

حماية المستهلك في المعاملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نظام المعاملات الإلكترونية السعودي

إعداد الطالبة: مروج أبوبكر بافقيه

إشراف: د. أمل شلبي

المستخلص

إن التطور التكنولوجي الهائل أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية، فأصبح بإمكان أي شخص امتلاك متجر إلكتروني، ولم يقتصر ذلك على التجار، بل أصبح بإمكان أي شخص عادي امتلاك متجر إلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما أدى إلى زيادة قلق المستهلكين في عملية الشراء عبر هذه المواقع من إمكانية وقوعهم ضحية عملية نصب، خاصة أن مواقع التواصل لا تخضع لضوابط نظامية تحمي المستهلك. فجاءت الدراسة لتجيب عن التساؤل الآتي: ماهي وسائل حماية المستهلك في المعاملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وقد تم تقسيم الدراسة إلى مبحث تمهيدي تطرق لماهية المستهلك في معاملات مواقع التواصل الاجتماعي، ومبحث أول تحدث عن حماية المستهلك قبل العقد الإلكتروني، ثم مبحث ثانٍ تطرق لحماية المستهلك أثناء انعقاد العقد الإلكتروني، وأخيرًا مبحث ثالث وضح حماية المستهلك بعد العقد الإلكتروني. وقد تم الرجوع في هذه الدراسة إلى نظام المعاملات الإلكترونية السعودي، ومشروع نظام التجارة الإلكترونية، واستخدام المنهج الوصفي التحليلي. ثم توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

1. تقوم جمعية حماية المستهلك بتلقي الشكاوى المتعلقة بالتضليل الإعلاني، ورفع ذلك إلى الجهات المختصة ومتابعتها.
2. على المستهلك التأكد من توثيق المتجر الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي في موقع (معروف) الذي أطلقته وزارة التجارة والاستثمار.

كما توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها:

1. نوصي المنظم السعودي بسرعة إصدار نظام التجارة الإلكترونية لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك في العقود الإلكترونية.
2. نوصي وزارة التجارة بسرعة إصدار قرار إلزام مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بإصدار رخصة عند ممارستهم لنشاطات إعلامية عبر حساباتهم، أسوة بالأسر المنتجة بإصدار ترخيص.

Consumer's Protection in Transactions across Social Networking Sites in the Saudi Electronic Transactions System

Author by: Morouj Abubakr Bafageeh

Supervised by: Dr. Amal shalabi

Abstract

The significant technological development has caused the emergence of e-commerce, which enables every individual to have the chance to own his/her online store. Particularly, due to the wide spread of social networking sites, online stores are not restricted to merchants anymore; on the contrary, any account holder can create one. This has led to increasing consumers' concern in the purchasing process through these sites of the possibility of becoming victims of scam, especially as the social networking sites are not subject to regulatory controls that protect the consumer.

So this study aims to answer the question: What are the means of consumer protection in transactions across social networking sites? The study is divided into a preliminary study that deals with the consumer in transactions across social networking sites, Followed by the first study, which investigates consumer protection before the e-contract, Then a second study that deals with consumer protection during the e-contract, Finally, a third study that clarifies consumer protection after the e-contract. This study was relied on the Saudi Electronic Transactions System and the E-Commerce System project. The descriptive analytical approach is used. Then the study reached several results:

The Consumer Protection Association receives complaints concerning misleading advertising, and submits it to the competent authorities and follow them up.

The consumer should ensure that the online store at the social networking sites is authenticated at the "Maroof" website launched by the Ministry of Commerce and Investment.

The study also provides a number of recommendations, including:

We recommend the Saudi legislator to issue the E-Commerce System faster to provide consumer protection in electronic contracts.

We recommend the Ministry of Commerce to make a decision faster to oblige the celebrities of the social media sites to issue a license in the exercise of media activities through their accounts, as well as requiring the productive families to issue a license.