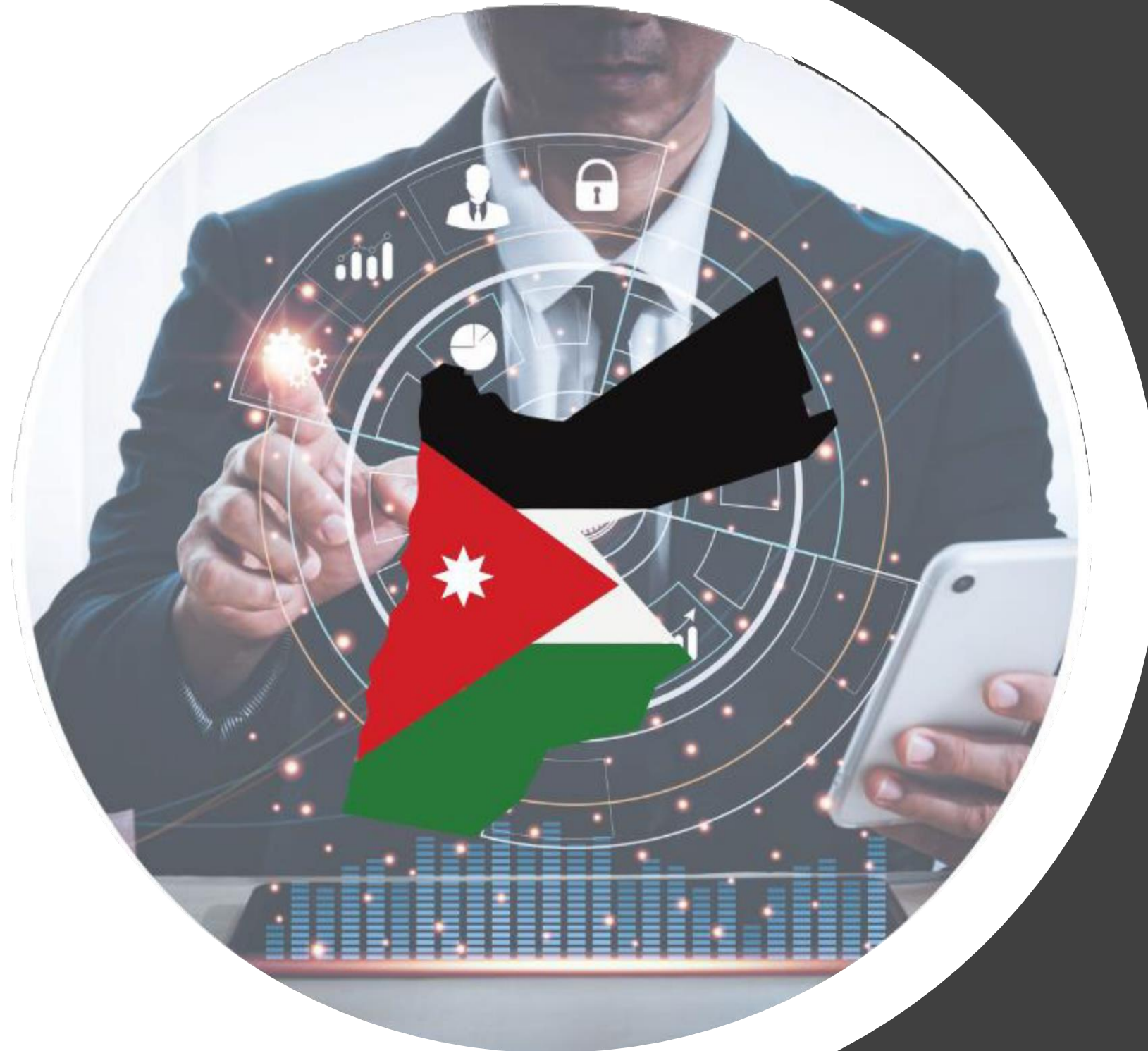


حماية المستهلك والشركات الصغيرة
والمتوسطة في
العصر الرقمي

تقرير بيان حقائق نيسان 2023



اعتماد التجارة الإلكترونية: العوائق والحلول

شكوك تحول دون اعتماد التجارة الإلكترونية

الحل: قوانين وأنظمة حماية المستهلك

معايير عالمية

حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية: توصيات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2016، حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، توصية منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الأونكتاد، 2015، مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

قوانين إقليمية

اتفاقية الآسيان بشأن التجارة الإلكترونية
اللائحة العامة لحماية البيانات في الاتحاد الأوروبي

المصدر: رابطة أمم جنوب شرق آسيا، 2019، اتفاقية رابطة أمم جنوب شرق آسيا بشأن التجارة الإلكترونية المفوضية الأوروبية، 2016، اللائحة العامة لحماية البيانات، ما هو القانون العام لحماية البيانات (GDPR)

قوانين محلية

قانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا لعام 2018

القانون الأردني رقم (7) لسنة 2017 في شأن قانون حماية المستهلك

المصدر: معلومات كاليفورنيا التشريعي

المنظمة العالمية للملكية الفكرية، القانون الأردني رقم 7 لسنة 2017



هل يمكنني الوثوق بالبائع؟



هل وصف المنتج دقيق؟



هل ستكون بياناتي الشخصية آمنة؟



كيف يتم تنظيم التجارة الإلكترونية؟



ما هي الإجراءات المتبعة في حالات النزاع؟

كيف يمكن للتجارة الإلكترونية تسريع نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة؟

لماذا تعتبر حماية المستهلك مهمة للشركات الصغيرة والمتوسطة؟

ثقة المستهلك

تعد ثقة المستهلك أمراً ضرورياً للشركات الصغيرة والمتوسطة، التي قد لا يكون لها علامة تجارية أو سمعة راسخة. بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة، يرتبط بناء ثقة المستهلك ارتباطاً مباشراً بالالتزام بقواعد حماية المستهلك.

أمان المستهلك

تنطوي مشتريات المستهلك/مشتريات التجارة الإلكترونية على عنصر المخاطرة. تقديم ضمانات بأن الشركة تلتزم بجميع قوانين حماية المستهلك سيزيد من ثقة المستهلكين

السمعة التجارية

تتميز قوانين حماية المستهلك بالمتطلبات المتعلقة بمعايير ما قبل الشراء والشراء وما بعد الشراء. يجب على الشركات الصغيرة والمتوسطة الالتزام بجميع جوانب قوانين حماية المستهلك.

النمو الدولي

يمكن أن تنطوي المبيعات العالمية على مخاطر أعلى بسبب اختلاف اللغات والعملات ومتطلبات الشحن ومعايير/لوائح المستهلك الإقليمية أو العالمية.

أسباب اعتماد التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة؟

فرص السوق المحلية

تربط التقنيات الجديدة المستهلكين بالبائعين المقيمين في بلدان/مناطق أخرى.

فرص التصدير

تمنح التجارة الإلكترونية الشركات الصغيرة والمتوسطة قدرة غير مسبقة على زيادة قدرتها التنافسية ومشاركتها في الأسواق الإقليمية والعالمية.

تحسين الكفاءة

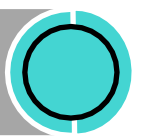
تعمل الأدوات الرقمية على زيادة الإنتاجية وتحرير الموارد من خلال أتمتة مهام معينة.

زيادة المرونة

التجارة الإلكترونية والتقنيات الرقمية تحمي من عدم اليقين التجاري لأسباب خارجية مختلفة، مثل الصراعات الإقليمية وكوفيد-19.

فتح أسواق جديدة أكثر تنافسية

نتيح التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة المزيد من الفرص للتنافس مع الشركات الكبرى.



1 قبل الشراء



احتمالية التعرض للتضليل من خلال التسويق الخادع وعدم تناسق المعلومات.



2

أثناء عملية الشراء



احتمالية فقدان البيانات الشخصية وانتهاك البيانات.

3

ما بعد الشراء



احتمالية ظهور مشاكل متعلقة بالضمانات وتسوية النزاعات.

المشاكل المحتملة

1. ممارسات السوق غير العادلة والمخادعة: قد تحتوي الإعلانات على بيانات كاذبة.
2. البريد الإلكتروني التجاري غير المرغوب فيه (البريد العشوائي): يمكن أن ينشر فيروسات في الكمبيوتر.
3. آراء المستهلك: يجب أن تكون الآراء عبر الإنترنت غير مزيفة.
4. عدم تماثل المعلومات ووضوحها: وصف المنتج غير دقيق.
5. العروض المخصصة والخاصة: يجب أن يتم إبلاغ المستهلكين بأن بياناتهم تُستخدم في إنشاء ملفات التعريف

أفضل الممارسات



- يجب على البائعين إثبات جميع القرارات طالما تم الحفاظ عليها، ولفترة زمنية معقولة.
- يجب أن يكون المستهلكين قادرين على اختيار ما إذا كانوا يرغبون في تلقي رسائل غير مرغوب فيها، سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو أي وسيلة إلكترونية أخرى.
- يجب أن يكون لدى المستهلكين القدرة على نشر تعليقات سلبية.
- يجب أن يكون الكشف عن المعلومات عبر الإنترنت واضحًا ودقيقًا وسهل الوصول إليه.
- يجب على البائعين التأكد من وجود أساس قانوني لتنفيذ التوصيف و/أو اتخاذ القرار الآلي وتوثيق هذه السياسة بوضوح.

المشاكل المحتملة

الطلب:

عملية الدفع عبر الإنترنت ليست واضحة عند تقديم الطلب.

شروط الدفع:

لم يتم ذكرها بوضوح ويمكن أن تكون مضللة، مما يتسبب في نزاعات ما بعد الشراء أو فقدان البيانات.

التوصيل واللوجستيات:

لا يتم تسليم المنتج وفقا للشروط المعلن عنها.

حقوق الإلغاء:

يحق للمستهلك إلغاء الطلب خلال فترة محددة.

الأمان عند الدفع:

يتم فقدان أو سرقة أو إساءة استخدام المعلومات المالية المقدمة أثناء إجراء معاملة عبر الإنترنت.

الخصوصية وحماية البيانات:

تم مشاركة بيانات المستهلكين أو بيعها أو إساءة استخدامها.

أفضل الممارسات



لا ينبغي للشركات معالجة أي معاملة ما لم يقدم المستهلك موافقة صريحة ومستنيرة عليها.

يجب على الشركات أن تزود المستهلكين ببيان واضح وكامل عن الشروط والأحكام ذات الصلة بالمعاملة. وينبغي للحكومات أن تتجنب أي قانون لا يخدم أنظمة الدفع الفردية.

يجب على الحكومات التأكد من أن تنظيم الاتصالات/وسائل الإعلام وتشجع على توفير خدمات منخفضة التكلفة.

يجب أن يكون لدى المستهلكين خيار الانسحاب من أي عملية مؤكدة وذلك ضمن شروط مناسبة.

يجب على البائعين تزويد المستهلكين بخيارات دفع سهلة الاستخدام وتنفيذ الإجراءات الأمنية، بما في ذلك إمكانية الوصول غير المصرح به أو استخدام البيانات الشخصية والاحتيال وسرقة الهوية.

يجب ألا تشارك الشركات في ممارسات خادعة تتعلق بجمع واستخدام البيانات الشخصية للمستهلكين.

المشاكل المحتملة

الكفالة:

عدم نشر المعلومات أو عدم دقتها.

سلامة المنتج:

معلومات السلامة وتحذيرات السلامة ليست منشورة أو شاملة

تسوية النزاعات:

عملية صعبة تستغرق وقتاً طويلاً.

التنفيذ والعقوبات:

لم يتم تنفيذها أو لم يتم تنظيمها.



أفضل الممارسات



يجب أن تكون شروط الكفالة مماثلة لتلك الخاصة بالسلع والخدمات التي تم شراؤها مادياً.

لا ينبغي للشركات أن تقدم أو تعلن أو تسوق سلعة أو خدمات تشكل خطراً على صحة المستهلكين أو سلامتهم.

يجب على الشركات تطوير الإجراءات التي تمكن المستهلكين من حل شكاواهم مباشرة .

ويجب أن تتمتع سلطات حماية المستهلك بالقدرة على تسهيل سبل التعويض للمستهلكين، بما في ذلك التعويض النقدي.

المصدر:

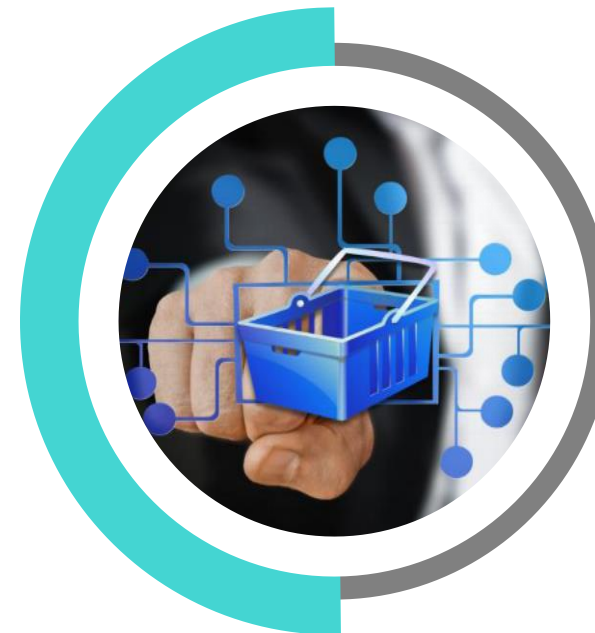
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2016، حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، توصية منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

أهم 5 معايير تستخدم في اختيار موقع التجارة الإلكترونية المراد استخدامه

1. معلومات حول جودة المنتج
2. موقع موثوق
3. وضوح الموقع
4. حماية البيانات الشخصية
5. القدرة على الاتصال بالبائع ومعالجة المرتجعات

- الشباب البارعون في التكنولوجيا
- قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والابتكار المتطورة
- بيئة عمل ناضجة
- الشركات الرقمية والشركات الناشئة، مؤسسات التمويل، الحاضنات.

المصدر: الأونكتاد، 2022، الأردن: تقييم جاهزية التجارة الإلكترونية



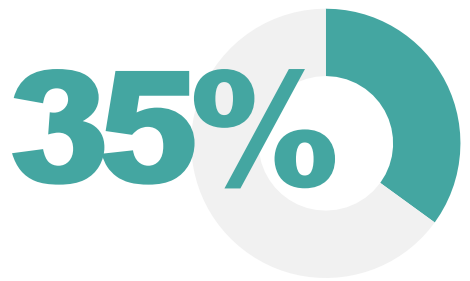
القضايا الأكثر شيوعاً المتعلقة بحلول الدفع: (المشاركين الأردنيين)



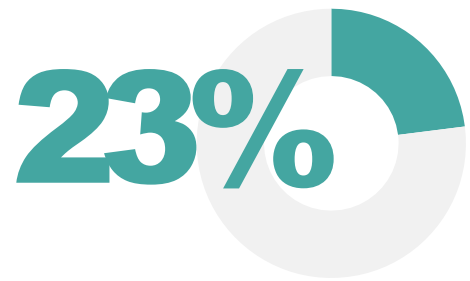
اللوائح التي تحمي المستهلكين عبر الإنترنت



زيادة الحماية السيبرانية وخدمات التصديق واستخدام التوقعات الإلكترونية



التوعية بالممارسات الجيدة الدولية في مجال المدفوعات الإلكترونية والمنتقلة



المبادرات التعليمية المتعلقة بالأمن وبناء الثقة، على سبيل المثال، لوضعي السياسات والمصارف والتجار والمستهلكين

حصلت الأردن على المرتبة 76 من أصل 152 عالمياً في مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين لعام 2022 "الاستعداد المتوسط" ليحتل المرتبة العاشرة بين اقتصادات منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

المصدر:
الأونكتاد، 2022، الأردن: تقييم جاهزية التجارة الإلكترونية



قام ثلث المستهلكين الأردنيين بالتسوق عبر الإنترنت بشكل متكرر خلال جائحة كورونا- 19

المصدر:
Statista، الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وباكستان - التوقعات - تكرار التسوق عبر الإنترنت حسب الدولة



استخدم واحد من كل عشرة مستهلكين أردنيين الإنترنت لشراء وبيع السلع والخدمات في عام 2021

المصدر:
المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، 2021، مسح اعتماد الاتصالات وتقنية المعلومات

أفضل ممارسات التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة



الاتصال بالإنترنت

يمكن أن يضيف التواجد عبر الإنترنت المصدقية إلى الأعمال التجارية ويساهم في بناء الثقة مع المستهلك.

تطوير المهارات الرقمية

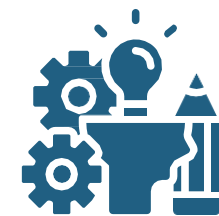
تتطلب مواقع الويب وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي مهارات رقمية لبناء ومراقبة وصيانة المواقع، وغالبًا ما تظهر ميزات جديدة.

الالتزام بمبادئ حماية المستهلك

ويتعين على المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم اتباع القوانين المحلية المتعلقة بحماية المستهلك وتنفيذ أفضل الممارسات الدولية.

احترام الخصوصية

تتحمل الشركات مسؤولية حماية البيانات الشخصية والمالية التي تم جمعها كجزء من صفقة التجارة الإلكترونية.



التطورات المستقبلية

تعمل مديرية التجارة على إعداد مشروع نظام للتجارة الإلكترونية بالشراكة مع الجهات المعنية.

تعمل الحكومة الأردنية على تنفيذ عدد من مبادرات التوعية لتحسين الثقة بالنظام.

وينبغي إعادة النظر في التعريفات الجمركية والرسوم حيث كان آخر تحديث فبراير 2021.

لا توجد بوابة للتسجيل في التجارة الإلكترونية.

تحديد التشريعات الجديدة التي سيتم تنفيذها من قبل حماية المستهلك

المديريات:

التجارة الإلكترونية

حل نزاعات المستهلك

الدعاية المضللة

سلامة المنتجات الاستهلاكية



Kingdom of the Netherlands

