

**Electronic consumer protection under Jordanian law****Dr. Mohamad Ali Helalat**

Faculty of law - Al-Hussein Bin Talal University-Ma'an – Jordan (00962777462693)

Received: 19/12/2021

Revised: 29/6/2022

Accepted: 14/7/2022

Published: 30/09/2022

DOI:

<https://doi.org/10.35682/jjlp.s.v14i3.459>

Corresponding author:

[moh\\_helalat@yahoo.com](mailto:moh_helalat@yahoo.com)

All Rights Reserved for Mutah University, Karak, Jordan.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means: electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

**Abstract**

This research deals with a relatively recent topic, which is the protection of the electronic consumer under Jordanian law, as this protection is an important legal issue imposed by the technical development taking place in the electronic environment and the increased interest in the electronic consumer, which has become the focus of electronic contracting. This is why the research aims to ensure the availability of legal protection for consumers under Jordanian law.

In general, the Jordanian legislator did not set special provisions for consumer protection in electronic transactions; still, at the same time, it addresses consumer protection in general through the Jordanian Consumer Protection Law.

The study recommends that in order to give effective civil protection to the electronic consumer, the Jordanian Consumer Protection Law should include new rules that are commensurate with the reality of electronic contracts and are completely different from those traditional rules that have become unable to keep pace with the development taking place in electronic commerce.

**Keywords:** Electronic Commerce, Electronic Contracts, Electronic Consumer, Civil Protection, Jordanian Law.

## حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون الأردني

د. محمد علي الهلالات

كلية القانون - جامعة الحسين بن طلال \_ الأردن، (00962777462693).

## ملخص

تناول البحث موضوعاً حديثاً نسبياً وهو حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون الأردني، حيث تعد هذه الحماية مسألة قانونية مهمة فرضها التطور التقني الحاصل في البيئة الإلكترونية وزيادة الاهتمام بالمستهلك الإلكتروني، الذي بات محور التعاقد الإلكتروني. وهذا ما يهدف إليه البحث للتأكد من مدى توافر الحماية القانونية لهذا المستهلك في ظل القانون الأردني.

وقد خلص الباحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن المشرع الأردني لم يشر في قانون حماية المستهلك إلى منح المستهلك فرصة للتفكير قبل إبرام العقد، كذلك الحال بالنسبة لحق العدول. وأيضاً كان موقفه غامضاً بالنسبة للحق بالتبصير الإلكتروني. وبالمجمل نجد أن المشرع الأردني لم يضع أحكاماً خاصة لحماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية، ولكنه في نفس الوقت تطرق إلى حماية المستهلك بصفة عامة وذلك من خلال قانون حماية المستهلك الأردني.

يوصى الباحث ولكي يتم إضفاء الحماية الفعالة للمستهلك الإلكتروني، أن يتم وضع قواعد خاصة لحماية المستهلك الأردني، أو على الأقل أن يتضمن قانون حماية المستهلك الأردني قواعد جديدة تتناسب مع واقع العقود الإلكترونية وتختلف تماماً عن تلك القواعد التقليدية التي باتت عاجزة عن مسايرة التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية

**الكلمات الدالة:** التجارة الإلكترونية، العقود الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، الحماية المدنية، القانون الأردني.

تاريخ الاستلام: 2021/12/19

تاريخ المراجعة: 2022/6/29

تاريخ موافقة النشر: 2022/7/14

تاريخ النشر: 2022/09/30

الباحث المراسل:

[moh\\_helalat@yahoo.com](mailto:moh_helalat@yahoo.com)

حقوق النشر محفوظة لجامعة

مؤتة، الكرك، الأردن.

جميع الحقوق محفوظة، فلا يسمح

بإعادة طباعة هذه المادة أو النقل

منها أو تخزينها، سواء أكان ذلك

عن طريق النسخ، أم التصوير، أم

التسجيل، أم غيره، وبأية وسيلة

كانت: إلكترونية، أو ميكانيكية، إلا

بإذن خطي من الناشر نفسه.

## المقدمة:

أصبح العالم الآن يشهد تطوراً هائلاً في علم الاتصالات والمعلومات، وهذا بدوره انعكس إيجاباً على تلك التجارة التي تتم بوسائل تقنية أو وسائل الاتصال الحديثة، هذه التجارة عرفت بالتجارة الإلكترونية التي ساهمت في جعل العالم عبارة عن قرية صغيرة يتم من خلالها تبادل السلع والمنافع بصورة سريعة ومرنة. يعد مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة نسبياً التي أصبحت تطرق أبواب حياتنا بقوة، بل وأصبحنا نسمع ونتعامل بها يومياً ليعبر عن تلك الثورة المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم التجارة الإلكترونية لدرجة أنه يمكننا القول بصعوبة تحديد تعريف دقيق للتجارة الإلكترونية خاصة أن الأمر منوط بتعدد المراجع واختلاف التوجهات التشريعية هذا من جانب، ومن جانب آخر ارتباط ذلك أيضاً بمجموعة متزايدة من الأنشطة التي يمكن ممارستها خلال شبكة الإنترنت.

ويبدو أن الانطلاق الجيد لتحديد تعريف التجارة الإلكترونية يمكن من خلال فهم أنه يستلزم ممارسة نشاط تجاري بوسائل تكنولوجية من خلال شبكة الإنترنت. وعليه يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية هي مجموعة الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها خلال شبكة الإنترنت الدولية.

وبالرجوع إلى القانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، نجد أنه لم يعرف العقود الإلكترونية بشكل واضح، وإنما تحدث عنه من خلال تعريف رسالة البيانات، فقد نصت المادة (2) من القانون على أن رسالة البيانات هي المعلومات التي يتم إنشاؤها، أو إرسالها، أو استلامها، أو تخزينها بوسائل الكترونية، أو ضوئية، أو بوسائل مشابهة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية، أو البريد الإلكتروني، أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي.

أما المشرع الأردني فيبدو أنه سار على خطى قانون الأونيسترال النموذجي حيث إنه في قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015 لم يعرف العقد الإلكتروني بشكل مباشر وإنما عرفه بالنظر إلى الطريقة التي ينعقد بها، وهو ما أعطى مفهوماً جديداً للتعاقد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة. فقد عرفت المادة (2) من القانون رسائل المعلومات الإلكترونية بأنها "المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو تسلمها أو تخزينها بأي وسيلة الكترونية ومنها البريد الإلكتروني أو الرسائل القصيرة أو إي تبادل للمعلومات الكترونياً".

إن موضوع التعاقد الإلكتروني يثير الكثير من الإشكاليات، وأبرز هذه الإشكاليات هي حماية جمهور المستهلكين، تلك الفئة التي تعد طرفاً ضعيفاً في تلك المعادلة. فالمستهلك غالباً ما يقوم بإبرام العقود الإلكترونية دون أن تكون لديه الخبرة اللازمة أو تكون عنده القدرة الفنية للحكم على جودة السلعة محل التعاقد. ولما كان المستهلك في هذه الأحوال قد يكون عرضة للغش أو الاستغلال، فكان لا بد من إثارة

مدى الحماية القانونية المدنية التي تتوفر له في ظل القانون الأردني، وكذلك الضمانات القانونية التي تحقق حماية مدنية فعالة، وصولاً إلى إمكانية تحقيق التوازن العقدي بينه وبين المزود أو الحرفي.

#### أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أن كثيراً من العقود باتت تبرم من خلال الانترنت، بل واتسع مجال إبرام تلك العقود في نطاق التجارة الإلكترونية. وهذا يعني أن هناك طرفاً في هذه المعادلة يستحق الحماية القانونية، هذا الطرف هو المستهلك الإلكتروني.

فأى حماية إضافية تقرها التشريعات للمستهلك الإلكتروني سوف تنعكس إيجاباً وتحقق له العديد من المزايا كتوفير الوقت وتقليل النفقات والخسائر وبالمحصلة تنشيط التجارة الإلكترونية.

#### مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة أن المشرع الأردني لم يعالج مسألة حماية المستهلك الإلكتروني في العقد الإلكتروني ضمن قانون المعاملات الإلكترونية، كما أن بعض النصوص الواردة في قانون حماية المستهلك الأردني يكتنفها بعض الغموض ويعتريها بعض النقص. فهل النصوص القانونية الواردة في القانون الأردني تضمن حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني.

فقواعد الحماية التي قررها المشرع الأردني في قانون حماية المستهلك غير كافية خاصة فيما يتعلق بالعقود الإلكترونية التي تتطلب حماية فعالة من مخاطر التعامل مع المواقع الإلكترونية وكذلك حماية جدية من شروط تعسفية قد تفرض على المستهلك الإلكتروني.

#### منهج البحث:

نظراً لحدثة الموضوع وأهميته فإن المنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي حيث لا بد منه لعرض النصوص القانونية المتعلقة والتعليق عليها، وكذلك عرض آراء الفقهاء التي قيلت بهذا الخصوص. ومع ذلك ولأن موضوع البحث يتجاوز حدود التشريع الأردني، فقد تم الإشارة إلى بعض القوانين العربية السبقة في هذا المضمار وكذلك إلى بعض الاتفاقيات والتوجيهات الأوروبية التي عالجت حماية المستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية.

إن من أهم القوانين التي صدرت في الأردن لتنظيم التعاقد الإلكتروني هو قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015، بل ولمزيد من الحماية القانونية للطرف الضعيف في العقد نجد أن المشرع الأردني أصدر أيضاً قانون حماية المستهلك رقم 7 لعام 2017.

ففي ظل هذه القوانين يمكننا التساؤل عن مدى الحماية القانونية المدنية التي وفرها المشرع الأردني للمستهلك الإلكتروني في ميدان العقود الإلكترونية.

ولمعالجة هذا الموضوع، فإننا نقسم البحث إلى مبحثين أساسيين:

المبحث الأول/ نخصه لدراسة آليات حماية المستهلك خلال مرحلة إبرام العقد  
 المبحث الثاني/ نخصه لدراسة آليات حماية المستهلك خلال مرحلة تنفيذ العقد  
 المبحث الأول/آليات حماية المستهلك خلال مرحلة إبرام العقد  
 تعد مرحلة التنوير المعلوماتي من أهم الأسس المفترضة لحماية المستهلك خلال مرحلة العقد خاصة أن  
 المستهلك تكون حاجته قائمة لها قبل إبرام العقد وكذلك بعد إبرامه.  
 ولأن موضوع تحديد تعريف واضح للمستهلك الإلكتروني من قبل المشرع له أهميته الكبيرة، فنجد لزاماً  
 علينا أفراد مطلب خاص به ينطلق من تحديد المقصود بالمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية ومن ثم  
 تحديد أطر حماية إرادته أثناء إبرام العقد.

### المطلب الأول: تحديد المقصود بالمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية

#### الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك

يلاحظ أن هناك اتجاهين في تعريف المستهلك:  
 الاتجاه الأول ويأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، حيث يرى أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد من أجل  
 إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون المهنية. فالمستهلك كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة  
 لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية (جميبي، 1996، صفحة 10) (برهم، 2015، صفحة 132).  
 كما عرف البعض المستهلك بأنه العميل المستخدم للخدمات أو المشتري للمنتجات لإشباع حاجاته  
 الخاصة أو حاجات الأشخاص الذين يعولهم (عدنان، 2012، صفحة 36).  
 وعلى هذا الأساس ووفقاً لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني مالا  
 أو خدمة لغرض مزدوج (بودالي، 2006، صفحة 24).  
 أما الاتجاه الثاني فهو يأخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك، بحيث يشمل كل من يبرم تصرفاً قانونياً من  
 أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية. فعرفه البعض ليشمل كل  
 شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أو الاستعمال، أو استخدام مال، أو خدمة (عمران، 1986، صفحة 9)  
 ويجد البعض أن المستهلك هو كل من يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه  
 الشخصية أو في أغراضه المهنية (إبراهيم، 2008، صفحة 22).  
 في حين يجد البعض أنه من الأفضل التوسع في مفهوم المستهلك ليشمل كل من يتعامل إلكترونياً  
 بغرض الحصول على السلع والخدمات وغيرها من صور الاستهلاك، فهو ذلك المتعامل في التجارة  
 الإلكترونية، والذي يكون مشمولاً بالحماية المدنية التي تسعى للمحافظة على حقوقه التي قد تتعرض للانتهاك  
 والاعتداء (زواوي و مانع، 2017، صفحة 306).

ويلاحظ أن غالبية الفقه تتبنى مفهوم المستهلك في الجانب الضيق ليصبح تعريف المستهلك كل شخص يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.

### الفرع الثاني: التعريف القانوني للمستهلك

لقد اهتمت العديد من التوجيهات الصادرة عن الاتحاد الأوروبي بمسألة حماية المستهلك، وفي هذا الخصوص يمكن أن نذكر توجيه حماية المستهلك في التعاقد عن بعد رقم 97-07 المؤرخ بتاريخ 1997 والذي عرف المستهلك بأنه " كل شخص طبيعي يتصرف في العقود الداخلة في التوجيه الحالي لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه المهني " (عدنان، 2012، صفحة 21).

هذا ويمكن القول بان التشريع الفرنسي يعد من أكثر التشريعات التي عالجت موضوع حماية المستهلك، وكان آخرها قانون الاستهلاك رقم 14-344 المؤرخ في 17 مارس 2014، حيث يلاحظ أن المشرع في المادة 3 من هو تحت بند تعريف المستهلك والمعلومات جاء بتعريف للمستهلك بأنه " أي شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه التجاري، أو الصناعي، أو الحرفي، أو الليبرالي " ( LOI no 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation).

أما المشرع المصري فقد أورد تعريفا للمستهلك في المادة الأولى من قانون رقم 181 لعام 2018 بإصدار قانون حماية المستهلك بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص". ويقصد بالمنتجات هنا وحسب القانون المصري السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص، ويشمل كذلك السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال مورد.

ويلاحظ على تعريف المشرع المصري للمستهلك بأنه يشدد على الغرض من التعاقد، فإذا ما كان هذا الغرض لأجل الحاجات الشخصية أو العائلية فإنه يعد مستهلكا، أما إذا تعلق الأمر بالنشاط المهني فإنه لا يعد مستهلكا.

ويلاحظ أيضا بان المشرع المصري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك بمعنى أن المهني لا يدخل في مفهوم المستهلك إذا كان يتعامل لأغراض مهنية.

أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لعام 2017 فنجد أن المادة 2 عرفت المستهلك بأنه "الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو دون مقابل إشباعا لحاجاته الشخصية أو لحاجات الآخرين ولا يشمل ذلك من يشتري السلعة أو الخدمة لإعادة بيعها أو تأجيرها". من خلال المادة أعلاه نستنتج أن المشرع الأردني قد تبني الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، حيث جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساساً لصفة المستهلك.

ويلاحظ على تعريف المشرع الأردني أن المستهلك يشمل الشخص الطبيعي وكذلك الشخص المعنوي، وكذلك نجد ان المشرع أوضح ضرورة توافر صفة في الشخص لكي يكون مستهلكا وهي ان يكون التعاقد

من أجل الاستهلاك الشخصي أو لأجل الآخرين، مما يعني استبعاد المتعاقد من مفهوم المستهلك إذا كان الغرض مرتبطاً بالنشاط المهني.

وحسنا فعل المشرع الأردني بأن أورد عبارة "أو لحاجات الآخرين" ذلك أنه يجب أن تمتد إليهما الحماية؛ لأن الحصول على السلعة أو الخدمة تم لفائدتهما، فعقد الاستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المستهلك والمحترف، بل يمتد إلى الأشخاص الذين قد يكونون في كفالة المستهلك.

ويلاحظ أيضاً أن المشرع الأردني حاول تقادي بعض الانتقادات التي توجه إلى تلك التشريعات التي تحصر صفة المستهلك بمن يحصل على سلعة أو خدمة، ليضيف أمراً مهماً وهو يعد مستهلكاً كل من حصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل.

### الفرع الثالث: تحديد المقصود بالمستهلك الإلكتروني

إنما يبرر إحاطة المستهلك بصورة عامة بالحماية القانونية ابتداءً هو ذات المبرر الذي يدعو إلى إحاطة المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بالحماية. ويتمثل هذا الأمر بصورة رئيسية بعدم التكافؤ في المراكز بين المستهلك والتاجر المحترف. فالأخير بالنظر لخبرته وتخصصه وملاءته يكون في مركز اقتصادي أقوى من مركز المستهلك، فالعلاقة بينهما غير متوازنة، وقد يؤدي عدم التوازن هذا إلى الإضرار بمصالح المستهلك إذا ما تعسف التاجر واستغل مركزه الأقوى. فالحماية القانونية التي يحاط بها المستهلك إنما يراد منها إعادة التوازن إلى العلاقة بين المستهلك والتاجر (يوسف، 2005، صفحة 62).

ومع أن لعقود التجارة الإلكترونية تلك الخصوصية التي تميزها عن غيرها من العقود، إلا أنه يمكن القول بأن مصطلح المستهلك التقليدي في القوانين قد لا يختلف عن مصطلح المستهلك الإلكتروني، فأحجام المشرع في أغلب القوانين عن التعرض لمفهوم المستهلك الإلكتروني ناتج عن قناعته بأن للمستهلك الإلكتروني كافة الحقوق والامتيازات التي يتمتع بها المستهلك التقليدي، مع مراعاة خصوصية التعاقد بأنه يتم من خلال وسائل الكترونية.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري يعد من المشرعين القلائل الذين حددوا مفهوم المستهلك الإلكتروني، حيث نصت المادة 3/6 من القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 15 ماي سنة 2018 على أن "المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

وعلى هذا الأساس يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم اتفاقاً بوسائل إلكترونية ليحصل على سلع أو خدمات لإشباع حاجاته الشخصية، أو العائلية، أو حاجات غيره بمقابل، أو دون مقابل، ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو استخدامها في نشاطه المهني.

المطلب الثاني: حماية إرادة المستهلك أثناء إبرام العقد

الفرع الأول: حماية المستهلك في مرحلة الإيجاب والقبول الإلكتروني

أولاً: الإيجاب في العقد الإلكتروني

نصت المادة 1/91 من القانون المدني الأردني على أن "الإيجاب والقبول كل لفظين مستعملين عرفاً لإنشاء العقد وأي لفظ صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول".

وقد عرفت المادة 1/14 من اتفاقية الأمم المتحدة بشأن عقود البيع الدولي للبضائع لسنة 1980 الإيجاب بأنه "يعتبر إيجاباً أي عرض لإبرام عقد إذا كان موجهاً إلى شخص أو عدة أشخاص معينين، وكان محددًا بشكل كافٍ وتبين منه اتجاه قصد الموجب إلى الالتزام به في حالة القبول...".

أما الإيجاب الإلكتروني فيعرفه التوجيه الأوروبي الخاص بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد بأنها كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه ان يقبل التعاقد عن مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان.

ويبدو أن الإيجاب الإلكتروني لا يختلف كثيراً عن الإيجاب التقليدي وهذا واضح من نص المادة (11) من قانون الاونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية التي نصت على أن "في سياق إبرام أو تكوين العقد، وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك، يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض. وعند استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد، لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك الغرض".

أما المشرع الأردني وكغيره من المشرعين فقد أخذ بالتوجه أعلاه حيث نصت المادة 9 من قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015 على أن: "تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام تعاقد". والسؤال المطروح هل يعد الإيجاب المقدم عبر شبكات الإنترنت ملزماً حتى ولو تضمن كافة العناصر الرئيسية للعقد.

بداية يمكن القول أن الإيجاب في هذه الحالة يكون موجهاً إلى الجمهور بشكل عام وليس إلى فرد بعينه، فهو في مثل هذه الحالات قد يكون كاملاً من حيث استكمالها للشروط العامة، ولكنه لا يكون قاطعاً في تحديد نية مرسله في الالتزام به فيما لو تم قبوله.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الإعلان عن البضائع أو الإيجاب المعروض على شبكة الإنترنت لا يتجاوز مجرد الدعوة إلى التفاوض ولا يترتب أية التزامات إلا إذا ارتبط ذلك بقبول واضح من الطرف الآخر (Murray, 2000, p. 17) (Hornle, 2000, p. 3).

أما من يقوم بالإعلان عن أجهزة كهربائية أو الكترونية متنوعة مع بيان خصائص ومواصفات هذه السلع وسعرها النهائي شاملاً إرسالها بالبريد أو التوصيل بالشروط المبينة في الإعلان، فهذا في حقيقته يعد إيجاباً باتاً ينعقد العقد بمجرد اقتترانه بقبول الطرف الآخر (الراوي، 2015، صفحة 178).

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الأردني كان واضحاً في موقفه من هذه المسألة، فعرض البضائع مع بيان أثمانها يعد إيجاباً صريحاً وواضحاً، أما العرض الموجه للجمهور أو الأفراد فلا يعتبر إيجاباً حقيقياً وإنما يكون دعوة إلى التفاوض. فقد نصت المادة 94 من القانون المدني الأردني على أنه " 1. يعتبر عرض البضائع مع بيان ثمنها إيجاباً.

2. أما النشر والإعلان وبين الأسعار الجاري التعامل بها وكل بيان آخر متعلق بعرض أو بطلبات موجهة للجمهور أو للأفراد فلا يعتبر عند الشك إيجاباً وإنما يكون دعوى إلى التفاوض".  
ويبدو أن هذا الموقف متفق تماماً مع شروط اتفاقية فيينا للبيع الدولي للبضائع، حيث عرفت المادة 14 من الاتفاقية الإيجاب بأنه "

1. يعتبر إيجاباً أي عرض لإبرام عقد إذا كان موجهاً إلى شخص و عدة أشخاص معينين، وكان محددًا بشكل كافٍ وتبين منه اتجاه قصد الموجب إلى الالتزام به في حالة القبول، ويكون العرض محددًا بشكل كافٍ إذا عين البضائع وتضمن صراحةً أو ضمناً تحديداً للكمية والتمن أو بيانات يمكن بموجبها تحديدهما.

2. ولا يعتبر العرض الذي يوجه إلى شخص أو أشخاص غير معينين إلا دعوة إلى الإيجاب ما لم يكن الشخص الذي صدر عنه العرض قد أبان بوضوح عن اتجاه قصده إلى خلاف ذلك".  
هذا ويجب أن يكون الإيجاب الإلكتروني باتاً وجازماً بمعنى يجب أن تتجه نية الموجب إلى إبرام العقد، وعلى هذا الأساس إذا ما اقترن العرض ببقاء العرض ساري المفعول حتى نفاذ الكمية، فنكون أمام إيجاب بات إلى أن ينفذ المخزون (عيسى، 2001، صفحة 258).

وفي محاولة لتجنب بعض المخاطر التي لا يخلو منها الإيجاب عبر الانترنت، خاصة إذا ما تفاجأ الموجب بعد إبرام العقد بعجز القابل عن الوفاء بتمن المبيع محل العقد، أو أن يتفاجأ البائع بعد إبرام العقد بعدم قدرته على تنفيذ التزامه كنفاد المبيع مثلاً. ولتفادي الوقوع في مثل هذه المشاكل، فقد دأبت بعض المراكز الإلكترونية على تخصيص عملاء محددين في الإعلان بحيث يتم إرسال بريد الكتروني لكل منهم دون غيرهم من الجمهور (أبو الهيجاء، 2021، صفحة 89).

### ثانياً: القبول في العقد الإلكتروني

القبول بصفة عامة هو التعبير الإيجابي الواضح الذي يصدر من الشخص الذي وجه إليه الإيجاب بحيث يدل على نيته لإبرام العقد.

ولا يخرج القبول الإلكتروني عن مضمون التعريف أعلاه، إلا أنه يتم بواسطة وسائط إلكترونية عبر شبكة الانترنت، ولذلك فهو يخضع لذات القواعد التي تحكم القبول التقليدي. هذا ولم يورد القانون الاونيسترال النموذجي أي تعريف بشأن القبول الإلكتروني، ويبدو أنه ترك تحديد هذه المسألة للقوانين المحلية.

وبالرجوع إلى قانون المعاملات الإلكترونية الأردني نجد أن المادة 9 تعتبر أن رسالة المعلومات هي وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي. وفي هذا الخصوص نشير إلى أن المشرع الأردني اعتبر الأجهزة الإلكترونية المستخدمة في إبرام العقود مجرد وسيلة للتعبير عن الإرادة، فقد نصت المادة 10 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني على أن "تعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ سواء صدرت عنه ولحسابه أو بالنيابة عنه أو بواسطة وسيط إلكتروني معدل لعمل بشكل تلقائي من المنشأ والنيابة عنه".

وقد يكون القبول صريحاً أو ضمناً، ويكون القبول صريحاً بأن يرسل القابل بواسطة البريد الإلكتروني رسالة يرد فيها صراحة على الموجب بأنه قبل عرضه، ويكون القبول ضمناً إذا ما قام الشخص بتصرف يفيد موافقته على العرض المقدم من الموجب كأن يدفع جزءاً من الثمن المسمى.

ومع ذلك يذهب جانب من الرأي (منصور، 2007، صفحة 113) (محمود، 2019، صفحة 9) (بدر، 2005، صفحة 205) إلى أن التعبير عن إرادة القبول الإلكتروني لا يكون إلا صريحاً، فالقبول الإلكتروني يتم عن طريق أجهزة وبرامج إلكترونية تعمل آلياً وهذه الأجهزة لا يمكنها استخلاص أو استنتاج إرادة المتعاقد، ووفق هذا الرأي فإنه لا محل للقول بأن التعبير عن إرادة القبول الإلكتروني يمكن أن يكون إشارة متداولة عرفاً كالكسوت المقترن بظروف يرجح معه أدالته على القبول.

وفي إطار العقود الإلكترونية ليست هناك طريقة معينة يتم من خلالها التعبير عن القبول، ويمكن استنتاج ذلك من نص المادة 93 من القانون المدني الأردني والتي جاء فيها "التعبير عن الإرادة يكون باللفظ وبالكتابة وبالإشارة المعهودة عرفاً ولو من غير الأخرس، وبالمبادلة الفعلية الدالة على التراضي، وباتخاذ أي مسلك آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على التراضي".

ويلاحظ على النص أعلاه أنه لا يشترط شكل معين يتم من خلاله التعبير عن القبول، فالعقد يمكن أن ينعقد بواسطة الانترنت إذا ما كان الإيجاب بواسطة الفاكس مثلاً والقبول بواسطة البريد الإلكتروني، فليس من الضروري أن يكون الإيجاب والقبول بنفس الوسيلة.

وتطبيقاً لذلك فلا يوجد ما يمنع من اعتبار الضغط على مفتاح الموافقة على جهاز الحاسب الآلي الذي تلقى عرض إيجاب تعبيراً عن إرادة القابل عن قبوله العرض ما دام أنه قد أكد قراءته لمحتويات العرض وقبله كما ورد إليه (الحسن، 2005، صفحة 82).

إلا انه يمكن أن يتم لمس مفتاح القبول بطريق الخطأ أو يتم الضغط على هذا المفتاح لمرة واحدة. ولتجنب مثل هذه المخاطر يلاحظ أن نماذج العقود الإلكترونية المطروحة على المواقع الإلكترونية تحاول إلزام المستهلك الإلكتروني بضرورة الضغط مرة ثانية على مفتاح القبول، بحيث لا يمكن انعقاد العقد إلا إذا تم التأكيد على القبول (مجاهد، 2002، صفحة 84) (عبيدات، 2005، صفحة 47).

هذا ويلاحظ أن بعض القوانين اخذت بهذه الأحكام الخاصة التي ترمي إلى الحماية الفعلية للمستهلك. فقد نصت المادة 27 من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000 على أنه " يتعين على البائع ، قبل إبرام العقد تمكين المستهلك من المراجعة النهائية لجميع اختياراته وتمكينه من إقرار الطلبية أو تغييرها حسب إرادته وكذلك الاطلاع على شهادة المصادقة الإلكترونية المتعلقة بإمضائه".

ويلاحظ أنه وللتعبير عن القبول بواسطة الانترنت، فقد جرت العادة على أن يقيد الموجب المستهلك بعقود نموذجية عن طريق تقييده بأيقونة يتم النقر عليها من القابل بحيث لا يدع مجالاً له بالرفض أو المساومة، فتصبح هذه الوسيلة جزءاً من الوسائل التي تعود عليها العميل المستهلك للقبول، وفقاً للشروط والأحكام التي وضعها الموجب في إيجابه (مولود، 2008، صفحة 79).

أما سكوت الموجب إليه الإيجاب فقد عالجته المادة 95 من القانون المدني الأردني حيث نصت على أنه " 1- لا ينسب إلى ساكت قول، ولكن السكوت في معرض الحاجة بيان ويعتبر قبولاً.

2- ويعتبر السكوت قبولاً بوجه خاص إذا كان هناك تعامل سابق بين المتعاقدين واتصل الإيجاب بهذا التعامل أو إذا تمخض الإيجاب لمنفعة من وجه إليه".

بمعنى أنه وكما أن السكوت لا يمكن الاعتداد به في مجال العقود العادية، فإنه كذلك لا يمكن الأخذ به في مجال العقود الإلكترونية، ويستثنى من ذلك حالة ما إذا كان هناك تعامل سابق بين المتعاقدين يدل على اعتياد المستهلك التعامل مع متجر الكتروني معين، فالبايع الذي يرسل البضاعة إلى المستهلك في مواعيد منتظمة واعتاد ألا ينتظر منه رداً بالقبول، ففي هذه الحالة يعد سكوت المستهلك قبولاً.

وفي ظل عدم وجود نص واضح في القوانين العربية وغيرها يشير إلى اعتبار السكوت قبولاً، فإننا نصل إلى حقيقة مهمة وهي أن استخلاص القبول تعد مسألة موضوعية يستقبلها قاضي الموضوع بما يملك من سلطة تقديرية لا يخضع فيها لرقابة محكمة القانون (حسن، 2008، صفحة 121).

### الفرع الثاني : الالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني

لقد اختلف الفقه في وضع تعريف محدد للالتزام بتبصير المستهلك، فعرّفه البعض بأنه الالتزام الذي ينشأ في مرحلة سابقة على التعاقد ويستمر أثناء تنفيذه، بحيث يلتزم بمقتضاه أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة محل العقد بهدف تكوين رضا حر وسليم وحصوله على الفائدة من السلعة (عمران، بدون سنة النشر، صفحة 28).

ويعرفه البعض بحق المستهلك بالإعلام، ويقصد به التزام المنتج بوضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج بحيث يبين للمستهلك كل المخاطر العادية المرتبطة بملكية الشيء المسلم إليه (فلاح، 2007، صفحة 30). ويعرفه آخرون وفي نطاق عقود الانترنت بأنه حق المستهلك في الإعلام الرئيسي المتعلق بالمنتجات المعروضة أو الخدمات المقدمة، فالمتعاقد حينما يعلن عن سلعته أو خدمته، عليه توضيح البيانات الجوهرية بحيث يحقق علما كافيا وشاملا للمستهلك (حجازي، 2005، صفحة 26).

والالتزام بالتبصير وإن كان يجمع واقع الحال للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بالمستهلك في العقود التقليدية، إلا أن هذا الالتزام يصبح أكثر أهمية حينما يتعلق الأمر بالمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية. إذ تمتاز هذه العقود بخصوصية معينة تضيف إلى مبررات فرض هذا الالتزام مبررات أخرى كجهل المستهلك لهوية التاجر (يوسف، 2005، صفحة 31). فإذا كان ذلك حقا للمستهلك التقليدي، فهو بلا شك له أهمية قصوى بالنسبة للمستهلك الإلكتروني كونه لا يرى السلعة المطلوبة بشكل مادي (عدنان، 2012، صفحة 333).

هذا ويلاحظ أنه من أبرز الضرورات العملية التي قادت إلى تقرير الالتزام بالتبصير هو انعدام التكافؤ والتساوي بين المزود والمستهلك من حيث العلم والدراية بالعناصر الضرورية لعقد الاستهلاك، كما أن تقرير هذا الالتزام يعد بلا شك ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين (أبوعرابي، 2007، صفحة 569). أضف إلى ذلك أن المستهلك الإلكتروني ليس على تماس مباشر مع المنتج أو المورد، وبالتالي من حقه معرفة كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المعروضة عليه عبر شبكة الانترنت.

والالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني يمثل حالة خاصة في العقد الإلكتروني، باعتبار أن مفهوم الالتزام بالتبصير أو الالتزام بالإعلام الإلكتروني يتحدد بإحاطة المتعاقد الآخر بالمعلومات الهامة والمؤثرة في إقدامه وإحجامه عن التعاقد، فهو التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني يتحتم عليه تبصير المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة (عدنان، 2012، صفحة 276). وهو التزام يجب أن ينشأ ويتحقق قبل إبرام عقد الاستهلاك أو في وقت معاصر له حتى يتمكن المستهلك من تكوين رضائه بناء على إرادة واعية تجعله من معرفة السلعة ومقدار النفع المادي الذي يتحقق له من خلالها (إبراهيم، 2008، صفحة 80).

وفي إطار الالتزام بالتبصير فيجب على المزود أو المنتج تزويد المستهلك الإلكتروني بمعلومات محددة وواضحة تتعلق باسم وعنوان المزود ووصف السلع أو الخدمات المقدمة، وكذلك كافة التفاصيل المتعلقة بالدفع، وأيضا المدة التي يبقى فيها العرض قائما، والحق القانوني للمستهلك في إلغاء العقد. (Youngerwood & Mann, 2000, p. 6)

وتكريسا لهذا الالتزام وهو تحديد شخصية المنتج أو المزود وبطريقه يكون المستهلك فيها على بينه واضحة بأنه يتعاقد مع شخصية تضمن له حقوقه، فقد جاء في المادة 7/أ/3 من قانون حماية المستهلك الأردني بأنه للمستهلك الحق في الحصول على المعلومات الكاملة والصحيحة عن المزود وعنوانه. وكذلك

جاء في المادة (2/أ/3) بأنه للمستهلك الحق في الحصول وبصورة واضحة على المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلع أو الخدمات المقدمة وشروط البيع لها.

وتجدر الإشارة إلى أن الالتزام بالتبصير يتجاوز حدود شخصية المزود إلى كل المعلومات الجوهرية المتصلة بالمبيع والتي تتعلق غالباً بالصفات الأساسية بالسلعة المقدمة. فيلتزم المزود بالتأكد من جودة السلع المعلى عنها وصلاحياتها للاستعمال أو استهلاك، وكذلك يلتزم بالتأكد من مطابقة السلع أو الخدمات للخصائص المعلى عنها (قانون حماية المستهلك الأردني، 2017).

هذا ويلتزم المزود بتزويد المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الضرورية لكيفية استعمال السلعة بحيث يتم الحصول على الفائدة المرجوة منها، وتقليل المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها، وأي تقصير منه في توضيح كيفية الاستعمال قد تعرضه للمسؤولية عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك (القيسي، 2002، صفحة 125).

ومن واجب المزود أو المنتج أن يعلن وبوضوح وبطريقة خالية من الغموض كل ما يتعلق بثمن السلعة أو الخدمة المقدمة. ويلاحظ في هذا الخصوص أن بعض المواقع الإلكترونية تعبر عن هذا الالتزام بحيث يكون المستهلك الإلكتروني على بينة من أسعار المنتجات أو الخدمات وما يرافقها من تكاليف كالضرائب أو رسوم الشحن.

وعلى الصعيد الدولي فيعد التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 مايو 1997 أهم توجيه على المستوى الأوروبي والذي جاء بقواعد لحماية المستهلك في العقود عن بعد، حيث فرض على الموردين ضرورة إعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الأساسية عن السلعة أو الخدمة. فقد نصت المادة 04-01 من التوجيه الأوروبي على المعلومات الضرورية التي يجب إعلام المستهلك الإلكتروني بها بقولها " يجب أن يستفيد المستهلك من المعلومات الآتية في وقت مفيد قبل إبرام العقد وهي: هوية المورد وعنوانه في العقود التي تستلزم وفاء مسبقاً، والخصائص الرئيسية للسلع أو الخدمات، وسعر السلع أو الخدمات التي تتضمن كل الضرائب، وتكاليف التسليم إذا لزم الأمر، والإجراءات الخاصة بالوفاء، والتسليم أو التنفيذ، ووجود حق الانسحاب".

هذا وقد أكدت المادة 111-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949-92 لعام 1993 على أنه وقبل أن يلتزم المستهلك بعقد لبيع السلع أو توريد الخدمات، يجب على المورد إبلاغ المستهلك، بطريقة واضحة ومفهومة بالمعلومات المهمة مثل الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة.

والحق في التبصير يعد من أهم الحقوق التي تبناها المشرع الأردني في قانون حماية المستهلك، والتي بينت مدى حرصه على ضرورة إحاطة المستهلك بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار. فقد نصت 2/أ/3 من قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017 على أنه " للمستهلك الحق في الحصول بصورة واضحة عن المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلعة أو الخدمة التي يشتريها وشروط البيع لها".

وكذلك نص المشرع الأردني في المادة 3/أ/3 على أنه " للمستهلك الحق في الحصول على معلومات كاملة وواضحة قبل إتمام عملية الشراء عن الالتزامات التي تترتب في ذمته للمزود وحقوق المزود في مواجهة المستهلك".

وقد جاء بنفس المادة وتحديدا في الفقرة ب بأنه " يحظر على المزود القيام بأي فعل أو امتناع يؤدي إلى الإخلال بأي حق من حقوق المستهلك".

ونجد وترتبا على نص المادة 3/بأن المشرع الأردني حاول من خلال هذا النص العام تقديم الضمانات للمستهلك من جهة حظره على المزود القيام بأية أفعال أو إقناع من شأنه الإخلال بأي حق من حقوق المستهلك، ذلك أن المشرع يدرك أن المستهلك يعد الطرف الأضعف في العلاقة مع المزود الذي غالبا ما يكون لديه الخبرة والدراية الكافية، وللحيلولة دون أن يستغل الطرف الأضعف.

ولما كان الثمن أو السعر الذي يدفعه المستهلك مقابل حصوله على السلعة أو الخدمة يعد من العناصر الأساسية للعقد، فإننا نجد أن المشرع الأردني في قانون حماية المستهلك فرض على المزود التزاما بإعلام الأسعار وذلك من خلال المادة 4/أ/8 والتي تقضي بأنه " يحظر نشر أي إعلان يضلل المستهلك أو يوقعه في الخطأ بخصوص السلعة أو الخدمة ويعتبر الإعلان مضللا إذا اشتمل على بيانات، أو معلومات خاطئة، أو غير صحيحة، أو غير كاملة تتعلق بما يلي: (4- شروط التعاقد ومقدار الثمن الإجمالي وطريقة تسديده".

والملاحظ على هذا النص أنه جاء بالتزام خاص للإعلام عن شروط التعاقد والثمن وكيفية تسديد هذا الثمن. ويتضح أيضا أن المشرع الأردني لم يحدد الوسيلة الملائمة لإعلام الثمن، وكان الأولى أن يأتي بنص عام يتحقق من خلاله إعلام المستهلك بكل خصائص السلعة أو الخدمة المقدمة وكذلك أثمانها من خلال اشتراط استخدام الوسم الذي يبين بيانات السلعة أو الوثيقة المكتوبة المرافقة لها (قارن المادة 17 من قانون حماية المستهلك الجزائري، 2009).

ونجد أن التشريع الأردني وكغيره من التشريعات العربية وخاصة تلك المنظمة للتعاقد الإلكتروني أنه لم ينص على شرط إعلام المستهلك الإلكتروني بالبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقدمة عن بعد وهو بحاجة إلى مراجعة واضحة في هذا الخصوص، وعليه نقترح إدخال نص صريح في قانون حماية المستهلك الأردني بخصوص العقود الإلكترونية التي تجاهلها المشرع لما له من أهمية بالغة في تحقيق الحماية الفعالة للمستهلك الأردني.

وما يبرر ضرورة الاتجاه إلى هذا المفترض هو أن الالتزام بالإعلام حقيقة يعد وسيلة فعالة لمقاومة مخاطر الدعاية والإعلام عن طريق تقديم معلومات جوهرية عن السلع والخدمات، ولهذا فإن هذا الالتزام هو التزام لتحقيق نتيجة، وهي تزويد المستهلك بالمعلومات، وليس التزاما بوسيلة أي عمل ما بالوسع لتزويده بهذه المعلومات (ابو عرابي، 2009، صفحة 191).

بقى أن نشير إلى حق مهم من حقوق المستهلك الإلكتروني وهو حقه في أخذ فرصة للتفكير والتدبر، فيمكن القول بأن المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية وفي كثير من الأحيان ليست لديه الفرصة الكافية لمراجعة الشروط المعروضة عليه من قبل المورد أو مقدم الخدمة، وبالتالي لا يستطيع مراجعة بنود العقد أو التراجع عنه مما يسبب الإضرار بمصالحه (جابر، 2018، صفحة 437). ولذلك نجد أن هناك اتجاهاً واسعاً لدى الفقه يذهب إلى ضرورة أن يمنح المستهلك الإلكتروني مهلة وافية للتفكير بحيث تكون التزاماً على المتعاقد معه، وهذا الالتزام يعد مرتبطاً مباشرة مع حق المستهلك الإلكتروني بالإعلام (حجازي، 2005، صفحة 29) (ابو عرابي، 2009، صفحة 191).

ويلاحظ أن الغاية من فرض هذا الالتزام على المتعاقد الآخر هو القضاء على ظاهرة شائعة تتمثل برفض بعض المهنيين تسليم نماذج العقود للمستهلكين إلا بعد التوقيع عليها، مما يعني حرمان المستهلك من أية فرصة للتفكير المسبق في شروط العقد قبل إبرامه (سرور، 2003، صفحة 123). وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك الأردني فلا نجد فيه أي نص يشير من قريب أو بعيد إلى منح المستهلك فرصة للتفكير قبل إبرام العقد، وهو ما يعد نقصاً واضحاً يجب تداركه.

#### المبحث الثاني/ آليات حماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة تنفيذ العقد

يمكن القول أن المستهلك تبقى حاجته للحماية القانونية قائمة بعد إبرام العقد كما كانت قائمة قبل إبرام العقد أو خلال تنفيذه. فخلال مرحلة تنفيذ العقد يتم التركيز على مدى تحقق التوازن العقدي بين المستهلك الطرف الضعيف وبين المورد أو المحترف الذي تكون لديه الخبرة والدراية في إبرام تلك العقود. إذن حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد تبقى قائمة في الأساس على تحقق ضمانتين أساسيتين: حقه في العدول عن العقد، وكذلك حقه في عدم تعرضه للشروط التعسفية.

#### المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد

يعرف البعض حق العدول بأنه إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانوا عليها قبل إبرام العقد ويكون ذلك بأن يرد المستهلك السلعة إلى البائع لوجود مبرر معقول لذلك (رباح، 2011، صفحة 109). فهو حق شخصي يخضع لتقدير المستهلك ويمارسه وفقاً لما يراه محققاً لمصالحه (عبد الباقي، 2004، صفحة 267)، وهو بالنتيجة يعبر عن قدرة الإرادة المنفردة على العدول عن العقد المبرم دون توقف على رضا المتعاقد الآخر بحيث يشكل وسيلة فعالة لإعادة التوازن العقدي (ابو عرابي، 2009، صفحة 167). ويعرفه البعض وفي إطار العقود الإلكترونية بأنه إحدى الوسائل القانونية الحديثة التي أقرت بهدف توفير الحماية اللازمة والفعالة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد (قاسم، 2005، صفحة 55).

يتبين لنا أنه للمستهلك حق العدول في كل العقود التي يبرمها بوسائل الاتصال الحديثة والتي تتم عن بعد سواء وردت على السلع أو الخدمات، ويكون له ذلك الحق خلال المدة التي يحددها القانون (حورية، 2018، صفحة 20).

ويمكن القول بأن الحق في العدول يعد أداة قانونية يقرها الفقه والقوانين لحماية المستهلك في مرحلة ما بعد إبرام العقد، بحيث يتاح للمستهلك خلال مدة معينة الرجوع وإبرادته المنفردة عن العقد الذي أبرمه مع الطرف الآخر.

إن أهمية حق العدول تتبع من فكرة خاصة قوامها حماية المستهلك الذي لا خبرة لديه تؤهله لحماية مصالحه الخاصة عندما يكون العقد إلكترونيًا ويحتاج إلى خبرة فنية أو أنه يتعرض لإغراء يجعله يقدم على التعاقد بتسرع ودون تفكير كاف، الأمر الذي يجعل التدخل التشريعي ضرورياً لحماية المستهلك في هذا الحال (محاسنة، 2018، صفحة 196).

إن المستهلك الإلكتروني قد يقدم على إبرام العقد الإلكتروني في مرحلة متأثراً فيها بأسلوب الدعاية أو لنقص في خبرته، وبالنتيجة يأتي تعاقدته متسرعاً بحيث يكون في غير مصلحته. فهل يستطيع في هذه الحالة التخلص من هذا العقد والعدول عنه خاصة أن هذا الحق يجد طريقة في المرحلة التي تلي إبرام العقد؟

بداية يلاحظ أنه وفي ظل القواعد العامة فإن منح هذا الحق للمستهلك يعد انتهاكاً واضحاً لمبدأ المساواة العقدية بحيث لا يمكن لأي طرف أن يتحلل من العقد بإرادته المنفردة، خاصة أن ذلك يحمل أضراراً قد تلحق بالمزود ومركزه المالي، حيث سيجد نفسه في مركز مالي صعب إذا ما رجع المستهلك عن قبوله وطالب المزود باسترداد ما أداه من ثمن، كما أنه سيفوت على المزود فرصة إبرام عقود جديدة مع مستهلكين يرغبون في شراء ذات السلعة التي نفذت مخزونها (أبو الهيجاء، 2021، صفحة 100).

لكن بالنظر إلى طبيعة العلاقة العقدية التي تتسم بها العقود الإلكترونية وتميزها بعدم التوازن الفعلي بين المستهلك الإلكتروني الطرف الضعيف في العقد، والمورد أو المزود الطرف القوي، قررت بعض التشريعات حماية المستهلك في هذه المرحلة اللاحقة وذلك بإقرار حق المستهلك في الرجوع أو العدول عن العقد. هذا وقد أشار التوجيه الأوروبي رقم 97-07 إلى هذا الحق، حيث جاء في المادة 1/6 أن "كل عقد عن بعد يجب أن يعطي المستهلك الحق في العدول خلال مدة معينة لا تقل عن سبعة أيام للانسحاب بدون عقوبة وبدون إبداء أي سبب، ويترتب عليه فقط الكلفة المباشرة لإعادة البضائع، وهذه المدة تبدأ من تاريخ الاستلام بالنسبة للبضائع، أما بالنسبة للخدمات تبدأ من تاريخ إبرام العقد، وهذه المدة يجب ألا تتجاوز الثلاثة أشهر".

وقد أشار المشرع الفرنسي إلى هذا الحق بموجب القانون 2014-344 المتعلق بالاستهلاك حيث نصت المادة 121-21 على أنه " يحق للمستهلك خلال مدة أربعة عشر يوماً كاملة ممارسة حقه في العدول عن عقد مبرم عن بعد دون الحاجة إلى تبرير قراره أو تحمل تكاليف أخرى".

أما المشرع المصري فقد نص على مدة ممارسة حق العدول في المادة 17 من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 حيث جاء فيها " للمستهلك الحق في استبدال السلعة أو إعادتها مع استرداد قيمتها النقدية، دون إبداء أي أسباب ودون تحمل أي نفقات خلال أربعة عشر يوماً من تسلمها، وذلك دون الإخلال بأي ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك، وللجهاز أن يحدد مدداً أقل بالنظر إلى طبيعة بعض السلع".

ويسجل للمشرع التونسي في القانون المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية رقم 83 لسنة 2000 أنه كان واضحاً في مسألة إعطاء المستهلك الإلكتروني خيار العدول عن العقد. فقد نص الفصل 25 من القانون على أنه " يجب على البائع في المعاملات التجارية الإلكترونية أن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة قبل إبرام العقد...إمكانية العدول عن الشراء".

كما يسجل له أنه حدد للمستهلك مدة يمكن خلالها العدول وهي عشرة أيام وهي مدة تعد مقبولة لممارسة هذا الخيار، وهذه المدة تبدأ من تاريخ تسلمها من قبل المستهلك إذا كانت تتعلق ببضائع، وتبدأ من تاريخ إبرام العقد إذا كانت تتعلق بخدمات.

### والسؤال الذي يثور ما هي العقود المستثناة من نطاق حق العدول؟

وفي الحقيقة نجد أن المشرع التونسي ومن بين المشرعين العرب كان سابقاً إلى تحديد العقود التي يمكن أن تدخل ضمن نطاق حق العدول. فقد نص الفصل 32 من القانون المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية على أنه "مع مراعاة أحكام الفصل 30 من هذا القانون وباستثناء حالات العيوب الظاهرة أو الخفية، لا يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في الحالات التالية:

- عندما يطلب المستهلك توفير الخدمة قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء ويوفر البائع ذلك.
- إذا تم تزويد المستهلك بمنتجات حسب حاجيات شخصية أو تزويده بمنتجات لا يمكن إعادة إرسالها أو تكون قابلة للتلف أو الفساد لانتهاء مدة صلاحيتها.
- عند قيام المستهلك بنزع الأختام عن التسجيلات السمعية أو البصرية أو البرمجيات والمعطيات الإعلامية المسلمة أو نقلها آلياً".

ويلاحظ أن السبب في أن المشرع استثنى هذه العقود من نطاق حق العدول هو كون هذه العقود تمتاز بخصائص تجعل خيار الرجوع فيها غير ممكن، ذلك أن طبيعة بعض السلع قابلة للتلف بسرعة، كما أن بعض العقود يتم التصنيع فيها بناء على رغبة المستهلك الذي يشترط توافر مميزات معينة في السلعة، وبالتالي من غير المقبول تمكينه من خيار العدول لخصوصية السلعة وكذلك تجنباً لإحراج البائع الذي

سيحاول إيجاد مستهلك آخر يرغب في نفس المواصفات التي اشترطها المستهلك الأول (غزالي، 2019، صفحة 304).

وفي تعقيبنا على موقف المشرع الأردني بخصوص حق العدول نجد أن المشرع في قانون حماية المستهلك الأردني لم ينص على حق العدول بالمعنى الواضح والدقيق، وإنما اكتفى فقط بإعطاء المستهلك الحق بإرجاع السلعة المعيبة إلى المزود ورد ثمنها، وإذا لم يتمكن المزود من إرجاع السلعة لظهور عيب فيها بعد الاستهلاك من قبل المستهلك، فإنه يلتزم بدفع مبلغ تعويض للمستهلك يعادل قيمة الضرر. فقد نصت المادة 7 من قانون حماية المستهلك على أن "أ. 1. يلتزم المزود في حال كانت السلعة معيبة بإرجاعها ورد ثمنها بناء على طلب من المستهلك أو أي شخص آخر انتقلت إليه ملكية السلعة.

2. إذا لم يتمكن المزود من إرجاع السلعة لظهور العيب بعد استهلاك المستهلك لها يلتزم المزود بأن يدفع للمستهلك مبلغا يعادل قيمة الضرر.

ب. 1. يلتزم المزود في حال كانت الخدمة معيبة بإعادة ثمنها بناء على طلب المستهلك وذلك إذا لم يتلق المستهلك تلك الخدمة أو كان بالإمكان رجوع المزود عن تقديم الخدمة.

2. إذا ظهر العيب في الخدمة بعد تلقي المستهلك لها بصورة كاملة يلتزم المزود بأن يدفع للمستهلك مبلغا يعادل قيمة الضرر".

كما يشار أيضا إلى أن المشرع الأردني قد غفل عن تحديد مدة معينة يجوز خلالها للمستهلك العدول عن العقد كما فعل المشرع الفرنسي أو التونسي أو المصري.

إذن ومن جانبنا نجد أنه ليس أمام المشرع الأردني وفي ظل سعيه لإحاطة المستهلك بالحماية إلا إقرار قواعد خاصة بهذا الخصوص ومنها إقرار حق المستهلك بالعدول عن العقد المبرم عن بعد، وتحديد مدة معينة لاستخدام هذا الحق، ذلك أن المستهلك الإلكتروني وفي ظروف التعاقد عن بعد أو تسرعه في إبرام العقد أو قلة خبرته أو كثرة الإجراءات المقدمة إليه يكون أولى بالرعاية.

### المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

يمكن القول أنه من أهم الاعتداءات التي تجري على مبدأ الحرية التعاقدية في مجال العقود الإلكترونية هو كثرة الشروط التعسفية التي قد يفرضها المحترف أو المزود على المستهلك، الأمر الذي يؤدي إلى عدم التوازن في العلاقة العقدية.

فعدم التكافؤ في العلاقة العقدية والمتمثلة في احترافية ودراية المحترف من جانب، وضعف وقلة خبرة المستهلك من جانب آخر، وعند غياب التشريع الناظم لهذه المسألة، فإن الأمر يتجاوز ما هو مقرر لحماية المستهلك بحيث تنقلص أمامه الخيارات بين قبول العقد أو ترك التعاقد.

وبالرجوع إلى الفقه، فنجد أن البعض عرف الشرط التعسفي بأنه الشرط التعاقدى الذي يحقق منفعة أو ميزة لمصلحة المشتري ويكون ذلك على حساب الطرف الضعيف (الجميلي، 2015، صفحة 61).

وفي إطار العقود الإلكترونية فقد عرف البعض الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يضعه التاجر أو مقدم الخدمة في العقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك والذي من شأنه أن يؤدي إلى عدم التوازن بين حقوق والتزامات المتعاقدين، وبنتيجته يكون ضد مصلحة المستهلك (عدنان، 2012، صفحة 519).

هذا وقد اختلف الفقه بشأن الشروط التعسفية وفيما إذا كانت تعبر عن عقود إذعان أم لا. فبعض الفقه يرى أنه إذا ما انتفى التساوي المفترض بين الإرادتين، فإن هذا يفسح المجال لفرض شروط معينة وتخل بالتوازن المطلوب في العقد، وتطبيق ذلك يمكن إيجاده في عقود الإذعان، حيث منح المشرع القضاء سلطة تعديل الشروط التعسفية الواردة فيها أو إلغائها (يوسف، 2005، صفحة 96).

وفي المقابل فإن بعض الفقه يرى أن العقود وتحديدًا العقود الإلكترونية يتخللها التفاوض بين الطرفين وهذا التفاوض بلا شك ينفي عن العقد صفة الإذعان (دسوقي، 1995، صفحة 16).

وبعيدا عن هذا الخلاف فإننا نجد أنه لا يمكن التمسك بالقواعد الخاصة بعقد الإذعان وإسقاطها على العلاقة بين المزود والمستهلك لإلغاء أو تعديل الشروط التعسفية، فالاعتماد على نظرية الإذعان لا يمكن أن تؤدي إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

ومن صور الشروط التعسفية التي يمكن أن ترد في الواقع العملي وكذلك في بعض التشريعات تلك الشروط التي تحقق ميزة للمحترف بحيث تقلل من التزاماته أو تعمل على زيادة حقوقه. كالشرط الذي يسمح للمحترف بأن يسلم مبيع غير مطابق للمواصفات المتفق عليها، أو ذلك الشرط الذي يسمح للمحترف بأن يكون تاريخ التسليم مرتبطاً بإرادته (بحلول، 2015، صفحة 157).

ومن الشروط التعسفية التي وردت في الملحق الخاص بالتوجيه الأوروبي تلك الشروط التي يتم من خلالها منح البائع أو المورد إمكانية نقل حقوقه والتزاماته بموجب العقد، بحيث يؤدي إلى تقليل الضمانات للمستهلك ودون موافقة الأخير. وكذلك الشرط الذي يلزم المستهلك بالوفاء بجميع التزاماته على الرغم من عدم قيام البائع أو المورد بتنفيذ التزاماته، أو ذلك الشرط الذي يمكن البائع أو المورد من تغيير شروط العقد من جانب واحد دون سبب وجيه.

وأيضاً من الشروط التعسفية تلك التي تؤثر في إرادة المستهلك ذلك الشرط الذي يحد من حرية المستهلك في التعاقد مع الغير، والشرط الذي يؤدي إلى زيادة أعباء المستهلك كالشرط الذي يفرض على المستهلك التعاقد مع المحترف خلال مدة معينة أو ذلك الذي يسمح للبائع أو المورد الاحتفاظ بالمبالغ التي يدفعها المستهلك عندما يقرر الأخير عدم إبرام العقد أو تنفيذه ودون النص على أحقية المستهلك بتعويض عادل من المورد. أو ذلك الشرط الذي يفرض على المستهلك الذي لا يفي بالتزامه بدفع مبلغ كبير غير متناسب كتعويض (المادة 5 من المرسوم التنفيذي الجزائري، 2006).

هذا ويعد التوجيه الأوروبي رقم (13) لعام 1993 بشأن الشروط غير العادلة في عقود المستهلك من أهم التشريعات التي تعرضت للشروط التعسفية. فقد عرفت المادة 1/3 الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي لا يتم التفاوض بشأنه بين أطراف العقد، ويتعارض مع مبدأ حسن النية، ويتسبب في عدم التوازن العقدي بين أطراف العقد ويكون على حساب مصالح المستهلك.

إذن وحسب تعريف التوجيه الأوروبي يعد شرطاً تعسفياً كل شرط لم يتم التفاوض عليه بين المتعاقدين، ويتعارض مع متطلبات مبدأ حسن النية، وبالنتيجة يؤدي إلى الإخلال بالتوازن العقدي بين المتعاقدين. بل إن التوجيه الأوروبي أوضح بأن البائع أو المزود يقع عليه عبء إثبات أن الشرط قد تم التفاوض عليه مع المستهلك (المادة 2/3 من التوجيه الأوروبي).

ومن بين القوانين التي اهتمت بالشروط التعسفية قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 776 لسنة 2008 وتحديداً المادة 86 التي تحدثت عن الشروط التعسفية وأكدت على معيار مهم فيها وهو توافر الإخلال الخطير في التوازن العقدي.

ومن القوانين العربية التي أفردت نصوصاً تتعلق بالشرط التعسفي ووضعت تعريفاً له، نجد القانون الجزائري رقم 04-02 الخاص بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل بالقانون رقم 10-06 لعام 2010، حيث عرفت المادة 03-06 الشرط التعسفي بأنه " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد". ويلاحظ على التعريف السابق أنه جاء متماشياً مع التعريف الذي أورده المشرع الأوروبي، ومع ذلك فقد جاء عاماً ولا يعكس الهدف من تقرير الحماية من الشروط التعسفية كما كان واضحاً لدى التوجيه الأوروبي عندما قرر أن مناط الحماية هو المستهلك.

وبخصوص الشروط التعسفية، فإننا نجد أن المشرع الأردني قد أبدى موقفاً واضحاً في مواجهتها. فقد نصت المادة 204 من القانون المدني على أن "إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروطاً تعسفية جاز للمحكمة أن تعدل هذه الشروط أو تعفي الطرف المذعن منها وفقاً لما تقضي به العدالة، ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك".

ومن جانبنا نجد أن التعرض للشروط التعسفية في القانون المدني قد جاء عاماً، حيث إن المشرع لم يعرف الشرط التعسفي، كما أن ربط ذلك التصور بعقود الإذعان لا يساهم بتاتا في استقرار قواعد قانونية خاصة بالمستهلك تحقق له حماية من الشروط التعسفية التي قد يتعرض لها. أضف إلى ذلك أن السلطة الممنوحة للقاضي في العقود ليس لها أساس محدد فهي تتقاطع مع معرفة ما إذا كان الشرط تعسفياً في قانون ما أم لا، الأمر الذي ينشأ عنه الشك وعدم الاستقرار القانوني.

ومع ذلك لا بد من الإشارة إلى أن المشرع الأردني استحدث نظاما خاصا بالشروط التعسفية وذلك من خلال إدراج بعضها في صلب قانون حماية المستهلك، حيث حاول من خلال هذا النظام تحقيق نوع من الحماية للمستهلك على غرار التشريعات الحديثة.

فقد نصت المادة 22 من قانون حماية المستهلك على أن:

" أ- على الرغم مما ورد في أي تشريع آخر، للمحكمة أن تحكم ببطلان الشروط التعسفية الواردة في العقد المبرم بين المزود والمستهلك أو أن تعدلها أو تعفي المستهلك منها بناء على طلب من المتضرر أو الجمعية، ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك.

ب- يعد من الشروط التعسفية بصورة خاصة كل شرط:

- 1- يؤدي إلى إخلال بين حقوق والتزامات كل من المزود والمستهلك على خلاف مصلحة المستهلك.
  - 2- يسقط أو يحد من التزامات أو مسؤوليات المزود عما هو مقرر في هذا القانون أو أي تشريع نافذ.
  - 3- يتضمن تنازلا من المستهلك عن أي حق مقرر له بمقتضى هذا القانون أو أي تشريع نافذ.
  - 4- يتضمن منح المزود الحق في تعديل العقد أو فسخه بإرادته المنفردة .
  - 5- يتضمن إلزام المستهلك في حال إخلاله بتنفيذ التزاماته بدفع تعويض لا يتناسب مع الضرر الذي يصيب المزود.
  - 6- يتضمن إلزام المستهلك في حال إنهائه العقد قبل انتهاء مدته بدفع مبلغ من المال لا يتناسب مع الضرر الذي يصيب المزود.
  - 7- يسقط حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء أو الوسائل البديلة لفض المنازعات وفقا للتشريعات النافذة.
  - 8- يعفي المزود من التزامه بتقديم خدمات ما بعد البيع أو تأمين قطع الغيار ما لم يكن هذا الشرط مضافا إلى العقد بخط يد المستهلك بصورة تدل دلالة صريحة وواضحة لا لبس فيها على علم المستهلك لمضمونه وموافقته عليه.
- ج- يعتبر القرار القطعي الصادر عن المحكمة ببطلان الشروط التعسفية نافذا بحق المزود المحكوم عليه".

ويلاحظ بشكل عام أن قوانين حماية المستهلك التي أفردت نصوصا تتعلق بالشرط التعسفي أو حتى تلك التي عرفت ذلك الشرط، قد وضعت بعض المعايير لتحديد الشروط التعسفية، وهذه المعايير وردت على سبيل المثال لا الحصر.

وبالنسبة للمشرع الأردني فنجد أنه لم يحدد تعريفاً للشرط التعسفي وإنما اعتمد كما قلنا سابقا في تحديده للشروط التعسفية على أسلوب تجهيز قائمة تضم جملة من أهم الشروط التعسفية التي تعتبر كذلك بحكم القانون.

والسؤال المطروح هل يمكن إبطال الشروط التعسفية الواردة في العقد؟؟  
يلاحظ أن التشريعات التي تبنت تعريف الشرط التعسفي أو حاولت تعداد بعض الشروط التعسفية، نصت على وجوب إبطال وإلغاء هذه الشروط.

فقد أوضحت المادة 06-01 من التوجيه الأوروبي رقم 93-13 بأنه يجب على الدول الأعضاء أن تتص على أن الشروط غير العادلة المستخدمة في العقد المبرم مع المستهلك من قبل البائع أو المورد ، كما هو منصوص عليه في قانونها الوطني ، لا تكون ملزمة للمستهلك وأن العقد يجب أن يستمر في إلزام الطرفين بهذه الشروط إذا كان قادراً على الاستمرار في الوجود دون شروط غير عادلة.

أما المشرع الأردني فقد أبدى موقفاً واضحاً في مواجهة هذه الشروط وتحديداً في نص المادة 204 من القانون المدني حيث أجاز للمحكمة أن تعدل الشروط التعسفية أو تعفي الطرف المدعى منها.

إذن يتضح من المادة أعلاه أن القاضي يتمتع بسلطة تفسير العقد وتعديل الشرط التعسفي بل واستبعاده تماماً، وله أن يعفي الطرف المدعى منه وفقاً لما تقتضيه مبادئ العدالة، بل ويقع باطلاً كل اتفاق بين المتعاقدين على نزع هذه السلطة من القاضي.

ويتضح أيضاً أن المادة المذكورة توفر للمستهلك الطرف الضعيف نوعاً من الحماية متى ما ثبت أن العقد هو عقد إذعان، وأن الشروط الواردة فيه هي شروط تعسفية. ومن هنا تظهر الصعوبة أمام المستهلك خاصة أن الأمر كله متروك لسلطة القاضي التقديرية بتعديل الشروط التعسفية أو عدم القيام بذلك (أبو عرابي، 2009، صفحة 194).

ونشدد هنا على أن السلطة الممنوحة للقاضي في العقود ليس لها أساس محدد فهي تتقاطع مع معرفة ما إذا كان الشرط تعسفياً في قانون ما أم لا، الأمر الذي ينشأ عنه الشك وعدم الاستقرار القانوني. أضف إلى ذلك أن المعيار الذي يسترشد به القاضي لإعمال سلطة التعديل أو الإلغاء يتمثل في " ما تقضي به العدالة" وهو معيار غامض ومطلق لاختلاف الإحساس به من قاضي لآخر (فياض، 2017، صفحة 256).

أما قانون حماية المستهلك الأردني فقد قرر موقفاً واضحاً بهذا الخصوص حيث نصت المادة 22/أ على أنه "على الرغم مما ورد في أي تشريع آخر، للمحكمة أن تحكم ببطلان الشروط التعسفية الواردة في العقد المبرم بين المزود والمستهلك أو أن تعدلها أو تعفي المستهلك منها بناءً على طلب من المتضرر أو الجمعية، ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك".

وكنا نتمنى على المشرع الأردني أن يعتبر هذا النص من النظام العام بحيث تلزم المحاكم بالقضاء ببطلان أي شرط تعسفي يرد إليها في أي نزاع. فالقاضي لا يتدخل من تلقاء نفسه لتعديل الشرط التعسفي، بل لا بد من تقديم طلب من المتضرر أو الجمعية.

## الخاتمة:

تناول هذا البحث موضوعاً حديثاً نسبياً وهو الحماية المدنية للمستهلك في إطار العقود الإلكترونية التي أصبحت تمثل عصب التجارة الإلكترونية باعتبارها تتخطى كل الحدود الضيقة لتشريعات الدول. هذا وتعتبر قوانين الاستهلاك بشكل عام من أهم الوسائل التي يمكن من خلالها للمشرع أن يساير تلك التطورات الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية، خاصة تلك المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني.

إن حماية المستهلك في إطار عقود التجارة الإلكترونية يتطلب إقرار قواعد جديدة بعيدا عن القواعد التقليدية، تكون ذات فائدة تصب في صالح المستهلك، ذلك أن الخطر الذي يتعرض له المستهلك في إطار هذه العقود أعظم من الخطر في التجارة التقليدية.

إن الفكرة الجوهرية لهذا البحث تقوم على أن عقود التجارة الإلكترونية وعلى الرغم مما توفره من مزايا لأطرافها وللدولة، إلا أنها بحاجة إلى تدخل ومسايرة تشريعية لحماية حقوق المستهلك باعتباره الطرف الأضعف في هذه العلاقة القانونية. وهذه الحماية يجب ألا تقتصر فقط على الحماية المقررة قبل إبرام العقد وأنه يجب أن تمتد إلى مرحلة ما بعد التعاقد.

لقد أقر المشرع الأردني وكغيره من التشريعات المتعلقة بحقوق المستهلك نوعاً من الحماية المدنية للمستهلك بشكل عام، لكن هذه الحماية باتت قاصرة عن معالجة كثير من الإشكاليات التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص، وهو ما استلزم البحث في هذا الموضوع. وقد توصل الباحث للنتائج والتوصيات التالية:

## النتائج:

1. لقد أحسن المشرع الأردني إذ إنه لم يعرف العقد الإلكتروني بشكل مباشر وإنما عرفه بالنظر إلى الطريقة التي ينعقد بها، وهو ما شكل مفهوماً جديداً للتعاقد الإلكتروني.
2. أحسن المشرع الأردني بأن أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، فالشخص الطبيعي أو المعنوي يكون مستهلكاً إذا كان التعاقد من أجل الاستهلاك الشخصي أو لأجل الآخرين، مما يعني استبعاد المتعاقد من مفهوم المستهلك إذا كان العرض مرتبطاً بالنشاط المهني، كذلك يعد مستهلكاً كل من حصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو غير مقابل.
3. إن الحق بالتبصير يعد من أهم الحقوق التي يمكن إقرارها للمستهلك الإلكتروني، ذلك أنه من أهم الضمانات التي يمتلكها المستهلك لممارسة إبرام العقود عن بعد والتي من شأنها تشجيع انتشار هذه العقود وبالتالي تنشيط التجارة الإلكترونية.
4. لم يشر المشرع الأردني في قانون حماية المستهلك لا من قريب ولا من بعيد إلى منح المستهلك فرصة للتفكير قبل إبرام العقد، وهو ما يعد نقصاً واضحاً يجب تداركه.

5. إن المشرع الأردني لم يتعرض لحق العدول بالمعنى الواضح والدقيق، وإنما اكتفى بإعطاء المستهلك الحق بإرجاع السلعة المعيبة ورد ثمنها، كما أنه غفل عن تحديد مدة معينة يجوز خلالها للمستهلك العدول عن العقد.
6. إن الحاجة أصبحت ملحة لتطوير قواعد قانونية تركز على الوضع القانوني الخاص للمستهلك الإلكتروني وتضمن له حماية جديّة من الشروط التعسفية، وتتلائم كذلك مع البيئة الإلكترونية التي تبرم فيها عقود التجارة والتي ساعدت في اختلاف التوازن العقدي بين المتعاقدين.

#### التوصيات:

1. ضرورة وضع تصور معين لمعالجة موضوع الالتزام بالتبصير الإلكتروني بحيث يتمكن المستهلك الإلكتروني من معاينة السلعة أو الخدمة قبل التعاقد وذلك عن طريق إرسال نموذج معين أو كتالوج مطابق للسلعة المقدمة.
2. تعديل قانون حماية المستهلك الأردني بحيث يعاد فيه تنظيم الشروط التعسفية بما يخدم المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني وبحيث تتضمن هذه النصوص تعريف الشرط التعسفي بالإضافة إلى القائمة غير الحصرية لتلك الشروط لكي تكون نبراساً للقاضي الوطني ليسترشد بها. وكذلك اعتبار النصوص المتعلقة بالشروط التعسفية من النظام العام، بحيث يكون على القاضي التعامل معها من تلقاء نفسه.
3. يجب منح المستهلك الإلكتروني حماية من تعرضه للشروط التعسفية، حيث يلاحظ أن هذه الحماية موجودة فقط في التشريعات وبما يتعلق بعقود الإذعان. فلا يمكن الارتكان إلى هذه النظرية في حماية المستهلك الإلكتروني. فالمشرع مطالب بتنظيم ظاهرة الشروط التعسفية بقواعد خاصة لكي لا يترك الأمر لاختلاف الفقه وكذلك القضاء الذي لا يستطيع بسط سيطرته على مثل هكذا عقود تتخللها شروط تعسفية تستهدف الإضرار بمصالح المستهلك الإلكتروني.
4. إن قانون حماية المستهلك الأردني لا يكفي لإضفاء الحماية المدنية الفعالة للمستهلك الإلكتروني، وبالتالي لا بد من إقرار قواعد جديدة تتناسب مع واقع العقود الإلكترونية وتختلف تماماً عن تلك القواعد التقليدية التي باتت عاجزة عن مسايرة التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية.

## المراجع والمصادر

- اسامة ابو الحسن مجاهد. (2002). *التعاقد عبر الانترنت*. دار الكتب القانونية.
- اسامه احمد بدر. (2005). *حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني*. دار الجامعة الجديدة.
- الاء يعقوب يوسف. (2005). *الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية*، بحث منشور ، مجلد 18، العدد 14. مجلة كلية الحقوق، جامعة النهدين.
- بان سيف الدين محمود. (2019). *العقد الإلكتروني ووسائل اثباته*. مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، 27(7)، 1-19.
- جلول دواجي بحلول. (2015). *الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية*. الجزائر: جامعة ابي بكر بلقايد.
- حسن عبد الباسط جميعي. (1996). *حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك*. دار النهضة العربية للنشر و التوزيع.
- خالد ممدوح إبراهيم. (2008). *امن المستهلك الإلكتروني*. دار الفكر الجامعي.
- سليمان براك الجميلي. (2015). *الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك*. مجلة كلية الحقوق، 7(2)، 164-187.
- طوني ميشيل عيسى. (2001). *التنظيم القانوني لشبكة الانترنت (الإصدار 1)*. صادر ناشرون.
- عاطف عبد الحميد حسن. (2008). *وجود الرضا في العقد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت*. دار النهضة العربية.
- عباس زواوي ، و سلمى مانع. (2017). *الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية. الحقوق والحريات*، 10(2)، 303-314.
- عبد الفتاح بيومي حجازي . (2005). *مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية*. دار الفكر الجامعي.
- عزة علي الحسن. (2005). *الاطار القانوني والتشريعي للتجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراة*. السودان: جامعة الخرطوم.
- عمر قاسم القيسي. (2002). *الحماية القانونية للمستهلك: دراسة في القانون المدني والمقارن (الإصدار 1)*. الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.
- عمر محمد عبد الباقي. (2004). *الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون*. منشأة المعارف.
- غازي ابو عرابي. (2009). *حماية رضاء المستهلك: دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الإماراتي وتقنين الاستهلاك الفرنسي ومشروع قانون حماية المستهلك الأردني*. دراسات: علوم الشريعة والقانون، 36(1)، 187-204.
- غازي أبو عرابي. (2007). *الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت*. دراسات: علوم الشريعة والقانون، 34، 565-580.
- غسان رباح. (2011). *قانون حماية المستهلك الجديد (الإصدار 2)*. منشورات زين الحقوقية.
- قارة مولود. (2008). *التعبير عن الإرادة في عقود التجارة الإلكترونية*. مجلة دراسات المعلومات، 3(3)، 67-98.
- كوثر سعيد عدنان. (2012). *حماية المستهلك الإلكتروني*. دار الجامعة الجديدة.
- لورنس محمد عبيدات. (2005). *اثبات المحرر الكتابي (الإصدار 1)*. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- محمد إبراهيم أبو الهيجاء. (2021). *عقود التجارة الإلكترونية (الإصدار 4)*. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- محمد ابراهيم دسوقي. (1995). *الجوانب القانونية في ادارة المفاوضات وابرام العقود. الادارة العامة للبحوث*، 34(4)، 689-692.
- محمد السيد عمران. (1986). *حماية المستهلك أثناء تكوين العقد*. منشأة المعارف.
- محمد السيد عمران. (بدون سنة النشر). *الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت*. الدار الجامعية.

- محمد حسن قاسم. (2005). التعاقد عن بعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع اشارة لقواعد القانون الأوروبي. دار الجامعة الجديدة.
- محمد حسين منصور. (2007). المسؤولية الإلكترونية (الإصدار 1). دار النهضة العربية.
- محمد بودالي. (2006). حماية المستهلك في القانون المقارن: دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي. دار الكتاب الحديث.
- محمد جابر. (2018). الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية: دراسة مقارنة. بحوث القانون والعلوم السياسية، 12 (29)، 434-446.
- محمد شكري سرور. (2003). التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك. المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية للعمليات الإلكترونية. دبي: أكاديمية شرطة دبي.
- محمود فياض. (2017). حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الإماراتي: دراسة مقارنة بالتوجيه الأوروبي رقم (13/1993) وتوجيهات محكمة العدل الأوروبية. مجلة الحقوق، 14 (2)، 213-272.
- مظفر جابر ابراهيم الراوي. (2015). التراضي في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، بحث منشور، المجلد (10) السنة الخامسة، العدد (2). مجلة العلوم القانونية والسياسية.
- ميس يوسف حورية. (2018). حق العدول عن العقد لية لحماية المستهلك الإلكتروني. الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 7 (2)، 11-30.
- نسرین محاسنة. (2018). حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني: دراسة في ضوء قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية القطري مقارنة بالتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك. مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، 6 (24)، 191-225.
- نصيرة غزالي. (2019). الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك. افاق علمية، 11 (3)، 296-309.
- نضال اسماعيل برهم. (2015). احكام عقود التجارة الإلكترونية. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- يحيى يوسف فلاح. (2007). التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير. كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية. فلسطين.
- المراجع الأجنبية:**
- Hart (الإصدار 2). *The Internet- framework for electronic commerce*. (2000). Andrew D Murray publishing.
- C Twigg-Flesner. (2006). The implementation of the unfair contract terms directive in the United Kingdom. *Contemporary Issues in Law* من الاسترداد من 2007،  
[https://www.researchgate.net/publication/228224842\\_The\\_Implementation\\_of\\_the\\_Unfair\\_Contract\\_Terms\\_Directive\\_in\\_t](https://www.researchgate.net/publication/228224842_The_Implementation_of_the_Unfair_Contract_Terms_Directive_in_t)
- Julia Hornle. (2000). The European Union Takes Initiative in the field of E-Commerce. *The journal of information, Law and Technology* من الاسترداد من 2000 (3)،  
[https://warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2000\\_3/hornle/](https://warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2000_3/hornle/)
- O Honnold. (1982). *Uniform Law for International Sales Under the 1980 United Nation Convention*. Kluwer Law and Taxation Publisher.

Omri Ben-Shahar ، و Eric A posner .(2011) .The Right to Withdraw in Contract Law . *The journal of legal studies*. 40 ،

Youngerwood , A., & Mann , S. (2000). Extra Armoury for Consumers: the new distance selling regulation. *the journal of Information Law and technology*, 2000(3). Retrieved from <http://warwick.ac.uk/jilt/00-3/youngerwood.html>.

#### القوانين والتشريعات:

- اتفاقية الأمم المتحدة بشأن عقود البيع الدولي للبضائع لسنة 1980 (1980).
- التوجيه الأوروبي رقم (13) لعام 1993 بشأن الشروط غير العادلة في عقود المستهلك. (1993).
- التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 ماي 1997 الخاص بحماية المستهلك في العقود عن بعد (1997).
- القانون الجزائري رقم 04-02 الخاص بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل بالقانون رقم 10-06 لعام 2010 (2010).
- القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 (1976).
- القانون المصري رقم 181 لعام 2018 بإصدار قانون حماية المستهلك (2018).
- المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 06-306 المؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين والمستهلكين، والبنود التي تعتبر تعسفية (2006).
- قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 14-344 المؤرخ في 17 مارس 2014 (2014).
- قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 776 لسنة 2008 (2008).
- قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 92-949 لعام 1993 (1993).
- قانون الاونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لعام 1996 (1996).
- قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000 (2000).
- قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015 (2015).
- قانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لعام 2017 (2017).
- قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 03/09 لعام 2009 (2009).