مجلة جامعة الانبار للعلوم القانونية والسياسية

اسم المقال: حماية حقوق المستهلك في القانون الخاص السعودي
اسم الكاتب: د. إبراهيم بن مذكر بن صالح العتيبي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/6464
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 08:21 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة الانبار للعلوم القانونية والسياسية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

Journal of Anbar University for Law and Political Sciences
مجلة جامعة الانبار للعلوم القانونية والسياسية
P. ISSN: 2706-5804 E.ISSN: 2075-2024
Volume 14 - Issue 2- September 2024 ايلول ٢٠٢٤ - العدد ٢- المجلد ١٤

Protection of Consumer Rights in Saudi Private Law

[1] Ibrahim bin Mudhkar bin Saleh Al-Otaibi
[1] Tabuk University - Tabuk - Kingdom of Saudi Arabia

Abstract:

Consumer protection effectively translates the concept of contemporary human rights and has become a widespread global concern. This concern is reflected in the attention of governments and is evident in the enactment of political and economic regulations. Therefore, it is imperative to highlight this issue in a manner that aligns with the modern era, and global trade must ensure reasonable protection for consumers, guaranteeing their confidence in the products they regularly purchase. The term consumer protection in its current form is relatively modern, driven by multiple factors, including the increase in consumer goods due to population growth. Additionally, judicial efforts have not traditionally focused extensively on direct consumer protection. This modest attempt aims to shed light on consumer rights protection, explaining how it aligns with the latest developments and influential aspects of consumer protection.

1: Email:
Imathker@ut.edu.sa
2: Email:

DOI
10.37651/aujlps.2024.150675.1278

Submitted: 28/6/2024
Accepted: 7/7/2024
Published: 2/9/2024

Keywords:
Protection
Rights
Consumer
Saudi System

©Authors, 2024, College of Law University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

حماية حقوق المستهلك في القانون الخاص السعودى

[١] د. إبراهيم بن مذكر بن صالح العتيبي
جامعة تبوك - تبوك - المملكة العربية السعودية

المستخلص

حماية المستهلك هي ترجمة فعالة لمفهوم حقوق الإنسان المعاصر، وقد أصبحت مصدر قلق عالمي واسع الانتشار. تجلى هذا القلق في اهتمام الحكومات بالقضية، وانعكس بوضوح في إصدار الأنظمة السياسية والاقتصادية. ولذلك، يجب تسليط الضوء على هذه القضية بشكل يتوافق مع العصر، ويجب على التجارة العالمية أن تعمل على توفير حماية معقولة للمستهلك، مما يضمن اطمئنانه على السلع التي يشتريها بشكل مستمر. يعتبر مصطلح حماية المستهلك بشكله الحالي مصطلحًا حديثًا نسبيًا، وكان ظهوره مدفوعًا بأسباب متعددة، منها زيادة السلع الاستهلاكية نتيجة لزيادة عدد السكان. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاجتهاد القضائي لم يكن يولي اهتمامًا كبيرًا لحماية المستهلك بشكل مباشر. وقد حاولنا بجهد متواضع أن نسلط الضوء على حماية حقوق المستهلك، ونشرح كيف تتوافق مع آخر التطورات والجوانب المؤثرة في حماية المستهلك.

الكلمات المفتاحية: الحماية، الحقوق، المستهلك، النظام السعودى.

المقدمة

القانون يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالتطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأخلاقية في المجتمع الذي يُطبق فيه. فالمجتمع لا يظل ثابتًا، بل يتغير ويتطور مع تغير الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأخلاقية. وبما أن القانون يعكس واقع المجتمع، فإنه يجب عليه أن يتطور باستمرار ليلائم التغيرات في الظروف والواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والأخلاقي.

وأولى المشرع اهتماماً خاصاً بمراحل الإنتاج والتوزيع نظراً لأهميتهما الكبيرة في الاقتصاد الوطني. وظهر الاهتمام بالاستهلاك ومصالح المستهلكين في وقت لاحق بعد ظهورهم كطبقة اجتماعية لها مصالح مميزة عن المنتجين والموزعين. وتتسبب السلع والمنتجات في أضرار عديدة على الإنسان وممتلكاته، خاصة بعد ظهور السلع الصناعية المعقدة التي تشكل خطرا على أمان وسلامة مستخدميها.

ومع التحولات الاقتصادية والصناعية والتقنية، يجب وضع سياسة لحماية المستهلك تأخذ بعين الاعتبار المعطيات الاقتصادية والاجتماعية والتي قد تؤدي إلى ارتفاع متوقع في الأسعار، مما قد يدفع بعض الأفراد والشركات إلى إنتاج سلع ذات

قيمة كبيرة من دون مطابقتها للمواصفات الفنية أو قيامها بعمليات تهدف إلى خداع المستهلكين بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.

وحماية المستهلك تعتبر جزءًا من الجانب الاجتماعي في تطبيق اقتصاديات السوق، ولا تنبغي أن تكون السياسة الاقتصادية مقتصرة على تحقيق الكفاءة الاقتصادية فقط. ومن ثم ينبغي حماية الأطراف الضعيفة، وضرورة إيجاد توازن بين العرض والطلب وضمان عدم وجود إيجاب أو قبول يحملون عيوب الإرادة. كما ينبغي توفير ضمانات ضد مخاطر الاستهلاك، بالإضافة إلى وضع قواعد تمكّن المستهلك من حرية الاختيار والرشد والوقاية من الأضرار بشكل عام.

أولاً: مشكلة البحث:

يمكن تحديد مشكلة البحث في تتبع حقوق المستهلك في النصوص القانونية بشكل دقيق، خاصة مع تأثير هذه المشكلة على جميع أفراد المجتمع. فكل شخص يعتمد على المنتجات والخدمات كما يستهلكها، ولذلك فإن الإسهام في حل هذه المشكلة يعد ضرورياً.

ويمكن صياغة المشكلة الأساسية للبحث عبر السؤال التالى: **ما هى حقوق المستهلك فى القانون الخاص السعودى؟**

ثانياً: أهداف البحث:

- التعرف على النظام والقانون فى حماية المستهلك.
- تسليط الضوء على النظام السعودى لحماية المستهلك.
- الوقوف على الطبيعة القانونية ووسائل حماية المستهلك.

ثالثاً: أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في التعامل مع مشكلة اجتماعية تؤثر في حياة الأفراد ومعيشتهم، سواء كانوا منتجين أو مستهلكين، تظهر في تداعيات اقتصادية وتربوية. المنتجون مطالبون بأداء واجباتهم تجاه مجتمعاتهم، في حين يُحفز المستهلكون على معرفة حقوقهم القانونية والاقتصادية وممارستها بوعي، بهدف الحد من ظاهرة استغلال التجار للمنتجين في مجال السلع الاستهلاكية.

رابعاً: منهجية البحث:

لكي يحصل الباحث على فكرة واضحة حول موضوع البحث، يتعين عليه دراسة النصوص القانونية التي تنظم حماية المستهلك في النظام السعودي بشكل دقيق، ومن ثم تحليلها وشرحها بشكل مفصل باستخدام المنهج الوصفي التحليلي.

تقسيم البحث:

المبحث الأول: مفهوم المستهلك وأوجه حمايته فى النظام السعودى:

المطلب الأول: مفهوم حقوق المستهلك.

المطلب الثانى: أوجه حماية المستهلك فى النظام السعودى.

المبحث الثانى: حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودى:

المطلب الأول: الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودى.

المطلب الثانى: حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودى.

الخاتمة.

قائمة المراجع.

I. المبحث الأول
مفهوم المستهلك وأوجه حمايته فى النظام السعودى

فـي ظـل التطـورات والتغيـرات الكبيـرة فـي العـالم اليـوم، بمـا فـي ذلـك سـيطرة اقتصـاد السـوق وتزايـد ظـاهرة العولمـة وتسـارع التقنيـات، اضـطر المشـرعون الـدوليون والوطنيـون إلـى ابتكـار أطـر وآليـات قانونيـة جديـدة تتناسـب مـع الاحتياجـات الاقتصـادية المحليـة والدوليـة، وتكـون أساسًـا لعمليـة تنميـة اقتصـادية واجتماعيـة شـاملة ومسـتدامة. لـذا، تمـت جهـود دوليـة وإقليميـة ووطنيـة لوضـع أطـر دوليـة وقـوانين حمايـة للمسـتهلك، مع اعتبار حقوقه من أهم حقوق الإنسان[١].

وفـي حمايـة حقـوق المسـتهلك تخـتلط أوراق كثيـرة وتتشـابك الكثيـر مـن القضـايا والقضـايا المعقـدة التـي إذا اشـتدت تنتهـي إلـى أزمـة اقتصـادية كبيـرة وخانقـة تشـل الاقتصـاد برمتـه وتـدفع الغالبيـة العظمـى مـن المجتمـع إلـى هاويـة عميقـة. وإذا كـان الأمـر

(١) تم الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بالتأكيد على وجود التزامات في مجال حقوق الإنسان تقع على كل أفراد المجتمع وهيئاته. وتشمل هذه التزامات مجموعة كبيرة من الحقوق الاقتصادية التي يضمنها العهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى غيرها من المواثيق الدولية والإقليمية لحقوق الإنسان التي تلزم كافة الدول الموقعة عليها. ومن ضمن هذه الحقوق، يتعين على الحكومات احترامها وحمايتها، وإعطاء الأولوية للفئات الأكثر ضعفًا عند تخصيص الموارد. كما ينص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على وجود التزامات في مجال حقوق الإنسان تقع على كل أفراد المجتمع وهيئاته، بما في ذلك الشركات التي تلعب دورًا متزايدًا على المستوى العالمي في احترام حقوق الإنسان أو انتهاكها. وبناءً على ذلك، يرتبط الحق في العيش الكريم بشكل أساسي بضمان مقومات الحياة الكريمة مع حق الحصول على السلع والخدمات الأساسية، والتي تعد أولى حقوق المستهلك، وانظر كذلك: عبد الفضيل، محمود (٢٠٠٣): إعمال الواقع وتفعيل الحقوق الاقتصادية والاجتماعية فى العالم العربى، ورقة عمل مقدمة ضمن أعمال الندوة الإقليمية حول تفعيل العهد الدولى للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى البلدان العربية، والتى نظمها مكتب المفوض السامى لحقوق الإنسان وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائى فى الدار البيضاء (المغرب)، من ١٦ – ١٧ يوليو ٢٠٠٣، منشورات المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة، ص ٤٨.

كذلك فإن التنمية، الاقتصادية والاجتماعية، ستذهب سدى، مع كل ما يعنيه ذلك من فوضى سياسية واجتماعية واقتصادية. ومن هنا فإن الاختبار الرئيسي لحماية المستهلك يرتبط بالدرجة الأولى ببنية التشريعات والسياسات والقرارات والقوانين والأنظمة المعمول بها في الأسواق. إن مدى قدرتها على ملاحقة أو دعم من يخالفها، وأمن وسلامة الاقتصاد يعتمد على قدرة الدولة على بناء هذا النظام الفعال(١).

وفي عصرنا هذا، أصبحت حماية المستهلك من القضايا التي تحتل مكانة بارزة من الاهتمام في دول العالم غنيها وفقيرها، بغض النظر عن أنظمتها الاقتصادية والسياسية. حماية المستهلك هي حماية قانونية محمية بموجب القوانين الوضعية، حيث لم تعد هذه الحماية مقتصرة على المنتج أو البائع. بل اتسعت لتشمل حماية المستهلك في مواجهة أي احتيال أو احتكار يحدث عندما يستغل هذا المنتج أو بائعوه وضعهم الاقتصادي. وهكذا أصبحت هذه القضية محور المؤتمرات الدولية والمحلية. بل إنها أصبحت في صدارة اهتمام الحكومات، وأصبح صوت المستهلك قوة اجتماعية واقتصادية وسياسية فاعلة في كافة المجالات. بما في ذلك اختيار الممثلين والحكومات والأنظمة السياسية والاقتصادية، وذلك لحماية المستهلك ومعالجة قضاياه(٢).

I.أ. المطلب الأول

مفهوم حقوق المستهلك

في عالمنا المعاصر، يعتمد نجاح اقتصاد السوق والحرية الاقتصادية السليمة على القدرة على تنظيم الأسواق لتحقيق الهدف الحاكم للنشاط الاقتصادي المتعلق بحماية حقوق المستهلك، والذي لا يعني فقط توفير السلع والخدمات بالمتطلبات المطلوبة. الجودة، والسعر المعقول (أو العادل)، والمواصفات القياسية المحددة، ولكنها تعني أكثر من ذلك. الكثير، إذ يعني جودة المنتج الوطني وقدرته على المنافسة داخل وخارج الحدود من حيث السعر والمواصفات، ومن حيث مواكبته للتقدم التكنولوجي والمعرفة التقنية، ومع تغير الأذواق وعادات الاستهلاك. وأنماطها، وما يترتب على ذلك من كفاءة اقتصادية، والتخصيص الأمثل للموارد، ورفع الكفاءة الإدارية والتنظيمية، ليس فقط على مستوى الاقتصاد الوطني ككل. ولكن على مستوى القطاعات والمؤسسات والشركات مهما كان حجمها صغيراً كان أم كبيراً(٣).

---

(١) عوض الله، زينب حسين، "حماية المستهلك فى إطار التغيرات الهيكلية فى الاقتصاد المصرى"، *مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية*، ملحق ع٣،(١٩٩٤): ٤.

(٢) عثمان، جمال عباس أحمد، "حماية المستهلك نظامياً بين الواقع والمأمول"، *مجلة البحوث والدراسات الشرعية*، مج٤، ع٤٣، (٢٠١٥): ص ٢٨٨.

(٣) عوض الله، زينب حسين، "حماية المستهلك العربى – دراسة تحليلة للحقوق والضمانات"، *مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، أبحاث المؤتمر السنوى الدولى الخامس، الكويت*، (٢٠١٨): ص ٨٥.

ومن أجل محاولة صياغة نظرية فقهية لحماية المستهلك في ظل النظام السعودي، لا بد في هذا الصدد من الدفع إلى أن يتبنى المنظم السعودي مفهوما موسعا للمستهلك بما يبسط الحماية إلى أقصى حد لمن له حق في ذلك. تستحقها. وكما ذكرنا سابقاً فإن المحترف في عملية استهلاك ما يخدم مهنته هو مستهلك. مثل من يتعاقد لتلبية احتياجاته فهو لا يمارس السلوك المهني وسأطرد[١].

أولاً: تعريف الحقوق لغة واصطلاحاً:

- **الحق لغة:** نقيض الباطل، وأصل معناه اللغوى هو الثبوت والوجوب، يقال حق الأمر حقاً وحقوقاً: صار حقاً وثبت، بمعنى وجب يجب وجوباً، ومن ذلك قول الله تعالى: "**وَلَكِنْ حَقَّتْ كَلِمَةُ الْعَذَابِ عَلَى الْكَافِرِينَ**"[٢]، أى وجبت كلمة الله عليهم[٣].

كما أن للحق معانٍ أخرى "كاليقين والملك والصدق وغير ذلك"، فحق الأمر وأحقه: كان منه على يقين[٤].

- **الحق اصطلاحاً:** عرف الفقهاء الحق بمعنى لا يخرج عن معناه اللغوى جملة، فقد عرف بأنه: "الموجود من كل وجه الذى لا ريب فيه فى وجوده ومنه السحر حق والعين حق أى موجود بأثره"[٥].

ومن أحسن التعريفات المعاصرة للحق أنه: " الاختصاص الذي تنشئ بموجبه الشريعة سلطة أو تكليفاً"[٦].

ثانياً: تعريف المستهلك لغة واصطلاحاً:

- **المستهلك لغة:** اسم فاعل من استهلك الشيء. وهو مأخوذ من مادة هلك بمعنى: مات، وأهلكه، واستهلكه، وهلكه يهلكه، لازم متعد[٧]، يقال: استهلك المال أى: أنفقه وأنفذه. وأهلكه أى: باعه[٨].

---

(١) الذنيبات، أسيد حسن، "حماية المستهلك فى النظام السعودى بين الواقع والمأمول (دراسة مقارنة بالقانون المصرى)"، *المجلة الأردنية فى القانون والعلوم السياسية*، مج٨، ع٢، (٢٠١٦):ص ١٠٣.

(٢) سورة الزمر: الآية (٧١).

(٣) محمد بن جرير الطبرى، *جامع البيان فى تأويل القرآن*، تحقيق: أحمد محمد شاكر، (مؤسسة الرسالة: ط١، ج٢١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م)، ص ٣٣٧.

(٤) محمد بن مكرم ابن منظور، *لسان العرب*، (بيروت: دار صادر، ط٣، ج١٠، ١٤١٤هـ)، ص ٤٩، مادة (حقق).

(٥) عبد العزيز بن أحمد البخارى، *كشف الأسرار شرح أصول البزدوى*، (دار الكتاب الإسلامى: ج٤)، ص ١٣٤.

(٦) الزرقا، مصطفى أحمد، *المدخل إلى نظرية الالتزام العامة فى الفقه الإسلامى*، (دمشق: دار القلم، ط١، ١٩٩٩)، ص ١٩.

(٧) محمد بن يعقوب الفيروزآبادى (٢٠٠٥): القاموس المحيط، تحقيق مكتب التراث فى مؤسسة الرسالة، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط٨، ج١، بيروت، لبنان، ص ٩٥٨.

(٨) محمد بن يعقوب الفيروزآبادى، *القاموس المحيط*، ج١، ص ٩٥٨، مادة (هلك)، محمد بن محمد الحسينى الزبيدى، *تاج العروس من جواهر القاموس*، مجموعة المحققين، (دار الهداية، ج٢٧)، ص ٤٠٢، مادة (هلك).

والهلاك: الجهد المهلك، يقال استهلك الرجل فى كذا، إذا جهد نفسه، وافتلك معه، ويقال: تهالكت فى هذا الأمر واستهلكت فيه: كنت مجداً فيه متعجلاً[١].

- **المستهلك فى الاصطلاح:** لم يخصص الفقهاء مصطلح المستهلك بتعريف خاص مستقل. ولعل ذلك لوضوحه بينهم. ولذلك سنقدم أولاً تعريف عملية الاستهلاك نفسها، ومن ثم سنقدم تعريف المستهلك ثانياً.

١- **ذكر الفقهاء أن استهلاك الشيء هو:** "إبعاده عن أن يكون مستفيداً من المنفعة المخصصة له والتي تطلب منه عادة"[٢].

كما عرف الاستهلاك فى الاقتصاد الإسلامى بتعاريف عديدة منها أنه: " الإنفاق من مصادر الدخل المختلفة على حاجة الإنسان من السلع والخدمات لتلبية احتياجاته ورغباته"[٣].

وفي الاقتصاد الإسلامي يقوم المستهلك بإشباع هذه الحاجات بناء على اعتبارات دينية، أما في الفكر الاقتصادي الإيجابي فهي مجرد ميل أو رغبة يشعر بها الإنسان[٤].

٢- **عرف المستهلك فى الاقتصاد بأنه:** " هو الشخص الذي يشتري سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجة أو رغبة لنفسه أو لأفراد أسرته"[٥].

ثالثاً: مفهوم حماية المستهلك عند فقهاء القانون:

يعتبر مصطلح المستهلك من المصطلحات الحديثة نسبياً في الفقه القانوني، فهو في الأصل مصطلح اقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، فإنهم يختلفون في وجهة نظرهم حول مفهوم المستهلك. يهتم علم الاقتصاد بالمستهلك من حيث دورته الاقتصادية، وأحد مراحل عملية الاستهلاك، على عكس المفهوم القانوني الذي يهتم بالسلوك. قانون المستهلك وحماية حقوقه والحفاظ عليها[٦].

---

(١) محمد بن عبد الرازق الزبيدى، تاج العروس من جواهر القاموس، ج٢٧، ص ٤٠٨.

(٢) أبو بكر مسعود الكاسانى ، *بدائع الصنائع فى ترتيب الشرائع*، (دار الكتب العلمية: ط٢، ج٧، ١٩٨٦)، ص ١٤٩.

(٣) عبد الله، أمين مصطفى، *أصول الاقتصاد الإسلامى*، (مطبعة عيسى البابى الحلبى وشركاه: (١٩٨٤)، ص ٣٥٥.

(٤) السبهانى، عبد الجبار حمد، *الوجيز فى الفكر الاقتصادى الوضعى والإسلامى*، (الأردن: دار وائل للنشر، ط١، عمان، ٢٠٠١)، ص ٢٥٩.

(٥) الجريسى، خالد بن عبد الرحمن ، *سلوك المستهلك – دراسة تحليلية للمقررات الشرائية للأسرة السعودية السعودية (نموذج تطبيقى على شراء الحاسب الآلى)*، (مؤسسة الجريسى للتوزيع والإعلان: الرياض،٢٠٠٧)، ص ٤٢.

(٦) جميعى، حسن عبد الباسط، *حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود* الاستهلاك، (القاهرة: دار النهضة العربية، ط١، ١٩٩٦)، ص ٨.

وعرفت حقوق المستهلك بأنها: "الحصة المستحقة للمستهلك أو العميل أو ما يحق له القيام به أثناء الشراء من المورد أو البائع"[١]، وبمعنى آخر يمكن القول: تمثل حقوق المستهلك مجموعة من القواعد الملزمة للمستهلك والتي تحمي مصالحه الاقتصادية وتنظم عقده مع الطرف الآخر".

وهناك من يرى أن حماية المستهلك هى: "الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات في الدولة، نحو توفير السلع أو الخدمات للمستهلك بأقل التكاليف المادية والمادية والنفسية، من خلال المتغيرات البيئية السائدة في الدولة"[٢].

ويرى البعض أن حماية المستهلك هى: " مجموعة من القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه"[٣].

وفى تعريف آخر لحماية المستهلك بأنها: " هي الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية"[٤].

ومن هنا فإن حماية المستهلك ترتبط بضمان حقوقه في مجال العملية الاستهلاكية، وذلك من خلال الوسائل المناسبة التي تضمن خلق التوازن التعاقدي بين المستهلك والطرف الآخر وهو المنتج في عقد الاستهلاك. كما يتم التعبير عن حماية المستهلك بشكل حضاري يقتضي ضرورة تطوير النظام التسويقي بما يحقق الفعالية الاقتصادية والاجتماعية[٥].

وقد كثر الخلاف بين الفقهاء في تعريف مفهوم المستهلك، مما أدى إلى اختلاف في الأحكام القضائية، لعدم وجود مفهوم متفق عليه بينهم. وعليه فقد انقسم الفقهاء إلى اتجاهين، أحدهما يضيق هذا المعنى، والثاني يوسعه. الاتجاه الأول يعرف المستهلك بأنه كل شخص يبرم عقدا بقصد إشباع احتياجاته الشخصية أو

---

(١) زغلول، برهامى عبد الحميد، "حقوق المستهلك والتربية الاستهلاكية: التنظير - التطبيق - التغيير، المؤتمر العلمى الحادى عشر – التربية وحقوق الإنسان"، مج١، *كلية التربية، جامعة طنطا، مصر*، (٢٠٠٧): ص ٣٤٤.

(٢) عبد الهادى، أحمد إبراهيم، *إدارة المبيعات وحماية المستهلك*، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٧)، ص ١٩٢.

(٣) سرى صيام، أحمد الطيب، وفؤاد، أيسر " الحماية التشريعية للمستهلك فى مصر"، *المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية*، (١٩٩٩):ص ٧.

(٤) جميعى، حسن عبد الباسط ، *حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك*، (القاهرة: دار النهضة العربية، ط١، ١٩٩٦)، ص ٧.

(٥) المرجع السابق، ص ٨.

العائلية[١]، وفي سياق هذا الاتجاه، يتم تعريفه أيضًا على أنه الشخص الذي يبرم معاملة قانونية تسمح له بالحصول على شيء أو خدمة بغرض إرضاء شخصي أو عائلي[٢].

وقد تم انتقاد هذين التعريفين لقصر مفهوم المستهلك على الأشخاص الطبيعيين وليس الأشخاص الاعتباريين، وأيضا لحصر مفهوم الاستهلاك في إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية، حيث أهمل الإجراءات المتخذة لحماية العقد[٣].

ويبدو واضحا أن هذا الاتجاه يخرج عن مفهوم المستهلك، وهو الحالة التي يبرم فيها المحترف عقدا بغرض الحصول على قوة أو خدمة، ولكن بقصد المضاربة معه من خلال إعادة تسويقه بهدف الحصول على الربح. كما أنه يخرج عن مفهوم المستهلك، ووفقاً لهذا الاتجاه فإن المحترف عندما يتخذ الإجراءات القانونية لإشباع احتياجاته المهنية. وهو ما لا يدخل في إطار مهنته، كأن المحامي اشترى أثاثاً لمكتبه[٤].

أما الاتجاه التوسعي لمفهوم المستهلك فقد اتجه إلى اتساع مفهوم المستهلك ليشمل الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين على السواء، كما يشمل المهني في حال دخل في معاملات قانونية بقصد خدمة مصالحه. المهنة دون أن تكون هناك نية المضاربة فيها، ولذلك فإن هذا التوجه يعرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي. سواء كان كياناً اعتبارياً أو كياناً يمارس نشاطاً مهنياً، أو كياناً غير مهني يقوم بإبرام معاملة قانونية لتلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية غير المهنية من السلع والخدمات مقابل تعويض مالي، على أن يكون الموضوع أن هذه المعاملة لا تدخل في صميم نشاطه المهني[٥].

---

(١) عمران، السيد محمد، *حماية المستهلك أثناء تكوين العقد – دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة لحماية المستهلك*، (الإسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٨٦)، ص ٨.

(٢) جميعى، حسن عبد الباسط، مرجع سابق، ص ١٠.

(٣) حسن، عاطف عبد الحميد، حماية المستهلك، (مصر: دار النهضة العربية، ١٩٩٦)، ص ٢١، أبو قرين، أحمد عبد العال،"نحو قانون لحماية المستهلك"، *منشورات مركز البحوث، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية*، (١٩٩٣): ص ١٧، حمد الله، حمد الله محمد، *حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية فى عقود الاستهلاك – دراسة مقارنة*، (دار الفكر العربى: ١٩٩٧): ص ١١ وما بعدها.

(٤) أبو قرين، أحمد عبد العال، مرجع سابق، ص ١٧، النكاس، جمال ، "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد فى القانون الكويتى"، *منشور فى مجلة الحقوق الكويتية*، السنة ١٣، ع١، (١٩٨٩):ص ٤٧ وما بعدها.

(٥) خليفة، عمر محمد، "الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)"، (رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠)، ص ٤١، المرسى، محمد زهرة، *الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية - العقد الإلكترونى (الإثبات الإلكترونى – المستهلك الإلكترونى)*، (دار النهضة العربية: ط١، ٢٠٠٥)، ص ٧٦.

ومن خلال التوسع في مفهوم المستهلك، يهدف هذا الاتجاه إلى مد الحماية القانونية للمستهلك إلى أكبر عدد ممكن من المستحقين لها، حسب تصورهم. ويستندون في تبريرهم لموقفهم إلى إدراج المهني الذي يقوم بعمل خارج تخصصه لخدمة مهنته في مفهوم المستهلك، على أنه ليس أكثر من مستهلك ضعيف يحتاج إلى الحماية. هذا بالإضافة إلى أن قواعد العدالة تقضي بتوسيع نطاق الحماية ليشمل المهني الذي يتعاقد خارج نطاق مهنته لخدمتها. ويظهر ضعف المهني في هذه الحالة من جانبين: ضعف فني ناتج عن تعاقده خارج نطاق تخصصه، وضعف اقتصادي يتمثل في تواضع مشروعه(١).

ويجادلون في تبريرهم لإدراج الأشخاص الاعتباريين في مفهوم المستهلك، بأن هؤلاء الأشخاص لا يمارسون، في هذا الصدد، نشاطًا مهنيًا يحصلون منه على مواردهم المالية، أو أسباب وجودهم، وبالتالي فهم متخلفون تمامًا. على غرار المستهلك الطبيعي(٢).

وقد نص رأي فقهي على عدم توفر القدرة الفنية على تجهيز وإصلاح وصيانة السلع والخدمات الخاضعة للاستهلاك، كشرط لاكتساب صفة المستهلك(٣).

ولذلك فإن قوانين حماية المستهلك في أغلب الدول منحت المستهلك المتعاقد عن بعد حماية إضافية عن تلك الممنوحة له على أساس اعتباره مستهلكاً يتعاقد بالطرق التقليدية(٤)،ومن هنا كان لا بد من تدخل المشرع لضبط هذه العملية الاستهلاكية، خاصة أنها تجري في عالم افتراضي، بما في ذلك المسافة بين المستهلك من جهة والمهنية، والمهنية من جهة أخرى، مما يترتب عليه احتمال وقوع المستهلك ضحية للإعلانات المضللة أو الخداع المهني/المهني الذي يتم عبر شبكة الإنترنت (عبر المواقع الإلكترونية لهذا المحترف/المحترف) ( ) بالإضافة إلى ضرورة حماية المستهلك من أي تعد على حقوقه الحقوق التي يمنحها له قانون حماية المستهلك في هذه الحالات التي يتم فيها إبرام عقد الاستهلاك عن بعد «إلكترونياً»، في عالم بلا حدود، لا جغرافية ولا مساحة لا تستند إلى الورق(٥).

---

(١) حسن، عاطف عبد الحميد، مرجع سابق، ص ٣٣ – ٣٤، انظر:

Lioyd's Bank, Ltd V. Bundy (1975) Q.B 326 . 336 -7. Lioyd's Rep 14. P. 70.

(٢) حمد الله، حمد الله محمد، مرجع سابق، ص ٢٤.

(٣) النكاس، جمال، مرجع سابق، ص ٤٨.

(٤) دويدار، هانى، "نظرات فى التنظيم القانونى للتجارة الإلكترونية"، محاضرات ألقيت على طلبة دبلوم الدراسات العليا فى القانون الخاص بكلية الحقوق – جامعة بيروت العربية، (٢٠٠٦):ص ٩، عبد الله، عبد الكريم عبد الله، وحوى، فاتن حسين، "أسماء مواقع الإنترنت والعلامات التجارية وتسوية المنازعات الناشئة بينهما"، *المجلة اللبنانية للتحكيم العربى والدولى*، ع٥١، بيروت، (٢٠٠٩):ص ٣٩.

(٥) منصور، سامى، "الإثبات الإلكترونى فى القانون اللبنانى (معاناة قاض)"، مقالة منشورة فى كتاب أعمال المؤتمر القانونى حول الجديد فى أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، *أعمال المؤتمر العلمى السنوى لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية*، ج١، الجديد فى التقنيات المصرفية، منشورات الحلبى الحقوقية، بيروت، (٢٠٠٤):ص ٣٤٣.

وباستقراء التشريعات السعودية في هذا الشأن نجد أن نظام جمعية حماية المستهلك الصادر بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (٣) وتاريخ ١٤٢٩/١٢/١هـ، عرّف في مادته الأولى المستهلك بأنه: " كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو خدمة، بمقابل أو بدون مقابل، لتلبية احتياجاته الشخصية أو احتياجات الآخرين"[١].

I.ب. المطلب الثانى
أوجــه حماية المستهلك فى النظام السعودى

ويهدف النظام السعودي بشكل أساسي وباختصار إلى جوانب الحماية القادمة من النظام السعودي بكافة مستوياته. وبعد استقراء النظام السعودي في هذا الشأن نقف على أهم ثلاثة قرارات لمجلس الوزراء تتعلق بحماية المستهلك بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي القرار رقم ٨٥٥ الصادر بتاريخ ٥/٢٦. /٣٩٣، والقرار رقم ٦٠ الصادر بتاريخ ١٣٩٣/١/٢٥، وكذلك القرار رقم ٢٠٢ الصادر بتاريخ ١٤٢٨/٦/١٧هـ المتعلق بجمعية حماية المستهلك. ورغم قدم هذه القرارات إلا أنها لا تزال تمثل نقطة انطلاق مهمة لمد الحماية للمستهلك، ولا تزال الجهات الإدارية تتخذها. الأساس القانوني لممارسة صلاحياتها الإشرافية في هذا الشأن.

وسنقوم بتفصيل الحماية الناتجة عن كل قرار من هذه القرارات على النحو التالي:

أولاً: الحماية المتأتية من القرار رقم ٦٠ لسنة ١٣٩٣هـ:

يمكننا أن نستنتج من مضمون قرار مجلس الوزراء السعودي رقم ٦٠ محورين أساسيين في مسألة حماية المستهلك، الأول منهما التوجيه والرقابة على المهنيين والثاني الرقابة على الإمدادات الغذائية. وإلى أي مدى وفر التنظيم القانوني لهاتين المسألتين حماية جدية حقيقية للمستهلك، وإلى أي مدى تم منح الصلاحيات القانونية لوزارة الصناعة والتجارة[٢].

ومن خلال استقراء هذه الصلاحيات نجد أنها تنقسم إلى فئتين: الأول منهما يتدخل مباشرة بعلمه وعن طريق أجهزته لضبط الأمور على الوجه الصحيح، والثاني منها يدخل في إطار التوجيه والمساعدة. وسوف نتناول القضيتين، ونخصص لكل منهما بنداً منفصلاً، على النحو التالي:

---

(١) يذكر في هذا الصدد أن السلطة التنظيمية بمصطلح النظام السعودي، والسلطة التشريعية بمصطلح النظام السعودي يمارسها في النظام السعودي مجلس الوزراء، حسبما نصت عليه المادة (٦٧)، للنظام الأساسي للحكم في المملكة، يعاونه في ذلك مجلس الشورى، على النحو المنصوص عليه في المادة (٢٣)، من نظام مجلس الشورى رقم (٩١) الصادر بتاريخ ١٤١٢/٢/٣هـ، انظر: الزهرانى، على وآخرون، *مبادىء علم القانون*، (مكتبة جرير: ط١، ١٤٣٣هـ)، ص ٨٢.

(٢) يذكر أن اسم الوزارة المعنية فى هذا الشأن قد ذكر فى نص القرار باسم وزارة التجارة، فى حين تغيرات التسمية الآن إلى اسم وزارة الصناعة والتجارة.

١- التدخل المباشر:

المبدأ هو أن الدولة لا تتدخل في النشاط التجاري والمعاملات الاستهلاكية بين التجار والمستهلكين، بل تترك لهم حرية إبرام العقود الاستهلاكية وفق القاعدة القانونية الشهيرة "العقد شريعة المتعاقدين". وبناء على ذلك يحق لهم الاتفاق على السعر والمواصفات والشروط المناسبة لكلا الطرفين. ومع ذلك، على الرغم من هذا، فقد خرج. ويستند المنظم السعودي على هذه القاعدة العامة فيما يتعلق بإمدادات الغذاء، إذ ترك الأمر لوزارة الصناعة والتجارة كلما تم إمداد الغذاء[١].

وهذا يعني أن حماية المستهلك في هذا الصدد تظهر وتظهر بشكل واضح في الظروف غير العادية، إذا حدثت أزمات حقيقية أو مصطنعة تؤثر على وجود المواد الغذائية أو أسعارها أو مواصفاتها.

وبموجب هذه الصلاحيات الاستثنائية تتمتع وزارة الصناعة والتجارة بصلاحيات واسعة للتدخل الإيجابي بهدف ضمان وجود السلع التموينية أو جودتها، ولها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- الاستيراد المباشر وتسليم المواد للتجار لتوزيعها على المستهلكين بأسعار محددة. يشار إلى هذه السلطة في الفقرة (ب) من البند (ثالثاً) من القواعد المرفقة بقرار مجلس الوزراء رقم (٦٠).
- تسويق السلع المحلية وتوزيعها على التجار بمعرفة الوزارة، وفي ظل هذه السلطة القانونية لا تحتاج الدولة إلى الاستيراد من الخارج، ولكن يتركز نشاطها على توزيع المنتجات المحلية بين مناطق الدولة، في بطريقة تتحكم في نسبة التوزيع بين المناطق.
- - الاستيراد المباشر للمنتجات وتوزيعها مباشرة على المستهلكين[٢].

---

(١) ونص قرار مجلس الوزراء رقم ٦٠ في بنده الأول على تعريف واضح للمادة التموينية، حيث جاء ما يلي: "يقصد في أحكام هذا النظام المادة التموينية القمح، الدقيق، الأرز، السكر، السمن، اللحوم . ويجوز بقرار من وزير التجارة اعتبار أي مادة تموينية أخرى إذا كانت مادة حيوية وضرورية. ويجوز اعتبار أي مادة غير تموينية كأي من المواد التي كانت تعتبر في السابق مادة تموينية". ويذكر في هذا الصدد أن وزارة التجارة مارست صلاحياتها لتوسيع مفهوم المواد التموينية في وقت لاحق بعد صدور القرار رقم ٦٠ حيث تم تضمينه بموجب القرار ١٤٥٢ بتاريخ ٢/٥/١٣٩٧ هـ مادة الأسمنت، وبتاريخ ١٣٩٨/٠٣/١٩هـ تم إدراج مادة البيض طبقاً للقرار رقم ١٣٣٨، انظر فى تفصيل ذلك: موسى، أحمد كمال الدين، *الحماية القانونية للمستهلك فى المملكة العربية السعودية*، (دون ناشر، ١٤٠٢هـ)، ص ١٣٩ وما بعدها.

(٢) فى سبيل تفعيل هذه الصلاحية القانونية للوزارة أنشئت الشركة السعودية للتموين بالمرسوم الملكى رقم ٥٧ بتاريخ ١٣٩٦/٧/١٥هـ للإتجار بالجملة والتجزئة فى المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية.

- تسعير بعض السلع التموينية: نصت على صلاحية الوزارة فى التسعير الفقرة (ج) من البند (ثالثاً) من القرار رقم (٦٠) [١]، في حالات الأزمات الحقيقية في المواد الغذائية أو الإمدادات الاستهلاكية، وكذلك في حالات افتعال الأزمات واستغلالها من قبل التجار، فإن الأمر يتطلب تعاملاً غير عادي في المواد الغذائية، ويجب على الدولة، انطلاقاً من واجبها الوقائي تجاه مواطنيها التدخل لحماية المستهلك، بما في ذلك فرض سعر محدد وعادل للإمدادات الغذائية[٢].

وتظهر حماية المستهلك من خلال فكرة التسعير في منع التجار والمنتجين من استغلال الظروف الاستثنائية للإضرار بالمستهلكين. وعليه، تعتزم الإدارة وضع حد أقصى للربح المسموح به لبعض المواد الغذائية، تحت طائلة المساءلة وفق القانون[٣].

٢- التوجيه والمعاونة:

إن التوجيه والمساعدة يتطلب من الإدارة أن تقوم بدور مساند ومساعد ومراقب لتقدم النشاط التجاري والاستهلاكي، بحيث لا يصل التدخل الإيجابي إلى حد قيام الإدارة بنفسها بالقيام بهذا النشاط لتوفير الإمدادات الغذائية، كما هذا هو الحال في الاستيراد الأجنبي أو التوزيع المحلي. بل إن التوجيه والمساعدة يتخذ أشكالا أخرى من التدخل الإيجابي، يمكن أن نذكرها باختصار تباعاً على النحو التالي:

- - إخضاع استيراد بعض المواد لأسلوب ترخيص الاستيراد: يهدف هذا الأسلوب إلى إعادة تنظيم أو ترشيد أو تقييد الواردات بهدف الحصول على الوضع الأنسب لكل من المنتج والمستهلك، والتحقق من مواصفات البضائع المستوردة ومواصفاتها. مكان المنشأ[٤].
- تشجيع الاستيراد: أشارت الفقرة (أ) من البند الثالث من القواعد المرافقة لقرار مجلس الوزراء السعودي رقم (٦٠) إلى هذه الطريقة. ووفقاً لهذا الأسلوب، تقوم

(١) يذكر أن وزارة الصناعة والتجارة قد استعملت هذه الصلاحية القانونية مراراً منذ صدور القرار رقم ٦٠ ومن ذلك على سبيل المثال: القرار الوزارى رقم ٤٥٩ بتاريخ ١٣٩٤/٣/٢٢هـ بتسعير الخبز الأبيض، القرار الوزارى رقم ١٤٥٤ بتاريخ ١٣٩٥/٥/٢١هـ بشأن مادة الأرز، القرار الوزارى رقم ١٤٥٢ بتاريخ ١٣٩٧/٥/٢هـ بشأن الأسمنت، أشار لذلك: موسى، أحمد كمال الدين، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص ١٤٠ وما بعدها.

(٢) موسى، أحمد كمال الدين، *السياسة التموينية فى المملكة العربية السعودية*، (الرياض: منشورات معهد الإدارة العامة، ١٤٠٠هـ)، ص ٤٧ وما بعدها.

(٣) فى سبيل تفعيل هذه الصلاحية القانونية للوزارة أنشئت الشركة السعودية للتموين بالمرسوم الملكى رقم ٥٧ بتاريخ ١٣٩٦/٧/١٥هـ للإتجار بالجملة والتجزئة فى المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية.

(٤) الفنجرى، محمد شوقى، "الحرية الاقتصادية وتدخل الدولة فى النشاط الاقتصادى فى الإسلام"، بحث منشور *فى مجلة الخفجى بالمملكة العربية السعودية*، ع٢، مج٥، (١٣٩٥هـ): ص ٥ وما بعدها.

وزارة الصناعة والتجارة بتشجيع التجار المستوردين للمواد الغذائية على استيراد وتخزين كميات كافية لتجنب الأزمة القائمة أو المتوقعة، بما في ذلك: تقديم الحوافز لهم، وقد تصل إلى حد تقديم الإعانات النقدية لهم والإمدادات الغذائية بأي شكل ممكن، وهذا سيحدث بالتأكيد في أوقات الأزمات[١].

- تنظيم أساليب تداول المواد الرقابية: ويضمن الرقابة المشددة على الأسواق وعدم التلاعب بالأسعار. وقد تمت الإشارة إلى هذه الطريقة في الفقرة (ج) من البند الثالث من القواعد المرفقة بقرار مجلس الوزراء رقم (٦٠) بموجب هذه الطريقة، يجب على التجار وضع بطاقات الأسعار على البضائع المعروضة، ولعل الحكمة من ذلك هو تسهيل التعامل مع المستهلكين من ناحية، والتأكد من ضبط الأسعار والتأكد من الالتزام بالتسعيرة الإجبارية إن وجدت[٢].

ثانياً: الحماية المتأتية من القرار رقم ٨٥٥ لسنة ١٣٩٣هـ:

وحدد القرار الصادر عن مجلس الوزراء السعودي رقم (٨٥٥) مخالفات التقنين والعقوبات، حيث إن هذه المخالفات من مسائل النظام الجزائي وخارج نطاقه. ومن المتعارف عليه في الأنظمة الجنائية أنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص، وتنفيذاً لهذا المبدأ، تضمنت قواعد تنظيم الأحكام المذكورة، وأبرزها القرار ٨٥٥، تعريف هذه المخالفات وبيان عقوباتها. ويمكن تلخيص مخالفات الأحكام الواردة في هذا الشأن فيما يلي مع توضيح الجانب المتوقع من حماية المستهلك إذا تم تنفيذها:

ـ المخالفة الأولى: مخالفة التسعيرة المحددة:

هذه المخالفة نص عليها البند ٢ من قرار مجلس الوزراء رقم ٨٥٥، والحماية المقصودة من تجريم هذه المخالفة هي بالدرجة الأولى حماية مصلحة الدولة الاقتصادية من جهة ومصلحة المستهلك في الحصول على المواد الغذائية بأسعار عادلة من جهة أخرى. ولكي تتحقق هذه المخالفة لا بد من توافر العناصر المادية والمعنوية لها[٣].

ويقتضي الركن المادي لهذه المخالفة أن يقوم التاجر ببيع السلعة وفق المفهوم القانوني للبيع[٤]، ويراعى في حكم البيع في هذا الشأن كون العرض للبيع

(١) موسى، أحمد كمال الدين، السياسة التموينية فى المملكة العربية السعودية، مرجع سابق، ص ٧٧ وما بعدها.

(٢) جلال، محسون بهجت، *مبادىء الاقتصاد*، (الرياض: مؤسسة الأنوار، ٢٠٠٧)، ص ٢٤٨.

(٣) موسى، أحمد كمال الدين، "الفاعل المسؤول فى الجرائم التموينية"، *بحث منشور فى مجلة الإدارة العامة بالرياض*، ع٢٥، (١٤٠٠هـ): ص ٧٣.

(٤) الأهوانى، حسام الدين، *عقد البيع*، (دار النهضة العربية: ٢٠٠٨)، ص ١٧.

سواء في المحلات أو المصانع أو المنتجات المحلية من المزارع، فمجرد العرض بثمن يعد مخالفة لوقوع هذه المخالفة[١].

ويراعى في حكم واقعة البيع أيضا حالة الامتناع عن البيع، لأن سبب العقوبة في حالة البيع يتحقق في هذا النشاط الذي يهدف فيه المخالف إلى البيع بأكثر من الثمن، وبالتالي هذه أما الحالات السلبية فتأخذ حكم البيع حتى لا يفلت المخالف من العقاب، كمن أنكر ذلك. توافر السلعة أو الامتناع عن بيعها إلا لمن يطلبها بأكثر من ثمنها[٢].

أما الركن المعنوي لهذه المخالفة فيفترض أن إرادة التاجر وعلمه كانا موجهين نحو الفعل المكون للركن المادي دون حاجة إلى قصد خاص. ولا يعفى المخالف من المسؤولية إذا استدل بجهله بالنظام أو عدم معرفته بالتسعير وقواعده. وذلك لأن العلم في هذه الحالة مفترض، ولا يؤثر رضا المستهلك عن السعر على وجود المخالفة. الزيادة بسبب أن الأمر يتعلق بالمصلحة العامة[٣].

- المخالفة الثانية: تخزين السلع أو منعها من الأسواق:

وجاء نص هذه المخالفة في البند الثاني من قرار مجلس الوزراء السعودي رقم ٨٥٥، وذلك لضمان توافر المواد الغذائية ومنع احتكارها أو حجبها عن المستهلك. ولكي تحدث هذه المخالفة لا بد من توافر عنصر خاص بالإضافة إلى ركني الجريمة المادية والمعنوية، وهو نية رفع الثمن[٤].

- المخالفة الثالثة: عدم وضع بطاقات الأسعار:

وقد نصت هذه المخالفة في الفقرة (ب) من البند (ثالثاً) من قرار مجلس الوزراء السعودي رقم ٨٥٥، وتسري هذه المخالفة على تجار الجملة والتجزئة على حد سواء. ولم ينص نص القرار على نموذج محدد لبطاقات الأسعار، وبالتالي أي شكل من أشكال الإعلان عن السعر بشكل واضح أن الالتزام يتحقق وإزالة المخالفة[٥].

وطريقة حماية المستهلك من الإبلاغ عن هذه المخالفة تكمن في خلق جو من الرقابة على التاجر والمنتج، وعدم مخالفة التسعيرة إن وجدت. وتجدر الإشارة إلى

(١) عثمان، آمال عبد الرحمن، *قانون العقوبات الخاص فى جرائم التموين*، (دار النهضة العربية: ٢٠٠٦)، ص ٣٣٥.

(٢) سالم، نبيل مدحت، *الجرائم الاقتصادية*، (دار النهضة العربية: ط٣، ٢٠٠٤)، ص ٢٠١.

(٣) عثمان، آمال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ٣٣٥.

(٤) سرور، أحمد فتحى، *الوسيط فى قانون العقوبات – القسم الخاص*، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٧)، ص ٤٥٣.

(٥) موسى، أحمد كمال الدين، الحماية القانونية للمستهلك فى المملكة العربية السعودية، مرجع سابق، ص ١٥٧.

أن الالتزام بوضع بطاقة الثمن يجب أن يتم تنفيذه سواء تم تسعير السلعة المعروضة من قبل الإدارة أم لا[١].

- المخالفة الرابعة: الشراء بأكثر من التسعيرة:

وقد نظمت هذه المخالفة بموجب الفقرة (ج) من البند (ثالثاً) من قرار مجلس الوزراء رقم ٨٥٥، وتتعلق بحادثة التعامل الغذائي من قبل المستهلك ومدى احترامه للتسعيرة الجبرية، وهو ما يعتبر في نهاية المطاف أمراً في غاية الأهمية. مصلحة حماية المستهلك بشكل عام.

ورغم أن هذه المخالفة موجهة للمستهلك نفسه، إلا أنها في النهاية تصب في مصلحة جميع المستهلكين. فكما أن التاجر ملزم باحترام التسعيرة، فإن المستهلك ملزم بذلك التسعير أيضا، والسماح له بالانحراف عنه يعد إضعافا لإكراهه[٢].

ثالثاً: الحماية المتأتية من القرار رقم ٢٠٢ لسنة ١٤٢٨هـ:

جاء قرار مجلس الوزراء السعودي رقم ٢٠٢ لسنة ١٤٢٨هـ بإنشاء الجمعية السعودية لحماية المستهلك، ولعل هذه الخطوة التشريعية متقدمة في ضوء النظام القانوني السعودي في هذا الشأن. وإلى أي مدى كانت هذه الجمعية فعالة في تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، وإلى أي مدى ساعدتها النصوص؟ المسائل القانونية في هذا الشأن.

١- نشأة جمعية حماية المستهلك:

تأسست جمعية حماية المستهلك بتاريخ ١٤٢٨/٦/١٧هـ ولأغراض تنظيم عمل هذه الجمعية وصلاحياتها فقد تم إعداد عدة محاضر رسمية من قبل مجلس الخبراء بمجلس الوزراء كان أبرزها المحضر رقم ٣٩٧٧ بتاريخ ١٤٢٨/١٢/٣٠هـ، والمحضر رقم ٥١٢ بتاريخ ١٤٢٨/١٢/٣٠هـ، وكذلك توصية اللجنة العامة لمجلس الوزراء بتاريخ ١/١٢/١٤٢٩هـ، وقد توجت كل هذه الجهود بالنجاح. وصدور قرار مجلس الوزراء رقم (٣) بتاريخ ١/١٢/١٤٢٩هـ، والذي بموجبه تم تنظيم هذه الجمعية من حيث اختصاصاتها وعضويتها وهيكلها.

ويلاحظ منذ البداية أن إنشاء جمعية حماية المستهلك جاء بشكل مختلف عن الآلية التي يتم بها إنشاء الجمعيات الأهلية في المملكة العربية السعودية. جمعية حماية المستهلك من خلال الاطلاع على أهداف إنشائها[٣] أولاً، يتبين لنا أنها جمعية

(١) بركات، مصطفى، *المرجع فى التشريعات التموينية والجرائم المستعجلة*، (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٧)، ص ٥٥.

(٢) موسى، أحمد كمال الدين، المرجع فى التشريعات التموينية والجرائم المستعجلة، مرجع سابق، ص ١٦٠.

(٣) تنص المادة (٤)، من قرار مجلس الوزراء رقم ٢٠٢ المشار إليه على: "تهدف الجمعية إلى العناية بشئون المستهلك ورعاية مصالحه والمحافظة على حقوقه والدفاع عنها وتبنى قضاياه لدى الجهات العامة والخاصة وحمايته من جميع أنواع الغش والتقليد والاحتيال والخداع والتدليس فى جميع السلع والخدمات والمبالغة فى رفع أسعارهما ونشر الوعى الاستهلاكى لدى المستهلك وتبصيره بسبل ترشيد الاستهلاك".

مجتمع مدني وفقاً للمفهوم القانوني للجمعية الأهلية في نظام الجمعيات الأهلية السعودي، والذي عرفت المادة الثالثة منه جمعية المجتمع المدني بأنها: "كل جماعة لها منظمة لها الحق في ذلك والقدرة على الاستمرار لفترة محددة أو غير محددة - مكونة - من أشخاص ذوي طبيعة أو اعتبارية أو كليهما، ولا يهدف إلى الربح، وذلك لتحقيق غرض خيري أو تضامني أو ديني أو اجتماعي أو ثقافي أو صحي أو تربوي أو إبداعي، أو تقديم خدمات إنسانية سواء من خلال مالية أو معنوية أو المساعدة الفنية".

ويتحدد غرض جمعية حماية المستهلك من خلال قرار إنشائها وتنظيمها بعنوان واضح وهو حماية المستهلك ورعاية مصالحه. ولا شك أن هذا الهدف يندرج في إطار تحقيق أحد مقاصد الخير أو التضامن. ولذلك فإن جمعية حماية المستهلك، وفق هذا المفهوم وهذه الأهداف، ليست إلا جمعية مجتمع مدني.

ونستنتج من ذلك أن تأسيس جمعية حماية المستهلك بالشكل الذي تأسست به لم يكن إلا استثناء، وذلك لأهمية الجمعية الاجتماعية، وأعتقد أن تأسيسها بهذه الطريقة يعطيها شبه رسمي طابعها على وجه الخصوص إذا علمنا أن إيرادات هذه الجمعية كأساس أساسي هي الإعانات الحكومية، فضلا عن ما نسبته ١٠% من رسوم التصديق على المحررات التجارية التي تتقاضاها غرف التجارة والصناعة في كل منطقة[١].

٢- اختصاصات جمعية حماية المستهلك:

وتنظم اختصاصات جمعية حماية المستهلك المادة الخامسة من قرار مجلس الوزراء السعودي رقم (٢٠٢) المشار إليه سابقاً. ويمكننا تحديد هذه الاختصاصات من خلال النقاط التالية:

- تلقي شكاوى المستهلكين وتقديمها ومتابعتها مع الجهات المختصة[٢] سواء كانت هذه الشكاوى تتعلق، كما ورد في النص، بحالة نصب أو احتيال أو تلاعب بالسلع أو الخدمات أو المبالغة في أسعارها أو التضليل من خلال الإعلانات في الصحف.

ولم يوضح النص المقصود بالجهات المختصة، ولكن يمكن أن نستنتج أن المقصود بذلك الجهات الإدارية المعنية بمراقبة الأسعار وشؤون المستهلك والمستهلك، وعلى رأسها وزارة الصناعة والتجارة. وبعض المخالفات المشتكى منها

(١) تنص المادة (١٨)، من قرار مجلس الوزراء المنظم لجمعية حماية المستهلك على: "تتكون إيرادات الجمعية من المصادر الآتية: أ- الإعانات العمومية. ب- ريع المطبوعات والنشرات وإيراد تنظيم الندوات والمعارض والدورات. ج- عائدات استثمار ممتلكات الجمعية الثابتة والمنقولة. د- اشتراكات العضوية فى الجمعية. هـ- الهيئات والتبرعات والوصايا والأوقاف والمنح. و- نسبة (١٠%) من رسوم التصديق على الوثائق التجارية التى تتقاضاها الغرف التجارية والصناعية فى كل منطقة. ز- الموارد الأخرى التى يقترحها المجلس وتقرها الجمعية العمومية..".

(٢) نصت الفقرة ١، ٢ من المادة الخامسة، من قرار مجلس الوزراء المشار إليه.

تقع في إطار الجرائم المعاقب عليها جنائياً، مثل الاحتيال والغش، حيث يحرك المدعي العام الدعوى الجنائية. المصطلح "الجهات المختصة" يقتصر على الجهات الإدارية المعنية بحماية المستهلك.

وتنص الفقرة الثانية من المادة الخامسة على صلاحية جمعية حماية المستهلك في دعم الجهات الحكومية في جهودها لحماية المستهلك، كما أن اشتراط مصطلح "حكومي" الوارد في النص يؤكد تفسيرنا لعبارة "الجهات المختصة" على أنها السلطات الإدارية بدلاً من السلطات القضائية.

- تثقيف المستهلك وتبني قضاياه: وذلك من خلال إعداد البحوث والدراسات، وإقامة الندوات والدورات والمعارض، وتقديم الاستشارات والإرشادات للمستهلك. واختصاص جمعية المستهلك بهذه الأمور منصوص عليه في الفقرتين الثالثة والرابعة من المادة الخامسة من قرار مجلس الوزراء السعودي.

ويجب أن لا يتضمن اختصاص جمعية حماية المستهلك أية قضايا قانونية، بل يقتصر على توعية المستهلكين بحقوقهم وكيفية الحصول عليها. ويعتمد فعالية هذا الاختصاص على الانفتاح الثقافي والسياسي، ويعتبر وسيلة للضغط على المنتجين والمهنيين لتقديم عقود استهلاكية متوازنة نسبياً للمستهلك.

- اقتراح وتطوير الأنظمة المتعلقة بحماية المستهلك: نصت الفقرة الخامسة من المادة الخامسة من قرار مجلس الوزراء على اختصاصات جمعية حماية المستهلك دون تحديد آلية اقتراح الأنظمة أو الجهة المسؤولة عن ذلك، ولم تحدد مداها. والتي ينبغي أن تناقش هذه المقترحات من قبل الهيئات التشريعية.

ويمكن أيضاً أن نستنتج أن الجهة المخولة بتقديم المقترح التشريعي هي وزارة الصناعة والتجارة. وفقًا للنظام السعودي، تقوم كل وزارة ذات صلة بتقديم مقترحات للتشريعات التي تراها مناسبة في مجال اختصاصها، وبما أن وزارة الصناعة والتجارة هي الجهة المسؤولة بشكل أساسي، فيجب رفع اقتراحات جمعية حماية المستهلك المتعلقة بشؤون المستهلك إلى هذه الوزارة.

- تمثيل المستهلك في اللجان المحلية والدولية ذات العلاقة بحماية المستهلك: وقد نصت هذه السلطة في جمعية حماية المستهلك الفقرة السادسة من المادة الخامسة من قرار مجلس الوزراء السعودي المشار إليه، والمقصود بها اللجان المحلية والدولية في هذا الشأن. هذه هي أي تحالفات ومنظمات مدنية مجال اختصاصها هو حماية المستهلك. وهذا هو الحال أيضاً في اتحاد المستهلك العربي الذي تأسس عام ١٩٩٨، والمنظمة الدولية لحماية المستهلك CL.

II. المبحث الثانى
حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودى

تعتمد المملكة العربية السعودية الشريعة الإسلامية كدستور لها، وتطبق أحكامها. ولها الولاية العامة الحصرية وتكون النظام العام في جميع فروع الأنظمة. وقد أصدرت الهيئة التنظيمية بعض القواعد المنظمة للإعلانات التجارية[١].

وقد تم توضيح طبيعة الإعلان التجاري وأحكامه في نظام المطبوعات والنشر لعام ٢٠٠٠م، وتم تعريفه في المادة الثانية بأنه "ممارسة الإعلان التجاري" وتشمل الأنشطة المتعلقة بتصميم وتنفيذ الإعلانات التجارية والتحريرية والمصورة والمرسومة والمنطوقة، بالإضافة إلى إصدار التقاويم والدفاتر والأدلة التجارية والاقتصادية وأدلة الخدمات والهدايا وما شابه ذلك، وكذلك إعداد وتنفيذ الحملات التسويقية المتعلقة بضائع وخدمات[٢]. ونصت المادة ٧٣ من اللائحة، في فقرتها العاشرة، على ألا ينشر الإعلان التجاري مواد من شأنها تضليل جموع المستهلكين. كما يوضح قانون المطبوعات المقصود بالإعلان التجاري بأنه: "محتوى الإعلان من كلمات أو صور أو عبارات تنشره وسائل الإعلام مقابل أجر نيابة عن الأشخاص الطبيعيين". أو كيانات قانونية بهدف الترويج للسلع أو الخدمات التي تنتجها[٣]، وينص النظام على عدة ضوابط للإعلان التجاري أهمها:

١- ألا يخل الإعلان بالروابط الأسرية والتقاليد المتعلقة باحترام الكبار، أو الازدراء بالعلاقات الشرعية بما يؤدي إلى إحراج الكبار أمام أبنائهم أو إثارة تساؤلاتهم.

٢- عدم تقديم الجريمة أو أساليب الاحتيال كوسيلة دعائية لإغراء الناس بتقليدها أو الإعجاب بها أو التساهل مع مرتكبيها.

---

(١) ينفرد التنظيم القضائى السعودى على مثيلاته فى الدول أخرى بكونه يتفرع إلى ثلاثة أفرع رئيسية: أولاً/ القضاء العادى ويدخل ضمن اختصاصه القضايا المدنية والجنائية، وممثل فى المحكمة العامة والمحكمة الجزئية، ثانياً/ القضاء الإدارى ويدخل ضمن اختصاصه نظر المنازعات التى تكون الحكومة أو مؤسساتها طرفاً فى النزاع، وممثل فى ديوان المظالم. ثالثاً/ اللجان الإدارية شبه القضائية: وهى لجان المنتسبون لها موظفين مدنيين ولكنهم متخصصون فى الشريعة أو القانون ولهم صلاحية البت والفصل فى القضايا التى تدخل ضمن اختصاصهم، وما تصدره هذه اللجان يسمى قرار وليس حكم، وتنقسم هذه اللجان إلى لجان خاضعة لرقابة ديوان المظالم: أى أن استئناف قرارات هذه اللجان يكون أمام ديوان المظالم مثل لجنة الأحوال المدنية بالإضافة إلى لجان لا تخضع لرقابة الديوان مثل مكتب الفصل فى منازعات الأوراق التجارية – وهيئة حسم المنازعات العمالية – ولجنة حسم المنازعات المصرفية، وفى نظام القضاء الصادر عام ١٤٢٨ه ألغى المنظم المحكمة الجزئية وأضاف أربع محاكم جديدة وهى: المحكمة الجزائية، ومحكمة الأحوال الشخصية، المحكمة التجارية، والمحكمة العمالية، انظر: نظام القضاء فى المملكة العربية السعودية، الصادر بالمرسوم الملكى رقم (م/٧٨) بتاريخ ١٤٢٨/٩/١٩ه، المواد الثامنة عشر إلى الرابعة والعشرون.

(٢) المادة (٢)، الفقرة الثانية عشر من اللائحة التنفيذية لنظام المطبوعات والنشر، الصادر بالمرسوم الملكى رقم (٣٢)، بتاريخ ٢٠٠٠/١١/٣٠.

(٣) المادة (٧٤)، من اللائحة المشار إليها.

٣- عدم استخدام عبارات بذيئة أو بذيئة كميزة للإعلان.
٤- عدم نشر إعلانات تتضمن صور أو أسماء المستهلكين أو الفائزين بالجوائز دون الحصول على موافقتهم الكتابية على ذلك.
٥- عدم نشر حقوق الامتياز للعلامات التجارية أو الأسماء التجارية أو تصفية الشركات أو الإفلاس إلا بموافقة وزارة التجارة والاستثمار.
٦- عدم نشر إعلانات مشاريع البيع أو الاشتراكات إلا بموافقة الجهات المختصة.
٧- عدم نشر إعلانات عن منتجات طبية أو علاجية إلا بموافقة وزارة الصحة.
٨- يجب استخدام اللغة العربية في الإعلان.

كما يعاقب النظام في حالة تكرار المخالفة خلال خمس سنوات من تاريخ صدور الحكم النهائي بغرامة لا تزيد على مثلي الحد الأقصى للعقوبة المقررة للمخالفة، وفي حالة التكرار لمدة وفي المرة الثالثة يحظر عليه مزاولة النشاط التجاري لمدة لا تزيد على خمس سنوات(١).

ولمزيد من الحماية من خطر الإعلانات المضللة، خصصت منظمة جمعية حماية المستهلك حق الجمعية في تلقي الشكاوى المتعلقة بالغش والتضليل من خلال الإعلانات ورفعها إلى الجهات المختصة ومتابعتها. كما أعطى النظام للمتضررين من الإعلانات المضللة الحق في التعويض وفقا للشريعة الإسلامية من خلال رفع دعواه أمام السلطات القضائية(٢).

II.أ. المطلب الأول

الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودى

يعرف الإعلان التجارة بأنها: " الترويج الغير شخصي هو نقل المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات بغرض إقناع الجمهور، وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام مقابل رسوم يدفعها المعلن"(٣).

ويعرفه آخر بأنه: " تعريف المستهلك بسلعة أو خدمة معينة من خلال الإعلان أو الإخبار بها، وذلك من خلال تسليط الضوء على مميزاتها وفوائدها، بهدف زيادة اهتمام الجمهور وإقباله على اقتناء هذه السلعة أو الخدمة"(٤).

أما ما يتعلق بالإعلان المضلل فقد عرفه شراح القانون بأنه: "إعلان يتم صياغته بعبارات من شأنها أن تؤدي إلى خداع المتلقي"(٥).

---

(١) المادة (٢٤)، من نظام مكافحة الغش التجارى.
(٢) المادة (٢٢)، من نظام مكافحة الغش التجارى.
(٣) خيرى، صبرى محمد خليل، "الإعلانات التجارية بين الغش التجارى والالتزام الجماعى"، بحث منشور على الموقع الرسمى للباحث ttps://drsabrikhalil.wordpress.com. (٢٠٢١):
(٤) المرسى، محمد زهرة، *الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية*، (دار النهضة العربية: ط١، ٢٠٠٨)، ص ١٥٩.
(٥) الزقرد، أحمد سعيد، *الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة*، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧)، ص ١٧٠.

كما يعرف أيضاً بأنه: "كل إعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي إلى تضليل أو من المحتمل أن تضلل مخاطبيه أو منافسيه بشكل قد يضر بمصالحهم، أو إعلان يحتوي على معلومات تؤدي إلى وقوع المستهلك في الحيرة والخداع فيما يتعلق بأمور أساسية. عناصر أو أوصاف المنتج"[١].

ومن المصطلحات التجارية التى يشوبها الكذب والتضليل الآتى:

- العلامات التجارية: وسيلة لتمييز منتجات أو خدمات المشروع عن نظيراتها[٢].
- الدعاية: هي فن التأثير على الجماهير لإقناعهم نحو هدف سياسي أو أدبي وليس هدف تجاري[٣].
- الإعلام: هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي وليس بقصد الربح. وعليه فهي تعتبر إحدى وسائل الربط والتواصل بين الأفراد[٤].

ولتحديد الطبيعة القانونية للإعلانات التجارية، يقودنا ذلك إلى إيجاد الوسائل القانونية الممكنة لحماية المستهلك من الإعلانات المضللة أو الكاذبة، ومن هنا تظهر أهمية دراستها. وقد اختلف الفقهاء في تحديد مفهومه في ثلاثة اتجاهات، على النحو التالي:

١- أن الإعلان التجارى يعد إيجاباً:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن العرض الموجه للجمهور هو عرض يتم به العقد، إذا تم تحديد سعره والعناصر الأساسية للعقد بما يزيل الجهل به. وعليه فإن الإعلان عن السلع والخدمات مع عرض أسعارها في المراكز التجارية أو النشرات الخاصة أو بالوسائل المرئية أو المسموعة وغيرها من وسائل الإعلان المختلفة يعتبر عرضاً صريحاً من المعلن المبرم العقد إذا كان مصحوباً بما يقابله. القبول من قبل المستهلك وفقاً للقواعد العامة في العقود، ولا يحق للمعلن التنازل عنه، لأن القول بغير ذلك ينافي قوة الإيجاب الملزمة[٥].

---

(١) بايز، بختيار صابر، "الحماية الوقائية للمستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة قانونية مقارنة"، *مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، العراق*، ع٢، (٢٠١٢): ص ٩.

(٢) الكمالى، محمد محمود ، "دور العلامة التجارية فى حماية المستهلك"، *بحث مقدم لندوة حماية المستهلك فى الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات*، (١٩٩٨):ص ٧.

(٣) منديل، عبد الجبار، *الإعلان بين النظرية والتطبيق*، (عمان: دار البارودى العلمية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩)، ص ١٥.

(٤) ممدوح، خالد إبراهيم، *حماية المستهلك فى المعاملات الإلكترونية*، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٧)، ص ٨٤.

(٥) الزقرد، أحمد سعيد، مرجع سابق، ص ٢١١.

٢- أن الإعلان التجارى يعد دعوة للتعاقد:

ويرى أنصارها أن الهدف من الإعلان هو جذب المستهلك وطلب رغبته في إبرام عقد. ولذلك يعتبر الإعلان التجاري بمثابة دعوة للتفاوض، وليس عرضا ينتظر القبول. وحجتهم هي أن الوسيلة الإعلامية قد تحقق هدفها في جذب المستهلك، وقد لا تحققه. وهذا ما يؤكده أن العديد من وسائل الإعلام الإعلانية تضع في إعلاناتها بنوداً تتيح للمستهلك أن يفاوض الشيء المعلن عنه، وبالتالي فإن هذا يتناقض مع العرض الذي يجب أن يكون واضحاً من المعلن ولا يتضمن فرصة للمعروض عليه للتفاوض على السلعة أو الخدمة المعلن عنها[١].

٣- التفصيل بناءً على تحديد الأشخاص من عدمه:

ويرى قسم من الفقهاء أنه لا بد من النظر في حالة الإعلان التجاري من حيث الأشخاص الذين يوجه إليهم، بمعنى أنه إذا تم الإعلان التجاري بشكل عام على الجمهور المستهلك فإن ذلك يعتبر دعوة للتفاوض. ولكن إذا تم تحديد الأشخاص المعنيين بالإعلان بشكل محدد، كالاسم مثلاً، فهذا يعتبر قبولاً إيجابياً من المعلن[٢].

II.ب. المطلب الثانى
حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة أو المضللة فى النظام السعودية

عرفت اللائحة التنفيذية لنظام المطبوعات والنشر الدعاية والإعلان الخاضعة لأحكامها فى مادته الأولى بأنها: "مزاولة الأنشطة المتعلقة بتصميم وتنفيذ الإعلانات التجارية والتحريرية والمصورة والمرسومة والمنطوقة وإصدار التقاويم والدفاتر والأدلة التجارية والاقتصادية وأدلة الخدمات والهدايا وما في حكمها، وكذلك إعداد وتنفيذ الحملات التسويقية المتعلقة بالسلع والمنتجات والخدمات"[٣].

وتنص المادة (٧٣) من اللائحة التنفيذية تنص فى إحدى فقراتها على: " لا يجوز نشر إعلانات تحتوي على مواد من شأنها تضليل المستهلك"[٤].

وتتوزع المسؤولية النظامية والقانونية عن هذه المخالفات على العديد من الجهات الحكومية والخاصة، كل حسب تخصصه ومجال رقابته، ومن بينها وزارة

---

(١) عبد الله، ليندة، "حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة"، *مجلة الندوة للدراسات القانونية، ع٢، الجزائر*، (٢٠١٤):ص ١٩.

(٢) الزقرد، أحمد سعيد، مرجع سابق، ص ٢١٣.

(٣) جاءت هذه القواعد فى نظام المطبوعات والنشر الصادر عام ١٤٢١هـ واللائحة التنفيذية له الصادرة فى عام ١٤٢٢ ه، وتنص المادة (١٥)، من القرار الوزارى رقم (١٧٧) بتاريخ ١٤١٠/١١/٤ه، فى شأن قواعد تنظيم لوحات الدعاية والإعلان على: "يجب أن يكون الإعلان منسجماً مع عادات وتقاليد البلاد، وأن تتلاءم مادة الإعلان مع الذوق السليم مع مراعاة أن تكون الصور والكتابات فى إطار الآداب الإسلامية، وأن تراعى قواعد اللغة العربية الفصحى فى نص الإعلان.

(٤) المادة (٧٣)، فى نظام المطبوعات والنشر الصادر عام ١٤٢١ه، واللائحة التنفيذية له والصادرة فى عام ١٤٢٢هـ.

الداخلية، وزارة التجارة، وزارة الشؤون البلدية والقروية، وزارة الإعلام، وهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وجمعية حماية المستهلك[١]، وتمارس هذه الهيئات دورها الرقابي الواجب في مكافحة فوضى الإعلانات التجارية حماية للدين والأخلاق والأمن والاقتصاد وحقوق الناس وسمعة الوطن.

وجرم نظام مكافحة الغش التجاري الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٩) وتاريخ ١٤٢٩/٠٤/٢٣هـ الغش الإعلاني وعاقب عليه، حيث نصت المادة الأولى: "عقوبة لا تزيد على خمسمائة ألف ريال إلى مائة ألف ريال" أو إغلاق المحل لمدة لا تتجاوز ١٠٠ ألف ريال». أقل من أسبوع ولا يزيد على تسعين يوماً أو كليهما كل من خدع أو حاول خداع أو خداع أو حاول الخداع بأية طريقة في أي من الأمور الآتية: ... الفقرة (د) من المادة الأولى من قانون المكافحة -قانون الاحتيال قد يحدث الخداع التجاري (بوصف السلعة أو الإعلان عنها أو عرضها بطريقة تحتوي على معلومات كاذبة أو خادعة)[٢].

والمقصود بذلك أن حقيقة السلعة مخالفة لما هو مكتوب عليها من وصف أو معلومات أو على غلافها أو في النشرة المرفقة بها أو مخالفة لما هو معلن بأي شكل من الأشكال. الإعلان في إحدى وسائل الإعلام المقروءة أو المسموعة أو المرئية.

ولا ينص نظام مكافحة الاحتيال التجاري على طرق محددة لحدوث الخداع أو محاولته. فمجرد صدور الكذب من مرتكبه، سواء بالكتابة أو بالكلام أو حتى بالإشارة، يكفي لحدوثه. يمكن أن يحدث الخداع بطرق مختلفة[٣].

الخاتمـــــة

نوجز فى ختام هذا البحث أهم النتائج والتوصيات وذلك على النحو التالى:

أولاً: النتائج:

- إن الحفاظ على حقوق المستهلك وضمان حصوله على أعلى المنافع من البائعين، سواء كانوا تجاراً أو مصنعين أو مقدمي خدمات أو ناشرين للأفكار، يتم في إطار معاملة تسويقية تنطوي على سلعة أو فكرة أو خدمة.
- حماية المستهلك مسؤولية اجتماعية يتقاسمها عدة أطراف ومنهم المستهلك نفسه.

---

(١) العبدلى، عبيد بن سعد، *حماية المستهلك فى المملكة العربية السعودية*، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٤٢٨هـ)، ص ٣٠.

(٢) وزارة التجارة والصناعة السعودى، نظام مكافحة الغش التجارى، مرسوم ملكى رقم (م/١١) بتاريخ ١٤٠٤/٥/٢٩ه، ولائحته التنفيذية الصادرة بناءً على قرار وزير التجارة رقم (٢٣/١/٣/١٣٢٧) بتاريخ ١٤٠٥/٦/١هـ.

(٣) الصغير، ناصر محمد ، "الحماية الجنائية من الغش التجارى فى النظام السعودى"، (رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، الرياض، ٢٠٠١):ص ٧٨.

- تفعيل دور التشريعات المتوفرة وتحديثها بما يتناسب مع عصرنا الحالي.

ثانياً: التوصيات:

- السعي إلى توعية المستهلك بكافة الوسائل المتاحة سواء المسموعة أو المرئية أو المصورة.
- اعتماد مفهوم موسع لكل من المستهلك والتاجر ضمن إطار حماية أوسع لحماية حقوق المستهلك.
- التوصية بنشر ثقافة حماية حقوق المستهلك بين طلاب الجامعات والمؤسسات الحكومية المختلفة.
- تطبيق القوانين الملزمة لمكافحة فوضى الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة لحماية المستهلك.

قائمـــــــة المراجـــــع

القرآن الكريم.

أولاً: القواميس:

١- أبو بكر مسعود الكاساني، *بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع*، دار الكتب العلمية: ط٢، ج٧، ١٩٨٦.

٢- عبد العزيز بن أحمد البخاري، *كشف الأسرار شرح أصول البزدوي*، دار الكتاب الإسلامي: ج٤.

٣- محمد بن جرير الطبري، *جامع البيان في تأويل القرآن*، تحقيق: أحمد محمد شاكر، مؤسسة الرسالة: ط١، ج٢١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.

٤- محمد بن محمد الحسيني الزبيدي، *تاج العروس من جواهر القاموس*، مجموعة المحققين، دار الهداية: ج٢٧.

٥- محمد بن مكرم ابن منظور، *لسان العرب*، بيروت: دار صادر، ط٣، ج١٠، ١٤١٤هـ.

٦- محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، *القاموس المحيط*، تحقيق مكتب التراث في مؤسسة الرسالة، لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط٨، ج١، بيروت، ٢٠٠٥.

ثانياً: الكتب:

١- الأهواني، حسام الدين، *عقد البيع*، دار النهضة العربية: ٢٠٠٨.

٢- بركات، مصطفى، *المرجع فى التشريعات التموينية والجرائم المستعجلة*، القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٧.
٣- الجريسى، خالد بن عبد الرحمن، *سلوك المستهلك – دراسة تحليلية للمقررات الشرائية للأسرة السعودية (نموذج تطبيقى على شراء الحاسب الآلى)*، الرياض: مؤسسة الجريسى للتوزيع والإعلان، ٢٠٠٧.
٤- جلال، محسون بهجت، *مبادىء الاقتصاد*، الرياض: مؤسسة الأنوار، ٢٠٠٧.
٥- جميعى، حسن عبد الباسط، *حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك*، القاهرة: دار النهضة العربية، ط١، ١٩٩٦.
٦- حسن، عاطف عبد الحميد حماية المستهلك، مصر: دار النهضة العربية، ١٩٩٦.
٧- حمد الله، حمد الله محمد، *حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية فى عقود الاستهلاك – دراسة مقارنة*، دار الفكر العربى: ١٩٩٧.
٨- دويدار، هانى، *نظرات فى التنظيم القانونى للتجارة الإلكترونية*، محاضرات ألقيت على طلبة دبلوم الدراسات العليا فى القانون الخاص بكلية الحقوق – جامعة بيروت العربية: ٢٠٠٦.
٩- الزرقا، مصطفى أحمد، *المدخل إلى نظرية الالتزام العامة فى الفقه الإسلامى*، دمشق: دار القلم، ط١، ١٩٩٩.
١٠- الزقرد، أحمد سعيد، *الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة*، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧.
١١- الزهرانى، على وآخرون، *مبادىء علم القانون*، مكتبة جرير: ط١، ١٤٣٣هـ.
١٢- سالم، نبيل مدحت، *الجرائم الاقتصادية*، دار النهضة العربية: ط٣، ٢٠٠٤.
١٣- السبهانى، عبد الجبار حمد ، *الوجيز فى الفكر الاقتصادى الوضعى والإسلامى*، الأردن: دار وائل للنشر، ط١، عمان، ٢٠٠١.
١٤- سرور، أحمد فتحى، *الوسيط فى قانون العقوبات – القسم الخاص*، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٧.
١٥- عبد الله، أمين مصطفى، *أصول الاقتصاد الإسلامى*، مطبعة عيسى البابى الحلبى وشركاه: ١٩٨٤.
١٦- عبد الهادى، أحمد إبراهيم، *إدارة المبيعات وحماية المستهلك*، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٧.
١٧- العبدلى، عبيد بن سعد، *حماية المستهلك فى المملكة العربية السعودية*، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٤٢٨هـ.

١٨- عثمان، آمال عبد الرحمن قانون العقوبات الخاص فى جرائم التموين، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦.
١٩- عمران، السيد محمد، *حماية المستهلك أثناء تكوين العقد – دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة لحماية المستهلك*، الإسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٨٦.
٢٠- المرسى، محمد زهرة، *الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية*، (دار النهضة العربية: ط١، ٢٠٠٨.
٢١- ممدوح، خالد إبراهيم، *حماية المستهلك فى المعاملات الإلكترونية*، الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٧.
٢٢- منديل، عبد الجبار، *الإعلان بين النظرية والتطبيق*، عمان: دار البارودى العلمية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩.
٢٣- موسى، أحمد كمال الدين، *الحماية القانونية للمستهلك فى المملكة العربية السعودية*، دون ناشر: ١٤٠٢هـ.

ثالثاً: الرسائل العلمية:

١- خليفة، عمر محمد، " الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)"، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠، ص ٤١.
٢- الصغير، ناصر محمد، "الحماية الجنائية من الغش التجارى فى النظام السعودى"، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، الرياض، ٢٠٠١، ص ٧٨.

رابعاً: الأبحاث العلمية المنشورة:

١- أبو قرين، أحمد عبد العال، "نحو قانون لحماية المستهلك"، *منشورات مركز البحوث، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية*، (١٩٩٣):ص ١٧.
٢- بايز، بختيار صابر، "الحماية الوقائية للمستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة قانونية مقارنة"، *مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، العراق*، ع٢، (٢٠١٢): ص ٩.
٣- خيرى، صبرى محمد خليل، "الإعلانات التجارية بين الغش التجارى والالتزام الجماعى"، بحث منشور على الموقع الرسمى للباحث ttps://drsabrikhalil.wordpress.com. (٢٠٢١):
٤- الذنيبات، أسيد حسن، "حماية المستهلك فى النظام السعودى بين الواقع والمأمول (دراسة مقارنة بالقانون المصرى)"، *المجلة الأردنية فى القانون والعلوم السياسية*، مج٨، ع٢، (٢٠١٦):ص ١٠٣.

٥- زغلول، برهامى عبد الحميد، "حقوق المستهلك والتربية الاستهلاكية: التنظير - التطبيق – التغيير"، *المؤتمر العلمى الحادى عشر – التربية وحقوق الإنسان، مج١، كلية التربية، جامعة طنطا، مصر*، (٢٠٠٧): ص ٣٤٤.
٦- سرى صيام، أحمد الطيب، وفؤاد، أيسر، "الحماية التشريعية للمستهلك فى مصر"، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، (١٩٩٩):ص ٧.
٧- عبد الفضيل، محمود، " إعمال الواقع وتفعيل الحقوق الاقتصادية والاجتماعية فى العالم العربى"، ورقة عمل مقدمة ضمن أعمال الندوة الإقليمية حول تفعيل العهد الدولى للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى البلدان العربية، والتى نظمها مكتب المفوض السامى لحقوق الإنسان وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائى فى الدار البيضاء (المغرب)، من ١٦ – ١٧ يوليو ٢٠٠٣، *منشورات المنظمة العربية لحقوق الإنسان، القاهرة*، (٢٠٠٣):ص ٤٨.
٨- عبد الله، عبد الكريم عبد الله، وحوى، فاتن حسين، " أسماء مواقع الإنترنت والعلامات التجارية وتسوية المنازعات الناشئة بينهما"، *المجلة اللبنانية للتحكيم العربى والدولى، بيروت*، ع٥١، (٢٠٠٩): ص ٣٩.
٩- عبد الله، ليندة ، "حماية المستهلك من الإعلانات الإلكترونية المضللة"، *مجلة الندوة للدراسات القانونية، الجزائر*، ع٢، (٢٠١٤): ص ١٩.
١٠- عثمان، جمال عباس أحمد، "حماية المستهلك نظامياً بين الواقع والمأمول"، *مجلة البحوث والدراسات الشرعية*، مج٤، ع٤٣، (٢٠١٥): ص ٢٨٨.
١١- عوض الله، زينب حسين، "حماية المستهلك العربى – دراسة تحليلة للحقوق والضمانات"، *مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، أبحاث المؤتمر السنوى الدولى الخامس، الكويت*، (٢٠١٨):ص ٨٥.
١٢- عوض الله، زينب حسين، "حماية المستهلك فى إطار التغيرات الهيكلية فى الاقتصاد المصرى"، *مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية*، ملحق ع٣، ٤، (١٩٩٤).
١٣- الفنجرى، محمد شوقى، "الحرية الاقتصادية وتدخل الدولة فى النشاط الاقتصادى فى الإسلام"، *بحث منشور فى مجلة الخفجى بالمملكة العربية السعودية*، ع٢، مج٥، (١٣٩٥هـ): ص ٥ وما بعدها.
١٤- الكمالى، محمد محمود، "دور العلامة التجارية فى حماية المستهلك، بحث مقدم لندوة حماية المستهلك فى الشريعة والقانون"، *كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات*، (١٩٩٨): ص ٧.
١٥- منصور، سامى، "الإثبات الإلكترونى فى القانون اللبنانى (معاناة قاض)"، مقالة منشورة فى كتاب أعمال المؤتمر القانونى حول الجديد فى أعمال المصارف من

الوجهتين القانونية والاقتصادية، *أعمال المؤتمر العلمي السنوى لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية*، ج١، *الجديد في التقنيات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت*، (٢٠٠٤):ص ٣٤٣.
١٦- موسى، أحمد كمال الدين، "السياسة التموينية في المملكة العربية السعودية"، *منشورات معهد الإدارة العامة، الرياض*، (١٤٠٠هـ): ص ٤٧ وما بعدها.
١٧- موسى، أحمد كمال الدين، "الفاعل المسؤول في الجرائم التموينية"، بحث *منشور في مجلة الإدارة العامة بالرياض*، ع٢٥، (١٤٠٠هـ): ص ٧٣.
١٨- النكاس، جمال، "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي"، *منشور في مجلة الحقوق الكويتية*، السنة ١٣، ع١، (١٩٨٩):ص ٤٧ وما بعدها.

خامساً: القرارات والنظم والمراسيم الملكية:

١- القرار الوزارى رقم (١٧٧) بتاريخ ١٤١٠/١١/٤ه، في شأن قواعد تنظيم لوحات الدعاية والإعلان.
٢- القرار الوزارى رقم ١٤٥٢ بتاريخ ١٣٩٧/٥/٢هـ بشأن الأسمنت.
٣- القرار الوزارى رقم ١٤٥٤ بتاريخ ١٣٩٥/٥/٢١هـ بشأن مادة الأرز.
٤- القرار الوزارى رقم ٤٥٩ بتاريخ ١٣٩٤/٣/٢٢هـ بتسعير الخبز الأبيض.
٥- اللائحة التنفيذية لنظام المطبوعات والنشر، الصادر بالمرسوم الملكى رقم (٣٢) بتاريخ ٢٠٠٠/١١/٣٠.
٦- المرسوم الملكى رقم ٥٧ بتاريخ ١٣٩٦/٧/١٥هـ للإتجار بالجملة والتجزئة في المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية.
٧- المرسوم الملكى رقم ٥٧ بتاريخ ١٣٩٦/٧/١٥هـ للإتجار بالجملة والتجزئة في المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية.
٨- النظام الأساسي للحكم في المملكة العربية السعودية.
٩- نظام القضاء في المملكة العربية السعودية، الصادر بالمرسوم الملكى رقم (م/٧٨) بتاريخ ١٤٢٨/٩/١٩ه.
١٠- نظام المطبوعات والنشر الصادر عام ١٤٢١هـ واللائحة التنفيذية له الصادرة في عام ١٤٢٢ ه.
١١- نظام مجلس الشورى رقم (٩١) الصادر بتاريخ ١٤١٢/٢/٣هـ.
١٢- نظام مكافحة الغش التجارى.
١٣- نظام مكافحة الغش التجارى، مرسوم ملكى رقم (م/١١) بتاريخ ١٤٠٤/٥/٢٩ه، ولائحته التنفيذية الصادرة بناءً على قرار وزير التجارة رقم (٢٣/١/٣/١٣٢٧) بتاريخ ١٤٠٥/٦/١هـ.

سابعاً: المراجع الأجنبية:

Lioyd's Bank, Ltd V. Bundy (1975) Q.B 326 . 336 -7. Lioyd's Rep 14. P. 70.