

حماية المستهلك في العقود الالكترونية "دراسة تحليلية في أنظمة المملكة العربية السعودية"

هيثم حامد المصاروة^١ - أحمد عبدالرحمن المجالي^٢

قسم القانون - كلية الأعمال - جامعة الملك عبد العزيز^١

كلية الحقوق - جامعة طيبة^٢

المُلخَص

أدى شيوع وانتشار التعاملات الالكترونية في العصر الحاضر إلى تعدد وكثرة المخاطر المحيطة بالمستهلكين، إذ يبدو الواحد منهم مجبر بحكم الواقع وفي كثير من الأحيان على إبرام العديد من العقود الالكترونية بغية تلبية حاجاته وتحقيق مصلحته، وهو ما أفضى بدوره إلى إمكانية فرض شروط تعاقدية قد لا تصب في صالحه، وذلك إما بالتخفيف من حقوقه أو بزيادة الالتزامات المترتبة على عاتقه. الأمر الذي كان المشرع قد سعى إلى معالجته وتلافيه من خلال سنّ بعض الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة، وهو ما قد يتحقق أيضاً من خلال تطبيق بعض الأحكام المتعلقة بالتعاملات الالكترونية على وجه الخصوص، غير أن هذه النصوص ما زالت تتخللها بعض العيوب والثغرات التي قد تفضي إلى تضيق نطاق الحماية المتاحة للمستهلك في العقود الالكترونية، وهو ما اقتضى البحث عن أنجع الوسائل والسبل التشريعية اللازمة لمد نطاق الحماية للمستهلك في هذه العقود.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، عقود الاستهلاك، العقد الالكتروني، التعاملات الالكترونية.

مَقَدِّمَةٌ

والخدمات التي يتعاقدون عليها فحسب، بل ولانعدام التوازن بينهم وبين من يتعاقدون معه من أشخاص "المزودين"، إذ يمتلك هؤلاء المزودون من الأساليب والوسائل ما يمكنهم من جذب المستهلكين وفرض شروط التعاقد التي يشاءون، كل بفضل المركز الاقتصادي والقانوني الذي يتمتعون به في مواجهة المستهلك الذي يصعب مقارنة مركزه غالباً بواحد من المزودين. ومع ذلك، فقد يشير البعض إلى وجود جملة من الأنظمة واللوائح المسخرة لحماية المستهلك في المملكة العربية السعودية كنظام مكافحة الغش التجاري لعام ١٤٠٤هـ ونظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس لعام ١٣٩٢هـ، كما قد يشير البعض الآخر إلى وجود أنظمة حديثة صدرت مؤخراً لتنظيم العلاقات والعقود الالكترونية ونقصد تحديداً نظام التعاملات الالكترونية

تحتل العقود الالكترونية أهمية بالغة في العصر الحاضر، فقد أصبحت التعاملات من خلالها أكثر وقوعاً وأوسع انتشاراً وأضحّت عملية إحلال هذه العقود محل العقود التقليدية تجري بوتيرة متسارعة ومتزايدة يوماً بعد يوماً، ولعل ذلك ما يلاحظ على وجه جلي في جملة العقود التي يجريها المستهلكين لتلبية حاجاتهم من السلع والخدمات، فقد بات التعاقد الالكتروني على تلك السلع والخدمات يحقق مزايا عديدة لكلا طرفي العقد، فهو على الأقل يوفر لهما قدراً من الجهد والوقت والمال. غير أن ترك جمهور المستهلكين يتعاقدون بالطرق الالكترونية قد يحمل في طياته خطورة على حقوقهم والالتزامات المترتبة عليهم بموجب هذه العقود، فقد يكونون عرضة للتحايل والغش والغبن، ليس لأنهم لا يرون أو يعاينون السلع

المبحث الأول: مفهوم الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية.

المبحث الثاني: حماية البيانات الالكترونية.

المبحث الثالث: الحماية التي توفرها القواعد العامة للمستهلك في العقود الالكترونية.

المبحث الأول

مفهوم الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية

تتمثل الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية "المستهلك الالكتروني" (عبانة، بدون سنة نشر)^(١) في جملة الوسائل والإجراءات والضوابط التي يوفرها المشرع بوساطة التشريعات المختلفة بشأن التعاقد على السلع والخدمات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها إذا ما كان التعاقد يتم بالطرق الالكترونية.

إذ يتصور وجود وسائل وإجراءات وضوابط قانونية مختلفة لحماية المستهلك الالكتروني وفي المراحل المختلفة التي يمر بها التعاقد، أي سواء كان ذلك في المراحل السابقة على التعاقد أو المعاصرة أو تلك اللاحقة له. لذلك فإن التعرف على مضمون الحماية القانونية للمستهلك في هذا النوع من العقود يتطلب تحديد مفهوم المستهلك وما يبرمه من عقود الكترونية، إضافة إلى الوقوف على الموجبات والمؤيدات التي تقضي بحماية المستهلك في مثل هذا النوع من العقود. وبنا عليه فإن دراسة مفهوم الحماية القانونية للمستهلك يمكن توزيعها على المطالب الآتية:

عام ١٤٢٨هـ ولائحته التنفيذية، غير أن التساؤل المطروح هنا قد يدور حول مدى انطباق هذه الأنظمة وملاءمتها لحكم العلاقة بين المستهلك من جهة والمزود من جهة أخرى، فهل تكفي هذه التشريعات لتنظيم العقود الالكترونية المبرمة بين الطرفين وما ينجم عنها من حقوق والتزامات؟ وإذا كان المستهلك لا يرى محل العقد أو الشيء الذي يتعاقد عليه وفي حالة من حالات انعدام التوازن بينه وبين المزود، فإن التساؤل يثار أيضاً عن مدى ما توفره هذه التشريعات للمستهلك من الحماية لدرء المخاطر الناجمة عن التعاقد بمثل هذه الوسائل؟ وإذا كانت الشريعة الإسلامية تعد المصدر الرسمي للتشريع في النظام القانوني السعودي، فإن التساؤل من جهة أخرى قد يطرح عن ماهية الحماية التي توفرها أحكام الشريعة الإسلامية للمستهلك في هذه العقود المستحدثة؟

هذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال هذه الدراسة، إذ سنتطرق للحماية التي توفرها التشريعات للبيانات الالكترونية التي يستطيع المستهلك من خلالها إبرام العقود الالكترونية، كما سنتطرق لأوجه الحماية التي توفرها الشريعة الإسلامية للمستهلكين بوصفها تمثل القواعد العامة الواجب التطبيق في سائر الحالات التي يتعذر فيها تطبيق أحكام النصوص الواردة في الأنظمة واللوائح النافذة، غير أنه يحسن بنا قبل ذلك إيضاح مفهوم ومبررات الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية.

وبناء عليه، فإن دراستنا لأوجه حماية المستهلك في العقود الالكترونية ستكون من خلال التقسيم الآتي:

١- يرى البعض عدم دقة تسمية "المستهلك الالكتروني" للدلالة على المستهلك في العقود الالكترونية، فوصف الالكتروني الذي يطلق في هذا المقام هو وصف للعقد المبرم بين الطرفين، وليس وصفاً للمستهلك الذي هو عادة شخص طبيعي أو اعتباري، إذ لا يوجد شخص الكتروني.

المطلب الأول: مفهوم المستهلك في العقود الالكترونية.

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك في العقود الالكترونية.

المطلب الثالث: الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الالكترونية.

المطلب الأول

مفهوم المستهلك في العقود الالكترونية

يثير مصطلح المستهلك في العقود الالكترونية الكثير من التساؤلات حول المدلول القانوني له، وهو ما يصعب إدراكه دون التعرف على معاني "المستهلك" من جهة، ومعنى "العقود الالكترونية" من جهة أخرى. وقد ظهر اتجاهان في تعريف المستهلك (ابن منظور، دون سنة نشر)^(١) من الوجهة القانونية (شندي، ٢٠١٠م)، أحدهما ضيق والثاني واسع. إذ يعرف المستهلك وفقاً للاتجاه الضيق بأنه: "شخص يتصرف لتحقيق أغراض لا تدخل ضمن نشاطه المهني" (القيسي، ٢٠٠٢م). فالمستهلك وفقاً لهذا المفهوم يبرم عقداً مع أشخاص من أرباب المهن والتجارة ممن يمتلكون معلومات ودراية كبيرة بتلك السلع والخدمات (الجبوري، ٢٠٠٢م). أما الاتجاه الواسع فيعرف المستهلك بأنه: الشخص الذي يقوم بإبرام تصرفات قانونية للحصول على سلعة أو خدمة إشباعاً لحاجاته الاستهلاكية الشخصية والعائلية

(ارسلان، ١٩٩٨م) (موسى، ١٤٠٢هـ). والاتجاه الأخير هو ما تميل إليه في الوقت الراهن الجمعيات والمنظمات الخاصة بحماية المستهلك في الدول المختلفة، ففي المملكة العربية السعودية مثلاً تعرف المادة الأولى من تنظيم جمعية حماية المستهلك لعام ١٤٢٩هـ المستهلك بأنه: "كل شخص ذي صفة طبيعية أو اعتبارية يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو دون مقابل إشباعاً لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين". نجد أن التعريف الأخير يتجه نحو المساواة بين المستهلكين، سواء أكانوا من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين. وبصفة عامة، نلاحظ من خلال التعريفات السابقة أنها لم تميز بين المستهلكين بحسب الطريقة التي يتعاقدون بها، أي أن المقصود بالمستهلك هنا قد يكون ممن تعاقد بالطرق التقليدية أو ممن تعاقد بواسطة الوسائل الالكترونية أو بما يسمى بالمستهلك في العقود الالكترونية، إذ يقصد بالعقود الإلكترونية في هذا السياق تلك التي يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بفضل التفاعل بين الموجب والقابل (مجاهد، ٢٠٠٣م). وهذا يعني أنه يتصور أن يتم إبرام هذا العقد عن طريق المواقع التجارية بشبكة الانترنت أو عن طريق البريد الالكتروني (أبو الليل، ٢٠٠٢م). وبعبارة أخرى نستطيع القول بأن المستهلك في العقود الالكترونية "المستهلك الالكتروني" (المهداوي، ٢٠١٠م) (عبابنة، بدون سنة نشر)^(٢): هو الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الالكترونية

١- الاستهلاك لغة بمعنى الإنفاق والإجهاذ. جاء في المعجم حول كلمة استهلك: "استهلك المال: أنفقه وأنفذه... واستهلك في كذا إذا جهد نفسه...".

٢- يذهب البعض إلى تعريف المستهلك الالكتروني كالآتي: "كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الالكترونية، على سلعة أو خدمة بمقابل أو دون مقابل إشباعاً لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين"، وعلى خلاف ذلك يميل البعض إلى الاتجاه الضيق في تعريف المستهلك الالكتروني، إذ عرفه بأنه: "كل طبيعي يبرم عقداً عن بعد لا يدخل في نشاطه المهني".

أمثلة ذلك المنتجات التي يستخدمها الأشخاص في المأكول والمشرب والملبس. في حين أنه يقصد بالخدمة أي عمل يتم تقديمه للمستهلك الالكتروني. ومن أمثلة هذه الخدمات التأمين، والنقل من مكان إلى آخر، والترميم والإصلاح.

المطلب الثاني

مبررات حماية المستهلك في العقود الالكترونية

ترتبط مبررات الحماية القانونية للمستهلك بصفة عامة بضرورات مراعاة حالة اختلال التوازن بين المستهلك من جهة والمزود من جهة أخرى (العربي، ١٩٩٨م)، إذ تتجلى السمة الغالبة للمزود بتمتعه بقوة اقتصادية كبيرة ومعلومات ومعرفة وخبرة واحتراف بشأن السلع والخدمات التي يقدمها، فإن السمة، وعلى خلاف المستهلك الذي كثيراً ما تدفعه رغبته في تلبية احتياجاته إلى التعاقد على سلع تكون معرفته وخبرته بشأنها ضئيلة أو محدودة. وبعبارة أخرى فإن مركز المستهلك عادة ما يتسم بالضعف إذا ما قورن بمركز المزود، وسواء أكان ذلك من الناحية القانونية أو الاقتصادية. وإذا كان ما سبق ذكره ينطبق على المستهلك العادي، أي المستهلك في غير العقود الالكترونية، فكيف هو الحال بالنسبة للعقود الالكترونية؟.. لا شك بأن المستهلك الالكتروني ليس بأحسن حالا (CHEFFERT, 2002)^(٤)، بل هو

للحصول على سلع أو خدمات إشباعاً لحاجاته الشخصية أو العائلية ومن دون أن يقصد إعادة بيع أو تسويق تلك السلع أو الخدمات (GHESTIN, 1988). إذ يدخل في مفهوم العقود التي يبرمها المستهلك الالكتروني العقود كافة مثله كمثل المستهلك بالطرق التقليدية، وإن كانت عقود البيع والإيجار والحصول على الخدمات المصرفية هي الأكثر انتشاراً وذيوغاً من الناحية العملية. وإذا كان المستهلك الالكتروني هو أحد طرفي العقد، فإن الطرف الذي يقابله هو من يسمى بالمزود (محمود، ٢٠٠٩م)^(١)، وهو الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الالكترونية آخذاً على عاتقه تقديم السلعة أو الخدمة التي يحتاجها للمستهلك الالكتروني. لذلك ليس كل شخص يبرم عقداً إلكترونياً يعتبر مستهلكاً إلكترونياً فقد يبرم أحدهم عقداً إلكترونياً من أجل شراء سلعة أو خدمة لكن ليس من أجل استهلاكها بل من أجل إعادة بيعها أو تسويقها ففي هذه الحالة لا يعتبر هذا الشخص مستهلكاً إلكترونياً يجب حمايته.

أما محل التعاقد بين المستهلك الالكتروني والمزود فيتمثل في إي سلعة أو خدمة يتم تقديمها إشباعاً لحاجات المستهلك الالكتروني^(٢)، إذ يقصد بالسلعة هنا المنتج الذي يتم تقديمه للمستهلك الالكتروني أيأ كان شكل أو نوع هذا المنتج. إذ يستوي في ذلك أن يكون المنتج صناعياً أو نباتياً أو حيوانياً أو غير ذلك^(٣)، ومن

١- يعرف المزود بأنه الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يعمل من أجل حاجات مهنته على سبيل الاحتراف وسعياً لتحقيق الربح
٢- تعرف المادة الأولى من تنظيم جمعية حماية المستهلك الخدمة كالآتي: "كل عمل تقدمه أي جهة للمستهلك، سواء كان بأجر أو دون أجر".
٣- تعرف المادة الأولى من تنظيم جمعية حماية المستهلك السلعة بأنها: "كل منتج صناعي أو نباتي أو حيواني أو تحولي، بما في ذلك العناصر الأولية للمواد والمكونات الداخلة في المنتج".
٤- لقد حظيت حماية المستهلك بأهمية كبيرة في الدول الأوروبية، لاسيما بعد الحرب العالمية الثانية، ففي ذلك العصر كانت هناك

تلك السلع والخدمات بالطرق التقليدية يكبده تكلفة مالية زائدة أو يسبب له مشقة أو إهدار للوقت والجهد. ومن جهة أخرى نجد أن الانتشار الواسع للتعاقد الالكتروني لم يعد قاصراً على السلع والخدمات المتوفرة في الدولة ذاتها التي يكون فيها المستهلك والمزود، بل أن التعاقد الدولي بينهما أضحى شائعاً وعلى نحو متسارع، وهو يخلف بدوره مخاطر أخرى ترتبط بصعوبة مقاضاة المزود إن هو تحايل أو أضر بالمستهلك، خصوصاً إذا ما كان ذلك يتطلب دفع نفقات ومصاريف عالية قد لا يطبقها المستهلك. لذلك كانت حماية المستهلك الالكتروني من مثل هذه الأخطار وما قد يترتب عليها من أضرار تتطلب تدخلاً وحماية فاعلة من قبل المشرع.

المطلب الثالث

الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الالكترونية

لقد صدرت في المملكة العربية السعودية العديد من التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة، ويعد من أبرزها نظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس لعام ١٣٩٢هـ، ونظام مكافحة الغش التجاري لعام ١٤٠٤هـ، ونظام البيانات التجارية لعام ١٤٢٣هـ. كما قد يستفيد المستهلك في العقود الالكترونية من الحماية التي توفرها بعض الأحكام الواردة في تشريعات أخرى كنظام التعاملات الإلكترونية لعام ١٤٢٨هـ، ونظام مكافحة جرائم المعلوماتية لعام ١٤٢٨هـ^(١). ومن جانب آخر يلاحظ صدور "تنظيم جمعية حماية

على العكس من ذلك، فهو يتعاقد على أشياء ليست بين يديه ولا يلامسها أو يعاينها حقيقةً، فقد لا يرى إلا صورها المتاحة عن بعد، أي من خلال شاشة أجهزة الحاسوب فقط (حسن، ٢٠٠٧م)، وقد لا يحصل إلا على معلومات وبيانات محدودة يعتمد المزود حصرها وعدم إتاحة غيرها للمستهلك. ليس هذا فحسب، بل أن الدعاية والإعلانات المضللة التي ييثرها المزود في مواجهة المستهلكين من خلال الوسائل الالكترونية أثرها الفاعل (العبد، ٢٠٠٩م)، بحيث تؤثر عليهم وتحثهم على التعاقد دون تبصر بالعواقب. ولعل المستهلك والحالة هذه عرضة للغلط والغش والتغريب والغبن، لاسيما إذا ما تعتمد ذلك المزود وسعى إليه طمعا في تحقيق مكاسب غير مشروعة على حساب المستهلك. كما يلاحظ أن التعاقد الالكتروني بات في الوقت الراهن أوسع انتشاراً من ذي قبل، لاسيما وأنه أكثر سهولة ومرونة من التعاقد بالطرق التقليدية، إذ يستطيع المستهلك تكييف شؤونه وظروفه على نحو أكبر وبما يحقق له فوائد مزايا تعود عليه بالنفع. وهو ما بات يتطلب بدوره تشجيع التعاقد الالكتروني بصفة عامة وبث الثقة فيه وإزالة العوائق أمامه (المهداوي، ٢٠١٠م). غير أن الأمر لا يقف عند هذا الحد، فحماية المستهلك الالكتروني تكتسب أهمية أكبر في بعض أنواع العقود، ونقصد بها تلك التي يكون المستهلك مجبراً على إبرامها الكترونياً بحكم الواقع، كما لو لم تتوافر السلعة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها إلا عبر التعاقد الالكتروني، أو أن التعاقد بشأن

أزمة مالية قوية استغلها كبار التجار على حساب المواطن الضعيف، لذلك قامت تلك الدول بسن القوانين الصارمة لحمايته، ومع تطور التكنولوجيا وانتشار التجارة الإلكترونية انتشاراً واسعاً، تكرر هذا الاستغلال من قبل العديد من التجار، فالرغبة في الشراء السريع من قبل هؤلاء دفعتهم لإتباع أساليب غير مشروعة لتصرف بضائعهم عبر الانترنت.
١- حول الأهداف التي تم إصدار نظام مكافحة جرائم المعلوماتية انظر المادة الثانية من النظام نفسه.

المستهلك لعام ١٤٢٩هـ"، وهذا التنظيم صدر عن الجهة التي تصدر الأنظمة في المملكة العربية السعودية، وأنشأ بموجبة جمعية أهلية تعنى بحماية المستهلك^(١)، حيث حددت أهداف الجمعية^(٢)، إضافة إلى اختصاصاتها^(٣)، والملاحظ بهذا الصدد أنه أنيط بالجمعية تلقي الشكاوى المتعلقة بالاحتيال على المستهلك وغشه واستغلاله ومن ثم رفعها إلى الجهات المختصة ومتابعتها، وهذه الصلاحيات على الرغم من أهميتها وحيويتها، إلا أنها قد لا تكون مجدية من الناحية العملية، فقد تعجز تلك الجمعية لسبب أو لآخر عن القيام بهذا الدور، وكان الأجدر والأولى باعتقادنا صدور نظام خاص بحماية

المستهلك-أسوة بالدول الأخرى^(٤)، وعلى أن يتضمن هذا النظام الأحكام الملائمة وما تحتاجه من وسائل وإجراءات فاعلة لحماية المستهلكين كافة، سواء أكانوا قد تعاقدوا بالطرق التقليدية أم الالكترونية، فضلا عن إنشاء هيئة رسمية متخصصة لهذا الغرض، ولا مانع بعد ذلك من فسح المجال أمام مؤسسات المجتمع المدني للمساهمة في مراقبة تطبيق ذلك النظام، إذ يمكن بناء على ذلك إنشاء جمعيات ومؤسسات أهلية تعنى بحماية المستهلك وتلقي الشكاوى ورفع الدعاوى نيابة عن المستهلكين^(٥).

وبناء على ذلك فإن الأحكام الواجبة التطبيق على

١-تنص المادة الثانية من تنظيم جمعية حماية المستهلك على أن "جمعية حماية المستهلك جمعية أهلية تتمتع بالشخصية الاعتبارية المستقلة".

٢-تنص المادة الرابعة من تنظيم جمعية حماية المستهلك على أن الجمعية تهدف إلى "العناية بشؤون المستهلك ورعاية مصالحه والمحافظة على حقوقه والدفاع عنها وتبني قضاياها لدى الجهات الخاصة وحمايته من جميع أنواع الغش والتقليد والاحتيال والخداع والتدليس في جميع السلع والخدمات والمبالغة في رفع أسعارها ونشر الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك وتبصيره سبل ترشيد الاستهلاك".

٣-تنص المادة الخامسة من تنظيم جمعية حماية المستهلك على أن "للجمعية في سبيل تحقيق أهدافها القيام بما يلي:

١. تلقي شكاوى المستهلك المتعلقة بالاحتيال والغش والتدليس والتلاعب في السلع أو الخدمات والمغالاة في أسعارها، والتضليل عن طريق الإعلانات في الصحف وغيرها، ورفع ذلك إلى الجهات المختصة، ومتابعتها.

٢. مساندة جهود الجهات الحكومية المعنية بحماية المستهلك، وإبلاغ تلك الجهات بكل ما يمس حقوق المستهلك ومصلحه.

٣. إعداد الدراسات والبحوث، وعقد المؤتمرات والندوات والدورات، وإقامة المعارض ذات العلاقة بنشاط حماية المستهلك، ونشر نتائج تلك الدراسات والبحوث، وذلك وفقا للأنظمة والتعليمات.

٤. توعية المستهلك بطرق ترشيد الاستهلاك وتقديم المعلومات والاستشارات الضرورية له.

٥. اقتراح الأنظمة ذات الصلة بحماية المستهلك وتطويرها.

٦. تمثيل المستهلك في اللجان والهيئات المحلية والدولية ذات العلاقة بحماية المستهلك، والتعاون معها والمشاركة في أنشطتها المتعلقة بأهدافها وذلك وفق الإجراءات النظامية المتبعة.

٤-انظر على سبيل المثال: قانون حماية المستهلك العماني رقم ٨١ لسنة ٢٠٠٢. قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم ٢٤ لسنة ٢٠٠٦. قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم ٢١ لسنة ٢٠٠٥. قانون حماية المستهلك اللبناني رقم ١٣٠٦٨ لسنة ٢٠٠٤.

٥-تمتلك جمعيات حماية المستهلك وسائل مختلفة للوصول إلى حماية جمهور المستهلكين، ومن بين هذه الوسائل ما يأتي:

أ. رفع الدعاوى في مواجهة المزود، وذلك للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي سببها، خصوصا وأن المستهلك نادرا ما يلجأ لرفع الدعوى في مواجهة المزود لما قد يترتب على رفع الدعوى من وقت وجهد ونفقات باهضة، إضافة إلى ضالة النتائج المترتبة على رفع مثل هذه الدعوى لان السلع والخدمات قد لا تكون ذات قيمة كبيرة في الكثير من الأحيان.

ب. الدعاية المقابلة، إذ تمارس الجمعيات ذلك من خلال النقد العام لبعض نماذج السلع والخدمات، فضلا عن الإشارة إلى خطورتها وعدم فعاليتها.

ج. المقاطعة، فقد توجه وتنصح بعض الجمعيات منسبها وجمهور المستهلكين عامة إلى أهمية ضرورة عدم التعامل مع بعض مزودي السلع والخدمات لأسباب متعددة كالأضرار الناجمة عنها أو مصدرها.

على كافة البيانات المتعلقة بالسلعة التي يريد اقتناؤها حتى تتكون لديه صورة كاملة عنها ويكون قادراً على اتخاذ القرار الصائب بملء إرادته ومن دون التعرض للغش والاحتيال، وهو ما يقتضي بدوره توفير حماية المستهلك في مواجهة البيانات المعروضة. كما لا يقل أهمية عن البيانات المعروضة المتعلقة بالسلع والخدمات البيانات المتعلقة بالمستهلك نفسه والتي تتصف دائماً بالسرية، ذلك أن اطلاع الغير عليها ومعرفته بها قد يفضي إلى استعمالها من قبل الغير وبما يلحق الضرر بالمستهلك، الأمر الذي ينطبق أيضاً على البيانات المتعلقة بالسداد الإلكتروني. وإذا كانت البيانات المتعلقة بالتعاقد الإلكتروني مع المستهلك متعددة ومختلفة، إلا أن ما يجمع بينها هو أنها جميعاً بيانات إلكترونية، إذ تعرف هذه البيانات من الوجهة القانونية بأنها: "بيانات ذات خصائص إلكترونية، في شكل نصوص أو رموز أو صور أو رسوم أو أصوات أو غير ذلك من الصيغ الإلكترونية، مجتمعة أو متفرقة"^(٣).

المستهلك في العقود الإلكترونية تتمثل بصورة أساسية فيما ورد في الأنظمة السابق ذكرها وما صدر بالاستناد إليها من لوائح، فإن تعذر الحصول على حكم بالاستناد إلى هذه الأنظمة واللوائح، فإنه يتوجب والحالة هذه الرجوع إلى المصدر الرئيسي للتشريع في المملكة العربية السعودية وهو الشريعة الإسلامية ممثلة بالقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة إضافة إلى المصادر الأخرى^(١). وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام هو أن تطبيق الأنظمة واللوائح أيضاً مرهون بعدم مخالفتها للشريعة الإسلامية وإلا تم استبعاد تطبيقها^(٢)، وهو يعطي الأولوية في التطبيق لأحكام الشريعة الإسلامية في حالات أوسع.

المبحث الثاني

حماية البيانات الإلكترونية

أصبحت شبكة الإنترنت في هذا العصر صالة عرض مفتوحة لجميع الناس، تُعرض فيها كافة المنتجات والخدمات، وهذا العرض إما أن يكون مطابقاً لحقيقة المنتج أو أن فيه غش وتدليس، وهو ما يتطلب بدوره الحرص والتأكيد على أهمية حق المستهلك في الحصول

للمزيد من التفصيل انظر: د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية، بيروت، ٢٠٠٣، ص ٢٢٦، ص ٢٣٩.

١- تعد الشريعة الإسلامية المصدر الرئيسي للتشريع في المملكة العربية السعودية، فقد نصت المادة السابعة من النظام الأساسي للحكم في المملكة العربية السعودية على الآتي: "يستمد الحكم في المملكة العربية السعودية سلطته من كتاب الله تعالى وسنه رسوله وهما الحاكمان على هذا النظام وجميع أنظمة الدولة". كما نصت المادة الأولى من نظام القضاء السعودي لسنة ١٤٢٨هـ على أنه: "القضاة مستقلون لا سلطان عليهم في قضائهم لغير أحكام الشريعة الإسلامية والأنظمة المرعية وليس لأحد التدخل في القضاء"، وهو ما أكدته أيضاً المادة الأولى من نظام المرافعات الشرعية لسنة ١٤٢١هـ على الآتي: "تطبق المحاكم على القضايا المعروضة أمامها أحكام الشريعة الإسلامية، وفقاً لما دل عليه الكتاب والسنة وما يصدره ولي الأمر من أنظمة لا تتعارض مع الكتاب والسنة".

٢- انظر: المادة السابعة من النظام الأساسي للحكم، كما تنص المادة الثامنة والأربعون من النظام نفسه على الآتي: "تطبق المحاكم على القضايا المطروحة أمامها أحكام الشريعة الإسلامية وفقاً لما دل عليه الكتاب والسنة وما يصدره ولي الأمر من أنظمة لا تتعارض مع الكتاب والسنة".

٣- المادة الأولى من نظام التعاملات الإلكترونية. كما عرفت المادة الأولى من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية البيانات كالاتي: "المعلومات أو الأوامر أو الرسائل أو الأصوات أو الصور التي تعد أو التي سبق إعدادها لاستخدامها في الحاسب الآلي وكل ما يمكن تخزينه ومعالجته ونقله وإنشاؤه بواسطة الحاسب الآلي كالأرقام والحروف والرموز وغيرها".

السلعة الصحيحة والمواصفات والمقاييس الواجب توافرها بالسلع، إضافة إلى الجزاء المترتب على مخالفة مواصفات السلع.

أولاً. السلعة الصحيحة

تعرف السلعة بأنها: "كل منتج صناعي أو نباتي أو حيواني أو تحويلي، بما في ذلك العناصر الأولية للمواد والمكونات الداخلة في المنتج"^(١). كما عرفت الخدمة بأنها: "كل عمل تقدمه أي جهة للمستهلك، سواء كان بأجر أو دون أجر"^(٢). أما السلعة المغشوشة فقد عرفت في المادة الأولى من اللائحة التنفيذية لنظام مكافحة الغش التجاري لعام ١٤٠٥ هـ بأنها تلك "السلعة التي يُروج لها بما يخالف حقيقتها بأية طريقة من طرق الإعلان، مثل: توزيع نشرات، أو وضع ملصقات، أو الإعلان عنها في إحدى وسائل الإعلام كالصحف والإذاعة والتلفزيون"^(٣). يلاحظ أن هذا التعريف ذكر عبارة "بأية طريقة من طرق الإعلان" وذكر وسائل الإعلام على سبيل المثال لا الحصر، والجدير بالذكر أنه مضى على إقرار نظام مكافحة الغش التجاري ولائحته التنفيذية ما يقارب الثلاثة عقود من الزمان، إذ لم تكن في ذلك الوقت الانترنت معروفة ومستخدمة لبيع البضائع وإبرام العقود كما في أيامنا هذه، ومع ذلك نعتقد بأن الإعلان عن طريق الانترنت والوسائل الالكترونية بصفة عامة يندرج ضمن طرق الإعلان الوارد ذكرها في هذا التعريف. أما السلعة الفاسدة فهي السلعة التي انتهت فترة صلاحيتها للاستعمال أو انتهت فترة الصلاحية المدونة عليها^(٤). وعليه فإن السلعة الصحيحة التي يجوز التعاقد

وبناء عليه، فإن دراسة الحماية القانونية للبيانات الالكترونية يمكن أن تتم من خلال التقسيم الآتي:

المطلب الأول: حماية المستهلك من البيانات المعروضة (الحق بالإعلام).

المطلب الثاني: حماية البيانات الشخصية للمستهلك.

المطلب الثالث: حماية المستهلك من مخاطر السداد الإلكتروني.

المطلب الأول

حماية المستهلك من البيانات المعروضة (الحق بالإعلام)

حماية المستهلك من البيانات المعروضة تعني حق المستهلك بالحصول على المعلومة الصحيحة والدقيقة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة التي يريد التعاقد بشأنها. وقد دعت الأمم المتحدة المنظمات الدولية في جميع أنحاء العالم إلى ضرورة اتخاذ العديد من الإجراءات في هذا الصدد، وذلك على النحو الآتي:

أ. ضرورة التعريف بالمنتج ومواصفاته ومدى خطورته وكيفية استعماله والمواد المصنعة منه.

ب. تقديم المعلومات الصحيحة والمجانبة عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق.

ج. ضرورة تبني برامج لتطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم (العامري، ٢٠٠٧م).

أما على الصعيد المحلي فقد قامت المملكة العربية السعودية بسن العديد من الأنظمة (القوانين) التي تتولى معالجة هذا الموضوع. لذلك سوف نقوم بدراسة ماهية

١- المادة الأولى من تنظيم جمعية حماية المستهلك.

٢- المادة الأولى من تنظيم جمعية حماية المستهلك.

٣- المادة الأولى من اللائحة التنفيذية لنظام مكافحة الغش التجاري لعام ١٤٠٥ هـ.

٤- تنص المادة الرابعة من نظام مكافحة الغش التجاري السعودي لعام ١٤٠٤ هـ. على أن "تُعتبر السلعة فاسدة إذا انتهت فترة

ذكرنا أن السلعة يجب أن تكون مطابقة للمواصفات وإلا تعتبر مغشوشة أو فاسدة لكن السؤال الذي يثار هنا ما هي هذه المواصفات والمقاييس للسلعة؟

ثانياً. المواصفات والمقاييس المتعلقة بالسلع

نظراً للأهمية الكبيرة التي تحتلها مواصفات ومقاييس السلع المعروضة على المستهلكين بصفة عامة فقد قامت المملكة العربية السعودية بإنشاء هيئة خاصة تعنى بالشؤون المتعلقة بالمواصفات والمقاييس، إذ تسمى هذه الهيئة: "الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس"، وقد القي على عاتق هذه الهيئة جملة من الاختصاصات، ومن قبيل ذلك وضع واعتماد نصوص المواصفات القياسية الوطنية المتعلقة بالقياس والمعايرة والرموز وتعريف المنتجات والسلع وأساليب أخذ العينات، إضافة إلى نشر هذه المواصفات والتوعية بها^(٣). واستكمالاً لذلك فقد أنيط بالهيئة وضع قواعد منح شهادات الجودة وشارات المطابقة مع المواصفات القياسية الوطنية وتنظيم كيفية إصدارها وحق استعمالها، على أن يكون استخدام الشارة اختياريًا^(٤). بالإضافة إلى ذلك، ومن أجل حماية المستهلك بشكل أفضل، جاء نظام البيانات التجارية وألزم المصنع والمستورد بوضع جميع البيانات (المواصفات والمقاييس) على السلعة، وذلك من أجل إيضاح جملة من البيانات، كعدد البضائع، أو

عليها مع المستهلكين هي السلعة الصالحة للاستخدام وفقاً للغرض المخصصة له، وبعبارة أخرى فيجب أن تكون السلعة مطابقة للمواصفات المقررة وإلا أصبحت فاسدة ومغشوشة^(١). غير أن واضع النظام في المملكة العربية السعودية لم يقف عند هذا الحد، بل ذهب إلى أبعد من ذلك عندما ذهب ليفصل في مواصفات السلعة غير المطابقة للمواصفات، حيث اعتبر أن السلعة غير المطابقة للمواصفات المقررة مغشوشة أو فاسدة في أحوال محددة، وهي الأحوال الآتية:

- أ. إذا لم يتوافر في السلعة أي من المتطلبات الواجب توافرها فيها أو إذا تم الإخلال بهذه المتطلبات بأية صورة من الصور أو التعديل فيها بالحذف أو الإضافة بالمخالفة للمواصفات.
- ب. إذا كانت السلعة من المواد المحظورة شرعاً أو نظاماً أو احتوت على شيء من ذلك.
- ج. إذا تم مخالفة مواصفة البطاقة الخاصة بالسلعة ويستثنى من ذلك المخالفات التي لا تؤدي إلى الأضرار بالمستهلك صحياً أو مادياً على أن تزال هذه المخالفات بالوسائل المقررة.
- د. إذا تم مخالفة الشروط الصحية لمصانع الأغذية والعاملين بها والواردة بالمواصفات القياسية.
- هـ. إذا تم مخالفة شروط التعبئة أو النقل أو التخزين أو العرض^(٢).

صلاحيتها للاستعمال أو انتهت فترة الصلاحية المدونة عليها.

١- تنص المادة الثالثة من نفس النظام على أن "السلعة غير المطابقة للمواصفات المقررة تُعتبر مغشوشة أو فاسدة وتبين اللائحة الأحوال التي تُعتبر فيها كذلك".

٢- تنص المادة الثالثة من اللائحة التنفيذية لنظام مكافحة الغش التجاري على أن:

أ- يكون الخداع في المنتج بوصفه أو عرضه أو تسويقه بمعلومات كاذبة أو خادعة أو مُضللة بأي وسيلة بما يخالف حقيقته.

ب- يُعتبر أي من الأعمال التحضيرية للخداع من صور الشروع في الخداع.

ج- يُعتبر أي من الأعمال التحضيرية للغش من صور الشروع في الغش.

٣- انظر المادة الثانية من نظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس لعام ١٣٩٢هـ.

٤- انظر المادة الثالثة من نظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس.

عامة، وهو ما ينطبق على المستهلك في العقود الالكترونية إن هو تمكن من الاطلاع على هذه المواصفات والمقاييس، صحيح أن البيانات المتعلقة بالسلعة وصور هذه الأخيرة، في كثير من الأحيان، ما تكون معروضة أو متاحة من خلال الأجهزة الالكترونية، ولكن تكون غير مطابقة للمواصفات والمقاييس، لذلك تظهر أهمية إلزام المزود بضرورة إعلام وتمكين المستهلك في العقود الالكترونية من مشاهدة هذه المواصفات والمقاييس قبل التعاقد على السلع والخدمات ومن خلال الوسائل الالكترونية ذاتها، إذ يفترض به أن يعرض البيانات الجوهرية "الأساسية" للسلع والخدمات، إضافة إلى كيفية التعاقد وشروطه ووسيلة الشحن (زغلول، ٢٠٠٥م)، الأمر الذي نعتقد بضرورة النص عليه مباشرة في الأنظمة ذات العلاقة، ذلك أن من شأن إعلام المستهلك في العقود الالكترونية بهذه البيانات تمكينه من التعرف على مواصفات تلك السلع والخدمات خصوصاً أن لم يكن لديه الخبرة والإمكانات المناسبة لاختيار الجودة الملائمة، وهو ما سيبعث في نفسه الاطمئنان من اللحظة التي يتم فيها التعاقد على هذه السلع، كما أنه سيضمن إلى ما يستهلكه من سلع ويعرف قيمة ما يدفع ثمنه. غير أن الحماية الكاملة والجدية للمستهلك بصفة عامة ومن باب أولى المستهلك في العقود الالكترونية تتطلب توافر عقوبة رادعة توقع بحق من يرتكب مخالفة بهذا الشأن، وهو ما يشكل ضماناً أخرى لحماية فاعلة للمستهلك، فهل أوردت الأنظمة السعودية عقوبات تلبي هذا الغرض؟... هذا ما سنعرفه حالا.

مقدارها، أو مقاسها، أو كيلها، أو طاقتها، أو وزنها، أو تاريخ الإنتاج، أو تاريخ انتهاء الصلاحية والعناصر الداخلة في تركيبها، إضافة إلى الجهة، أو البلاد التي صنعت أو أنتجت فيها واسم المنتج أو الصانع، أو صفاته وما إذا كان هناك براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو أي امتيازات أو جوائز أو مميزات تجارية أو صناعية^(١). وحتى تتم حماية المستهلك من الخداع والتضليل يجب أن يكون البيان التجاري مطابقاً للحقيقة من جميع الوجوه، سواءً أكان موضوعاً على المنتجات ذاتها أم على المحال، أو المخازن، أو على عناوينها، أو الأغلفة، أو الفواتير، أو أوراق الخطابات، أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يستعمل في عرض البضائع على الجمهور، كما يجب أن يكون مكتوباً باللغة العربية على الأقل^(٢). كذلك لا يجوز وضع اسم البائع أو عنوانه على منتجات واردة من بلد غير البلد الذي يحصل فيها البيع، ما لم يكن مقترناً ببيان دقيق مكتوب بحروف ظاهرة عن البلد أو الجهة التي صنع أو أنتج فيها. كما لا يجوز للأشخاص المقيمين في جهة ذات شهرة خاصة في إنتاج بعض المنتجات أو صنعها، من الذين يتجرون في منتجات مشابهة واردة من جهة أخرى أن يضعوا عليها علاماتهم إذا كان من شأنها أن تضلل الجمهور فيما يتعلق بمصدر تلك المنتجات حتى ولو كانت العلامات لا تشتمل على أسماء هؤلاء الأشخاص أو عناوينهم^(٣). نستنتج مما سبق أن المواصفات والمقاييس الخاصة بالسلع التي قررتها الأنظمة واللوائح في المملكة العربية السعودية توفر حماية فاعلة للمستهلك بصفة

١- انظر المادة الأولى من نظام البيانات التجارية ١٤٢٣هـ.

٢- انظر المادة الثانية من نظام البيانات التجارية.

٣- انظر المادة الرابعة من نظام البيانات التجارية.

ثالثاً: الجزاء المترتب على مخالفة مواصفات السلع

لا يمكن حماية المستهلك إلا إذا كانت هنالك عقوبات ملائمة تكفي لردع من يحاول خداعه، وهو بالفعل ما لا حظ مثله واضح النظام في السعودية، لذلك فقد أقر نظام مكافحة الغش التجاري عدة عقوبات في هذا الصدد، ومن هذه العقوبات ما يأتي:

أ. **رد الثمن:** إذ يجب على البائع أن يعيد الثمن للمشتري إذا ثبت بأن البضاعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال^(١).

ب. **دفع قيمة البضاعة المحجوزة:** فإذا حجزت البضاعة بسبب أنها فاسدة أو مغشوشة، تم التصرف بها، فيعاقب من قام بهذا التصرف بدفع قيمتها إلى صندوق وزارة التجارة^(٢).

ج. **الغرامة وإغلاق المحل والمصادرة:** إذ يعاقب بالغرامة التي لا يقل مقدارها عن خمسة آلاف ريال ولا يزيد عن مائة ألف ريال، أو بإغلاق المحل مدة لا تقل عن أسبوع ولا تزيد عن تسعين يوماً -أو بهما معاً- كل من خدع أو شرع في خداع أو غش في أحد الأمور التالية:

١. ذاتية السلعة أو طبيعتها أو جنسها أو نوعها

أو غُصَّرها أو صِفاتها الجوهرية.

٢. مصدر السلعة.

٣. مقدار السلعة، وسواء كان ذلك بالوزن أو الكيل أو المقاس أو العدد أو الطاقة أو العيار.

٤. وصف السلعة أو الإعلان عنها أو عرضها بأسلوب يحوي بيانات كاذبة أو خادعة^(٣).

وما يفرض بشأن من خدع وغش المستهلكين ينطبق أيضاً بشأن من باع هذه السلع، فقد قضت المادة السابعة من نظام مكافحة الغش التجاري بفرض بالعقوبة ذاتها على كل من باع أو طرح للبيع أية سلعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال، غير أن الأمر لم يقف عند هذا الحد بل ذهبت المادة إلى أبعد من ذلك عندما قضى أيضاً بمصادرة السلعة إدارياً دون مُقابل إذا كانت مغشوشة في مُتطلباتها أو فاسدة. وعلى نحو مشابه شدد النظام من العقوبة في الحالات التي تتعلق بأغذية الإنسان والحيوان، إذ قضى بعقوبة إغلاق المحل أو السجن من أسبوع إلى تسعين يوماً مع غرامة من عشر آلاف ريال إلى مائة ألف ريال ومصادرة الأشياء موضوع المخالفة على من يأتي:

١. كل من غش أو شرع في أن يغش في متطلبات أي من أغذية الإنسان أو الحيوان.

١- تنص المادة التاسعة من نظام مكافحة الغش التجاري على أن: "يُكَلَّف البائع بإعادة الثمن للمُشتري إذا كانت السلعة المباعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال أو كانت مما قُصِد بها غش أية سلعة".

٢- تنص المادة العاشرة من نظام مكافحة الغش التجاري على أنه: "بالإضافة إلى تطبيق العقوبات المنصوص عليها في هذا النظام يُعاقب كل من تصرّف في أية سلعة محجوزة تطبيقاً لأحكامه بتوريد قيمتها إلى صندوق وزارة التجارة".

٣- تنص المادة الأولى من نظام مكافحة الغش التجاري على الآتي: "عاقب بغرامة من خمسة آلاف ريال إلى مائة ألف ريال أو بإغلاق المحل مدة لا تقل عن أسبوع ولا تزيد على تسعين يوماً أو بهما معاً كل من خدع أو شرع في أن يخدع أو غش أو شرع في أن يغش بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور التالية:

(أ) ذاتية السلعة أو طبيعتها أو جنسها أو نوعها أو عناصرها أو صفاتها الجوهرية.

(ب) مصدر السلعة.

(ج) قدر السلعة سواء في الوزن أو الكيل أو المقاس أو العدد أو الطاقة أو العيار أو استعمال طُرُق أو وسائل من شأنها جعل ذلك غير صحيح.

(د) وصف السلعة أو الإعلان عنها أو عرضها بأسلوب يحوي بيانات كاذبة أو خادعة

بالعقود الالكترونية المبرمة مع المستهلك حماية له، ذلك أن غشه وخداعه قد يكون أسهل من المستهلك في العقود العادية التي عادة ما يعاين ويرى فيها المستهلك السلعة محل التعاقد، أما المستهلك في العقود الالكترونية فلا يرى تلك السلعة ويبقى رهين ما يقدمه له المزود من بيانات، لذلك كان من الأجدر فرض عقوبة مشددة بحقه.

بقي أن نشير إلى أن البيانات الالكترونية التي يضعها ويعرضها المزودون من خلال الوسائل الالكترونية تتمتع بالحماية في مواجهة ما قد يقع عليها من اعتداءات، إذ لا يجوز لأي شخص أن يقوم بالدخول إليها بقصد تغييرها أو حذفها أو تدميرها أو نشرها أو الإضافة إليها وتحت طائلة المسؤولية الجنائية، غير أن الحماية التي تتمتع بها هذه البيانات لا ترتبط بكونها معروضة للمستهلكين، وإنما بوصفها بيانات الكترونية فقط^(٥)، وهو ما يشير بدوره إلى أهمية النظر في توفير حماية خاصة لهذه البيانات إذا ما توجهت الإرادة إلى إصدار نظام خاص بحماية المستهلك في العقود الالكترونية.

٢. كل من باع أو طرح للبيع أو حاز شيئاً من أغذية الإنسان أو الحيوان المغشوشة من حيث المتطلبات أو الفاسدة^(٦).

وعلاوة على ما سبق، فإنه يتوجب سحب السلع المغشوشة أو الفاسدة أو غير الصالحة للاستعمال من التداول، كما يجب أن تُصادر إدارياً دون مُقابل إلا إذا أمكن رفع الغش عنها أو إعادة تصنيعها أو تجهيزها وفقاً للضوابط وخلال المدة التي تُحددها اللائحة التنفيذية، فإذا لم يُنفذ المصنّع أو المجهّز الأمر في الميعاد المحدد فإنه يجب مصادرة السلعة إدارياً دون مُقابل^(٧). غير أن ما يجدر ذكره قبل التطرق لهذه العقوبات هو أنه يشترط لتطبيق هذه العقوبات أن يعلم البائع بأن السلعة التي يبيعها مغشوشة أو فاسدة، وهذا العلم يكون مفترض بحسب الأصل، أي أن عبء الإثبات يقع على عاتق البائع بأنه لا يعلم بأن السلعة مغشوشة أو فاسدة، كما لا ينفي توقيع العقوبة على البائع "المزود" علم المشتري "المستهلك" بأن السلعة مغشوشة أو فاسدة^(٨). وهذه العقوبة أيضاً لا تطبق على البائع فقط بل أنها تشمل جميع من شارك في ارتكاب المخالفة^(٩). وبالرغم مما سبق، نعتقد بأهمية فرض عقوبة أخرى مشددة وخاصة

١- تنص المادة الثانية من نظام مكافحة الغش التجاري على أنه: "يعاقب بإغلاق المحل أو بالسجن من أسبوعٍ إلى تسعين يوماً مع غرامة من عشر آلاف ريال إلى مائة ألف ريال ومُصادرة الأشياء موضوع المخالفة:

(أ) كُل من غش أو شرع في أن يغش في مُتطلبات أي من أغذية الإنسان أو الحيوان.

(ب) كل من باع أو طرح للبيع أو حاز شيئاً من أغذية الإنسان أو الحيوان المغشوشة من حيث المُتطلبات أو الفاسدة".

٢- تنص المادة السادسة من نظام مكافحة الغش التجاري على أنه: "مع عدم الإخلال بتوقيع العقوبة المقررة يؤمر المصنّع أو المجهّز لأية سلعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال بسحبها من التداول وتصادر إدارياً دون مُقابل إلا إذا أمكن رفع الغش عنها أو إعادة تصنيعها أو تجهيزها وفقاً للضوابط وخلال المدة التي تُحددها اللائحة. فإذا لم يُنفذ المصنّع أو المجهّز الأمر في الميعاد المحدد تُصادر السلعة إدارياً دون مُقابل وتبين اللائحة كيفية التصرف فيها".

٣- تنص المادة الثانية عشرة من نظام مكافحة الغش التجاري على ما يأتي: "لتطبيق أحكام هذا النظام يُفترض العلم بغش السلعة أو فسادها أو عدم صلاحيتها للاستعمال متى كان المخالف من المشتغلين بالتجارة ما لم يثبت حسن نيته ولا يمنع علم المشتري بذلك من توقيع العقوبات المنصوص عليها في هذا النظام على مُرتكب المخالفة".

٤- تنص المادة الحادية عشرة من نظام مكافحة الغش التجاري على الآتي: "تسري العقوبات الواردة في هذا النظام على كل من شارك في ارتكاب المخالفة أو حرّض على ارتكابها".

٥- انظر: المادة (٤)، (٥) من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية. المادة (٢٣)، (٢٤)، (٢٧) من نظام التعاملات الإلكترونية.

رابعاً: الجزاء المترتبة على الإخلال بالإعلام بسبب عيب من عيوب الإرادة

يؤدي الإخلال بالتزام الإعلام من قبل المورد تجاه المستهلك إلى إعمال مسؤوليته القانونية سواء التقصيرية أو التعاقدية، فإذا كان الطرفان في مرحلة المفاوضات أي قبل إبرام العقد، فنكون بصدد المسؤولية التقصيرية والتي تحصر التعويض بالعطل والضرر فقط (شرف الدين، ٢٠٠٣م). وإذا أبرم الطرفان العقد الإلكتروني فنكون بصدد المسؤولية التعاقدية، إلا أن الفقه الفرنسي اعتبر الالتزام بالإعلام ذا طبيعة تعاقدية حتى قبل إبرام العقد والإخلال به يؤدي إلى نشوء المسؤولية التعاقدية، وبالتالي إلى إمكانية إنهاء العقد بالكامل بسبب الإخلال بالتزام الإعلام (عمران، ٢٠٠٦م). وذلك لأن الإخلال بالتزام الإعلام يؤدي إلى نشوء عيب من عيوب الإرادة وهذا العيب يتيح للمستهلك المطالبة بفسخ العقد، وتكون الإرادة معيبة إما بسبب الوقوع في الغلط أو التغيرير "التدليس". فحسب القواعد العامة في المعاملات المالية تكون الإرادة معيبة بسبب الغلط في حالات عدة، كما لو كان الغلط جوهرياً ومتصل بالتعاقد، ففي هذه الحالة يحق للمتعاقد الآخر الذي وقع في الغلط المطالبة بإبطال العقد (شرف الدين، ٢٠٠٣م). وهذا الأمر ينطبق على العلاقة بين المزود "المهني" الملزم بالإعلام إذا ما أحل بهذا الالتزام إخلالاً من شأنه وقوع المستهلك عديم الخبرة في غلط، فيعتبر الإخلال بالالتزام الإعلام قرينة لثبوت اتصال الغلط بالتعاقد المحترف "المزود"، كما أن الالتزام بالإعلام يعد في حد ذاته قرينة على أن الغلط كان جوهرياً، وأن تقديم المعلومات المتصلة بالعقد محل الالتزام بالإعلام المغلوطة كان من شأنها لو علم بها المستهلك

قبل التعاقد لأحجم عن إبرام العقد، وعلى ذلك يحق لمن وقع في الغلط المطالبة بإبطال العقد (عمران، ٢٠٠٦م). كما ويعتبر التغيرير حسب القواعد العامة في المعاملات المالية سبب من أسباب إبطال العقد، التغيرير هو أن يقوم أحد المتعاقدين باستخدام طرق وأساليب احتيالية بقصد تضليل المتعاقد الآخر وحمله على التعاقد (شرف الدين، ٢٠٠٣م). ويعتبر من قبيل التغيرير سكوت المزود "المهني" عن الإفصاح عن البيانات والمعلومات التي يجب عليه إظهارها بحكم القانون أو العرف أو طبيعة العقد. وهذا ما حمل القضاء في فرنسا -مثلاً- على أن يقيس نية التضليل لدى الشخص الذي يقوم بالتغيرير بالمعيار الموضوعي وليس المعيار الشخصي، وبالتالي فإن مجرد علمه بالتغيرير الذي يكون ضحيته المتعاقد الآخر يجعل منه متعاقد سيء النية، وبالتالي لا حاجة إلى إثبات نية التضليل (عمران، ٢٠٠٦م).

المطلب الثاني

حماية البيانات الشخصية للمستهلك

لكل شخص في المجتمع الحق في سرية معلوماته الشخصية وأن تبقى ملكه وحده، بحيث لا يطلع عليها ولا يستخدمها غيره من الأشخاص إلا برضاه، فحماية الحياة الخاصة للأشخاص والحفاظ على المعلومات والأسرار الشخصية يعد من المبادئ الثابتة والمستقرة من الوجهة القانونية، غير أن التعاقد عبر الانترنت وتعاقد المستهلكين الإلكتروني على وجه الخصوص قد يعرض البيانات والمعلومات المتعلقة بهم للكشف والانتهاك، وهو ما قد يؤدي إلى استخدامها استخداماً ضاراً بصاحبها مما يجعله عرضة للاحتيال أو الغش، لذلك تدخلت الكثير من الدول لحماية هذه الخصوصية عن

- طريق سن القوانين التي تعاقب على هذا الفعل (WRIGHT, 1996)، وكذلك فعلت المملكة العربية السعودية حيث جرمت الدخول غير المشروع^(١) إلى حاسب آلي لإلغاء بيانات خاصة، أو حذفها، أو تدميرها، أو تسريبها، أو إتلافها، أو إعادة نشرها، وفرضت لهذا الغرض عقوبة السجن الذي لا تزيد مدته عن أربع سنوات والغرامة التي لا يزيد مقدارها عن ثلاثة ملايين ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين^(٢). ومن جانب آخر فقد تصل هذه البيانات الشخصية والحساسة عن كثير من الأشخاص أو المستهلكين إلى شخص ما بحكم مهنته أو عمله أو وظيفته، فيقوم هذا الشخص باستخدام هذه البيانات استخدام غير مشروع، لذلك جرّم نظام التعاملات الإلكترونية السعودي مثل هذه الأفعال وفرض عقوبة على الأشخاص الذين يقومون بمثل هذه الأفعال، حيث اعتبر مخالفاً لإحكام النظام كل من قام بأفعال محددة^(٣)، يعد من أهمها في نطاق الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية ما يأتي:
- إنشاء شهادة رقمية أو توقيع الكتروني^(٤) أو نشرهما أو استعمالهما لغرض احتيالي أو لأي غرض غير مشروع^(٥).
- تزوير سجل إلكتروني^(٦)، أو التوقيع الإلكتروني، أو شهادة تصديق رقمي، أو استعمال ذلك مع العلم بتزويره^(٧).
- الدخول على منظومة توقيع إلكتروني لشخص آخر دون تفويض صحيح، أو نسخها، أو إعادة تكوينها، أو الاستيلاء عليها^(٨).
- والعقوبة المقررة لمثل هذه الأفعال هي الغرامة التي لا تزيد على خمسة ملايين ريال، أو السجن مدة لا تزيد على خمس سنوات^(٩). مع احتفاظ الشخص الذي لحقه الضرر من جراء تلك المخالفات بحقه برفع دعوى للمطالبة بالأضرار التي لحقت به^(١٠). وعلى نحو مماثل نص نظام مكافحة جرائم المعلوماتية على معاقبة مرتكبي بعض الأفعال الماسة بالبيانات الخاصة للأشخاص، فقد نصت المادة الرابعة منه على ما يأتي: "يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على ثلاث سنوات وبغرامة لا تزيد على مليوني ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل شخص

١- بحسب المادة الأولى من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية لعام ١٤٢٨هـ فإنه يقصد بعبارة "الدخول غير المشروع" ما يأتي: "دخول شخص بطريقة متعمدة إلى حاسب آلي أو موقع الكتروني أو نظام معلوماتي أو شبكة حاسبات آلية غير مصرح لذلك الشخص بالدخول إليها".

٢- انظر المادة الخامسة من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية.

٣- انظر المادة الثالثة والعشرون من نظام التعاملات الإلكترونية.

٤- تعرفت المادة الأولى من نظام التعاملات الإلكترونية التوقيع الإلكتروني كما يأتي: "بيانات الكترونية مدرجة في تعامل الكتروني أو مضافة إليه أو مرتبطة به منطقياً تستخدم لإثبات هوية الموقع وموافقة على التعامل الإلكتروني واكتشاف أي تعديل يطرأ على هذا التعامل بعد التوقيع عليه".

٥- المادة (٥/٢٣) من نظام التعاملات الإلكترونية.

٦- تعرفت المادة الأولى من نظام التعاملات الإلكترونية السجل الإلكتروني كالاتي: "البيانات التي تنشأ أو ترسل أو تبث أو تحفظ بوسيلة الكترونية وتكون قابلة للاسترجاع أو الحصول عليها بشكل يمكن فهمها".

٧- المادة (٦/٢٣) من نظام التعاملات الإلكترونية.

٨- المادة (٨/٢٣) من نظام التعاملات الإلكترونية.

٩- انظر المادة الرابعة والعشرون من نظام التعاملات الإلكترونية.

١٠- انظر المادة السابعة والعشرون من نظام التعاملات الإلكترونية.

لاسيما في مجال التجارة الإلكترونية (SEDAL- IAN, 1997)، إلا أن هناك خطر قد يترتب على استخدامها، ويتمثل هذا الخطر في إمكانية اختراقها ومعرفة كافة المعلومات المتعلقة بالمستهلك، ومن ثم استخدامها استخداماً غير مشروع من قبل أشخاص آخرين، مما يعرض صاحب هذه المعلومات للسرقة والخسارة. ومع استفحال هذه الظاهرة فقد اتجهت الكثير من الدول (Bouilhol, 1998) إلى سن قوانين تأخذ على عاتقها الحد من مخاطر السداد الإلكتروني ومواجهة الأخطار المترتبة عليه. وهو بالفعل ما لاحظ أهميته واضع النظام في المملكة العربية السعودية، مما حدا به إلى تجريم المساس بالمعلومات البنكية الخاصة بالأشخاص، حيث جرّمت المادة (٢/٤) من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية لعام ١٤٢٨هـ الوصول غير القانوني إلى البيانات البنكية أو الائتمانية أو البيانات المتعلقة بملكية الأوراق المالية، إذ يعاقب الفاعل في مثل هذه الحالات بالسجن مدة لا تزيد عن ثلاث سنوات وبغرامة لا تزيد عن مليوني ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين.

غير أن التجريم في مثل هذه الأحوال قد لا يكون كافياً، لذلك فقد ارتأى المشرع في بعض الدول أن يضيف إلى هذه العقوبة إلزام المصرف بتحمل تبعات الدفع غير المشروع، إذ يعطي القانون الفرنسي (SEDALIAN, 1997) -على سبيل المثال- الحق للمستهلك بإبطال الوفاء في حالة الاستخدام غير المشروع لوسيلة الدفع التي استخدمها، وبالتالي فإنه يستطيع استرداد المبالغ التي سحبت من رصيده بغير وجه حق (SEDALIAN, 1997) وما لا ريب فيه أن مثل هذه الأحكام تبعث الطمأنينة لدى المستهلك

يرتكب أياً من الجرائم المعلوماتية الآتية: "الاستيلاء لنفسه أو لغيره على مال منقول أو على سند أو توقيع هذا السند وذلك عن طريق الاحتيال أو اتخاذ اسم كاذب أو انتحال صفة غير صحيحة...". وما تجدر الإشارة إليه هنا هو أن الأحكام السابقة ليست خاصة بالعقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلكين، بل هي اعم من ذلك لشمولها حالات ومسائل أخرى كثيرة، والأولى في اعتقادنا وضع أحكام خاصة بتحديد المخالفات والعقوبات الملائمة للعقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلك وذلك من خلال إعادة تنظيم الإحكام الواردة في نظام التعاملات الإلكترونية، أو من خلال أنظمة خاصة تصدر لهذه الأغراض، ونقصد تحديدا النظام الخاص بالتجارة والعقود الإلكترونية أو النظام الخاص بحماية المستهلك إذ لا مانع من أن يعالج مثل هذا النظام عقود الاستهلاك كافة، الإلكترونية منها وغير الإلكترونية.

المطلب الثالث

حماية المستهلك من مخاطر السداد الإلكتروني

مما لا شك فيه أن السداد الإلكتروني يُعتبر حجر الزاوية في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية، إذ يقصد بالسداد الإلكتروني أداء القيمة المالية المطلوبة من خلال الوسائل الإلكترونية. أما وسائل السداد الإلكتروني فهي متعددة وكثيرة ومنها: بطاقات الائتمان، حاملات النقود، الشيكات الإلكترونية، وغير ذلك... وقد أصبح من المسلم به في هذا العصر الرقمي أن وسائل الدفع الإلكتروني لها نفس القوة الشرائية التي تتمتع بها النقود الحقيقية (زين الدين، ٢٠٠٣م)، ومن المتفق عليه أيضاً أن هذه الوسائل تعود بالفائدة على البائع والمشتري معاً

المسائل والعقود المستحدثة، غير أن ذلك لا يعني انعدام القواعد والأحكام الملائمة للتطبيق بشأنها، فالشريعة الإسلامية واستنادا إلى كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم شرعت لتكون صالحة للتطبيق على مر الزمان، فهي تتضمن قواعد ومبادئ عظمية يمكن الاستناد إليها لاستنباط واستمداد الأحكام الملائمة والصالحة لمواجهة شتى المسائل المستحدثة على اختلافها. ولعل أول ما يلاحظ بشأن الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة والمستهلك في العقود الالكترونية بصفة خاصة هو تضمينها لجانبين، أولهما: جانب وقائي يتجلى الغرض منه في حماية ورعاية جمهور المستهلكين قبل إقدامهم على التعاقد، وثانيهما: جانب علاجي يتمثل الهدف منه في إتاحة الفرصة أمام المستهلك الفرد لإعادة النظر في العقد الذي كان قد أبرمه، بحيث يستطيع التحلل منه وتلافي مضاره والتبعات المترتبة عليه. وعليه، فإن دراستنا لسبل الحماية التي توفرها القواعد العامة للمستهلك في العقود الالكترونية ستكون من خلال التقسيم الآتي:

المطلب الأول: التدابير الوقائية لحماية المستهلك في العقود الالكترونية.

المطلب الثاني: الخيارات التي يملكها المستهلك في العقود الالكترونية.

المطلب الأول

التدابير الوقائية لحماية المستهلك في العقود

الالكترونية

هناك وسائل عدة يمكن الارتكاز إليها في سبيل حماية جموع المستهلكين بصفة عامة، إذ يمكن ملاحظة شمول وانطباق هذه الوسائل على المستهلكين كافة،

والبائع على حدٍ سواء، فهما لا يتحملان شيئاً في حالة الاستخدام غير المشروع للمعلومات المصرفية من قبل الغير، فالمصرف المصدر لوسيلة الدفع الإلكتروني هو الذي عليه في هذه الحالة إعادة المبالغ المتنازع عليها إلى رصيد العميل.

وما تجدر الإشارة إليه هنا هو أن وجود مثل هذه الحماية لا يعني تخطي كافة الصعوبات والمعوقات المتعلقة بالسداد الإلكتروني، بل بقي الكثير منها في هذا المجال، ولعل من أهمها: صعوبة إثبات الاستخدام غير المشروع لوسائل الدفع الإلكتروني من قبل الغير، واحتمال الخداع من قبل العميل نفسه بإدعائه سرقة بياناته البنكية واستخدامها من قبل الغير استخداماً غير مشروع، إضافة إلى التبعات الكبيرة التي تتحملها المصارف جراء دفعها التعويضات المستحقة عن المبالغ المسروقة.

المبحث الثالث

الحماية التي توفرها القواعد العامة للمستهلك في

العقود الالكترونية

قد لا تجدي الأحكام الواردة في الأنظمة ذات الصلة بحماية المستهلك نفعا في مواجهة حالات التحايل والغبن والغش التي قد يتعرض لها المستهلك، كما قد يُفتقد النص بشأن مسألة ما، إذ يجب في مثل هذه الحالات تطبيق أحكام الشريعة الاسمية بوصفها القواعد العامة التي يجب الرجوع إليها للبحث عن الأحكام الواجبة التطبيق على المسائل المطروحة، وهنا يثار التساؤل حول ماهية الوسائل والأحكام التي توفرها القواعد العامة في سبيل حماية المستهلك في العقود الالكترونية؟

بالطبع لا يوجد أحكام مباشرة على مثل هذه

الله عليه وسلم: "الحلف منفقة للسلمة، ممحقة للبركة" (البخاري، ٢٠٠٦م). وقال عليه الصلاة والسلام: "ثلاثة لا ينظر الله إليهم يوم القيامة ولا يزكيهم ولهم عذاب أليم: رجل كان له فضل ماء بالطريق فمنعه من ابن السبيل، ورجل بايع إماماً لا يبايعه إلا لدنيا، فإن أعطاه منها رضي وإن لم يعطه منها سخط، ورجل أقام سلعته بعد العصر فقال: والله الذي لا إله غيره، لقد أعطيت بما كذا وكذا، فصدقه رجل". ثم قرأ هذه الآية: {إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمناً قليلاً} (البخاري، ٢٠٠٦م).

ثانياً. تحريم الاحتكار

الاحتكار يعني منع السلع عن الأسواق رغبة في رفع سعرها (الحسن، ١٩٩٨م). قد حرمت الشريعة الغراء الاحتكار. إذ يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: (لا يحتكر إلا خاطئ) (النيسابوري، ١٩٩٠م). وإزاء هذه الظاهرة الخطيرة فقد صرح فقهاء الشريعة

سواء كانوا ممن يرمون عقوداً بالطرق الالكترونية أو بالطرق العادية. ومما يلاحظ في هذا الصدد أن من أبرز وسائل إضفاء الحماية على جمهور المستهلكين ما يأتي (الجرجاني، ١٩٨٣م) (الجوزية، بدون سنة نشر) (الكبيسي، ١٩٩٨م) (الهيقي، ٢٠٠٤م) (الشرباصي، ١٩٩٨م) (طنطاوي، ١٩٩٨م)^(١):

أولاً. تحريم الدعاية الكاذبة

لقد حرم الإسلام على البائع ومن في حكمه أن يروج لسلعته ويصفها بما ليس فيها، لأن في ذلك كذب وغش وظلم للمتعاقدين معه "المستهلكين" (إبراهيم، ١٩٩٨م)، فالإنسان محاسب بما يقول، ويتوجب عليه الصدق والدقة عندما يتعاقد مع غيره، إذ يقول تعالى: "مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ"^(٢). واستكمالاً لذلك فإنه يحظر على المتعاقد أن يحلف بالله بقصد تروج لسلعته (إبراهيم، ١٩٩٨م)، إذ يقول الله تعالى: "وَلَا تَجْعَلُوا اللَّهَ عُرْضَةً لِأَيْمَانِكُمْ"^(٣)، كما يقول الرسول صلى

١- هناك وسائل أخرى يشير إليها الباحثين في الفقه الإسلامي بوصفها من وسائل حماية المستهلكين، ومن أمثلتها الآتي:
أولاً. تحريم الربا: الربا: "فضل خال عن عوض شرط لأحد العاقدين". وقد حرمت الشريعة الغراء الربا، يقول تعالى: "الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا". الآية (٢٧٥) سورة البقرة. وتحريم الربا يأتي لأسباب كثيرة يعد من أهمها الحيلولة دون رفع الأسعار، فأخذ القروض بالربا يستوجب الزيادة في قيمة القرض، وهو ما يتطلب من المقرض زيادة ثمن السلع التي يبيعها كي يستطيع سداد قيمة القرض وما عليه من فائدة، ومن ثم فإن انحسار الربا وحظره يفضي بلا شك إلى تحقيق مصالح المستهلكين بصفة عامة وذلك من خلال خفض أسعار السلع والخدمات التي يتعاقدون عليها. انظر: عبيد محمد إبراهيم، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، المرجع السابق، ص ١٦.

ثانياً. نظام الحسبة: إذ تقوم الحسبة على الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله، وذلك استناداً إلى قوله تعالى: (وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ). الآية (١٠٤) سورة آل عمران. وبهذا المعنى تقوم الحسبة بوصفها وظيفة منصوبة للرقابة في المجتمع، وتتجلى هذه الوظيفة في منح عدة من أهمها الرقابة على الأسعار للحيلولة دون الغش والتحايل في السلع، علاوة على مراقبة أرباب المهن والصناعات والتدقيق في الموازين والمكاييل ونحو ذلك مما يدخل في وظائف وهما الجهاز الإداري والاقتصادي، وهو ما يصب بدوره في صالح المستهلكين وحمايتهم.

ثالثاً. النهي عن بعض صور العقود، ومن أبرز الأمثلة على ذلك النهي عن بيع الغرر وبيع المعدوم والنهي عن بيع المحرمات، والنهي عن بيع العينة.

٢- الآية (١٨) سورة ق.

٣- الآية (٢٢٤) سورة البقرة.

الضرورة، كما في تحديد أسعار الحبوب والمياه والكهرباء، وكذلك هو الحال بالنسبة لأسعار خدمات التأمين الإلزامي على المركبات مثلاً، إذ قد يتم التعاقد في مثل هذه الحالات بالطرق الالكترونية، الأمر الذي ينطبق على تحديد أسعار بعض الخدمات التي تقدمها المصارف والبنوك لمجموع العملاء "المستهلكين". وتجدر الإشارة هنا إلى أن التعاقد بأكثر من السعر المحدد لا يؤثر في العقد، بل يبقى صحيحاً، ولكن يجوز في مثل هذه الحالة تعزيز المخالف لمجاهرته بمخالفة ولي الأمر (أحمد، ٢٠٠٤م).

المطلب الثاني

الخيارات التي يملكها المستهلك في العقود

الالكترونية

الأصل في العقد إذا ما أبرم أن يكون نافذاً ولازماً، فلا يجوز لأي من طرفيه التحلل منه أو تغيير أي شرط فيه إلا بالتراضي أو التقاضي، غير أن المستهلك في العقود الالكترونية ليس كأى متعاقد، بل ليس كأى مستهلك آخر، إذ يعد وعلى نحو واضح الطرف الأضعف في العقد، لذلك فقد منحت بعض التشريعات^(٣) للمستهلك في العقود الالكترونية خياراً يمكنه من الرجوع في العقد الذي أبرمه خلال مدة معينة، إذ يجوز له فسخ العقد أو إمضاءه بحسب ما يترأى له (عبانة، بدون سنة نشر) (مساعدة وخصاونة، ٢٠١١م) (شندي، أثر خيار المستهلك في الرجوعي التعاقد على لحظة إبرام العقد، ٢٠٢٠م)^(٤)، وذلك

الإسلامية بضرورة زجر المحتكر واتخاذ ما يلزم من إجراءات في مواجهته، إذ يكون لولي الأمر أو من ينوبه -وبحسب طبيعة الحال والظروف- أن يأمر المحتكرين بالبيع ويكرههم عليه (الجوزية، بدون سنة نشر)^(١)، كما يكون له تسعير السلع، إضافة إلى إمكانية حبس المحتكر (أحمد، ٢٠٠٤م). ولا شك أن في تحريم الاحتكار ومواجهته ما يصب في صالح المستهلك وحمايته والتيسير عليه في الحصول على ما يحتاج من سلع وخدمات (الكبيسي، ١٩٩٨م).

ثالثاً. التسعير

يقصد بالتسعير "تحديد الدولة أعواض السلع والمنافع والخدمات لمقتضيات المصلحة" (أبو الليل م، ١٩٩٨م). وتستند مشروعية التسعير إلى أدلة عدة ترتبط بمنع التعسف في استعمال الحق وسد الذرائع، إضافة إلى قواعد عدة، كقاعدة "لا ضرر ولا ضرار"، وقاعدة الحاجة تنزل منزلة الضرورة عامة كانت أو خاصة"، وقاعدة "تقديم المصلحة العامة على الخاصة ودرء أعظم المفسدين بارتكاب أخفهما". إذ يجوز استناداً إلى ذلك تدخل الدولة بفرض سعر إجباري عادل للسلع والخدمات، وهو ما يصب بدوره في مصلحة المستهلكين بصفة عامة (السويدي، ١٩٩٨م) (الجوزية، بدون سنة نشر)^(٢). ولعل من أبرز التطبيقات على ذلك ما تفرضه الدولة من أسعار بشأن بعض السلع والخدمات

١- جاء في الطرق الحكيمة ما نصه: "...لولي الأمر أن يكره المحتكرين على بيع ما عندهم بقيمة المثل عند ضرورة الناس إليه".

٢- يقول ابن قيم الجوزية: "وجامع الأمر أن مصلحة الناس إذا لم تتم إلا بالتسعير سعر عليهم تسعير عدل لا وكس ولا شطط. وإذا اندفعت حاجتهم وقامت مصالحهم بدونهم لم يفعل".

٣- انظر على سبيل المثال قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٠م.

٤- حول مفهوم هذا الحق يقول البعض: "الحق في الرجوع هو حق مقرر في بيوع المسافة للمستهلك، حيث يملك بموجبه الحق في فسخ العقد بعد إبرامه خلال مدة معينة، وقد أعطي إدراكاً لحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في العلاقة العقدية". وقد أثير جدل في الفقه القانوني حول لحظة انعقاد العقد المقترن بخيار الرجوع وتكييفه، حيث انقسم الفقه إلى رأيين، أحدهما يرى أن العقد ينعقد بمجرد إبرامه، في حين ذهب البعض إلى أن انعقاد لا يتم إلا بعد انقضاء المدة التي يسمح خلالها للمستهلك بالرجوع.

٢٠٠٠م) (أبو الليل ١، إبرام العقد الإلكتروني، ٢٠٠٢م)^(٥)، فمنح المتعاقد الخيار (اليومي، ٢٠٠٠م)^(٦) في الفقه الإسلامي تعد من المسائل المعروفة والمسلم بها، فقد تطرقوا لصورة مختلفة له، وهم عادة ما يعنون به الحق الذي يثبت للمتعاقد في فسخ العقد الذي أبرمه أو إمضائه (محجوب، دون سنة نشر). وبالرجوع إلى الخيارات التي نص عليها فقهاء الشريعة الإسلامية نجد أن المستهلك في العقود الإلكترونية يستطيع الاستفادة من صور مختلفة منها، إذ يبرز من بين هذه الخيارات: خيار الغبن والتدليس والعيب والرؤية. هذا ما سنعرض له على التعاقب.

أولاً. خيار الغبن

الغبن هو اختلاف أحد العوضين عن الآخر في القيمة (الدريني، ١٩٨٢م)، بأن يكون أكثر منه أو أقل منه (المغربي، ٢٠٠٣م). والغبن إما أن يكون يسيراً أو فاحشاً، إذ لا تأثير للغبن اليسير على العقد^(٧)، أما الغبن

حماية له من التضليل والغش الذي قد يتعرض له لدى إبرام العقد مع المزود (مساعدة وخصاونة، ٢٠١١م) (عبابنة، بدون سنة نشر)^(٨)، إذ يسمى هذا الخيار بحق الرجوع أو حق العدول (مساعدة وخصاونة، ٢٠١١م)^(٩).

والتساؤل الذي قد يثار هنا يتعلق بمدى إمكانية تمتع المستهلك بمثل هذا الخيار بموجب التشريعات النافذة في المملكة العربية السعودية، فهل يوجد للمستهلك في هذه التشريعات خيار للرجوع؟ لا يوجد في التشريعات النافذة في المملكة نص خاص يقرر منح المستهلك خياراً يمكنه من الرجوع في العقد الذي أبرمه إذا ما اكتشف عدم ملاءمة السلعة أو الخدمة التي تم التعاقد عليها، غير أنه وبالرجوع إلى القواعد العامة التي تتضمنها الشريعة الإسلامية^(١٠) نجد أن خيارات (أبو الليل ١، العقد غير اللازم، ١٩٩٤م)^(١١) عدة تتيح للمتعاقد فسخ العقد إذا ما توافرت أسباب وظروف معينة (الشرنباصي ر.

١- تكمن الحكمة من وراء إقرار حق الرجوع للمستهلك في العقود الإلكترونية في حماية رضائه عند التعاقد، فالأصل في الرضاء الصادر عن المستهلك أن يكون حقيقياً صادر عن إرادة واعية ومستنيرة، وهو ما يتطلب إتاحة فرصة للمستهلك في التفكير والتروي بشأن العقد الذي يبرمه، لكي لا يقع ضحية في هذا النوع من التعاقد، خصوصاً وأنه لا يرى السلعة التي يتعاقد عليها، وأن الحماية التي توفرها الأحكام المتعلقة بعيوب الإرادة قد لا تكون مجدية في الكثير من الحالات.

٢- يطلق الفقه القانوني تسميات عدة للدلالة على خيار الرجوع، إذ يسمى: حق العدول، حق إعادة النظر في العقود، مهلة التروي أو التفكير.

٣- انظر: المادة (٧) من النظام الأساسي للحكم في المملكة العربية السعودية. المادة (١) من نظام القضاء السعودي المادة (١) من نظام المرافعات الشرعية.

٤- هناك خيارات أخرى يستطيع المتعاقد استعمالها إذا ما أراد فسخ العقد حال توافر شروطها، ومن قبيل هذه الخيارات: خيار الوصف، خيار التعيين، خيار النقد، خيار المجلس.

وما تجدر الإشارة إليه هو إمكانية توافر مثل هذه الخيارات في العقود الإلكترونية، ولو على نحو أقل من غيرها من الخيارات، وبالتالي فقد يكون للمستهلك الحق في فسخ العقد الذي أبرمه مع المزود بناء على خيارات أخرى.

٥- يترتب على توافر الخيار للمتعاقد اعتبار العقد غير لازم، والعقد غير اللازم: "هو الذي يستطيع أحد طرفيه فسخه والتحلل منه دون توقف على رضا الطرف الآخر.

غير أن تطبيقاً للعقد غير اللازم لا تقتصر على الحالات التي يتوافر فيها خيار للمتعاقد أو كليهما، فقد يكون العقد غير لازم بطبيعته، كما في عقود الوديعة والعارية.

٦- الخيار والاختيار بمعنى التفضيل، جاء في المعجم: "الخيار هو الاختيار ومنه يقال له خيار الرؤية... خيرته بين الشيئين فوضت إليه الاختيار فاختر أحدهما وتخيره".

٧- الأصل ألا يؤثر الغبن اليسير على العقد، غير أن هذا الأصل يوجد عليه بعض الاستثناءات فيؤثر في العقد، وتتعلق هذه الاستثناءات بتصرف المريض مرض الموت والمحجور عليه لدين وأموال اليتيم.

ثانياً. خيار التدليس

التدليس "التغريز": هو استعمال وسائل خادعة تحمل على التعاقد بحيث لو علم بما لما قبل بالتعاقد (الدريني، ١٩٨٢م). والتدليس على أنواع عدة، فقد يكون قولياً أو فعلياً، كما أنه قد يكون بالكتمان (الدريني، ١٩٨٢م). ويتصور وقوع التدليس على نحو واسع في العقود الالكترونية، ذلك أن المستهلك لا يرى السلعة حقيقة، كما أن المزود قد يظهر السلعة بغير مظهرها الحقيقي، إي بمظهر خادع يوحي بوجود مزايا غير موجودة أو بتضخيم حجم هذه المزايا، كما لو ذكر مواصفات غير حقيقية للسلعة أو قام بإجراء تغييرات بشأن بعض المواصفات، أو لو كتم بعض البيانات المهمة حول السلعة. وإذا تحقق وجود تغريز في مواجهة المستهلك الالكتروني فإنه يثبت له بحسب ما يرى البعض خيار يسمى خيار التدليس، بحيث يكون للمستهلك المغرر به الحق في فسخ العقد أو إمضاؤه، غير أنه يشترط للتمتع بهذا الخيار بحسب ما يرى أصحاب هذا الرأي أن يكون التغريز قد أدى إلى زيادة في الثمن أي إلى غبن المستهلك (قدامة، ١٩٧٧م). ويستند ثبوت الخيار للمتعاقدين في السنة النبوية المطهرة، إذ يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "من اشترى غنماً مصراً^(١) فأحتلبها، فإن رضيها أمسكها، وإن سخطها ففي حلبتها صاع من تمر" (البخاري، ٢٠٠٦م). ولعل التساؤل المطروح هنا يتعلق بمدى كفاية هذا الخيار في إسعاف المستهلك أن هو قرر العدول عن العقد، فهل يستطيع ذلك؟ لا شك في أن استعمال هذا الخيار غير متاح في الكثير من

الفاحش فمختلف بشأنه (محجوب، دون سنة نشر)، الفارق بين الغبن اليسير والغبن الفاحش هو أيضاً من الأمور المختلف بشأنها لدى فقهاء الشريعة الغراء (الشرباصي ر، ٢٠٠٠م) (محجوب، دون سنة نشر)، غير أن جانباً منهم رجح بأن الغبن الفاحش هو خرج عن المعتاد بحسب العرف (البهوتي، ٢٠٠٠م) (الدريني، ١٩٨٢م). وصورة الغبن الفاحش في العقود الالكترونية هو أن يشتري المستهلك السلعة بأضعاف قيمتها، أو يستأجر غرفة في فندق بضعف القيمة المعتادة، وهو على هذا النحو من الأمور المحتمل وقوعها بكثرة للمستهلك في العقود الالكترونية، لذا فإن التساؤل يثار عن مدى إمكانية فسخ العقد، فهل للمستهلك فسخ هذا العقد؟ لقد أثبت جانب من الفقه الإسلامي خيار يسمى خيار الغبن للمتعاقدين الذي غبن في حالات محددة (البهوتي، ٢٠٠٠م)^(١)، أقربها حالة المستهلك الالكتروني هي حالة بيع المسترسل: والمسترسل لدى الحنابلة هو الجاهل بقيمة السلعة الذي لا يحسن المبايعة، إذ اثبتوا له خيار الغبن ويصدق في دعواه الجهل بيمينه (البهوتي، ٢٠٠٠م) (الضويان، دون سنة نشر) (الدريني، ١٩٨٢م). وبالرغم من ذلك، فإن تمتع المستهلك بهذا الخيار ومن ثم فسخ العقد لا يبدو بالأمر الهين، ذلك أنه يجب لإعماله توافر شرطين، أولها أن يكون المستهلك يجهل قيمة السلعة أو الخدمة وهو ما قد يتطلب منه حلف اليمين لإثبات جهله بالقيمة، وثانيها ألا يحسن الماكسة والمبايعة، لذلك فإن فرص استفادة المستهلك في العقود الالكترونية من هذا الخيار تبدو ضئيلة.

١- الحالات المقصودة هنا هي: بيع النجش وتلقي الركبان.

٢- الشاة المصرة هي الشاة التي ربط ضرعها ليتجمع به اللبن ويتوهم مشريها بأنه غزيرة اللبن.

الحالات، ذلك أن استعماله منوط بتوافر شروط عدة، أهمها استعمال الوسائل الخادعة، وقد يكون المزود مستعملاً لمثل هذه الوسائل، كما يتطلب لاستعمال الخيار توافر الغبن وقد يخلو العقد من الغبن، لذلك فإن استعمال هذا الخيار لن يسعف المستهلك في جميع الحالات، بل في بعضها فقط.

ثالثاً. خيار العيب

العيب هو نقص في شيء يؤدي إلى نقص القيمة بحسب المعتاد (الضويان، دون سنة نشر) أما خيار العيب فهو حق المتعاقد في إمضاء العقد أو فسخه إذا وجد عيباً في محل العقد ولم يكن على علم به وقت التعاقد (محجوب، دون سنة نشر). ويستند هذا الخيار إلى أدلة عدة من الشريعة الإسلامية (الضويان، دون سنة نشر)، فقد ذكر عن العداء بن خالد قال كتب لي النبي صلى الله عليه وسلم: "هذا ما اشترى محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم من العداء بن خالد، بيع المسلم للمسلم، لا داء ولا خبث ولا غائلة" (البخاري، ٢٠٠٦م). كما روي عنه صلى الله عليه وسلم قوله: "المسلم أخو المسلم ولا يحل لمسلم إن باع من أخيه يبيع فيه عيب أن لا يبينه" (البيهقي، ١٩٨٩م). وما من شك هنا أن المستهلك في العقود الالكترونية يكون عرضة للتعاقد على سلع تشوبها العيوب، وعلى نحو واسع، فقد يشتري جهازاً ويتضح أنه تالف أو طعماً فإذا به معطوب، فيكون له والحال هذه استعمال خيار العيب حال

اكتشاف العيب ولو تأخر وقت ذلك (البهوتي، ٢٠٠٠م)، أي يكون له فسخ العقد للعيب أو إمضائه إن رأى ذلك. غير أن استعمال المستهلك في العقود الالكترونية لخيار العيب ليس بالأمر السهل، ذلك أن استخدامه له يتطلب توافر شروط عدة أهمها أن يكون العيب مؤثراً وقديماً وثابتاً وغير معلوم (المغربي، ٢٠٠٣م) من قبل المستهلك، وثبات مثل هذه الصفات بالعيب قد لا يكون يسيراً في الكثير من الأحيان، إلا بحلف اليمين (الضويان، دون سنة نشر)، كما يجب لاستعمال هذا الخيار ألا يكون المزود قد اشترط البراءة من العيب^(١)، وهو ما لا يفوت عليه عادة، إذ لا يتوانى عن وضع مثل هذا الشرط فيجرد المستهلك من استعمال هذا الخيار. أذاً فاستعمال هذا الخيار منوط بوجود عيب بمواصفات وشروط معينة، وهو ما قد لا يتوافر في الكثير من الحالات، فقد لا تناسب السلعة أو الخدمة المستهلك على الرغم من خلوها من العيوب.

رابعاً. خيار الرؤية

أما خيار الرؤية الحق الذي يثبت لأحد العاقلين في فسخ العقد أو إمضائه عند رؤية محل العقد بسبب عدم رؤيته عند إبرام العقد أو قبل ذلك (الخفيف، ١٩٩٦م). وقد ثبت هذا الخيار (قدامة، ١٩٧٧م) (البرنهابوري وجماعة من علماء الهند، ٢٠٠٢م) (الغزالي، ١٩٩٧م) (عسكر، ١٩٧٢م)^(٢) استناداً إلى أدلة عدة أبرزها حديث النبي صلى الله عليه وسلم (البيهقي،

١- انظر: د. محمد نجيب عوضين المغربي، المرجع السابق، ص ١٢٩.

٢- ثمة خلاف في الفقه حول مشروعية خيار الرؤية، فثمة من يقر بمشروعية هذا الخيار، فيما أنكر آخرين ذلك، وفي ذلك يقول ابن قدامة: "وفي بيع الغائب روايتان: أظهرهما أن الغائب الذي لم يوصف ولم تتقدم رؤيته لا يصح بيعه، وبهذا قال الشعبي والحسن والأوزاعي ومالك وإسحاق، وهو أحد قول الشافعي، وفي رواية أخرى أنه يصح وهو مذهب أبي حنيفة، والقول الثاني للشافعي، وهل يثبت خيار الرؤية؟ على روايتين: أشهرهما ثبوته، وهو قول أبي حنيفة".

في عقود كثيرة كتلك التي يجريها مع المصارف مثلاً لتعلقها بديون موصوفة (البرنابوري وجماعة من علماء الهند، ٢٠٠٢م) (أبو زهرة، دون سنة نشر). وعليه، فإن خيار الرؤية لا يوفر حماية للمستهلك في كل الأحوال التي يتعاقد فيها مع المزود، وهو ما يؤكد بدوره أهمية إقرار خيار خاص بالمستهلك بصفة عامة يمكنه من العدول عن العقد مع المزود، وهو ما يبدو أكثر أهمية وإلحاحاً بالنسبة للمستهلك في العقود الالكترونية.

من ذلك نستنتج أن وجود خيار واحد بيد المستهلك في العقود الالكترونية قد لا يكون مجدياً في كثير من الحالات، غير أن وجودها مجتمعة يعني أن هناك فرص أكبر لإمام المستهلك لفسخ العقد، فما لا يفسخ بخيار الغبن قد يفسخ بخيار التغير أو الرؤية أو العيب، وما لا يفسخ بخيار العيب قد يفسخ بخيار آخر، وهكذا هو الحال بالنسبة لباقي الخيارات، وبالتالي فإن هذه الخيارات تعد ضمانات للمستهلك في سبيل فسخ العقد الالكتروني الذي أبرمه، ومع ذلك فإنه يتصور أيضاً ألا يتوافر بيد المستهلك الالكتروني أي من هذه الخيارات إذا ما انتفت شروطها جميعاً بالنسبة له، لذا فمن الأحرى النص مباشرة على منح المستهلك في العقود الالكترونية خيار الرجوع، فقد أصبحت وسائل وأساليب التحايل والغش في التعاقدات الالكترونية متعددة وكثيرة، وأضحى من الملائم التصدي لها ومواجهتها بالتصريح بوجود خيار للمستهلك في الرجوع عن العقد، فحاجة المستهلكين

١٩٨٩م^(١)، حيث قال: "من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رآه إن شاء أخذه وإن شاء تركه" (البهقي، ١٩٨٩م) (الدارقطني، ٢٠٠١م)^(٢). وما ينبغي الإشارة له هنا هو أن معنى الرؤية في هذا الخيار غير قاصرة على النظر فحسب، بل أنها تنطبق على اللمس والشم والذوق والسمع إذا كان الوقوف على خصائص الشيء المتعاقد عليه يتطلب ذلك (أبو زهرة، دون سنة نشر).

وخيار الرؤية بهذا المفهوم يسعف المستهلك في الكثير من العقود التي يبرمها، فهو يستطيع في كل مرة استعمال حقه في فسخ العقد الالكتروني إذا ما أدرك أن المضي في العقد ليس في مصلحته، غير أنه يشترك لذلك ألا يكون المستهلك قد رأى الشيء قبل إبرامه العقد، ورؤية الشيء المقصودة هنا هي الرؤية الحقيقية، فلا يسقطه حقه في هذا الخيار رؤية صورته من خلال أجهزة الحاسوب مثلاً (البهوتي، ٢٠٠٠م)^(٣). ولا يجب لثبوت هذا الخيار للمستهلك اشتراطه عند التعاقد، كما لا يسقط هذا الخيار بإسقاط المستهلك له قبل ثبوته (البرنابوري وجماعة من علماء الهند، ٢٠٠٢م) (الخفيف، ١٩٩٦م) (أبو زهرة، دون سنة نشر)، ففقد الشيء لا يعطيه. ومع ذلك فقد يحرم المستهلك من هذا الخيار إذا كان قد رأى الشيء محل التعاقد عند إبرام العقد أو حتى قبل ذلك بفترة لا يتغير ذلك الشيء، كما أن هذا الخيار لا يثبت إلا في الأشياء المعينة بالذات، وبالتالي فإن المستهلك قد يحرم من استعمال هذا الخيار

١- ومن الأدلة على مشروعية خيار الرؤية ما روي عن عثمان بن عفان عندما باع لطلحة بن عبد الله أرضاً بالبصرة، لم يرها واحد منهما - ولما قيل لكل منهما إنك قد غبت، قال: إني الخيار، ثم حكما جبر بن مطعم بينهما فحكم بالخيار لطلحة، وكان ذلك بحضور من الصحابة ولم ينكر عليه أحد، فكان إجماعاً سكوتياً ظاهراً.

٢- هناك خلاف حول هذا الحديث، فقد أشار البعض إلى أنه حديث ضعيف.

٣- يسقط هذا الخيار بحسب ما يرى البعض إذا جاء الشيء المتعاقد عليه موافقاً للصفة التي وصفها البائع للمشتري-المستهلك، وهو ما يحرم المشتري -أو المستهلك- من هذا الخيار في الكثير من الحالات.

لمثل هذا الخيار باتت أكثر إلحاحا من ذي قبل، ولا ينكر تغير الأحكام بتغير الأزمان، وهو بالفعل ما حدا ببعض التشريعات^(١) للنص مباشرة على منح المستهلك الإلكتروني خيارا مائلا.

الخاتمة

بعد أن أقمنا دراسة موضوع الحماية القانونية للمستهلك في العقود الإلكترونية يجدر بنا عرض أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة.

النتائج

١. يعرف المستهلك في العقود الإلكترونية بأنه: الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الإلكترونية للحصول على سلع أو خدمات إشباعا لحاجات معينة.

٢. يكون المستهلك في العقود الإلكترونية عرضة للتحيال والغش والغلط أكثر من غيره من المستهلكين، لأنه لا يرى ويعاين الحل الذي يتعاقد عليه، وهو ما يستلزم تدخلا تشريعا لحمايته.

٣. لا يوجد في المملكة العربية السعودية نظام (قانون) خاص بحماية المستهلك، فالحماية المقررة له نجدها موزعة في قانون متفرقة ومختلفة، قد لا تسعف المستهلك في الكثير من الأحيان، وهو يقتضي أيضا البحث عن وسائل الحماية المناسبة للمستهلك من خلال الرجوع إلى القواعد العامة المقررة في الشريعة الإسلامية.

٤. لم تنص الأنظمة المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الإلكترونية على حق المستهلك في الإعلام عن بيانات السلع والخدمات وشروط التعاقد والطرق

الشحن.

٥. لم يفرد واضع النظام في المملكة العربية السعودية أحكاما خاصة بحماية البيانات المعروضة عن السلع والخدمات أو بيانات المستهلك الشخصية، وهو ما يقتضي دائما تطبيق أحكام عامة قد لا تلائم المستهلك في العقود الإلكترونية تماما.

٦. أولت الشريعة الإسلامية اهتماما بالغاً بحماية المستهلكين -جموعا وفرادى- وهو ما يمكن تطبيقه بشأن المستهلكين في العقود الإلكترونية.

٧. يتوافر بيد المستهلك في العقود الإلكترونية بموجب القواعد العامة المقررة في الشريعة الإسلامية حزمة من الخيارات التي تمكنه من فسخ العقد والرجوع فيه إذا ما قدر عدم ملائمة المضي به، وأبرز هذه الخيارات هو خيار الغبن، خيار التغيرير، خيار العيب، وخيار الرؤية، وقد يكون من الأيسر لتنظيم العلاقة بين المستهلك والمزود الاستناد إلى هذه الخيارات لتقرير خيار للمستهلك بالرجوع.

التوصيات

يجدر بواضع النظام في المملكة العربية السعودية إعادة النظر في الجوانب المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الإلكترونية، وذلك من خلال إيجاد نظام "قانون" يحمي المستهلك بشكل عام والمستهلك الإلكتروني بشكل خاص، أو من خلال إدراج تعديل على بعض الأنظمة السارية كنظام التعاملات الإلكترونية، وعلى أن يراعى في هذا النصوص التي يتم تخصيصها لهذا الغرض تحقيق ما يأتي:

• توفير حماية مناسبة للمستهلك في العقود الإلكترونية

١- انظر قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٠م.

المقارن"، المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، مركز البحوث والدراسات بأكاديمية شرطة دبي. دبي.

احمد، محمد محمد احمد أبو سيد، (٢٠٠٤م)، "حماية المستهلك في الفقه الإسلامي"، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت.

ارسلان، أنور احمد، (١٩٩٨م)، "الحماية التشريعية للمستهلك"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

البخاري، محمد بن إسماعيل، (٢٠٠٦م)، "صحيح البخاري"، مكتبة الرشد، الرياض.

البرنهابوري، نظام الدين وجماعة من علماء الهند، (٢٠٠٢م)، "الفتاوى الهندية"، (المعروفة بالفتاوى العالم كبرى)، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت.

البهقي، احمد بن الحسين بن علي، تحقيق: د. عبد المعطي قلججي، (١٩٨٩م)، "السنن الصغرى"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة الدراسات الإسلامية، كراتشي، باكستان.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، (٢٠٠٠م)، "شرح منتهى الإرادات"، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت.

الجبوري، ياسين، (٢٠٠٢م)، "المبسوط في شرح القانون المدني"، الجزء الأول: مصادر الحقوق الشخصية، (المجلد الأول: نظرية العقد)، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان.

فيما يتعلق بأمن المعلومات الخاصة به.

- توفير حماية مناسبة للمستهلك في العقود الإلكترونية من ناحية مواصفات وجودة السلعة المتفق عليها.
- منح المستهلك في العقود الإلكترونية خيار الرجوع في العقد الذي يبرمه.
- توفير حماية للبيانات الإلكترونية الخاصة بالمزود والتي يعرضها من خلال الوسائل الإلكترونية بغرض التعاقد مع المستهلكين.
- فرض عقوبات ملائمة بشأن المخالفات التي يتم ارتكابها في نطاق العقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلكين.

قائمة المراجع

إبراهيم، عبيد محمد، (١٩٩٨م)، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

ابن منظور، (بدون سنة طبع)، "لسان العرب"، دار المعارف، الإسكندرية.

أبو ليل، محمود احمد، (١٩٩٨م)، "حكم التسعير في الفقه الإسلامي"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

أبو الليل، إبراهيم الدسوقي، (١٩٩٤م)، "العقد غير اللازم"، منشورات جامعة الكويت، الكويت.

أبو الليل، إبراهيم الدسوقي، (٢٠٠٣م)، "إبرام العقد الإلكتروني في ضوء أحكام القانون الإماراتي والقانون

للمستهلك عبر شبكة الانترنت"، المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.

الفيومي، احمد بن محمد، (٢٠٠٠م)، "المصباح المنير"، الطبعة الأولى، دار الحديث، القاهرة.

القيسي، عامر قاسم أحمد، (٢٠٠٢م)، "الحماية القانونية للمستهلك"، دار الثقافة، عمان.

السويدي، حصة عبد العزيز، (١٩٩٨م)، "التسعير بين الهدي النبوي والقانون القطري"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

الشرنباصي، رمضان علي، (٢٠٠٠م)، "النظريات العامة في الفقه الإسلامي"، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الإسكندرية.

الشرنباصي، رمضان علي، (١٩٨٨م)، "الضوابط الشرعية لحماية المستهلك"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد الثاني.

الضويان، إبراهيم بن محمد بن سالم، تحقيق: زهير الشاويش (بدون سنة نشر)، "منار السبيل شرح الدليل"، بدون طبعه، المكتب الإسلامي، بيروت.

الغزالي، محمد، تحقيق: احمد محمد إبراهيم، (١٩٩٧م)، "الوسيط في المذهب"، الطبعة الأولى، دار السلام، القاهرة.

الكبيسي، احمد عبيد، (١٩٩٨م)، "دور الشريعة الإسلامية في حماية المستهلك"، ندوة حماية المستهلك في

الجزجاني، علي بن محمد، (١٩٨٣م)، "التعريفات"، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت.

الجوزية، محمد بن أبي بكر بن قيم، (بدون سنة نشر)، "الطرق الحكمية في السياسة الشرعية"، بدون طبعة، دار الكتب العلمية، بيروت.

الحسن، خليفة بابكر، (١٩٩٨م)، "حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

الخفيف، الشيخ علي، (١٩٩٦م)، "إحكام المعاملات الشرعية"، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.

الدارقطني، علي بن عمر، تحقيق: عادل احمد وعلي محمد، (٢٠٠١م)، "سنن الدارقطني"، الطبعة الأولى، دار المعرفة، بيروت.

الدريني، السيد نشأت إبراهيم، (١٩٨٢م)، "التراضي في عقود المبادلات المالية"، الطبعة الأولى، دار الشروق، جدة.

العامري، محمد حسن، (٢٠٠٧م)، "الإعلان وحماية المستهلك"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

العربي، فاروق، (١٩٩٨م)، "دور التشريعات في إقامة التوازن بين المستهلك والتاجر"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

العبد، حداد، (٢٠٠٩م)، "الحماية المدنية والجناحية

- الشرعية والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.
- المغربي، محمد نجيب عوضين، (٢٠٠٣م)، نظرية العقد في الفقه الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة.
- المهداوي، علي احمد صالح، (٢٠١٠م)، "أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الالكتروني"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد الثاني والأربعون.
- النيسابوري، مسلم بن الحجاج القشيري، (١٩٩٠م)، "صحيح مسلم"، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت.
- الهيتمي، عبد الستار إبراهيم، (٢٠٠٤م)، "حماية المستهلك في الفقه الإسلامي"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، جامعة مؤتة، المجلد التاسع عشر، العدد السادس، الكرك، الاردن.
- حسن، يحيى يوسف فلاح، (٢٠٠٧م)، "التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية"، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
- زغلول، خالد سعد، (٢٠٠٥م)، "الحماية القانونية للتجارة الالكترونية"، مجموعة الأبحاث المقدمة للحلقة النقاشية "مشروع قانون التجارة الالكترونية الكويتي" المنعقدة بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥م، منشور في مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثالث "الملحق".
- زين الدين، صلاح، (٢٠٠٣م)، "دراسة اقتصادية لبعض مشكلات وسائل الدفع الالكترونية"، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، المنعقد في غرفة تجارة وصناعة دبي.
- شرف الدين، أحمد، (٢٠٠٣م)، "نظرية الالتزام"، الجزء الأول مصادر الالتزام، الكتاب الأول المصادر الإدارية (العقد - الإرادة المنفردة)، دار النهضة العربية، مصر.
- شندي، يوسف، (٢٠١٠م)، "المفهوم القانوني للمستهلك"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد الرابع والأربعون.
- شندي، يوسف، (٢٠١٠م)، "أثر خيار المستهلك في الرجوع في التعاقد على لحظة إبرام العقد"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد الثالث والأربعون.
- طنطاوي، محمود محمد، (١٩٩٨م)، "حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية"، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.
- عسكر، عبد الرحمن بن محمد، (١٩٧٢م)، "إرشاد السالك إلى أشرف المسالك في فقه الإمام مالك"، مكتبة القاهرة، القاهرة.
- عمران، السيد محمد السيد، (٢٠٠٣م)، "حماية المستهلك أثناء تكوين العقد"، الدار الجامعية، بيروت.
- عمران، السيد محمد السيد، (٢٠٠٦م)، "الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت"، الدار الجامعية، بيروت.
- عبابنة، علاء الدين محمد ذيب، (دون سنة نشر)، "دراسات في قانون التجارة الالكترونية البحريني"

- والمقارن"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة العلوم التطبيقية، المنامة.
- قدامه، عبد الله بن احمد، (١٩٩٧م)، "المغني"، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي ود. عبد الفتاح محمد الحلو، الطبعة الثالثة، دار علم الكتب، الرياض.
- مجاهد، أسامة أبو الحسن، (٢٠٠٣م)، "خصوصية التعاقد عبر الانترنت"، دار النهضة العربية، القاهرة.
- محجوب، محمد علي، (بدون طبعة)، "التشريعات المدنية في الشريعة الإسلامية والقوانين المصرية"، بدون طبعة، شركة ناس للطباعة، القاهرة.
- محمود، عبد الله ذيب عبد الله، (٢٠٠٩م)، "حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني"، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا - جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
- مساعدة، أيمن، خصاونة، علاء، (٢٠١١م)، "خيار المستهلك في الرجوع في البيوع المنزلية والمسافة"، مجلة
- الشرعية والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد السادس والأربعون.
- موسى، أحمد كمال الدين، (١٤٠٢هـ)، "الحماية القانونية للمستهلك في المملكة العربية السعودية"، معهد الإدارة العامة، السعودية.
- BOUILHO, H.**, (1998), "Les aspects juridiques du commerce électronique", Rev. Banque & Droit, n. 60 - Juillet - aout.
- CHEFFERT, J-M.**, (2002), "Le commerce électronique: autorégulation et asymétrie d'information", Rev. Ubiquité, n. 12/2002.
- GHESTIN, J.**, (1988), "Traité de droit civil, les obligation, les contrats", 2nd édition, Paris, P. 46.
- SEDALLIAN, V.**, (1997) "Droit de l'internet", Collection AUI, Ed.Net presse.
- WRIGHT, T.**, (1996), "Privacy Protection Models for the Private Sector", Commissaire à l'information et à la protection de la vie privée/Ontario.

Consumer Protection In Electronic Contracts "An Analytical Study In Saudi Arabia Systems"

Haitham Al-Masarweh¹ and Ahmad Al-Majali²

Law department, college of business-Rabigh (cob), King Abdulaziz university-KSA.¹

College of law-Taibah university-KSA.²

Abstract

The prevalence and spread of electronic trading led, in the present era, to the multiplicity and the many surrounding risk for consumers. With whom one seems forced de facto often at the conclusion of many electronic contracts in order to meet their needs and achieve reconciliation. This in turn led to the possibility of imposing contract terms may not serve in valid, either the mitigation of his rights or increase the obligations. This led the legislator to sought to address and rectify it through the enactment of some of the provisions relating to consumer protection in general, which could also be achieved through the application of certain provisions related to electronic transactions on the face particular. These texts are still interspersed with some flaws and gaps that could lead to narrowing the scope of protection available to the consumer in electronic contracts, which required searching for the most effective means of legislative and ways to extend the scope of protection for the consumer in these contracts.

Keywords: Consumer, consumer contracts, electronic contract, electronic transactions.