات مما إقتضى إرساء قواعد قانونية توفر الحماية للمستهلك عن تجاوز المدة المحددة بتسليم الطلبات للوصول إلى الهدف النهائي وهو توصيل المنتج الى المستهلك في الوقت المحدد ، بالإضافة إلى إيجاد بنية تحتية قوية للخدمات اللوجستية للشحن قادرة على إحتواء طلبات السوق الإلكتروني ، كذلك تشجيع وترغيب القطاع الخاص للاستثمار في مجال الخدمات اللوجستية لتأثيره الإيجابي المباشر في الخدمات المقدمة للشحن.

مشكلة الدراسة:

المسؤولية القانونية على المتاجر الإلكترونية في حالة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب

أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: مالمقصود بالتجارة الإلكترونية؟

السؤال الثاني: ما القواعد القانونية التي تسري على المتاجر الإلكترونية عن تجاوز المدة المحددة لتسليم الطلبات؟

أهداف الدراسة:

تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية باعتبارها من المفاهيم الحديثة.

تحديد المسؤولية القانونية على المتاجر الإلكترونية في حالة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب.

منهجية الدراسة:

وفي دراستنا لموضوع المسؤولية القانونية على المتاجر الإلكترونية في حالة تجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب اعتمدنا

المنهج الوصفي التحليلي وقمنا بتقسيم البحث إلى فصلين حيث تناولنا الآتي:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني: تحديد المسؤولية القانونية على المتاجر الإلكترونية في حالة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب.

الخطة البحثية:

المبحث الأول:

استهلالاً نود أن نعرض على مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال هذا التعريف وهي الخطوات التي تتخذ بها عمليات الشراء والبيع من خلال شبكة الإنترنت.

التجارة الإلكترونية: مقدمة أساسية

التجارة تُعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الإلكترونية أنها عمليات بيع وشراء السلع والخدمات التي يتم تنفيذها عبر وسائل الاتصال الرقمية من خلال منصات مصممة خصيصاً لإرسال واستقبال طلبات البيع والشراء إلكترونياً مدعومة بآليات للدفع الرقمي (عبدالسلام و حسن، ٢٠٢١).

كما اشتمل تعريف الاتحاد الأوروبي بأنها كل أنشطة بين المشروعات التجارية والمستهلكين تتم بوسائل إلكترونية، وعرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات وتوزيع المنتجات بوسائل الكترونية. ومن ضمن أنواع التجارة الالكترونية نجد التعامل بين الكيان التجاري والمستهلكين،

كما نود أن نعرض على تعريف العقد الإلكتروني بأنه عقد مبرم يتضمن أركان أساسية بين التاجر والمستهلك وبالوسائل الإلكترونية دون التقاءهم وينفذ العقد إلكترونياً بالتالي هو عقد امتثال من هنا تأتي أهمية حق حماية المستهلك عن تجاوز المدة المحددة لتسليم الطلبات، بأن يستنفذ مالك المتجر الإلكتروني كافة أدوات التقنية لشحن وتوصيل الطلب للمستهلك وفق المدة المحددة للتسليم، وفي حالة عجزه عن معالجة التأخير فإنه عليه فوراً إتباع الاجراءات القانونية المنظمة في هذه الحالة.

(محمدي، ٢٠٢١)

المبحث الثاني:

من الأسباب التي اقتضت على غالبية التشريعات الى منح حق المستهلك الالكتروني صلاحية التراجع:

عدم إمكانية الاتصال المباشر بين التاجر والمستهلك.

عدم إمكانية المستهلك الفحص (المركبي والحسي والملموس) للمنتج.

ومن هذا المنطلق فإنه من حق المستهلك وبناء على القواعد القانونية لحماية حق المستهلك التراجع واسترداد المبلغ

المدفوع بعد انقضاء المدة المحددة عن تسليم الطلب. (محمدي، ٢٠٢١)

تنفيذ مبدأ الرقابة على المتاجر الالكترونية:

بالرغم من ان القانون يوفر غطاء قويا لحماية المستهلك الالكتروني الا ان الصعوبة تكمن في الموارد الكافية

لمواكبة التطور التكنولوجي السريع.

بالتالي يتطلب:

اولا: التحديث المستمر للنظام وفق التطورات السريعة للتكنولوجيا.

ثانيا: نشر الوعي بين المستهلكين بحقوقهم والاليات المتاحة للشكوى والتظلم.

ثالثا: تدريب الجهات ذات الاختصاص بالرقابة. (دهشان، ٢٠٢٤)

صدر مرسوم ملكي رقم (م/١٢٦) ينظم التجارة الالكترونية ويلزم النظام التاجر الالكتروني توضيح ترتيب التسليم وعلى التاجر الالكتروني تقديم المنتج والخدمة التي تتوافق مع المعايير المعلنة لإرضاء المستهلك الالكتروني.

وتتص المادة (١٧) من النظام بأنه إذا خالف التاجر الالكتروني احكام النظام ولأئحته التنفيذية فانه في الحالات الضرورية والعاجلة يتخذ قرار بحجب موقع المتجر الالكتروني الى ان تتم معالجة المخالفة او البت فيها.

ونصت المادة (١٨) من النظام يعاقب كل من يخالف احكام النظام ولأئحته التنفيذية بعقوبة او أكثر بالإجراءات الاتية:

أولاً: الإنذار

ثانياً: غرامة لا تزيد عن مليون ريال

ثالثاً: إيقاف مزاولة التجارة الالكترونية مؤقتاً او دائماً

رابعاً: حجب الموقع الالكتروني للمتجر جزئياً او كلياً مؤقتاً او دائماً

اللائحة التنفيذية لنظام التجارة الالكترونية

تتص المادة الثامنة: مع مراعاة حكم المادة الثامنة من النظام على المتجر الالكتروني موفر الخدمة أن يقدم للمستهلك بعد إبرام العقد فاتورة قابلة للحفظ تتضمن بيانات ومن ضمنها:

الفقرة (و): موعد توصيل المنتج.

الفقرة (ز): اسم الناقل الذي يتولى توصيل المنتج وبيانات تتبع مسار التوصيل ان وجدت. (وزارة التجارة والاستثمار، ٢٠١٩)

ما لم يتفق موفر الخدمة والمستهلك على مدة أخرى للتسليم يحق للمستهلك إلغاء العملية إذا تأخر المتجر الإلكتروني عن التسليم مدة تزيد على ١٥ يوما من تاريخ الطلب أو عن الموعد المتفق عليه وله استرداد ما دفعه مقابل المنتج ويلتزم المتجر الإلكتروني بإبلاغ المستهلك عن أي تأخير متوقع أو صعوبات لها تأثير جوهري في التسليم.

عند إبرام العقد بين المتجر الإلكتروني والمستهلك يجب إيضاح كافة الأحكام والشروط بطريقة سهلة وواضحة ويلتزم المتجر الإلكتروني بتقديم بيان للمستهلك ومن ضمنها:

ترتيبات التسليم.

ولضمان وحفظ حق المستهلك استباقيا على المتجر الإلكتروني التواصل والإفصاح عن الوقت المحدد للتوصيل قبل إتمام عملية الشراء مع توضيح ذلك بالفاتورة.

الدليل الإرشادي للمتاجر الإلكترونية وفقاً لنظام التجارة الإلكترونية، مطبوعات وزارة التجارة السعودية، ص ١٩.
تساعد خدمة معروف المستهلك على سهولة الوصول إلى المتاجر الموثوقة التي يرغب فيها وتمكنه من الحصول على احتياجاته بمزيد من الثقة والأمان، وتمنح التاجر فرصة لتسويق متجره الإلكتروني في منصات معروف المختلفة من خلال التقييمات التي يضعها المستهلكين الآخرين مع مختلف المتاجر الإلكترونية المسجلة بخدمة معروف. (وزارة التجارة، ٢٠٢٣)

الشروط والضوابط

اعتنى المشرع السعودي بالشروط والضوابط التي تحمي المستهلك الإلكتروني، وتشمل هذه الشروط والضوابط كل الفقرات المتعلقة بالاستخدام، وأهداف المتجر، ووسائل التواصل مع المتجر، ومعلومات الشحن، مثل: اسم شركة الشحن، ومدة الشحن، وعنوان الشحن.

وتدعم الشروط والضوابط الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني تحديد الحقوق والواجبات، للحد من الانتهاكات، وتحديد المسؤولية وشحن وتوصيل المنتجات في أوقاتها المحددة. (الشميلي، ٢٠٢٣)

شروط التوصيل:

- على مقدم الخدمة إبلاغ المستهلك، في بداية المعاملة، باسم الناقل الذي يتولى توصيل المنتج، وبيانات تتبع مسار التوصيل.
- التزام البائع تسليم السلعة أو تنفيذ المهمة خلال ١٥ يوماً من تاريخ الشراء
- التزام البائع إبلاغ المستهلك عن أي تأخير متوقع أو صعوبات يكون لها تأثير جوهري في التسليم.
- منح المستهلك الحق في إلغاء العملية إذا تأخر موفر الخدمة عن التسليم أو التنفيذ مدة تزيد عن ١٥ يوماً من تاريخ إبرام العقد أو عن الموعد المتفق عليه.

- للمستهلك الحق باسترداد ما دفعه بمقتضى العقد مقابل المنتج أو غير ذلك من تكاليف نتجت عن هذا التأخير.
- التزام المتجر الإلكتروني بتحمل المسؤولية أثناء عملية التوصيل. (مركز الدراسات والبحوث القانونية، ٢٠٢٤)

الخاتمة:

ختاماً فإنه بعد استعراض هذه الدراسة توصلنا إلى ضرورة حماية المستهلك الإلكتروني في حالة تجاوز المدة المحددة عن تسليم الطلب وذلك بالتزام التاجر الإلكتروني بالقواعد القانونية والدليل الإرشادي والاستعانة بكيانات مختصة بالشحن على قدر عالي من المهنية والاحترافية والاستفادة من تجارب بعض المنصات التي توفر خدمات الشحن وتملك إمكانيات تقنية قادرة على تدارك تأخر توصيل الطلبات من خلال أنظمة بلاغات مؤتمت مثل ما تملكه منصة (زد). وبالتالي فإنه على الدول مواكبة هذا التطور بإيجاد استراتيجية توسع في قطاع الشحن والنقل المؤهل تأهيلاً احترافياً يمتلك الامكانيات والقدرات للقيام بدوره على أكمل وجه لمواجهة متطلبات السوق الإلكتروني المتنامي.

النتائج:

الملاحظ على المتاجر الالكترونية، العشوائية في صياغة سياسة الشروط والاحكام والتي من أهمها بند التوصيل والشحن بسبب غياب القواعد القانونية التي تضبط وتحكم سياسة الشروط والاحكام وتنظم علاقة المتجر الالكتروني مع المستهلك الالكتروني والمتعهد بالشحن.

- استغلال وسائل التواصل الاجتماعي لنشر حق المستهلك الالكتروني في حالة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب او المنتج من خلال إطلاق الحملات والبرامج التوعوية لزيادة الوعي لدى المستهلك الإلكتروني.
- إدراج تلك المفاهيم الحقوقية لحماية المستهلك الالكتروني في النظام المدرسي والجامعي.
- على الجهة الحكومية المختصة بتطبيق نظام التجارة الالكترونية نشر دليل إرشادي مفصل ومعايير لا بد أن تنطبق على المتجر الالكتروني للوصول إلى نتيجة مرضية وأمنة للمستهلك الإلكتروني.
- نعتقد بأن كل ما سبق هي عوامل نجاح وضمان تحقيق عمل المتاجر الالكترونية للتعامل مع المستهلكين الالكترونيين على أكمل وجه من جهة توصيل الطلب بالوقت المحدد طالما التزم التاجر الالكتروني بالقواعد القانونية والدليل الارشادي وتحقيق الحملات الدعائية أهدافها. (السلامات)
- تتميز المملكة المتحدة بوجود ٤٠٠٠ شركة توصيل التي لديه القدرة على إيصال المنتج في اليوم نفسه، وفي المملكة العربية السعودية فإن قطاع الخدمات اللوجستية يواجه صعوبات وتحديات ومنها أسعار الخدمات مرتفع، تفاوت مستوى الجودة وصعوبة التوصيل لذا يمكن الاستفادة من تجربة المملكة المتحدة من خلال:
- إعادة النظر في تكلفة إصدار التراخيص للشركات الوطنية الناشئة في قطاع الخدمات اللوجستية.
- التشجيع على الاستثمار في قطاع الخدمات اللوجستية للتوصيل السريع خاصة في المناطق النائية من خلال شركات شحن محلية (مركز الدراسات والبحوث القانونية، ٢٠٢٤).
- العمل على ابتكار طريقة لتخفيض تكلفة التخزين لأثره الايجابي في توفر المنتج وتوصيله في الوقت المحدد. (عبدالسلام و حسن، ٢٠٢١)

بالرغم من وجود نظام للتجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية وادراج نصوص قانونية تنظم المتجر الالكتروني فما زال المتجر الالكتروني يواجه معوقات تستلزم إرساء نظام منفرد وواضح ينظم أحكامه وشروطه وفي نفس الوقت يشجع المستثمرين للمساهمة في هذا القطاع مما يوفر العوامل اللازمة لنجاح وتذليل العقبات التي قد تواجه المتجر الالكتروني في الشحن، ونرى بأن ذلك له تأثير على مدى التزام المتجر الالكتروني بتوصيل الطلب في الوقت المحدد.

من مميزات المتجر الالكتروني دعم الاقتصاد الوطني فمن الضرورة القصوى وصول المنتج الى المستهلك الإلكتروني في الوقت المحدد وهي الغاية او الخطوة الأخيرة المهمة.

ومن التدابير التي اتخذها النظام السعودي للفصل في المنازعات الناشئة عن التجارة الالكترونية هي تشكيل لجنة لاستقبال الدعاوى للفصل فيها لتحقيق السرعة بالفصل في مثل هذه المنازعات. (الشميلي، ٢٠٢٣)

- بلغ عدد المتسوقين ١٩.٣ مليون الا انه مازال السوق يواجه صعوبات وتحديات ومن ضمنها ما يهمني في هذا البحث:
- عدد المتسوقين لا يتناسب مع البنية التحتية لقطاع الشحن.
- الاستثمار غير الكافي في الخدمات اللوجستية وخدمات التوصيل.
- الأنظمة في المملكة العربية السعودية بحاجة لتعديلات تشريعية للحاق بتطور التجارة الالكترونية ومن ضمنها المتاجر الالكترونية ولا يمكن الوصول الى الهدف الذي وضعته المملكة العربية السعودية من خلال رؤية ٢٠٣٠ وهو أن تصل إيرادات التجارة الالكترونية الى (٥٠) مليار دولار امريكي من دون سن قوانين قادرة على احتواء المخاطر التي قد تطرأ على الشحن. (مركز الدراسات والبحوث القانونية، ٢٠٢٤)

التوصيات:

بدايةً في التجارة الإلكترونية يعتبر التوصيل في الوقت المحدد من أهم المراحل والهدف المرجو للرجعة بالشراء من المتجر الإلكتروني.

لذا يجب اعادة صياغة سياسة الشروط والاحكام بصيغة قانونية موحدة ومؤتمتة بدون تدخل بشري ومحوكمة من خلال وزارة التجارة وتسري على جميع المتاجر الإلكترونية بالإضافة الى ضرورة وجود سجل الكتروني في صفحة كل متجر الكتروني يتضمن مؤشر تاريخ عمليات الشراء وتاريخ التوصيل الفعلي ليتمكن المستهلك الإلكتروني من الاطلاع عليه قبل عملية الشراء حمايةً له ونوع من الاحترازاات.

بجانب مساهمة القطاع الخاص لإيجاد حلول متنوعة بشأن تجاوز المتجر الإلكتروني عن المدة المحددة لتسليم الطلب إذ لا يمكن تحقيق الهدف المرجو من القاعدة القانونية من دون الاهتمام بالجوانب الفنية والمادية وذلك وفق الخبرات والتجارب الآتية:

نستعرض أهم الحلول للمتاجر الإلكترونية التي تتجاوز المدة المحددة عن تسليم الطلب وغاية تأثيرها التي تواجه أصحاب المتاجر الإلكترونية وبعض العوامل التي يجب أخذها في عين الاعتبار:

كمية الطلب

على المتاجر الإلكترونية الصغيرة والحديثة أن تشحن كل فترة كميات قليلة من المنتجات وأن تدرك بأن سرعة توصيل المنتجات لن يكون بمستوى الشركات الكبيرة على سبيل المثال (أمازون) وأنه قد يضطر التاجر الإلكتروني الذهاب بنفسه الى مكتب البريد، وأن يضع في الاعتبار تسعيرة لتكلفة الشحن لتلافي الشحن المجاني الذي يؤدي الى التأخير في عملية الشحن.

وجهة الشحن

تعتبر المسافة بطبيعة الحال، أحد الاعتبارات الكبيرة في حلول الشحن للمتاجر الإلكترونية التي تؤثر على أسعار الشحن. كما تؤثر أيضًا على مدى سرعة وصول منتجك إلى عتبة بيت عميلك. في حين أن المتاجر الناشئة قد لا يكون أمامها خيار سوى قبول التكاليف، يمكن للمشاريع الصغيرة الأخرى الاستفادة من مراكز التنفيذ التي تقع في مواقع أكثر مركزية.

يجب الأخذ بالحسبان عامل المسافة المؤثر على تسعيرة الشحن وسرعة وصول المنتج للمستهلك الإلكتروني

لذا على المتاجر الإلكترونية الناشئة تحمل تكلفة للاستفادة من نقاط التوزيع والتخزين الموجودة في كل حي.

تتبع الشحنة

من الحلول التي قد تثير تساؤل المستهلك الإلكتروني عن مكان الشحنة هو اختيار المتجر الإلكتروني شركة نقل توفر خدمة تتبع الشحنة عبر الانترنت تشمل التحديث المستمر من خلال رابط او رسالة نصية أو بريد الكتروني ليتمكن المستهلك الإلكتروني من الاطلاع على المراحل التي تمر بها الشحنة التي ينتظر وصولها خاصة في الحالات التي يطول فيها وقت التسليم. (سلة، ٢٠٢٤)

وعلى سبيل المثال لا الحصر توفر منصة (زد) خدمة (نظام الإبلاغ المؤتمت) للحالات التي قد تواجه شركات الشحن في عملية تسليم واستلام الشحنة في الوقت المحدد ومهمته إتاحة البلاغ الفوري عن أي تأخير ليسهل على شركات الشحن متابعة العمليات والتعامل مع طارئ على وجه السرعة والدقة. (منصة زد، ٢٠٢٤)

تشتمل العوامل الرئيسية لهيئة التجارة الإلكترونية شروط التأصيل الآتية:

أولاً: الخدمات اللوجستية

ثانياً: النظام واللائحة التنفيذية

ثالثاً: الاجادة الرقمية وريادة الاعمال (عبدالسلام و حسن، ٢٠٢١)

أنتجت التكنولوجيا الحديثة في مجال تقنية المعلومات خدمة جديدة تبلورت في التجارة الالكترونية، وهو ما يجسده التسارع الشائع، فقد لوحظ إقبال كبير على استخدام التجارة الالكترونية، مع التطور الحاصل على الشبكة العنكبوتية واستعمالها بالعمليات التجارية.

ويسرت التجارة الالكترونية للكيانات التجارية البلوغ إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين بسلاسة وخلال مدة أقصر في البيع والشراء. (غرفة الرياض-مرصد قطاع دعم الأعمال، ٢٠٢١)

وخلال جائحة كورونا (كوفيد ١٩) لوحظ نماء وانتعاش التجارة الالكترونية بسبب انعدام التواصل بين الافراد بنسبة ٦٥٪ من المستهلكين في العالم في عام ٢٠٢١م (حسب مؤشر التجارة الالكترونية الصادر عن الاونكتاد، ولوحظ في المملكة العربية السعودية ازدهارا عدد المتسوقين بنسبة ٧٧٪ من سكانها (المصدر تقرير التجارة الالكترونية غرفة جدة ٢٠٢٠م).

ومن المعوقات التي تواجه قطاع التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية والحلول المقترحة:

أولاً: الصعوبات جاءت في عملية الشحن والتسليم في الوقت المحدد بنسبة ٨٤.٧ % وهي نسبة عالية جدا وتعتبر معوقات في قطاع التجارة الالكترونية.

ومن الحلول:

أولاً: تحسين قطاع الخدمات اللوجستية.

ثانياً: تنوع مستوى الخدمة المقدمة من شركات الشحن

ثالثاً: تطوير خدمة العملاء بجودة أعلى ومراقبة التفاعل مع العملاء.

رابعاً: نشر الوعي بين المستهلكين الالكترونيين باللجوء إلى منصة (معروف) التابعة لوزارة التجارة قبل عملية الشراء من خلال المتجر الالكتروني.

خامساً: ابتكار مؤشر يوضح المتاجر الالكترونية الملتزمة في عملية الشحن والتوصيل في الوقت المحدد (جميع

الافراد يطلع عليه). (غرفة الرياض-مرصد قطاع دعم الأعمال، ٢٠٢١)

لذا يجب إعداد نظام خاص وموحد للمتاجر الالكترونية على شكل قوانين مستقلة ومرنة وقابلة للتحديث لأي طارئ يطرأ على التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. والتي بدورها ستعيد صياغة البنود الخاصة بالشروط والاحكام لمنح الصلاحيات ومنع التجاوزات وفرض الحدود والعقوبات والجزاءات وستهضم وتعالج مشكلة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب باعتبار أن غياب النظام بشأن توصيل الطلب ومشكلة تأخر وصوله مؤثر تأثيرا مباشرا وجوهريا على جودة الخدمة المقدمة من المتاجر الالكترونية.

وأخيرا لتقديم حل مؤقت لمشكلة التجاوز عن المدة المحددة لتسليم الطلب، فإنه على المتاجر الإلكترونية الناشئة التعامل مع أحد المنصات التي تدير المتاجر الالكترونية والمعتمدة في المملكة العربية السعودية والتي توفر خدمات ومن ضمنها حلول للشحن وتشتمل الآتي:

- التعاقد مع شركات شحن تتميز بتقديم جودة عالية في عمليات الشحن.
- إنشاء نظام إبلاغ فوري لتدارك وتلافي التأخير في تسليم الطبع.

قائمة المراجع:

إبراهيم أحمد الطيب مصطفى الشمبلي. (فبراير، ٢٠٢٣). المتجر الإلكتروني ومقتضيات حماية المستهلك في النظام السعودي. مجلة قضاء / مجلة علمية محكمة.

غرفة الرياض-مرصد قطاع دعم الأعمال. (أغسطس، ٢٠٢١). التجارة الإلكترونية في السعودية مؤشرات وأرقام. غرفة الرياض.

محمد عساف محمد السلامة. (بلا تاريخ). الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية. (المجلة القانونية) مجلة متخصصة في الدراسات والبحوث القانونية.

محمود عبدالسلام، و جمال قاسم حسن. (٢٠٢١). التجارة الإلكترونية. -صندوق النقد العربي.

مركز الدراسات والبحوث القانونية. (٢٠٢٤). الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في سياق رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتطورات العالمية. مركز الدراسات والبحوث القانونية.

مريم محمدي. (٢٠٢١). تحديات التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك.

منصة زد. (٢٠٢٤). https://help.zid.sa/delayed_shipments.

منصة سلة. (٢٠٢٤).

[https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

[A9-](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

[A9-](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

[D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

[D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

[.D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B](https://salla.com/blog/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B5%D9%8A%D9%84/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B)

وزارة التجارة والاستثمار. (٢٠١٩). نظام التجارة الإلكترونية.

وزارة التجارة. (٢٠٢٣). الدليل الإرشادي للمتاجر الإلكترونية وفقا لنظام التجارة الإلكترونية ولائحته التنفيذية. وزارة التجارة.

يحيى إبراهيم دهشان. (يوليو، ٢٠٢٤). الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني. مجلة روح القوانين.