



الدليل التوجيهي لأنشطة التوصيل والخدمات عبر المنصات والتطبيقات الرقمية

الإصدار 1 | أبريل 2026



المحتوى

4

مقدمة

5

أولاً: حرية التسعير في المنصات والتطبيقات الرقمية

- فيما يخص عدم تقييد حرية المزودين (منافذ البيع مثل المطاعم وغيرها...) في التسعير
- سياسات الإلغاء والاسترداد
- الإعلانات المدفوعة
- معايير الظهور والخوارزميات
- إدارة الطلبات غير المستلمة (في حال الدفع نقداً)

8

ثانياً: تنظيم سياسة العروض الترويجية والتخفيضات

- تطبيق العروض والتخفيضات طبقاً لمبادئ حماية المنافسة والمستهلك

10

ثالثاً: التزامات المزودين

- الالتزام بالأسعار المعلنة
- الإفصاح عن مدة التحضير والزمن المتوقع للتوصيل
- سلامة الأغذية والمنتجات وجودة الخدمة
- دم فرض رسوم إضافية خارج المنصة (الرسوم الخفية أو غير المعلنة)
- الالتزام بسياسات الإلغاء
- المسؤولية في التوصيف والإعلانات
- إلزام شركات التوصيل بالتسجيل والربط الإلكتروني لأسعار خدمة التوصيل لدى الوزارة

رابعاً: التزامات المندوب أو مزود خدمة التوصيل

- الالتزام بالمواعيد ودقة التسليم
- سلامة الطلب أثناء النقل
- الالتزام بالاحترافية وحسن السلوك
- عدم فرض أي رسوم إضافية على المستهلك
- الالتزام باستخدام الوسائل المعتمدة للتوصيل

خامساً: آليات الرقابة والتنفيذ والعقوبات

مقدمة

يشكل قطاع التوصيل في قطر أحد أبرز القطاعات الحديثة والمتنامية التي ترتبط مباشرة بالحياة اليومية للمستهلكين، حيث أصبحت المنصة الرقمية أو التطبيق الرقمي الوسيط الأساسي للبيع والإعلان بين المزودين من جهة والمستهلكين من جهة أخرى، ومع هذا النمو المتسارع، ولاستدامة تحقيق النمو الاقتصادي بهذا القطاع، فقد تم وضع هذا الدليل، بهدف توضيح الالتزامات والحقوق والضوابط ذات العلاقة بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية وحماية المستهلك، ولتهيئة بيئة تجارية تشجع على الاستثمار، وتطور قطاع خدمات التوصيل، وتدعم استدامة الشركات الصغيرة والمتوسطة بما يسمح لها بالاستمرار والنمو، وتعزيز الثقة في التجارة الرقمية من خلال ترسيخ التطبيق الصحيح لأحكام التشريعات ذات الصلة، ولتوفير إطار واضح يحدّد التزامات المنصات والتطبيقات الرقمية، وبالنتيجة تعزز قطاع الاقتصاد الرقمي

أولاً:

حرية التسعير في المنصات
والتطبيقات الرقمية

أولاً: حرية التسعير في المنصات والتطبيقات الرقمية

1. فيما يخص عدم تقييد حرية المزودين (منافذ البيع مثل المطاعم وغيرها...) في التسعير:

- ♦ يجوز للمزودين القيام بوضع قائمة أسعار خاصة بذات منفذ البيع ومختلفة عن قائمة الأسعار الأخرى الخاصة بشركة التوصيل «المنصة الرقمية».
- ♦ يجوز لشركات التوصيل، تحديد سعر خدمة توصيل المنتجات للمستهلك، على أن يكون التحديد بشكل عادل ويحافظ على المصلحة العامة للمستهلك.
- ♦ يحظر على المنصة فرض أي سعر على المزود، أو إلزامه بتخفيضات، أو عروض، أو تعديل أسعار المنتجات دون الرجوع إلى وزارة التجارة والصناعة وأخذ موافقة صريحة ومسبقة، ويظل تحديد الأسعار حقاً حصرياً للمزود.
- ♦ يشترط أن تكون جميع الرسوم والعمولات والاقطاعات معلنة بوضوح في جميع العقود التي تتعامل بها مع المزودين وأي تعديل يستوجب موافقة مكتوبة من المزود.
- ♦ يحظر على أي منصة فرض أي خصومات أو شروط مالية أو هوامش خفية، غير منصوص عليها أو غير معلنة في العقد بوضوح.
- ♦ يحظر استغلال حاجة المزود للوصول إلى المنصة والتطبيق، لفرض شروط تعسفية أو تهديده بقطع الخدمة.
- ♦ يحق للمزود تحديد أسعاره بحرية في قنوات البيع المباشر وعلى المنصات والتطبيقات الرقمية، وبالتالي يجب ألا تشترط المنصات والتطبيقات الرقمية في عقودها مع المزودين أن يكون سعر المنتج على المنصة أو التطبيق مساوياً لسعره داخل محال المزود أو أي قناة أخرى للمزود، إذ أن ذلك يقيد حرية التسعير، ويمنع المزودين من تقديم عروض مستقلة خارج المنصة أو التطبيق.

2. سياسات الإلغاء والاسترداد:

- ♦ يتم التعامل مع حالات الإلغاء والاسترداد وفقاً لمبدأ المسؤولية القائمة على الخطأ، حيث يتحمل الطرف المخطئ تكاليف الإلغاء ومسؤولية الاسترداد.
- ♦ تحرص المنصات والتطبيقات الرقمية، على العمل بسياسة الإلغاء التالية:
 - ♦ إذا ألغي الطلب قبل بدء التجهيز: لا يتحمل المستهلك أي تكلفة.
 - ♦ إذا ألغي الطلب بعد بدء التجهيز: يتحمل المستهلك الكلفة الفعلية فقط، دون رسوم إضافية

3. الإعلانات المدفوعة:

- ♦ تلتزم المنصات والتطبيقات الرقمية بالإفصاح بوضوح إذا كان ترتيب ظهور مزود (مطعم

أو متجر على سبيل المثال) سببه إعلان مدفوع، وذلك حتى لا يتم تشويه المنافسة بين المزودين ولا يختلط الأمر على المستهلك بين الترتيب الطبيعي والإعلانات.

4. معايير الظهور والخوارزميات:

- ♦ تلتزم المنصات والتطبيقات الرقمية بالإفصاح للمزودين والمستهلكين عن الفئات العامة للمعايير التي تستند إليها خوارزمياتها في ترتيب ظهور المزودين، بما في ذلك على سبيل المثال: (المسافة الجغرافية من المستهلك، تقييمات ومراجعات العملاء، التاريخية، الوقت المقدر للتوصيل، الإعلانات المدفوعة، دقة وموثوقية تنفيذ الطلبات، التوفر والقدرة الاستيعابية)، ويحظر تقليص نطاق العرض الجغرافي بشكل تعسفي لضمان المنافسة العادلة وعدم التمييز ضد مشروعات المزودين الصغيرة أو المحلية.
- ♦ تلتزم المنصات والتطبيقات الرقمية بالإفصاح للمزودين بالعقود المبرمة معهم، بأن تفصح بكل وضوح وشفافية وتذكر كتابة وأن تحدد بطريقة واضحة بيانات ومميزات وأسعار وخصائص ومعايير ظهور المطاعم عند الدخول للصفحة الإلكترونية للمنصات والتطبيقات الرقمية.

5. إدارة الطلبات غير المستلمة (في حال الدفع نقداً): يوصى بالتالي:

- ♦ اعتماد نظام تأكيد مسبق للطلبات النقدية مقرون بأية لتحديد المسؤول عن عدم استلام الطلب.
- ♦ في حال لم يستلم المستهلك الطلب بسبب خطأ المزود (أصناف مفقودة، طلب خاطئ، ...)، يتحمل المزود التكلفة.
- ♦ تتحمل المنصة التكلفة في حالة عدم استلام الطلب بسبب يعود إليها أو إلى مندوب التوصيل (التأخير المفرد في التوصيل، تضرر الطلب اثناء النقل، ...).
- ♦ تأكيد مسبق للطلبات النقدية: قبل أن يبدأ المزود في تجهيز أي طلب نقدي، ترسل المنصة أو التطبيق إلى المستهلك رسالة تأكيد تلقائية (عبر التطبيق، أو رسالة نصية) تحتوي على تفاصيل الطلب والسعر الكامل وتبنيه واضح بأن الإلغاء بعد التجهيز سيترتب عليه غرامة رمزية، أو حرمان مؤقت من خدمة الدفع النقدي.
- ♦ المسؤولية المشتركة بين المنصة أو التطبيق، والمزود: في حال تأكيد المستهلك للطلب ثم عدم استلامه بعد تجهيز المنتج، يتم تقاسم الخسارة بين المنصة أو التطبيق، والمزود وفق نسب محددة مسبقاً في العقد (مثلاً 50% لكل طرف). أما المنصة، فتحتفظ بحقها في تقييد حساب المستهلك الذي يكرر إلغاء طلباته.
- ♦ إدراج بند في العقود المبرمة بين المنصات أو التطبيقات، والمزودين لتنظيم حالات الطلبات النقدية الملغاة.

ثانياً:

تنظيم سياسة العروض الترويجية
والتخفيضات

ثانياً: تنظيم سياسة العروض الترويجية والتخفيضات

تطبيق العروض والتخفيضات طبقاً لمبادئ حماية المنافسة والمستهلك:

- ♦ يلتزم المزودون والمنصات والتطبيقات الرقمية وجميع مزوّدي خدمات التوصيل بأن تكون التخفيضات على الأسعار والعروض الترويجية وبرامج الخصم والسحب على الهدايا والجوائز المقدّمة للمستهلكين، مرخصة من وزارة التجارة والصناعة، وصحيحة وحقيقية وغير مضللة وفق الإجراءات والضوابط المنظمة لها.
- ♦ يجب إظهار الأسعار قبل وبعد التخفيض بشفافية كاملة، وتقديم الكميات المعلن عنها فعلاً، والامتناع عن الإعلان الوهمي أو رفع الأسعار قبل التخفيض، أو إخفاء شروط العرض أو تغيير نسب الخصم دون موافقة مسبقة.
- ♦ يجب أن تراعي العروض والتخفيضات حقوق المستهلك وأحكام المنافسة العادلة، وألا تُستعمل كوسيلة لإقصاء المنافسين أو تقديم صورة غير واقعية عن الأسعار، أو فرض عروض على المزودين دون موافقتهم (ما لم يتم الاتفاق على غير ذلك)، أو إدراج سلع غير مطابقة أو غير متوافرة فعلياً.
- ♦ يجب أن يستند أي عرض ترويجي إلى معلومات صحيحة وواضحة، وأن يكون السعر المعلن هو السعر النهائي دون رسوم إضافية غير مبررة، وأن تُنفذ العروض في حدود الشروط المرخص بها وضمن المدة المحددة، وأن تكون قابلة للاستمرار اقتصادياً ولا يقصد بها تحقيق إغراق مؤقت أو تأثير اقتراسي على المنافسين، مع الالتزام بإزالة الإعلانات فور انتهاء الترخيص، وتوفير المستندات المطلوبة للجهات المختصة عند طلبها.

ثالثاً:

التزامات المزودين

ثالثاً: التزامات المزودين

1. الالتزام بالأسعار المعلنة:

يلتزم المزود ببيع المنتجات بالأسعار التي يعرضها على المنصة أو التطبيق، دون زيادة غير مبررة عند الدفع أو عند الاستلام. وأي فرق في السعر بين ما يظهر على التطبيق وما يطلبه المزود عند التسليم يعتبر مخالفة لمبدأ الشفافية.

2. الإفصاح عن مدة التحضير والزمن المتوقع للتوصيل:

يلتزم المزود (والمنصات أو التطبيقات) بالإفصاح الواضح للمستهلك قبل إتمام الطلب عن مدة تحضير المنتج والوقت المتوقع لتوصيله، ويُعتبر هذا البيان من المعلومات الجوهرية التي تؤثر في قرار المستهلك بالشراء.

3. سلامة الأغذية والمنتجات وجودة الخدمة:

يلتزم المزود بتقديم السلعة (الوجبة على سبيل المثال) أو المنتج بطريقة مطابقة للوصف، وأمنة صحياً، ومغلفة بطريقة تمنع التلف أو التلوث أثناء التوصيل.

4. عدم فرض رسوم إضافية خارج المنصة (الرسوم الخفية أو غير المعلنة):

يحظر على المزودين أن يطلبوا من المستهلك دفع رسوم إضافية تكون غير مذكورة في المنصة أو التطبيق (مثل رسوم تعبئة، أو أي زيادة في الأسعار عند التسليم).

5. الالتزام بسياسات الإلغاء:

يلتزم المزودون باحترام سياسات الإلغاء التي تحددها المنصات أو التطبيقات الرقمية التي يتم التعامل معها، وذلك بما يضمن توازن الحقوق:

- ♦ إذا ألغي الطلب قبل البدء في التجهيز لا يحق للمزود المطالبة بأي تعويض.
- ♦ إذا ألغي الطلب بعد البدء في التجهيز يحق للمزود تحصيل التكلفة الفعلية فقط.

6. المسؤولية في التوصيف والإعلانات:

يلتزم المزود بوصف المنتجات بدقة (المكونات، الوزن، السعرات، المحتويات الخاصة مثل «خالٍ من الغلوتين»)، وأي إعلان كاذب يعتبر تضليلاً.

7. إلزام شركات التوصيل بالتسجيل والربط الإلكتروني لأسعار خدمة التوصيل

لدى الوزارة:

إلزام شركات التوصيل والمنصات والتطبيقات الرقمية والمطاعم، بالتسجيل والربط الإلكتروني لأسعار بيع السلع والخدمات لدى الوزارة، وتوفير البيانات المتعلقة به والتي تحددها الإدارة المختصة، وبالإبلاغ عن أي تغيير يطرأ على تلك البيانات، وتفصيل مكونات الباقات، ومنع فرض خدمات أو تكاليف غير معلنة، دون التدخل في تحديد الأسعار أو فرض سقف سعري.

رابعاً:

التزامات المندوب أو مزود خدمة
التوصيل

رابعاً: التزامات المندوب أو مزود خدمة التوصيل

- 1. الالتزام بالمواعيد ودقة التسليم:**

يلتزم المندوب بتسليم الطلب في الوقت المحدد الذي يظهر في المنصة أو التطبيق، مع إخطار المستهلك والمنصة أو التطبيق في حال حدوث أي تأخير خارج عن إرادته (مثل الازدحام المروري أو حدوث أي عطل في وسيلة التوصيل).
- 2. سلامة الطلب أثناء النقل:**

يكون المندوب مسؤولاً عن المحافظة على سلامة الطلب أثناء النقل، بحيث يصل الطلب كما كان عند تسلمه من المزود، ومن دون أي تلف أو اختلاط أو تعرض للتلوث.
- 3. الالتزام بالاحترافية وحسن السلوك:**

يلتزم المندوب بالتصرف باحترام واحترافية في تعامله مع المستهلكين، والامتناع عن أي سلوك مسيء لفظياً أو جسدياً.
- 4. عدم فرض أي رسوم إضافية على المستهلك:**

يحظر على المندوب طلب أي مبالغ إضافية خارج ما هو ظاهر في المنصة أو التطبيق (مثل رسوم توصيل إضافية، أو إكراميات إجبارية)..
- 5. الالتزام باستخدام الوسائل المعتمدة للتوصيل:**

يلتزم المندوب باستخدام وسائل التوصيل والمعدات المعتمدة (مثل حقيبة مخصصة لحفظ الطعام بدرجة حرارة مناسبة)، بما يضمن جودة الخدمة

خامساً:

آليات الرقابة والتنفيذ والعقوبات

خامساً: آليات الرقابة والتنفيذ والعقوبات

تتولى وزارة التجارة والصناعة/ إدارات قطاع شؤون المستهلك مسؤولية تنظيم بيئة السوق وضمان عدالة المنافسة من خلال إجراء رقابة مسبقة ولاحقة على آليات سير السوق والممارسات الشائعة والتدخل لردع المخالفين عند الاقتضاء، والقيام بالدور الرقابي لإثبات وضبط المخالفات المتعلقة بقطاع أنشطة التوصيل والخدمات عبر المنصات والتطبيقات الرقمية، وفقاً لأحكام القوانين التي تطبقها إدارات القطاع

وزارة التجارة والصناعة
Ministry of Commerce and Industry
دولة قطر • State of Qatar



الدليل التوجيهي لأنشطة التوصيل والخدمات عبر المنصات والتطبيقات الرقمية



www.moci.gov.qa