

حماية المستهلك من الغش التجاري

بحث ماجستير في تخصص القانون الرقمي

إعداد الطالبة: سحر فهد محمد العميريني

• مقدمة البحث:

مما لا شك فيه أن العالم في وقتنا الحالي يشهد تطورات مذهلة في وسائل الإنتاج وطبيعة المنتجات وكذا أنماط الاستهلاك ونظم التسويق والعرض، وهو ناتج عن ازدحام الأسواق وتنوع السلع والخدمات بسبب الإنتاج الضخم، كما أدى انفتاح الأسواق التجارية إلى ازدياد الطلب على هذه المنتجات مما ازداد معه بالضرورة الأقبال الكبير على الاستهلاك بواسطة فئة المستهلكين التي يختلف طلباتها من مستهلك لأخر كل حسب رغباته^١

كما أدى ذلك إلى زيادة في فرص المخاطر التي تصيب المستهلكين خاصة بعد تطور أساليب الإعلان عن هذه المنتجات والتي تكاد تنسي المستهلك كافة المشاكل والصعوبات التي يمكن أن يتعرض لها.

ونتيجة لتلك التطورات الهائلة التي يشهدها عالمنا، يزداد أخطار الغش في السلع حيث أنه ومنذ القدم يتعرض المستهلك لأخطار الغش في السلع لاسيما عند الاعتراف بحرية التجارة وازدياد المنافسة التجارية والذي يقود إلى تحسين نوعية السلع والخدمات وخفض أسعارها بحيث تكون دون جدوى. وبناء على هذا الأمر يتوهم البعض أنه لا حاجة للبحث في توفير الحماية للمستهلك إلا في حالات الغش المتعمد والتحايل غير المشروع حيث أن نمط التطور الصناعي فرض على المستهلك أوضاع أكثر تغيراً أنماط الاستهلاك^٢.

ونتيجة لذلك، يحتاج المستهلك للحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي حيث تتبع أهمية توفير حماية المستهلك من انه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، فالرغبة في

الربح السريع قادت العديد من التجار لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع عبر استخدام العديد من وسائل الغش والخداع المختلفة خاصة بعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم حيث بدأ حينها يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة عبر أدوات شبكة الإنترنت التي يمكن من خلالها الوصول إلى كل مكان حيث تمارس تأثيرا يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

• مشكلة البحث:

برزت مشكلة الدراسة عبر لمس الباحث واستشعاره للمخاطر التي يمكن أن تصيب المجتمع بسبب بعض الممارسات الخاطئة التي يقوم بها بعض القائمين على أداء الأنشطة التسويقية في أغلب المعنيين بالخدمات التسويقية والتجارة الإلكترونية كالتجار. وقد تزايد اهتمام الباحث بذلك نتيجة إحساسه بتقصير تلك المنظمات نحو حماية حقوق المستهلكين.

تكمن إشكالية الدراسة في بيان المشكلات التي يمكن أن تواجه المستهلك من الغش التجاري والطرق التي يجب اتباعها لحمايته من ذلك الغش ولذلك فإن السؤال الرئيسي للبحث يكمن في السؤال الرئيسي التالي:

كيف يمكن حماية المستهلك من الغش التجاري؟

• أهداف البحث:

تهدف الدراسة الحالية بشكل رئيسي إلى حماية المستهلك من الغش التجاري من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالي:

- ١- التعرف على واقع الناس في معاناتهم من اقتناء مواد مغشوشة ومعرفة أساليب الاحتيال والغش وما ينجر عن ذلك من أضرار مادية ومعنوية.
- ٢- الكشف عن مبررات استخدام التجار لأدوات الغش التي يستخدمونها على المستهلكين.
- ٣- التعرف على الآليات القانونية القائمة لحماية المستهلك من الغش.
- ٤- صياغة بعض المقترحات والتوصيات التي يتم استخلاصها من خلال الدراسة

• أهمية البحث:

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ظهور حاجة ملحة لدراسة هذا الموضوع نظرا لقلّة الأبحاث المتناولة لكيفية حماية المستهلك من الغش ونتيجة للتطور الحاصل في عملية التسويق الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في العديد من الحالات بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط المزود عند شراء سلعة أو خدمة معينة وهو بحاجة ملحة لمثل هذه الأبحاث.
- إبراز دور الدولة في عملية حماية المستهلك وما توفره له من رعاية نظامية لحمايته من الغش التجاري.
- على الرغم من التطور العلمي والتقني الحالي، إلا أن المستهلك لا يزال يعاني بشدة من الغش والتحايل وضعف نوعية الخدمات وارتفاع أسعارها وهو ما يدعو إلى أهمية البحث ومحاولة الوصول لحلول يمكن من خلالها مساعدة المستهلك وحمايته من الغش حيث أن الثقة والأمان هما من أهم ما يحتاج إليه المستهلك عند عمليات الشراء.
- حاجة المستهلك إلى مثل هذه الأبحاث نظرا لأنها تنبع من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية والأقل قوة في المعادلة الاقتصادي.

- يؤكد البحث على خطورة ظاهرة الغش التجاري في المملكة العربية السعودية وضرورة التصدي لها وحماية المستهلك حيث يبرز هذا المجال أهمية القواعد وأثرها في العلاقات التجارية والإنسانية وهو ما تؤدي إليه من حماية للمستهلك وتوفير الاستقرار للمواطنين.

• منهج الدراسة:

تستعين الدراسة الحالية بالمنهج الوصفي التحليلي، سيتم خلال هذه الدراسة الكشف عن كيفية حماية المستهلك من الغش التجاري ومدى تطبيق تلك الإجراءات وفعاليتها في حماية المستهلك.

• خطة الدراسة:

المبحث الأول: ماهية الغش التجاري.

- المطلب الأول: مفهوم الغش التجاري.
- المطلب الثاني: التمييز بين الغش التجاري والخداع التجاري.
- المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للغش التجاري.

المبحث الثاني: مكافحة الغش التجاري

- المطلب الأول: وسائل الغش التجاري التقليدي والإلكتروني.
- المطلب الثاني: طرق وأساليب مكافحة الغش التجاري وحماية المستهلك.
- المطلب الثالث: المكافحة المدنية والإدارية والجزائية حسب النظام السعودي.