

التنظيم القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني ما بعد البيع:
دراسة مقارنة

إعداد

صخر محمد عايد الريالات

إشراف

الأستاذ الدكتور مأمون أحمد الحنيطي

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في القانون الخاص

قسم القانون الخاص

كلية الحقوق

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2026

**The Legal Regulation of Post-Sale Protection for
Electronic Consumers: A Comparative Study**

Prepared by
Sakher Mohammad Al-Riyalat

Supervised by
Prof. Dr Ma'moun Ahmad Al-Huneiti

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master's Degree in private Law

Department of private Law
Faculty of Law
Middle East University
January, 2026

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها ب: التنظيم القانوني لحماية المستهلك الالكتروني ما بعد البيع :

دراسة مقارنة

للباحث: صخر محمد عايد الريالات

وأجيزت بتاريخ: 2026/01/06.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ.د. مأمون احمد الحنيطي	مشرقاً	جامعة الشرق الأوسط	
د. جلال محمد القهيوي	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. مصطفى موسى العجارمة	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. إبراهيم صالح الصرايره	عضوًا من خارج الجامعة	جامعة العلوم الإسلامية العالمية	

تفويض

أنا **صخر محمد عايد الريالات**، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: صخر محمد عايد الريالات

التاريخ: 2026/01/06.

التوقيع: 

شكر وتقدير

الحمد لله ربّ العالمين الذي وفّقني وأعانني ويسّر لي سُبُل العلم، والصلاة والسلام على سيدنا محمدٍ النبي الأميِّ الأمين، وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدّم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الاستاذ المشرف الأستاذ الدكتور مأمون الحنيطي، لما بذله من جهد كريم، وكان لدعمه وتوجيهه السديد الأثر الكبير في إنجاز هذه الرسالة.

كما أتقدّم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرين على ما تفضّلوا به من وقتٍ وجهدٍ وملاحظاتٍ قيّمة أسهمت في إثراء هذا البحث.

ولا يفوتني أن أتقدّم بالشكر إلى جامعة الشرق الأوسط، وكلية الحقوق خاصتاً، وأعضاء الهيئة التدريسية الكرام في قسم القانون، على ما قدّموه لي من دعمٍ علميٍّ ومعرفيٍّ.

وختاماً، أتوجّه بالشكر لكل من ساعدني ومدّ لي يد العون، أو مهّد لي الطريق لإعداد هذه الرسالة وإخراجها إلى النور.

الباحث

صخر الريالات

الإهداء

إلى من غمروني بحبهم، وكانوا لي السند والملاذ في كل مراحل حياتي...

إلى والديّ العزيزين، اللذين علّمانني أن للنجاح طريقاً لا يُمهد إلا بالإصرار والدعاء،

فكنتما النور الذي أنار دربي، والدعاء الذي رفع عني التعب.

إلى أمي الحنونة، قلب البيت ونبضه، التي كانت دعواتها سلاحاً لا يُهزم،

وإلى أبي الغالي، صاحب الكلمة الحكيمة والعطاء الصامت.

إلى إخوتي الأعزاء، اللذين كانوا السند والقوة والدعم في كل لحظة،

دمتم لي عزوة وظهراً أفخر به.

أهدي هذا العمل المتواضع لكم جميعاً...

عربون وفاء وامتنان،

وتقديرًا لحب لا يُقاس، ودعم لا يُوصف.

شكرًا لأنكم كنتم دائماً الأولين في كل شيء جميل في حياتي.

الباحث

صخر الريالات

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
قرار لجنة المناقشة.....	ب.....
تفويض.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
قائمة المحتويات.....	و.....
الملخص باللغة العربية.....	ط.....
الملخص باللغة الانجليزية.....	ي.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة ومشكلتها

اولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	2.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	2.....
رابعاً: أسئلة الدراسة.....	3.....
خامساً: أهمية الدراسة.....	3.....
سادساً: مصطلحات الدراسة.....	4.....
سابعاً: حدود الدراسة.....	5.....
ثامناً: محددات الدراسة.....	6.....
تاسعاً: منهجية الدراسة.....	6.....
عاشراً: الدراسات السابقة.....	7.....

الفصل الثاني: ماهية البيع والمستهلك الإلكتروني

المبحث الأول: البيع الإلكتروني – المفهوم والأساس القانوني.....	10.....
المطلب الأول: تعريف البيع الإلكتروني وتمييزه عن العقود التقليدية.....	12.....
المطلب الثاني: أركان عقد البيع الإلكتروني.....	17.....
المطلب الثالث: الطبيعة القانونية لعقد البيع الإلكتروني.....	23.....
المبحث الثاني: المستهلك الإلكتروني تعريفه وخصائصه القانونية.....	26.....
المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن التاجر.....	26.....

- المطلب الثاني: الحماية المقررة للمستهلك في العقود الإلكترونية 30
- المطلب الثالث: المخاطر المرتبطة بالمستهلك الإلكتروني 35
- الفصل الثالث: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في القانون الأردني**
- المبحث الأول: الأساس التشريعي لحماية المستهلك الإلكتروني في الأردن 41
- المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة (2017) 41
- المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015 46
- المطلب الثالث: التشريعات المساندة ذات العلاقة بحماية المستهلك الإلكتروني 54
- المبحث الثاني: وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد 67
- المطلب الأول: الإعلام المسبق بالسلعة أو الخدمة 68
- المطلب الثاني: الحق في التراجع والعدول 70
- المطلب الثالث: الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية 74
- الفصل الرابع: الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد البيع عند التعامل مع مواقع محلية وعالمية**
- المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع المحلية 81
- المطلب الأول: الالتزامات القانونية للمورد بعد البيع 81
- المطلب الثاني: المسؤولية القانونية في حال الإخلال بالالتزامات 85
- المطلب الثالث: تسوية النزاعات عبر الوسائل الودية والقضائية 89
- المبحث الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع العالمية 95
- المطلب الأول: نماذج من سياسات خدمة ما بعد البيع في مواقع مثل (Amazon و Shein و AliExpress و Temu) 96
- المطلب الثاني: الإشكاليات القانونية في تطبيق الحقوق عند التعامل مع مواقع عالمية ... 100
- المطلب الثالث: مدى فعالية الوسائل المتاحة للمستهلك الأردني في تحصيل حقوقه من المورد الأجنبي 104

الفصل الخامس: مقارنة تشريعية وتقييم فعالية الحماية القانونية للمستهلك الأردني

المبحث الأول: التجارب التشريعية المقارنة في حماية المستهلك الإلكتروني ما بعد البيع	109
المطلب الأول: التجربة السعودية	109
المطلب الثاني: التجربة الأمريكية	114
المطلب الثالث: التجربة الأوروبية	119
المبحث الثاني: تقييم الحماية القانونية في القانون الأردني في ضوء التجارب المقارنة	124
المطلب الأول: أوجه الاتفاق والاختلاف مع التجارب المقارنة	124
المطلب الثاني: أوجه القصور في الحماية بعد البيع في القانون الأردني	128
المطلب الثالث: سبل تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد البيع في الأردن .	131
الخاتمة	133
النتائج	134
التوصيات	135
قائمة المراجع	136

التنظيم القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني ما بعد البيع: دراسة مقارنة

إعداد

صخر محمد الريالات

إشراف

الأستاذ الدكتور مأمون الحنيطي

الملخص

تهدف هذه الرسالة إلى دراسة التنظيم القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع في القانون الأردني، من خلال بيان الإطار المفاهيمي والقانوني للبيع الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، وتحديد الإشكاليات القانونية المرتبطة بهما.

كما تتناول الرسالة تحليل الأساس التشريعي لحماية المستهلك الإلكتروني في الأردن، وبيان الوسائل القانونية المقررة لحمايته أثناء التعاقد وما بعد البيع، خاصةً عند التعامل مع مواقع محلية وعالمية. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي والمنهج المقارن، إذ تم تناول تجارب تشريعية مقارنة لكل من المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي، بهدف تقييم مدى كفاية وفعالية الحماية القانونية المقررة للمستهلك الأردني.

وتتمثل أبرز نتائج الدراسة في أن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الأردن ما تزال محدودة في مرحلة ما بعد البيع، خصوصاً عند التعامل مع المنصات العالمية، مما يبرز الحاجة إلى تطوير آليات عملية تضمن تنفيذ حقوق المستهلك في البيئة الرقمية. وتوصي الدراسة بضرورة إنشاء منصات وطنية لتسوية المنازعات الإلكترونية تتيح للمستهلك تقديم الشكاوى وحل النزاعات بسرعة وشفافية، بما يعزز الثقة في التجارة الإلكترونية ويحمي حقوق المستهلك الأردني في السوق المحلية والعالمية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، مرحلة ما بعد البيع، الحماية القانونية، التجارة الإلكترونية،

تسوية النزاعات الإلكترونية

The Legal Regulation of Post-Sale Protection for Electronic Consumers: A Comparative Study

Prepared by

Sakher Mohammad Al-Riyalat

Supervisor

Prof. Dr. Ma'moun Ahmad Al-Huneiti

Abstract

This thesis examines the legal framework for protecting electronic consumers in Jordan during the post-sale phase. It analyzes the legislative basis for consumer protection and the mechanisms available to safeguard consumers when dealing with local and international e-commerce platforms. Using descriptive, analytical, and comparative methods, the study evaluates experiences from Saudi Arabia, the United States, and the European Union to assess the adequacy and effectiveness of Jordanian consumer protection.

The study finds that legal protection remains limited in the post-sale phase, especially with global platforms, highlighting the need for practical mechanisms to ensure consumer rights. It recommends establishing national online dispute resolution platforms to enable consumers to resolve complaints efficiently, enhancing trust in e-commerce and safeguarding consumer rights locally and internationally.

Keywords: Electronic Consumer, After-sales, Legal Protection, Electronic Commerce, Online Dispute Resolution (ODR)

الفصل الأول

خلفية الدراسة ومشكلتها

أولاً: المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية متسارعة أحدثت تحولاً جذرياً في الأنشطة الاقتصادية والتجارية، وكان من أبرز مظاهرها انتشار التجارة الإلكترونية التي تجاوزت الحدود المادية وأعدت صياغة العلاقة بين البائع والمستهلك في بيئة رقمية تعتمد على الوسائل التقنية والعقود الإلكترونية. وقد أفرز هذا التحول تحديات قانونية جديدة، خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني الذي يُعد الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، نتيجة قلة الخبرة في التعامل مع البيئة الرقمية، وغياب الوعي القانوني، إضافة إلى ممارسات بعض الموردين غير المنضبطة مثل الغش أو الإخلال بخدمات ما بعد البيع.

ترداد أهمية هذه الإشكاليات في مرحلة ما بعد البيع، التي تبدأ بعد إتمام عملية الشراء وتشمل قضايا الإرجاع والاستبدال والضمان والصيانة، وهي المشكلات التي تتفاقم عند التعامل مع منصات عالمية مثل Amazon و Shein و Temu و AliExpress، في ظل محدودية التشريعات الوطنية التي تنظم هذه الجوانب. فالمستهلك الأردني قد يجد نفسه أمام عقود معقدة تُبرم بضغطة زر، دون حماية كافية تضمن حقوقه في حال الإخلال أو المماطلة.

وعلى الرغم من الجهود التشريعية المبذولة في الأردن، من خلال قانون المعاملات الإلكترونية وقانون حماية المستهلك، إلا أن النصوص الحالية ما زالت تعاني من قصور في معالجة مرحلة ما بعد البيع، وغياب آليات فاعلة لتسوية المنازعات الإلكترونية. كما أن ضعف التطبيق العملي وقلة الأحكام القضائية في هذا المجال يحدّ من فعالية الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

تبرز أهمية هذه الدراسة من تركيزها على جانب لم يحظَ بتنظيم تفصيلي في التشريعات الأردنية الحالية، وهو حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع، وهي مرحلة تظهر فيها معظم الإشكاليات العملية المرتبطة بالإرجاع والاستبدال والصيانة والضمان. وتأتي أهمية البحث في ظل التوسع المتزايد في المعاملات الإلكترونية محلياً وعالمياً، والحاجة إلى تقييم مدى كفاية النصوص القانونية النافذة ومقارنتها بتجارب دولية أكثر تطوراً، وصولاً إلى تقديم مقترحات عملية وتشريعية تعزز من حماية المستهلك في البيئة الرقمية.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في بيان مدى كفاية القواعد القانونية الأردنية النافذة لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما بعد البيع، ومدى قدرتها على ضمان حقوق المستهلك في الإرجاع والضمان والصيانة وجودة الخدمة. وهل هذه النصوص كافية لتحقيق الحماية الفعلية، أم أن هناك حاجة إلى تطوير أو استحداث تشريع خاص يعزز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني بما يتلاءم مع متطلبات البيئة الرقمية الحديثة.

ثالثاً: أهداف الدراسة

1. بيان الإطار المفاهيمي والقانوني لحماية المستهلك الإلكتروني .
2. تحليل التنظيم القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع في التشريع الأردني .
3. تقييم مدى كفاية وفعالية القواعد القانونية الأردنية النافذة في توفير حماية حقيقية للمستهلك الإلكتروني.
4. إبراز التحديات القانونية والعملية التي تواجه المستهلك الإلكتروني الأردني.
5. إجراء دراسة مقارنة بين التشريع الأردني وبعض التشريعات المقارنة.
6. اقتراح حلول وآليات تشريعية وعملية من شأنها تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني في الأردن.

رابعاً: أسئلة الدراسة

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في مجموعة من الأسئلة الفرعية، أبرزها:

1. ما المقصود بحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع؟
2. ما هي الحقوق التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني بموجب القانون الأردني؟
3. إلى أي مدى توفر التشريعات الأردنية ذات الصلة حماية فعالة للمستهلك في مرحلة ما بعد البيع (الضمان، الإرجاع، الصيانة)؟
4. ما هي أبرز التحديات القانونية التي يواجهها المستهلك الإلكتروني عند التعامل مع المواقع الإلكترونية العالمية والمحلية بعد إتمام عملية شراء؟
5. كيف نظمت التشريعات المقارنة (مثل الأوروبية أو العربية) حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع؟
6. ما مدى الحاجة إلى تعديل أو تطوير النصوص القانونية القائمة لضمان حماية أكثر فاعلية للمستهلك الإلكتروني في الأردن؟

خامساً: أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من اعتبارات متعددة، منها ما هو نظري ومنها ما هو عملي:

الأهمية النظرية: تُسهم الدراسة في إثراء المعرفة القانونية المتعلقة بمجال حديث نسبياً، ألا وهو حماية المستهلك الإلكتروني، لا سيما في ظل قلة الدراسات المتخصصة التي تناولت هذا الجانب بشكل متعمق.

الأهمية العملية: تأتي أهمية الدراسة من واقع الحاجة المتزايدة لتطوير الأطر القانونية التي تنظم العلاقات التعاقدية الإلكترونية، بما يضمن حماية فعالة للمستهلك، ويعزز من ثقة الأفراد بالتعاملات الرقمية.

كما تتمثل الأهمية بإمكانية استفادة الفئات التالية:

1. منهم الباحثون من خلال جعل هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة.
2. المهتمون بالقضاة والمحامون لكشف عن موضوع الضوابط القانونية للبيع الإلكتروني وخدمة ما بعد البيع والنتائج المترتبة على ذلك.
- الأهمية التشريعية: قد تساهم نتائج الدراسة وتوصياتها في تطوير أو تعديل بعض النصوص القانونية في التشريع الأردني بما يتلاءم مع متطلبات الواقع الرقمي، خصوصاً في ضوء التوسع المستمر في التجارة الإلكترونية.

سادساً: مصطلحات الدراسة

- المستهلك الإلكتروني:** هو كل شخص طبيعي يتعامل بصفته غير المهنية مع مزود السلع أو الخدمات عبر وسائل إلكترونية، ويهدف من ذلك إلى تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية.¹
- التجارة الإلكترونية:** هي مجموعة من المعاملات التجارية التي تُبرم أو تُدار جزئياً أو كلياً عبر وسائل إلكترونية، وتشمل شراء وبيع السلع والخدمات والحقوق الرقمية.²
- عقد البيع الإلكتروني:** هو العقد الذي يتم عن بُعد بين البائع والمستهلك عبر شبكة الإنترنت، ويتضمن عرض السلع أو الخدمات والتفاوض بشأنها وإبرام العقد دون التقاء فعلي بين الطرفين.³
- خدمة ما بعد البيع:** هي كافة الخدمات التي يقدمها البائع أو المزود بعد إتمام عملية البيع، مثل الصيانة، والضمان، والدعم الفني، والتبديل أو الإرجاع، بهدف ضمان رضا المستهلك وحقوقه.⁴

¹ محمود، كيلاني عبد الراضي، مفهوم المستهلك كأساس لتحديد نطاق تطبيق تقنين الاستهلاك الفرنسي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، مصر، 2005 ص30

² 1996 UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce

³ أبو عمرو، مصطفى احمد، مجلس العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص37

⁴ قانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لسنة 2017، المادة 5/أ

الحماية القانونية: يقصد بها مجموعة القواعد القانونية التي تهدف إلى صيانة حقوق المستهلك الإلكتروني وتوفير سبل الانتصاف في حال الإخلال بها، سواء في مرحلة التفاوض، أو إبرام العقد، أو بعد البيع.

العقد الإلكتروني: عرّفت المادة (2) من قانون المعاملات الإلكترونية رقم (85) لسنة 2001

العقد الإلكتروني " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل إلكترونية كلياً أو جزئياً".

المواقع الإلكترونية العالمية: هي منصات إلكترونية دولية تتيح عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، مثل Amazon، Shein، Temu، وAliExpress، وتتعامل مع مستهلكين من مختلف دول العالم، بما في ذلك الأردن.

سابعاً: حدود الدراسة

تحدد الدراسة من حيث **الموضوع** في تناول الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ضوء ضوابط البيع الإلكتروني وخدمة ما بعد البيع، وتشمل على وجه الخصوص المسائل المتعلقة بالضمان، الإرجاع، والاستبدال، والصيانة.

أما من حيث **النطاق الزمني**، فتتناول الدراسة النصوص القانونية السارية حتى تاريخ إعدادها، بما يشمل آخر التعديلات والتشريعات ذات العلاقة وهي: قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017، قانون الصناعة والتجارة الأردني رقم 18 لسنة 1998، القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976.

ومن حيث **النطاق المكاني**، تتركز بتشريعات المملكة الأردنية الهاشمية من خلال قانون التجارة وقانون حماية المستهلك وقانون المعاملات الإلكتروني.

ثامناً: محددات الدراسة

لا يوجد ما يحد من تعميم نتائج هذه الدراسة على المجتمع القانوني والمتعاملين في البيوع الإلكترونية.

تاسعاً: منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الرسالة على **المنهج الوصفي**، الذي يقوم على وصف القواعد القانونية المتعلقة بموضوع الدراسة وبيان مضمونها ونطاق تطبيقها، بهدف تقديم عرض شامل للأحكام والنصوص القانونية ذات الصلة بحماية المستهلك الإلكتروني، ولا سيما ما يتعلق بعقود البيع الإلكتروني وخدمات ما بعد البيع. وقد تم توظيف هذا المنهج في المرحلة الأولى من البحث لعرض الإطار النظري والمفاهيمي لموضوع الدراسة، من خلال استعراض الواقع القانوني في التشريع الأردني والتشريعات المقارنة. كما اعتمدت هذه الرسالة على **المنهج التحليلي**، والذي يُعنى بتحليل النصوص القانونية وأحكام القضاء والاجتهادات الفقهية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، بهدف الوقوف على مدى فعالية الحماية التي يوفرها القانون للمستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع. وقد تم توظيف هذا المنهج لتحليل النصوص القانونية الأردنية والمقارنة، واستخلاص الإشكاليات التي تعترض تطبيقها، وتقييم مدى كفاية التنظيم القانوني الراهن.

كما تم توظيف **المنهج المقارن** من خلال دراسة وتحليل التشريعات المقارنة في عدد من الدول، وهي: الاتحاد الأوروبي، الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة العربية السعودية، بهدف الوقوف على أفضل الممارسات القانونية في هذا المجال، واستخلاص أوجه الاتفاق والاختلاف مع التشريع الأردني، وتحديد الفجوات التشريعية التي تحتاج إلى معالجة.

عاشراً: الدراسات السابقة

دراسة “حماية المستهلك الإلكتروني وفق نظام التجارة الإلكترونية السعودي (دراسة تحليلية)”
- العلواني عبد العزيز فتحي. (2021)

تتناول هذه الدراسة التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، مع تركيز واضح على الضمانات الممنوحة للمستهلك الإلكتروني. ويشرح الباحث الآليات النظامية المتعلقة بوجود الإفصاح عن هوية التاجر الإلكتروني، وبيانات المنتج، وسياسة الإرجاع والاستبدال، إضافة إلى التزامات البائع بتسليم السلع وفق المواصفات المعلنة. كما تتعمق الدراسة في تحليل أحكام نظام التجارة الإلكترونية السعودي واللوائح التنفيذية المرتبطة به، وتبحث في مدى نجاح هذه النصوص في تعزيز الثقة بين المستهلك والتاجر. ويغلب على الدراسة الطابع التحليلي للنصوص السعودية تحديداً، دون التوسع في مرحلة ما بعد البيع أو تناول تجارب تشريعية مقارنة.

دراسة “حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)” - خلوي، نصيرة،،
عنان، كريم. (2021)

تركز هذه الدراسة على حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، من خلال تحليل أحكام التعاقد عبر الوسائط الرقمية. وتتطرق إلى أهم عناصر وشروط العقد الإلكتروني، وتدرس مدى توافر الرضا الصحيح في ظل غياب التواجد المادي للأطراف، إضافة إلى معالجة إشكالات الإثبات الناتجة عن استخدام الوسائل الإلكترونية. كما تستعرض الدراسة الالتزامات المتبادلة بين البائع والمستهلك أثناء إبرام العقد، وتناقش مدى كفاية التشريعات في تنظيم هذه المرحلة. ويظل اهتمامها منصباً بالدرجة الأولى على مرحلة تكوين العقد دون الخوض في مشكلات ما بعد البيع أو ضماناته.

دراسة “حماية المستهلك الإلكتروني في ظل القانون الأردني” - الهلالات، محمد. (2022)

تبحث هذه الدراسة في الإطار القانوني الأردني المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني، وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية النافذة، وبخاصة قانون حماية المستهلك وقانون المعاملات الإلكترونية. وتركز الدراسة على أحكام الإبرام الإلكتروني، وشروط التعاقد، والالتزامات الواقعة على المزود والمستهلك، إضافة إلى بعض الضوابط العامة المتعلقة بالشفافية وجودة الخدمات. وتتناول كذلك حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير العادلة، لكنها لا تقدم معالجة مفصلة لموضوعات ما بعد البيع مثل الضمان والصيانة وتسوية المنازعات الإلكترونية، حيث يرد تناول هذه المرحلة بشكل محدود وغير معمق.

الفصل الثاني

ماهية البيع والمستهلك الإلكتروني

شهدت العقود الأخيرة تطورًا غير مسبوق في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، وهو ما انعكس بوضوح على طبيعة العلاقات القانونية والاقتصادية في شتى المجتمعات. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور أنماط جديدة من التعاملات التجارية، من أبرزها البيع الإلكتروني الذي تجاوز الحدود الجغرافية التقليدية، وغير من ملامح مفهوم العقد وطبيعة العلاقة بين البائع والمستهلك.

إن دراسة الإطار المفاهيمي والقانوني للبيع الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني تمثل الأساس الذي تُبنى عليه باقي محاور هذه الدراسة، إذ لا يمكن بحث الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة ما بعد البيع دون فهم دقيق لطبيعة هذا النوع من البيوع وخصائص الأطراف المتعاقدة. ومن هنا يتناول هذا الفصل تعريف البيع الإلكتروني، وتمييزه عن العقود التقليدية، وبيان أركانه وأساسه القانوني، وكذلك توضيح الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني. كما يبحث الفصل في مفهوم المستهلك الإلكتروني وخصائصه القانونية، مع بيان التحديات والإشكاليات التي قد تواجهه في بيئة التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

البيع الإلكتروني - المفهوم والأساس القانوني

يُعدّ البيع الإلكتروني من أبرز صور العقود الحديثة التي فرضتها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أضحى العالم اليوم يعيش في ظل اقتصاد رقمي يعتمد بصورة أساسية على شبكة الإنترنت كوسيلة لإبرام العقود وتنفيذها. وقد تزايدت أهمية هذا النوع من البيوع بشكل ملحوظ نتيجة التطورات التقنية المتسارعة وسهولة استخدام المنصات الإلكترونية والتطبيقات الذكية، مما أتاح الفرصة أمام ملايين المستهلكين لإتمام تعاملاتهم التجارية عن بُعد، دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف¹.

إن البيع الإلكتروني يُعدّ امتداداً طبيعياً لمفهوم البيع التقليدي في القانون المدني، إلا أنّه يمتاز بخصائص قانونية وتقنية تميّزه عن العقود المعتادة، وهو ما يستدعي الوقوف على مفهومه وحدوده القانونية، وبيان ما إذا كان يُعدّ عقداً جديداً مستقلاً بذاته أم صورة من صور البيوع المعروفة مع اختلاف وسيلة الإبرام².

ولقد تتبّه المشرّع الأردني، شأنه شأن معظم المشرّعين، إلى ضرورة تنظيم المعاملات الإلكترونية عموماً، والعقود الإلكترونية بوجه خاص، من خلال إصدار قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، الذي وضع القواعد الأساسية للاعتراف القانوني بالتصرفات المبرمة عبر الوسائط الإلكترونية وحدّد أركانها ومتطلباتها الشكلية والموضوعية³.

¹ موسى، طالب حسن، قانون التجارة الإلكترونية الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2016، ص. 15

² أبو شمس، سماهر عبد الكريم، المسؤولية المدنية الإلكترونية: القانون الواجب التطبيق دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2020، ص. 24

³ قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، الجريدة الرسمية رقم 5341 في 2015/05/17، يعمل به من تاريخ نشره.

وفي هذا الإطار، يبرز التساؤل حول الطبيعة القانونية للبيع الإلكتروني، ومدى انطباق القواعد العامة في القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 عليه، أو ما إذا كانت هناك أحكام خاصة تستدعي المعالجة القانونية المستقلة نظراً لخصوصية بيئة الإنترنت وما تفرضه من تحديات عملية تتعلق بالإثبات، والالتزامات المتبادلة، وحقوق المستهلك.¹

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا المبحث إلى بيان المفهوم القانوني للبيع الإلكتروني من خلال تعريفه وبيان خصائصه وتمييزه عن العقود التقليدية، مع الوقوف على الأركان القانونية لهذا العقد كما نظمها المشرع الأردني وبعض التشريعات المقارنة، وصولاً إلى تحديد طبيعته القانونية والأساس الفقهي والقضائي الذي يستند إليه. وتشكل هذه المعالجة حجر الأساس لفهم العلاقة التعاقدية التي تربط المورد بالمستهلك الإلكتروني، والتي ستكون محوراً جوهرياً عند الانتقال لاحقاً إلى بحث حماية المستهلك في مرحلة ما بعد البيع.

ومن هنا يتوزع هذا المبحث على ثلاثة مطالب رئيسية؛ يتناول المطلب الأول تعريف البيع الإلكتروني وخصائصه وبيان أوجه التمييز بينه وبين العقود المدنية التقليدية، بينما يتعرض المطلب الثاني لأركان عقد البيع الإلكتروني وفقاً للتشريعات ذات العلاقة، ويتناول المطلب الثالث الطبيعة القانونية لهذا العقد والإشكاليات العملية التي قد تثيرها طبيعته الخاصة.

¹ دودين، بشار محمد، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص. 75

المطلب الأول

تعريف البيع الإلكتروني وتمييزه عن العقود التقليدية

يُعدّ عقد البيع من العقود المسماة في القانون المدني الأردني، إذ عرّفه المشرّع في المادة (465) منه بأنه عقد يلتزم بمقتضاه البائع بنقل ملكية شيء أو حق مالي آخر إلى المشتري مقابل ثمن نقدي¹. ومع التطور التكنولوجي والتحوّل الرقمي، برز مفهوم البيع الإلكتروني كصيغة حديثة تُمارَس من خلال الوسائط الإلكترونية، ولا سيما شبكة الإنترنت².

لقد فرض هذا النوع من العقود أنماطاً جديدة في إبرام الصفقات وتنفيذها وتسليم موضوعها، بحيث بات بالإمكان إتمام عملية البيع من دون أي التقاء مادي بين البائع والمشتري، وهو ما يطرح تساؤلات حول مدى انطباق قواعد البيع التقليدي عليه، وحاجة المشرّع إلى وضع ضوابط قانونية خاصة تكفل تنظيمه وحماية الأطراف المتعاقدة فيه.

الفرع الأول: التعريف اللغوي والاصطلاحي للبيع

التعريف اللغوي: البيع في اللغة هو مقابلة شيء بشيء، وغالباً ما يُستخدم بمعنى مبادلة المال بالمال. جاء في لسان العرب: "البيع من باع الشيء يبيعه بيعاً: أي بايعه على الشيء. وأصله مبادلة مال بمال"³.

التعريف الاصطلاحي: عرّف القانون المدني الأردني البيع بأنه "البيع تمليك مال أو حق مالي لقاء عوض". (المادة 465 من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976)⁴.

¹ الفتلاوي، عبيد، الوجيز في شرح العقود المسماة: البيع والإيجار، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2021، ص. 37.

² موسى، طالب حسن، قانون التجارة الإلكترونية الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمّان، 2016، ص. 20.

³ ابن منظور، لسان العرب، مجلد 1، ص 456.

⁴ القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976، المادة 465.

الفرع الثاني: التعريف القانوني للبيع الإلكتروني:

يُعرّف البيع الإلكتروني بأنه: «عقد يتم إبرامه وتنفيذه كلياً أو جزئياً عبر وسائل إلكترونية، من خلال منصة رقمية أو شبكة الإنترنت، يلتزم بموجبه البائع بنقل ملكية سلعة أو تقديم خدمة للمستهلك مقابل ثمن يُدفع إلكترونياً أو بوسيلة دفع غير نقدية»¹.

وقد عرّف البيع الإلكتروني أيضاً بأنه: «عقد بيع ينعقد بين متعاقدين من خلال تبادل الإيجاب والقبول عبر وسائل الاتصال الإلكتروني الحديثة»².

ويؤكد ذلك ما ورد في قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015 الذي أقرّ الاعتراف بالبيانات الإلكترونية كوسيلة مشروعة في التعبير عن الإرادة والتعاقد "رسائل البيانات الإلكترونية تعتبر وسيلة مشروعة لإبداء الإرادة والتعاقد"³.

الفرع الثالث: خصائص البيع الإلكتروني

يتميز البيع الإلكتروني بعدة خصائص تفرّقه عن العقود التقليدية، أبرزها **التعاقد عن بُعد**، حيث يُبرم العقد دون لقاء مادي بين الأطراف عبر وسائط إلكترونية مثل الإنترنت، تطبيقات الهواتف الذكية، أو البريد الإلكتروني، وهو ما أكدت عليه المادة 9 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني، التي اعترفت برسائل البيانات كوسيلة لإبرام العقود ومنحتها حجية قانونية⁴. كما يعتمد البيع الإلكتروني على **التوثيق الرقمي** مثل الفواتير الرقمية والتوقيعات الإلكترونية المعتمدة، مما يوفر إثباتاً قانونياً موثقاً⁵. ويزداد تعقيد هذه العلاقة بسبب تعدد الأطراف الوسيطة، مثل منصات التسويق الإلكتروني

¹ دودين، بشار محمد، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص. 79

² عباس العبودي، شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني: البيع والإيجار، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص. 23

³ قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، المادة 9

⁴ قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، المادة 9

⁵ قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، المادة 3

ومزودي خدمات الدفع الإلكتروني، ما يجعل تنظيم الالتزامات القانونية أكثر أهمية¹. إضافة إلى ذلك، يتميز البيع الإلكتروني بـ **عالمية التعاقد**، إذ قد يكون البائع والمستهلك في دولتين مختلفتين، ما يثير إشكاليات تنازع القوانين والاختصاص القضائي، كما أشارت دراسة Howells & Weatherill². ومن خصائصه الجوهرية أيضاً **تسهيل التسوق والإبرام الفوري** في أي وقت ومن أي مكان، إضافة إلى **قابلية التعديل والإلغاء إلكترونياً** قبل الإرسال النهائي، وهو ما لا يتوافر غالباً بنفس المرونة في العقود التقليدية. وبناءً على ذلك، يظهر أن البيع الإلكتروني يقوم على مزيج من الخصائص التقنية والقانونية التي تستدعي تنظيمًا قانونيًا خاصًا لحماية الطرف الأضعف وهو المستهلك³.

الفرع الرابع: أوجه التمييز بين البيع الإلكتروني والعقود التقليدية

يُدرج البيع الإلكتروني، من حيث طبيعته القانونية، ضمن عقود البيع المسماة في القانون المدني الأردني، إلا أن طريقة انعقاده وإثباته تميّزه بوضوح عن البيع التقليدي. فعلى مستوى الإبرام، يفترض البيع التقليدي تبادل الإيجاب والقبول حضورياً أو كتابياً، بينما يتم البيع الإلكتروني عبر رسائل البيانات وفقاً للمادة (9) من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني، والتي اعتبرت عرض البيانات وقبولها عبر الأنظمة الإلكترونية وسيلة صحيحة لانعقاد العقد.

أما من حيث **الإثبات**، فإن العقود التقليدية تخضع لأحكام قانون البيانات، حيث لا يجوز إثبات التصرفات القانونية التي تزيد قيمتها على مئة دينار إلا بالكتابة. في المقابل، منح المشرع للرسائل الإلكترونية والتوقيعات الرقمية الحجية القانونية ذاتها للمحررات الورقية متى استوفت شروطها القانونية المنصوص عليها في قانون المعاملات الإلكترونية، مما يجعل الإثبات الإلكتروني قائماً بذاته ومستقلاً

¹ Laudon, K.C. & Traver, C.G., E-commerce 2021–2022: Business, Technology and Society, Pearson, 2021, p. 122

² Howells, G. & Weatherill, S., Consumer Protection Law, Ashgate Publishing, 2005, p. 57

³ ناصر، حمودي محمد، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص. 58-

عن الوسائل التقليدية.¹ ومن حيث التنفيذ، قد يتم تسليم المبيع في العقود التقليدية حضورياً أو في موعد لاحق بحسب الاتفاق، بينما يتم تنفيذ البيع الإلكتروني غالباً عبر الشحن إلى عنوان المستهلك، أو من خلال إتاحة تحميل المنتج الرقمي أو تفعيله إذا كان محل التعاقد محتوى إلكترونياً أو خدمة رقمية.² ومن حيث المخاطر، تنطوي العقود الإلكترونية على مخاطر خاصة بالبيئة الرقمية، مثل احتمالية الاحتيال الإلكتروني أو اختراق البيانات أو صعوبة ملاحقة المورد عندما يكون خارج الحدود الإقليمية للدولة، الأمر الذي يتطلب تعزيز الضمانات القانونية والتنظيمية.³ أما من حيث الإطار القانوني، فيخضع البيع التقليدي للقواعد العامة في القانون المدني وإلى القوانين الخاصة ذات الصلة بحسب طبيعة التصرف، بينما يتوازى في البيع الإلكتروني تطبيق أحكام القانون المدني مع أحكام قانون المعاملات الإلكترونية وقانون حماية المستهلك الأردني، إضافة إلى تأثير النماذج الدولية في هذا المجال مثل قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية، وهو ما يثير في بعض الحالات إشكالات تتعلق بتحديد القانون الواجب التطبيق عندما يتضمن العقد عنصراً أجنبياً.⁴

الفرع الخامس: الأساس القانوني والاعتراف التشريعي

أقرّت التشريعات الحديثة بمبدأ صحة العقود المبرمة بوسائل إلكترونية، ومنحتها ذات الحجية المقررة للعقود التقليدية ما دامت مستوفية لأركان العقد المقررة في القانون المدني، وهي التراضي، والمحل، والسبب، مع ضرورة توافر شروط صحة الرضا ومنها الأهلية وخلو الإرادة من العيوب. وقد كرس المشرع الأردني هذا الاتجاه في قانون المعاملات الإلكترونية؛ إذ نصّ في المادة (9) على أن "تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المعتبرة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول

¹ عبيدات، إبراهيم محمد (2024)، تشريعات التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ص32-33

² أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2025. ص41

³ الشبلي العتوم، محمد، جرائم تكنولوجيا المعلومات النظرية العامة للجرائم الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2023. ص 89

⁴ United Nations, UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, 1996. P 34

بقصد إحداث التزام تعاقدى.”، كما نظم في المواد (15، 16) أحكام التوقيع الإلكتروني وحجته ومعايير الموثوقية، بما يؤكد مساواة الوسائل الإلكترونية بالوسائل التقليدية في مجال الإثبات.¹

كما دعمت اتفاقيات دولية وإقليمية هذا الاعتراف، وقد نصت اتفاقية الأمم المتحدة بشأن استخدام الاتصالات الإلكترونية في العقود الدولية على أن العقود المبرمة عبر وسائل إلكترونية تتمتع بذات الحجية القانونية للعقود التقليدية، شريطة التحقق من هوية الأطراف وتوافر نية الالتزام.²

ومن هنا يتضح أن البيع الإلكتروني، رغم حداثة وسيلته، يظل خاضعاً للقواعد العامة للبيع، مع خصوصية تستوجب تدخّل المشرّع لوضع قواعد حماية توازن بين مصالح المورد والمستهلك. يتبيّن من العرض السابق أن البيع الإلكتروني قد أعاد تشكيل المفهوم التقليدي للبيع من خلال إتاحتها وسائل حديثة لإبرام العقود وتنفيذها بطرق غير تقليدية، مما أفرز تحديات قانونية وتقنية تستدعي تنظيمًا دقيقًا لضمان حماية الحقوق وضبط الالتزامات. وتُعد هذه الخصائص جوهرًا لفهم العلاقة التعاقدية بين المورد والمستهلك الإلكتروني، وهو ما سيُنَى عليه البحث في المطلب اللاحق المتعلق بأركان عقد البيع الإلكتروني، ثم في الفصول التالية الخاصة بحماية المستهلك ما بعد البيع.

¹ قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015، المواد (9)، 15، 16)

² UNCITRAL, op. cit., Section 2, Paragraph 4.

المطلب الثاني

أركان عقد البيع الإلكتروني

كما ذكرنا سابقاً، يُعتبر عقد البيع الإلكتروني من العقود المسماة التي استحدثتها البيئة الرقمية، والتي تخضع - من حيث المبدأ - للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني الأردني، مع مراعاة الخصوصية التي تفرضها طبيعة المعاملات الإلكترونية ووسائل إبرامها. وكما هو الحال في عقد البيع التقليدي، يقوم عقد البيع الإلكتروني على أركان أساسية لا ينعقد بدونها، وهي: الرضا، والمحل، والسبب، إلا أن هذه الأركان في البيئة الإلكترونية قد تتخذ أشكالاً وآليات مميزة بفعل الوسائط التكنولوجية المعتمدة¹.

ويقتضي البحث في أركان هذا العقد التعرف على كيفية تحقق هذه الأركان في ظل إبرامه عبر شبكة الإنترنت، وبيان ما إذا كانت القواعد التقليدية تكفي لتنظيمها أو أن ثمة حاجة لقواعد خاصة تراعي خصوصية المعاملات الإلكترونية.

الفرع الأول: ركن الرضا في عقد البيع الإلكتروني

يُعد ركن الرضا الركن الجوهري لانعقاد أي عقد، سواء أُبرم بالطريقة التقليدية أو عبر الوسائل الإلكترونية، إذ نصت المادة (93) من القانون المدني الأردني على أن: "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 دلالة على التراضي"²، وهو ما ينطبق كذلك على عقود البيع الإلكتروني، مع مراعاة أن التعبير عن الإرادة هنا يتم عبر وسائط

¹ المطالفة، محمد فواز، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص. 45-46

² القانون المدني الاردني رقم 43 لسنة 1976 المادة 93

إلكترونية قد تكون مكتوبة (كالبريد الإلكتروني أو نماذج المواقع)، أو صوتية/مرئية (كالا اجتماعات الافتراضية)، أو عبر إجراءات تقنية كالنقر على زر الموافقة¹.

ويتميز ركن الرضا في العقود الإلكترونية بجملة من الخصوصيات، أهمها:

1. طريقة التعبير عن الإرادة: في البيئة التقليدية قد يتم التعبير عن الإرادة بالقول أو الكتابة أو

الإشارة، أما في البيئة الإلكترونية فإن الضغط على أيقونة "موافق" أو "شراء" أو إدخال

بيانات الدفع يُعد تعبيراً عن القبول، ويكون ملزماً متى كان واضحاً ومحدد².

2. تلاقي الإيجاب والقبول: في العقود التقليدية يكون تلاقي الإرادتين آنياً أو بفارق زمني قصير،

بينما في المعاملات الإلكترونية قد يحدث تلاقي الإرادتين بفارق زمني ملحوظ بسبب البنية

التقنية (إيجاب عبر موقع ويب وقبول لاحق عبر البريد الإلكتروني مثلاً)³.

3. حماية المستهلك من الإذعان الإلكتروني: نظراً لأن معظم عقود البيع الإلكتروني تكون في شكل

عقود إذعان معدة مسبقاً من قبل التاجر الإلكتروني، فإن المشرع الأردني، في قانون المعاملات

الإلكترونية وقانون حماية المستهلك، أوجب توفير بيانات واضحة للمستهلك حول السلعة أو الخدمة

والسعر وآلية الإرجاع قبل إبرام العقد، حتى يكون الرضا مبنياً على علم كافٍ⁴.

كما يشترط المشرع - أسوة بالعقود التقليدية - خلوّ الرضا الإلكتروني من عيوب الإرادة كالغبن

الفاحش، والغلط، والتغيير، والإكراه، رغم أن إثبات عيوب الإرادة في التعاقد الإلكتروني قد يثير

¹ الشريقات، محمود عبد الرحيم، التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص. 65

² الشريقات، محمود عبد الرحيم (2011)، التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 66

³ المطالفة، محمد فواز (2011)، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 38

⁴ أبو الهيجاء، محمد (2025)، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 44

صعوبات عملية، إلا أن هذه الصعوبات لا تنفي إمكانية الحماية، إذ يمكن الاستعانة بوسائل الإثبات الإلكترونية، كالسجلات الرقمية وبيانات الدخول والمراسلات الإلكترونية، بما يحقق قدرًا من التوازن بين أطراف العقد¹.

الفرع الثاني: ركن المحل في عقد البيع الإلكتروني

يُعتبر ركن المحل من الأركان الجوهرية التي لا يتم العقد بدون تحققها، فهو موضوع الالتزام وهدف العقد الذي يتفق عليه الطرفان. وفي عقد البيع الإلكتروني، يشير المحل إلى السلعة أو الخدمة التي يتم التعاقد عليها عبر الوسائط الرقمية².

يشترط في المحل أن يكون موجوداً، وممكنًا، ومشروعاً، ومحددًا أو قابلاً للتحديد، وفقاً للمادة (163) من القانون المدني الأردني التي تنص على أن: "يشترط أن يكون المحل قابلاً لحكم العقد. فإن منع الشارع التعامل في شيء أو كان مخالفاً للنظام العام أو للأداب كان العقد باطلاً"³.

وفي السياق الإلكتروني، يتطلب تحديد المحل وضوحاً أكبر بسبب طبيعة السلعة أو الخدمة التي قد تكون مادية (كالسلع التقليدية التي تُسجن إلى المستهلك) أو رقمية (كالبرمجيات، أو المحتويات الرقمية)⁴.

ويبرز تحدٍ قانوني في التمييز بين السلع الرقمية والخدمات الإلكترونية، حيث يُعتبر البيع الإلكتروني أحياناً بيعاً لمحتوى رقمي لا يتطلب تسليم مادي، مما يستدعي وضع تعريف قانوني واضح للمحل ليشمل هذه الفئات الجديدة⁵.

¹ محمود، عبد الله ذيب (2012)، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص-52

² برهم، نضال سليم (2010)، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص51

³ القانون المدني الاردني رقم 43 لسنة 1976 المادة 163

⁴ ناصر، حمودي محمد (2012)، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص.67

⁵ Laudon, K.C., Traver, C.G. (2021) ،E-commerce 2021–2022: Business, Technology and Society, Pearson,p.58

كما يحرص المشرع الأردني، من خلال قانون حماية المستهلك، على ضمان حق المستهلك في الحصول على معلومات واضحة ودقيقة عن محل العقد قبل إبرامه، إذ نصّت المادة (2/أ/3) من قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017 على حق المستهلك في الحصول بصورة واضحة على المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلعة أو الخدمة التي يشتريها وشروط البيع لها، وذلك حمايةً للمستهلك من الغش أو التلاعب¹.

ويتطلب المحل في العقود الإلكترونية أيضاً توثيقاً يثبت وصف السلعة أو الخدمة بدقة، سواء من خلال الصور، أو المواصفات الفنية، أو شروط الاستخدام، لضمان وضوح الالتزام المبرم بين الطرفين².

ومع تزايد التعامل مع السلع الرقمية، ظهرت إشكاليات تتعلق بحقوق الملكية الفكرية والنسخ والتوزيع، مما يجعل من ركن المحل مجالاً يتطلب تنظيمات قانونية حديثة تأخذ بعين الاعتبار التطورات التقنية في السوق الإلكتروني³.

وفي ضوء ذلك، يُلاحظ أن عقد البيع الإلكتروني رغم استناده إلى قواعد القانون المدني الأردني، يحتاج إلى تفسير وتكييف خاص لأركانه، ومن بينها ركن المحل، ليناسب خصوصية المعاملات الرقمية.

الفرع الثالث: ركن السبب في عقد البيع الإلكتروني

يُعد ركن السبب في العقد الركن الذي يبرر إرادة الأطراف في إبرام العقد، وهو الغاية القانونية التي يسعى الطرفان لتحقيقها من خلال التعاقد. وبالنسبة لعقد البيع الإلكتروني، فإن السبب يكمن

¹ النجار، زياد إبراهيم (2019)، قواعد حماية المستهلك من التفرير والغبن في العقود الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص.

² حسان، منى أبو بكر (2022)، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص. 97

³ ناصر، حمودي محمد (2012)، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 67

في انتقال ملكية السلعة أو توفير الخدمة مقابل مالي، وهو ما يعطي العقد شرعيته ويؤدي إلى إنتاج الآثار القانونية¹.

ينص القانون المدني الأردني في المادة (165) على أن: "السبب هو الغرض المباشر المقصود من العقد. ويجب أن يكون موجوداً وصحياً ومباحاً غير مخالف للنظام العام أو الآداب"².

وفي البيئة الإلكترونية، يظل ركن السبب خاضعاً لذات المبادئ المقررة في البيئة التقليدية، من حيث افتراض وجوده ومشروعيته، غير أن خصوصية التعاقد الإلكتروني قد تبرز عند التحقق من مشروعية السبب، ولا سيما في العقود التي تنصب على تقديم خدمات رقمية أو محتوى إلكتروني قد يثير بطبيعته إشكالات قانونية تتعلق بالنظام العام أو الآداب³.

تظهر تحديات في تحديد السبب في عقود البيع الإلكتروني خصوصاً عندما يكون العقد متضمناً عدة عناصر مثل الترخيص باستخدام برنامج، أو الاشتراك في خدمات عبر الإنترنت، مما يجعل تحديد السبب أكثر تعقيداً من مجرد انتقال ملكية مادية⁴.

كما أن وجود العقود متعددة الأطراف في التجارة الإلكترونية، مثل تلك التي تشمل مزودي خدمات الدفع أو شركات الشحن، قد يثير تساؤلات حول تحديد السبب الحقيقي لكل طرف في العقد وتأثيره على صحة العقد⁵.

¹ موفق، حماد عبد (2010)، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ص.

² القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976، المادة 165

³ الفواعير، علاء محمد (2014)، العقود الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 102.

⁴ الفواعير، علاء محمد (2014)، العقود الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 103.

⁵ برهم، نضال سليم (2010)، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 88.

ويحرص القانون الأردني، وبالأذات قانون المعاملات الإلكترونية، على احترام مبدأ مشروعية السبب، وحماية الأطراف من الوقوع في عقود باطلة بسبب وجود سبب غير مشروع، وذلك لضمان استقرار المعاملات الإلكترونية وموثوقيتها¹.

من ناحية أخرى، يجب على الأطراف في البيع الإلكتروني التأكد من وضوح السبب وتحديد بدقة في شروط العقد الإلكترونية، حتى لا ينشأ نزاع مستقبلي حول ماهية الالتزامات وغايات العقد، خصوصاً في المعاملات التي تشمل خدمات ما بعد البيع، والدعم الفني، والضمانات الرقمية.²

¹ عبيدات، إبراهيم محمد (2024)، تشريعات التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص. 45-47.

² الجاف، علاء عمر محمد، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2017،

المطلب الثالث

الطبيعة القانونية لعقد البيع الإلكتروني

يشكل عقد البيع الإلكتروني نموذجاً معاصراً لعقود البيع التقليدية، لكنه يحمل في طياته خصائص قانونية متجددة نتجت عن التحول الرقمي والتطور التكنولوجي الذي أتاح بيئة إلكترونية لإبرام العقود. ومن هنا تبرز أهمية دراسة الطبيعة القانونية لهذا العقد، التي تجمع بين تطبيق القواعد العامة للعقود في القانون المدني الأردني، وبين الحاجة إلى تطوير قواعد خاصة تراعي خصوصية الوسائط الإلكترونية وأدوات التعاقد فيها¹.

تُشير الطبيعة القانونية لعقد البيع الإلكتروني إلى أنه عقد ملزم قانونياً، يلتزم بموجبه الطرفان بتنفيذ الالتزامات المترتبة عليه، وهو بذلك لا يختلف عن العقود التقليدية من حيث الأثر القانوني، إلا أن وسائل إبرامه وتنفيذه قد تفرض معالجات قانونية مختلفة، خاصة في جوانب الإثبات، والاختصاص القضائي، وحماية الأطراف، خصوصاً المستهلك².

وتتداخل في هذا السياق قواعد القانون المدني الأردني، وقانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، وقانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017، لتؤسس إطاراً قانونياً يحكم العلاقة التعاقدية في البيع الإلكتروني.

¹ الجاف، علاء عمر محمد (2017)، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص. 28.

² حسان، منى أبو بكر (2022)، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص. 46.

كما أن التشريعات الدولية مثل اتفاقية الأمم المتحدة بشأن استخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية (2005)، واتفاقيات منظمة التجارة العالمية، تلعب دوراً مهماً في تشكيل المعايير القانونية لعقود البيع الإلكتروني، خاصة في المعاملات العابرة للحدود¹.

وسيتناول هذا المطلب دراسة متعمقة للطبيعة القانونية لعقد البيع الإلكتروني من خلال استعراض القواعد القانونية المنظمة له، وبيان الأثر القانوني لعقد البيع الإلكتروني، وتحديد القضايا القانونية التي تميزه عن عقود البيع التقليدية.

الفرع الأول: القواعد القانونية النازمة لعقد البيع الإلكتروني

عقد البيع الإلكتروني يخضع لقواعد القانون المدني الأردني كقاعدة عامة للعقود، حيث يطبق عليه أحكام البيع المنصوص عليها في القانون المدني رقم 43 لسنة 1976، من حيث أركانه وأثره، إلا أن خصوصية البيئة الإلكترونية استدعت صدور قوانين خاصة تنظم الجوانب التقنية والإثباتية، مثل قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، الذي اعترف بصحة التوقيع الإلكتروني ورسائل البيانات، وجعلها مساوية في الإثبات للتوقيع الورقي التقليدي².

إضافة إلى ذلك، يلتزم عقد البيع الإلكتروني بقواعد حماية المستهلك الواردة في قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017، التي تنظم حقوق المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وتفرض على البائع الالتزام بالإفصاح الكامل والدقيق عن السلعة أو الخدمة، وحقوق المستهلك في التراجع والإلغاء، الأمر الذي يعكس أهمية هذه القوانين في تأطير العلاقة التعاقدية بين البائع والمشتري الإلكتروني³.

¹ United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts, 2005, p1

² عبيدات، إبراهيم. تشريعات التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2019، ص. 50

³ النجار، زياد إبراهيم. قواعد حماية المستهلك من التمييز والغبن في العقود الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2019، ص.

وتكمن أهمية هذه القواعد في تحقيق التوازن بين حماية حقوق المستهلك وتعزيز حرية التعاقد، كما تؤمن وضوح المعايير التي يجب على الأطراف الالتزام بها لتجنب النزاعات وحماية الثقة في البيئة الإلكترونية.

الفرع الثاني: الأثر القانوني لعقد البيع الإلكتروني

عقد البيع الإلكتروني يولد آثاراً قانونية مشابهة لتلك التي تنشأ عن عقد البيع التقليدي، حيث يترتب عليه انتقال ملكية السلعة أو توفير الخدمة، وقيام الالتزامات المتبادلة بين الطرفين. إلا أن الطبيعة الإلكترونية لهذا العقد تؤثر في بعض الجوانب المتعلقة بالإثبات، والتنفيذ، والاختصاص القضائي¹.

فمن حيث الإثبات، يعترف قانون المعاملات الإلكترونية الأردني بالتوقيع الإلكتروني ورسائل البيانات كوسائل قانونية للإثبات، مما يعزز قوة الأدلة المقدمة في النزاعات القضائية².

أما في مجال التنفيذ، قد يختلف التنفيذ الفعلي للالتزامات بين العقود الإلكترونية والعقود التقليدية، خصوصاً في حالة السلع الرقمية التي يتم تحميلها مباشرة، أو الخدمات التي تقدم عبر الإنترنت، مما يستوجب تطوير آليات تنفيذ تناسب هذا النمط من العقود³.

وعلى صعيد الاختصاص القضائي، تطرح المعاملات الإلكترونية إشكاليات في تحديد المحكمة المختصة، لا سيما في المعاملات العابرة للحدود، مما يدفع إلى ضرورة وجود قواعد خاصة لتحديد الاختصاص القضائي وحل النزاعات بما يتناسب مع الطبيعة الرقمية للعقد⁴.

¹ حماد، عبد. الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة. بيروت: منشورات زين الحقوقية، 2010، ص. 47.

² محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2025، ص. 190.

³ الشрман، صهيب يحيى، الوفاء الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2025، ص. 61.

⁴ ناصر، حمودي محمد، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص. 52.

المبحث الثاني

المستهلك الإلكتروني تعريفه وخصائصه القانونية

لم يعد المستهلك في البيئة الرقمية شبيهاً بالمستهلك التقليدي الذي يتعامل وجهاً لوجه مع البائع أو التاجر؛ بل أصبح طرفاً يتعاقد عن بُعد عبر وسائط إلكترونية، ما جعله في موقع أكثر هشاشة أمام احتمالية الغش أو التضليل أو الإخلال بالتزامات المورد. ومن هنا برزت الحاجة إلى إعادة النظر في المركز القانوني للمستهلك عند إبرام العقود الإلكترونية، وتحديد ما يتميز به عن غيره من المتعاملين، ولا سيما التاجر الذي يمتلك الخبرة والقدرة على فرض شروطه.

ويكتسب هذا المبحث أهميته من كونه يسلط الضوء على ماهية المستهلك الإلكتروني، من خلال التعريف به وبيان الفروق الجوهرية بينه وبين التاجر، إضافة إلى استعراض الحماية القانونية المقررة له في العقود الإلكترونية، وطرح أبرز الإشكاليات القانونية التي يثيرها هذا المركز القانوني في الواقع العملي.

المطلب الأول

تعريف المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن التاجر

الفرع الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

يُعد مفهوم المستهلك من المفاهيم الأساسية في الفقه القانوني الحديث، وقد تطور هذا المفهوم بشكل لافت مع انتقال النشاط التجاري من صورته التقليدية إلى البيئة الإلكترونية. ففي المعاملات التقليدية، استقر الفقه والتشريعات على اعتبار المستهلك هو الشخص الطبيعي الذي يقتني سلعة أو خدمة لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، دون أن يكون هدفه ممارسة نشاط تجاري أو مهني. أما

في البيئة الإلكترونية، فقد أصبح هذا المفهوم بحاجة إلى إعادة صياغة تتلاءم مع طبيعة المعاملات التي تُبرم عبر الشبكات الرقمية¹.

وقد اختلف الفقه في تحديد المستهلك الإلكتروني بين اتجاهين رئيسيين²:

الاتجاه الضيق: يرى أن المستهلك الإلكتروني لا يختلف جوهرياً عن المستهلك التقليدي، فهو

كذلك الشخص الطبيعي الذي يبرم عقداً إلكترونياً بهدف غير مهني أو تجاري. ويؤكد أن

مجرد اختلاف وسيلة التعاقد (الإلكترونية بدلاً من مباشرة) لا يغير من جوهر المفهوم³.

الاتجاه الواسع: يذهب إلى أن المستهلك الإلكتروني يتميز بخصائص إضافية، أهمها اعتماده

على وسائط إلكترونية في إبرام العقد، وما يترتب على ذلك من ضعف في المركز القانوني،

بسبب غياب الرؤية المادية للسلعة، واعتماده على المعلومات التي يزوده بها المورد عبر

الشبكة. وبالتالي، فهو بحاجة إلى تعريف خاص يميز طبيعته وظروفه⁴.

ومن وجهة نظر الباحث، فإن الاتجاه الواسع أكثر ملاءمة للتطبيق العملي والحماية القانونية، إذ

يعكس التحديات الفعلية التي يواجهها المستهلك الإلكتروني ويبرر تطوير آليات حماية

إضافية تفوق تلك المقررة للمستهلك التقليدي.

وفي هذا الإطار، لم يتبنَّ القضاء الأردني حتى تاريخه تعريفاً قضائياً مستقلاً واضحاً للمستهلك

الإلكتروني في أحكام صادرة، وإن كانت عدد من الدراسات والأبحاث القانونية تحاول صياغة تعريف

أدق للمستهلك الإلكتروني يستوعب خصوصيات البيئة الرقمية⁵، يمكن صياغته على النحو الآتي:

¹ أبو الحديد، عبد الرؤوف حسن، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر والقانون، مصر، 2020، ص. 33

² أبو الحديد، عبد الرؤوف حسن، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر والقانون، مصر، 2020، ص 6

³ محمود، عبدالله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة، عمان، 2012، ص

⁴ إبراهيم، خالد ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص

⁵ النجار، زياد إبراهيم. قواعد حماية المستهلك من التمييز والغبن في العقود الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2019، ص.

المستهلك الإلكتروني هو كل شخص طبيعي يتعاقد عبر وسائط إلكترونية بقصد الحصول على سلعة أو خدمة لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، دون أن يكون الهدف من التعاقد تحقيق غرض تجاري أو مهني.

ويلاحظ من هذا التعريف أن المستهلك الإلكتروني يشترك مع المستهلك التقليدي في كونه شخصاً طبيعياً يتعاقد لتحقيق حاجات شخصية، إلا أنه يختلف عنه في أداة التعاقد (الوسائط الإلكترونية) وما تفرضه من خصوصية تتعلق بالإثبات، والحماية من الغش، وضمان الحق في العدول.

الفرع الثاني: خصائص المستهلك الإلكتروني

يتميز المستهلك الإلكتروني بعدة خصائص تجعله في موقع ضعف نسبي مقارنة بالمورد، مما يبرر تخصيص قواعد قانونية حمائية له. فهو غالباً ما يبرم العقد وفق شروط نموذجية معدة مسبقاً من قبل المورد دون أن يكون له القدرة على مناقشتها أو تعديلها، الأمر الذي يضعف مركزه التفاوضي. كما يعتمد في قراره بالشراء على المعلومات الإلكترونية التي يعرضها المورد عبر الإنترنت من أوصاف وصور ومواصفات، دون أن يتمكن من معاينة السلعة مادياً أو التحقق من جودتها الفعلية. ويضاف إلى ذلك غياب الحضور المادي بين الطرفين، إذ لا يلتقي المستهلك بالبائع وجهاً لوجه، مما يجعل من الصعب التأكد من شخصية المورد أو مصداقيته. إضافة إلى ذلك، قد يواجه المستهلك صعوبة في إثبات مركزه القانوني، خاصة في الحالات التي يُثار فيها الجدل حول ما إذا كان المتعاقد يُعد مستهلكاً أم تاجراً، لا سيما عندما تكون السلعة قابلة للاستخدام لأغراض شخصية أو مهنية معاً¹.

¹ حمد، أمينة أحمد محمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016، ص. 57-

الفرع الثالث: تمييز المستهلك الإلكتروني عن التاجر

يُعد التمييز بين المستهلك الإلكتروني والتاجر أمرًا جوهريًا، إذ إن الخلط بين المركزين القانونيين يؤدي إلى اضطراب في تطبيق النصوص القانونية ذات الصلة. فمن حيث الغاية، المستهلك الإلكتروني يتعاقد عادةً لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، بينما يتعاقد التاجر لغرض ممارسة نشاط تجاري أو مهني يهدف إلى تحقيق الربح من خلال إعادة بيع السلعة أو استخدامها في نشاطه الاقتصادي.¹ كما يختلف المركز القانوني لكل منهما، فالمستهلك يتمتع بحماية قانونية خاصة في مواجهة المورد، تشمل الحق في الإعلام والعدول والحماية من الشروط التعسفية، في حين يخضع التاجر لقاعدة حرية التعاقد ومبدأ المساواة بين التجار، فلا تُمنح له الحماية المقررة للمستهلكين.² أما من حيث عبء الإثبات، فإذا ادعى الشخص أنه مستهلك إلكتروني فعليه أن يثبت أن الغرض من التعاقد لم يكن مهنيًا أو تجاريًا، بينما يُفترض في التاجر الخبرة والمعرفة الكافية، فلا يتمتع بنفس مستوى الحماية.³ ومن ثم، فإن المستهلك الإلكتروني لا يكتسب حمايته لمجرد استخدامه الوسائط الإلكترونية، بل لكونه يتعاقد من موقع ضعف نسبي وبهدف غير تجاري.

¹ الشمراني، عبد الله بن محمد، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص. 53

² بورزق، أحمد، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، ألفا للوثائق، الجزائر، 2020، ص. 84

³ زهرة، محمد المرسى، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية: العقد الإلكتروني، الإثبات الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني، دار النهضة العربية،

المطلب الثاني

الحماية المقررة للمستهلك في العقود الإلكترونية

الفرع الأول: الحماية التعاقدية للمستهلك الإلكتروني

تتمثل الحماية التعاقدية في الشروط التي يفرضها المشرع أو تُدرج في العقود الإلكترونية لضمان التوازن العقدي بين المستهلك والتاجر.

أولاً: الشفافية والإفصاح

يُلزم المشرّع مزود الخدمة أو البائع الإلكتروني بتقديم جميع المعلومات الأساسية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل العقد، بما في ذلك المواصفات، السعر، طرق الدفع، شروط التسليم، ومدة الضمان. كما يُمنح المستهلك حق مراجعة العقد قبل التعبير عن إرادته بالقبول، بما يتيح له التأكد من كافة بنوده ومحتوياته¹.

ثانياً: حق العدول أو الانسحاب

يعد من أبرز الضمانات المقررة للمستهلك الإلكتروني، إذ يمنحه المشرع الحق في التراجع عن العقد خلال مدة معينة ودون إبداء الأسباب، كما ان هذا الحق يحمي المستهلك من قرارات التعاقد المتسارعة أو التي تتم تحت تأثير الإعلانات المضللة.²

¹ الجديد، عواد، قواعد الضمان في البيع الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2020، ص. 97-99

² حسان، منى أبو بكر، الحق في الرجوع في العقد كإحدى الآليات القانونية لحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص27

ثالثاً: شرط عدم الإغفاء من المسؤولية

يحظر المشرّع على المورد تضمين العقد أي شرط من شأنه إعفاؤه من المسؤولية عن العيوب أو الحد من حقوق المستهلك. وتُعد مثل هذه الشروط باطلة بطلاناً مطلقاً لمخالفتها القواعد الآمرة المتصلة بحماية المستهلك¹.

الفرع الثاني: الحماية الإجرائية والقضائية للمستهلك الإلكتروني

تتجلى الحماية الإجرائية في تمكين المستهلك من الوصول إلى العدالة بشكل ميسر وسريع عند وقوع نزاع إلكتروني.

أولاً: التسهيلات الإجرائية

1. إمكانية تقديم الشكاوى والطلبات إلكترونياً عبر منصات وزارة الصناعة والتجارة أو هيئات

حماية المستهلك².

2. اعتماد وسائل الإثبات الإلكترونية أمام القضاء، مثل البريد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني

والفواتير الإلكترونية³.

ثانياً: بدائل تسوية المنازعات الإلكترونية (ODR)

أتاحت العديد من التشريعات للمستهلك اللجوء إلى آليات الوساطة والتحكيم الإلكتروني لحل النزاعات بسرعة وبتكاليف منخفضة، كالاتحاد الأوروبي مثلاً أنشأ منصة لتسوية المنازعات الإلكترونية بين المستهلكين والمزودين عبر الإنترنت⁴.

¹ العجمي، فلاح، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011، ص. 88

² تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، المادة (4)

³ الحروب، أحمد عزمي، السندات الإلكترونية: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص. 118

⁴ OECD ، p.28 ، 2016 Guidelines for Consumer Protection in the Context of E-commerce

الفرع الثالث: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

إضافة إلى الحماية المدنية والتعاقدية، يضمن المشرع حماية المستهلك من خلال تقرير جزاءات جزائية على المخالفات المرتكبة في البيئة الإلكترونية.

أولاً: جرائم الغش التجاري الإلكتروني

الغش التجاري عبر الوسائط الإلكترونية يُعد من أخطر الجرائم التي تهدد ثقة المستهلك في بيئة التجارة الإلكترونية. فهو لا يقتصر على بيع المنتجات المقلدة أو المزيفة فحسب، بل يشمل أيضاً عرض سلع وهمية لا وجود لها، أو التلاعب بمواصفاتها الحقيقية، أو وضع علامات تجارية غير صحيحة لإيهام المستهلك بجودتها.

- في القانون الأردني، يمكن ملاحقة مثل هذه الأفعال استناداً إلى قانون العقوبات الأردني (مثل المواد الخاصة بالغش والتدليس في المعاملات التجارية) وإلى قانون المواصفات والمقاييس وقانون حماية المستهلك لسنة 2017 الذي نصّ على وجوب مطابقة السلع والخدمات للمواصفات القياسية¹.

- دولياً، مثلاً في الاتحاد الأوروبي، يُعتبر الغش التجاري الإلكتروني مخالفة جسيمة، وتوجد أجهزة رقابية مثل شبكة التعاون لحماية المستهلك CPC لمتابعة الإعلانات الإلكترونية المضللة.²

¹ الشبلي العتوم، محمد، جرائم تكنولوجيا المعلومات: النظرية العامة للجرائم الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2023، ص.

² European Union, Consumer Protection Cooperation (CPC) Network Guidelines, 2017.

ثانياً: جرائم الاحتيال الإلكتروني

الاحتيال الإلكتروني يختلف عن الغش، إذ يقوم على استخدام وسائل تقنية للتلاعب بالمستهلك

وسلب أمواله، مثل¹:

- إنشاء مواقع إلكترونية وهمية توهم المستهلك بأنها تابعة لشركات معروفة.
- إرسال رسائل بريد إلكتروني أو رسائل نصية تتضمن عروضاً مزيفة.
- استغلال وسائل الدفع الإلكتروني لسرقة بيانات البطاقات الائتمانية.

في الأردن، هذه الأفعال يجرمها قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023، الذي شدد

العقوبات على كل من يستخدم الشبكة المعلوماتية للاحتيال وسرقة الأموال، حيث تصل العقوبة للحبس والغرامة².

أما على الصعيد المقارن، فالقانون الأمريكي يميز بين الاحتيال التقليدي والاحتيال عبر الوسائط

الإلكترونية، ويضع عقوبات أشد لخطورة هذه الجرائم وسرعة انتشارها.³

ثالثاً: جرائم انتهاك البيانات الشخصية

البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني مثل اسمه، عنوانه، رقم هاتفه، تفاصيل بطاقته البنكية،

وسجلات مشترياته، تُعد ثروة في العصر الرقمي، وأي اعتداء عليها يُشكل جريمة.

¹ الشبلي العتوم، محمد، جرائم تكنولوجيا المعلومات: النظرية العامة للجرائم الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2023، ص. 86-83

² قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم (17) لسنة 2023، الجريدة الرسمية، المادة (5) وما بعدها.

³ Reference (U.S. Federal Law): United States Code (U.S.C.), Title 18 – Crimes and Criminal Procedure, Section 1343 – Fraud by wire, radio, or television.

في الأردن، نص قانون حماية البيانات الشخصية لسنة 2023 على عدم جواز جمع أو معالجة البيانات إلا بموافقة صريحة من الشخص المعني، وفرض عقوبات على المخالفين. كما جرم قانون الجرائم الإلكترونية الدخول غير المشروع إلى الأنظمة بقصد الحصول على بيانات الغير.

من صور هذه الجرائم: بيع قواعد بيانات المستهلكين دون علمهم، استخدام بياناتهم في التسويق غير المشروع، أو تسريبها لأطراف ثالثة¹.

في التشريعات المقارنة، مثل اللائحة الأوروبية لحماية البيانات GDPR، تصل الغرامات إلى ملايين اليوروهات ضد الشركات التي تنتهك خصوصية المستهلك².

¹ قانون حماية البيانات الشخصية الأردني لسنة 2023، الجريدة الرسمية، المواد (4) و(12) وما بعدها

² General Data Protection Regulation (GDPR), European Union, 2016, Articles: 5 (Principles relating to processing), 6 (Lawfulness of processing), 12–23 (Rights of the data subject), 32–34 (Security of processing and breach notification), 83 (Sanctions).

المطلب الثالث

المخاطر المرتبطة بالمستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني يواجه تحديات قانونية متعددة تنشأ من طبيعة التجارة عبر الإنترنت، وتعقيدات العقود الإلكترونية، والاختلاف بين التشريعات المحلية والدولية¹. يمكن تقسيم الإشكاليات القانونية إلى عدة محاور رئيسية:

الفرع الأول: إثبات الحقوق والمعاملات الإلكترونية

الهوية الرقمية: تحديد هوية الأطراف في العقود الإلكترونية يشكل تحدياً أساسياً بسبب غياب اللقاء الشخصي بين البائع والمشتري. فقد يُستخدم البريد الإلكتروني المزيف أو الحسابات الوهمية لإبرام العقود، ما يفتح الباب أمام الاحتيال والتلاعب خصوصاً عند التعامل مع منصات عالمية. عدم التحقق قد يؤدي إلى عقود باطلة أو نزاعات حول الأطراف المسؤولة.

التوثيق الرقمي: يُعدّ التوثيق الرقمي من العناصر الجوهرية في العقود الإلكترونية، إذ اعترف قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015 بحجية رسائل البيانات والتوقيع الإلكتروني، شريطة توافر معايير الموثوقية المنصوص عليها في القانون. ولا يلزم القانون باستخدام نوع محدد من وسائل التحقق، لكنه يشترط أن تكون الوسائل المستخدمة—مثل التوقيع الإلكتروني الموثوق والخدمات المعتمدة لإثبات هوية الأطراف—قادرة على ضمان سلامة الرسالة الرقمية ونسبتها إلى مُنشئها. ومع ذلك، ما تزال الممارسة القضائية تواجه بعض التحديات في تقييم قوة هذه الأدلة الإلكترونية، نظراً لحدثة الوسائل التقنية مقارنة بأدلة الإثبات التقليدية التي اعتادت عليها المحاكم.

¹ مومني، بشار، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، دار الكاتب الحديث، إربد، 2004، ص 10-11

تحديات الإثبات في النزاعات: عند النزاع حول جودة المنتج، التسليم أو تنفيذ الالتزامات، يحتاج المستهلك إلى تقديم دليل رقمي، مثل نسخ إلكترونية للفواتير، رسائل البريد الإلكتروني، أو لقطات شاشة. بعض الدراسات تشير إلى أن ضعف توحيد معايير الإثبات الإلكتروني يزيد من احتمالية خسارة المستهلك للنزاع.¹

الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني

التوقيع الإلكتروني يمثل الركيزة الأساسية في إثبات صحة العقود الإلكترونية، وينبغي أن يتوافر فيه شروط قانونية تضمن موثوقيته وحجيته القانونية. ينص قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015 على أن التوقيع الإلكتروني يعادل التوقيع اليدوي إذا كان مطابقاً للشروط المحددة، مثل ارتباطه بالشخص الموقع وقدرته على إثبات الإرادة.²

ومع أن التشريعات المقارنة قد تتجه إلى تصنيف التوقيع الإلكتروني إلى درجات متفاوتة من حيث القوة القانونية، إلا أن المشرع الأردني لم يأخذ بهذا التقسيم، بل اعتمد معياراً واحداً يقوم على مدى توافر الشروط التي نص عليها قانون المعاملات الإلكترونية، ولا سيما ما يتعلق بإمكانية التحقق من شخصية الموقع، وارتباط التوقيع به، وقدرته على إظهار رضاه بالتعاقد. ومن ثم، فإن معيار الحجية في ظل القانون الأردني يقوم على استيفاء هذه الشروط، دون التمييز بين أنواع أو مستويات مختلفة للتوقيع، وهو ما يفرض على القضاء التعامل مع كل توقيع إلكتروني وفق ما يقدم من وسائل فنية وخبرات تثبت صحته.³

¹ أحمد، أمينة أحمد محمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة، القاهرة، دار النهضة العربية، 2016، ص 217-

² قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، المواد 15-16

³ الربضي، عيسى غسان، القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 76

الفرع الثالث: حماية البيانات والخصوصية

تعد حماية البيانات الشخصية للمستهلك من أهم الاعتبارات القانونية في المعاملات الإلكترونية، حيث تحتوي العقود الإلكترونية على معلومات حساسة مثل بيانات الدفع والعناوين الشخصية. ولذا، يفرض قانون حماية البيانات الشخصية الصادر في الأردن قواعد صارمة على جمع واستخدام هذه البيانات.

تجدر الإشارة إلى أن انتهاك خصوصية المستهلك أو تسريب بياناته يعرض البائع لمسؤوليات قانونية ومدنية، وقد يترتب عليه بطلان العقد أو تعويضات مالية، حيث ان بعض المنصات تجمع البيانات الشخصية للمستهلكين دون موافقتهم الصريحة، مثل العنوان، الهاتف، تفضيلات الشراء، مما قد يجعلهم عرضة لتسرب وقرصنة بياناتهم الامر الذي يؤدي إلى مخاطر احتيال مالي وسرقة هوية المستهلك. كما أن هناك معايير دولية مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي، التي تعتبر أي انتهاك للخصوصية جريمة كبيرة، تصل العقوبات فيها لملايين اليورو، ويفرض على المنصات الأجنبية الالتزام بمبادئ الخصوصية للمستهلكين الأوروبيين، والتي تشكل مرجعاً هاماً لتطوير التشريعات الوطنية¹.

الفرع الرابع: التسليم والتنفيذ

التعامل مع الوسائط والوسطاء: تدخل منصات البيع الإلكترونية وشركات الدفع الإلكتروني

وشركات الشحن كوسطاء في عقد البيع، ما يضيف تعقيدات قانونية جديدة.

قد تنشأ كثير من النزاعات بسبب التأخر في تسليم المنتجات أو فشل المورد في التسليم، خصوصاً عند استيراد سلع من الخارج. فعلى سبيل المثال، من غير الواضح دائماً من هو المسؤول عند حدوث خلل في تسليم السلعة أو عند وجود عيب فيها: هل هو البائع أم المنصة التي استضافت العقد؟

¹ GDPR – Regulation (EU) 2016/679, European Parliament and Council, Official Journal of the European Union, 2016.

تنظم بعض القوانين العلاقة بين الأطراف من خلال عقود منفصلة أو شروط استخدام خاصة بالمنصات، ولكن هذا قد يؤدي إلى غموض في المسؤولية، مما يستدعي وضع قواعد قانونية واضحة تضمن حقوق المستهلك وحماية التوازن التعاقدية. كما ان القانون الأردني يواجه تحديات في إلزام المنصات الأجنبية بالالتزام بمعايير الضمان والإرجاع، إذ أن الأحكام القضائية الأردنية قد لا تُنفذ خارج البلاد مباشرة.¹

الفرع الخامس: الشروط التعاقدية غير العادلة

تواجه العقود الإلكترونية أحياناً بعض المشاكل التي تتعلق بالشروط التعاقدية غير العادلة، حيث تقوم بعض المنصات بإدراج شروط تعسفية تخدم مصالحها، مثل الإعفاء من المسؤولية عن العيوب أو التقييد بحقوق الإرجاع الخاصة بالمستهلك. وتأتي الحماية القانونية الأردنية لتمنع تطبيق أي شروط تخالف النظام العام، معتبرةً أي شرط يحد من حقوق المستهلك باطلاً. ومع ذلك، يواجه المستهلك تحديات إضافية عند التعامل مع المنصات الأجنبية، إذ لا يمكن للقانون الأردني فرض التزام هذه المنصات بالقواعد المحلية، مما يترك المستهلك في موقع ضعف نسبي.²

الفرع السادس: الاختصاص القضائي وحل النزاعات

عند وقوع نزاع في عقد بيع إلكتروني بين طرفين من دول مختلفة أو منصة خارج الأردن، تصبح مسألة تحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق من أكبر التحديات يصعب على المستهلك الأردني إلزامها قانونياً بالالتزام، وهذا يمثل تحدياً جوهرياً في حماية الحقوق.

¹ الشрман، صهيب يحيى، الوفاء الإلكتروني، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2025، ص 45-48

² العجمي، فلاح، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2011، ص. 82.

وتستخدم قواعد القانون الدولي الخاص لتحديد الاختصاص، إلا أن عدم وجود معايير موحدة يزيد من تعقيد الوضع.

لذلك، تحت الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية الأمم المتحدة بشأن استخدام الاتصالات الإلكترونية في العقود الدولية على اعتماد آليات بديلة لحل النزاعات مثل التحكيم والوساطة الإلكترونية لتسريع الفصل في المنازعات وتسهيل تنفيذ الأحكام عبر الحدود، لكنها محدودة من حيث التنفيذ والسلطة القضائية، خصوصاً عند المنصات العالمية.¹

¹ United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL), United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts, 2005, Arts. 17 & 19.

الفصل الثالث

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في القانون الأردني

تُعتبر حماية المستهلك الإلكتروني من أبرز القضايا القانونية الحديثة التي فرضتها ثورة التكنولوجيا والتحول الرقمي، إذ إنّ تطور التجارة الإلكترونية أوجد حاجة ملحة لوضع إطار قانوني يضمن حقوق المستهلك ويكفل التوازن بين مصالحه ومصالح المزود. ويهدف هذا الفصل إلى استعراض التشريعات الأردنية التي تنظم حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مع التركيز على الوسائل القانونية المتاحة لحماية المستهلك في مرحلة التعاقد.

ويتناول هذا الفصل مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول: الأساس التشريعي لحماية المستهلك الإلكتروني في الأردن، ويشمل دراسة القوانين

الأساسية ذات الصلة والمساندة لها.

المبحث الثاني: وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد، والتي تهدف إلى تعزيز

الشفافية وضمان حقوق المستهلك أثناء شراء السلع أو الخدمات إلكترونياً.

وتتبنى أهمية هذا الفصل على أن التشريعات الوطنية لا تعمل بمعزل عن التطورات التكنولوجية،

بل يجب أن تتكيف مع المستجدات لتوفير حماية فعّالة للمستهلك وضمان تنفيذ المعاملات الإلكترونية

بموثوقية وعدالة.

المبحث الأول

الأساس التشريعي لحماية المستهلك الإلكتروني في الأردن

المطلب الأول

حماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة (2017)

يُعتبر قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 حجر الأساس للتشريعات الأردنية المعنية بحماية المستهلك في جميع أشكال التعاملات التجارية، بما في ذلك المعاملات الإلكترونية. ويهدف القانون إلى تعزيز توازن العلاقة بين المستهلك والمزود، وضمان التزام الأخير بتقديم السلع والخدمات وفق معايير الجودة والمواصفات المتفق عليها، بما يحفظ حقوق المستهلك ويحقق العدالة التجارية. ويعكس القانون في فلسفته الأساسية ضرورة حماية المستهلك في مرحلة ما قبل العقد وأثناءه وبعده، إذ يُلزم المزود بتقديم معلومات دقيقة وشفافة حول السلع والخدمات، ويكفل حق المستهلك في الاختيار الحر واتخاذ قرارات مبنية على معرفة كاملة بالمنتج أو الخدمة. كما يمنح القانون المستهلك القدرة على الاعتراض ومطالبة الحقوق والتعويض عند الإخلال بالالتزامات التعاقدية، بما يعزز من فعالية القانون في بيئة التجارة الإلكترونية. وقد نصّت المادة (3) من قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 على هذه الحقوق بشكل واضح، حيث جاء فيها¹:

أ. للمستهلك الحقوق التالية

1. الحصول على سلع أو خدمات تحقق الغرض منها دون إلحاق أي ضرر بمصالحه أو صحته عند الاستعمال العادي أو المتوقع لهذه السلع أو الخدمات.

¹ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017- نشر في الجريدة الرسمية، دخل حيّز النفاذ في 2017/6/16، المادة 3

2. الحصول بصورة واضحة على المعلومات الكاملة والصحيحة عن السلعة أو الخدمة التي يشتريها وشروط البيع لها.

3. الحصول على معلومات كاملة وواضحة قبل إتمام عملية الشراء عن الالتزامات التي تترتب في ذمته للمزود وحقوق المزود في مواجهة المستهلك.

4. اختيار السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها دون ضغط أو تقييد غير مبرر.

5. الحصول على ما يثبت شراءه للسلعة أو الخدمة والتفاصيل الأساسية الخاصة بعملية الشراء.

6. إقامة الدعاوى عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الأضرار بها أو تقييدها بما في ذلك اقتضاء التعويض العادل عن الأضرار التي تلحق به جراء ذلك.

7. الحصول على المعلومات الكاملة والصحيحة عن المزود وعنوانه.

ب. يحظر على المزود القيام بأي فعل أو امتناع يؤدي إلى الإخلال بأي حق من حقوق المستهلك.

وإذا كان المشرع في المادة (3) قد ركّز على حقوق المستهلك، فإنه بالمقابل لم يُهمل جانب واجبات المزود، إدراكاً منه أن حماية المستهلك لا تتحقق إلا إذا كان الطرف الآخر - وهو المزود - مقيّداً بضوابط قانونية تضمن نزاهة التعاملات. وقد جاء ذلك واضحاً في المادة (4) من قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017، التي نصّت على:

”على المزود الالتزام بما يلي¹:

أ- تزويد المستهلك بما يثبت شراءه للسلعة أو الخدمة متضمناً السعر والتفاصيل الأساسية الخاصة بعملية الشراء.

¹ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 4

ب- بيان مواصفات السلعة أو الخدمة، وأسعارها بشكل واضح ومعلن.

ج- تسليم السلعة أو تقديم الخدمة للمستهلك في الموعد المتفق عليه وبالمواصفات والشروط المتفق عليها.

د- ضمان السلع أو الخدمات التي يقدمها وضمان مطابقتها للقواعد الفنية، أو المواصفات القياسية، أو المتطلبات الصحية أو البيئية المعتمدة.

هـ- عدم تضمين أي عقد أو فاتورة أو إيصال شروطاً تعسفية أو إعفاءً من أي مسؤولية تجاه المستهلك".

ويتضح من نص هذه المادة أنّ المشرّع الأردني حمّل المزود مجموعة من الالتزامات الجوهرية التي تشكّل الضمانة الحقيقية لحقوق المستهلك في البيئة التقليدية والرقمية على حد سواء. إذ ألزمه أولاً بتمكين المستهلك من الحصول على إثبات شراء يوضح تفاصيل المعاملة، وهو أمر في غاية الأهمية في التجارة الإلكترونية، حيث يعتمد المستهلك على الفواتير الإلكترونية والإيصالات الرقمية لإثبات حقوقه. كما ألزم المزود بتقديم مواصفات واضحة للسلعة أو الخدمة وأسعارها بشكل مُعلن، وهو ما يحول دون أي ممارسات تضليلية أو إخفاء للمعلومات التي قد تؤثر على قرار المستهلك.

كذلك شدد القانون على ضرورة التزام المزود ب تسليم السلعة أو الخدمة في الوقت والشروط المتفق عليها، وهو أمر جوهري في العقود الإلكترونية التي قد يتعرض فيها المستهلك لمشاكل التأخير أو الحصول على منتجات مخالفة للمواصفات. ولم يكتفِ المشرّع بذلك، بل أوجب على المزود ضمان مطابقة السلع والخدمات للقواعد الفنية والمواصفات القياسية والمعايير الصحية والبيئية، تأكيداً على البعد الوقائي لحماية المستهلك. وأخيراً، منع المشرّع المزود من إدراج أي شروط تعسفية أو

إعفاءات من المسؤولية في العقود أو الفواتير أو الإيصالات، وهو ما يعكس التوجّه نحو حماية المستهلك من استغلال ضعف مركزه التعاقدية في مواجهة المزود.

وفي سياق المعاملات الإلكترونية، يتضح دور القانون في ضمان الشفافية في الإعلانات الإلكترونية، وقد نصت المادة (4/أ، 4/ب) أيضًا على أن المزود ملزم ببيان مواصفات السلعة أو الخدمة وأسعارها بشكل واضح ومعلن وتوفير بيانات دقيقة عن المنتجات والخدمات، وتحديد حقوق التراجع والعدول عن الشراء وهو ما يمنع التضليل ويضمن حصول المستهلك على معلومات دقيقة قبل اتخاذ قراره بالشراء. كما يفرض القانون قيودًا على الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، بما يضمن عدم استغلال المستهلك من قبل المزود، ويعزز الثقة في السوق الرقمي الأردني¹.

ولتكمّل حماية المستهلك، اهتم القانون بتنظيم خدمات ما بعد البيع، وهو ما نصّت عليه المادة (5)، التي جاءت لتؤكد التزامات المزود بعد إتمام العقد، وتشمل²:

” أ- على المزود تأمين خدمات ما بعد البيع وبصورة خاصة خدمات الصيانة وقطع الغيار اللازمة للسلع أو الخدمات التي تتطلب طبيعتها ذلك أو التحقق من أنه تم تأمينها سواء كان ذلك مقابل بدل يدفعه المستهلك أو دون مقابل.

ب- تُحدد مدة التزام المزود بتأمين خدمات ما بعد البيع أو قطع الغيار لكل سلعة أو خدمة بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ما لم يتفق على خلاف ذلك ويكون الالتزام لمدة تتناسب وطبيعة السلعة أو الخدمة.”.

¹ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 4

² قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 5

وتتضح أهمية هذه المادة في التجارة الإلكترونية، حيث يعتمد المستهلك على خدمات ما بعد البيع الرقمية مثل الضمان الإلكتروني، التبديل أو الإرجاع عبر المنصات الرقمية، والدعم الفني عن بعد. وبهذا يضمن القانون حقوق المستهلك بعد إتمام العقد، ويجعل المزود مسؤولاً عن أي تقصير في تنفيذ هذه الالتزامات.

ويظهر تحليل القانون أن هناك تركيزاً متزايداً على حماية المستهلك الإلكتروني، بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية وارتفاع معدلات التجارة الإلكترونية في الأردن، ويعكس إدراك المشرع لأهمية تأمين بيئة تجارية عادلة وموثوقة، تكون فيها حقوق المستهلك محفوظة بشكل فعال، بينما يظل المزود مسؤولاً عن الالتزام بالمعايير القانونية والأخلاقية.

ويُكمل القانون حماية المستهلك من خلال تنظيم آليات الشكاوى والتظلمات، وتمكين الجمعيات المتخصصة من متابعة انتهاكات حقوق المستهلكين والمساهمة في التوعية والإرشاد. ويأتي ذلك ضمن رؤية شاملة تهدف إلى تطوير ثقافة حماية المستهلك، وتعزيز قدراته على مواجهة الممارسات التجارية غير العادلة.¹

¹ تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، المادة 4

المطلب الثاني

حماية المستهلك الإلكتروني وفق قانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015

مع التوسع الهائل في استخدام الوسائل الإلكترونية في جميع مجالات الحياة، بات من الضروري أن يكون هناك إطار تشريعي ينظم هذه المعاملات، ويضمن حقوق الأطراف المتعاقدة. وقد أدرك المشرع الأردني مبكراً أن التجارة الإلكترونية لا يمكن أن تزدهر دون توفير الحماية القانونية للمستهلك الذي غالباً ما يُعتبر الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية. ومن هنا، جاء قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 ليشكل الأساس القانوني لتنظيم المعاملات الإلكترونية في الأردن، وليوفر الحماية اللازمة للمستهلكين في بيئة رقمية تتسم بالمخاطر والتعقيدات.

الفرع الأول: نطاق تطبيق القانون

حدد المشرع نطاق تطبيق قانون المعاملات الإلكترونية في المادة (3) التي نصّت على ما يلي:

” تسري أحكام هذا القانون على المعاملات التي تتم بوسائل إلكترونية، ما لم يتم استثنائها صراحة بموجب أحكامه¹.”

ويتضح من هذا النص أن المشرع منح القانون نطاقاً واسعاً يشمل جميع المعاملات التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية، سواء كانت ذات طبيعة تجارية أو مدنية، طالما أنها لا تدخل ضمن الاستثناءات التي حددها المشرع. ومن أهم هذه الاستثناءات المعاملات المتعلقة بالأحوال الشخصية كالزواج والطلاق والميراث، وكذلك التصرفات القانونية بالأموال غير المنقولة التي تتطلب تسجيلاً رسمياً في الدوائر المختصة، إضافة إلى بعض العقود التي اشترط القانون شكلية خاصة لها لا يمكن إتمامها عبر الوسائل الإلكترونية، مثل عقود الكفالة البنكية أو الوكالات غير القابلة للعزل.

¹ قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة 3

ويُفهم من هذا التحديد أن المشرّع الأردني قد اعتمد سياسة تشريعية مرنة، بحيث فتح الباب واسعاً أمام إدخال أغلب المعاملات في الإطار الإلكتروني، مع استثناء تلك التي تتسم بحساسية خاصة أو تتطلب ضمانات شكلية إضافية لحماية أطرافها. وهذا التوجه يعكس مبدأ "إضفاء المشروعية على القاعدة وتقييد الاستثناء"، إذ الأصل هو خضوع المعاملات الإلكترونية للقانون، والاستثناء هو استبعاد بعض الحالات.

كما أن تقرير هذا النطاق الواسع للتطبيق يعكس إدراك المشرّع لخصوصية المعاملات الإلكترونية، ورغبته في شمول جميع صورها بالحماية القانونية، بما يضمن حماية المستهلك من أي استغلال قد يقع عليه نتيجة لغياب التنظيم التشريعي. فالقاعدة العامة المستخلصة من المادة (3) هي أن المستهلك يتمتع بذات الحماية المقررة للمعاملات التقليدية، طالما أن معاملته تمت عبر وسيلة إلكترونية مشروعة، ولم ترد ضمن قائمة الاستثناءات¹.

ومن الناحية العملية، فإن شمول المعاملات الإلكترونية بالحماية القانونية يُعزز ثقة المستهلك في البيئة الرقمية، إذ يضمن له أن التزاماته وحقوقه الناشئة عن العقد الإلكتروني ستُعامل بذات الجدية التي تُعامل بها العقود التقليدية. كما أن هذا الإطار القانوني يمنع المزود من التذرع بأن العقود الإلكترونية لا تخضع لأحكام القانون، الأمر الذي يحمي المستهلك من محاولات التلاعب أو التنصل من الالتزامات.

وتجدر الإشارة إلى أن الاتجاه الذي تبناه المشرّع الأردني في هذا المجال يتوافق مع التوجهات الدولية الحديثة، ولا سيما ما نصت عليه قوانين الأونسيترال (UNCITRAL) النموذجية بشأن التجارة الإلكترونية، والتي شددت على ضرورة شمول كافة المعاملات الإلكترونية بالحماية القانونية ما لم

¹ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 3

يرد استثناء صريح. وهو ما يضع المستهلك الأردني في إطار حماية تشريعية تتسم بالحدثة والانسجام مع القواعد العالمية.¹

الفرع الثاني: الاعتراف القانوني بالوسائل الإلكترونية

جاء قانون المعاملات الإلكترونية ليؤكد على الاعتراف القانوني الكامل بالوسائل الإلكترونية، سواء فيما يتعلق بالمحررات أو التوقيعات أو البيانات، وذلك من خلال ما نصت عليه المادة (6):
 “للمعلومات الإلكترونية والمحررات الإلكترونية والرسائل الإلكترونية ذات الحجية المقررة للمحررات الخطية إذا استوفت الشروط التي نص عليها هذا القانون.”²

يُكرّس هذا النص مبدأً في غاية الأهمية يتمثل في المساواة بين الوثائق الورقية والإلكترونية من حيث الحجية القانونية في الإثبات، ما يشكل نقلة نوعية في البنية التشريعية الأردنية. فقبل صدور هذا القانون، كان الاعتماد على الوثائق الإلكترونية يثير إشكالات عملية تتعلق بمدى قبولها أمام القضاء، وخصوصاً في حالة النزاعات بين المستهلك والمزود. إلا أن إقرار المشرع لحجية هذه الوسائل أزال حالة الغموض، وأوجد أرضية قانونية واضحة تتيح للمستهلك التمسك بحقوقه استناداً إلى فواتير إلكترونية، أو عقود مبرمة عبر الإنترنت، أو حتى رسائل إلكترونية متبادلة مع المزود.

ويُعد هذا التطور انعكاساً مباشراً لفلسفة المشرع في تعزيز الثقة بالبيئة الرقمية، حيث إن عدم الاعتراف بالمحررات الإلكترونية كان سيشكل عائقاً أمام نمو التجارة الإلكترونية، ويؤدي إلى تقليص حماية المستهلك، الذي قد يجد نفسه محروماً من وسائل إثبات تعاملاته. وبالتالي، فإن إعطاء الفواتير

¹ UNCITRAL, Model Law on Electronic Commerce, 1996, Article 1. United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL).

² قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة 6

الإلكترونية والعقود المبرمة عبر الشبكة ذات القوة القانونية للمحررات الخطية يعد بمثابة ضمانات فعالة ضد أي محاولة من المزود للتصل من التزاماته.¹

كما أن هذا النص يحقق انسجامًا مع الاتجاهات الدولية، وبخاصة ما ورد في قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية لعام 1996، الذي اعتمد مبدأ "التكافؤ الوظيفي" بين الوثيقة الورقية والإلكترونية. وهذا يعكس وعي المشرع الأردني بضرورة مواكبة المستجدات العالمية وتوفير بيئة قانونية جانبية للتعاملات الرقمية، وفي الوقت ذاته توفير الحماية الكاملة للمستهلك في حال نشوء نزاعات.²

من الناحية التطبيقية، يُتيح هذا النص للمستهلك إمكانية الاستناد إلى أي رسالة إلكترونية أو إيصال دفع إلكتروني أمام القضاء كدليل إثبات، تمامًا كما لو كان يستند إلى إيصال ورقي. فعلى سبيل المثال، إذا اشترى المستهلك سلعة عبر الإنترنت وتلقى فاتورة إلكترونية أو رسالة بريدية تؤكد الدفع، فإن هذه الوثيقة تُعتبر كافية لإثبات التعاقد وحقوقه الناشئة عنه. الأمر ذاته ينطبق على العقود الإلكترونية التي يبرمها المستهلك بالنقر على زر "موافقة" أو "قبول الشروط"، إذ أصبح لهذه الأفعال حجية قانونية لا تقل عن التوقيع التقليدي.

ويترتب على هذا النص أيضًا إعادة توزيع مراكز القوة التعاقدية بين المستهلك والمزود، حيث لم يعد بإمكان المزود استغلال ضعف مركز المستهلك من خلال إنكار التعاقد أو الطعن في مشروعية المحررات الإلكترونية. بل أصبح المستهلك في موقع يمكنه من المطالبة بحقوقه والتعويضات المترتبة على الإخلال بالالتزامات، مسلحًا بأدلة قانونية ذات حجية كاملة.

الفرع الثالث: التوقيع الإلكتروني وأثره في حماية المستهلك

¹ عبيدات، إبراهيم محمد، تشريعات التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2024، ص. 112-114

² UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996), Article (5), which established the principle of functional equivalence between paper-based and electronic documents

خصص المشرع الأردني تنظيم التوقيع الإلكتروني عبر مواد متسلسلة تبدأ بالمفاهيم الأساسية

ومروراً بضوابط الحماية، وصولاً إلى درجة التوثيق القانونية. وفي المادة (15) ورد صريحاً:¹

“يعتبر التوقيع الإلكتروني محمياً إذا توافرت فيه جميع الشروط التالية مجتمعة:

أ. إذا انفرد به صاحب التوقيع ليميزه عن غيره.

ب. إذا كان يحدد هوية صاحب التوقيع.

ج. إذا كان المفتاح الخاص خاضعاً لسيطرة صاحب التوقيع وقت إجراء التوقيع.

د. إذا ارتبط بالسجل الإلكتروني بصورة ال تسمح بإجراء تعديل على ذلك السجل الإلكتروني بعد

توقيعه دون إحداث تغيير على ذلك التوقيع.”

ويُكمل المشرع في المادة (16) تحديداً لمستوى التحقق القانوني:²

“يعتبر التوقيع الإلكتروني موثقاً إذا تحققت فيه شروط المادة (15)، وكان مرتبطاً بشهادة توثيق

إلكترونية صادرة وفق أحكام هذا القانون من جهة موثوقة مثل:

أ. جهة توثيق الكتروني مرخصة في المملكة.

ب. جهة توثيق الكتروني معتمدة .

ج. أي جهة حكومية سواء كانت وزارة أو مؤسسة رسمية عامة أو مؤسسة عامة أو بلدية يوافق

لها مجلس الوزراء على ذلك شريطة استيفاء متطلبات هيئة تنظيم قطاع الاتصالات.

د. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات

هـ. البنك المركزي الأردني فيما يتعلق بالأعمال المصرفية أو المالية الإلكترونية.”

¹ 15 قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة

² 16 قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة

يستفاد من هذه النصوص ان المشرع الأردني أولى التوقيع الإلكتروني أهمية خاصة، إذ وضع له مجموعة من الشروط والضوابط التي تضمن حجيته القانونية وتكافؤه مع التوقيع التقليدي. فقد نص القانون على ضرورة أن يكون التوقيع الإلكتروني مميزاً وفريداً لصاحبه، بما يضمن ارتباطه بشخص محدد ويحول دون النزاع حول الهوية، وهو ما يؤسس لعلاقة قانونية قوية بين أطراف العقد الإلكتروني. كما اشترط أن يظل المفتاح الخاص تحت سيطرة الموقع وحده وقت إجراء التوقيع، باعتبار أن تمكين أي طرف آخر من الوصول إليه يُفقد التوقيع شرعيته ويفتح المجال للإنكار والتلاعب. وإلى جانب ذلك، حرص المشرع على ضمان سلامة محتوى الوثيقة والتوقيع معاً، من خلال اشتراط الربط التقني الذي يمنع أي تعديل لاحق دون ترك أثر، مما يعزز حجية الوثيقة عند عرضها أمام القضاء.

ولم يقف القانون عند هذا الحد، بل أضاف بعداً توثيقياً يتمثل في إمكانية إرفاق التوقيع الإلكتروني بشهادة معتمدة صادرة عن جهة موثوقة أو رسمية، وهو ما يرفعه إلى مرتبة السند الرسمي ويمنح المستهلك قوة إثباتية عالية تُمكنه من مواجهة المزود بثقة وطمأنينة في المعاملات الإلكترونية.

الفرع الرابع: إلزامية حفظ السجلات والبيانات الإلكترونية

من الضمانات الجوهرية التي قررها المشرع الأردني لتعزيز الثقة في البيئة الرقمية وإرساء حماية فعّالة للمستهلك الإلكتروني، ما ورد في المادتين (7) و(8) من قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015، اللتين عالجتا مسألة حفظ السجلات الإلكترونية واعتبارها معادلة للأصول الورقية.

فقد نصّت المادة (7) على ما يلي:¹

أ. إذا اشترط أي تشريع تقديم النسخة الأصلية من أي قيد أو عقد أو مستند أو وثيقة فيُعتبر

السجل الإلكتروني مستوفياً لهذا الشرط بتوافر ما يلي:

¹ قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة 7

1. حفظه بالشكل الذي تم به إنشاؤه أو إرساله أو تسلمه وبشكل يضمن عدم إجراء أي تغيير أو تعديل على محتواه.

2. حفظه على نحو يتيح الوصول إلى المعلومات الواردة فيه واستخدامها والرجوع إليها في أي وقت.

2. التمكن من التعرف على المنشئ والمرسل إليه وتاريخ ووقت إنشائه أو إرساله أو تسلمه.

ب. لا تُطبق الشروط الواردة في الفقرة (أ) من هذه المادة على المعلومات المرافقة للسجل الإلكتروني التي يكون القصد منها تسهيل إرساله وتسلمه.

ج. يجوز للمنشئ أو المرسل إليه إثبات الشروط الواردة في الفقرة (أ) من هذه المادة بوسائل

الإثبات كافة مع مراعاة القواعد المقررة بموجب القوانين ذات العلاقة.”

ويتضح من هذا النص أنّ المشرّع ساوى بين الأصل الورقي والسجل الإلكتروني، شريطة التزام

الأخير بمجموعة من المعايير التي تحافظ على سلامة المحتوى وإمكانية الوصول إليه والتأكد من

هوية أطرافه. فالمستهلك الذي يحصل على فاتورة إلكترونية أو عقد شراء عبر الإنترنت يمكنه الاعتماد

عليها كنسخة أصلية، طالما أن هذه الشروط متحققة. وهذا يعزز الثقة في التعاملات الإلكترونية

ويمنع المزود من إنكار صحة السجلات بحجة أنها غير ورقية.

كما جاءت المادة (8) لتكمل هذا النهج بقولها:¹

“إذا استوجب القانون الاحتفاظ بمستند لأي سبب فيعتبر الاحتفاظ به على شكل سجل إلكتروني

منتجاً لآثاره على أن تتوافر فيه الشروط المنصوص عليها في المادة (7) من هذا القانون.”

ويُفهم من هذه المادة أنّ المشرّع لم يكتفِ بالاعتراف القانوني بالسجلات الإلكترونية عند

استخدامها، بل ألزم بقبولها أيضاً كوسيلة لحفظ المستندات عند وجود التزام قانوني بالاحتفاظ بها.

¹ قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 المادة 8

فلو ألزم القانون مثلاً شركة الاحتفاظ بفواتير البيع لمدة محددة، فإن تخزين هذه الفواتير إلكترونياً يُحقق هذا الالتزام بشكل كامل، ما دامت الشروط الواردة في المادة (7) متوافرة.

تُعد النصوص القانونية المتعلقة بحفظ السجلات والبيانات الإلكترونية، كما وردت في المادتين (7) و(8)، من الركائز الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني، إذ تضمن له استمرار حق الرجوع إلى بياناته وعقوده في أي وقت، حتى بعد مرور سنوات، مما يمنحه قدرة إثباتية قوية في مواجهة المزود عند نشوء أي نزاع. كما توفر هذه النصوص حماية فعالة من محاولات الإنكار أو التلاعب بالعقود، إذ يشترط أن يُحفظ السجل الإلكتروني بالشكل الذي أنشئ أو أرسل به وبما يضمن عدم تعديل محتواه، مما يقي المستهلك من أي إساءة استخدام أو تجاهل للحقوق المقررة له. ومن جهة أخرى، تعزز هذه المواد توثيق هوية الأطراف المرتبطة بالمعاملة، بما في ذلك المنشئ والمرسل إليه وتاريخ ووقت الإرسال أو الاستلام، وهو ما يُغلق الباب أمام أي إنكار للتعامل من أي طرف ويضفي درجة عالية من الأمان القانوني على المعاملة الإلكترونية. هذا التوجه يعكس فلسفة المشرع الأردني في مواكبة التطورات التكنولوجية، ويضع المستهلك الإلكتروني في ذات المركز القانوني الذي يتمتع به المستهلك في المعاملات التقليدية، بما يضمن تكافؤ الحقوق والالتزامات. وبناءً على ذلك، فإن حفظ البيانات الإلكترونية يعزز ثقة المستهلك في السوق الرقمي، ويشجعه على التعامل مع المنصات الإلكترونية بثقة واطمئنان، مع العلم بأن جميع معاملاته محفوظة إلكترونياً وتحظى بالحجية القانونية ذاتها للمستندات الورقية الأصلية.

المطلب الثالث

التشريعات المساندة ذات العلاقة بحماية المستهلك الإلكتروني

على الرغم من الدور المركزي الذي يلعبه قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 وقانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015 في حماية المستهلك الإلكتروني، إلا أن حماية المستهلك لا تقتصر على هذين القانونين فقط، بل تتكامل مع مجموعة من التشريعات المساندة ذات العلاقة، التي تعزز حقوق المستهلك وتضبط العلاقة بينه وبين المزود في البيئة الرقمية.

تتجلى أهمية هذه التشريعات في كونها توفر إطاراً قانونياً شاملاً يغطي جوانب متعددة للتعاملات الإلكترونية، بدءاً من العقود والالتزامات المدنية، مروراً بحقوق الملكية الفكرية للمحتوى الرقمي، وصولاً إلى حماية البيانات الشخصية ومنع الاحتيال الإلكتروني. كما أن هذه التشريعات تكمل بعضها بعضاً، بحيث لا تترك ثغرات قانونية يمكن أن يستغلها المزود أو الأطراف الأخرى على حساب المستهلك.

وتعتبر هذه التشريعات المساندة جزءاً لا يتجزأ من البيئة القانونية التي تهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في السوق الرقمي، وتشجيعه على المشاركة في التجارة الإلكترونية دون خوف من التلاعب أو استغلال المعلومات الشخصية أو الحقوق التعاقدية. ومن أبرز هذه التشريعات التي سنتناولها في هذا المطلب: القانون المدني الأردني في أحكام العقود، قانون حقوق المؤلفين والحقوق المجاورة، قانون الجرائم الإلكترونية، والتشريعات المتعلقة بحماية البيانات والخصوصية.

سنتطرق في هذا المطلب إلى كيفية دعم هذه القوانين لحماية المستهلك الإلكتروني، مع التركيز على النصوص القانونية ذات الصلة وشرح دورها في معالجة الثغرات التي قد تتركها القوانين الأساسية، بما يضمن توافر حماية متكاملة وفعالة للمستهلك الأردني في المعاملات الرقمية.

الفرع الأول: حماية المستهلك الإلكتروني وفق أحكام القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976

يلعب القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 دوراً مكماً لقوانين حماية المستهلك والمعاملات الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بالعقود والالتزامات القانونية. فبينما يحدد قانون حماية المستهلك وقانون المعاملات الإلكترونية الإطار الرقمي للشراء والبيع، يقدّم القانون المدني المبادئ العامة التي تنظم الرضا، الالتزام، العوض، والشروط التعسفية، وهو ما يُعتبر أساساً لحماية المستهلك الإلكتروني في حالة وقوع نزاع أو خلل في التعاقد.

ينص القانون المدني على أن العقد يُنشأ بالرضا المتبادل بين الطرفين، وهو مبدأ أساسي يطبق على العقود الإلكترونية، بحيث يُعتبر قبول المستهلك لأي عرض إلكتروني بمثابة موافقة ملزمة قانونياً طالما تم بمحض إرادته وبدون ضغط أو تلاعب.¹

كما ينظم القانون المدني الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، إذ نصت المادة (204) على أنه: “إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطاً تعسفية، جاز للمحكمة أن تعدل هذه الشروط أو تعفي المذعن منها وفقاً لما تقضي به العدالة، ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك.”² ويُطبق هذا النص على العقود الإلكترونية، بحيث يُحظر على المزود إدراج أي شروط تعسفية قد تحرم المستهلك من حقوقه، مثل فرض رسوم إضافية غير معلنّة أو استثناء نفسه من أي مسؤولية قانونية تجاه السلعة أو الخدمة.

علاوة على ذلك، يوفر القانون المدني قواعد مهمة لإثبات الالتزامات والحقوق التعاقدية، ويعزز مبدأ الثقة القانونية بين الأطراف، بحيث يُعد العقد الإلكتروني صحيحاً وملزماً إذا تحقق فيه عناصره

¹ القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 90

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 204

الأساسية: الرضا، الأهلية، الموضوع المشروع، والسبب المشروع. وهذا الإطار القانوني يُسهم بشكل

مباشر في تقليل النزاعات وحماية المستهلك من استغلال أي نقص في تنظيم العقود الرقمية.¹

وفي هذا السياق، تنص المادة 143 على أنه: "إذا وقع أحد المتعاقدين ضحية الغبن الفاحش

أو التغيرير من الطرف الآخر، يحق له طلب إبطال العقد أو تعديله بما يحقق العدالة." ²

وتأتي أهمية هذه المادة في حماية المستهلك الإلكتروني بشكل خاص، إذ تتعلق بالتغيرير أو التدليس

الذي يحدث عندما يقدم المزود معلومات مضللة عن السلعة أو الخدمة، مثل وصف المنتج بشكل غير

صحيح أو إخفاء عيوب جوهرية تؤثر على قرار الشراء. ويُعد هذا النوع من الخداع شائعاً في التجارة

الإلكترونية عند استخدام صور مزيفة أو مواصفات غير دقيقة على المواقع والمنصات الرقمية.

كما تشمل المادة 143 حالات الغبن الفاحش، والتي تشير إلى العقود التي يكون فيها سعر

السلعة أو الخدمة بعيداً تماماً عن قيمتها الحقيقية، بما يلحق الضرر بالمستهلك، مثل فرض رسوم

إضافية غير معلنه أو فروقات كبيرة بين السعر المعلن والسعر الفعلي.

ويُمكن اعتبار هذه الأحكام تكملة طبيعية لأحكام قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017،

الذي ينص في المادة 3 على حقوق المستهلك، بما في ذلك: الحق في الحصول على معلومات

دقيقة وواضحة عن السلعة أو الخدمة، وحق التراجع والعدول عن عملية الشراء، والحق في المطالبة

بالتعويض عند الإخلال بالتزامات التعاقدية.³

¹ القيسي، عامر احمد، الحماية القانونية للمستهلك: دراسة في ضوء القانون المدني والمقارن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002،

ص 126

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 143

³ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 3/أ

وترتبط هذه المادة بشكل مباشر بحماية المستهلك الإلكتروني، إذ تمنحه الحق في الطعن في العقد أو طلب تعديل شروطه إذا وقع ضحية التغير أو الغبن، ايضاً يمنحه القدرة على المطالبة بالتعويض عن أي أضرار لحقت به نتيجة الالتزام بعقد غير عادل. كما تكمل أحكام قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 وقانون المعاملات الإلكترونية التي تنص على تقديم معلومات دقيقة وحق التراجع، بما يضمن حماية شاملة للمستهلك ويعزز الثقة في المعاملات الرقمية.

الفرع الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني وفق أحكام القانون التجاري الأردني رقم 12 لسنة 1966

رغم أن قانون التجارة الأردني رقم 12 لسنة 1966 وُضع في فترة لم يكن فيها الإنترنت ولا التجارة الإلكترونية ضمن نطاق المعاملات الاقتصادية، إلا أنه يُعد من التشريعات المساندة المهمة التي يمكن الاستناد إليها عند بحث حماية المستهلك الإلكتروني. فالقانون وُضع أساساً لتنظيم البيئة التجارية وضبط العلاقة بين التاجر والعملاء، وهو ما يشكل القاعدة العامة التي بُنيت عليها التشريعات الحديثة المتخصصة مثل قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017 وقانون المعاملات الإلكترونية رقم 15 لسنة 2015.

ومن هنا يمكن القول إن المشرع الأردني، وإن لم يضع أحكاماً صريحة تخص التجارة الإلكترونية في قانون التجارة، إلا أن النصوص العامة فيه تضمنت مبادئ جوهرية لا تزال تحكم المعاملات التجارية الإلكترونية، باعتبارها صورة حديثة للتجارة التقليدية.

أولاً: الأساس العام لالتزامات التاجر

ينص قانون التجارة الأردني على مجموعة من القواعد التي تحدد من هو التاجر وما هي التزاماته. فالمادة (11) من القانون نصت على أن "كل من أعلن في الصحف أو النشرات أو أية واسطة أخرى

عن المحل الذي أسسه وفتحه للأشتغال بالأعمال التجارية يعد تاجرًا وإن لم يتخذ التجارة مهنة مألوفة له.¹ يتضح من هذا النص أن كل من يعلن عن نفسه كتاجر أو يمارس الأعمال التجارية يُعد خاضعًا لأحكام القانون، وهو ما يعني أن أي شخص يزاول نشاط البيع عبر الإنترنت ويعرض منتجاته للجمهور يدخل في نطاق وصف "التاجر" قانونًا.

هذا النص وإن كان سابقًا لعصر الإنترنت، إلا أن تطبيقه في ظل البيئة الرقمية يعني أن كل متجر إلكتروني أو مزود خدمة عبر الشبكة يُعامل كتاجر ملزم بالالتزامات التجارية، ومن ثم يتحمل المسؤولية القانونية تجاه المستهلكين في حالة الإخلال بواجباته. وبالتالي، يوفر القانون حماية غير مباشرة للمستهلك الإلكتروني، إذ يجعل من التاجر الإلكتروني مسؤولاً عن صحة المعاملات وصدق الإعلانات والوفاء بالالتزامات التعاقدية².

ثانيًا: حظر الغش التجاري كآلية لحماية المستهلك

رغم أن قانون التجارة الأردني لم ينص بشكل مباشر على مصطلح "الغش التجاري"، إلا أن أحكامه المتعلقة بالالتزامات التاجر ونزاهة التعامل تعكس توجهًا واضحًا في مواجهة كل صور التدليس. فالتاجر وفقًا للقانون ملزم بتقديم بضاعة مطابقة للمواصفات المعلن عنها، ويُسأل عن أي عيب أو غش يضر بالمشتري.

في سياق التجارة الإلكترونية، يمتد هذا المبدأ ليشمل الإعلانات المضللة أو تقديم منتجات غير مطابقة للوصف المنشور عبر المواقع الإلكترونية. ورغم أن هذه المسائل جرى تنظيمها بشكل أكثر

¹ قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966، المادة 11

² عبيدات، إبراهيم محمد، تشريعات التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2024، ص. 62

دقة في قانون حماية المستهلك، إلا أن الجذور القانونية لمساءلة التاجر عن الغش والتضليل نجدها في قانون التجارة ذاته¹.

ثالثاً: ضبط الإعلانات التجارية كأساس للشفافية

من أهم القواعد العامة التي وضعها قانون التجارة الأردني هو اعتبار الإعلان التجاري أحد مظاهر النشاط التجاري الذي يُخضع صاحبه لصفة التاجر وما يترتب عليها من التزامات. فالوسائل الإعلان التي يعتمد عليها التاجر لتسويق منتجاته يجب أن تكون صحيحة وغير مضللة، وإلا أصبح التاجر مسؤولاً مدنياً عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك.

وبالنظر إلى التجارة الإلكترونية، تُعد الإعلانات الإلكترونية عبر المواقع والمنصات الرقمية امتداداً طبيعياً للإعلانات التقليدية التي كان ينظمها قانون التجارة. وقد توسع قانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لسنة 2017 في حماية المستهلك، إذ نصّت المادة 8 على حظر نشر أي إعلان يضلل المستهلك أو يوقعه في الخطأ بخصوص السلعة أو الخدمة².

رابعاً: دور القانون التجاري كتشريع مكمل

يمكن القول إن قانون التجارة الأردني أسس لمبدأ مهم وهو أن العلاقة بين التاجر والعميل يجب أن تقوم على الشفافية والنزاهة والالتزام. ورغم أن نصوصه لم تُشر إلى البيئة الإلكترونية، إلا أن هذه المبادئ تجد تطبيقها الطبيعي في التجارة الرقمية. فالمستهلك الإلكتروني في جوهره لا يختلف عن المستهلك التقليدي إلا من حيث وسيلة التعاقد (الإنترنت بدلاً من التواجد المادي)³.

¹ الحالمة، نصار محمد، التجارة الإلكترونية في القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص. 115-118

² قانون التجارة الأردني رقم 12 لسنة 1966، المادة 11

³ نصار محمد الحالمة، التجارة الإلكترونية في القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص. 86

ومن هنا يتضح أن قانون التجارة أدى وظيفة التمهيد والتكامل، إذ وضع الإطار العام الذي التزمت به التشريعات اللاحقة عند تنظيمها للتجارة الإلكترونية. فالتاجر الإلكتروني اليوم يخضع من جهة لقانون حماية المستهلك والمعاملات الإلكترونية، لكنه أيضًا يبقى خاضعًا للأحكام العامة الواردة في قانون التجارة.

رغم قدم قانون التجارة الأردني وعدم احتوائه على نصوص صريحة تخص المستهلك الإلكتروني، إلا أنه يشكل تشريعًا مساندًا مهمًا يوفر إطارًا عامًا لحماية المستهلك من خلال التزام التاجر بالنزاهة، حظر الغش، وضبط الإعلانات التجارية. وقد مهد هذا القانون الطريق لظهور قوانين أكثر حداثة وتخصصًا، مثل قانون حماية المستهلك وقانون المعاملات الإلكترونية، مما يبرز دوره التكميلي في النظام القانوني الأردني لحماية المستهلك الإلكتروني.

الفرع الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني وفق أحكام قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم (27) لسنة 2015

يُعدّ قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم (27) لسنة 2015، والمعدل في عام 2023، من أهم التشريعات التي استحدثها المشرع الأردني لمواجهة المخاطر والجرائم الناشئة عن التطور التكنولوجي والاستخدام الواسع للشبكة المعلوماتية. ورغم أنّ القانون لم يتناول بشكل مباشر مصطلح “المستهلك الإلكتروني”، إلا أنّ نصوصه جاءت لتشكيل إطارًا جزائيًا يوفر حماية غير مباشرة للمستهلك في بيئة التعاملات الرقمية، توفر للمستهلك غطاءً جزائيًا يحميه من المخاطر التي قد يتعرض لها أثناء ممارسته للأنشطة التجارية عبر الإنترنت، كالتسوق الإلكتروني أو استخدام وسائل الدفع الرقمية.

أولاً: الحماية من الدخول غير المشروع والاعتداء على المواقع والأنظمة

نصت المادة (3) على تجريم الدخول قصداً إلى أي نظام معلومات أو موقع إلكتروني أو شبكة معلوماتية دون تصريح أو بما يخالف أو يجاوز حدود التصريح، وشددت العقوبة إذا كان الدخول بهدف إلغاء، أو تعديل أو تدمير أو نسخ البيانات أو تعطيل النظام أو انتحال شخصية الغير. وتُعدّ هذه المادة من أهم الضمانات التي تحمي المستهلك الإلكتروني، إذ تصون المواقع التجارية التي يتعامل معها من الاختراق أو التلاعب خصوصاً بعد إتمام عملية البيع (مثل تغيير الفواتير أو شروط الضمان أو حذف سجل المعاملة)، وتحافظ على سرية بياناته ومعلوماته الشخصية¹.

ثانياً: الحماية من البرامج الخبيثة والهجمات التقنية

أضافت المادة (4) بعداً آخر للحماية، إذ جرّمت إدخال أو نشر أو استخدام أي برنامج عبر الشبكة بهدف إلغاء، أو تعديل، أو تعطيل، أو تغيير بيانات ومعلومات، أو انتحال موقع إلكتروني، أو مالكة أي ان هذه المادة تركز على الأفعال التي يقوم بها الجناة باستخدام برامج أو فيروسات للتدخل في البيانات أو تعطيل المواقع. وتبرز أهميتها بالنسبة للمستهلك الإلكتروني في كونها تمنع الموردين غير المشروعين أو القراصنة من استخدام البرمجيات الضارة للإضرار بمنصات البيع، أو بيانات الدفع الإلكتروني، أو تغيير أسعار السلع، أو شروط البيع بعد إتمام الشراء، كما تحمي المستهلك من محاولات نشر روابط مزيفة أو برامج احتيالية تستهدف بياناته وهو ما يؤكد على أن المشرّع الأردني لم يكتفِ بحماية المستهلك من التلاعب اليدوي، بل شمل الأفعال التقنية الأكثر تعقيداً مثل الفيروسات والهجمات الإلكترونية².

¹ قانون الجرائم الإلكترونية رقم 27 لسنة 2015 المادة 3

² قانون الجرائم الإلكترونية رقم 27 لسنة 2015 المادة 4

ثالثاً: الحماية من التنصت واعتراض البيانات

جاءت المادة (5) لتجزم كل من يقوم بالتقاط، أو اعتراض أو التنصت أو تحويل على ما يُرسل عبر الشبكة المعلوماتية أو أي نظام معلومات، مع فرض عقوبات بالحبس والغرامة. وهنا تتجلى حماية المستهلك الإلكتروني في الحفاظ على خصوصية مراسلاته وبياناته الخاصة بعمليات الشراء، وأرقام التحقق من الدفع (OTP)، وأي بيانات حساسة يرسلها المستهلك للبائع محمية من الاعتراض والتلاعب، أو الاتفاقات التعاقدية المبرمة عبر البريد الإلكتروني أو منصات البيع، هذه المادة مهمة جداً في مرحلة ما بعد البيع، لأنها تضمن سرية المراسلات الخاصة بالشكاوى أو المطالبات التي يرسلها المستهلك للبائع أو لمزود الخدمة.¹

رابعاً: الحماية من الجرائم الواقعة على بيانات الدفع الإلكتروني

نصت المادة (6) بشكل خاص على تجريم الحصول غير المشروع على بيانات بطاقات الائتمان أو أي معلومات تستخدم في تنفيذ المعاملات المالية أو المصرفية الإلكترونية، وذلك بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية. ويُعتبر هذا النص من أبرز الضمانات التي أوجدها المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني لحمايته من جرائم الاحتيال المالي الإلكتروني، مثل سرقة بيانات البطاقة أو إجراء معاملات غير مصرح بها، إذ يضمن عدم تعرض بياناته المالية للسرقة أو الاستخدام غير المشروع عند الدفع عبر الإنترنت، لأن المستهلك بعد إتمام الشراء يعتمد على ضمان سرية بياناته المالية وعدم استغلالها في معاملات أخرى.²

¹ قانون الجرائم الإلكترونية رقم 27 لسنة 2015 المادة 5

² قانون الجرائم الإلكترونية رقم 27 لسنة 2015 المادة 6

خامساً: الحماية المشددة للأنظمة المالية والمصرفية

شددت المادة (7) العقوبة على الأفعال المنصوص عليها في المواد (3، 4، 5، 6) إذا وقعت على أنظمة مالية أو مصرفية أو على خدمات الدفع والتحويل الإلكتروني، حيث تصل العقوبة إلى الأشغال الشاقة المؤقتة وبغرامة مرتفعة. اذ نصت على "يعاقب كل من قام بأحد الأفعال المنصوص عليها في المواد (3) و(4) و(5) و(6) من هذا القانون إذا وقعت على نظام معلومات أو موقع إلكتروني أو شبكة معلوماتية تتعلق بتحويل الأموال، أو بتقديم خدمات الدفع أو التقاص أو التسويات أو بأي من الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك والشركات المالية، بالأشغال الشاقة المؤقتة مدة لا تقل عن خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن (5000) خمسة آلاف دينار ولا تزيد عن (15000) خمسة عشر ألف دينار." وتظهر أهمية هذا النص في تعزيز ثقة المستهلك بوسائل الدفع الإلكتروني، كونه يطمئنه بأن المشرع خصص حماية مشددة لأي اعتداء يطل الأنظمة المصرفية المرتبطة بمعاملاته.¹

يتضح أنّ قانون الجرائم الإلكترونية يشكل حلقة مكملة لباقي التشريعات ذات الصلة. فبينما يوفر قانون حماية المستهلك الضمانات المدنية، ويؤكد قانون المعاملات الإلكترونية على صحة التعاقد الرقمي ووسائل إثباته، يأتي قانون الجرائم الإلكترونية ليضفي بعداً جزائياً يردع المعتدين ويعزز ثقة المستهلك في البيئة الرقمية. ومن ثمّ، فإنّ هذه القوانين معاً تترايط لتشكل منظومة متكاملة تضمن حماية شاملة للمستهلك الإلكتروني.

يُظهر التحليل أنّ المشرع الأردني، من خلال نصوص قانون الجرائم الإلكترونية، قد أرسى قواعد جزائية متقدمة لحماية المستهلك الإلكتروني، وإن لم ينص على ذلك صراحة. فالقانون وفر مظلة

¹ قانون الجرائم الإلكترونية رقم 27 لسنة 2015 المادة 7

حمائية من الاحتيال، والاختراق، والتلاعب بالبيانات، والابتزاز، بما يجعل منه أحد أبرز التشريعات المساندة لتحقيق الحماية القانونية الشاملة للمستهلك الإلكتروني، خاصةً في مرحلة ما بعد البيع.

الفرع الرابع: حماية المستهلك الإلكتروني وفق أحكام قانون حماية البيانات الشخصية الأردني رقم 24 لسنة 2023

يعد قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 خطوة تشريعية نوعية في الأردن، إذ يمثل أول تشريع وطني شامل ينظم كيفية جمع ومعالجة وضمان أمن البيانات الشخصية، انطلاقاً من معايير حقوقية وحضارية تواكب تطور العصر الرقمي.

ينطبق القانون على جميع الجهات (حكومية وخاصة) التي تعالج بيانات شخصية للأفراد داخل الأردن أو تستهدف مواطنيه، بغض النظر عن مكان تواجد الجهة المعالجة.

البيانات الشخصية حسب القانون تشمل كل معلومات تسمح بالتعرف على الشخص مباشرة أو غير مباشرة، مثل اسمه أو عنوانه أو حالته الصحية أو المالية أو القضائية. من جهة أخرى، يتطلب القانون موافقة صريحة ومسبقة من المعني بالبيانات، مكتوبة أو إلكترونية، واضحة في المدة والغرض من الاستخدام، ما يوفر حماية فعلية للخصوصية وحرية الفرد في التعامل التجاري الرقمي.¹

أولاً: حقوق الشخص المعني بالبيانات

تنص المادة (4) من قانون حماية البيانات الشخصية على أن لكل شخص طبيعي الحق في حماية بياناته الشخصية، فلا يجوز معالجتها إلا بعد الحصول على موافقته المسبقة، أو في الحالات المصرح بها قانوناً. تشمل هذه الحقوق قدرة المستهلك الإلكتروني على الوصول إلى بياناته الشخصية، مراجعتها، تصحيح أي أخطاء، تحديثها، محوها أو إخفائها عند الضرورة، وكذلك الاعتراض على

¹ قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 المادة 2

المعالجة التي قد تكون غير ضرورية أو تمييزية أو مجحفة. إضافة لذلك، يحق للشخص نقل بياناته إلى مسؤول آخر، ومعرفة أي انتهاك أو اختراق أمني قد يصيب بياناته. تُعد هذه المادة مهمة لحماية المستهلك الإلكتروني، حيث تمكنه من السيطرة على بياناته الشخصية عند التعامل مع المنصات الرقمية، وبالتالي تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية¹.

ثانياً: شروط الموافقة المسبقة على معالجة البيانات

تتشرط المادة (5) أن تكون الموافقة صريحة، موثقة إلكترونياً أو كتابياً، محددة من حيث الغرض والمدة، ومقدمة بلغة واضحة وغير مضللة. ويشترط كذلك موافقة ولي الأمر أو القاضي عند التعامل مع أشخاص غير مؤهلين قانونياً. ولا تُعتبر الموافقة صحيحة إذا صدرت بناءً على معلومات مضللة أو إذا تغيرت طبيعة المعالجة دون موافقة إضافية. يضمن هذا النص أن المستهلك الإلكتروني يمنح بياناته بحرية واختيار كامل، وأن أي عملية جمع بيانات بدون وضوح أو شفافية تعتبر مخالفة، مما يحميه من استغلال مزودي الخدمة أو المواقع الإلكترونية².

ثالثاً: التزامات المسؤول عن البيانات

المادة (8) يلزم القانون المسؤول عن البيانات باتخاذ جميع التدابير التقنية والتنظيمية اللازمة لحماية البيانات، بما في ذلك الإجراءات الأمنية لمنع أي كشف أو تعديل أو تلاعب غير مصرح به. كما يلزم المسؤول بوضع آليات لتلقي الشكاوى والرد عليها، وتمكين المستهلك من ممارسة حقوقه مثل الاعتراض، التصحيح، أو الوصول إلى بياناته. بالنسبة للمستهلك الإلكتروني، فإن هذه المادة

¹ قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 المادة 4

² قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 المادة 5

تؤكد أن البيانات التي يقدمها عند الشراء أو التسجيل على المنصات محمية، وأن له وسائل فعالة لمتابعة حقوقه وطلب تصحيح أي خطأ أو انتهاك¹.

رابعاً: واجب الإعلام والشفافية

تتشرط المادة (9) إعلام المستهلك إلكترونياً أو كتابياً عن البيانات التي ستتم معالجتها، الغرض من المعالجة، مدة المعالجة، الجهات المشاركة في المعالجة، وضوابط حماية البيانات وأمنها. هذا النص يضمن للمستهلك الإلكتروني الشفافية الكاملة، حيث يمكنه معرفة كيفية استخدام بياناته، من يقوم بمعالجتها، وما هي الضوابط الأمنية المتخذة لحمايتها، مما يعزز ثقته في التعامل مع المنصات الرقمية ويقلل مخاطر استغلال بياناته².

خامساً: الأثر العام على حماية المستهلك الإلكتروني

تجتمع هذه المواد لتشكل إطاراً متكاملًا لحماية المستهلك الإلكتروني في الأردن. فحقوق الشخص في الوصول، التصحيح، الاعتراض، وسحب الموافقة، والتزامات المسؤول، وواجب الإعلام، توفر حماية شاملة للبيانات الشخصية التي تشكل حجر الزاوية في التجارة الإلكترونية. وعليه، فإن قانون حماية البيانات الشخصية يعزز الثقة بين المستهلك والمنصات الرقمية، ويضمن أن أي عملية شراء أو تسجيل أو تعامل إلكتروني تتم وفق معايير قانونية صارمة تحمي المستهلك من الاستغلال أو الانتهاك.

¹ قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 المادة 8

² قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023 المادة 9

المبحث الثاني

وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد

تُعتبر مرحلة التعاقد من أهم مراحل التعاملات الإلكترونية، حيث يُتمّ المستهلك خطواته للشراء أو الاستفادة من الخدمات عبر الإنترنت. وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى ضمان حقوقه وتوفير أدوات قانونية تمكنه من اتخاذ قرارات واعية وتجنب أي ممارسات قد تُلحق الضرر بمصالحه. إذ لا يقتصر الخطر على السلعة أو الخدمة نفسها، بل يشمل أيضاً المعلومات المقدمة، والشروط المطبقة، وطريقة معالجة بياناته الشخصية والمالية.

يهدف هذا المبحث إلى استعراض وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد من خلال ثلاثة محاور رئيسية: أولاً، الإعلام المسبق بالسلعة أو الخدمة، وهو يتيح للمستهلك الاطلاع على كافة المعلومات الجوهرية قبل إتمام العقد، بما يضمن اتخاذ قرار شراء مدروس ومستند إلى بيانات دقيقة وواضحة. ثانياً، الحق في التراجع والعدول، الذي يوفر للمستهلك فرصة تصحيح اختياراته أو فسخ العقد في حال تبين له عدم مطابقة السلعة أو الخدمة للمواصفات المعلنة، بما يعزز الثقة في التعاملات الرقمية ويحد من استغلال البائع أو المزود لأي ضعف محتمل لدى المستهلك. ثالثاً، الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، التي قد تشكل تهديداً لحقوق المستهلك، حيث يُنشئ المزود شروطاً أحادية الجانب تضر بمصالح المستهلك. ويستعرض هذا الجزء النصوص القانونية التي تحظر الشروط التعسفية وتسمح للطرف المتضرر باللجوء إلى القضاء لتعديلها أو إلغائها، بما يعزز العدالة ويضمن التوازن بين الأطراف.

المطلب الأول

الإعلام المسبق بالسلعة أو الخدمة

يمثل الإعلام المسبق بالسلعة أو الخدمة الركيزة الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني، إذ يتيح له الاطلاع على كافة المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة قبل إتمام عملية الشراء. ويمكن الهدف الأساسي من هذا الحق في تمكين المستهلك من اتخاذ قرار مدروس ومستنير، وتقليل مخاطر التعرض للمعلومات المضللة أو الغش التجاري الذي قد يحدث في بيئة التجارة الإلكترونية.

تكتسب أهمية الإعلام المسبق بعداً أكبر في بيئة التجارة الإلكترونية مقارنة بالمعاملات التقليدية، نظراً لغياب التواصل المباشر بين المستهلك والمزود، واعتماد المستهلك الكلي على المعلومات الرقمية المعروضة على المنصات الإلكترونية. ومن دون إعلام مسبق واضح، قد يجد المستهلك نفسه مضطراً لاتخاذ قرار الشراء بناءً على معلومات غير كاملة أو مضللة، مما يرفع من مخاطر الاحتيال أو التعرض لشروط تعسفية.

ويشمل الإعلام المسبق عدداً من **العناصر الأساسية** التي يجب أن تتوفر لضمان حماية المستهلك، منها¹:

1. **وصف المنتج أو الخدمة:** يجب أن يكون الوصف شاملاً ودقيقاً، بحيث يغطي المواصفات الفنية والكمية والحجم وطريقة الاستخدام، إضافة إلى أي تفاصيل خاصة بالمنتجات الرقمية، مثل النسخة، التوافق مع الأجهزة الأخرى، وحقوق الترخيص.

¹ حسان، منى أبو بكر، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص. 85-90

2. **الأسعار والتكاليف الإضافية:** يتعين توضيح السعر النهائي للمنتج أو الخدمة، شاملاً أي

رسوم شحن أو ضرائب أو تكاليف إضافية محتملة، وذلك لضمان الشفافية وتجنب فرض

رسوم خفية.

3. **الحقوق والالتزامات:** يجب إعلام المستهلك بحقوقه مثل الحق في التراجع أو العدول، وحق الضمان

والصيانة، وكذلك التزام المزود بتسليم السلعة أو تقديم الخدمة وفقاً للشروط المتفق عليها.

4. **الشروط الخاصة بالشراء:** تتضمن مدة التوصيل، طرق الدفع المقبولة، وإجراءات خدمة ما

بعد البيع، بما يتيح للمستهلك معرفة كامل نطاق التزام المزود قبل إتمام الصفقة.

تؤكد القوانين الأردنية الحديثة على أهمية الإعلام المسبق كأحد أسس حماية المستهلك، حيث

نصت تشريعات مثل قانون حماية المستهلك وقانون المعاملات الإلكترونية على ضرورة تزويد

المستهلك بالمعلومات الدقيقة قبل إتمام أي عقد، بما يضمن له إمكانية اتخاذ قرار مدروس ومستنير.

كما تكمل المبادئ العامة الواردة في القانون المدني، والتي تمنح المستهلك الحق في الطعن في العقود

أو طلب تعديل الشروط في حال وقوعه ضحية التغير أو وجود شروط تعسفية.

يمثل الإعلام المسبق وسيلة لتعزيز الشفافية القانونية، إذ يمكن للمستهلك معرفة حقوقه وواجباته قبل

توقيع العقد أو الدفع، ما يحد من أي محاولات للتلاعب بالشروط أو الاحتيال. كما أنه يساهم في تقليل

النزاعات القانونية بين المستهلك والمزود، إذ يمكن الاعتماد على المعلومات المقدمة عند نشوب أي خلاف.¹

¹ الذيابات، نواف. الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2013، ص. 60.

المطلب الثاني

الحق في التراجع والعدول

يُعتبر الحق في التراجع أو العدول من أبرز وسائل الحماية القانونية المقررة للمستهلك الإلكتروني، إذ يتيح له فسخ العقد بعد إبرامه خلال مدة محددة ودون الحاجة إلى تقديم مبررات، وهو ما يُمثل ضماناً جوهرياً لسد الفجوة المعلوماتية التي تفصل بين المورد والمستهلك في البيئة الرقمية. وتنبع أهمية هذا الحق من خصوصية العقود الإلكترونية التي تُبرم عن بُعد ودون مواجهة مباشرة، مما يجعل المستهلك في كثير من الأحيان يفتقر إلى المعرفة الكافية بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، ويعرضه لاتخاذ قرارات متسريعة.

الفرع الأول: مفهوم الحق في التراجع والعدول

يقصد بالحق في التراجع تمكين المستهلك من إنهاء العقد الإلكتروني من جانبه المنفرد، خلال فترة زمنية محددة، دون أن يلزم ببيان سبب لذلك ودون أن يترتب عليه أي تبعات مالية أو جزائية، باستثناء تكاليف إعادة السلعة في حال تسلمها¹.

ويُعد هذا الحق استثناءً على القواعد العامة في العقود، إذ أن الأصل هو لزوم العقد بمجرد انعقاده ووجوب تنفيذه بحسن نية. غير أنّ خصوصية المعاملات الإلكترونية دفعت المشرع إلى الخروج على هذه القاعدة حمايةً للطرف الأضعف وهو المستهلك، الذي لا تتاح له فرصة فحص

¹ حسان، منى أبو بكر، الحق في الرجوع في العقد كإحدى الآليات القانونية لحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص.55

السلعة أو التثبت من طبيعة الخدمة إلا بعد إبرام العقد. ومن ثمّ، فإن الاعتراف له بهذا الحق يُمثل تصحيحاً لمراكز القوى التعاقدية ويُعيد التوازن بين الطرفين.¹

الفرع الثاني: الأساس القانوني لحق التراجع والعدول

لم ينص المشرع الأردني صراحة على حق العدول في العقود الإلكترونية، على عكس التوجه الأوروبي الذي يعترف بحق المستهلك في فسخ العقد عن بعد. ومع ذلك، يمكن استنتاج هذا الحق من المبادئ العامة للقانون المدني الأردني، وخصوصاً ما يتعلق بـ"خيار الرؤية".

يُقصد بخيار الرؤية تمكين المشتري من فسخ العقد أو الإبقاء عليه بعد معاينة المبيع، إذا لم تتح له الفرصة لمعاينته عند إبرام العقد، أو إذا وجد المبيع لا يلبي توقعاته. وتطبق هذه القاعدة على العقود الإلكترونية باعتبارها عقوداً مالية لم يشاهد فيها المستهلك السلعة وقت التعاقد، ما يمنحه الحق في العدول بحرية، مع التنبيه إلى أن هذا الحق استثناء على القاعدة العامة، إذ أن تمكّن المستهلك من الوقوف على حال المبيع عند التعاقد يؤدي إلى لزوم العقد وعدم جواز العدول إلا وفق شروط أخرى منصوص عليها. ويعتمد خيار الرؤية على توافر شروط أساسية، منها: عدم تمكن المستهلك من رؤية المبيع عند التعاقد، وأن يكون العقد من عقود الأموال القابلة للفسخ، وإبلاغ الطرف الآخر بالقرار صراحة أو دلالة.²

بهذه الطريقة، يوفر القانون المدني أساساً لحماية المستهلك الإلكتروني، ويسمح له بالتراجع عن العقد عند الحاجة، بما يعيد التوازن بين الأطراف ويصون حقوق الطرف الأضعف.

¹ حسان، منى أبو بكر، الحق في الرجوع في العقد كإحدى الآليات القانونية لحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص. 57.

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المواد 184، 185، 188.

الفرع الثالث: نطاق الحق في التراجع والعدول

يمتد نطاق هذا الحق ليشمل معظم العقود الإلكترونية الخاصة بالسلع والخدمات، إلا أنه ليس حقًا مطلقًا وإنما يرد عليه عدد من الاستثناءات التي تفرضها طبيعة العقد أو مقتضيات العدالة.

ففيما يتعلق بالسلع، يحق للمستهلك العدول إذا كانت السلعة قابلة للرد دون تلف، أما إذا كانت من السلع القابلة للتلف السريع أو التي تتعلق بالصحة والسلامة (كالمنتجات الغذائية أو الأدوية)، فلا يحق له ممارسة هذا الحق. كذلك الحال بالنسبة للسلع المصنوعة وفق طلب خاص أو التي تحمل طابعًا شخصيًا، حيث يستحيل ردها بذات الحالة.

أما بالنسبة للخدمات، فإن الحق في التراجع يمتد ليشمل العقود المتعلقة بالخدمات الإلكترونية ما لم يكن قد تم استهلاكها كليًا أو جزئيًا بموافقة المستهلك. فعلى سبيل المثال، إذا اشترى المستهلك اشتراكًا إلكترونيًا أو قام بتحميل برنامج رقمي غير قابل للاسترجاع بعد الاستخدام، فإن حق التراجع يسقط بمجرد التنفيع¹.

الفرع الرابع: الآثار القانونية لممارسة الحق في التراجع والعدول

يترتب على ممارسة المستهلك لحقه في التراجع اعتبار العقد كأن لم يكن منذ البداية، مع التزام المورد بإعادة ما دفعه المستهلك خلال فترة زمنية معقولة، غالبًا لا تتجاوز سبعة أيام عمل. وفي المقابل، يلتزم المستهلك برد السلعة بحالتها الأصلية دون أن يتحمل تكاليف إضافية، باستثناء ما قد يترتب على الاستعمال المعقول اللازم لفحصها.

¹ حسان، منى أبو بكر، الحق في الرجوع في العقد كإحدى الآليات القانونية لحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص. 96-97

وتُبرز هذه الآثار الطبيعية الوقائية للحق في التراجع، إذ تهدف إلى إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل التعاقد دون إلحاق ضرر بأي من الطرفين. ومن شأن هذه الآلية أن تحدّ من حالات النزاع، إذ تمنح المستهلك مخرجاً قانونياً يحميه من القرارات المتسارعة، كما تُشجع الموردين على الالتزام بالشفافية والدقة في وصف منتجاتهم¹.

الفرع الخامس: الأهمية العملية للحق في التراجع والعدول

تتجلى الأهمية العملية لحق المستهلك في العدول عن العقد في عدة جوانب أساسية، فهو يساهم أولاً في تعزيز ثقة المستهلك بالتعاملات الإلكترونية، إذ يبعث الطمأنينة لدى الأفراد الراغبين في الشراء عبر الإنترنت بأنهم لن يكونوا مقيدين بعقد لا يحقق تطلعاتهم. كما يشكل هذا الحق عاملاً محفزاً لتشجيع التجارة الإلكترونية، من خلال توفير بيئة قانونية آمنة تشجع المستهلكين على الانخراط في السوق الرقمية دون خشية من الغش أو التضليل. وإضافة إلى ذلك، يُلزم هذا الحق الموردين بالشفافية والحرص على دقة المعلومات المقدمة عن منتجاتهم، لعلمهم بأن المستهلك يستطيع ممارسة حقه في العدول متى تبين له خلاف ما وُعد به. وأخيراً، يساهم هذا الحق في الحد من النزاعات القضائية، كونه يوفر وسيلة ودية وعملية لحل الخلافات دون الحاجة إلى اللجوء إلى المحاكم، مما يوفر الوقت والجهد على الطرفين.

¹ حسان، منى أبو بكر، الحق في الرجوع في العقد كإحدى الآليات القانونية لحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2022، ص. 129

المطلب الثالث

الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية

تُعَدُّ الشروط التعسفية من أبرز التحديات التي تواجه المستهلك الإلكتروني في مرحلة التعاقد، إذ غالباً ما تُدرج هذه الشروط في العقود النموذجية أو “عقود الإذعان” التي يضعها التاجر أو مزود الخدمة بشكل مسبق، دون أن تتاح للمستهلك فرصة التفاوض أو التعديل عليها. وغالباً ما تُدرج هذه الشروط في العقود الإلكترونية على شكل “الشروط والأحكام” التي تظهر على الموقع الإلكتروني أو تطبيق الهاتف المحمول، والتي يضغط المستهلك على زر “موافق” أو “أوافق” للانتقال إلى إتمام عملية الشراء.

وتكمن خطورة هذه الشروط في كونها تمنح الطرف المهني أو التاجر قوةً مفرطة على حساب المستهلك، بما يؤدي إلى اختلال التوازن العقدي والإضرار بمصالح المستهلك الذي يكون الطرف الأضعف، لا سيما في البيئة الإلكترونية التي يغيب فيها الاتصال المباشر والمادي بين الطرفين.

وفي هذا السياق، نجد أن العديد من التشريعات الوطنية والدولية قد أولت موضوع الشروط التعسفية عناية خاصة، إدراكاً منها لحاجة المستهلك الإلكتروني إلى حماية إضافية. فقد وضعت هذه التشريعات قيوداً صارمة على تضمين العقود الإلكترونية شروطاً تُعفي التاجر من مسؤوليته القانونية، أو تحدّ من حقوق المستهلك المقررة بموجب القانون، أو تفرض التزامات مالية غير متناسبة معه. وبذلك، أصبح مبدأ حماية المستهلك من الشروط المجحفة جزءاً لا يتجزأ من المنظومة العامة لحماية المستهلك الإلكتروني.

الفرع الأول: صور الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية

يمكن حصر أبرز صور الشروط التعسفية التي قد يتعرض لها المستهلك الأردني عند التعاقد

إلكترونياً فيما يلي:

أولاً: الشروط التي تعفي المزود من المسؤولية

يلجأ بعض مزودي الخدمات الإلكترونية إلى تضمين عقودهم شروطاً تنص على إعفاء أنفسهم من أي مسؤولية قانونية عن العيوب أو الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك نتيجة استخدام المنتج أو الخدمة. مثل النص على أن الشركة غير مسؤولة عن الأعطال الفنية أو الخسائر المالية الناجمة عن استخدام المنصة، أو أن السلعة تُباع كما هي دون أي ضمان للجودة أو المطابقة¹.

هذه الشروط تتعارض مع قواعد الضمان القانوني التي يفرضها القانون المدني الأردني، والتي تلزم البائع بضمان خلو المبيع من العيوب الخفية وضمان مطابقته للغرض المتعاقد عليه.

ثانياً: الشروط التي تحد من حق المستهلك في المطالبة بالتعويض

قد تُفرض على المستهلك شروط تنص على أن أقصى ما يمكنه المطالبة به هو استرداد ثمن السلعة فقط، حتى لو ترتب على العيب أضرار أكبر². مثل هذه الشروط تخالف أحكام المسؤولية المدنية التي كفلها القانون الأردني، حيث لا يجوز الاتفاق على إعفاء المسؤول من التعويض عن فعله الضار إذا كان الضرر ناشئاً عن غش أو خطأ جسيم.

¹ بدر، أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005، ص 169

² محمود، عبدالله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 76

ثالثاً: الشروط المتعلقة بالاختصاص القضائي أو القانون الواجب التطبيق

قد يُلزم المستهلك بالخضوع لمحاكم أجنبية أو لقوانين غير القوانين الأردنية في حال نشوء نزاع. هذا النوع من الشروط يُعتبر تعسفياً لأنه يضع المستهلك في موقف ضعف، ويحول دون وصوله إلى العدالة بيسر. وفي حالات كثيرة قد يمتنع المستهلك عن المطالبة بحقه نتيجة صعوبة التقاضي خارج بلده¹.

رابعاً: الشروط التي تُلزم المستهلك بالتزامات غير متناسبة

مثل فرض رسوم أو غرامات مرتفعة في حال العدول عن العقد، أو اشتراط دفع مبالغ مالية إضافية غير مبررة للحصول على خدمة أساسية². هذه الشروط تتعارض مع مبادئ العدالة العقدية التي تحكم العلاقات المدنية في التشريع الأردني.

خامساً: الشروط التي تُقيد حقوق المستهلك في الضمان والإرجاع

قد يُفرض على المستهلك شرط يمنعه من إعادة السلعة حتى لو كانت معيبة، أو يقصر مدة الضمان على فترة وجيزة غير معقولة³. مثل هذه الشروط باطلة لأنها تنتقص من الحقوق الأساسية التي أقرها المشرع الأردني في مجال حماية المستهلك.

الفرع الثاني: موقف القانون الأردني من الشروط التعسفية

إنّ المشرع الأردني لم يتناول في قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 نصوصاً خاصة تتعلق بالشروط التعسفية في العقود الإلكترونية، وذلك باعتبار أنّ هذا القانون جاء لتنظيم الجوانب الإجرائية والفنية للمعاملات الإلكترونية أكثر من تركيزه على مضمون العلاقة التعاقدية بين الأطراف.

¹ السعدي، فاطمة وإبراراج، رشيدة، الاختصاص القضائي في العقود الإلكترونية الدولية، رسالة ماجستير، جامعة مولاي إسماعيل، المغرب، 2024، ص 11-12

² النجار، زياد إبراهيم، قواعد حماية المستهلك من التمييز والغبن في العقود الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 202

³ أبو الحديد، عبد الرؤوف حسن، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر والقانون، مصر، 2020، ص 128

وعليه، فإنّ المرجعية الأساسية لمعالجة الشروط التعسفية تظلّ في القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976 وتعديلاته، إذ تضمّن هذا القانون مجموعة من القواعد العامة التي يمكن تطبيقها على العقود الإلكترونية شأنها شأن العقود التقليدية. فقد نصّ المشرّع على أنّ العقد شريعة المتعاقدين (المادة 87 مدني)، غير أنّ هذا المبدأ ليس مطلقاً، بل يقيده النظام العام والآداب العامة، وهو ما أكّدته المادة (163) مدني التي تقرر بطلان كل شرط يتعارض مع النظام العام أو يخلّ بالآداب¹.

كما أنّ القانون المدني قد عالج مسألة الإغفاء من المسؤولية بشكل صريح، حيث نصّت المادة (256) على أن: "كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر".² ما يفيد بطلان أي شرط يقضي بالإغفاء من المسؤولية عن الغش أو الخطأ الجسيم. وبالتالي، فإنّ أي شرط يُدرج في العقد الإلكتروني ويهدف إلى إعفاء المزود أو التاجر من مسؤوليته عن الأضرار الناشئة عن الغش أو الإهمال الجسيم يُعد شرطاً باطلاً ولا يُعتدّ به، حتى لو وافق المستهلك عليه صراحة.

إلى جانب ذلك، يمكن الاستناد إلى أحكام الضمان التي نصّت عليها المواد (512 وما بعدها) من القانون المدني والمتعلقة بضمان العيوب الخفية في المبيع، إذ ألزمت البائع بضمان ما في المبيع من عيب يُنقص من قيمته أو يجعله غير صالح للاستعمال. ومن ثمّ، فإنّ أي شرط إلكتروني يقضي بإعفاء البائع من هذا الضمان يُعتبر شرطاً تعسفياً يتعارض مع النصوص الآمرة في القانون المدني³.

أما بالنسبة للقوانين الخاصة، فإنّ مشروع قانون حماية المستهلك الأردني قد تضمّن أحكاماً صريحة ترمي إلى تعزيز الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية. فقد نص في المادة (204) منه على

¹ القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المواد 87، 163

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 256

³ القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المواد 512 وما بعدها

بطلان أي شرط من شأنه الإضرار بالمستهلك أو الإخلال بمبدأ التوازن العقدي، وأكد على أن العقد الذي يتضمن شروطاً مجحفة يُعد عقداً غير متوازن ويقع تحت رقابة الجهات المختصة¹.

وفيما يتعلق بالتطبيق القضائي، فقد درجت المحاكم الأردنية على إعمال الرقابة القضائية على مثل هذه الشروط، حيث تُخضعها لمبدأ العدالة العقدية، وتقوم بإبطالها كلما ثبت أنها تهدف إلى استغلال المستهلك أو إضعاف مركزه القانوني. وتستند المحاكم في ذلك إلى مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود (المادة 202 مدني)، والذي يفرض على المتعاقدين الالتزام بروح العدالة والإنصاف في التعامل، مما يجعل أي شرط يُخلّ بهذه المبادئ عرضة للبطلان².

الفرع الثالث: الآثار المترتبة على الشروط التعسفية

يترتب على إدراج الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية العديد من النتائج السلبية التي تمس جوهر العدالة العقدية، إذ يؤدي ذلك إلى إضعاف الثقة بين المستهلك والمورد، مما ينعكس سلباً على نمو التجارة الإلكترونية على المستوى المحلي. كما تُحمّل هذه الشروط المستهلك أعباء مالية وقانونية غير مبررة، تُخلّ بمبدأ التوازن بين طرفي العقد. وإضافة إلى ذلك، قد يترتب على وجود هذه الشروط بطلان جزئي أو كلي للعقد إذا ثبت أنها تمثل إخلالاً جسيماً بمبدأ المساواة والتكافؤ في الالتزامات التعاقدية.

¹ القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 204

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 202

الفصل الرابع

الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد البيع عند التعامل مع مواقع محلية وعالمية

تُعدّ مرحلة ما بعد البيع من أهم المراحل في العلاقة التعاقدية بين المستهلك والمزوّد، إذ تكشف هذه المرحلة عن مدى التزام المزوّد بواجباته واستعداده لتحمل المسؤولية تجاه السلعة أو الخدمة التي قدّمها. فالتعاقد الإلكتروني لا يقف عند حدّ إبرام العقد وتسليم المبيع أو تقديم الخدمة، بل يمتد ليشمل سلسلة من الالتزامات المستمرة التي تُعدّ جوهرية لضمان حماية المستهلك وثقته في السوق الرقمي. وفي هذا السياق، تتضح الأهمية الخاصة لمرحلة ما بعد البيع باعتبارها المحكّ الحقيقي الذي يختبر مصداقية المزوّد، ويُظهر ان كان قادراً على تحقيق التوازن العقدي أم أنّه يسعى لاستغلال ثغرات التشريع أو ضعف موقف المستهلك.

وتتجلى هذه الأهمية بشكل خاص في المعاملات الإلكترونية التي يبرمها المستهلك الأردني عبر المنصات المحلية والعالمية، حيث تتباين السياسات المتبعة في مجال خدمة ما بعد البيع من موقع لآخر. فقد يواجه المستهلك في المواقع المحلية مشكلات تتعلق بجودة السلع، أو نقص خدمات الصيانة وقطع الغيار، أو صعوبة إجراءات الإرجاع والاستبدال. بينما يواجه في المواقع العالمية تحديات أكثر تعقيداً ترتبط بتضارب التشريعات، وبعد المورد الأجنبي، وضعف فعالية الوسائل القانونية في ملاحقته خارج نطاق الولاية القضائية الوطنية.

كما أن النصوص التشريعية الأردنية، سواء في قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017 أو قانون المعاملات الإلكترونية رقم (15) لسنة 2015 أو غيرها من التشريعات المساندة، قد أولت عناية خاصة لهذه المرحلة عبر فرض التزامات واضحة على المزوّد تتعلق بالضمان، وجودة السلعة

أو الخدمة، وتوفير الصيانة وقطع الغيار، وتمكين المستهلك من استبدال السلعة أو إرجاعها، وتعويضه عند ثبوت العيب أو الإخلال. ويُضاف إلى ذلك الدور المهم الذي تؤديه الأجهزة الرقابية كوزارة الصناعة والتجارة والتموين، وجمعيات حماية المستهلك، إضافة إلى الدور الحاسم للقضاء الأردني في تسوية النزاعات الناشئة في هذه المرحلة.

ويلاحظ أنّ التجربة الأردنية، وإن خُطت خطوات مهمة في مجال تنظيم حقوق المستهلك بعد البيع، إلا أنها لا تزال تواجه تحديات كبيرة عند التعامل مع المواقع العالمية، حيث يظهر قصور في آليات الإنفاذ خارج الحدود، وضعف في التعاون القضائي أو التنفيذي في مجال التجارة الإلكترونية العابرة للدول. وهنا تتجلى الحاجة إلى تعزيز القوانين الوطنية بالانفتاح على التشريعات الدولية والمقارنة، بما يضمن حماية أكثر فعالية للمستهلك الإلكتروني الأردني.

ومن هذا المنطلق، يتناول هذا الفصل موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع، موزعاً على مبحثين أساسيين:

المبحث الأول: حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع المحلية، حيث نعرض للالتزامات القانونية للمورد بعد البيع، ثم المسؤولية المترتبة على الإخلال بها، وأخيراً الوسائل الودية والقضائية لتسوية النزاعات.

المبحث الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع العالمية، حيث ندرس نماذج من سياسات خدمة ما بعد البيع في أشهر المنصات التجارية الدولية، ثم الإشكاليات القانونية الناشئة عن التعامل مع موردين غير أردنيين، وأخيراً فعالية الوسائل المتاحة للمستهلك الأردني لتحصيل حقوقه في مواجهة المورد الأجنبي.

المبحث الأول حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع المحلية

المطلب الأول الالتزامات القانونية للمورد بعد البيع

تضع التشريعات الأردنية الحديثة على رأسها حماية المستهلك واجباً مفروضاً على المزود بعد إبرام العقد وانتهاء عملية البيع. هذا الواجب لا يقتصر على مجرد تسليم المنتج، بل يشمل جودة السلعة أو الخدمة، مطابقتها لما أُعلن عنه، توفير خدمات ما بعد البيع (الصيانة وقطع الغيار) وإجراءات التعويض والإرجاع والاستبدال إذا كانت السلعة أو الخدمة معيبة أو كان الإعلان مضللاً. الأطر القانونية الأساسية التي تضبط هذه الالتزامات في الأردن تتوزع بين قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017 (المعيار التنظيمي المباشر لحقوق المستهلك والالتزامات المزود) ومبادئ القانون المدني ذات الصلة (قواعد الضمان والمسؤولية والتعاقد) .

الفرع الأول: التزام المزود بضمان جودة السلعة ومطابقتها للوصف والإعلان

نصّ قانون حماية المستهلك على إلزام المزود بالتأكد من جودة السلع والخدمات وصلاحياتها للاستعمال وفق الغرض المعدّ له، والتأكد من مطابقة السلع أو الخدمات للخصائص المعلنة وتحقيقها للنتائج المصرّح بها للمستهلك. كما ألزم القانون المزود بتسليم السلعة أو تقديم الخدمة خلال المدة المتفق عليها أو المدة المعتادة دون تأخير¹ .

من منطلق القانون المدني أيضاً، تثبت المشرّع قاعدة ضمان العيوب الخفية في عقد البيع، إذ يعتبر البيع منعقداً على أساس خلو المبيع من العيوب؛ فإذا ظهر عيب خفي للمبيع للمشتري، فقد خول له القانون

¹ قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 4

خيارات (كرفض السلعة أو البقاء بها مع تخفيض الثمن أو مطالبة البائع بالتعويض) وفقاً لأحكام عقد البيع. هذه القواعد المدنية تُكمل وتدعم الالتزامات الواردة في قانون حماية المستهلك¹.

هذا يعني أنّ أي وصف أو مواصفات منشورة على الموقع الإلكتروني أو في صفحة المنتج تُعتبر جزءاً من التمثيل التعاقدي، والمزود يُلزم قانوناً بأن تكون تلك المواصفات صحيحة ودقيقة، وإلا اعتبر إخلالاً يؤدي إلى حقوق تبعية للمستهلك (إرجاع، استبدال، تعويض).

الفرع الثاني: خدمات ما بعد البيع (الصيانة وقطع الغيار)

ينصّ قانون حماية المستهلك صراحةً على وجوب تأمين خدمات ما بعد البيع، وبصورة خاصة خدمات الصيانة وقطع الغيار اللازمة للسلع أو الخدمات التي تتطلب طبيعتها ذلك، سواء كانت هذه الخدمات بمقابل أو دون مقابل، كما يحدّد الوزير تعليمات تحدّد مدة التزام المزود بتوفيرها بحسب طبيعة كل سلعة أو خدمة ما لم يتفق الطرفان خلاف ذلك. هذه القاعدة تعطينا معياراً واضحاً لوجوب وجود سياسة صيانة وقطع غيار معلنة وواقعية لدى كل مزود في السوق المحلي².

يعتبر إخلال المزود بعدم توفير خدمات ما بعد البيع أو قطع الغيار اللازمة إخلالاً بالتزامه التعاقدي، ويعدّ من صور الإخلال الواردة في القانون، ما يضمن للمستهلك سبل مساءلة المزود محلياً إذا لم تتوفر الخدمة أو القطع المطلوبة في السوق المحلي ما لم يتفق الطرفان خلاف ذلك³.

¹ القانون المدني الأردني، رقم 43 لسنة 1976، المواد 512، 513

² قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 5

³ قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 22/ب/8

تعد تعليمات وزير الصناعة (لوائح التنفيذ) هي التي تحدد مددًا عملية للالتزام المزود بتوفير قطع الغيار والصيانة لكل فئة من السلع، فلا بد من الرجوع إلى تعليمات التنفيذ عند تحديد مدى المعقولية الزمنية للالتزام المزود¹.

الفرع الثالث: تعريف العيب وبيان سبل العلاج

يُقصد بالعيب في مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني كل نقص أو خلل في السلعة أو الخدمة يُفقد قيمتها أو منفعتها أو يجعلها غير صالحة للاستعمال أو لا تحقق الغاية التي اشترت من أجلها. ويُعتبر العيب، وفق التشريعات ذات العلاقة، صورة من صور الإخلال بالالتزامات التعاقدية التي يربتها القانون على عاتق المزود.

وقد ذكر قانون حماية المستهلك الحالات التي تُعدّ فيها السلعة أو الخدمة معيبة، ومن أبرزها²:

1. عدم توافر متطلبات السلامة والصحة العامة.
2. عدم مطابقة السلعة أو الخدمة للقواعد الفنية الإلزامية أو المواصفات القياسية.
3. وجود اختلاف جوهري بين السلعة أو الخدمة المباعة وما تم الإعلان أو التصريح به من خصائص ومواصفات.
4. إخلال السلعة أو الخدمة بمستويات الجودة أو الأداء التي تعهّد بها المزود أو المعلن.

وفي حال توافر أي من هذه الحالات، يُعتبر المستهلك أمام عيب قانوني يجيز له المطالبة بحقوقه في المعالجة وفق آليات العلاج المنصوص عليها تشترط أن المزود ملزم بإرجاعها ورد ثمنها

¹ قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 26

² قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 6

بناءً على طلب المستهلك أو استبدالها بسلعة أخرى مطابقة للمواصفات، أو أن يدفع للمستهلك مبلغًا يعادل قيمة الضرر إذا لم يكن بالإمكان إرجاع السلعة لظهور العيب بعد استهلاكها.

وبالنسبة للخدمات، يلتزم المزود بإعادة ثمنها أو بدفع ما يقابل الضرر إذا ظهر العيب بعد إتمام تقديم الخدمة. وللمزود خيار تصحيح الخلل حال موافقة المستهلك الخطية¹.

كما أن قواعد خيار العيب وضمن العيوب الخفية في القانون المدني تمنح المستهلك سبلاً مدنية (رد الثمن، الرجوع، تخفيض الثمن، والمطالبة بالتعويض) تكمل الأحكام الإجرائية في قانون حماية المستهلك.

الفرع الرابع: مسؤولية المزود وتضامنية المسؤولية بين المزودين

ينصّ قانون حماية المستهلك صراحةً على أن المزود مسؤول عن أي مخالفة لأحكام هذا القانون يرتكبها من يعمل لديه أو يمثله، ويحدد أيضاً أن المسؤولية تكون تكافلية وتضامنية بين المزودين الذين تسببوا أو علموا بوجود العيب في السلعة أو الخدمة. هذا النص مهم عند التعامل مع سلاسل التوريد أو المنصات التي تدخل أطرافاً متعددة في إيصال المنتج إلى المستهلك².

لذلك، عند إخفاق طرف ما (المصنّع، أو المستورد، أو البائع، أو منصة التوزيع) في الرقابة أو التصحيح، يمكن للمستهلك أن يتبنى مساراً قضائياً ضد أي من هذه الأطراف أو ضد الكل تضامنياً؛ مما يسهّل تحصيل الحق لدى أكثر من جهة مقيمة في الأردن.

¹ قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 7

² قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المواد 18، 19، 20

الفرع الخامس: بطلان الشروط التعسفية التي تنتقص من التزامات المزود أو من حقوق المستهلك بعد البيع

وضع المشرع ضوابط قوية تحمي المستهلك من أي شرط يحدّ أو يلغي الحقوق الواردة في قانون حماية المستهلك: أي شرط يلغي أو يقيد حقوق المستهلك منصوصاً عليها في القانون يبطل. كما أعطى القانون للمحكمة صلاحية بطلان أو تعديل الشروط التعسفية في العقود وإعفاء المستهلك منها بطلب منه أو من جمعيات حماية المستهلك¹.

أمثلة نصية على البنود المحظورة: التنازل عن حقوق المستهلك، منح المزود حق تعديل أو فسخ العقد من طرف واحد، إسقاط حق اللجوء إلى القضاء أو الوسائل البديلة، أو استثناء المزود من تقديم خدمات ما بعد البيع ما لم يُكتب ذلك بخط يد المستهلك وبوضوح. هذه الضوابط تحمي المستهلك من محاولات إفراغ التزامات ما بعد البيع من معناها².

المطلب الثاني

المسؤولية القانونية في حال الإخلال بالالتزامات

تُعَدّ المسؤولية القانونية للمزود من أهم أدوات حماية المستهلك الإلكتروني، إذ تُشكّل الضمانة العملية التي تجبر المورد على الالتزام بتعهداته في مرحلة ما بعد البيع. فإذا أخلّ المزود بالتزاماته الجوهرية - سواء تمثّل ذلك في تسليم سلعة معيبة، أو الامتناع عن تقديم خدمات ما بعد البيع كالصيانة والإرجاع والاستبدال، أو رفض إصلاح العيوب - فإن القانون يترتب عليه مسؤولية قانونية تتيح للمستهلك المطالبة بجبر الضرر واسترداد حقوقه.

¹ قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 21

² قانون حماية المستهلك الأردني، رقم 7 لسنة 2017، المادة 22

وتتنوع هذه المسؤولية بين مسؤولية عقدية ناشئة عن إخلال المورد بالعقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك، والمسؤولية عن الفعل الضار إذا ارتكب المورد أفعالاً تلحق بالمستهلك ضرراً مستقلاً عن العقد، مثل الغش أو التضليل في الإعلان أو الإخلال بمتطلبات السلامة. كما قد يتعرض المورد لجزاءات جزائية أو إدارية نصّت عليها التشريعات ذات العلاقة كقانون حماية المستهلك وقانون الجرائم الإلكترونية.

الفرع الأول: المسؤولية العقدية

يقوم مبدأ المسؤولية العقدية على قاعدة أن "العقد شريعة المتعاقدين"، وبالتالي فإن أي إخلال من المورد بالتزاماته التعاقدية يترتب مسؤوليته تجاه المستهلك. فإذا تبين أن السلعة المباعة لا تتفق مع المواصفات المعلن عنها، أو لم يتم تسليمها في الموعد المحدد، أو أُخلّ بضمانها خلال فترة الاستعمال، فإن للمستهلك أن يطالب بتنفيذ الالتزام عيناً، أو بفسخ العقد، أو بالتعويض عن الأضرار المترتبة.¹

ويستند ذلك إلى أحكام القانون المدني الأردني التي توجب على كل متعاقد تنفيذ التزاماته بحسن نية (المادة 202)، كما تقرر بطلان أي شرط يقضي بالإعفاء من المسؤولية عن الغش أو الخطأ الجسيم (المادة 358). وهذا يعني أن المورد لا يستطيع الاحتفاء بأي شرط يُدرجه في العقد أو في الفاتورة يعفيه من مسؤوليته إذا سلّم سلعة معيبة أو أُخلّ بالتزاماته الجوهرية.²

كما تتجلى المسؤولية العقدية بشكل أوضح في عقود التجارة الإلكترونية، إذ يلتزم المورد بتسليم سلعة مطابقة لما تم عرضه إلكترونياً وبالمواصفات التي صرّح عنها في موقعه أو منصته. فالمستهلك يعتمد في إبرام العقد على البيانات الإلكترونية المتاحة أمامه، وأي اختلاف بين السلعة الفعلية وتلك البيانات يُعد

¹ أبو شمس، ساهر عبد الكريم، المسؤولية المدنية الإلكترونية القانون الواجب التطبيق: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 58

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المواد 202، 358

إخلاقاً بالعقد. ويمنح القانون للمستهلك في هذه الحالة عدة وسائل قانونية، منها المطالبة بإصلاح السلعة، أو استبدالها بسلعة أخرى، أو استرداد ثمنها مع التعويض عن الأضرار الناتجة عن استعمالها.¹

الفرع الثاني: المسؤولية عن الفعل الضار

قد يتحقق الضرر للمستهلك بعيداً عن العلاقة العقدية المباشرة، كما لو استعمل المورد وسائل تضليلية في الإعلان، أو قدّم سلعة خطيرة لا تتوافر فيها معايير السلامة، فألحق بالمستهلك ضرراً صحياً أو مالياً. في هذه الحالة، تقوم المسؤولية الفعل الضار للمزود، ويكون ملزماً بالتعويض استناداً إلى القواعد العامة التي تقرر أن "كل إضرار بالغير يلزم فاعله بالتعويض" **المادة (256)**. وإذا تعدد المسؤولون عن الفعل الضار، كما هو وارد في **المادة (265)** من القانون المدني، يكون كل منهم مسؤولاً بنسبة نصيبه فيه، وللمحكمة أن تقضي بالتساوي أو بالتضامن، بما يحقق حماية فعالة للمستهلك عند تعدد الأطراف المتسببة في الضرر.²

وتتجلى أهمية هذه المسؤولية في بيئة التجارة الإلكترونية، حيث يُقبل المستهلك على شراء المنتجات استناداً إلى الصور والوصف المعلن على المواقع، دون أن يتمكن من فحص السلعة بنفسه قبل الشراء. وهنا تتكرر صور التضليل والغش، كالإعلانات الكاذبة التي تُظهر خصائص غير صحيحة للسلعة، أو بيع منتجات مقلدة على أنها أصلية، أو تسويق أجهزة كهربائية أو أدوية غير مطابقة لمعايير السلامة. هذه الأفعال تُعد أفعالاً تقصيرية موجبة للتعويض، حتى لو لم يكن هناك عقد صالح، لأن أساسها هو الإضرار المباشر بالمستهلك.³

¹ عبيدات، إبراهيم محمد، تشريعات التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2024، ص 183

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 256، 265

³ الشрман، صهيب يحيى، الوفاء الإلكتروني. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2025، ص192

وتتسع المسؤولية التقصيرية لتشمل الأضرار المادية مثل الخسارة المالية الناتجة عن شراء منتج مغشوش أو مقلّد، وكذلك الأضرار الجسدية كإصابة المستهلك نتيجة استعمال منتج غير آمن. كما قد تمتد لتشمل الأضرار المعنوية، كالمساس بكرامة المستهلك أو تعرضه لحالة من القلق النفسي بسبب الغش أو الاحتيال.¹

الفرع الثالث: الجزاءات المترتبة على الإخلال

لا تقتصر مسؤولية المورد على التعويض المدني فحسب، بل قد تمتد إلى جزاءات أخرى:

1. **جزاءات مدنية:** مثل الإرجاع، والاستبدال وفسخ العقد مع التعويض، أو إصلاح السلعة أو الخدمة.²

2. **جزاءات إدارية:** كإغلاق الموقع الإلكتروني، أو سحب الترخيص، أو فرض غرامات من قبل وزارة الصناعة والتجارة والجهات الرقابية.³

3. **جزاءات جزائية:** إذا ارتبط الإخلال بالغش أو الاحتيال أو نشر بيانات مضللة، بما يندرج تحت طائلة قانون المعاملات الإلكترونية.⁴

¹ أبو شمس، سماهر عبد الكريم. المسؤولية المدنية الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق: دراسة مقارنة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2020، ص 114

² قانون حماية المستهلك الأردني رقم (7) لسنة 2017، المادة 7

³ إرم بزنس. (14 آذار 2025). عقوبات وحجب للمخالفين.. تنظيم جديد للتجارة الإلكترونية في الأردن،:

⁴ قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015، المواد 24، 25

المطلب الثالث

تسوية النزاعات عبر الوسائل الودية والقضائية

تُعدّ تسوية النزاعات التي قد تنشأ بين المستهلك الإلكتروني والمورد في مرحلة ما بعد البيع من المسائل الجوهرية لضمان الحماية الفعلية لحقوق المستهلك وتعزيز الثقة بالتجارة الإلكترونية. فمع تزايد حجم المعاملات الرقمية وتعدد الأطراف الفاعلة فيها، يزداد احتمال وقوع خلافات تتعلق بجودة السلعة أو الخدمة، أو التأخير في التسليم، أو رفض الإرجاع والاستبدال، أو حتى النزاعات حول الضمان. وهنا يظهر دور التشريعات والآليات المؤسسية في توفير مسارات لحل هذه النزاعات إما بطرق ودية أو عبر القضاء.

الفرع الأول: الوسائل الودية (التفاوض)

يُعتبر التفاوض الخطوة الأولى والأكثر شيوعاً في حل النزاعات الإلكترونية، حيث يسعى المستهلك للتواصل المباشر مع المورد عبر المنصات الرقمية أو خدمة العملاء لعرض شكواه والمطالبة بحقوقه. وغالباً ما يُسفر هذا التفاوض عن حلول عملية مثل استبدال السلعة، أو إرجاع الثمن، أو تقديم تعويض جزئي. وتكمن أهمية التفاوض بأنه سريع وذو كلفة منخفضة ولا يترتب عليه إجراءات رسمية معقدة.

بعض المواقع المحلية والعالمية باتت تُنشئ أنظمة دعم متخصصة لحل الشكاوى بشكل

أوتوماتيكي أو عبر فرق عمل مختصة بخدمة ما بعد البيع¹.

¹ جبران، محمد. التحكيم الإلكتروني كوسيلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن،

الفرع الثاني: دور القضاء الأردني في تسوية النزاعات

في حال فشل الحلول الودية، يكون للمستهلك الإلكتروني حق اللجوء إلى القضاء للمطالبة بحقوقه. فالحق في اللجوء إلى القضاء حق دستوري أصيل، ويترتب عليه أن للمستهلك، شأنه شأن أي متعاقد آخر، أن يرفع دعواه أمام المحاكم النظامية للمطالبة بحقوقه عند إخلال المورد بالتزاماته في مرحلة ما بعد البيع.

أولاً: التكييف القانوني للنزاعات الإلكترونية

يواجه القضاء الأردني تحدياً في تكييف المنازعات الناشئة عن التجارة الإلكترونية، نظراً لحدثة موضوعها وتعدد صورها. إلا أن القواعد العامة في القانون المدني وقانون أصول المحاكمات المدنية تشكّل الإطار الذي يُبنى عليه هذا التكييف. فمثلاً:

إذا كان النزاع ناشئاً عن إخلال بالتزام تعاقد (مثل عدم مطابقة السلعة للمواصفات أو الإخلال بالضمان)، فإنه يُصنّف ضمن المسؤولية العقدية¹.

وإذا تعلق النزاع بأفعال ضارة خارج نطاق العقد (مثل الإعلانات المضللة أو بيع منتجات خطرة)، فإنه يُخضع لقواعد المسؤولية عن الفعل الضار².

ثانياً: إجراءات التقاضي

يُباشر المستهلك الإلكتروني دعواه وفقاً للإجراءات المنصوص عليها في قانون أصول المحاكمات المدنية، حيث يتقدم بلائحة دعوى أمام المحكمة المختصة. وتُعتبر محكمة البداية ذات الولاية العامة

¹ القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المواد 202، 358

² القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)، المادة 256

مختصة بالنظر في القضايا ذات القيمة التي تزيد عن 10000 الاف دينار، بينما تنظر محكمة الصلح في القضايا التي تقل قيمتها عن الحد المقرر قانوناً.

ويجوز للمستهلك أن يطلب أثناء سير الدعوى إجراءات وقتية ومستعجلة، مثل وقف استخدام بياناته أو حجب إعلان مضر. كما يحق له المطالبة بالتعويض عن الأضرار المادية والمعنوية الناتجة عن الإخلال بالالتزامات¹.

ثالثاً: التحديات التي يواجهها القضاء

إثبات التعاقد الإلكتروني: إذ يعتمد غالباً على المراسلات الإلكترونية والفواتير الرقمية وسجلات الدفع عبر الإنترنت، ما يفرض على القضاء التحقق من حجيتها القانونية وفقاً لقانون المعاملات الإلكترونية².

تحديد الاختصاص المكاني: عند وقوع نزاع بين المستهلك الإلكتروني والمورد المحلي، يُثار التساؤل حول المحكمة المختصة مكانياً للنظر في الدعوى. ووفقاً للقواعد العامة في قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني، تُقام الدعوى عادة أمام المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه (المورد) أو مكان تنفيذ الالتزام. وبما أن العقود الإلكترونية تُعتبر عقود بيع، فإن مكان التسليم أو مكان إقامة المستهلك قد يُشكلان أساساً لانعقاد الاختصاص. وهذا التوجه يُعزز من مركز المستهلك، لأنه يُتيح له رفع الدعوى في مكان إقامته بدلاً من الاضطرار لملاحقة المورد في موقع نشاطه التجاري، الأمر الذي يحقق قدراً أكبر من التوازن في العلاقة التعاقدية³.

¹ قانون أصول المحاكمات المدنية رقم (1) لسنة (1988) المواد 30، 31

² الحلالمة، نصار محمد، التجارة الإلكترونية في القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 275-276

³ أبو شمس، سماهر عبد الكريم، المسؤولية المدنية الإلكترونية القانون الواجب التطبيق: دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،

تأخير الإجراءات: قد يُشكل طول فترة التقاضي عائقاً أمام المستهلك، خصوصاً إذا كانت قيمة النزاع بسيطة مقارنة بتكاليف وإجراءات الدعوى.

رابعاً: أهمية الدور القضائي

يلعب القضاء دوراً محورياً في:

حماية المستهلك الضعيف؛ وذلك من خلال الرقابة على الشروط التعسفية أو البنود التي تهدف إلى إضعاف مركزه القانوني.

إرساء مبادئ قضائية حديثة؛ حيث تسهم الأحكام القضائية في تطوير قواعد حماية المستهلك الإلكتروني، عبر التفسير المرن للقوانين بما يتلاءم مع خصوصية البيئة الرقمية.

ردع الموردين المخالفين؛ إذ تُشكل الأحكام القضائية الصادرة ضد الموردين غير الملتزمين رادعاً قانونياً وأدبياً، يدفع باقي المتعاملين في السوق إلى الالتزام بمعايير الشفافية وحسن النية.

خلاصة القول إنّ القضاء الأردني يُمثل الضمانة النهائية لتحقيق العدالة وحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع، إذ يمكنه من اقتضاء حقوقه كاملة، سواء عبر التنفيذ العيني للالتزام، أو التعويض، أو فسخ العقد. كما أنّ الدور القضائي لا يقتصر على فض النزاع فحسب، بل يتعداه إلى تكريس مبدأ الثقة في المعاملات الإلكترونية وضبط السلوكيات التجارية بما يتفق مع متطلبات العدالة وحماية الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.

الفرع الثالث: دور الجهات الرقابية (وزارة الصناعة والتجارة والتموين)

تلعب وزارة الصناعة والتجارة والتموين، إلى جانب الجهات الرقابية الأخرى، دوراً محورياً في حماية المستهلك بعد البيع، وذلك من خلال:

1. تلقي الشكاوى: أتاحت الوزارة قنوات متعددة لاستقبال شكاوى المستهلكين، بما فيها الشكاوى

المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مثل المنصة الإلكترونية الخاصة بالشكاوى وخطوط الاتصال

المباشر. ويُمكن ذلك المستهلك من التعبير عن مظلمته بصورة سريعة وسهلة، خصوصاً في

حالات المنتجات المعيبة أو الخدمات المخالفة للمواصفات المعلنة¹.

2. الرقابة والتفتيش: تمارس الوزارة صلاحيات التفتيش الدوري والمفاجئ على الموردين

المحليين، للتحقق من التزامهم بقواعد حماية المستهلك التي نص عليها القانون. وتشمل

الرقابة التحقق من نزاهة الإعلانات، مطابقة السلع والخدمات للمواصفات القياسية الأردنية،

و ضمان عدم إدراج شروط تعسفية أو مجحفة بحق المستهلك ضمن العقود الإلكترونية².

3. فرض العقوبات: تتمتع الوزارة بصلاحيات اتخاذ إجراءات إدارية ومالية بحق الموردين

المخالفين، مثل الغرامات أو إغلاق المحل أو حجب المنصات الإلكترونية عند تكرار

المخالفات. وهذا يشكل أداة ردع إضافية إلى جانب المساءلة القضائية، ويعزز ثقة المستهلك

بأن حقوقه لن تُترك دون حماية عملية³.

4. التوعية والإرشاد: لا يقتصر دور الوزارة على الرقابة فقط، بل يمتد إلى نشر ثقافة استهلاكية

واعية بين المواطنين. فهي تصدر نشرات توعوية وحملات إعلامية حول حقوق المستهلك

¹ تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، صادرة بمقتضى أحكام المادة (26/ب) من قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 4

² تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، صادرة بمقتضى أحكام المادة (26/ب) من قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 1/5

³ تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، صادرة بمقتضى أحكام المادة (26/ب) من قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المواد 5، 6

في المعاملات الإلكترونية، مثل حق الإرجاع أو التعويض، وضرورة التحقق من مصداقية المواقع قبل الشراء.¹

5. التنسيق مع الجهات الأخرى: تعمل الوزارة بالتنسيق مع مؤسسات مثل البنك المركزي الأردني وهيئة تنظيم قطاع الاتصالات، خاصة في القضايا المرتبطة بالدفع الإلكتروني أو العقود المبرمة عبر المنصات الرقمية. وهذا التنسيق يُنشئ منظومة رقابية متكاملة تحمي المستهلك من الغش أو الاستغلال.²

6. حل النزاعات بالوسائل الودية: في بعض الحالات، تلعب الوزارة دور الوسيط بين المستهلك والمورد للوصول إلى تسوية ودية للنزاع، دون الحاجة إلى اللجوء المباشر إلى القضاء. ويُعد ذلك وسيلة سريعة وفعالة لحماية المستهلك وتقليل الكلفة والوقت.³

إن تسوية النزاعات في مرحلة ما بعد البيع تمثل عنصراً أساسياً في تحقيق حماية المستهلك الإلكتروني. فالوسائل الودية مثل التفاوض والوساطة تتيح حلولاً سريعة ومرنة، بينما يوفر القضاء الأردني الضمانة النهائية لاقتضاء الحقوق. كما تُعزز وزارة الصناعة والتجارة والجهات الرقابية الأخرى هذه الحماية عبر المتابعة والرقابة وفرض العقوبات، لتشكل جميعها منظومة متكاملة تحقق التوازن بين المستهلك والمورد وتُعزز الثقة في بيئة التجارة الإلكترونية.

¹ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 15/أ، ب

² قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 15/د، ز، و

³ قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 15/ح، ط

المبحث الثاني

حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع في المواقع العالمية

تُعدّ التجارة الإلكترونية عبر المنصات العالمية مثل Amazon و AliExpress و Shein و Temu أحد أبرز صور التطور التكنولوجي التي غيرت شكل المعاملات التجارية التقليدية، حيث أصبح المستهلك الأردني جزءاً من السوق الرقمية العالمية، يشتري بضائع وخدمات من خارج حدود دولته بمجرد نقرة زر. هذا الانفتاح على الأسواق العالمية قدّم مزايا متعددة للمستهلك، أبرزها تنوع الخيارات، انخفاض الأسعار نسبياً، وسهولة الوصول إلى منتجات غير متاحة محلياً. غير أنّه في المقابل أوجد تحديات قانونية وتنظيمية معقدة تتعلق أساساً بمرحلة ما بعد البيع، وهي المرحلة التي يبرز فيها حق المستهلك في الضمان، والإرجاع، والاستبدال، والحصول على خدمة عادلة عند وجود عيوب أو إخلال في المواصفات.

وتتسم مرحلة ما بعد البيع في التعامل مع المواقع العالمية بخصوصية شديدة، فهي تُدار عادة وفق سياسات داخلية تضعها المنصات ذاتها، بعيداً عن رقابة مباشرة من التشريعات الوطنية للدول التي ينتمي إليها المستهلك. ففي الوقت الذي يفرض فيه المشرّع الأردني عبر قوانين مثل قانون المعاملات الإلكترونية وقانون حماية المستهلك التزامات محددة على المورد المحلي، نجد أنّ المستهلك عند تعامله مع المنصات العالمية يكون خاضعاً لشروط الاستخدام وسياسات الاسترجاع الخاصة بتلك الشركات، والتي تُعد في حقيقتها عقود إذعان لا يملك المستهلك سوى قبولها أو رفض التعامل معها.

وتكمن أهمية هذا المبحث في أنه يطرح تساؤلات جوهرية تتعلق بمدى فعالية الحماية المقررة للمستهلك الأردني عند تعامله مع منصات أجنبية، وهل تكفي تلك السياسات الداخلية للشركات العالمية لضمان حقوقه، أم أنّ هناك فجوة تشريعية تتطلب تعزيز آليات التعاون الدولي أو تطوير

تشريعات وطنية أكثر ملاءمة للتعامل مع هذه البيئة الرقمية العابرة للحدود. كما يُلقى الضوء على الإشكاليات القانونية المرتبطة بالاختصاص القضائي وتنازع القوانين وصعوبة تنفيذ الأحكام، وهي مسائل لا تقل أهمية عن مضمون الحقوق ذاتها.

المطلب الأول

نماذج من سياسات خدمة ما بعد البيع في مواقع مثل (Amazon و Shein و AliExpress و Temu)

تُعدّ مرحلة ما بعد البيع من أهم مراحل حماية المستهلك الإلكتروني، حيث تُختبر مصداقية المورد وفاعلية الضمانات القانونية والعملية. وقد أدركت المنصات التجارية العالمية الكبرى هذه الأهمية، فأقامت أنظمة متطورة لخدمات ما بعد البيع، تشمل الإرجاع، الاستبدال، الصيانة، والتعويض. وفيما يلي عرض موسّع لسياسات بعض أبرز المنصات العالمية، مع بيان أثرها على المستهلك الأردني:

الفرع الأول: سياسة ما بعد البيع في موقع (Amazon)

يُعتبر موقع أمازون (Amazon) من أكبر المنصات العالمية في مجال التجارة الإلكترونية، وقد طور منظومة حماية متكاملة للمستهلك تحت ما يُعرف بـ **برنامج ضمان (A-to-Z)** يتيح هذا البرنامج للمستهلكين المطالبة باسترداد أموالهم إذا لم تصل السلعة في الموعد المحدد، أو إذا كانت مخالفة للوصف، أو إذا كانت معيبة. وتتميّز سياسة أمازون بالمرونة، إذ تمنح المستهلك عادة فترة **30 يوماً للإرجاع**، مع توفير خيارات استرجاع مجانية في كثير من الحالات.

إضافة إلى ذلك، يعتمد أمازون على شبكة ضخمة من الموردين المعتمدين، مع نظام رقابي صارم يتيح للمستهلك رفع شكاوى مباشرة ضد البائع، وفي حال لم يستجب الأخير، يتدخل أمازون

مباشرة لمعالجة النزاع. هذه السياسات تضمن للمستهلك الإلكتروني ثقة عالية بالتعامل، وتوفر له حماية فعلية تتجاوز مجرد النصوص القانونية¹.

الفرع الثاني: سياسة ما بعد البيع في موقع (Shein)

موقع شي إن (Shein) المتخصص في الأزياء والموضة، يستهدف فئة واسعة من المستهلكين الشباب. يتيح الموقع خدمة إرجاع المنتجات خلال فترة تتراوح بين 15 إلى 30 يوماً من تاريخ الاستلام، بشرط أن تكون السلعة غير مستخدمة وبحال جيدة. ورغم وضوح هذه السياسة، إلا أن المستهلك قد يتحمل تكاليف الشحن في بعض الحالات، ما قد يحدّ من جدواها إذا كانت قيمة السلعة منخفضة.

كما يوفر شي إن خدمة متابعة الطلبات إلكترونياً، مع قنوات دعم عملاء متعددة، وهو ما يرفع مستوى الشفافية ويُمكن المستهلك من متابعة حقوقه. ومع ذلك، يظل تطبيق هذه السياسات أكثر فاعلية في الدول التي يوجد فيها مخازن أو مراكز إرجاع معتمدة، بخلاف الحالة الأردنية حيث يعتمد المستهلك غالباً على شركات الشحن الدولية².

الفرع الثالث: سياسة ما بعد البيع في موقع (AliExpress)

موقع علي إكسبرس (AliExpress) التابع لمجموعة علي بابا الصينية، يُعرف بنظامه الواسع للتجارة عبر الموردين الدوليين. ولضمان حقوق المستهلك، يعتمد الموقع سياسة **“Buyer Protection”** (حماية المشتري) التي تشمل:

1. ضمان استرداد الأموال إذا لم تصل السلعة في الوقت المحدد.
2. إمكانية استرجاع أو استبدال السلعة إذا كانت معيبة أو غير مطابقة للوصف.

¹ Amazon.com. Returns & Refunds. [Online]. Available:

<https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GKM69DUUYKQWKWX7>

² SHEIN Official Website. Return Policy. [Online]. Available: <https://m.shein.com/us/Return-Policy-a-281.html>

3. آلية فتح نزاع (Dispute) إلكتروني، يُنظر فيه من قبل إدارة الموقع خلال فترة زمنية محددة.

وتُعتبر هذه السياسة من أبرز نقاط قوة علي إكسبرس، لأنها تتيح للمستهلك الإلكتروني التفاوض على حقوقه دون الحاجة إلى اللجوء للقضاء. إلا أن هذه الإجراءات تتطلب معرفة تقنية وقانونية من المستهلك، مما قد يُضعف فاعليتها في بعض الحالات¹.

الفرع الرابع: سياسة ما بعد البيع في موقع (Temu)

حديثاً، برز موقع تيمو (Temu) كمنافس جديد في مجال التجارة الإلكترونية العالمية، معتمداً على استراتيجية الأسعار المنخفضة والعروض الترويجية. يقدم تيمو سياسة إرجاع مرنة تمتد عادة إلى 90 يوماً، وهو ما يتفوق به على كثير من المنافسين. كما يتيح استرجاع مجاني للعديد من المنتجات، مما يشجع المستهلك على الشراء دون خوف من الخسارة.

وتجربة التعامل مع تيمو تُظهر أن المنصة تتميز بسرعة واضحة في توصيل الطلبات مقارنة بعدد من المنافسين، إضافة إلى أن إجراءات الاسترداد المالي في حال إلغاء الطلب تُنفذ عادة بسرعة وسلاسة، مما يعزز ثقة المستهلك بالتعامل معها. ومع ذلك، قد تبقى بعض التحديات مثل محدودية مراكز الإرجاع في الدول غير المدعومة مباشرة، إلا أن هذه العقبة تقلّ أهميتها مع سياسة المرونة التي يعتمدها الموقع².

¹ AliPromo Codes. "AliExpress Buyer Protection: Everything You Need to Know." [Online]. Available: <https://www.alipromo.codes/blog/aliexpress-buyer-protection/>

² Jacob, Vijay, "Temu Return Policy: A Complete Guide for Easy Refunds," ProductScope AI, 2024, available at: <https://www.productscoope.ai/pt/blog/temu-return-policy/>

الفرع الخامس: دور الوسطاء المحليين في الأردن وأثرهم على حماية المستهلك

رغم وضوح سياسات ما بعد البيع في هذه المنصات، إلا أن المستهلك الأردني غالباً ما لا يتعامل معها مباشرة، بل يلجأ إلى شركات وسيطة أو اشخاص متخصصون في الشراء أو الشحن. هذه الشركات تقوم باستقبال الطرود وإعادة شحنها إلى الأردن، أو حتى الشراء بالنيابة عن المستهلك.

وهنا تظهر عدة مشكلات:

1. انقطاع الصلة القانونية المباشرة: المستهلك لا يكون طرفاً مباشراً في العقد مع المنصة

العالمية، مما يجعله غير قادر على الاستفادة الكاملة من سياسات الإرجاع أو الضمان.

2. غياب التزام الوسيط: الوسطاء في الأردن غالباً ما يسجلون أنفسهم كمكاتب شحن، وليس

كموزعين أو موردين، وبالتالي لا يخضعون للالتزامات القانونية المتعلقة بخدمات ما بعد

البيع.

3. تكاليف وإجراءات معقدة: في حال وجود خلل بالمنتج، يتحمل المستهلك أحياناً تكاليف

الشحن الدولي المرتفعة لإعادة السلعة، وهو ما يجعل حقه في الاسترجاع عديم الفاعلية

عملياً.

4. ضعف الحماية الرقابية: لا توجد منظومة واضحة لإلزام الوسطاء بتمكين المستهلك من

ممارسة حقوقه كما هي في المنصة الأصلية، مما يترك المستهلك في موقف ضعيف أمام

أي خلاف.

من خلال المقارنة بين سياسات المنصات العالمية وواقع المستهلك الأردني، يتبين أن الفجوة

الأساسية ليست في النصوص أو السياسات المعلنة، بل في آلية تطبيقها محلياً. فبينما يتمتع

المستهلكون في أسواق مثل الولايات المتحدة أو أوروبا بخدمات إرجاع واستبدال سريعة ومنخفضة

التكلفة، يبقى المستهلك الأردني مقيداً بغياب مراكز إرجاع محلية واضطراره للتعامل عبر وسطاء لا يوفرهم الحماية الكافية. وهذا الواقع يُبرز الحاجة الملحة لتدخل تشريعي أو تنظيمي يفرض على الوسطاء المحليين التزامات محددة بخدمات ما بعد البيع، بما يوازي الحد الأدنى من الحقوق التي تضمنها المنصات العالمية.

المطلب الثاني

الإشكاليات القانونية في تطبيق الحقوق عند التعامل مع مواقع عالمية

رغم أن المنصات العالمية الكبرى مثل أمازون (Amazon) وشي إن (Shein) وعلي إكسبرس (AliExpress) وتيمو (Temu) تقدم سياسات حماية للمستهلك في مرحلة ما بعد البيع، إلا أن تطبيق هذه الحقوق يواجه المستهلك الأردني بجملة من الإشكاليات القانونية والعملية، نظراً لاختلاف الأنظمة القانونية وتباين آليات التنفيذ، وذلك بسبب الطبيعة العابرة للحدود لهذه المعاملات. ويمكن تلخيص أبرز هذه الإشكاليات فيما يلي:

الفرع الأول: غياب الاختصاص القضائي المباشر

أحد أبرز التحديات التي يواجهها المستهلك الأردني عند التعامل مع مواقع أجنبية يتمثل في مسألة الاختصاص القضائي. فإذا نشأ نزاع بين المستهلك والمورد الأجنبي، فإن المحاكم الأردنية قد تفقر للاختصاص المكاني أو الدولي للنظر فيه، خاصةً إذا نصت شروط العقد الإلكتروني على خضوع النزاع لقوانين ومحاكم دولة معينة مثل الولايات المتحدة أو الصين. ونتيجة لذلك، يجد المستهلك

نفسه مضطراً لمواجهة عبء مقاضاة المورد أمام محاكم أجنبية، وهو أمر غير عملي من الناحية المالية والإجرائية¹.

الفرع الثاني: صعوبة تنفيذ الأحكام القضائية

حتى لو تمكن المستهلك الأردني من الحصول على حكم قضائي لمصلحته داخل الأردن، فإن تنفيذه ضد مورد أجنبي يبقى مسألة معقدة، إذ إن تنفيذ الأحكام القضائية يتطلب وجود اتفاقيات دولية للاعتراف المتبادل بالأحكام القضائية، أو تعاون قضائي بين الدول، وهو أمر غير متوفر في كثير من الحالات. وبالتالي، يصبح الحكم القضائي غير ذي جدوى ما لم يكن قابلاً للتنفيذ في دولة المورد².

الفرع الثالث: الإشكالية المرتبطة بالقانون الواجب التطبيق

في المعاملات الإلكترونية العابرة للحدود، يُثار التساؤل حول القانون الواجب التطبيق: هل هو القانون الأردني، بحكم وجود المستهلك في الأردن أم قانون الدولة التي يوجد فيها المورد أم قانون الدولة التي يوجد فيها الخادم الإلكتروني (Server) للموقع أم القانون الذي حددته المنصة في شروطها وأحكامها، هذا التضارب قد يؤدي إلى إضعاف حماية المستهلك الأردني، خصوصاً عندما يتضمن العقد شروطاً تحدد صراحة أن القانون الواجب التطبيق هو قانون دولة معينة (مثل القانون الصيني في علي إكسبرس، أو القانون الأمريكي في أمازون). في هذه الحالة، يفقد المستهلك الأردني

¹ Shrou, A. E., Al-Walawi, T. F., & Jawad, N. K. M. (2024). Jordanian Legal Provisions for E-Commerce: Consumer Protection Perspective — A Comparative Study. Beijing Law Review, 15, 444-456. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=132033>

² Shrou, A. E., Al-Walawi, T. F., & Jawad, N. K. M. (2024). Jordanian Legal Provisions for E-Commerce: Consumer Protection Perspective — A Comparative Study. Beijing Law Review, 15, 444-456. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=132033>

الاستفادة من الحماية التي يقرها قانون حماية المستهلك الأردني أو قانون المعاملات الإلكترونية إذا كان القانون الأجنبي أقل حمايةً لحقوق المستهلك من القانون الأردني¹.

الفرع الرابع: ضعف آليات الوساطة والتحكيم الدولي

رغم أن الوساطة والتحكيم تُعد من أفضل الوسائل البديلة لتسوية النزاعات، إلا أن المستهلك الأردني يواجه عدة عقبات أمام هذه الآليات²:

التحكيم الدولي المكلف: غالباً ما تشترط المنصات الكبرى اللجوء إلى مراكز تحكيم دولية محددة في أوروبا أو أمريكا، وهي مراكز مرتفعة الكلفة، ولا تتناسب مع قيمة النزاع العادي الذي قد لا يتجاوز بضع مئات من الدولارات.

غياب مراكز وطنية متخصصة: لا يوجد في الأردن مراكز متخصصة بشكل فعال للنظر في النزاعات الاستهلاكية الإلكترونية العابرة للحدود، مما يحرم المستهلك من آلية بديلة قريبة وسريعة.

تفاوت القوة التفاوضية: الموردون العالميون يملكون خبرة قانونية كبيرة ومحامين متخصصين، في حين يفتقر المستهلك الأردني غالباً لهذه الإمكانيات، مما يجعل التحكيم أو الوساطة منحازة عملياً لصالح المورد.

¹ Shrou, A. E., Al-Walawi, T. F., & Jawad, N. K. M. (2024). Jordanian Legal Provisions for E-Commerce: Consumer Protection Perspective — A Comparative Study. Beijing Law Review, 15, 444–456. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=132033>

² Reidel, S. (2023, July 12). Legal Challenges in Cross-Border eCommerce: An International Trade Perspective. Reidel Law Firm. <https://reidellawfirm.com/legal-challenges-in-cross-border-e-commerce-an-international-trade-perspective/>

الفرع الخامس: الإشكالية العملية المرتبطة بتكاليف إعادة الشحن

من الناحية العملية، حتى في الحالات التي يقر فيها الموقع الأجنبي بحق المستهلك في الإرجاع أو الاستبدال، يظل تنفيذ هذا الحق مرتبطاً بقدرة المستهلك على إعادة السلعة عبر الشحن الدولي، وهو ما يكلف مبالغ قد تفوق أحياناً قيمة السلعة نفسها. هذا الوضع يجعل الحق في الإرجاع أو الاستبدال شكلياً أكثر منه فعلياً بالنسبة للمستهلك الأردني.

إضافة إلى ذلك، فإن مدة الشحن الطويلة والإجراءات الجمركية تزيد من تعقيد ممارسة هذا الحق، ما يجعل المستهلك الأردني يتردد في المطالبة بحقه في الإرجاع أو الاستبدال، مفضلاً تحمل الخسارة بدلاً من الدخول في إجراءات مرهقة.¹

الفرع السادس: غياب الحماية من الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية

غالبية العقود الإلكترونية التي تفرضها المنصات العالمية على المستهلكين تتضمن شروطاً نمطية (Standard Terms) تُعد أقرب إلى عقود الإذعان، مثل تحديد المحكمة المختصة في الخارج، أو إعفاء المورد من بعض المسؤوليات أو اختيار قانون أجنبي لتطبيقه. يقتصر دور المستهلك الأردني فيها على القبول أو الرفض دون إمكانية للتفاوض أو تعديل هذه الشروط، فإنه يجد نفسه أمام التزامات مجحفة تحد من قدرته على المطالبة بحقوقه.²

يتضح أن المستهلك الأردني يواجه سلسلة من الإشكاليات القانونية عند التعامل مع مواقع أجنبية، تبدأ من صعوبة تحديد الاختصاص والقانون الواجب التطبيق، مروراً بـ تعقيدات تنفيذ الأحكام

¹ Urban Thier & Federer, P.A. (2025, July 2). Cross-Border E-Commerce: Legal Essentials for International Sellers. <https://www.urbanthier.com/blog/2025/07/cross-border-e-commerce-legal-essentials-for-international-sellers/>

² محمود، عبدالله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 68-71

القضائية، وانتهاءً بـ التكاليف المرتفعة وضعف الحماية من الشروط التعسفية. وهذه الإشكاليات تجعل الحماية النظرية التي توفرها القوانين الوطنية أو سياسات المواقع العالمية محدودة الفاعلية في الواقع العملي، ما لم تُدعم بآليات دولية أو إقليمية فعالة لتسوية النزاعات وضمان التنفيذ.

المطلب الثالث

مدى فعالية الوسائل المتاحة للمستهلك الأردني في تحصيل حقوقه من المورد الأجنبي

رغم التقدم الكبير في التجارة الإلكترونية، إلا أن المستهلك الأردني يظل في موقع هش عندما يتعامل مع منصات أجنبية، خاصة في مرحلة ما بعد البيع. ذلك أن تحصيل الحقوق في مواجهة المورد الأجنبي يواجه عقبات تتعلق بالقانون، القضاء، والوسائل العملية المتاحة. ويمكن استعراض هذه الوسائل وتقييم فعاليتها على النحو التالي:

الفرع الأول: اللجوء إلى الوسائل التقنية التي توفرها المنصات العالمية

غالبية المواقع الأجنبية الكبرى (مثل أمازون، شي إن، علي إكسبرس، وتيمو) تتيح للمستهلك أدوات داخلية لتسوية النزاعات، مثل فتح نزاع (Dispute) أو استخدام برامج حماية المشتري. هذه الأدوات تسهل استرداد الأموال أو استبدال السلع، وتعد بديلاً عملياً عن القضاء.

رغم فعاليتها في بعض الحالات، إلا أن هذه الوسائل تبقى خاضعة لسياسة المنصة ذاتها، وليست ملزمة قانوناً بموجب التشريع الأردني. وبالتالي، فهي ليست ضماناً أكيدة، وإنما آلية إدارية تعتمد على حسن نية المنصة واستراتيجيتها التجارية في الحفاظ على سمعتها¹.

¹ انظر سياسات حماية المستهلك وما بعد البيع على المنصات العالمية (Amazon, Shein, AliExpress, Temu)، متاحة على المواقع الرسمية لكل منصة:

• Amazon: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201889740>

الفرع الثاني: الاستعانة بالوسطاء المحليين

كما ذكر سابقاً، يعتمد عدد كبير من المستهلكين الأردنيين على وسطاء محليين للشحن أو الشراء من الخارج. وهنا تصبح العلاقة القانونية في الغالب بين المستهلك والوسيط لا مع المنصة الأصلية. فعالية هذا الخيار محدودة للغاية، إذ غالباً ما يقتصر دور الوسيط على النقل دون تحمل مسؤولية قانونية عن جودة السلعة أو التزام المورد. بل إن بعض الوسطاء ينصّون صراحة في عقودهم على إعفاء أنفسهم من أي التزامات بعد التسليم.

بالتالي فإن هذه الوساطة قد تضعف من إمكانية الاستفادة من خدمات ما بعد البيع التي توفرها المواقع العالمية وبذلك، فإن الاعتماد على الوسطاء لا يُشكل وسيلة حقيقية لحماية حقوق المستهلك.

الفرع الثالث: اللجوء إلى القضاء الأردني

من الناحية النظرية، يحق للمستهلك رفع دعوى أمام المحاكم الأردنية استناداً إلى مكان وجوده أو مكان تنفيذ الالتزام (التسليم). إلا أن فعالية هذا الخيار تصطدم بمشكلتين رئيسيتين:

1. غياب الاختصاص الدولي المباشر، إذ قد ترفض المحاكم الأردنية نظر النزاع إذا كان العقد ينص على محكمة أجنبية مختصة.

2. استحالة تنفيذ الحكم خارج الأردن في حال صدوره لصالح المستهلك، لغياب اتفاقيات تنفيذ متبادلة مع كثير من الدول.

-
- Shein: <https://www.shein.com/Return-Policy-a-8.html>
 - AliExpress: https://sale.aliexpress.com/__pc/buyerProtection.htm
 - Temu: <https://www temu.com/help/return-policy.html>

يبقى القضاء الأردني وسيلة نظرية أكثر منه عملية في النزاعات الاستهلاكية الدولية، إذ يندر أن يتمكن المستهلك من تنفيذ حكمه ضد المورد الأجنبي¹.

الفرع الرابع: الوسائل البديلة (الوساطة والتحكيم الدولي)

تنص بعض شروط الاستخدام في المواقع العالمية على اللجوء إلى التحكيم أو الوساطة في حال النزاع. ورغم أن هذه الوسائل توفر بديلاً سريعاً عن القضاء، إلا أنها غالباً ما تُدار في الخارج، وبكلفة مرتفعة، تتجاوز قيمة النزاع في أغلب الأحيان.

فعالية الوساطة والتحكيم بالنسبة للمستهلك الأردني محدودة، لأنها غير متاحة بشكل عملي بسبب الكلفة والبعد الجغرافي، فضلاً عن عدم توازن القوى بين المستهلك الفرد والمورد العالمي.

الفرع الخامس: دور الجهات الرقابية الأردنية

يمكن لوزارة الصناعة والتجارة والتموين أو جمعيات حماية المستهلك الأردنية أن تضطلع بدور في حماية المستهلكين حتى في مواجهة الموردين الأجانب، من خلال²:

1. متابعة شكاوى المستهلكين الأردنيين ضد المنصات العالمية.
2. التواصل مع السفارات أو المكاتب التجارية لحل النزاعات.
3. التوعية بحقوق المستهلك وقيود التعامل مع منصات خارجية.

رغم أن هذه الجهود مهمة، إلا أنها لا ترقى إلى مستوى الحماية القانونية المباشرة، إذ تظل محدودة الصلاحيات عند التعامل مع مورد أجنبي خارج الولاية القضائية الأردنية. وبالتالي، فإن

¹ Shrou, A. E., Al-Walawi, T. F., & Jawad, N. K. M. (2024). Jordanian Legal Provisions for E-Commerce: Consumer Protection Perspective — A Comparative Study. *Beijing Law Review*, 15, 444-456. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=132033>

² قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017، المادة 15

فعاليتها في هذا السياق تظل ضعيفة، واقتصرت في الغالب على التوعية وتوجيه المستهلكين أكثر من ضمان تحصيل الحقوق.

من خلال استعراض الوسائل المتاحة، يتضح أن المستهلك الأردني يتمتع نظرياً بعدة قنوات لتحصيل حقوقه من المورد الأجنبي، تتراوح بين الوسائل التقنية للمنصات، الاستعانة بالوسطاء، القضاء الوطني، أو الوسائل البديلة. غير أن فعالية هذه القنوات تبقى متفاوتة الفعالية من الناحية العملية:

1. الوسائل التقنية الأكثر عملية، لكنها غير مضمونة قانوناً.
2. الوسطاء المحليون ضعفهم البنيوي يجعلهم عاجزين عن حماية المستهلك.
3. القضاء الوطني قوة نظرية بلا فعالية عملية في مواجهة مورد أجنبي.
4. الوساطة والتحكيم الدولي باهظة الكلفة وغير متاحة للمستهلك الفرد.

لذلك، يمكن القول إن حماية المستهلك الأردني عند التعامل مع منصات أجنبية لا تزال محدودة ومرهونة بإرادة المورد أو المنصة نفسها، وهو ما يستدعي تعزيز التعاون الدولي والتشريعي لإيجاد آليات ملزمة وعابرة للحدود تكفل حقوق المستهلك.

الفصل الخامس

مقارنة تشريعية وتقييم فعالية الحماية القانونية للمستهلك الأردني

في هذا الفصل، يتناول البحث مقارنة التجارب التشريعية الدولية في حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع، مع التركيز على التجارب السعودية، الأمريكية، والأوروبية، وذلك لتسليط الضوء على الممارسات القانونية المتبعة في كل نظام، وبيان مدى فعاليتها في تحقيق التوازن بين حقوق المستهلك والتزامات المورد. كما يهدف الفصل إلى تقييم الحماية القانونية للمستهلك الأردني بعد البيع الإلكتروني في ضوء هذه التجارب المقارنة، بما يمكن من تحديد أوجه القصور والفجوات، واقتراح التوصيات لتعزيز فعالية هذه الحماية في القانون الأردني.

يعتمد هذا الفصل على منهج المقارنة القانونية، حيث يتم استعراض التشريعات والنظم القانونية المطبقة في الدول المختارة، مع تحليل الآليات المقررة لخدمة ما بعد البيع، مثل الضمانات، حق التراجع، آليات الشكاوى، وأدوار الهيئات الرقابية. كما يُناقش التطبيق العملي لهذه الأنظمة، بما يشمل التحديات والصعوبات التي تواجه المستهلكين، فضلاً عن تقييم قدرة هذه التشريعات على تحقيق الحماية الفعلية. ومن خلال هذا التحليل المقارن، يمكن استخلاص الدرس المستفاد لتطوير النظام الأردني بما يعزز حماية المستهلك الإلكتروني ويضمن حقوقه بعد البيع، خاصة في ظل الانتشار الكبير للتجارة عبر الإنترنت وازدياد الاعتماد على المنصات الإلكترونية في عمليات الشراء.

يُعد هذا الفصل مرحلة أساسية من الدراسة، إذ يربط بين النظرية والتطبيق، ويتيح للمشرع الأردني والممارسين القانونيين التعرف على أفضل الممارسات الدولية، ومراجعة الأطر القانونية المحلية لتحديد إمكانية تطويرها وتجويدها. كما يُمثل أساساً لوضع توصيات عملية تهدف إلى تعزيز كفاءة الحماية القانونية للمستهلك الأردني الإلكتروني بعد البيع، وضمان تحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة، وحماية حقوق المستهلك بشكل فعال ومستدام.

المبحث الأول التجارب التشريعية المقارنة في حماية المستهلك الإلكتروني ما بعد البيع

المطلب الأول التجربة السعودية

تعد المملكة العربية السعودية من الدول الرائدة في تنظيم التجارة الإلكترونية ووضع الأطر القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، بما يشمل حقوقه وواجباته خلال مرحلة ما بعد البيع. وقد تم إصدار نظام التجارة الإلكترونية السعودي بموجب المرسوم الملكي (2019)، والذي نشر في صحيفة أم القرى بتاريخ 2019/07/24م، ليشكل قاعدة قانونية شاملة تنظم كافة التعاملات الإلكترونية داخل المملكة. ويكمل هذا النظام دليل حقوق وواجبات المستهلك (2023)، بحيث يركز النظامان معاً على ضمان حقوق المستهلك وتحديد التزامات الموردين، بما يعزز الثقة بين الأطراف ويحد من المخاطر التي قد تواجه المستهلكين عند التعامل مع منصات البيع الإلكتروني.

يهدف هذا المطلب إلى دراسة الإطار القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني في السعودية، مع التركيز على الأحكام المتعلقة بخدمة ما بعد البيع، بما يشمل الضمانات، حق التراجع عن الشراء، آليات الشكاوى، وتقييم فعالية تطبيق هذه الأحكام على أرض الواقع. كما يسعى التحليل إلى إبراز التحديات التي تواجه المستهلكين والممارسين التجاريين على حد سواء، مع عرض النجاحات والإشكاليات العملية التي تكشف مدى فعالية الحماية القانونية السعودية مقارنة بالمعايير الدولية.

الفرع الأول: الإطار التشريعي وحماية المستهلك الإلكتروني

ينص نظام التجارة الإلكترونية على مجموعة من الحقوق والالتزامات الأساسية التي تهدف إلى تنظيم العلاقة بين البائع والمستهلك وضمان الشفافية في كافة المعاملات. فالنظام يلزم التاجر بتقديم معلومات دقيقة وواضحة عن المنتج أو الخدمة قبل الشراء، بما يشمل السعر، وصف السلعة، شروط الضمان، وطرق الدفع، ويضمن بذلك حق المستهلك في اتخاذ قرار مستنير.

كما يفرض النظام على التاجر الالتزام بتوفير وسائل دفع آمنة وحماية بيانات المستهلكين، بما يعزز الثقة في التجارة الإلكترونية ويحد من احتمالية التلاعب أو الاحتيال. ويمثل حق التراجع خلال سبعة أيام من استلام المنتج أحد أبرز الحقوق المقررة للمستهلك بموجب النظام، بحيث يمكنه استعادة المبلغ المدفوع أو استبدال المنتج دون الحاجة إلى إبداء سبب، الأمر الذي يعكس حرص التشريع على حماية المستهلك بعد إتمام عملية الشراء¹.

يُكمل دليل حقوق وواجبات المستهلك هذا الإطار من خلال تحديد مسؤولية المورد عن جودة المنتجات والخدمات الإلكترونية والتزامه بالمعايير والمواصفات المطلوبة. وينص النظام على حقوق المستهلك في الشكاوى والاسترداد عند مخالفة البائع للمعايير أو تقديم منتجات معيبة، كما يحدد الإجراءات القانونية المترتبة على المخالفين، والتي قد تشمل الغرامات المالية، الإيقاف عن ممارسة النشاط التجاري، أو اتخاذ إجراءات أشد في حال تكرار المخالفات أو خطورتها².

¹ نظام التجارة الإلكترونية السعودي لسنة 2019، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/126) بتاريخ 1440/11/7هـ، والمنشور في الجريدة الرسمية (أم القرى). المواد 7، 10

² دليل حقوق وواجبات المستهلك السعودي لسنة 2023، المنشور في الجريدة الرسمية (أم القرى). ص 11-17

وبذلك، يوفر النظامان معاً حماية متكاملة للمستهلك الإلكتروني، بدءاً من مرحلة التعاقد وصولاً إلى مرحلة ما بعد البيع، مع التأكيد على التزامات الموردين المحليين والأجانب عند التعامل مع المستهلكين السعوديين.

الفرع الثاني: خدمة ما بعد البيع: الضمان والإرجاع والشكاوى

يولي النظام القانوني السعودي اهتماماً واضحاً بحقوق المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد البيع، حيث شكّل نظام التجارة الإلكترونية الإطار التشريعي الأساسي الذي ينظم العلاقة بين المستهلك والتاجر في البيئة الرقمية. فقد ألزم النظام مزوّدي الخدمة بضرورة الإفصاح عن بيانات السلعة أو الخدمة بدقة وشفافية، وضمان توفير آليات فعّالة لمعالجة شكاوى المستهلكين، إلى جانب الالتزام بمتطلبات حماية البيانات الشخصية ووضوح شروط وأحكام العقود الإلكترونية. كما كفل النظام للمستهلك جملة من الحقوق بعد إتمام عملية الشراء، أهمها: حق الضمان على المنتجات المعيبة، وحق الاسترجاع خلال سبعة أيام من تاريخ استلامه، مع إلزام التاجر برد المبلغ كاملاً أو استبدال المنتج إذا ثبت وجود عيب فيه، وحق الحصول على خدمة ما بعد البيع وفقاً لسياسات عادلة ومعلنة مسبقاً¹.

وإلى جانب النظام، أصدرت وزارة التجارة دليل حقوق وواجبات المستهلك كأداة عملية تُعزز من تطبيق الحماية التشريعية على أرض الواقع، وتضع قواعد واضحة في مجال خدمات ما بعد البيع. فقد بيّن الدليل أن للمستهلك الحق في استبدال أو استرجاع المنتجات غير المطابقة أو المعيبة، والحصول على خدمات الصيانة وقطع الغيار لفترة زمنية معقولة بعد الشراء، إلى جانب التمتع

¹ الشميلي، إبراهيم احمد، المتجر الإلكتروني ومقتضيات حماية المستهلك في النظام السعودي، دراسة تحليلية، السعودية، 2023، ص

بضمانات واضحة تحدد التزامات المورد في حال ظهور عيوب أو أعطال. كما ألزم الدليل المنشآت التجارية بتوفير قنوات خدمة عملاء فعّالة لتلقي الشكاوى والاستفسارات، بما يضمن سرعة البت فيها وتقليل الحاجة للجوء إلى القضاء.¹

وبهذا، يظهر التكامل بين النظام والدليل في تحقيق حماية مزدوجة؛ فالأول يُرسخ الأساس التشريعي، بينما يترجم الثاني تلك الأحكام إلى إجراءات عملية ملموسة تعزز الثقة بين المستهلك والمورد وتضمن استدامة العلاقة التعاقدية في بيئة التجارة الإلكترونية.

الفرع الثالث: تقييم فعالية الحماية في التطبيق العملي

تشير الدراسات والتقارير الرسمية إلى أن المملكة العربية السعودية قد حققت نجاحات ملموسة في تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني، خاصة في مجال خدمات ما بعد البيع، إذ أصبح بإمكان المستهلك التراجع عن الصفقات الإلكترونية واسترداد أمواله بسهولة نسبية، لا سيما عند التعامل مع المتاجر الإلكترونية المحلية المرخصة. وقد ساعدت المنصات الإلكترونية الحكومية مثل "منصة معروف" ومركز بلاغات المستهلك" على تسريع معالجة الشكاوى ورفع مستوى وعي المستهلك الإلكتروني بحقوقه وواجباته، خصوصاً في المدن الكبرى التي تشهد حركة تجارية رقمية واسعة. كما ساهمت هذه المنصات في تعزيز الشفافية، حيث تُمكن المستهلك من تقييم المتاجر والاطلاع على سجلها في الالتزام بالضمانات وخدمات ما بعد البيع.²

¹ العلواني، عبدالعزيز فتحي، حماية المستهلك وفق نظام التجارة الإلكترونية السعودي، دراسة تحليلية، كليات غنيزة، السعودية، 2021، ص 35-29

² مقال (قانون التجارة الإلكترونية السعودي خطوة نحو حماية المستهلك) - <https://kadasa.com.sa/ar/saudi-arabian-e-commerce-law-a-step-towards-consumer-protection/>

ورغم هذه الإيجابيات، إلا أن التطبيق العملي يكشف عن بعض التحديات المهمة. إذ يلاحظ أن التزام المتاجر الصغيرة أو الناشئة بمعايير النظام لا يزال متفاوتاً، مما يضع المستهلك الإلكتروني في مواجهة صعوبات تتعلق بالحصول على خدمات الضمان أو استبدال المنتجات. وتزداد هذه الصعوبات تعقيداً في حال التعامل مع الموردين الأجانب أو المنصات العالمية، حيث يصعب إلزامهم قانوناً بتنفيذ التزامات ما بعد البيع كالإصلاح أو الاستبدال أو رد الأموال. وهذا يؤدي في بعض الحالات إلى ضعف الحماية العملية للمستهلك، خصوصاً عند وجود اختلافات تشريعية أو غياب اتفاقيات ملزمة بين المملكة والدول الأخرى.

كما أن بعض النزاعات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع – مثل تأخر تنفيذ الضمانات أو رفض المورد الالتزام بشروط الصيانة – تتطلب اللجوء إلى القضاء، وهو ما قد يطيل أمد الفصل في القضايا ويؤخر حصول المستهلك على حقوقه. وبالرغم من الجهود المبذولة لتطوير آليات بديلة كالتسوية والتحكيم الإلكتروني، إلا أن فعاليتها العملية ما زالت بحاجة إلى تعزيز أوسع لتقليل الضغط على المحاكم.

ومن هنا يظهر أن التجربة السعودية في حماية المستهلك الإلكتروني قد قطعت شوطاً مهماً، لكنها ما تزال بحاجة إلى توسيع نطاق الرقابة الإلكترونية، وتفعيل آليات متابعة أكثر صرامة لضمان التزام كافة الموردين المحليين والدوليين بخدمات ما بعد البيع، بما يعزز من ثقة المستهلك الإلكتروني ويضمن استدامة البيئة التجارية الرقمية في المملكة.¹

¹ الشميلي، إبراهيم احمد، المتجر الإلكتروني ومقتضيات حماية المستهلك في النظام السعودي، دراسة تحليلية، السعودية، 2023، ص 420

المطلب الثاني التجربة الأمريكية

تُعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من الدول الرائدة في مجال حماية المستهلك الإلكتروني، إذ تجمع بين منظومة تشريعية متطورة وإطار مؤسسي قوي تقوده **لجنة التجارة الفيدرالية (Federal Trade Commission – FTC)**، إضافة إلى دور المحاكم الأمريكية في تكريس مبادئ عدالة المعاملات الإلكترونية. وتتميز التجربة الأمريكية بكونها ليست مجرد نصوص تشريعية جامدة، وإنما منظومة متكاملة تركز على التطبيق العملي والرقابة الفعالة، مما جعلها نموذجاً يحتذى به على الصعيد الدولي في مجال حماية المستهلك، خاصة في مرحلة ما بعد البيع حيث تكثر النزاعات المتعلقة بالضمانات، الاسترجاع، أو حماية البيانات.

وما يُميّز التجربة الأمريكية أيضاً هو تعدد التشريعات المكملّة على المستوى الفيدرالي والولائي، مثل "قانون الضمانات" **Magnuson-Moss Warranty Act** الذي يضع معايير دقيقة لشروط الضمان على السلع والخدمات، بما فيها المشتريات عبر الإنترنت. هذا التعدد التشريعي منح المستهلك الإلكتروني شبكة حماية واسعة، تُمكنه من المطالبة بحقوقه في أكثر من إطار قانوني، مع إلزام الموردين بتقديم معلومات واضحة وصريحة عن حقوق ما بعد البيع.

إلى جانب ذلك، طوّرت الولايات المتحدة أنظمة خاصة لحماية البيانات والخصوصية الرقمية للمستهلكين، إذ تُلزم التشريعات الموردين بالإفصاح عن كيفية استخدام بيانات المستهلك وتخزينها، مع منح المستهلك الحق في الاعتراض أو طلب حذف بياناته. هذه الحماية أصبحت من ركائز خدمات ما بعد البيع الإلكترونية، حيث لا يُنظر إلى الاسترجاع أو الضمان فقط، بل إلى حماية المعلومات الشخصية باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من صفقة البيع الإلكتروني.

الفرع الأول: القواعد القانونية الفيدرالية لحماية المستهلك الإلكتروني

يشكل قانون لجنة التجارة الفيدرالية (Federal Trade Commission Act – FTC Act) لعام

1914 الأساس التشريعي لحماية المستهلك الأمريكي، إذ يحظر الممارسات التجارية غير العادلة أو

الخادعة، بما في ذلك الممارسات الإلكترونية. وتقوم لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) بدور رقابي قوي

على المنصات الإلكترونية، حيث تُشرف على الإعلانات التجارية الإلكترونية، وممارسات البيع عبر

الإنترنت، وتضمن عدم تضليل المستهلك¹.

كما يتكامل هذا القانون مع تشريعات فيدرالية أخرى ذات صلة، من أبرزها:

1. قانون ضمانات ماغنوسون-موس (Magnuson-Moss Warranty Act) لعام 1975

الذي ينظم الضمانات على السلع الاستهلاكية، ويُلزم الموردين بتقديم ضمانات مكتوبة

واضحة وشفافة².

2. قانون الإفصاح في عقود الائتمان (Truth in Lending Act) الذي يفرض على الموردين

الإفصاح عن شروط الدفع والائتمان³.

قوانين حماية البيانات والخصوصية مثل قانون حماية خصوصية الأطفال على الإنترنت

(Children's Online Privacy Protection Act – COPPA)،⁴ بالإضافة إلى التشريع الأكثر

تقدماً على مستوى الولايات وهو قانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا (California)⁵

¹ Federal Trade Commission (FTC), Federal Trade Commission Act, 1914

² U.S. Congress, Magnuson-Moss Warranty Act, 1975

³ U.S. Congress, Truth in Lending Act, 1968

⁴ U.S. Congress, Children's Online Privacy Protection Act (COPPA), 1998

⁵ California Legislature, California Consumer Privacy Act (CCPA), 2018

Consumer Privacy Act – CCPA الصادر عام 2018، والذي منح المستهلكين حق الوصول

إلى بياناتهم الإلكترونية، وحق طلب حذفها أو منع بيعها.

تظهر قوة الإطار القانوني الأمريكي في شمولية هذه القواعد التي تغطي جميع مراحل التعاقد

الإلكتروني، بدءاً من الإعلان والتسويق وصولاً إلى ما بعد البيع وحماية البيانات الشخصية.

الفرع الثاني: تنظيم خدمة ما بعد البيع (الضمانات، حقوق الإرجاع، حماية البيانات)

تولي القوانين الأمريكية اهتماماً بالغاً بخدمات ما بعد البيع باعتبارها محورياً أساسياً في حماية

المستهلك الإلكتروني. فمن جهة الضمانات، يُلزم الموردون بتوضيح شروط الضمان بشكل مكتوب،

مع بيان مدته، نطاقه، والخدمات المشمولة به (إصلاح، صيانة، أو استبدال). ويحظر القانون

استخدام عبارات فضفاضة أو غامضة قد تضلل المستهلك، كما أن أي شرط غير واضح يُفسر تلقائياً

لمصلحة المستهلك¹.

أما في مجال حق الإرجاع والاسترداد، فإن التشريعات الفيدرالية تمنح المستهلك الحق في التراجع

عن الصفقة خلال فترة معينة تُعرف بفترة التراجع (Cooling-off Period)، والتي عادة ما تكون ثلاثة

أيام في عقود البيع عبر الإنترنت أو عقود البيع المباشر من باب إلى باب (Door-to-door sales).

وتختلف هذه المدة بحسب طبيعة المنتج والخدمات، كما أن كثيراً من الولايات الأمريكية تفرض على

الموردين وضع سياسة واضحة للإرجاع (سياسة الاسترداد المالي (Refund Policy) – منشورة على

مواقعهم الإلكترونية، لضمان شفافية العلاقة التعاقدية².

¹ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301-2312 (1975).

² Federal Trade Commission Act, 15 U.S.C. §§ 41-58 (1914).

وفيما يتعلق بحماية البيانات، فقد اعتمدت الولايات المتحدة نهجاً قطاعياً (Sectoral Approach) بحيث ينظم كل قطاع اقتصادي بقوانين خاصة، مثل قانون التأمين الصحي وحماية البيانات الطبية (HIPAA) في القطاع الصحي، وقانون غرام-ليتش-بلايلي (Gramm-Leach-Bliley Act) في القطاع المالي. ورغم هذا التشتت، فقد مثل صدور قانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا (CCPA) خطوة مفصلية، إذ منح المستهلكين حقوقاً واسعة للتحكم في بياناتهم الشخصية، بما في ذلك الحق في معرفة البيانات التي تُجمع عنهم، وحق رفض بيع البيانات لطرف ثالث، وحق طلب حذفها. وهذا يُعتبر امتداداً لحماية المستهلك في مرحلة ما بعد البيع، كونه يكفل استمرارية حماية مصالحه حتى بعد إتمام الصفقة¹.

الفرع الثالث: التوجهات القضائية في حماية المستهلك بعد البيع

لعب القضاء الأمريكي دوراً محورياً في تطوير مبادئ حماية المستهلك الإلكتروني. إذ تبنت المحاكم قاعدة تفسير العقود الإلكترونية لمصلحة المستهلك باعتباره الطرف الأضعف، خاصة في العقود النمطية (Standard Form Contracts) التي تفرضها المنصات الإلكترونية الكبرى². ومن أبرز التوجهات القضائية:

1. إلزام المورد بتنفيذ الضمانات وخدمات ما بعد البيع حتى لو حاول التنصل منها عبر شروط الاستخدام الإلكترونية.
2. تقرير مسؤولية المورد في حال التأخر غير المبرر في الإصلاح أو الإرجاع أو استرداد الأموال³.

¹ California Consumer Privacy Act (CCPA), Cal. Civ. Code §§ 1798.100–1798.199 (2018).

² Federal Trade Commission (FTC), Protecting Consumers in eCommerce, U.S. Federal Trade Commission, available at: <https://www.ftc.gov/> (accessed October 2025).

³ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301–2312 (1975).

3. تحميل المنصات الإلكترونية مسؤولية مشتركة مع الموردين عند الإخلال بالتزامات ما بعد

البيع، خاصة في حالات الاحتيال أو الإعلانات المضللة¹.

4. التوسع في حماية البيانات، حيث اعتبرت بعض المحاكم أن انتهاك خصوصية المستهلك

يُعد إخلالاً بالتزامات ما بعد البيع، لكونه يتصل بالثقة المستمرة بين المستهلك والمورد².

وتعكس هذه التوجهات القضائية حرص القضاء الأمريكي على سد الثغرات التشريعية وضمان

فعالية الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الواقع العملي، بحيث لا تبقى النصوص حبيسة

الإطار النظري.

هذا التفاعل بين النصوص التشريعية والاتجاهات القضائية جعل من التجربة الأمريكية منظومة

مرنة وقادرة على التكيف مع التطورات السريعة في مجال التجارة الإلكترونية، الأمر الذي عزز من

ثقة المستهلك الإلكتروني وزاد من حيوية الاقتصاد الرقمي.

¹ FTC v. Amazon.com, Inc., No. 3:21-cv-05773 (N.D. Cal. 2021).

(قضية لجنة التجارة الفيدرالية ضد شركة أمازون، رفعتها لجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية لمعالجة قضايا حماية المستهلك، بما في ذلك

الشفافية في الأسعار، التعامل مع الإرجاع والضمانات، ومنع الممارسات الإعلانية المضللة في التجارة الإلكترونية)

² California Consumer Privacy Act (CCPA), Cal. Civ. Code §§ 1798.100–1798.199 (2018).

المطلب الثالث

التجربة الأوروبية

تُعدّ التجربة الأوروبية من أبرز النماذج العالمية في مجال حماية المستهلك الإلكتروني، حيث يقوم الاتحاد الأوروبي على بناء إطار قانوني موحد يضمن للمستهلكين نفس مستوى الحماية في مختلف الدول الأعضاء. ويقوم هذا الإطار على مجموعة من توجيهات البرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين حرية السوق الداخلية من جهة، وضمان حقوق المستهلك من جهة أخرى. وتتماز هذه التجربة بأنها لا تقتصر على النصوص التشريعية فحسب، بل تتضمن آليات تنفيذية ورقابية صارمة تعزز التطبيق العملي وتضمن التزام الموردين في جميع مراحل التعاقد، وبخاصة في مرحلة ما بعد البيع.

تتميز التجربة الأوروبية عن غيرها بكونها قائمة على مفهوم السوق الموحدة، أي أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بذات الحقوق سواء اشترى من متجر إلكتروني في بلده أو من أي دولة أخرى عضو في الاتحاد. هذا النظام أزال العقوبات القانونية والتشريعية التي كانت تعيق التجارة عبر الحدود، ووَقَر حماية قانونية متكافئة لجميع المستهلكين الأوروبيين، ما عزز الثقة بالشراء الإلكتروني داخل القارة الأوروبية.

إلى جانب ذلك، تولي التجربة الأوروبية اهتماماً خاصاً بـ **التنفيذ العملي للحقوق**، حيث لم تقتصر على إصدار التشريعات، بل أنشأت آليات تنفيذية متطورة مثل منصات تسوية المنازعات عبر الإنترنت (ODR) ومراكز المستهلك الأوروبية (ECC-Net) هذه الآليات ساعدت على معالجة النزاعات الإلكترونية بطريقة سريعة ومنخفضة التكاليف، ومنعت الموردين من التهرب من التزاماتهم، مما جعل حماية المستهلك بعد البيع في أوروبا أكثر فعالية مقارنة بالعديد من الأنظمة العالمية الأخرى.

الفرع الأول: الإطار القانوني الموحد لحماية المستهلك الإلكتروني في الاتحاد الأوروبي

أقر الاتحاد الأوروبي العديد من التوجيهات (Directives) التي تنظم حماية المستهلك الإلكتروني،

أبرزها:

1. توجيه حقوق المستهلك لعام 2011 (Consumer Rights Directive 2011/83/EU) ، الذي

وضع قواعد واضحة للعقود المبرمة عن بُعد (Online Contracts) ، ومنح المستهلكين حقوقاً

موسعة فيما يتعلق بالمعلومات المسبقة عن المنتج، وشروط الإلغاء، وضمان الشفافية¹.

2. توجيه التجارة الإلكترونية لعام 2000 (E-Commerce Directive 2000/31/EC) ، الذي

أرسى مبادئ المسؤولية لمقدمي الخدمات الإلكترونية، وأكد على التزامات الشفافية والموثوقية

في المعاملات الإلكترونية².

3. إلى جانب ذلك، توجد تشريعات خاصة بحماية البيانات (مثل اللائحة العامة لحماية البيانات

GDPR 2016) التي تُعد جزءاً من حماية المستهلك الإلكتروني عبر ضمان سرية بياناته في

التعاملات عبر الإنترنت³.

هذا الإطار القانوني المشترك مكن المستهلك الإلكتروني من الحصول على حماية متساوية داخل

جميع دول الاتحاد، ومنع الموردين من استغلال التباينات التشريعية بين الدول.

¹ European Union, Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on Consumer Rights, Official Journal of the European Union L 304, 22.11.2011.

² European Union, Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (E-Commerce Directive), Official Journal of the European Communities L 178, 17.07.2000.

³ European Union, Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation – GDPR), Official Journal of the European Union L 119, 4.5.2016.

الفرع الثاني: حماية المستهلك بعد البيع: الحق في التراجع، الضمان، خدمة ما بعد البيع

يركّز الاتحاد الأوروبي بشكل خاص على مرحلة ما بعد البيع باعتبارها الأكثر عرضة للنزاعات.

فقد نص توجيه حقوق المستهلك على حق المستهلك في التراجع عن العقد خلال 14 يوماً من تاريخ استلام السلعة أو الخدمة، دون إبداء أي مبرر، وهو حق يُطبق بشكل موحد في جميع الدول الأعضاء. كما ألزم التشريع المورد بـ **الثلث** كاملاً خلال مدة أقصاها **14 يوماً** من تاريخ الإخطار بالتراجع، بما يضمن سرعة استرداد الأموال¹.

أما فيما يتعلق بالضمان، فإن المستهلك يتمتع بضمان قانوني لا تقل مدته عن سنتين في حال ظهور عيوب في السلعة، وهو التزام يقع على عاتق المورد أو البائع بالتكافل مع المنتج. ويُتيح هذا الضمان للمستهلك حق الإصلاح أو الاستبدال مجاناً، أو تخفيض السعر، أو حتى فسخ العقد عند عدم إمكانية معالجة الخلل. كما يلتزم المورد بتقديم خدمة ما بعد البيع بكفاءة، مثل توفير قطع الغيار وخدمات الإصلاح طوال مدة الضمان، وتتم متابعتها بشكل صارم من قبل السلطات الوطنية في الدول الأعضاء، مع إمكانية تدخل الاتحاد الأوروبي في حال وجود إخلال واسع النطاق².

إلى جانب ذلك، أوجد الاتحاد الأوروبي منصات إلكترونية لتسوية المنازعات عبر الإنترنت (ODR) التي تتيح للمستهلكين رفع شكاواهم إلكترونياً ضد الموردين في مختلف الدول الأعضاء، وهو ما عزز الوصول إلى العدالة وخفض تكاليف النزاعات³.

¹ European Union, Directive 2011/83/EU on Consumer Rights, Articles 9–16 (Right of withdrawal) and Article 5 (Pre-contractual information).

² European Union, Directive (EU) 2019/771 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, Articles 7–12.

³ European Union, Regulation (EU) No 524/2013 on online dispute resolution for consumer disputes (ODR Regulation).

الفرع الثالث: التزامات المورد ودور الهيئات الرقابية الأوروبية

تُلزم التشريعات الأوروبية الموردين بعدد من الالتزامات الجوهرية التي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك في مرحلة ما بعد البيع، وذلك بما ينسجم مع فلسفة الاتحاد الأوروبي في تعزيز الثقة بالمعاملات الإلكترونية. ويُعتبر واجب الشفافية والإفصاح من أبرز هذه الالتزامات، حيث يُلزم المورد بتزويد المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة قبل إتمام التعاقد، بما يشمل خصائص المنتج، شروط الضمان، وطرق الإرجاع أو الاستبدال. ويُنظر إلى هذا الواجب كخطوة وقائية لتقليل النزاعات، وضمان وعي المستهلك بكافة حقوقه والتزاماته قبل إقدامه على عملية الشراء.

كما يفرض الاتحاد الأوروبي على المورد واجب التنفيذ الفعال لعقود ما بعد البيع، بما يعني الالتزام بإصلاح العيوب أو استبدال السلعة خلال فترة زمنية معقولة، ودون تحميل المستهلك أي تكاليف إضافية. وفي حال تعذر الإصلاح أو الاستبدال، يحق للمستهلك المطالبة برد الثمن أو تخفيض قيمته بما يتناسب مع الخلل. هذه الالتزامات العملية جعلت المستهلك الأوروبي في موقع قوة، حيث لم يعد الضمان خياراً ترويجياً للموردين، بل التزاماً قانونياً محكوماً بآليات تنفيذ إلزامية.

ولا تقتصر الحماية على الجوانب المادية، بل تمتد إلى حماية الخصوصية الرقمية، إذ يفرض الاتحاد الأوروبي على الموردين واجب حماية البيانات بموجب لائحة حماية البيانات العامة (GDPR). ويُحظر على المورد استخدام بيانات المستهلك لأغراض تسويقية أو تجارية دون موافقة صريحة ومسبقة، كما يلتزم بتأمين هذه البيانات وضمان حق المستهلك في الاطلاع عليها أو طلب حذفها، الأمر الذي جعل حماية البيانات جزءاً لا يتجزأ من خدمات ما بعد البيع¹.

¹ The provisions of the General Data Protection Regulation (GDPR) apply to the processing of consumer data in the context of electronic contracts and after-sales services. Key articles include: Article 5 (principles of processing), Article 6 (lawfulness of processing), Article 12 (transparency and

أما على صعيد الرقابة، فقد أنشأ الاتحاد الأوروبي شبكة التعاون بين سلطات حماية المستهلك (CPC Network) التي تعمل بالتنسيق مع المفوضية الأوروبية لمتابعة مدى التزام الموردين بالتشريعات الموحدة. وتملك هذه السلطات صلاحيات واسعة تشمل إجراء التحقيقات، وإصدار أوامر ملزمة للموردين، وفرض غرامات مالية وعقوبات على المخالفين، سواء كانوا محليين أو متاجر إلكترونية عابرة للحدود. هذه الرقابة الفعالة ساهمت في تعزيز الامتثال، ومنعت الموردين من التحايل على القوانين عبر استغلال الفوارق الوطنية بين الدول الأعضاء¹.

وبذلك يمكن القول إن التجربة الأوروبية نجحت في الجمع بين التزامات واضحة على الموردين وآليات رقابية قوية، ما جعلها من أكثر النماذج التشريعية تقدماً على المستوى العالمي، خصوصاً في مجال حماية المستهلك الإلكتروني بعد البيع.

information), Article 15 (right of access), Article 17 (right to erasure), Article 32 (data security), and Articles 33 and 34 (notification of data breaches). These provisions ensure transparency in handling consumer data, protect digital privacy, and empower consumers to exercise their rights during the post-sale phase.

¹ European Union, Consumer Protection Cooperation (CPC) Network, coordinated with the European Commission to monitor suppliers' compliance with EU consumer legislation, with powers to investigate, issue binding orders, and impose fines on both local and cross-border online traders.

المبحث الثاني

تقييم الحماية القانونية في القانون الأردني في ضوء التجارب المقارنة

المطلب الأول

أوجه الاتفاق والاختلاف مع التجارب المقارنة

يشكل القانون الأردني لحماية المستهلك الإلكتروني خطوة مهمة نحو تنظيم المعاملات الرقمية وضمان حقوق المستهلك، وخصوصاً في مرحلة ما بعد البيع، حيث تتزايد النزاعات المرتبطة بالضمانات وحق الاسترجاع والاستبدال. على مستوى التشابه مع التجارب الدولية، يضمن القانون الأردني للمستهلك حقوقاً أساسية تتعلق بالضمان وحق الإرجاع،¹ وهو مشابه لما هو معمول به في التجربة السعودية، حيث نص دليل حقوق وواجبات المستهلك على إلزام الموردين بتقديم ضمان مكتوب وصريح، وضمان إمكانية الاستبدال أو الإرجاع عند وجود عيب في المنتج، إضافة إلى آليات لتلقي الشكاوى ومتابعتها من خلال وزارة التجارة.²

وفي المقارنة مع التجربة الأوروبية، يظهر التشابه في أن كلا النظامين يضمن حقوق المستهلك في الحصول على معلومات واضحة قبل الشراء، وحماية الضمانات، وحق الاسترجاع. إلا أن الفارق الأساسي يكمن في تفاصيل التطبيق العملي: المستهلك الأوروبي يتمتع بحق التراجع عن الشراء خلال 14 يوماً واسترداد المبلغ بالكامل بسرعة، مع متابعة دقيقة من الهيئات الرقابية الأوروبية، كما تتوفر منصات تسوية النزاعات الإلكترونية (ODR) التي تتيح حل الشكاوى بشكل سريع وفعال دون الحاجة للجوء الطويل للقضاء.³

¹ قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017

² دليل حقوق وواجبات المستهلك السعودي، وزارة التجارة

³ European Union, Directive 2011/83/EU on Consumer Rights and ODR platform guidelines.

أما في التجربة الأمريكية، فإن التشريعات توفر حماية واسعة للمستهلك عبر القوانين الفيدرالية مثل قانون الضمان “ماغنوسون-موس” Magnuson-Moss Warranty Act، بالإضافة إلى دور لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) في متابعة الموردين وتنفيذ الالتزامات المتعلقة بالضمان وحقوق الإرجاع، مع حماية قوية للبيانات والخصوصية الرقمية، ما يجعل التعامل مع الموردين المحليين والدوليين أكثر سهولة ووضوحاً¹.

بالنسبة للأردن، فإن القانون يضمن حماية أساسية للمستهلك المحلي، ولكنه يواجه تحديات واضحة عند التعامل مع المواقع العالمية مثل أمازون وشي إن. فالمستهلك الأردني غالباً ما يتعامل مع وسيط محلي أو دولي لتنفيذ الطلب، مما يؤدي إلى تعقيد إجراءات الاسترداد المالي أو استبدال المنتج عند وجود عيب. ففي حين يمكن للمستهلك الأوروبي أو الأمريكي التعامل مباشرة مع المورد، وتطبيق حقوق الضمان أو الاسترجاع بشكل مباشر وسريع، يحتاج المستهلك الأردني إلى التنسيق مع وسيط أو شركة شحن دولية، ويستغرق ذلك وقتاً أطول وغالباً مصاريف إضافية، كما أن بعض المنتجات قد لا تكون مشمولة بسياسة الإرجاع الدولي، ما يزيد من صعوبة حماية المستهلك بعد البيع.

وعلى صعيد خدمات ما بعد البيع المحلية، يوفر القانون الأردني للمستهلك الحق في الإرجاع أو الاستبدال ضمن إطار السوق المحلية، مع إلزام المورد بتقديم ضمان على المنتجات المباعة وفقاً لأحكام القانون. كما تم إنشاء آليات لتلقي الشكاوى إلكترونياً عبر وزارة الصناعة والتجارة، مع إمكانية متابعة النزاعات القانونية، ولكن هذه الآليات أقل تطوراً مقارنة بالنماذج الأوروبية أو الأمريكية.

¹ United States, Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301–2312; Federal Trade Commission (FTC), Consumer Protection Guidelines

عند المقارنة التفصيلية، يرى الباحث **أوجه الاتفاق والاختلاف** بين القانون الأردني والتجارب

الدولية على النحو التالي:

1. أوجه الاتفاق

- جميع التشريعات تضمن حق المستهلك في الحصول على منتجات خالية من العيوب، وضمان إمكانية الإرجاع أو الاستبدال.
- تشترك الأنظمة في إلزام المورد بتقديم معلومات واضحة قبل التعاقد، بما في ذلك تفاصيل المنتج، السعر، شروط الضمان وطرق الإرجاع.
- وجود آليات لتقديم الشكاوى ومتابعتها، سواء بشكل مباشر أو إلكتروني.

2. أوجه الاختلاف

- التجربة الأوروبية والأمريكية توفر آليات فعالة لتسوية النزاعات عبر الإنترنت (ODR) ، بينما الأردن ما زالت هذه الآليات محدودة أو غير شاملة، خصوصاً في التعامل مع الموردين الدوليين.
- مدة وحقوق الاسترجاع: الأوروبي يحصل على 14 يوماً للتراجع، أما الأردني فالحقوق محددة أكثر بالسوق المحلية وبدون فترة محددة واضحة عند الشراء عبر المواقع العالمية.
- التعامل مع الموردين الأجانب: المستهلك الأردني غالباً يحتاج إلى وسيط، بينما المستهلك الأمريكي أو الأوروبي يمكنه الاستفادة من ضمان مباشر وإرجاع أسرع.
- حماية البيانات: التجربة الأوروبية (GDPR) والأمريكية (FTC) توفر حماية صارمة للبيانات الرقمية ومتابعة مستمرة، في حين أن الأردن يعتمد قانون حماية البيانات الشخصية، لكنه

يحتاج إلى آليات تطبيق ومتابعة أكثر قوة، خصوصاً في التعامل مع الموردين الدوليين ومنصات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود.

ويستنتج الباحث من هذه المقارنات أن القانون الأردني يوفر حماية أساسية للمستهلك الإلكتروني، لكنه يحتاج إلى تعزيز آليات ما بعد البيع، خاصة في التعاملات الإلكترونية الدولية، ليتمكن المستهلك الأردني من التعامل مع المواقع العالمية بطريقة أسهل وأكثر أماناً، على غرار التجارب الأوروبية والأمريكية. ومن الأمثلة العملية، عند شراء المستهلك الأردني منتجات من أمازون، قد يواجه صعوبة في المطالبة بالضمان أو الاستبدال إذا تعذر التواصل المباشر مع المورد، أو إذا لم يغطي وسيط الشحن الدولي خدمات الإرجاع، بينما يتمكن المستهلك الأوروبي من حل القضية بسهولة ضمن شبكة ODR الأوروبية، والمستهلك الأمريكي قد يستفيد مباشرة من سياسة الاسترجاع الضمنية للمورد. وعموماً، يرى الباحث أن القانون الأردني يشترك مع التجارب السعودية والأمريكية والأوروبية في المبادئ الأساسية، لكنه يحتاج إلى تطوير تشريعات فعالة لمعالجة تحديات السوق العالمية، وتعزيز الآليات الرقمية، وضمان تنفيذ حقوق ما بعد البيع عند التعامل مع الموردين الدوليين، بما يعزز ثقة المستهلك ويحد من المخاطر القانونية والمالية عند شراء المنتجات عبر الإنترنت.

المطلب الثاني

أوجه القصور في الحماية بعد البيع في القانون الأردني

يرى الباحث أن الأردن، رغم التطور التشريعي الذي شهده في مجال تنظيم المعاملات الإلكترونية من خلال قانون المعاملات الإلكترونية وقانون حماية المستهلك، ما زال يواجه تحديات عملية تحدّ من فعالية الحماية، خاصة في مرحلة ما بعد البيع التي تُعدّ الأكثر حساسية للمستهلك الإلكتروني.

أولاً: قصور الإطار التشريعي الخاص بخدمات التراجع والاسترداد

يخلص الباحث إلى أن التشريع الأردني لا يتضمن منظومة متكاملة لتنظيم خدمات ما بعد البيع الإلكترونية، مقارنة بالتجربة الأوروبية التي تمنح المستهلك الحق في التراجع خلال 14 يوماً وضمن لمدة سنتين، أو التجربة السعودية التي نصت صراحة على التزامات المورد في الصيانة والإصلاح. في الأردن، تظل النصوص المتعلقة بالضمان والإرجاع عامة وغير كافية لتغطية التفاصيل الدقيقة للمعاملات الإلكترونية، وهو ما يفتح الباب أمام الموردين لتفسيرها بطريقة قد تضر بمصلحة المستهلك.

ثانياً: صعوبة استفادة المستهلك الأردني من خدمات ما بعد البيع في المواقع العالمية

يشير الباحث إلى أن المستهلك الأردني يواجه تحديات ملموسة عند التعامل مع منصات كبرى مثل أمازون أو شي إن، تختلف عن تلك التي يواجهها المستهلك الأوروبي أو الأمريكي. فبينما يستطيع المستهلك الأوروبي إرجاع المنتج بسهولة عبر أنظمة موحدة، يُجبر المستهلك الأردني على تحمّل كلفة الشحن الدولي المرتفعة، وغالباً ما يحتاج للتعامل مع شركات وساطة محلية لا تضمن سرعة أو كفاءة استرداد الأموال. كما أن عملية استرداد المبالغ قد تستغرق وقتاً طويلاً بسبب القيود المصرفية، مما يفقد المستهلك الثقة في هذه المعاملات ويجعله في موقع أضعف مقارنة بالمستهلك في الأنظمة الأخرى.

ثالثاً: ضعف الرقابة وآليات الإنفاذ

يشير الباحث إلى أن القانون الأردني، رغم تحديده التزامات عامة على الموردين، يواجه تحدياً عملياً بسبب ضعف الرقابة الفعلية من قبل الجهات المختصة وغياب آليات متابعة فعالة. هذا الوضع يجعل بعض الموردين يتجاهلون حقوق المستهلك، خصوصاً فيما يتعلق بالضمان والإرجاع، ويظهر ذلك جلياً في السوق المحلية حيث يواجه المستهلك أحياناً عراقيل إدارية أو رفضاً غير مبرر لطلباته.

رابعاً: ضعف آليات تسوية النزاعات الإلكترونية

يلاحظ الباحث أن المستهلك الأردني يفتقر إلى قنوات فعالة لتسوية النزاعات إلكترونياً، على عكس الاتحاد الأوروبي الذي يتيح رفع الشكاوى عبر منصات تسوية إلكترونية (ODR) وحل النزاعات بسرعة. حتى المنصات الرسمية لتلقي الشكاوى في الأردن ما زالت محدودة الفعالية، ولا تضمن متابعة دقيقة أو حلولاً مرضية، مما يضطر المستهلك للجوء إلى القضاء النظامي، هذه الإجراءات القضائية، وإن كانت متاحة، إلا أنها بطيئة ومكلفة مقارنة بالخدمات الإلكترونية المتقدمة المتاحة في التشريعات المقارنة.

خامساً: قصور حماية البيانات في مرحلة ما بعد البيع

يشير الباحث إلى أن التشريعات الأردنية تفتقر إلى آليات صارمة تلزم الموردين بحماية بيانات المستهلك الإلكترونية، مما يترك المجال لاستغلالها في أغراض تسويقية أو تجارية دون موافقة مسبقة. ويصبح هذا القصور أكثر وضوحاً عند التعامل مع منصات دولية تحتفظ بالبيانات لفترات طويلة وتعيد استخدامها لأغراض إعلانية، في غياب رقابة محلية فعالة

سادساً: ضعف وعي المستهلك بحقوقه

يرى الباحث أن ضعف الثقافة القانونية بين المستهلكين الأردنيين يُعد أحد أبرز أوجه القصور في الحماية العملية. إذ كثير من المستهلكين غير مدركين لحقوقهم في مرحلة ما بعد البيع، سواء بالنسبة للإرجاع أو الضمان أو تقديم الشكاوى، مما يجعلهم عرضة للاستغلال، خصوصاً عند التعامل مع متاجر إلكترونية غير موثوقة أو منصات عالمية لا توفر دعماً كافياً خارج الاتحاد الأوروبي أو الولايات المتحدة.

سابعاً: العبء المالي والإجرائي على المستهلك

يشير الباحث إلى أن المستهلك الأردني غالباً ما يتحمل كلفة إعادة الشحن أو رسوم إضافية عند ممارسة حقه في الاستبدال أو الاسترجاع، خصوصاً عند الشراء من مواقع عالمية، على عكس الأنظمة الأوروبية التي تُلزم المورد بتغطية تكاليف الإرجاع أو توفير بدائل ميسرة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن أوجه القصور في القانون الأردني لا تقتصر فقط على ضعف النصوص التشريعية، وإنما تمتد إلى غياب الرقابة المؤسسية، صعوبة التنفيذ العملي للحقوق، وافتقار المستهلك للأدوات والوعي اللازم لحماية نفسه. وهذا يجعل المستهلك الأردني في موقف أضعف بكثير مقارنة بنظرائه في الأنظمة المتقدمة، خصوصاً عند التعامل مع خدمات ما بعد البيع عبر المواقع العالمية

المطلب الثالث

سُبل تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد البيع في الأردن

يرى الباحث أن التجربة الأردنية في حماية المستهلك الإلكتروني أحرزت تقدماً تشريعياً، إلا أن الممارسة العملية ما تزال تكشف عن ثغرات تؤثر على فعالية هذه الحماية، خاصة في مرحلة ما بعد البيع. ومن هنا، يقترح الباحث عدة سُبل لتعزيز الحماية القانونية وضمان حقوق المستهلك، بما يتوافق مع أفضل الممارسات الدولية:

1. إقرار نصوص صريحة بشأن حق التراجع وفترة الإرجاع

يشدد الباحث على ضرورة أن يتضمن التشريع الأردني نصوصاً واضحة تلزم المورد بمنح المستهلك حق التراجع عن العقد خلال فترة زمنية محددة (لا تقل عن 14 يوماً كما في التجربة الأوروبية)، مما يتيح للمستهلك فرصة تقييم المنتج أو الخدمة ويحد من النزاعات القضائية.

2. تعزيز آليات تسوية النزاعات الإلكترونية

يشير الباحث إلى أهمية تطوير منصات وطنية لتسوية النزاعات عبر الإنترنت (ODR)، بحيث تُمكن المستهلك من تقديم شكاواه وحل النزاعات إلكترونياً دون تكاليف أو إجراءات مطولة. ويمكن أن تُدار هذه المنصات بالتعاون بين وزارة الصناعة والتجارة ومؤسسات المجتمع المدني، مع تبني نماذج مستوحاة من التجربة الأوروبية.

3. توسيع نطاق الحماية ليشمل التعاملات مع الموردين الدوليين

يشدد الباحث على ضرورة السعي لإبرام اتفاقيات ثنائية أو إقليمية مع منصات التجارة الإلكترونية العالمية، لضمان تطبيق سياسات الإرجاع والاستبدال للمستهلك الأردني كما في التجارب الأوروبية والأمريكية، مع إلزام الوسطاء المحليين بالمسؤولية المشتركة عن ضمان حقوق المستهلك.

4. تعزيز الرقابة المؤسسية والردع القانوني

يرى الباحث أن حماية المستهلك لا تقتصر على النصوص التشريعية فقط، بل تتطلب رقابة فعالة من الهيئات المختصة، عبر تزويد وزارة الصناعة والتجارة بصلاحيات واسعة ووسائل رقابية متطورة لفرض الغرامات والعقوبات على الموردين المخالفين.

5. تعزيز حماية البيانات الشخصية في إطار التجارة الإلكترونية

يشير الباحث إلى أن حماية بيانات المستهلك تعد جزءاً أساسياً من حقوقه في مرحلة ما بعد البيع. ورغم صدور قانون حماية البيانات الشخصية الأردني لسنة 2023 الذي يوفر إطاراً لحماية المعلومات الشخصية، إلا أن هذا القانون لا يغطي جميع التحديات المتعلقة بالمعاملات الدولية أو الضمانات والإرجاع عبر المواقع العالمية. لذا يظل هناك حاجة لتوضيح آليات التطبيق العملي وتعزيز الرقابة على الموردين المحليين والدوليين لضمان التزامهم بحقوق المستهلك، بالإضافة إلى رفع وعي المستهلك بحقوقه الرقمية لضمان استفادته الكاملة من القانون.

6. تخفيف الأعباء المالية والإجرائية عن المستهلك

يشدد الباحث على ضرورة إلزام المورد بتحمل تكاليف الشحن أو الاسترداد في حالة الإرجاع، أو إنشاء آلية حكومية لدعم المستهلك في النزاعات الدولية، بما يضمن حماية المستهلك من الأعباء المالية والإجرائية غير المبررة.

خلاصة القول، يرى الباحث أن تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني بعد البيع في الأردن يتطلب مزيجاً من التعديلات التشريعية، الإجراءات المؤسسية، والاتفاقيات الدولية، لضمان مستوى حماية يعادل التجارب الأوروبية والأمريكية، ويعزز ثقة المستهلك في منظومة التجارة الإلكترونية محلياً ودولياً

الخاتمة

تُعد الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الأردن قضية محورية في ظل النمو السريع للتجارة الإلكترونية، سواء على المستوى المحلي أو عند التعامل مع المنصات العالمية. أظهرت الدراسة أن القانون الأردني قد حقق خطوات مهمة في تنظيم المعاملات الرقمية وحماية المستهلك، من خلال قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017 وقانون المعاملات الإلكترونية، إضافة إلى التشريعات المساندة الأخرى. وقد ساهمت هذه القوانين في تحديد حقوق المستهلك الأساسية، سواء أثناء التعاقد أو بعده، وضمان التزام الموردين بتقديم منتجات وخدمات مطابقة للمعايير القانونية، مع إمكانية اللجوء للوسائل القضائية والودية في حال حدوث مخالفة.

إلا أن الدراسة أظهرت أن هناك عدة تحديات قائمة، أبرزها صعوبة تطبيق الحقوق عند التعامل مع المواقع العالمية، وغياب منصات فعّالة لتسوية النزاعات الإلكترونية (ODR)، وضعف الرقابة على تنفيذ الالتزامات بعد البيع، بالإضافة إلى بعض الفجوات المتعلقة بحماية البيانات والخصوصية الرقمية في المعاملات الدولية.

وعند مقارنة التجربة الأردنية بالتجارب السعودية والأمريكية والأوروبية، يتضح أن تلك التجارب توفر نماذج متقدمة لحماية المستهلك بعد البيع، عبر قوانين واضحة للضمان والإرجاع، وآليات تسوية إلكترونية للنزاعات، وإجراءات رقابية فعّالة لضمان التنفيذ السريع للحقوق. وهذا يشير إلى أن الأردن يمكن أن يستفيد من هذه الممارسات لتطوير تشريعاته وآليات التنفيذ الرقمي، بما يعزز حماية المستهلك ويضمن حقوقه الكاملة عند التعامل مع الموردين المحليين والدوليين.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن الحماية القانونية للمستهلك الأردني متقدمة على المستوى النظري، لكنها بحاجة إلى تعزيز التطبيق العملي وتطوير الآليات الرقمية، خصوصاً عند التعامل مع الموردين الدوليين، لضمان استفادة المستهلك من حقوقه الكاملة بطريقة مماثلة للتجارب الدولية الرائدة.

النتائج

1. **تقدم تشريعي نسبي:** أظهرت الدراسة أن القانون الأردني حقق تقدماً ملحوظاً في حماية المستهلك الإلكتروني، خاصة في مرحلة التعاقد، من خلال تحديد الحقوق الأساسية للمستهلك والالتزامات القانونية للمورد، مما يعكس الاهتمام التشريعي بالمعاملات الرقمية.
2. **قصور في مرحلة ما بعد البيع:** تشير النتائج إلى أن الحماية القانونية بعد البيع لا تزال محدودة، خصوصاً عند التعامل مع منصات عالمية، حيث يواجه المستهلك الأردني صعوبات ملموسة في ممارسة حقوقه المتعلقة بالضمان والإرجاع مقارنة بنظرائه الأوروبيين والأمريكيين.
3. **غياب منصات تسوية النزاعات الإلكترونية:** يلاحظ الباحث أن غياب هذه المنصات يزيد من اعتماد المستهلك على القضاء التقليدي، مما يؤدي إلى طول الإجراءات وزيادة التكاليف، في حين توفر التجارب المقارنة منصات فعّالة لحل النزاعات بسرعة وشفافية، مثل شبكة ODR في الاتحاد الأوروبي.
4. **ضعف الرقابة والتطبيق العملي:** على الرغم من وجود نصوص قانونية واضحة، إلا أن ضعف الرقابة على الموردين المحليين والدوليين يقلل من فعالية الحماية القانونية ويضعف تنفيذ حقوق المستهلك.
5. **حاجة لتعزيز حماية البيانات الشخصية:** رغم صدور قانون حماية البيانات الشخصية الأردني لسنة 2023، إلا أن تطبيقه يحتاج إلى مزيد من التوضيح والتكامل مع التجارة الإلكترونية الدولية، لضمان حماية المستهلك في جميع مراحل التعامل مع المنتجات والخدمات.
6. **الإلمام القانوني للمستهلك:** تبين أن نسبة كبيرة من المستهلكين الأردنيين غير مدركين لحقوقهم القانونية، مما يزيد من احتمالية تعرضهم للاستغلال عند التعامل مع منصات إلكترونية محلية أو دولية.

التوصيات

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يرى الباحث أن هناك حاجة ماسة إلى اتخاذ مجموعة من الإجراءات لتعزيز حماية المستهلك الإلكتروني في الأردن، وفيما يلي أبرز هذه التوصيات:

1. **تحديد مدة واضحة لحق التراجع والإرجاع:** يوصي الباحث بتشريع إطار موحد يحدد فترة زمنية واضحة للتراجع عن العقد أو استبدال المنتج، بما يتماشى مع أفضل التجارب الدولية.
2. **إنشاء منصات رقمية لتسوية النزاعات:** ينبغي تطوير منصات وطنية متكاملة لتسوية المنازعات عبر الإنترنت، بحيث تتيح للمستهلك تقديم الشكاوى وحل النزاعات إلكترونياً بسرعة وفعالية، دون الحاجة للجوء المطول إلى القضاء التقليدي.
3. **توسيع نطاق حماية المستهلك في التعاملات الدولية:** يقترح الباحث وضع آليات تضمن تطبيق حقوق الإرجاع والضمان عند التعامل مع الموردين الدوليين، بما في ذلك إلزام الوسطاء المحليين والدوليين بالمسؤولية المشتركة.
4. **تعزيز الرقابة المؤسسية والردع القانوني:** يوصى بمنح الجهات الرقابية صلاحيات أوسع لمتابعة الموردين المحليين والدوليين وفرض غرامات على المخالفين لضمان التزامهم بخدمات ما بعد البيع.
5. **تعزيز حماية البيانات الشخصية:** يرى الباحث ضرورة تطبيق قانون حماية البيانات لسنة 2023 بشكل عملي وفعال، مع توجيه الموارد الرقابية لضمان التزام الموردين المحليين والدوليين بحماية المعلومات الشخصية للمستهلك.
6. **رفع وعي المستهلك:** يقترح الباحث تنفيذ برامج تثقيفية لزيادة معرفة المستهلكين بحقوقهم القانونية وطرق الاستفادة من آليات التسوية المتاحة، لضمان حماية فعالة عند التعامل مع المواقع المحلية والعالمية

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- إبراهيم، خالد ممدوح. (2008). التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- إبراهيم، خالد ممدوح. (2009). حماية المستهلك في العقد الإلكتروني. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- ابن منظور، محمد بن مكرم. (1990). لسان العرب (تحقيق: راغب طه). بيروت: دار صادر.
- أبو الحديد، عبد الرؤوف حسن. (2020). الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية. مصر: دار الفكر والقانون.
- أبو الهيجاء، محمد إبراهيم. (2025). عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- أبو شمس، سماهر عبد الكريم. (2020). المسؤولية المدنية الإلكترونية: القانون الواجب التطبيق (دراسة مقارنة). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- أحمد، أمينة أحمد محمد. (2016). حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة. القاهرة: دار النهضة العربية.
- بدر، أسامة أحمد. (2005). حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني. القاهرة: دار الجامعة الجديدة.
- برهم، نضال سليم. (2010). أحكام عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- بورزق، أحمد. (2020). الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية. الجزائر: ألفا للوثائق.
- الجاف، علاء عمر محمد. (2017). الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- الحروب، أحمد عزمي. (2010). السندات الإلكترونية: دراسة مقارنة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

حسان، منى أبو بكر. (2022). الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

حسان، منى أبو بكر. (2022). الحق في الرجوع في العقد كأحدى آليات حماية المستهلك في التعاقد عن بعد. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

الحلالمه، نصار محمد. (2012). التجارة الإلكترونية في القانون. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

دودين، بشار محمد. (2010). الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الربضي، عيسى غسان. (2012). القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

زهرة، محمد المرسي. (2007). الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية. القاهرة: دار النهضة العربية.

الشبلي العتوم، محمد. (2023). جرائم تكنولوجيا المعلومات: النظرية العامة للجرائم الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الشرمان، صهيب يحيى. (2025). الوفاء الإلكتروني. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الشريفات، محمود عبد الرحيم. (2011). التراضي في تكوين العقد عبر الإنترنت: دراسة مقارنة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الشمبلي، إبراهيم أحمد. (2023). المتجر الإلكتروني ومقتضيات حماية المستهلك في النظام السعودي: دراسة تحليلية. السعودية.

الشرماني، عبد الله بن محمد. (2018). النظام القانوني للمتجر الإلكتروني: دراسة مقارنة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

العبودي، عباس. (2019). شرح أحكام العقود المسماة في القانون المدني: البيع والإيجار. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

عبيدات، إبراهيم محمد. (2024). تشريعات التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

العلواني، عبد العزيز فتحي. (2021). حماية المستهلك وفق نظام التجارة الإلكترونية السعودي: دراسة تحليلية. السعودية: كليات عنيزة.

الفتلاوي، عبيد. (2021). الوجيز في شرح العقود المسماة: البيع والإيجار. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الفواير، علاء محمد. (2014). العقود الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

القضاة، منذر عبد الكريم. (2019). تشريعات التجارة الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

القيسي، عامر أحمد. (2002). الحماية القانونية للمستهلك: دراسة في ضوء القانون المدني والمقارن. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

محمود، عبد الله ذيب. (2012). حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

المطالبة، محمد فواز. (2011). الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

موسى، طالب حسن. (2016). قانون التجارة الإلكترونية الدولية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

موفق، حماد عبد. (2010). الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة. بيروت: منشورات زين الحقوقية.

مومني، بشار. (2004). مشكلات التعاقد عبر الإنترنت. إربد: دار الكاتب الحديث.

ناصر، حمودي محمد. (2012). العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

النجار، زياد إبراهيم. (2019). قواعد حماية المستهلك من التغير والغبن في العقود الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

ثانيًا: الرسائل الجامعية (ماجستير)

جيران، محمد. (2009). التحكيم الإلكتروني كوسيلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الحديد، عواد. (2020). قواعد الضمان في البيع الإلكتروني (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الخطيب، لمى أيمن إسماعيل. (2024). الضوابط القانونية لحماية حق المستهلك في العقد الذكي (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

الذيابات، نواف. (2013). الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

السعدي، فاطمة، وأبراراج، رشيدة. (2024). الاختصاص القضائي في العقود الإلكترونية الدولية (رسالة ماجستير). جامعة مولاي إسماعيل، المغرب.

العجمي، فلاح. (2011). الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

محمود، كيلاني عبد الراضي. (2005). مفهوم المستهلك كأساس لتحديد نطاق تطبيق تقنين الاستهلاك الفرنسي (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة، مصر.

ثالثًا: التشريعات والقوانين

تعليمات حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2017، صادرة بمقتضى أحكام المادة (26/ب) من قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017.

دليل حقوق وواجبات المستهلك السعودي لسنة 2023

قانون أصول المحاكمات المدنية رقم (1) لسنة (1988)

قانون التجارة الأردني رقم 12 لسنة 1966

قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم (27) لسنة 2015

قانون الصناعة والتجارة الأردني رقم 18 لسنة 1998.

القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976.

قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 15 لسنة 2015.

قانون حماية البيانات الشخصية رقم 24 لسنة 2023

قانون حماية المستهلك رقم 7 لسنة 2017.

نظام التجارة الإلكترونية السعودي لسنة 2019

رابعاً: المواقع الإلكترونية

إرم بزنس. (14 آذار 2025). عقوبات وحجب للمخالفين. تنظيم جديد للتجارة الإلكترونية في الأردن <https://www.erembusiness.com/economy/ifrkvfu>.

Amazon.com. Returns & Refunds. [Online]. Available: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GKM69DUUYKQWKWX7>

SHEIN Official Website. Return Policy. [Online]. Available: <https://m.shein.com/us/Return-Policy-a-281.html>

AliPromo Codes. "AliExpress Buyer Protection: Everything You Need to Know." [Online]. Available: <https://www.alipromo.codes/blog/aliexpress-buyer-protection>

Jacob, Vijay. (2024). Temu Return Policy: A Complete Guide for Easy Refunds. ProductScope AI. Available at: <https://www.productsco.pe.ai/pt/blog/temu-return-policy>

Shrou, A. E., Al-Walawi, T. F., & Jawad, N. K. M. (2024). Jordanian Legal Provisions for E-Commerce: Consumer Protection Perspective — A

Comparative Study. Beijing Law Review, 15, 444–456.

<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=132033>

Urban Thier & Federer, P.A. (2025, July 2). Cross-Border E-Commerce: Legal Essentials for International Sellers.

<https://www.urbanthier.com/blog/2025/07/cross-border-e-commerce-legal-essentials-for-international-sellers>

Reidel, S. (2023, July 12). Legal Challenges in Cross-Border eCommerce: An International Trade Perspective. Reidel Law Firm.

<https://reidellawfirm.com/legal-challenges-in-cross-border-e-commerce-an-international-trade-perspective>

قانون التجارة الإلكترونية السعودي خطوة نحو حماية المستهلك

<https://kadasa.com.sa/ar/saudi-arabian-e-commerce-law-a-step-towards-consumer-protection>

Federal Trade Commission (FTC). (n.d.). Protecting Consumers in eCommerce. Washington, D.C.: U.S. Federal Trade Commission.

(لجنة التجارة الفيدرالية) Retrieved October 2025, from <https://www.ftc.gov>

الأمريكية، حماية المستهلكين في التجارة الإلكترونية، لجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية)

European Union. (n.d.). Consumer Protection Cooperation (CPC) Network.

European Commission. Retrieved from [https://ec.europa.eu/info/live-](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-enforcement_en)

[work-travel-eu/consumer-rights-and-enforcement_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-enforcement_en) (الاتحاد الأوروبي).

(بدون تاريخ). شبكة التعاون بين سلطات حماية المستهلك (CPC Network). المفوضية الأوروبية.)

خامساً: المراجع الأجنبية

- California Legislature. (2018). *California Consumer Privacy Act (CCPA)*.
- European Union Consumer Protection Cooperation (CPC) Network. (2017). *CPC Network Guidelines*.
- European Union. (2000). *Directive 2000/31/EC on Electronic Commerce*. Official Journal of the European Communities, L 178, 17 July 2000.
- European Union. (2011). *Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights*. Official Journal of the European Union, L 304, 22 November 2011.
- European Union. (2013). *Regulation (EU) No 524/2013 on Online Dispute Resolution for Consumer Disputes (ODR)*. Official Journal of the European Union, L 165, 18 June 2013.
- European Union. (2016). *Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation – GDPR)*. Official Journal of the European Union, L 119, 4 May 2016.
- European Union. (2019). *Directive (EU) 2019/771 on Certain Aspects Concerning Contracts for the Sale of Goods*. Official Journal of the European Union, L 136, 22 May 2019.
- Federal Trade Commission v. Amazon.com, Inc., No. 3:21-cv-05773 (N.D. Cal. 2021).
- Federal Trade Commission. (1914). *Federal Trade Commission Act*.
- Howells, G., & Weatherill, S. (2005). *Consumer Protection Law*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2016). *Guidelines for Consumer Protection in the Context of E-commerce*. OECD Publishing.
- U.S. Congress. (1968). *Truth in Lending Act*.
- U.S. Congress. (1975). *Magnuson–Moss Warranty Act*.
- U.S. Congress. (1998). *Children’s Online Privacy Protection Act (COPPA)*.
- United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL). (1996). *Model Law on Electronic Commerce*. United Nations.
- United Nations. (1985, revised 2015). *United Nations Guidelines for Consumer Protection*. General Assembly Resolution A/RES/70/186.
- United Nations. (2005). *Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts*. United Nations.
- United States Code. Title 18, §1343. *Fraud by Wire, Radio, or Television*.