

حماية المستهلك في العقود الإلكترونية

دراسة تحليلية في أنظمة المملكة العربية السعودية

هيثم حامد المصاروة^١ - أحمد عبد الرحمن المجالي^٢

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

كلية الحقوق-جامعة طيبة.^٢

المُلْخَّص

أدى شيع وانتشار التعاملات الإلكترونية في العصر الحاضر إلى تعدد وكثرة المخاطر الخفية بالمستهلكين، إذ يجد الواحد منهم مجبر بحكم الواقع وفي كثير من الأحيان على إبرام العديد من العقود الإلكترونية بغية تلبية حاجاته وتحقيق مصالحة، وهو ما أفضى بدوره إلى إمكانية فرض شروط تعاقدية قد لا تصب في صالحه، وذلك إما بالتخفيض من حقوقه أو بزيادة الالتزامات المرتبة على عاته. الأمر الذي كان المشرع قد سعى إلى معالجته وتلافيه من خلال سن بعض الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة، وهو ما قد يتحقق أيضاً من خلال تطبيق بعض الأحكام المتعلقة بالتعاملات الإلكترونية على وجه الخصوص، غير أن هذه النصوص ما زالت تتخللها بعض العيوب والغراءات التي قد تفضي إلى تضييق نطاق الحماية المتاحة للمستهلك في العقود الإلكترونية، وهو ما اقتضى البحث عن أنجع الوسائل والسبل التشريعية الالزمة لمد نطاق الحماية للمستهلك في هذه العقود.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، عقود الاستهلاك، العقد الإلكتروني، التعاملات الإلكترونية.

والخدمات التي يتعاقدون عليها فحسب، بل ولا نعدام

مقدمة

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 يشاورون، كل بفضل المركز الاقتصادي والقانوني الذي يتمتعون به في مواجهة المستهلك الذي يصعب مقارنته مركزه غالباً بوحدة 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 ١٤٠٤ هـ ونظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقييس لعام ١٣٩٢ هـ، كما قد يشير البعض الآخر إلى وجود أنظمة حديثة صدرت مؤخراً لتنظيم العلاقات والعقود الإلكترونية ونقصد تحديداً نظام التعاملات الإلكترونية

تحتل العقود الإلكترونية أهمية بالغة في العصر الحاضر، فقد أصبحت التعاملات من خلالها أكثر وقوعاً وأوسع انتشار وأضحت عملية إحلال هذه العقود محل العقود التقليدية تجري بوتيرة متسرعة 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 الإلكتروني على تلك السلع والخدمات يحقق مزايا عديدة لكلا طرف العقد، فهو على الأقل يوفر لهما قدرًا من الجهد والوقت والمال. غير أن ترك جمهور المستهلكين يتعاقدون بالطرق الإلكترونية قد يحمل في طياته خطورة على حقوقهم والالتزامات المرتبة عليهم بموجب هذه العقود، فقد يكونون عرضة للتحايل والغش والغبن، ليس لأنهم لا يرون أو يعيانون السلع

المبحث الأول: مفهوم الحماية القانونية المستهلك في العقود الالكترونية.

المبحث الثاني: حماية البيانات الالكترونية.

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

المبحث الأول

مفهوم الحماية القانونية المستهلك في العقود الالكترونية

تمثل الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية "المستهلك الالكتروني" (عباينة، بدون سنة نشر)^(١) في مجلة 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 يرميه 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:

لعام ١٤٢٨ هـ 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 تتوفره هذه التشريعات للمستهلك من الحماية لدرء المخاطر الناجمة عن التعاقد بمثل هذه الوسائل؟ وإذا كانت الشريعة الإسلامية تعد المصدر الرئيسي 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 بواصفها تمثل القواعد العامة الواجب التطبيق في سائر الحالات التي يتذرع فيها تطبيق أحكام النصوص الواردة في الأنظمة واللوائح النافذة، غير أنه يحسن بنا قبل ذلك إيصالح مفهوم ومبررات الحماية القانونية للمستهلك في العقود الالكترونية.

وببناء 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.

(راسلان، 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 يتوجه 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 من تعاقد بالطرق التقليدية أو من تعاقد بواسطة الوسائل الإلكترونية أو بما يسمى بالمستهلك في العقود الإلكترونية، إذ يقصد بالعقود الإلكترونية في هذا السياق تلك التي يلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بفضل التفاعل بين الموجب والقابل (محاده، ٢٠٠٣م). وهذا يعني أنه يتتصور أن يتم إبرام هذا العقد عن طريق الواقع التجارية بشبكة الانترنت أو عن طريق البريد الإلكتروني (أبو الليل، ٢٠٠٢م). وبعبارة أخرى نستطيع القول بأن المستهلك في العقود الإلكترونية "المستهلك الإلكتروني" (المهداوي، ٢٠١٠م) (عباينة، بدون سنة نشر)^(٢): هو الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم المستهلك في العقود الإلكترونية.

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك في العقود الإلكترونية.

المطلب الثالث: الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الإلكترونية.

المطلب الأول

مفهوم المستهلك في العقود الإلكترونية

يشير مصطلح المستهلك في العقود الإلكترونية الكثير من التساؤلات حول المدلول القانوني له، وهو ما يصعب إدراكه دون التعرف على معاني "المستهلك" من جهة، ومعنى "العقود الإلكترونية" 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 للاحتجah 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 من يمتلكون معلومات ودرية 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

١- الاستهلاك لغة يمعن الإنفاق والإجهاد. جاء في المعجم حول كلمة استهلك: "استهلك المال: أنفقه وأنفده... واستهلك في كذا إذا جهد نفسه...".

٢- يذهب البعض إلى تعريف المستهلك الإلكتروني كالآتي: "كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية، 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 الإلكتروني، إذ عرفه بأنه: "كل طبيعي يبرم عقداً عن بعد لا يدخل في نشاطه المهني".

أمثلة ذلك المنتجات التي يستخدمها الأشخاص في المأكل والمشرب والملبس. في حين أنه يقصد بالخدمة أي عمل يتم تقديمها للمستهلك الإلكتروني. 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 احتلال التوازن بين المستهلك من جهة والمزود من جهة أخرى (العربي، ١٩٩٨م)، إذ تتحلى السمة الغالبة للمزود بتمتعه بقوة اقتصادية كبيرة ومعلومات 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 قرر بمكرز المزود، سواء 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 الإلكتروني 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 الإلكتروني العقود كافة مثله كمثل المستهلك بالطرق التقليدية، وإن كانت عقود البيع والإيجار والحصول على الخدمات المصرفية هي الأكثر انتشاراً وذريعاً من الناحية العملية. وإذا كان المستهلك الإلكتروني هو أحد طرف العقد، فإن الطرف الذي يقابلها هو من يسمى بالمزود (محمود، ٢٠٠٩م)^(١)، وهو الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الإلكترونية آخذًا على عاتقه تقديم السلعة أو الخدمة التي يحتاجها للمستهلك الإلكتروني. لذلك ليس كل شخص يبرم عقداً الكترونياً يعتبر مستهلكاً الكترونياً فقد يبرم أحدهم عقداً الكترونياً 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 الكترونياً يجب حمايته.

أما محل التعاقد بين المستهلك الإلكتروني والمزود فيتمثل في أي سلعة أو خدمة يتم تقديمها إشباعاً لحاجات المستهلك الإلكتروني^(٢)، إذ يقصد بالسلعة هنا المنتج الذي يتم تقديمها للمستهلك الإلكتروني أيًا 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 كالتالي: "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 تحويلي، بما في ذلك العناصر الأولية للمواد والمركبات الدالة في المنتج".

٤- لقد حظيت حماية المستهلك بأهمية كبيرة في الدول الأوربية، لاسيما بعد الحرب العالمية الثانية، ففي ذلك العصر كانت هناك

تلك السلع والخدمات بالطرق التقليدية يكبدة تكلفة مالية زائدة أو يسبب له مشقة أو إهدارٍ للوقت والجهد. ومن جهة أخرى نجد أن الانتشار الواسع للتعاقد الإلكتروني لم يعد قاصراً على السلع والخدمات المتوفرة في الدولة ذاتها التي يكون فيها المستهلك والمزود، بل أن التعاقد الدولي بينهما أضحم شائعاً وعلى نحو متزايد، وهو يختلف 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 يطيقها المستهلك. لذلك كانت حماية المستهلك الإلكتروني من مثل هذه الأخطار وما قد يتربّط عليها من أضرار تتطلب تدخلاً وحماية فاعلة من قبل المشرع.

المطلب الثالث

الأحكام المتعلقة بحماية المستهلك في العقود

الإلكترونية

لقد صدرت في المملكة العربية السعودية العديد من التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة، ويعد من أبرزها نظام الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقيايس لعام ١٣٩٢هـ، ونظام مكافحة الغش التجاري لعام ١٤٠٤هـ، ونظام البيانات التجارية لعام ١٤٢٣هـ. كما قد يستفيد المستهلك في العقود الإلكترونية 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 الكمبيوتر فقط (حسن، ٢٠٠٧م)، وقد لا يحصل إلا على معلومات وبيانات محددة يعتمد المزود حصرها وعدم إتاحة غيرها للمستهلك. ليس هذا فحسب، بل أن الدعاية والإعلانات المضللة التي يبيتها المزود في مواجهة المستهلكين من خلال الوسائل الإلكترونية أثرها الفاعل (العيد، ٢٠٠٩م)، بحيث تؤثر عليهم وتحثهم على التعاقد دون تبصر بالعواقب. ولعل المستهلك والحالة هذه عرضة للغلط والغش والتغيير والغبن، لا سيما إذا ما تعمد ذلك المزود وسعى إليه طمعاً في تحقيق مكاسب غير مشروعية على حساب المستهلك. كما يلاحظ أن التعاقد الإلكتروني بات في الوقت الراهن أوسع انتشاراً من ذي قبل، لا سيما وأنه أكثر سهولة ومرنة من التعاقد بالطرق التقليدية، إذ يستطيع المستهلك تكيف شروطه وظروفه على نحو أكبر وبما يحقق له فوائد مزايَا تعود عليه بالفعع. وهو ما بات يتطلب بدوره تشجيع التعاقد الإلكتروني بصفة عامة وبث الثقة فيه وإزالة العوائق أمامه (المهداوي، ٢٠١٠م). غير أن الأمر لا يقف عند هذا الحد، فحماية المستهلك الإلكتروني 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 الإلكتروني، 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-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، فضلاً 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 الإحکام الواجبة التطبيق على

المستهلك لعام ١٤٢٩ هـ^(٦)، وهذا التنظيم صدر عن الجهة التي تصدر الأنظمة في المملكة العربية السعودية، وأنشأ بموجبة جمعية أهلية تعنى بحماية المستهلك^(٧)، حيث حددت أهداف الجمعية^(٨)، إضافة إلى اختصاصاتها^(٩)، واللاحظ 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 مجديّة من الناحية العملية، فقد تعجز تلك الجمعية لسبب أو آخر عن القيام بهذا الدور، وكان الأجرد والأولى باعتقادنا صدور نظام خاص بحماية

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 ورعايته مصالحه والمحافظة على حقوقه والدفاع عنها وتبني قضاياه لدى الجهات الخاصة وحمايته من جميع أنواع الغش والتقليل والاحتيال والخداع والتسليس في جميع السلالع والخدمات والبالغة في رفع اسعارها ونشر الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك وبتصيره 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 والتسليس والتلاعب في السلع أو الخدمات والمبالغة 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 ومصالحه.
٣. إعداد الدراسات والبحوث، وعقد المؤتمرات والندوات والدورات، وإقامة المعارض ذات العلاقة بنشاط حماية المستهلك، ونشر نتائج تلك الدراسات والبحوث، وذلك وفقاً للأنظمة والتعليمات.
٤. توعية المستهلك بطرق ترشيد الاستهلاك وتقدم 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 الإماري 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-تتمثل 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، خصوصاً وأن المستهلك نادراً ما يلجأ لرفع الدعوى في مواجهة المزود لما قد يتطلب على رفع الدعوى من وقت وجهد ونفقات باهضة، إضافة إلى ضآلة النتائج المرتقبة على رفع مثل هذه الدعوى لأن السلع والخدمات قد لا تكون ذات قيمة كبيرة في الكثير من الأحيان.
ب. الدعاية المقابلة، إذ تمارس الجمعيات ذلك من خلال النقد العام لبعض ثناذج السلع والخدمات، فضلاً عن الإشارة إلى خطورتها وعدم فعاليتها.

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

على كافة البيانات المتعلقة بالسلعة التي يريد اقتناؤها حتى تكون 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 وما 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 الكترونية، إذ تعرف هذه البيانات من الوجهة القانونية بأنها: "بيانات ذات خصائص الكترونية، في شكل نصوص أو رموز أو صور أو رسوم أو أصوات أو غير ذلك من الصيغ الإلكترونية، مجتمعة أو متفرقة"^(٣).

المستهلك في العقود الالكترونية تمثل 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 تحدى الإشارة إليه في هذا المقام هو أن تطبيق الأنظمة واللوائح أيضاً مرهون بعدم مخالفتها للشريعة الإسلامية وإنما تم استبعاد تطبيقها^(٢)، وهو يعطي الأولوية في التطبيق لأحكام الشريعة الإسلامية في حالات أوسع.

المبحث الثاني

حماية البيانات الالكترونية

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 وتديليس، 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، 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 وسنته رسوله وهمَا الحاكمان على هذا النظام وجميع أنظمة الدولة". كما نصت المادة الأولى من نظام القضاء السعودي لسنة ١٤٢٨ هـ على انه: "القضاة مستقلون لا سلطان عليهم في قضائهم لغير أحكم الشريعة الإسلامية وأنظمة المرعية وليس لأحد التدخل في القضاء"، وهو ما أكدته أيضاً المادة الأولى من نظام المرافعات الشرعية لسنة ١٤٢١ هـ على الآتي: "تطبق المحاكم على القضايا المعروضة أمامها أحكام الشريعة الإسلامية، وفقاً لما دل عليه الكتاب والسنة وما يصدره ولـي 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 ولـي الأمر من أنظمة لا تتعارض مع الكتاب والسنة".

٣- المادة الأولى من نظام التعاملات الالكترونية. كما عرفت المادة الأولى من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية البيانات ك الآتي: "المعلومات أو الأوامر أو الرسائل أو الأصوات أو الصور التي تused أو التي سبق إعدادها لاستخدامها في الحاسوب الآلي وكل ما يمكن تخزينه ومعالجته ونقله وإنشاؤه بوساطة الحاسوب الآلي كالأرقام والمحروف والرموز وغيرها".

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

أولاً. السلعة الصحيحة

تعرف السلعة بأنها: "كل منتج صناعي أو نباتي أو حيواني أو تجاري، 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 عرفتها 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 والتليفزيون"^(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 الإلكترونية 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 الإلكترونية 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 المعلومات 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 والجانية عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق.

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

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 مغشوша أو فاسدة لكن السؤال الذي يثار هنا ما هي هذه المواصفات والمقاييس للسلعة؟

ثانياً. المواصفات والمقاييس المتعلقة بالسلع

نظراً للأهمية الكبيرة التي تحملها 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: "الم الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس"، وقد أقيمت على عاتق هذه الهيئة جملة من الاحصاصات، ومن قبيل ذلك وضع واعتماد نصوص المواصفات القياسية الوطنية المتعلقة بالقياس والمعايرة والرموز وتعريف المنتجات والسلع وأساليبأخذ العينات، إضافة إلى نشر هذه المواصفات والتوعية بها^(٣).

وастكمالاً 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 اختيارياً^(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 ومغشوشاً^(١). غير أن وضع النظام في المملكة العربية السعودية لم يقف عند هذا الحد، بل ذهب إلى ابعد من ذلك عندما ذهب ليفصل في مواصفات السلعة غير المطابقة للمواصفات، حيث اعتبر أن السلعة غير المطابقة للمواصفات المقررة مغشوشاً 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 تحتوت على شيء من ذلك.

ج. إذا تم مخالفة مواصفة البطاقة الخاصة بالسلعة ويستثنى من ذلك المخالفات التي لا تؤدي إلى الأضرار بالمستهلك صحيحًا أو ماديًا 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 مغشوشاً 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 المتنبيج بوصفه أو عرضه أو تسويفه بمعلوماتٍ كاذبةٍ أو خادعةٍ أو مُضللةٍ بأي وسيلةٍ مما 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 ١٣٩٢ هـ.

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 الموصفات 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 للموصفات والمقاييس، لذلك تظهر أهمية إلزام المزود بضرورة إعلام وتمكين المستهلك في العقود الالكترونية من مشاهدة هذه الموصفات 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 (زغلو، ٢٠٠٥)، 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 موصفات تلك السلع والخدمات خصوصاً أن لم يكن لديه الخبرة والإمكانات المناسبة لاختيار الجودة الملائمة، وهو ما سيعيث في نفسه الاطمئنان من اللحظة التي يتم فيها التعاقد على هذه السلع، كما أنه سيطمن 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 مخالفات بهذا الشأن، وهو ما يشكل ضمانة أخرى لحماية فاعلة للمستهلك، فهل أوردت الأنظمة السعودية عقوبات تلي هذا الغرض؟ ... هذا ما سنعرفه حالاً.

مقدارها، أو مقاسها، أو كيلها، أو طاقتها، أو وزنها، أو تاريخ الإنتاج، أو تاريخ انتهاء الصلاحية والعناصر الداخلة في تركيبها، إضافة إلى الجهة، أو البلد 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 جوازات 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 الحال، أو المخازن، أو على عنوانها، أو الأخلفة، 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 مقترباً بيانيًا دقيقاً 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 يتاجرون 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 عنوانين لهم^(٣). نستنتج مما سبق أن الموصفات والمقاييس الخاصة بالسلع التي قررتها الأنظمة واللوائح في المملكة العربية السعودية توفر حماية فاعلة للمستهلك بصفة

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

٢- انظر المادة الثانية من نظام البيانات التجارية.

٣- انظر المادة الرابعة من نظام البيانات التجارية.

- أو عُنْصُرِها أو صِفَاتِها 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^(١).
- وما يفرض بشأن من خداع وغض المستهلكين ينطبق أيضاً بشأن من باع هذه السلع، فقد قضت المادة السابعة من نظام مكافحة الغش التجاري بفرض العقوبة 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 مقابل إذا كانت مغشوشة في متطلباتها 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 المخالففة على من يأتي:
١. كل من غش أو شرع في أن يعيش في متطلبات أي من أغذية الإنسان أو الحيوان.

- ثالثاً: الجزء المترتب على مخالفة مواصفات السلع**
- لا يمكن حماية المستهلك إلا إذا كانت هناك 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 الشمن: إذ يجب على البائع أن يعيد الشمن للمشتري إذا ثبت بأن البضاعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال^(٢).
- 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^(٣).
- ج. الغرامة وإغلاق المحل والمصادر: 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 بعدها معاً - كل من خداع أو شرع في خداع أو غش في أحد الأمور التالية:
١. ذاتية السلعة أو طبيعتها أو جنسها أو نوعها

-
- ١-تنص المادة التاسعة من نظام مكافحة الغش التجاري على أن: "يكلّف البائع بإعادة الثمن للمُشتري إذا كانت السلعة المباعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال أو كانت مما قُصد 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 بتوريده 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 بعدها معاً كل من خداع أو شرع في أن يخدع أو غش أو شرع في أن يعيش بأي 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 سواءً في الوزن أو الكيل أو المقاس أو العدد أو الطاقة أو العيار أو استعمال طرق 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 العادلة التي عادة ما يعاين ويرى فيها المستهلك السلعة محل التعاقد، أما المستهلك في العقود الالكترونية فلا يرى تلك السلعة ويقى 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 بكوئها 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^(١).

وعلاوة على ما سبق، فإنه يتوجب سحب السلع المغشوشة أو الفاسدة أو غير الصالحة للاستعمال من التداول، كما يجب أن تتصادر إدارياً دون مقابل إلا إذا أمكن رفع الغش عنها أو إعادة تصنيعها أو تجهيزها وفقاً للضوابط وخلال المدة التي تحددها اللائحة التنفيذية، فإذا لم ينفذ المصنوع أو المجهز الأمر في الميعاد المحدد فإنه يجب مصادرة السلعة إدارياً دون مقابل^(٢). غير أن ما يجدر ذكره قبل التطرق لهذه العقوبات هو أنه يشترط لتطبيق هذه العقوبات أن يعلم البائع بأن السلعة التي يبعها 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^(٣). وهذه العقوبة أيضاً لا تطبق على البائع فقط بل أنها تشمل جميع من شارك في ارتكاب المخالففة^(٤). 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 أسبوع إلى تسعين يوماً مع غرامة من عشر آلاف ريال إلى مائة ألف ريال و مصادرة الأشياء موضوع المخالففة: أ) كل من غش أو شرع في أن يغش في متطلبات أي من أغذية الإنسان أو الحيوان.

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

٢-تنص المادة السادسة من نظام مكافحة الغش التجاري على أنه: "مع عدم الإخلال بتوجيه العقوبة المقررة يؤمر المصنوع أو المجهز لأية سلعة مغشوشة أو فاسدة أو غير صالحة للاستعمال بسحبها من التداول وتتصادر إدارياً دون مقابل إلا إذا أمكن رفع الغش عنها أو إعادة تصنيعها أو تجهيزها وفقاً للضوابط وخلال المدة التي تحددها اللائحة. فإذا لم ينفذ المصنوع أو المجهز الأمر في الميعاد المحدد تتصادر السلعة إدارياً دون مقابل وتبيّن اللائحة كيفية التصرف فيها".

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

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

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

قبل التعاقد لأحجم عن إبرام العقد، وعلى ذلك يتحقق لمن وقع في الغلط المطالبة بإبطال العقد (عمران، ٢٠٠٦م). كما ويعتبر التغیر حسب القواعد العامة في المعاملات المالية سبب من أسباب إبطال العقد، التغیر هو أن يقوم أحد المتعاقدين باستخدام طرق وأساليب احتيالية بقصد تضليل المتعاقد الآخر وحمله على التعاقد (شرف الدين، ٢٠٠٣م). ويعتبر من قبيل التغیر 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 بالتغيير بالمعايير الموضوعي وليس المعيار الشخصي، وبالتالي فإن مجرد علمه بالتغيير 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 ملکه 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 الالكتروني على وجه الخصوص قد يعرض البيانات والمعلومات المتعلقة بهم للكشف والانتهاء، وهو ما قد يؤدي إلى استخدامها استخداماً ضاراً ب أصحابها مما يجعله عرضة للاحتيال أو الغش، لذلك تدخلت الكثير من الدول لحماية هذه الخصوصية عن

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

يؤدي الإخلال بالتزام الإعلام من قبل المورد تجاه المستهلك إلى إعمال مسؤوليته القانونية سواء التقتصيرية أو التعاقدية، فإذا كان الطرفان في مرحلة المفاوضات أي قبل إبرام العقد، فنكون بصدق المسؤولية التقتصيرية والتي تحصر التعويض بالغطّل والضرر فقط (شرف الدين، ٢٠٠٣م). وإذا أبرم الطرفان العقد الالكتروني فنكون بصدق 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 يتبع للمستهلك المطالبة بفسخ العقد، وتكون الإرادة معيبة إما بسبب الواقع في الغلط أو التغیر "التدليس". فحسب القواعد العامة في المعاملات المالية تكون الإرادة معيبة بسبب الغلط في حالات عدّة، 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 أخل بهذا الالتزام إخلالاً من شأنه وقوع المستهلك عذم الخبرة في غلط، فيعتبر الإخلال بالالتزام الإعلام قرينة لثبوت اتصال الغلط بالتعاقد المفترض "المزود"، كما أن الالتزام بالإعلام يعد في حد ذاته قرينة على أن الغلط كان جوهرياً، وأن تقدم المعلومات المتصلة بالعقد محل الالتزام بالإعلام المغلولة كان من شأنها لو علم بها المستهلك

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 مثل 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 حراء 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 ثلث سنوات وبغرامة لا تزيد على مليوني ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل شخص

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 مدة 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 جرم نظام التعاملات الإلكترونية السعودي مثل هذه الأفعال وفرض عقوبة على الأشخاص الذين يقومون بمثل هذه الأفعال، حيث اعتبر مخالفًا لاحكام النظام كل من قام بأفعال محددة^(٣)، يعد من أهمها في نطاق الحماية القانونية للمستهلك في العقود الإلكترونية ما يأتي:

- إنشاء شهادة رقمية أو توقيع الكتروني^(٤) أو نشرهما أو

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

٢-انظر المادة الخامسة من نظام مكافحة جرائم المعلوماتية.

٣-انظر المادة الثالثة والعشرون من نظام التعاملات الإلكترونية.

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

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

٦-تعرف المادة الأولى من نظام التعاملات الإلكترونية السجل الإلكتروني كالآتي: "البيانات التي تنشأ أو ترسل أو تبث أو تخزن 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, 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 ومجاهاة الأخطار المرتبطة عليه. وهو بالفعل ما لاحظ أهميته واضح النظام في المملكة العربية السعودية، مما حدا به إلى تحرير المساس بالمعلومات البنكية الخاصة بالأشخاص، حيث جرّمت المادة (٤/٢) 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 التحريم 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 (SEDALIIAN, 1997) على سبيل المثال - الحق للمستهلك بإبطال الوفاء في حالة الاستخدام غير المشروع لوسيلة الدفع التي استخدمها، وبالتالي فإنه يستطيع استرداد المبالغ التي سحبها من رصيده بغير وجه حق (SEDALIIAN, 1997). وما لا ريب فيه أن مثل هذه الأحكام تبعث الطمأنينة لدى المستهلك

يرتكب أيًا من الجرائم المعلوماتية الآتية: "الاستيلاء لنفسه أو لغیره على مال منقول أو على سند أو توقيع هذا السند وذلك عن طريق الاحتيال أو اتخاذ اسم كاذب أو اتحال صفة غير صحيحة...". وما تجدر الإشارة إليه هنا هو أن الأحكام السابقة ليست خاصة بالعقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلكين، بل هي اعم من ذلك لشموليها حالات وسائل أخرى كثيرة، والأولى في اعتقادنا وضع أحكام خاصة بتحديد المخالفات والعقوبات الملائمة للعقود الإلكترونية المبرمة مع المستهلك وذلك من خلال إعادة تنظيم الأحكام الواردة في نظام التعاملات الإلكترونية، أو من خلال أنظمة خاصة تصدر لهذه الأغراض، ونقصد تحديداً 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

ما لا شك فيه أن السداد الإلكتروني يعتبر 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، الشيكولات 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، ٢٠٣٢م)، 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، فالشرعية الإسلامية واستناداً إلى كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم شرعت لتكون صالحة للتطبيق على مر الزمان، فهي تتضمن قواعد ومبادئ عظمى 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 الإلكترونية بصفة خاصة هو تضمنها لجانبين، أوهما: جانب وقائي يتخلل الغرض منه في حماية ورعاية جمهور المستهلكين قبل إقدامهم على التعاقد، وثانيهما: جانب علاجي يتمثل المدفع منه في إتاحة الفرصة أمام المستهلك الفرد لإعادة النظر في العقد الذي كان قد أبرمه، بحيث يستطيع التخلل منه وتلافي مضاره وال subsequences المترتبة عليه. وعليه، فإن دراستنا لسبل الحماية التي توفرها القواعد العامة للمستهلك في العقود الإلكترونية ستكون

من خلال التقسيم الآتي:

المطلب الأول: التدابير الوقائية لحماية المستهلك في العقود الإلكترونية.

المطلب الثاني: الخيارات التي يملكتها المستهلك في العقود الإلكترونية.

المطلب الأول

التدابير الوقائية لحماية المستهلك في العقود الإلكترونية

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

والبائع على حد 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 يقي 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 الإلكترونية

قد لا تحدى الإحکام الواردة في الأنظمة ذات الصلة بحماية المستهلك نفعاً في مواجهة حالات التحايل والغبن والغش التي قد يتعرض لها المستهلك، كما قد يُفقد 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 يشار التساؤل حول ماهية الوسائل والأحكام التي توفرها القواعد العامة في سبيل حماية المستهلك في العقود الإلكترونية؟

بالطبع لا يوجد أحكام مباشرة على مثل هذه

الله عليه وسلم: "الحلف منفقة للسلعة، ممحقة للبركة" (البخاري، ٢٠٠٦). وقال عليه الصلاة والسلام: "ثلاثة لا ينظر الله إليهم يوم القيمة ولا يزكيهم ولهم عذاب أليم: رجل كان له فضل ماء بالطريق فمنعه من ابن السبيل، ورجل بايع إماما 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: "إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بَعْدَ اللَّهِ وَآئِمَّهُمْ ثُمَّ قَلِيلًا" (البخاري، ٢٠٠٦).

ثانياً. تحريم الاحتكار

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

سواء كانوا من يبرمون عقودا بالطرق الالكترونية أو بالطرق العادية. وما يلاحظ في هذا الصدد أن من ابرز وسائل إضفاء الحماية على جمهور المستهلكين ما يأتي (الحرجاني، ١٩٨٣ م) (الجزوية، بدون سنة نشر) (الكبيسي، ١٩٩٨ م) (المحيى، ٢٠٠٤ م) (الشربناسي، ١٩٩٨ م) (ططاوي، ١٩٩٨ م)^(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" (ابراهيم، ١٩٩٨)، فالإنسان محاسب بما يقول، ويتجوب عليه الصدق والدقة عندما يتعاقد مع غيره، إذ يقول تعالى: "مَا يَأْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَيْدٌ"^(٢). واستكمالاً لذلك فإنه يحظر على المتعاقدين أن يخلف بالله بقصد ترويج سلعته (ابراهيم، ١٩٩٨ م)، إذ يقول الله تعالى: "وَلَا يَعْمَلُوا 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 الظَّبَابُ بِتَحْبَطَةِ الشَّيْطَانِ مِنَ الْمَسْدَنِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مُثْلُ الرِّبَا وَأَخْلَقَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبَا". الآية (٢٧٥) سورة البقرة. وتحريم الربا يأتي لأسباب كثيرة يعد من أهمها الحيلة دون رفع الأسعار، فأخذ القروض بالربا يستوجب الزيادة في قيمة القرض، وهو ما يتطلب من المقترض زيادة ثمن السلع التي يبيعها كي يستطيع سداد قيمة القرض وما عليه من فائدة، ومن ثم فإن الخسار الربا وحظره يفرضي بلا شك إلى تحقيق مصالح المستهلكين بصورة 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، المراجع 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 وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ). الآية (١٠٤) سورة آل عمران. وهذا المعنى تقوم الحسبة بوصفها وظيفة منصوصة للرقابة في المجتمع، وتتحقق هذه الوظيفة في مناح عديدة من أمها الرقابة على الأسعار للحيلة دون الغش والتحايل في السلع، علاوة على مراقبة أرباب المهن والصناعات والتدقيق في المواريث والمكاييل ونحو ذلك مما يدخل في وظائف وهام الجهاز الإداري والاقتصادي، وهو ما يصب بدوره في صالح المستهلكين وحمايتهم.

ثالثاً. النهي عن بعض صور العقود، ومن ابرز 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.

الضرورية، 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 الإلكترونية، الأمر الذي ينطبق على تحديد أسعار بعض الخدمات التي تقدمها المصارف والبنوك بجمع العمالء "المستهلكين". وبحدر الإشارة هنا إلى أن التعاقد بأكثر من السعر المحدد لا يؤثر في العقد، بل يبقى صحيحاً، ولكن يجوز في مثل هذه الحالة تعزيز المخالف بجاهته بمخالفةولي الأمر (أحمد، ٤٢٠٠ م).

المطلب الثاني

الخيارات التي يملكها المستهلك في العقود

الإلكترونية

الأصل في العقد إذا ما ابرم أن يكون نافذاً ولازماً، فلا يجوز لأي من طرفيه التخلل منه أو تغيير أي شرط فيه إلا بالتراضي أو التناضي، غير أن المستهلك في العقود الإلكترونية ليس كأي متعاقب، بل ليس كأي مستهلك آخر، إذ يعد وعلى نحو واضح الطرف الأضعف في العقد، لذلك فقد منحت بعض التشريعات^(٣) للمستهلك في العقود الإلكترونية خياراً يمكنه من الرجوع في العقد الذي ابرمه خلال مدة معينة، إذ يجوز له فسخ العقد أو إمضائه بحسب ما يتلاءى له (عباية، بدون سنة نشر) (مساعدة وخصاؤنة، ٢٠١١ م) (شندي)، أثر خيار المستهلك في الرجوعي التعاقد على لحظة إبرام العقد، ٢٠٢٠ م^(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 (الجزوية، بدون سنة نشر)^(١)، كما يكون له تسعير السلع، إضافة إلى إمكانية حبس المحتكر (أحمد، ٤٢٠٠ م). ولا شك أن في تحريم الاحتكار ومواجهته ما يصب في صالح المستهلك وحمايته والتيسير عليه في الحصول على ما يحتاج من سلع وخدمات (الكبيسي، ١٩٩٨ م).

ثالثاً. التسعير

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

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

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

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

٤- حول مفهوم هذا الحق يقول البعض: "الحق في الرجوع هو حق مقرر في بیوی 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 مجرد إبرامه، في حين ذهب البعض إلى أن انعقاد لا يتم إلا بعد انقضاء المدة التي يسمح حلها للمستهلك بالرجوع.

٢٠٠٠ م) (أبو الليل أ.، إبرام العقد الالكتروني، ٢٠٠٢ م)^(٥)، فمنع المتعاقدين الخيار (الفيومي، ٢٠٠٠ م)^(٦) في الفقه الإسلامي تعد من المسائل المعروفة والمسلم بها، فقد تطرقوا بصورة مختلفة له، وهم عادة ما يعنون به الحق الذي يثبت للمتعاقدين في فسخ العقد الذي ابرمه أو إمضائه (محجوب، دون سنة نشر). وبالرجوع إلى الخيارات التي نص عليها فقهاء الشريعة الإسلامية نجد أن المستهلك في العقود الالكترونية يستطيع الاستفادة من صور مختلفة منها، إذ يبرز من بين هذه الخيارات: خيار الغبن والتلليس والعيوب والرؤبة. هذا ما سنعرض له على التعريف.

أولاً. خيار الغبن

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

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

والتساؤل الذي قد يثار هنا يتعلق بمدى إمكانية تمنع المستهلك بمثابة 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 ابرمه 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 أ.، العقد غير اللازم، ١٩٩٤ م)^(١١) عده تتيح للمتعاقدين فسخ العقد إذا ما توافرت أسباب وظروف معينة (الشنباuchi ر.،

١- تكمن المحكمة من وراء إقرار حق الرجوع للمستهلك في العقود الالكترونية في حماية رضائه عند التعاقد، فالأسأل في الرضاء الصادر عن المستهلك أن يكون حقيقة صادر عن إرادة واعية ومستينة، وهو ما يتطلب إتاحة فرصة للمستهلك في التفكير والتزوي بالشيء الذي يبرمه، لكي لا يقع ضحية في هذا النوع من التعاقد، خصوصاً وأن لا يرى السلعة التي يتعاقد عليها، وإن الحماية التي توفرها الأحكام المتعلقة بعيوب الإرادة قد لا تكون مجديّة في الكثير من الحالات.

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

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

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

واما تحدى الإشارة إليه هو إمكانية توافر مثل هذه الخيارات في العقود الالكترونية، ولو على نحو أقل من غيرها من الخيارات، وبالتالي فقد يكون للمستهلك الحق في فسخ العقد الذي ابرمه مع المزود بناء على خيارات أخرى.

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

غير أن تطبيق العقد غير اللازم لا تقتصر على الحالات التي يتواجد فيها خيار للمتعاقدين 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 الرؤبة... خيرته بين الشيئين فوضت إليه الاختيار فاختار أحدهما وتخيره".

٧- الأصل ألا يؤثر الغبن ي sisir 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 "التغريب": هو استعمال وسائل خادعة تحمل على التعاقد بحيث لو علم بها لما قبل بالتعاقد (الدرني، ١٩٨٢م). والتدليس على أنواع عده، فقد يكون قوليأ أو فعليا، كما أنه قد يكون بالكتمان (الدرني، ١٩٨٢م). ويتصور وقوع التدليس على نحو واسع في العقود الالكترونية، ذلك أن المستهلك لا يرى السلعة حقيقة، كما أن المزود قد يظهر السلعة بغير مظاهرها الحقيقي، إيه بمظهر خادع يوحي بوجود مزايا غير موجودة أو بتضخيم حجم هذه المزايا، كما لو ذكر مواصفات غير حقيقة للسلعة أو قام بإجراء تغييرات بشأن بعض المواصفات، أو لو كتم بعض البيانات المهمة حول السلعة. وإذا تحقق وجود تغريب 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 للتتمع بهذا الخيار بحسب ما يرى أصحاب هذا الرأي أن يكون التغريب قد أدى إلى زيادة في الثمن أي إلى غبن المستهلك (قادمة، ١٩٧٧م). ويستند ثبوت الخيار للمتعاقدين في السنة النبوية المطهرة، إذ يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "من اشتري غنما مصراة^(٣) فأحتلها، فإن رضيها امسكها، وإن سخطها ففي حلتها 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 (الشنباuchi ر.، ٢٠٠٠م) (محجوب، دون سنة نشر)، غير أن جانباً منهم رجح بأن الغبن الفاحش هو خرج عن المعاد بحسب العرف (البهوي، ٢٠٠٠م) (الدرني، 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 أثبتت جانب من الفقه الإسلامي خيار يسمى خيار الغبن للمتعاقدين الذي غبن في حالات محددة (البهوي، ٢٠٠٠م)^(١)، أقرها حالة المستهلك الالكتروني هي حالة بيع المسترسل: والمسترسل لدى الحنابلة هو الجاهل بقيمة السلعة الذي لا يحسن المباعة، إذ أثبتوا له خيار الغبن ويصدق في دعواه الجهل بيمنه (البهوي، ٢٠٠٠م) (الضويان، دون سنة نشر) (الدرني، ١٩٨٢م). وبالرغم من ذلك، فإن تمتغ المستهلك بهذا الخيار ومن ثم فسخ العقد لا يجد بالأمر المبين، 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 لا يحسن المماكسة والمباعة، لذلك فإن فرص استفادة المستهلك في العقود الالكترونية من هذا الخيار تبدو ضئيلة.

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

٢- الشاة المصراة هي الشاة التي ربط ضرعها ليتجمع بها اللبن ويتوهم مشتريها بأنه غزيرة اللبن.

اكتشاف العيب ولو تأخر وقت ذلك (البهوتى، 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 وقد يداها وثابتًا وغير معلوم (المغربي، ٢٠٠٣م) من قبل المستهلك، واثبات مثل هذه الصفات بالعيب قد لا يكون يسيراً في الكثير من الأحيان، إلا بحلف اليمين (الضوبيان ، 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 يتواتي 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 يتواتر 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 العاقدين 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) (الغزالى، البرنابوري وجامعة من علماء الهند، ٢٠٠٢م) (البيهقي، ١٩٩٧م) (عسكر، ١٩٧٢م)^(٢) استناداً إلى أدلة عدة أبرزها حديث النبي صلى الله عليه وسلم (البيهقي،

الحالات، ذلك أن استعماله منوط بتوفير شروط عدة، أهمها استعمال الوسائل الخادعة، وقد يكون المزود مستعملاً مثل 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 المعناد (الضوبيان، دون سنة نشر) أما خيار العيب فهو حق المتعاقد في إمضاء العقد أو فسخه إذا وجد عيماً في محل العقد ولم يكن على علم به وقت التعاقد (محجوب، دون سنة نشر). ويستند هذا الخيار إلى أدلة عددة من الشريعة الإسلامية (الضوبيان، دون سنة نشر)، فقد ذُكر عن العداء بن خالد قال كتب لي النبي صلى الله عليه وسلم: "هذا ما اشتري محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم من العداء بين خالد، بيع المسلم للمسلم، لا داء ولا خبثة ولا غائة" (البخاري، ٢٠٠٦م). كما روی عنه صلى الله عليه وسلم قوله: "المسلم أخوه المسلم ولا يحل لمسلم إن باع من أخيه بيعاً فيه عيب أن لا يبينه" (البيهقي، ١٩٨٩م). وما من شك هنا أن المستهلك في العقود الالكترونية يكون عرضة للتعاقد على سلع تشوّجاً العيوب، وعلى نحو واسع، فقد يشتري جهازاً ويتصبح أنه تالف أو طعاماً فإذا به معطوب، فيكون له الحال هذه استعمال خيار العيب حال

١- انظر: د. محمد نجيب عوضين المغربي، المراجع 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: أظهرها أن الغائب الذي لم يوصف ولم تقدم رؤيته لا يصح بيعه، وبهذا قال الشعبي والحسن والأوزاعي ومالك وإسحاق، وهو أحد قولي 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 (البرهابوري 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 العين 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 ابرمه، ومع ذلك فإنه يتصور أيضاً أنها توافر بيد المستهلك الالكتروني أي من هذه الخيارات إذا ما انتفت شروطها جميعاً بالنسبة له، لذا فمن الأخرى النص مباشرة على منع المستهلك في العقود الالكترونية خيار الرجوع، فقد أصبحت وسائل وأساليب التحايل والغش في التعاقدات الالكترونية متعددة وكثيرة، وأضحت من الملائم التصدي لها ومواجهتها بالتصريح بوجود خيار للمستهلك في الرجوع عن العقد، فحاجة المستهلكين

(١) حيث قال: "من اشتري شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رأه إن شاء أحده وان شاء تركه" (البيهقي، 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 المتعدد عليه يتطلب ذلك (أبو زهرة، دون سنة نشر).

و الخيار 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 يشتراك بذلك إلا يكون المستهلك قد رأى الشيء قبل إبرامه العقد، ورؤيه الشيء المقصودة هنا هي الرؤية الحقيقية، فلا يسقطه حقه في هذا الخيار رؤية صورته من خلال أجهزة الحاسوب مثلاً (البهوتى، ٢٠٠٠م) (٣). ولا يجب لثبوت هذا الخيار للمستهلك اشتراطه عند التعاقد، كما لا يسقط هذا الخيار بإسقاط المستهلك له قبل ثبوته (البرهابوري وجماعة من علماء الهند، ٢٠٠٢م) (الخفيف، ١٩٩٦م) (أبو زهرة، دون سنة نشر)، ففأعاد 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 روى عن عثمان بن عفان عندما باع لطلحة بن عبد الله أرضاً بالبصرة، لم يرها واحد منها - ولما قيل لكل منها إنك قد غبت، قال: إلى الخيار، ثم حكما جبير بن مطعم بيهما فحكم بالخيار لطلحة، وكان ذلك بمحض 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 التعاقد عليه موافقاً للصفة التي وصفها البائع للمشتري-المستهلك، وهو ما يحرم المشتري -أو المستهلك- من هذا الخيار في الكثير من الحالات.

الشحن.

٥. لم يفرد واضع النظام في المملكة العربية السعودية أحکاماً خاصة بحماية البيانات المعروضة عن السلع والخدمات أو بيانات المستهلك الشخصية، وهو ما يقتضي دائماً تطبيق إحکام عامة قد لا تلاءم المستهلك في العقود الالكترونية تماماً.
٦. أولت الشريعة الإسلامية اهتماماً بالغاً بحماية المستهلكين -جموعاً وفرادى- وهو ما يمكن تطبيقه بشأن المستهلكين في العقود الالكترونية.
٧. يتوافر بيد المستهلك في العقود الالكترونية بموجب القواعد العامة المقررة في الشريعة الإسلامية حرمة من الخيارات التي تمكّنه من فسخ العقد والرجوع فيه إذا ما قدر عدم ملائمة المضي به، وأبرز هذه الخيارات هو خيار الغبن، خيار التغريب، خيار العيب، وخيار الرؤية، وقد يكون من الأيسر لتنظيم العلاقة بين المستهلك والمزود الاستناد إلى هذه الخيارات لتقرير خيار للمستهلك بالرجوع.

التوصيات

- يجدر بوضع النظام في المملكة العربية السعودية إعادة النظر في الجوانب المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الالكترونية، وذلك من خلال إيجاد نظام "قانون" يحمي المستهلك بشكل عام والمستهلك الالكتروني بشكل خاص، أو من خلال إدراج تعديل على بعض الأنظمة السارية كنظام التعاملات الالكترونية، وعلى أن يراعي في هذا النصوص التي يتم تخصيصها لهذا الغرض تحقيق ما يأتي:
- توفير حماية مناسبة للمستهلك في العقود الالكترونية

لمثل هذا الخيار بات أكثر إلحاضاً من ذي قبل، ولا ينكر تغير الأحكام بتغير الأزمان، وهو بالفعل ما حدا ببعض التشريعات^(١) للنص مباشرة على منح المستهلك الالكتروني خيارات مماثلاً.

الخاتمة

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

النتائج

١. يعرف المستهلك في العقود الالكترونية بأنه: الشخص الذي يقوم بإبرام التصرفات القانونية بالوسائل الالكترونية للحصول على سلع أو خدمات إشباعاً لاحتياجات معينة.
٢. يكون المستهلك في العقود الالكترونية عرضة للتحايل والغش والغلط أكثر من غيره من المستهلكين، لأنه لا يرى ويعاين المحل الذي يتعاقد عليه، وهو ما يستلزم تدخل تشريعياً لحمايته.
٣. لا يوجد في المملكة العربية السعودية نظام (قانون) خاص بحماية المستهلك، فالحماية المقررة له بحدتها موزعة في قانون متفرقة و مختلفة، قد لا تسعف المستهلك في الكثير من الأحيان، وهو يقتضي أيضاً 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 الالكترونية على حق المستهلك في الإعلام عن بيانات السلع والخدمات وشروط التعاقد والطرق

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

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"، (المعروف بالفتاوى العالم كيريه)، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت.

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

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

الجبوري، ياسين، (٢٠٠٢م)، "المبسط 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)، "سان 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 المغاربي 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.

السويدى، حصة عبد العزيز، (١٩٩٨م)، "التسعير بين المدى النبوى والقانون الق资料ى" ، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

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

الشرنابي، 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.

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

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

الجرجاني، 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.

الحفيف، الشيخ علي، (١٩٩٦م)، "أحكام 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.

الدربي، السيد نشأت إبراهيم، (١٩٨٢م)، "التراضي في عقود المبادرات 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 والتجار" ، ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين.

العيدي، حداد، (٢٠٠٩م)، "الحماية المدنية والجنائية

الشرعية والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة المنعقد في غرفة تجارة وصناعة دبي.

الإمارات العربية المتحدة، العين.

شرف الدين، أحمد، (٢٠٠٣م)، "نظيرية 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.

عسکر، 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

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.

الهبيتي، عبد الستار إبراهيم، (٢٠٠٤م)، "حماية المستهلك في الفقه الإسلامي"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، جامعة مؤته، المجلد التاسع عشر، العدد السادس، الكرك، الأردن.

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،

والمقارن"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة العلوم 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.

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

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.