

طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني

إيمان عبد الباسط محمد الرجوب *

[DOI:10.15849/ZJJHSS.240330.02](https://doi.org/10.15849/ZJJHSS.240330.02)

تاريخ استلام البحث 2023/11/07

تاريخ قبول البحث 2024/01/18

قسم القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية .

* للمراسلة: eman.rjoob@yahoo.com

المخلص

تناولت هذه الدراسة موضوعاً ما زال حديثاً على البيئة القانونية وهو طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني، والواقع أن ظهور التجارة الإلكترونية في عالم التجارة والاقتصاد قد فرض واقعاً جديداً من التعاقد الإلكتروني يجتذب الكثير من المستهلكين في زمن الاتصالات والتصرفات القانونية عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، وهدف البحث إلى إيضاح طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في التعاقد الإلكتروني، وخلص البحث إلى أن الخطر ليس من التعامل مع التجارة الإلكترونية التي يمثل المستهلك عمادها، وإنما تكمن المشكلة في استغلال المزود مركزه في التعاقد الإلكتروني مما قد يشكل الخطر على المستهلك من الوقوع في الغش والمعلومات السلبية التي تُعرض عليه عند استخدامه شبكة الإنترنت.

الكلمات الدالة: المستهلك، المزود، العقد الإلكتروني

Nature of the Relationship between the Consumer and the Provider in the Electronic Contract

Eman Abdelbaset Mohammad Alrjoub*

Department of Private Law , Faculty of Graduate Studies , The World Islamic Science & Education University , Jordan.

* Crossponding author: eman.rjoob@yahoo.com

Received: 07/11/2023.

Accepted: 18/01/2024.

Abstract

This study deals with a topic that is still recent in the legal environment, which is the nature of the relationship between the consumer and the provider in the electronic contract. In fact, the emergence of electronic commerce in the world of commerce and economics has imposed a new reality of electronic contracting that attracts many consumers in the era of communications and legal actions through electronic means of communication, The research aimed to clarify the nature of the relationship between the consumer and the provider in electronic contracting, and the research concluded that the danger does not come from dealing with electronic commerce, of which the consumer is the mainstay, but rather the problem lies in the provider exploiting his position in electronic contracting, which may pose a risk to the consumer from falling into fraud and negativity information that is displayed to him when he uses the Internet.

Keywords: consumer, provider, electronic contract

المقدمة

منذ فجر النشاط التجاري كانت علاقات الفرد بسيطة واحتياجاته محدودة، وكان المستهلك يستطيع اختيار السلع والخدمات بسهولة وبشكل مباشر من مصادرها، وكان القرن التاسع عشر الميلادي بداية للتطور الاقتصادي الكبير، حيث ساد الشعور بأن المستهلك سيكون سيد الموقف تأسيساً على المنافسة الحرة بين المشاريع المختلفة، التي أدت إلى مضاعفة البضائع المعروضة مع تحسين نوعها وانخفاض قيمتها⁽¹⁾.

إن من الثابت عن التعاقد أن يتم بتوافق إرادتين أو أكثر في إحداث أثر قانوني، ومنذ عهد قريب ولج في عالم التجارة نوع جديد من العلاقات التعاقدية يعتمد استخدام وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الحديثة وعلى رأسها شبكة الإنترنت التي أفرزت واقعاً جديداً من التعاقد، ألا وهو الذي يمكن تعريفه بأنه "ذلك الاتفاق الذي يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، بفضل التفاعل بين الموجب والقابل"⁽²⁾، وأصبح بإمكان الأشخاص إجراء علاقات تعاقدية عن بعد من مختلف أرجاء العالم، مما أدى إلى ظهور اهتمام جديد بحماية جمهور المستهلكين المتعاقدين عبر شبكة الإنترنت، كما أظهرت الحاجة إلى حماية طرفي التعاقد الإلكتروني في الأنشطة التجارية المتعددة بما يضمن انسيابية ونمو تلك العلاقات والالتزامات التعاقدية بين مختلف الأفراد داخل وخارج البلد الواحد، وتكمن أهمية حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني من خطر اختلال التوازن بالعلاقة التعاقدية ما بين المستهلك والمنتج أو مقدم الخدمة، ولأجل ذلك أصبحت النشاطات الاقتصادية بحاجة إلى اهتمام قانوني جديد يحفظ المصالح والحقوق بين مختلف الأشخاص عن طريق خلق وتكوين قواعد وآليات قانونية تتعامل بخصوصية مع المستهلك بالتعاقد الإلكتروني ضمن إطار قانوني معاصر يوائم البيئة الافتراضية الواسعة التي باتت تضاهي الواقع الملموس في شتى المجالات.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في بيان مدى ملاءمة القواعد القانونية في التشريعات النازمة لحقوق المستهلك وحمايته من موضوع طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني، وبيان هيمنة المزود أو مقدم الخدمة على المستهلك في علاقة تعاقدية قد ينطوي عليها التضليل والاحتيال، وقد تستغل حاجة المستهلك من تلك الخدمة أو السلعة في فرض شروط تعسفية تلحق الضرر بالمستهلك، مما يحتم على الجهات التشريعية إحاطته بالحماية القانونية اللازمة.

أهمية الدراسة:

إن أساس حماية المستهلك في العقود كافة، والعقد الإلكتروني بصفة خاصة، يكمن في حالة الضعف المسيطرة عليه واختلال التوازن بينه وبين المهني أو المحترف الذي يقدم السلعة أو الخدمة، باعتبار هذا الأخير هو الطرف

(1) القيسي، عامر، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة، ط 1، عمان، الدار العالمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص 7

(2) أبو الهيجاء، محمد، عقود التجارة الإلكترونية، ط 3، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2017، ص 79.

الأقوى اقتصاديًا، وهو الذي يفرض شروطه على المستهلك، أضف إلى ذلك أن المستهلك في التعاقد الإلكتروني لا توجد السلعة أمام عينيه ولا يلمسها بيديه، بل يشاهدها فقط على شاشة الكمبيوتر. فيكتسب البحث أهمية خاصة من الناحيتين النظرية والعملية، فمن الناحية النظرية تبدو أهمية البحث في التعرف على مدى كفاية القواعد العامة في القانون المدني في توفير الحماية للمستهلك في العقود الإلكترونية من عيوب المبيع وما تتضمنه هذه العقود من شروط تعسفية خاصة في ظل التطورات المتلاحقة في مجال التعاقدات الإلكترونية. ومن الناحية العملية تظهر أهمية البحث في أنه يعالج واقع حاجة المستهلك في العقد الإلكتروني إلى الحماية من مخاطر حيازة المنتجات واستعمالها، ومن الشروط التي وضعها مقدمو السلع والخدمات على مواقعهم الإلكترونية دون أن يملك المستهلك فرصة مناقشتها أو التفاوض في شأنها.

أهداف الدراسة:

يمكن توضيح أهداف الدراسة بالشكل التالي:

- 1- بيان خصوصية العقد الإلكتروني.
- 2- بيان حجية وسائل الإثبات الإلكتروني في نفاذ التصرفات القانونية بين طرفي العقد.
- 3- توضيح طبيعة علاقة المستهلك بالمزود في التعاقد الإلكتروني.

أسئلة الدراسة:

تهتم الدراسة في مناقشة موضوع طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني ضمن مفهوم العقد الإلكتروني في التشريع الأردني والمقارن من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما مفهوم خصوصية العقد الإلكتروني ؟
2. ما هي الشكليات المطلوبة في انعقاد العقد الإلكتروني ؟
3. ما طبيعة العلاقة التعاقدية ما بين المستهلك والمزود في التعاقد الإلكتروني ؟

منهجية الدراسة:

قامت الباحثة بدراسة وصفية للأحكام القانونية ذات الصلة بالمستهلك للنصوص القانونية في التشريع الأردني مع المقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، كما ستقوم الدراسة بتحليل الآراء الفقهية القانونية بخصوص المسائل المتعلقة بشأن موضوع الدراسة، هذا وستشير الدراسة وبالقدر الذي يخدم موضوعها إلى بعض القرارات القضائية من بعض المسائل المثارة في الدراسة.

المبحث الأول

مفهوم المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني

تمهيد وتقسيم:

قبل إيضاح طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في التعاقد الإلكتروني فإنه من الضروري بيان مفهوم المستهلك وشروطه وبيان طبيعة علاقته بالمزود المحترف الذي هدفه الحصول على أوفى قدر من الربح على حساب المستهلك، لا سيما أن تلك العلاقة التعاقدية تجري عبر وسائل الاتصال غير المادية وعلى رأسها شبكة الإنترنت

فينطوي على تلك العلاقات الاختلال بالتوازن بسبب حالة الضعف المسيطرة في الغالب على المستهلك لمصلحة المزود، إذ إن الأخير يتمتع بالخبرة والمهنية التي تجعل منه المركز الأقوى في التعاقد عن بعد، سنعمل على تقسيم المبحث إلى مطلبين: الأول: سنتناول فيه المفهوم القانوني للمستهلك والمزود، وأما المطلب الثاني: فسنبين فيه ماهية العقد الإلكتروني.

المطلب الأول

المفهوم القانوني للمستهلك والمزود

أولاً- التعريف بالمستهلك وشروطه:

إن المستهلك ومن أجل إشباع حاجاته يسعى إلى الدخول في علاقات تعاقدية مع الغير لأجل الحصول على حاجته من السلع والخدمات، ويعرف المشرع الأردني المستهلك بالمادة (الثانية) من قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 التي جاء فيها " الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو دون مقابل إشباعاً لحاجاته الشخصية أو لحاجات الآخرين ولا يشمل ذلك من يشتري السلعة أو الخدمة لإعادة بيعها أو تأجيرها"

ومن خلال ما سبق من التعريفات نتوصل إلى استخلاص شروط لتحديد واكتساب صفة المستهلك⁽¹⁾ التي تتضح في إطار المسائل التالية:

أ- الشخص الذي يجهز بالسلع أو الخدمات:

ويكون هذا الشخص بين أمرين شخص يجهز بالسلعة أو الخدمة بواسطة إبرام عقد وهو الذي يطلق عليه (عقد الاستهلاك) إذ يصبح المستهلك طرفاً في العقد للحصول على الشيء أو منفعته أو على قرض أو تأمين وما إلى ذلك، أما الطرف الآخر في العقد فلا يعد مستهلكاً.

ب- السلع أو الخدمات محل الاستهلاك:

يظهر من التشريعات المختلفة أنها شملت كل البضائع أو السلع التي تكون محلاً للاستهلاك ما دامت تستخدم بالمعنى الحرفي للفظ الاستهلاك، وكذلك تمتد الشروط إلى الخدمات لتشمل جميع الأداءات التي تقوم بالنقود عدا تجهيز البضائع، وتكون لهذه الخدمات طبيعة مادية كالإصلاح والتنظيف، وبعضها ذو طبيعة فكرية كالاستشارات القانونية والخدمات الطبية.

ج- الغرض غير الحرفي:

يكون المعيار في تحديد الغرض غير الحرفي هو أن يكون الغرض من استخدام البضائع أو السلع لغرض الاستهلاك وليس لغرض حرفي.

وترى الباحثة مما تقدم أن الفقه جاء متفقاً مع التشريعات في تحديد مفهوم المستهلك، الذي يرتبط بالأشخاص المستخدمين للسلع والخدمات لغرض الاستهلاك وليس للغرض المهني أو الحرفي الذي يخرج عن إطار وصف المستهلك، ويمكن تعريف المستهلك الإلكتروني: هو ذلك الشخص الذي يقصد السلعة أو الخدمة عبر شبكة الإنترنت لأغراض الاستهلاك في إشباع حاجاته الضرورية، ثم يؤخذ على بعض التشريعات العربية بأنها لم تنظر

(1) القيسي، عامر قاسم أحمد، مرجع سابق، ص 9-11

إلى تلك العلاقات التعاقدية للمستهلك مع المزود في التعاقد عن بعد، والتي تشكل المجال الواسع لعقود التجارة الإلكترونية، مما فرضت واقعاً جديداً من العلاقات التعاقدية ليكون المستهلك عمادها، والتي تستوجب تغطيتها في التشريعات الوطنية لحماية المستهلك.

ثانياً- المفهوم القانوني للمنتجين (المزودين):

المنتج، المزود، الصانع، هنالك عدة مصطلحات للمنتج، فبعض التشريعات تستعمل مصطلح المنتج كالتوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي للدلالة على طائفة المنتجين، وبعض التشريعات تستعمل مصطلح الصانع لحصر المسؤولية في فئة الأشخاص الذي يعملون في تحويل المواد الأولية إلى مواد مصنعة أو شبه مصنعة، على اعتبار أن الحماية الحقيقية للمنتجات المعيبة تكمن في حماية المنتجات الصناعية فقط⁽¹⁾

أ- مفهوم المنتجين في التوجيه الأوروبي لعام 1985م:

وسع التوجيه الأوروبي دائرة الأشخاص المسؤولين عن تعويض المضرور عن الضرر الناتج عن المنتج المعيب (Defect Product) واعتبرت المادة 3 من التوجيه الأوروبي لعام 1985م المنتج الذي قد تنسب إليه المسؤولية عن المنتج المعيب كل من الأشخاص التالية: (2) صانع المنتج بشكل نهائي، الشخص الذي أنتج المواد الأولية، الشخص الذي صنع جزءاً من المنتج، الشخص الذي وضع اسمه على المنتج سواء كان هذا الاسم: اسم تجاري أو علامة تجارية أو أي علامة مميزة أخرى، مستورد المنتج: الشخص الذي يقوم في إطار نشاطه التجاري باستيراد المنتج لغرض البيع أو التأجير أو أي شكل من أشكال التوزيع المورد في حالة عدم تحديد هوية المنتج.

ب- مفهوم المنتجين في القانون الفرنسي:

عرفت المادة (5/1245)⁽³⁾ من القانون المدني الفرنسي المنتج على أنه: الشخص المحترف الذي يصنع المنتج بشكله النهائي، ومنتج المواد الأولية، وصانع أي جزء يدخل في تكوين المنتج. ويأخذ حكم المنتج الأشخاص التاليين: كل من يقدم نفسه كمنتج عن طريق تثبيت اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة مميزة أخرى على المنتج. والشخص الذي يستورد المنتج إلى المجموعة الأوروبية للبيع أو التأجير بوعده بدون وعد بالبيع أو أي شكل آخر من أشكال التوزيع.

ج- مفهوم المنتجين في القانون الأردني:

لم ينص القانون الأردني على مصطلح المنتج واستخدم بدلاً منه "المزود" وقد عرفته المادة (1) من قانون حماية المستهلك على أنه "الشخص الطبيعي أو الاعتباري من القطاع العام أو الخاص الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل بتوزيع السلع أو تداولها أو تصنيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات إلى المستهلك بما في ذلك أي شخص يضع اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة فارقة أخرى يملكها على السلعة أو الخدمة". كما نصت المادة (3) من قانون المواصفات والمقاييس الأردني على أن: "تسري أحكام هذا القانون على كل

(1) LARROUMET, Ch., La responsabilité du fait des produits défectueux après la loi du 19 mai, Recueil DALLOZ, Sept, 1998.

(2) Article 3 de Directive 85/374/CEE du Conseil du 25 juillet 1985, "Article 3: 1. Le terme « producteur » désigne le fabricant d'un produit fini, le producteur d'une matière première ou le fabricant d'une partie composante, et toute personne qui se présente comme producteur en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif..." Journal officiel n° L 210 du 07/08/1985 p. 0029-0033

(3) Article 1245-5: Est producteur, lorsqu'il agit à titre professionnel, le fabricant d'un,.....

شخص طبيعي أو اعتباري يقوم بأي من أعمال التجارة بما فيها التوزيع أو التصنيع أو إجراء أي تعديل على المنتج يؤثر على سلامته، فلم تعط هذه المادة أي وصفاً أو تعريفاً للأشخاص المذكورين فيها، فلم تعرفهم على أنهم من المنتجين ولا على أنهم من الموردين ولا غير ذلك. يتضح من النصين السابقين أن المشرع الأردني حدد الأشخاص المسؤولين عن المنتجات المعيبة بصفات وأنشطة محددة يمارسونها، وهذه الصفات والأنشطة هي:

1- صفات المنتجين:

حتى يعتبر الشخص من المنتجين (المزودين) يجب أن يكون من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين.

- **الأشخاص الطبيعيين:** اعتبرت المادة (1) من قانون حماية المستهلك أن الشخص الطبيعي من المزودين سواء كان يمارس النشاط باسمه أو لحساب الغير، ولم تشترط أن يكون مهنيًا أو محترفًا للنشاط الذي يمارسه، فأى شخص طبيعي يمارس أي نشاط من الأنشطة المذكورة في المادة (1) يعتبر من المزودين حتى ولو لم يكن مهنيًا أو محترفًا لهذا النشاط، وفي رأينا من الأفضل اشتراط صفة الاحتراف أو المهني على صفة المزود، فبذلك تقتصر مسؤولية الشخص الطبيعي عن المنتجات المعيبة على الأشخاص المهنيين والمحترفين دون غيرهم من الأشخاص الطبيعيين الذي يمارسون هذه الأنشطة، كما هو الحال في القانون المدني الفرنسي كما بينا آنفاً.

- **الأشخاص الاعتباريين:** اعتبرت المادة (1) من قانون حماية المستهلك الأشخاص الاعتباريين من ضمن المزودين الذي يسألون عن المنتجات المعيبة، ولم تقصر ذلك على الأشخاص الاعتباريين الذي يعملون في القطاع الخاص بل شملت كذلك الذين يعملون في القطاع العام، فالمؤسسات العامة التي تمارس الأنشطة المذكورة في المادة (1) مسؤولة كذلك عن المنتجات المعيبة.

2- أنشطة المنتجين (المزودين):

لا يكفي أن يكون المزود شخصاً طبيعياً أو معنوياً بل يجب أن يمارس أي نشاط من الأنشطة المذكورة في المادة (1) وهذه الأنشطة هي:

- **توزيع السلع:** اعتبرت المادة (1) الموزع من ضمن المزودين الذين يسألون عن المنتجات المعيبة، ولم تبين فيما إذا كان المقصود بالمزود هو الموزع الأول أو النهائي أو الذي يتوسط عملية التوزيع، لذلك يعتبر أي موزع يقوم بعملية التوزيع من ضمن المزودين، وبالتالي يمكن أن يسأل عن المنتجات المعيبة، ومن الأفضل أن يحدد المشرع من الأشخاص المسؤولين عن ذلك حتى تحدد المسؤولية فيهم.

- **تداول السلع:** بينت المادة (1) أن أي شخص يتداول السلعة يعتبر من المزودين، ولم يبين قانون حماية المستهلك الأردني ما معنى التداول، إلا أن هذا المعنى نجده في المادة (4/1245) من القانون المدني الفرنسي التي تنص على أن المنتج يعتبر في حالة تداول عندما يتخلى عنه المنتج بشكل طوعي، ولا تتم عملية التداول إلا مرة واحدة⁽¹⁾، وبينت محكمة العدل لدول الاتحاد الأوروبي (CJCE) في قرار لها صدر بتاريخ 2006/2/9 مفهوم تداول المنتج، فاعتبرت أن المنتج يكون مطروحاً للتداول في حال خروجه عن مسار أو دائرة الإنتاج ودخوله في مسار التسويق⁽²⁾.

(1) Article 1245-4: Un produit est mis en circulation lorsque le producteur s'en est dessaisi volontairement.

(2) رحمانى، محمد، المنتجات المعيبة، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر (1) بن عكنون كلية الحقوق، 2015، ص 101

- **تصنيع السلع:** حسب نص المادة (1) من قانون حماية المستهلك يعتبر من المزودين الصناع الذين يصنعون السلع، ولم تبين المادة السابقة من هم الصناع، فهل هم الذين يقومون بعملية تصنيع المواد الأولية، أو الذين يصنعون جزءاً من السلعة؟ أو الذين يصنعونها بشكلها النهائي؟ وبما أن النص جاء عاماً فالأصل أن يبقى العام على عومه، وبالتالي يمكن تحريك المسؤولية ضد كل من شارك بتصنيع السلعة سواء كان المصنع الأول أو المتوسط أو النهائي، فالذي شارك في تصنيعها في أي مرحلة من مراحل تصنيعها يعتبر مسؤولاً عن العيب فيها، وإذا كان بالإمكان تحديد مرحلة حدوث العيب فلا يسأل عنه إلا الذي أحدثه، أما إذا تعذر ذلك فتمت ملاحقة جميع من شارك في التصنيع، وذلك حسب أحكام المسؤولية التضامنية.

- **تأجير السلع:** اعتبرت المادة (1) من قانون حماية المستهلك عملية تأجير السلع من الأنشطة التي إذا مارسها الشخص يعتبر من المزودين الذين يسألون عن المنتجات المعيبة المؤجرة، فالمؤجر الذي لا دخل له بعملية تصنيع وإنتاج السلعة يعتبر مسؤولاً عنها إذا كانت معيبة.

- **تقديم الخدمات إلى المستهلك:** بينت المادة (1) من قانون حماية المستهلك أن عملية تقديم الخدمات من الأنشطة التي إذا مارسها الشخص يعتبر من المزودين المسؤولين عن جودة هذه الخدمة، فإذا كانت هذه الخدمة معيبة يسأل مقدم الخدمة عن ذلك.

- **أي شخص يضع اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة فارقة أخرى يملكها على السلعة أو الخدمة:** لم تقتصر المادة (1) صفة المزودين على الصناع الذين يصنعون السلع بشكل مباشر، بل شملت كذلك الأشخاص الذين لم يساهموا في صنعها بشكل فعلي واكتفوا بوضع أسمائهم أو علاماتهم التجارية عليها، فهؤلاء يعتبرون أيضاً من المزودين المسؤولين عن المنتجات المعيبة. يتبين مما سبق أن صفة المزود لا تقتصر على الشخص الذي يقوم بتصنيع السلعة بل تضم العديد من الأشخاص.

المطلب الثاني

ماهية العقد الإلكتروني

تشهد العقود الإلكترونية نمواً متصاعداً حيث باتت تشكل نسبة كبيرة من حجم التجارة الدولية والداخلية، وذلك بسبب سهولة وسرعة إبرامها وتنفيذها، حيث يمكن للشخص الوصول إلى ما يرغب فيه من خلال العروض واسعة الخيار من خلال الضغط على لوحة المفاتيح الموجودة بجهازه الخاص المتصل بالإنترنت دون حاجة إلى التنقل من مكان إلى مكان، إضافة إلى سهولة الاتصال والتفاعل الدائم بين طرفي العقد مما يكفل لهم التفاوض ومناقشة بنود العقد بحرية تامة، كما هو الحال على الوجه الأقرب في التعاقد الذي يتم في مجلس العقد الحقيقي بين الحاضرين وهذا ما أدى إلى زيادة الطلب على المنتجات والخدمات عبر الإنترنت وبالتالي زيادة عدد المستهلكين في نطاق التجارة الإلكترونية⁽¹⁾.

وعند الحديث عن التعاقد الإلكتروني لا بد لنا ابتداءً من الوقوف على حقيقة مفهومه الذي يعتبره التقنين المدني واحداً من أهم المصادر الإرادية للالتزام، فالعقد كمصطلح في اللغة العربية له مجموعة معانٍ تفيد في مجملها

(1) المرزوقي. صقر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، بحث منشور، مجلة الشريعة والقانون، جامعة إفريقيا العالمية. كلية القانون وكلية الشريعة السودان، 2019 ص 255

معنى الربط الذي هو نقيض الحل، ويطلق عليه أيضاً الربط والشد والتوثيق، وكذلك "العقد: التزام المتعاقدين وتعهدهما أمرًا وهو عبارة عن ارتباط الإيجاب بالقبول"⁽¹⁾.

وعرف المشرع الأردني العقد في نص المادة (87) من القانون المدني: "هو ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر وتوافقهما على وجه يثبت أثره في المعقود عليه ويرتب عليه التزام كل منهما بما وجب عليه للآخر"

ولقد عرف قانون المعاملات الإلكترونية الأردني المؤقت رقم 85 لسنة 2001 العقد الإلكتروني بأنه الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل إلكترونية كلياً أو جزئياً.⁽²⁾

وتطبيقاً لذلك قضت محكمة التمييز الأردنية: "إن كلاً من شركة ميراف للتجارة محدودة المسؤولية ميراف للتجارة الدولية والتسويق مملوكتان من قبل المميز ضده ومؤسسة مما تقدم نجد أن الخصومة بين المميز والمميز ضده قائمة وخلافاً لما توصلت إليه محكمة الاستئناف ذلك أن العقد هو ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر وتوافقهما على وجه يثبت أثره في المعقود عليه وأن من باشر عقداً من العقود بنفسه لنفسه فهو ملزم به دون غيره بما يترتب عليه من أحكام أو أن العقد الإلكتروني المبرم لإتمام تعاقد تجاري هو قابل للإثبات بكافة طرق الإثبات ومن ضمنها الوثائق والمراسلات الإلكترونية وحيث تقدم الطاعن تمييزاً بالبيئة الداحضة المبرزة بالدعوى والمتمثلة بمجموعة مراسلات إلكترونية صادرة عن المميز ضده وتحمل العنوان الإلكتروني الخاص بمؤسسة ميراف للتجارة والتسويق المملوكة للأخير وموجهة إلى المدير التنفيذي للجهة المميزة والوارد اسمه في الحوالات البنكية موضوع الدعوى والمبرزة من خلاله وتثبت قيام العلاقة التجارية بينهما وورد من ضمن المراسلات الإلكترونية الموصوفة بالعبارات التالية (... المرفق هو كشف الطلبات والدفعات النهائي أنا لم أذكر فيه تفاصيل أو تواريخ أية حوالة لحوالتنا المرسله إلى الصين كانت في بعض الأحيان أو أغلب الأحيان تغطي مجموع مواضيع مختلفة ...) وعبارة مرفقاً بطيه كشف تحليلي لطلباتنا من الصين مبين فيه اسم كل طلبية والمبالغ التي تم تحويلها إلى المصانع والمبالغ المتبقية ...) وإن المميز ضده لم يدحض ما ورد في المراسلات الموصوفة ولم ينكر صدورها عنه مما يفيد بأنها باتت حجة في مواجهته كما أثبتت البيئة الشخصية المقدمة في الدعوى والمتمثلة بشهادة المدير التنفيذي للجهة المميزة المدعو حضور المدعى عليه / المميز ضده إلى مكاتب المدعية في الرياض وتصريح الأخير بملكيته لمكتب موجود في الصين وتوجيه المراسلات الإلكترونية وإرسال الحوالات البنكية موضوع الدعوى إلى حساب شركة ميراف للتجارة المحدودة بناءً على طلب المدعى عليه (ص 5 من محضر الدعوى البدائية رقم 174/2014) وأن البيئة الشخصية الموصوفة قد تأيدت بالبيئة الخطية الموصوفة أعلاه ولكون شركة (ميراف تردينج ليمتد) ذات المسؤولية المحدودة المرسل إليها الحوالات البنكية هي مملوكة بالكامل للمميز ضده وتم تأسيسها بتاريخ 2010/7/2 أي بعد مضي مدة لا تزيد على الشهر من تاريخ تأسيس المؤسسة الفردية المملوكة للمميز ضده وتم تثبيت اسم

(1) المادة 103 مجلة الأحكام العدلية، ط 2005.

(2) انظر المادة 2 من قانون المعاملات الإلكترونية المؤقت رقم 85 لسنة 2001 المنشور على الصفحة 6010 من عدد الجريدة الرسمية رقم 4524 بتاريخ 2001/12/3 والذي تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 15 لسنة 2015.

الشركة المذكورة في الحوالات بناء على طلب الأخير مما يثبت قيام التعامل والتعاقد التجاري بين المميز والمميز ضده. (1)

وفي تعليق الباحثة على هذا الحكم تبين أنه بتاريخ 2019/4/17 قُدم هذا التمييز للطعن في القرار الصادر عن محكمة استئناف حقوق عمان في القضية رقم 50552 لسنة 2018 بتاريخ 2019/3/18 والقاضي بعد اتباع النقض الصادر في القضية التمييزية رقم 2347 لسنة 2018 بتاريخ 2018/11/6 بفسخ القرار المستأنف الصادر عن محكمة

ومن الناحية الموضوعية وعن أسباب التمييز كافة نجد أن مؤسسة المميز ضده ميراف للتجارة الدولية والتسويق هي مؤسسة فردية مسجلة في السجل التجاري للأفراد بالرقم (٢٤٣٢١٧) تاريخ 2010/106/7 والمفوض بالتوقيع عنها صاحب المؤسسة في كافة الأمور الإدارية والمالية والقضائية وأن عنوانها الإلكتروني هو (isamhashem@yahoo.com) الثابت من شهادة السجل التجاري الصادرة عن مديرية السجل المركزي لدى وزارة الصناعة والتجارة (المسلسل رقم ٣ من قائمة بيانات المدعي / المميز) وإن شركة ميراف للتجارة محدودة المسؤولية هي شركة ذات مسؤولية محدودة مسجلة في سجل الشركات لدى الدولة الصينية / هونج كونج وتم تأسيسها بتاريخ 2010/7/2 وأن المميز ضده هو شريك منفرد بها ويملك العدد الكلي للأسهم والثابت من شهادة التسجيل والنظام الأساسي والترجمة الملحق بها (المسلسل رقم (١) من قائمة بيانات المدعي عليه / المميز ضده).

ومن الناحية الشخصية يتبين للباحثة أنه بالنسبة لخطأ محكمة الاستئناف بفسخ العقد وإعادة الحال إلى ما كان عليه قبل التعاقد مع عدم التسليم بصحة الخصومة، وفي ذلك نجد أن محكمة الاستئناف لم تتطرق في قرارها المطعون فيه إلى فسخ العقد، علماً بأن المميز ينكر وجود هذا العقد ولا يسلم بوجود خصومة بينه وبين المميز . كما ترى الباحثة أن الحكم جاء متصلاً مع أحكام قانون حماية المستهلك الأردني على الرغم من أنه لم يعرف الإعلان سواء كان عادياً أو إلكترونياً.

ومن جانب آخر فقد عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر في 20 مايو 1997 والمتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد بأنه أي عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية حتى إتمام التعاقد⁽²⁾

وتذهب بعض الجهود في ربط التعاقد الإلكتروني بالتجارة الإلكترونية ومن أبرزها ما اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسترال) التي أعدت قانوناً نموذجياً بشأن التجارة الإلكترونية.⁽³⁾

(1) قرار محكمة التمييز الأردنية رقم 3484 لسنة 2019 بتاريخ 2019/6/23..

(2) عبد الستار، محمد، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2018، ص 13.

(3) صدر القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية (الأونسترال) بقرار الجمعية العامة رقم 51/162 الصادر في 16 كانون الأول عام 1996 من قبل لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي.

أما في فرنسا فقد تراوحت بين إدخال تعديلات جوهرية على بعض القوانين كالقانون رقم 13 لسنة 2000 حول المعاملات الإلكترونية المعدل لبعض مواد التقنين المدني، والكثير من التعديلات التي أدخلتها على قوانين الاستهلاك، وبين إصدار قوانين أخرى مستقلة كقانون التوقيع الإلكتروني مثلاً. (1)

في حين أخذت بعض التشريعات بمفهوم التعاقد الإلكتروني ضمن إطار المعاملات والتجارة الإلكترونية، التي باتت منتشرة في عالم الاتصالات الافتراضي وأبرزها شبكة الإنترنت (2) وينبغي أن نبحت في تعريف العقد الإلكتروني فيذهب الفقه إلى تعريفه على ضوء الطريقة التي ينعقد بها وارتباط هذا العقد في المجال الذي يظهر وهو التجارة الإلكترونية (3)، وإن خصوصية العقد الإلكتروني سوف تتركز حول العامل أو العنصر الإلكتروني في هذا العقد، وبمعنى آخر حول الطريقة أو الوسيلة التي ينعقد بها هذا العقد (4).

وترى الباحثة مما تقدم أن العقد الإلكتروني: هو عملية قانونية ناتجة من تلاقي إرادتين أو أكثر على إحداث أثر قانوني معين، كما أن مصطلح الإلكتروني إذا ما أضيف إلى العقد فإنه لا ينال من أصله المتمثل بالمعنى المراد منه وفقاً للنظرية العامة للعقد، وتجدر الملاحظة أن بعض التشريعات قد أشارت صراحةً إلى تعريف العقد الإلكتروني، بينما الأخرى ذهبت إلى إجازة التعاقد الإلكتروني ضمن المعاملات التجارية الإلكترونية في مؤشر واضح إلى اقتران مفهوم التعاقد الإلكتروني بالتجارة الإلكترونية وأيضاً مع عقد المستهلك المبرم عن بعد، وتتفق الباحثة مع الطرح الأخير كون التجارة الإلكترونية تمثل المجال الأكثر شيوعاً في إقامة العلاقات التعاقدية عن بعد بواسطة شبكة الإنترنت.

أولاً- التراضي في العقد الإلكتروني:

يذهب جانب من الفقه بأن التراضي " هو تطابق الإيجاب والقبول كتعبيرين عن إرادتي طرفي العقد، ويلزم لتوافر الرضاء بالعقد، حتى ولو كان إلكترونيًا، وأن توجد الإرادة في كل من طرفيه وأن تتجه إلى إحداث الأثر القانوني المقصود منه (5)، ويتحقق التراضي عند مطابقة القبول للإيجاب (6)، وكما هو الأصل بالعقد فإن التراضي في العقد الإلكتروني هو ركن أساسي بالعقد، ويتحقق بارتباط الإرادتين التعاقديتين عبر وسيلة الاتصال.

وترى الباحثة أن كل ما يتحقق من توافق وارتباط للإرادتين هو دلالة على وجود التراضي، وبذلك لا يمكن أن يتصور قيام العقد بدون التراضي الذي يشكل أحد أركانه الأساسية بالإضافة إلى ركني المحل والسبب، وأن العقد الإلكتروني لا يخرج عن هذا الإطار، إذ لا ينعقد ولا ينتج آثاره القانونية بدون توافر أركانه الأساسية.

(1) عبد الستار، محمد حازم، مرجع سابق، ص 15.

(2) جاءت بعض التشريعات العربية ومنها قانون إمارة دبي رقم (2) لسنة 2002 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية. الذي تضمن تعريف المعاملات الإلكترونية " بأنها أي تعامل أو عقد أو اتفاقية يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة المراسلات الإلكترونية " وبنفس الاتجاه أيضاً ذهب قانون المعاملات الإلكترونية لسلطنة عمان لسنة 2008 بالمواد (12) و (13) منه.

(3) إن المقصود بالتجارة الإلكترونية هو جميع المعاملات التي تتم عبر الإنترنت حتى لو لم تتمتع بالصفة التجارية وإن الغالب أن تتمتع بهذه الصفة من جانب مقدم السلعة أو الخدمة على الأقل والذي غالباً ما يكون تاجراً، مجاهد، أسامة أبو الحسن (2005)، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، ص 34-35

(4) المرجع السابق، ص 37

(5) إبراهيم، خالد ممدوح، مرجع سابق، ص 244

(6) الفتلاوي، صاحب، السهل في شرح القانون المدني الجزء الثاني مصادر الالتزام، ط1، مطبعة دار الجمال، عمان، الأردن، 2014 ص 41.

ثانياً- الإيجاب في العقد الإلكتروني:

غني عن البيان أن الإيجاب هو الإرادة الأولى في انعقاد العقد، وقد عرف المشرع الأردني الإيجاب بالعقد في مواده (91-95) من القانون المدني ويقابلها بالمواد (77) وما يليها بالقانون المدني الأردني.

وبصفة عامة يرد تعريف الإيجاب بأنه " عرض جازم وكامل للتعاقد وفقاً لشروط معينة يوجهه شخص إلى شخص معين أو إلى أشخاص غير معينين بذواتهم أو للكافة ولا يكون إلا صريحاً، وقد يكون باللفظ أو بالكتابة أو باتخاذ أي موقف آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على الإيجاب"، وبالتالي فإنه لا يعد إيجاباً مجرد دعوة إلى التفاوض أو الإعلان حتى ولو تضمن كافة العناصر الرئيسية للعقد⁽¹⁾

وترى الباحثة أن الإيجاب هو الخطوة الأولى لانعقاد العقد الإلكتروني ويشترط أن يكون جازماً وباتاً لا رجعة فيه، وأن يكون واضحاً محدداً لا يشوبه غموض صادر عن الموجب وموجه إلى الطرف الآخر بقصد إبرام العقد بمجرد ارتباط قبول القابل به، وما يهمنا في هذا الجانب التعامل مع الإيجاب بالتعاقد الإلكتروني، فقد عرف التوجيه الأوروبي الإيجاب الإلكتروني في شأن حماية المستهلك بأنه " كل اتصال عن بعد يتضمن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان⁽²⁾

كما يتضح للباحثة مما تقدم بأن الإيجاب الإلكتروني هو ذلك العرض الإرادي الأول ويتم عبر وسيلة اتصال عن بعد والمتضمن لشروطه اللازمة، ووصف الإيجاب لا يغير من ذاتية الإيجاب لمجرد أنه تم عبر شبكة الاتصال، وأن لفظ الإلكتروني إذا ما أضيف للإيجاب فإنه لا ينال من أصله المغطى وفقاً لأحكام النظرية العامة للعقد، فهو مجرد وصف لا أكثر يرجع إلى اختلاف وسيلة التعبير عن الإرادة وطريقة التعاقد التي تتم عبر شبكة الإنترنت.

ثالثاً- القبول في العقد الإلكتروني:

لا شك أن التعاقد لا ينعقد بمجرد صدور الإيجاب بمفرده من أحد عاقديه، بل يلزم أن يعقبه قبول مطابق له من العاقد الآخر، ويطلق على التعبير الذي يقابل إرادة الموجب بالقبول كما عرف المشرع في نص المادة (1/91) مدني أردني أن الإيجاب والقبول: كل لفظين مستعملين عرفاً لإنشاء العقد وأي لفظ صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول.

ويذهب المشرع الأردني باتجاه عدم التفرقة ما بين القبول الصريح أو الضمني⁽³⁾، وهناك تشريعات ألزمت القبول بنفس طريقة وصول الإيجاب، ومنها القانون الموحد لمعاملات المعلومات الأمريكي⁽⁴⁾، وجدير بالملاحظة أن مسألة مطابقة القبول للإيجاب قد أشار إليها المشرع الأردني صراحة⁽⁵⁾.

(1) أبو الهيجاء، محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص 86

(2) إبراهيم، خالد، إبرام العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2006، ص 247

(3) لا فرق في التعبير عن القبول الصريح أو الضمني وفق المادة (93) مدني أردني التي جاء فيها " التعبير عن الإرادة يكون باللفظ، وبالكتابة، وبالإشارة المعهودة عرفاً، ولو من غير الأخرس، وبالمبادلة الفعلية الدالة على التراضي. وباتخاذ أي مسلك آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على التراضي.

(4) جاءت المادة 2/206 على أن " التعبير عن الإرادة في القبول يتم بذات طريقة عرض الإيجاب، وبالتالي فإن كان قد تلقى القابل للإيجاب عن طريق الموقع الإلكتروني وجب عليه في حال إن قبل التعاقد من التعبير عن ذلك عبر ذات الموقع، وإن كان قد تلقى الإيجاب عن طريق رسالة إلكترونية، فلا يكون التعبير في القبول إلا بذات الوسيلة، وهي البريد الإلكتروني. أبو الهيجاء، محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص 94.

(5) مطابقة القبول للإيجاب جاءت في نص المادة (99) من القانون المدني الأردني بقولها: 1. يجب أن يكون القبول مطابقاً للإيجاب. 2. وإذا اقترن القبول بما يزيد في الإيجاب أو يقيد أو يعدل فيه اعتبر رفضاً يتضمن إيجاباً جديداً "

المبحث الثاني

طبيعة العقد التجاري الإلكتروني

تمهيد وتقسيم:

إن الصورة التقليدية للعقد تقوم على المساومة والتفاوض بين أطرافه ورضائهم بجميع بنوده وشروطه، وهذا ما يفترض مناقشة شروط العقد وبحثها بحرية من جانب المتعاقدين. مع ذلك توجد بعض أنواع من العقود يختل فيها التوازن بين أطراف العقد، بحيث يكون أحد الأطراف في مركز قوي اقتصادياً ويتمتع بخبرات فنية لا تتوافر للطرف الآخر، بما يمكن الأول من فرض شروطه على الثاني الذي يكون في مركز ضعيف اقتصادياً ويفتقر إلى الخبرة الفنية وربما حتى القانونية في فهم شروط التعاقد وما إذا كانت في صالحه أو لا، وهذا ينطبق بصفة خاصة على غالبية العقود التي يكون المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص، طرفاً فيها مما يجعله في وضع يستوجب الحماية في مواجهة مثل هذه الشروط ووفقاً لما تقدم، فقد قسم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: مدى اعتبار العقد الإلكتروني من عقود الإذعان

المطلب الثاني: طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود.

المطلب الأول

مدى اعتبار العقد التجاري الإلكتروني من عقود الإذعان

إن الصورة التقليدية للعقد تقوم على المساومة والتفاوض بين أطرافه ورضائهم بجميع بنوده وشروطه، وهذا ما يفترض مناقشة شروط العقد وبحثها بحرية من جانب المتعاقدين. مع ذلك توجد بعض أنواع من العقود يختل فيها التوازن بين أطراف العقد بحيث يكون أحد الأطراف في مركز قوي اقتصادياً ويتمتع بخبرات فنية لا تتوافر للطرف الآخر، بما يمكن الأول من فرض شروطه على الثاني الذي يكون في مركز ضعيف اقتصادياً ويفتقر إلى الخبرة الفنية وربما حتى القانونية في فهم شروط التعاقد وما إذا كان في صالحه أو لا، وهذا ينطبق بصفة خاصة على غالبية العقود التي يكون المستهلك عموماً، والمستهلك الإلكتروني على وجه الخصوص، طرفاً فيها مما يجعله في وضع يستوجب الحماية في مواجهة مثل هذه الشروط.

وغالبية الشروط التعسفية تدرج عادة فيما يعرف بعقود الإذعان، التي ينفرد بوضعها الطرف الموجب القوي اقتصادياً دون أن يملك الطرف الآخر "المستهلك" مناقشتها، الأمر الذي يقتضي معرفة ما إذا كان العقد التجاري الإلكتروني من عقود الإذعان.

ولمعرفة مدى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية من عقود الإذعان لا بد أولاً من التعريف بعقد الإذعان وفقاً للقواعد على المستهلك في هذه العقود العامة، ومن ثم نتطرق إلى مدى انطباق هذا المفهوم على العقد التجاري الإلكتروني وبالتالي تطبيق وصف المذعن.

أولاً: التعريف بعقد الإذعان وفقاً للقواعد العامة

عقد الإذعان هو العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها فيما يتعلق بسلعة أو خدمة يكون الموجب محتكراً لها وحاجة القابل لها ضرورية، فهو عقد لا يقبل المساومة والنقاش، إذ يملية الطرف ذو المركز الاقتصادي القوي على الطرف الضعيف الذي لا يملك سوى قبول العقد برمته أو رفضه.⁽¹⁾ وقد أقر المشرع الأردني بعقود الإذعان، إذ نصت المادة (104) من القانون المدني رقم (43) لسنة 1976 على أن: "القبول في عقود الإذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها وعقد الإذعان يتميز بخصائص معينة."⁽²⁾

أ. أن يتعلق العقد بسلع أو خدمات ضرورية بالنسبة للمستهلكين في حياتهم اليومية.
ب. أن يكون الإيجاب معلناً كتابياً، وعماماً موجهاً إلى الجمهور كافة بشروط متماثلة، وتكون غالبية هذه الشروط في مصلحة الموجب.

ج. احتكار الموجب لهذه السلع أو الخدمات احتكاراً قانونياً أو فعلياً أو أن مجال المنافسة له محدود جداً. ولقد خص المشرع الأردني هذه العقود بمزية أخرى لصالح الطرف الضعيف في العقد تتعلق بتفسير النصوص الغامضة، حيث إن القاعدة العامة في تفسير العقود تقضي بأن الشك يفسر لصالح المدين، وقد رأى المشرع أن الطرف القوي في عقد الإذعان قد يكون هو المدين، فأراد ألا يستفيد من غموض الشروط التي أملاها هو على الطرف الضعيف في العقد⁽³⁾، ولذلك لم يجز أن يكون تفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المذعن⁽⁴⁾.

ثانياً: مدى انطباق مفهوم عقد الإذعان على العقود الإلكترونية:

من غير المستبعد أن نتصور وجود نوع من التفاوض في بعض العقود التي تتم بالوسائل الإلكترونية كاستخدام وسائل التواصل المرئية والمسموعة مثل (Facetime, Imo, Skype) وكذلك من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية حيث يرسل الموجب إجابته على عنوان البريد الإلكتروني إلى الموجب له فيراجع بنود العقد وتكون له حرية القبول وإرساله على عنوان الموجب الإلكتروني⁽⁵⁾.

غير إن الغالبية العظمى من هذه العقود التي يكون المستهلك طرفاً فيها لا تتم بهذه الطريقة، حيث يتعامل مع التاجر مقدم السلعة أو الخدمة عبر موقعه الإلكتروني الذي يتضمن شروطاً مسبقة معدة من قبل التاجر في صورة عقد نموذجي، وموجهة إلى الجمهور دون تحديد وليس للمستهلك صلاحية تعديل هذه الشروط بحيث يكون أمام خيارين إما أن يقبل العقد ببندوه المدرجة، أو أنه لا يقبل تلك البنود وبالتالي لا ينعقد العقد.

وهنا يبرز التساؤل حول مدى اعتبار العقود الإلكترونية من عقود الإذعان وهل يعد المستهلك طرفاً مذعناً في هذا النوع من العقود؟

(1) العلابي، بهاء الدين، النظرية العامة للعقود في الفقه الإسلامي والقانون المجلد الأول إبرام العقد، دار الشواف الرياض 2011، ص 60 - السرحان، عدنان، وخاطر نوري، شرح القانون المدني الأردني، مصادر الحقوق الشخصية (الالتزامات)، دراسة مقارنة، دن، الأردن، إريد، 1997، ص 72.

(2) الفضل، منذر، النظرية العامة للالتزامات دراسة مقارنة، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1995، ص131.

(3) أحمد، محمد، مصادر الالتزام في القانون المدني، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص62

(4) انظر المادة (240) من القانون المدني الأردني.

(5) زريقات، عمر، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الإنترنت دراسة تحليلية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 81.

للإجابة على هذا التساؤل فقد انقسم الشراح إلى رأيين منهم من اعتبر العقد الإلكتروني عقد إذعان ومنهم من لم يعده كذلك⁽¹⁾، وسوف نعرض لهذين الرأيين تباعاً.

الرأي الأول- العقود الإلكترونية عقود إذعان:

بحسب هذا الرأي فإن عقد الإذعان بمعناه المعروف في القواعد العامة ينطبق على العقد الإلكتروني متى توافرت جميع خصائصه وشروطه مجتمعة، أي لا يكفي مجرد حاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة، أو انعدام التفاوض بشأنها، أو كونها محتكرة من جانب التاجر، وإنما يجب أن تتوافر جميع هذه الشروط⁽²⁾.

ويرى بعض أنصار هذا الاتجاه أن خصائص عقد الإذعان تنطبق على العقد الإلكتروني⁽³⁾. ويبرر بعضهم الآخر اعتبار العقود الإلكترونية بمنزلة عقود إذعان من منطلق اعتبارات العدالة بحجة أن المستهلك هو الضعيف دائماً في هذه العقود، وأن اعتبارها عقود إذعان يمنح المستهلك الحق في طلب إبطالها أو إلغاء ما تتضمنه من شروط تعسفية، خاصة أن مضمون هذه العقود محدد سلفاً من قبل التاجر ولا يوجد تواصل مباشر بينه وبين المستهلك يسمح بالتفاوض بينهما⁽⁴⁾.

الرأي الثاني: العقود الإلكترونية ليست من عقود الإذعان

يرى بعض الباحثين أن العقود الإلكترونية لا تعد من عقود الإذعان بالنسبة للمستهلك، مع اختلافهم في اعتبارها كذلك بصفة مطلقة أو نسبية⁽⁵⁾. فمنهم من يرى أنها ليست عقود إذعان بالمطلق، إذ من غير المقبول وفق هذا الرأي اعتبار العقود المبرمة مع البائعين عبر شبكة الإنترنت من قبيل عقود الإذعان لمجرد أن الشروط العامة للبيع المذكورة في الموقع الإلكتروني للتاجر وليس أمام زائر الموقع إلا أن يقبلها أو يرفض التعاقد، ذلك أن هذه الخاصية من خصائص عقود الإذعان مع ضرورتها إلا أنها ليست الوحيدة، فلا بد من توافر شروط أخرى هي أن تكون السلعة أو الخدمة من الضروريات بالنسبة للمستهلك، وأن يكون التاجر الذي يعرضها من خلال موقعه الإلكتروني محتكراً لها⁽⁶⁾. وينفي بعض أنصار هذا الرأي صفة الإذعان عن العقد الإلكتروني بحجة إمكانية أن يتم التفاوض عبر البريد الإلكتروني⁽⁷⁾. ويضيف بعضهم الآخر، أن شرط الاحتكار الذي يميز عقد الإذعان غير متحقق في مثل هذه العقود، فلا يوجد احتكار على شبكة الإنترنت أو وجود مواقع كثيرة تقدم نفس السلعة أو الخدمة وأن المستهلك يبحث دائماً عن أفضل الشروط للتعاقد وهي متاحة له بسبب كثرة هذه المواقع⁽⁸⁾.

(1) أبو الحديد، عبد الرؤف، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجار الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2019، ص 437 وما بعدها خالد كوثر، عدنان، مرجع سابق، ص 508 وما بعدها.

(2) بدر، أسامة، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية المحلة، مصر، 2008، ص 191

(3) الرومي، محمد، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.

(4) النجار، زياد، قواعد حماية المستهلك من التغير والغبن في العقود الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 180

(5) خالد، عدنان، مرجع سابق، ص 515

(6) مجاهد، أسامة، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص 27.

(7) المنزلاوي، صالح، القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص 25 وما بعدها،

(8) مؤمن، طاهر، عقد البيع الإلكتروني بحث في التجارة الإلكترونية"، القاهرة، دار النهضة العربية القاهرة، 2007، ص 23 و 24 ، خالد كوثر، عدنان، مرجع سابق، ص 516.

أما من يرى أن العقد الإلكتروني لا يعد من عقود الإذعان بصفة نسبية وليست مطلقة، فيأخذ في الاعتبار الوسيلة الإلكترونية المستخدمة في التعاقد⁽¹⁾. فالعقد يعد من عقود المساومة إذا تم التعاقد عبر البريد الإلكتروني، أو من خلال غرف المحادثة أو باستخدام الوسائل السمعية المرئية المختلفة، حيث يكون باستطاعة المستهلك الموجه إليه الإيجاب التفاوض بحرية حول شروط التعاقد أما إذا تم التعاقد عبر المواقع الإلكترونية (مواقع الويب) التي تستخدم غالباً عقوداً نموذجية ذات شروط معدة مسبقاً من قبل الموجب وموجهة إلى جمهور المستهلكين، بحيث لا يترك معها للموجب له، وهو المستهلك مجالاً للمساومة حول هذه الشروط، وليس أمامه إلا قبولها بالنقر على أيقونة مخصصة للقبول، أو يرفضها من خلال الخروج من الموقع الإلكتروني، فإن العقد الإلكتروني يعد في هذه الحالة من عقود الإذعان.

وترى الباحثة أن العقود الإلكترونية لا تعد عقود إذعان بصورة مطلقة، بل إن تكييفها يختلف باختلاف نوع العقد وموضوعه والوسيلة المستخدمة في إبرامه. فمثلاً في بعض عقود الخدمات الإلكترونية، كخدمات الكهرباء والاتصالات وخدمات التأمين والبنوك، نكون بصدد عقود إذعان سواء تمت بوسائل إلكترونية أو عادية، ذلك أن جميع شروط وخصائص عقود الإذعان متوافرة فيها سواء من حيث احتكار الخدمة أو حاجة المستهلك أو طبيعة الإيجاب وكونه يتضمن شروطاً عامة معدة مسبقاً وموجهة للكافة.

المطلب الثاني

طبيعة العلاقة ما بين المستهلك والمزود

إن المزود كطرف في التعاقد يأتي على خلاف الطرف الآخر وهو المستهلك في العلاقة التعاقدية، فالمستهلك كما بينت التعريفات السابقة، هو الطرف الذي يستخدم السلعة أو الخدمة لإشباع حاجاته وتكون في إطار الاستهلاك والفائدة من الخدمة أو السلعة محل التعاقد، أما المزود أو المجهز فله وصف آخر في تلك العلاقة التعاقدية. لقد عرف المشرع الأردني المزود بقانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 المادة (الثانية) بأنه " الشخص الطبيعي أو الاعتباري من القطاع العام أو الخاص يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً يتمثل بتوزيع السلع أو تداولها أو تصنيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات إلى المستهلك بما في ذلك أي شخص يضع اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة فارقة أخرى يملكها على السلعة أو الخدمة ".

وتجد الباحثة أن المشرع قد فرق بين المستهلك والمزود في مسائل عدة، فإن الغرض من الحصول على السلعة أو الخدمة بدواعي الاستهلاك والاستخدام من طرف المستهلك تختلف عن الشخص الذي يمارس نشاطاً لتلبية تلك السلعة أو الخدمة بقصد الربح سواء كان ذلك المزود هو المنتج أو المستورد أو المصدر أو الموزع أو البائع أو مقدم الخدمة، وتتعدد المسميات لهذا المزود، فبعض التشريعات المعنية بحماية المستهلك تطلق مسمى المجهز أو المحترف أو المهني.

ويرى جانب من الفقه بأن هدف المحترف أو المزود من تصرفه هو الذي يضعه، إما فئة المحترفين وإما في فئة المستهلكين، وإن مصطلح الحرفة الذي استخدم في نطاق قانون الاستهلاك يحدد كل نشاط بهدف الإنتاج أو التوزيع أو أداء الخدمات، وبذلك فإن الحرفي من يشتري البضائع ليستخدمها لأغراض حرفية حتى وإن لم يقصد إعادة

(1) إبراهيم، خالد، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 206 و 207.

بيعتها، فالشركة التي تشتري مكائن للإنتاج تمارس في الواقع نشاطاً حرفياً، وكل نشاط يدخل في نطاق الإنتاج والتوزيع يخرج عن نطاق الاستهلاك⁽¹⁾.

وقد اتجه جانب من الفقه إلى التوسع في مفهوم المستهلك، وذلك بغرض إدخال المهني أو المحترف ضمن فئة المستهلكين، فعرف المستهلك بأنه " كل من يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية "، واتجه جانب آخر في المفهوم الضيق والذي تبنته غالبية الفقه في تعريف المستهلك " كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية⁽²⁾ وبنفس الاتجاه فقد عرف توجيه المجلس الأوروبي رقم 13/93 الصادر في 1993/4/5 بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلك في المادة الثانية عقود الاستهلاك بأنها " تلك العقود التي تبرم بين التاجر والمستهلك، والتي يبرمها هذا الأخير بصفة عامة لأغراضه الشخصية وليس لأغراض تجارية أو مهنية⁽³⁾.

فإنصار المفهوم الضيق يرون أن المستهلك هو من يتزود بسلع استهلاكية مخصصة لاستخداماته الشخصية على حين أن أنصار المفهوم الموسع يرون أن المستهلك ليس من يتزود بسلع استهلاكية لإشباع حاجياته الشخصية فحسب، وإنما من يتعاقد للحصول على الخدمات كعقد النقل والعقد الطبي وغيرها⁽⁴⁾.

أما القضاء الفرنسي فقد تبنى في بعض الأحكام الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك، إلا أن القضاء الحديث لمحكمة النقض الفرنسية يتجه نحو المفهوم الضيق لفكرة المستهلك⁽⁵⁾.

وتؤيد الباحثة المفهوم الضيق للمستهلك، لأنه يميل إلى تحديد طبيعة العلاقة التعاقدية مع المزود بأن هدفها من التعاقد هو الحصول على ما يلزم المستهلك من سلع أو خدمات لاستخدامها وليس لغرض نشاط آخر، وأن يكون هناك تحديد لمركز المستهلك في التعاقد لا أن يكون المزود مع المستهلك على قدم المساواة في قوانين حماية المستهلك.

وتخلص الباحثة إلى أن طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود، هي عبارة عن علاقة تعاقدية محلها توفير السلعة أو الخدمة محل الاستهلاك أو الاستخدام، ويبدو أن حالة عدم التوازن في تلك العلاقة واردة، لما يتمتع به المزود أو المجهز من الاختصاص والخبرة والمهنية؛ الأمر الذي يمكنه من استغلال المستهلك وحمله على التعاقد، أضف إلى ذلك قد يستخدم المزود مركزه في إملاء شروطه التي تجعل المستهلك يقدم لإبرام العقد مذعناً دون الاستعلام الكافي عن هذه السلع والخدمات بالوقت الذي يكون بحاجة إليها، وبذلك فليس بالضرورة أن يكون ذلك المزود أو المجهز سيئ النية أو مصلحته بالتعامل هي استغلال المستهلك، وإنما قد يكون الأخير ضحية في العلاقة القانونية مع المزود، وهذا ما تصبو إليه التشريعات المعنية بحماية المستهلك، أما بخصوص طبيعة علاقة المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فإن الخطر ليس من التعامل مع التجارة الإلكترونية التي يمثل المستهلك عمادها، وإنما المشكلة تكمن في استغلال المزود أو المجهز مركزه في التعاقد الإلكتروني، والإيقاع بالمستهلك ضحية ذلك الاختلال

(1) القيسي عامر ، مرجع سابق، ص 11-12

(2) إبراهيم، خالد ، مرجع سابق، ص 334

(3) المرجع السابق، ص 334

(4) حجازي، عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 27

(5) إبراهيم، خالد ، مرجع سابق، ص 335

بالتوازن العقدي، لما يتمتع به المزود أو المجهز من الخبرة والمهنية في نشاطه قبل المستهلك، إضافة إلى حالة فرض شروط على المستهلك في أنواع من التعاقد الإلكتروني التي لا مهرب من مناقشة أو تعديل تلك الشروط من جانب المستهلك، فضلاً عن أن طبيعة التعاقد عن بعد لها مقومات سبق أن استعرضناها، وهي تكمن في عدم الوجود المادي المباشر بين طرفي العقد، تجعل من تلك السلعة أو الخدمة محل التعاقد ليس بين يدي المستهلك أثناء إبرام العقد، مما قد يشكل الخطر على المستهلك من الوقوع في الغش والمعلومات السلبية التي تعرض عليه عند استخدامه شبكة الإنترنت.

الخاتمة

تناولنا موضوع البحث وعنوانه "طبيعة العلاقة بين المستهلك والمزود في التعاقد الإلكتروني" وذلك من خلال مبحثين، المبحث الأول: مفهوم المستهلك والمزود في العقد الإلكتروني، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه طبيعة العقد التجاري الإلكتروني.

نلاحظ من خلال استعراض ما تضمنته التشريعات التي اهتمت بحماية المستهلك الإلكتروني أنه لا يوجد ما يمنع من تطبيق القواعد العامة باستخلاص ما يمكنه المساعدة في توفير الحماية وذلك من خلال وجود إمكانيات تسوق جديدة لم يكن يستطيع الوصول إليها عبر التعاقد العادي وإمكانية التجول في مختلف المحلات الافتراضية وبكل حرية وسهولة.

مع ظهور العقود الإلكترونية وانتشارها ظهرت مشاكل لم تكن موجودة في السابق وهي مشاكل عادية وطبيعية. وأصبح المستهلك عرضة لها، منها مثلاً الإعلانات الإلكترونية وما يصاحبها من ضغط وعدم إمكانية المناقشة الحقيقية حول بنود العقد، وغياب فرصة ما تعاقد عليه، يعزز الحاجة إلى خلق ضمانات خاصة بالمستهلك الإلكتروني، وهذه الضمانات التي تعمل على تشجيع ثقة المستهلك بالتعامل في نطاق التجارة الإلكترونية.

النتائج

1- إن المشرع الأردني لم يضيف على قواعد حماية المستهلك صفة القواعد الأمرة لتحقيق أعلى درجات الحماية للمستهلك الإلكتروني الذي يبقى بحاجة إلى المزيد من الحماية القانونية المدنية، وبما يتلاءم وخصوصية واقع التجارة الإلكترونية واسعة الانتشار، وبذلك لا يعد كافياً الركوز إلى نفس القواعد القانونية ضمن إطار القواعد العامة للعقد أو قانون حماية المستهلك.

2- لم يظهر المشرع الأردني تناوله مسألة خيار عدول المستهلك بعد إبرام العقد كنوع من الضمانات الحديثة الداعمة لموقف المستهلك في إطار قانون حماية المستهلك الحالي، وتتمنى الباحثة على المشرع الأردني بشأن مسألة حق المستهلك بالعدول وبما ينسجم وإعادة التوازن للعلاقة العقدية لصالح المستهلك في العقد ضمن مدة محددة ووفق حالات محددة مسبقاً وقبل إبرام العقد مع المستهلك.

3- لم يضع المشرع الأردني إجراءات تقع على المزود في حالات الإخلال بالالتزامات التعاقدية الواردة في المادة 6 من قانون حماية المستهلك الحالي، وتتمنى الباحثة على المشرع الأردني اتخاذ إجراءات قانونية تقع على

المزود وتشمل الإخلال بالالتزامات التعاقدية قبل المستهلك عبر شبكة الإنترنت على وجه الخصوص، وفي نفس الوقت مكملة لحماية المستهلك التقليدي.

4- لم يضع المشرع الأردني إجراءات فورية تقع على المزود في حال اكتشاف عيب من شأنه الإضرار بالمستهلك عند تداول السلعة أو الخدمة محل الاستهلاك، وذلك لأن المعيار الذي اتخذه المشرع الأردني لتحديد العيب في الشيء المبيع وُضع ليعالج المنتجات المعيبة دون الخطرة؛ حيث إن أثر ضمان العيوب الخفية فيما يتعلق بنطاق الأضرار التي يمكن التعويض عنها يقتصر فقط على ضمان الجودة الاقتصادية للشيء المبيع بحيث يكون في المنتج عيب ينقص من قيمته، أما الأضرار التي تلحق بالمشتري في النفس أو المال لم يتناولها المشرع في القواعد الخاصة بضمان العيوب الخفية في التشريع الأردني.

التوصيات

- 1- نتمنى على المشرع الأردني أن ينص على الآتي "يقع باطلاً كل شرط يرد في عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك إذا كان من شأن هذا الشرط إعفاء مورد السلعة أو مقدم الخدمة من التزاماته الواردة في هذا القانون"
- 2- يجوز للمستهلك المتعاقد عن بعد العدول بشراء سلعة أو خدمة خلال مهلة عشرة أيام تبدأ من تاريخ التعاقد فيما يتعلق بالخدمة ومن تاريخ التسليم فيما يتعلق بالسلعة إلا إذا اتفق طرفا العقد على خلاف ذلك، ولا يجوز للمستهلك ممارسة هذا الحق في الحالات التالية:
 - أ. إذا كانت السلعة قد صنعت بمواصفات خاصة بناءً على طلب المستهلك.
 - ب. إذا كان الشراء للسلعة متمثلاً بالصحف والمجلات والنشرات.
 - ج. إذا أصيبت السلعة بعيب من جراء سوء الحيازة والتخزين من قبل المستهلك.
- 3- يلتزم المزود بأن يدفع للمستهلك مبلغاً يعادل قيمة الضرر في حالات الإخلال بالالتزامات التعاقدية قبل المستهلك الواردة في المادة 6 من قانون حماية المستهلك الحالي.
- 4- يلتزم المزود فور اكتشاف وجود العيب في السلعة أو الخدمة يكون من شأنه الإضرار بالمستهلك بوقف تداول السلعة أو تقديم الخدمة، وأخطار المستهلكين بهذا العيب والأضرار المحتملة وسبل الوقاية منها، ثم البدء الفوري بسحب السلعة المعيبة وتحمل الأضرار والإصلاحات الناتجة من جراء ذلك.

المصادر والمراجع

المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً- الكتب:

1. إبراهيم، خالد ، إبرام العقد الإلكتروني، طبعة 1، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2006.
2. إبراهيم، خالد، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.

3. أبو الحديد، عبد الرؤف، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجار الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2019.
4. أبو الهيجاء، محمد، عقود التجارة الإلكترونية، ط3، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2017.
5. بدر، أسامة، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية، المحلة، مصر، 2008.
6. حجازي، عبد الفتاح، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
7. الرومي، محمد، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
8. زريقات، عمر، عقود التجارة الإلكترونية، عقد البيع عبر الإنترنت دراسة تحليلية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
9. السرحان، عدنان، وخاطر، نوري، شرح القانون المدني الأردني، مصادر الحقوق الشخصية (الالتزامات)، دراسة مقارنة، دن، الأردن، إريد، 1997.
10. العليالي، بهاء الدين، النظرية العامة للعقود في الفقه الإسلامي والقانون المجلد الأول إبرام العقد، دار الشواف الرياض، 2011.
11. عمر، خالد، عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الإنترنت. دراسة تحليلية ط 1. عمان، دار زريقات الحامد للنشر والتوزيع، 2007.
12. الفتلاوي، صاحب، السهل في شرح القانون المدني الجزء الثاني مصادر الالتزام، ط 1، مطبعة دار الجمال، عمان، الأردن، 2014.
13. الفضل، منذر، النظرية العامة للالتزامات دراسة مقارنة، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1995.
14. القاضي، أنطوان، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، بيروت - لبنان منشورات الحلبي الحقوقية، 1999.
15. القيسي، عامر، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة، ط 1، عمان، الدار العالمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
16. مجاهد، أسامة، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
17. مجاهد، أسامة، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2005.
18. المنزلاوي، صالح، القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2006.
19. مؤمن، طاهر، عقد البيع الإلكتروني بحث في التجارة الإلكترونية"، القاهرة، دار النهضة العربية القاهرة، 2007.
20. النجار، زياد، قواعد حماية المستهلك من التغيرير والغبن في العقود الإلكترونية، دراسة مقارنة، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

ثالثاً - الرسائل:

1. رحمانى، محمد، المنتجات المعيبة، رسالة دكتوراة، جامعة الجزائر (1) بن عكنون كلية الحقوق، 2015.

2. عبد الستار، محمد، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

رابعاً - الدوريات:

1. مجاهد، أسامة، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، بحث مقدم إلى مؤتمر دور القانون والكمبيوتر والإنترنت، كلية الشريعة والقانون، دولة الإمارات العربية المتحدة، العين، الفترة من 1-3 مايو 2000
2. المرزوقي، صقر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، بحث منشور، مجلة الشريعة والقانون، جامعة أفريقيا العالمية. كلية القانون وكلية الشريعة السودان، 2019.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. CALAIS-AULLOY J., HENRI T, Droit de la consommation, 9ème ED, Dalloz, Paris, 2015.
2. LARROUMET, Ch, La responsabilité du fait des produits défectueux après la loi du 19 mai, Recueil DALLOZ, sept, 1998.