

الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

أ. علي أمير حمد محمد

مستخلص البحث

تناولت الدراسة الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية بالسودان، تمثلت مشكلة الدراسة في أن المستهلك هو الطرف الضعيف في العقد وبالتالي قد يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه وأن المشرع السوداني لم يفرد قانوناً واحداً متفرداً خاص بالحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية، وإنما نص عليه في مجموعة قوانين متفرقة. نبعت أهمية الدراسة في ظهور حاجة ملحة لهذا الموضوع نظراً للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات بحيث أصبح المستهلك رهينة للشروط عند تعاقدته إلكترونياً من أجل شراء خدمة أو سلعة هو بحاجة ماسة إليها. هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم المستهلك حيث أنه الطرف الأقل خبرة في العقود الإلكترونية وإبراز إمكانية حماية المستهلك في العقود المتعلقة بالاستهلاك الإلكتروني وبيان الوسائل القانونية المدنية لحماية المستهلك عند حدوث نزاع بشأن العقد الإلكتروني. واتبعت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن المشرع السوداني عرف حماية المستهلك في العقود الإلكترونية في العديد من القوانين منها قانونين بصورة مباشرة وهما قانون المعاملات الإلكترونية لسنة ٢٠٠٧م وقانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم لسنة

٢٠١٢م، ومنها بصورة غير مباشرة مثل قانون المعاملات المدنية لسنة ١٩٨٤م. أن عدم معرفة شخصية البائع من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية. أوصت الدراسة بضرورة سن تشريع قومي خاص بحماية المستهلك بدلا عن قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم. وأيضا حذف عبارة مشتري الواردة في المادة الثالثة من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك، واقترحت الدراسة ضرورة إجراء دراسات تطبيقية على قضايا منازعات عقود الاستهلاك الإلكترونية.

مقدمة

لاشك أن المستهلك في التعاقد الإلكتروني هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، والواقع أن التشريعات لم تحقق حماية مدنية كافية للمستهلك مما دفع الدول إلى وضع تشريعات خاصة كفيلة بحماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد أو في مرحلة تنفيذه.

وقد بدت الحاجة إلى توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني عند قصور النظرية التقليدية في الالتزام بتوفير هذه الحماية، وعند التطور التقني والتكنولوجي الحديث في مجالات الاتصالات والمعلومات، الاستعانة بالأجهزة الإلكترونية في حماية الأفراد والشركات والدول.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الآتي:

- ١- ظهور حاجة ملحة لدراسة هذا الموضوع، نظراً للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات، بحيث أصبح المستهلك رهينة للشروط عند تعاقدته إلكترونياً من أجل شراء سلعة أو خدمة هو بحاجة ماسة إليها.
- ٢- تأتي أهمية الدراسة أيضاً من أن حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تنبع من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة في المعاملات التجارية.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة الدراسة في بيان المشكلات التي تواجه المستهلك في التعاقد الإلكتروني، سواء في مرحلة إبرام العقد، أو في مرحلة تنفيذ العقد، بسبب أن المستهلك يمكن أن يكون طرفاً ضعيفاً في تلك الحالة قد يحتاج لسلعة معينة بصورة ضرورية، وبالتالي يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه. وأيضاً يحتاج المستهلك للحماية المدنية بسبب المخاطر، وقلة الأمان، وكثرة المنازعات عبر الشبكة الإلكترونية، فحماية المستهلك من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل، بسبب حداثة هذا الموضوع. وعدم تطرق الباحثين له بشكل واسع. وعليه لم تكن هنالك تشريعات واضحة لحماية المستهلك وأن المشرع السوداني لم ينص نصوص واضحة لحماية المستهلك وإنما ضمنه ضمن نصوص متناثرة ولم يكن هنالك قانون قومي خاص بحماية المستهلك وإنما يوجد قانون خاص

وفي الواقع فإن المستهلك باعتباره الطرف الضعيف يحتاج إلى الحماية القانونية بسبب قلة الأمان والمخاطر والمشكلات التي تواجه شبكة الإنترنت والتي من خلالها وعبر شاشة حاسوب صغير يمكن للشخص أن يتجول من موقع لآخر. لقد هدف هذا البحث لتبيان مفهوم الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني وبالتركيز على قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة ٢٠٠٧م وقانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم لسنة ٢٠١٢م وذلك لمحاولة الوصول إلى نتائج تشجع الجهات التشريعية والتنفيذية والقضائية لحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وذلك لتبيان ضرورة حماية هذا الطرف الضعيف ووضع بعض الملاحظات على القانونين أنف الذكر حتى تكون هذه الدراسة نبراساً يهتدي به في إضافة بعض المواد أو تعديل بعضها في القانونين أعلاه كمحاولة متواضعة منا لحماية هذا الطرف الضعيف.

أهداف البحث:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- ١- توضيح مفهوم المستهلك والحماية المدنية والمعاملات الإلكترونية.
 - ٢- إبراز إمكانية حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني في العقود المتعلقة بالاستهلاك.
 - ٣- تبيان مراحل الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني.
 - ٤- تحديد الوسائل القانونية المدنية لحماية المستهلك عند حدوث نزاع بشأن العقد الإلكتروني.

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد

المطلب الثالث: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد

المطلب الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

المبحث الرابع: طرق تسوية منازعات عقود الاستهلاك الإلكترونية.

المطلب الأول: ماهية تسوية منازعات الاستهلاك الإلكترونية

المطلب الثاني: التحكيم كوسيلة لفض منازعات عقود الاستهلاك الإلكترونية

المطلب الثالث: الوساطة الإلكترونية

الخاتمة

النتائج

التوصيات

المبحث الأول

مفاهيم ومصطلحات الحماية المدنية

للمستهلك الإلكتروني

لقد واجه المستهلك العديد من المخاطر في التعاقد الإلكتروني باعتباره الطرف الضعف في هذا التعاقد وذلك لأنه يسعى لتلبية احتياجاته الأساسية وأن الطرف الآخر يعتبر أقوى اقتصادياً مما يجعل المستهلك الإلكتروني يقع تحت سيطرة هذا الطرف ويعدم حرية الاختيار وتطبيق مبدأ (العقد شريعة المتعاقدين) لذلك كان لابد لنا من توضيح مفهوم الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني وفقاً للتفصيل الآتي:

بولاية الخرطوم فقط، وبالرغم من وجود نيابات لحماية المستهلك إلا أنها تعتمد على نصوص عامة. وعليه لوجود هذا النقص التشريعي سوف تتناول الدراسة حماية المستهلك.

منهج الدراسة:

إن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج التحليلي الوصفي حيث سأقوم بتحليل المشكلة ووصف أبعادها.

هيكل البحث:

تناولت في هذا البحث مفهوم الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني وحماية المستهلك في الشريعة الإسلامية ومراحلها وتسوية منازعاتها بشيء من التفصيل في أربعة مباحث ونتائج وتوصيات وفقاً للتفصيل الآتي:

المبحث الأول: مفاهيم ومصطلحات الحماية المدنية للمستهلك.

المطلب الأول: تعريف المستهلك.

المطلب الثاني: تعريف الحماية المدنية.

المطلب الثالث: تعريف المعاملات الإلكترونية.

المبحث الثاني: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية.

المطلب الأول: تمهيد

المطلب الثاني: الأساس العقائدي للشريعة الإسلامية في مجال حماية المستهلك

المطلب الثالث: الأدلة الشرعية التي تهدف إلى حماية المستهلك

المبحث الثالث: مراحل الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول

تعريف المستهلك

في هذا المطلب يجدر بنا أن نبين مفردات الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني في اللغة والاصطلاح حيث إننا نتناول كل مفردة على حدا للمستهلك وللحماية المدنية وللمعاملات الالكترونية وفقا للتفصيل الآتي:

١/ تعريف المستهلك في اللغة:

كلمة مستهلك في اللغة مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك، واستهلك المال "أنفقه وأنفذه"^(١):

٢/ تعريف المستهلك في الاصطلاح:

يعرف المستهلك اصطلاحاً بأنه: "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"^(٢).

٣/ تعريف المستهلك في الاصطلاح الشرعي:

يعرف المستهلك عند الشرعيين بأنه كل من يؤول إليه الشيء بطريق الشراء بقصد الاستهلاك أو الاستعمال^(٣).

٤/ تعريف المستهلك في الاقتصاد:

يعرفه البعض بأنه: "كل فرد يشتري سلعاً أو خدمات لاستعماله الشخصي أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة"^(٤).

٥/ تعريف المستهلك في الفقه:

تتجه الغالبية العظمى من الفقهاء إلى تبني التعريف الضيق للمستهلك، فنجدهم يعرفون المستهلك بأنه: "كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته

الاستهلاكية الشخصية أو العائلية"^(٥).

٦/ تعريف المستهلك في القانون السوداني:

عرف المشرع السوداني المستهلك في قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم لسنة ٢٠١٢م في المادة الثالثة منه بأنه: "يقصد به مشتري السلعة أو الخدمة بغرض الاستهلاك للاستفادة منها".

يلاحظ على هذا التعريف أنه تعريف ضيق حيث أن المشرع السوداني قصر حماية المستهلك في عقود الشراء فقط بينما يكون المستهلك في حاجة إلى الحماية في كافة تعاقداته مثل الإيجار والقرض. كما قصر الحماية في العقود التي يكون محلها شراء سلعة أو خدمة بقصد الاستهلاك ولكنه لم يذكر الاستهلاك الشخصي فكل شراء من أجل الاستهلاك يعد صاحبه مستهلكاً. أما إذا كان الشراء من أجل إعادة البيع أو الإدخال في صناعة أخرى لا يعد المشتري مستهلكاً.

نخلص من التعاريف السابقة إلى أن الشخص حتى يصبح مستهلكاً يجب أن يكون قد قام بشراء السلعة أو الخدمة بغرض استخدامها وليس للتجارة بها.

المطلب الثاني

تعريف الحماية المدنية

أولاً: تعريف الحماية في اللغة:

١/ حمى يحمى، احم، حمياً وحماية، فهو حام، والمفعول محمى^(٦).

٢/ الحمى: الموضع فيه كلاً يحمى من الناس أن يرعى. الشيء المحمي. وحمى الله محارمه^(٧).

نذكرها فيما يلي:

أولاً: تعريف العقد في اللغة:

١- (عقده): عقده. يقال عقد البيع وعقد اليمين^(١٠).

٢- (العقد): اتفاق بين طرفين يلتزم بمقتضاه كل منهما تنفيذ ما اتفق عليه، كعقد البيع^(١١).

ثانياً: في الاصطلاح:

١/ عرفت بأنها: "تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات هي تقديم خدمات الإنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، واستخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني"^(١٢).

لكن هذا التعريف كما رأى جانب من الفقه يمثل توسعاً في مفهوم المعاملات الإلكترونية لأننا لو طبقنا المعايير التي على أساسها يمكن تعريف العمل التجاري، نجد أنها لا تخرج عن معايير أربعة هي معيار المضاربة أو قصد الربح ومعيار التداول ومعيار المقابلة ثم الحرفة التجارية، وهذا التعريف يخرج في أجزاء منه عن هذه المعايير^(١٣).

٢/ وعرفها جانب آخر بأنها: "تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين "بائع ومشتري" وتتمثل في عقد المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، وذلك دون حاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما،

ثانياً: تعريف الحماية المدنية في الاصطلاح:

١. تعرف الحماية المدنية للمستهلك إلكترونياً بأنها: "المجهودات التي تبذل لوضع المشتري على قدم المساواة مع البائع"، وعرفت أيضاً بأنها: "المجهودات المنظمة والمستمرة لكل من المستهلكين والجهات الحكومية للدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم تجاه الشركات التي تقدم السلع والخدمات التي تشبع رغباتهم"، وتعرف أيضاً بأنها: "الأنشطة الموسعة للحكومة ومنشآت الأعمال والتنظيمات المستقلة التي تهدف إلى حماية الأفراد من التصرفات الضارة بحقوق المستهلكين"^(٨).

٢. كما عرفت أيضاً بأنها (الأنشطة الموسعة للحكومة ومنشآت الأعمال والتنظيمات المستقلة التي تهدف إلى حماية الأفراد من التصرفات الضارة بحقوق المستهلكين)^(٩).

من خلال التعريفات السابقة نستشف أن جوهر ولب الحماية المدنية للمستهلك هي المجهودات التي تبذل من أجل المستهلك، ولا شك أن التعريف الأول هو أفضل تعريف ويمكن أن نؤيده لأنه يشمل جميع المجهودات التي تبذل دون تحديد.

المطلب الثالث

تعريف التعاقد الإلكتروني

نتيجة للتطور التقني الذي تلاشت معه الحدود الجغرافية للدول أو كادت ونتاجت عنه أدوات التقانة الحديثة المتمثلة في الحاسوب وشبكة الإنترنت، لذلك من المهم معرفة ماهية التعاقد الإلكتروني وهناك العديد من التعريفات للتعاقد الإلكتروني

على هذه الأمور كان هنالك ثلاثة مقاصد للشريعة تسمى بالضروريات والحاجيات والتحسينات^(١٨). لكي نبين حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية يلزم التعرف على هذه المقاصد^(١٩):
أولاً: **الضروريات:**

هي التي لا بد منها لحياة الناس الدينية والديوية بحيث إذا فقدت ترتب عليها اختلال في حياة الناس الدنيوية وحل عليهم العقاب في الدنيا والآخرة^(٢٠).

فالمحافظة على الدين أساس العبادة لله سبحانه وتعالى في حياة الإنسان لقوله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ • مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُونَ • إِنَّ اللَّهَ هُوَ الرَّزَّاقُ ذُو الْقُوَّةِ الْمَتِينُ﴾^(٢١).

فيجب على الإنسان أن يقوي صلته بربه خالقه لأن في ذلك حفاظاً على المجتمع كله فالدين يقوي رقابة الضمير على كل التصرفات ليصل إلى درجة الإحسان بمعنى مراقبة الله في كل شئونه لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "الإحسان أن تعبد الله كأنك تراه فإن لم تكن تراه فإنه يراك". ومعنى ذلك أن الشريعة تعدد بالوازع الديني في توجيه كل نشاط وبخاصة الاقتصادي باستشعار المسلم رقابة الله تعالى في كل تصرف من تصرفاته ومسئوليته أمام الله^(٢٢).

فإذا راقب الإنسان ربه فإنه يخاف منه ويعمل على إرضائه بإتباع تعاليم دينه ومن تعاليم الدين الصدق في المعاملات وعدم الغش فيها ليصل إلى المحافظة على الحال باعتباره ضرورة من ضروريات الحياة الإنسانية^(٢٣).

بل يتم التوقيع إلكترونياً على العقد^(١٤).

٢/ وعرفها جانب آخر من الفقه كذلك بأنها: "عرض المشروع للسلع والخدمات على مواقع الإنترنت ليحصل على طلبات العملاء"^(١٥).
٤/ قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة ٢٠٠٧م:

لم يضع قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة ٢٠٠٧م تعريفاً للمعاملات الإلكترونية وهو نفس النهج الذي اتخذه قانون اليونسترال النموذجي، ويقترح الباحث تعريفها بأنها: "كل معاملة تجارية تتم عن بعد، وذلك باستخدام وسيلة إلكترونية منذ بداية العقد وحتى إتمامه".

المبحث الثاني

حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

المطلب الأول

تمهيد

يقر المنصفون بأن الشريعة الإسلامية تتميز عن القانون بثلاث ميزات جوهرية هي الكمال، السمو، الدوام، وهي تستمد هذه المميزات من الأصل الذي نشأت عنه، فهي من عند الله تعالى ومن صنعته^(١٦). الشريعة الإسلامية في حمايتها للمستهلك استهدفت الحياة الإنسانية كلها باعتبار المستهلك عضواً فيها^(١٧). فالشريعة الإسلامية تهدف إلى إصلاح الفرد أياً كان والمجتمع كله.

حماية الشريعة الإسلامية تقتضي المحافظة على الأمور التي يجب المحافظة عليها. وهذه الأمور تهدف بالكليات الخمس وهي: المحافظة على الدين والنفس والنسل والمال والعقل. وفي سبيل المحافظة

ثانياً: الحاجيات:

هي التي يحتاج إليها الناس لرفع الحرج ودفع الضرر والمشقة عنهم بحيث إذا فقدت ترتب عليهم ضيقه في حياتهم دون أن تختل هذه الحياة^(٢٤).

ثالثاً: التحسينات:

هي الأمور التي تقتضيها المروءة ومكارم الأخلاق والأخذ بمحاسن العبادات ففي المعاملات طلبت الشريعة الامتناع عن بيع المحظورات كالنجاسات والمستقذرات الضارة بالصحة العامة والخاصة ليعيش المجتمع في جو من الود والوئام والتعاون على البر والتقوى^(٢٥).

من خلال ذلك يتبين لنا أن الشريعة الإسلامية تهدف إلى حماية المجتمع " والمستهلك عضو فيه " كما تهدف إلى إحساس الإنسان بواجبه نحو نفسه ونحو إخوانه من الإنسانية ونحو الله تعالى بعبادته حق العبادة^(٢٦).

بتتبع أحكام الشريعة الإسلامية الخاصة بحماية المستهلك نجد أن بعضها ورد بنصوص صريحة في كتاب الله عز وجل والسنة النبوية الشريفة والبعض الآخر لم يرد بشأنه نص صريح ولذلك يكون الحكم فيه متروكاً للاجتهاد والمصادر الأخرى الشرعية.

الحماية في الشريعة الإسلامية تشمل الحماية المدنية والجنائية لكنها تبدأ بتقوية عقيدة الفرد، ثم تحدد طرق التعامل والتعاقد وكيفيته والأسس التي يقوم عليها بما يوافق الشرع " وهذه هي الحماية المدنية " فإذا ضعفت عقيدة الفرد وقل الوازع الديني تأتي الحماية الجنائية بتدخل ولي الأمر بفرض الجزاءات على المخالف بما يتناسب مع جسامة الجرم ونوع المخالفة^(٢٧).

المطب الثاني

الأساس العقائدي للشريعة الإسلامية في

مجال حماية المستهلك

مقتضى الأساس العقائدي أن يتأسس سلوك الفرد والجماعة على تقوى الله تعالى ومخافته وتعتمد الشريعة الإسلامية على الوازع الديني من الجانبين العقائدي والأخلاقي لدى الفرد وبخاصة " المنتج أو الموزع أو التاجر عموماً " حتى يعلم أسس التعامل الموافق لشرع الله فيما أمر وفيما نهى^(٢٨).

روي عن الإمام زيد بن علي عن أبيه عن جده رسول الله صلى الله عليه وسلم: " أن رجلاً أتاه فقال: يا رسول الله إنني أريد التجارة فادع الله لي. قال: فقال عليه السلام أو فقئت في دين الله؟ قال أو يكون بعض ذلك؟ قال ويحك الفقه ثم المتجر إن باع واشترى ولم يسأل في دين الله فقد ارتطم في الربا ثم ارتطم " ^(٢٩).

وقال سيدنا عمر بن الخطاب رضي الله عنه: " لا يتجر في سوقنا إلا من تفقه في دينه وإلا أكل الربا شاء أو أبي " ^(٣٠).

فإذا ما تفقه الفرد في دينه فهو ليس حراً في التعاقد يبرم ما شاء من عقود، فحرية التعامل في الإسلام مقيدة فالعقود في الفقه الإسلامي وسيلة لإدخال الفرد تحت مظلة احترام النظام العام الذي أساسه المحافظة على مقاصد الشريعة في الخلق يجلب المصالح لهم ودرء المفسد عنهم. فإذا كان للفرد حق التعامل فإن حقه مقيد في استعماله بمراعاة مصالح الآخرين وعدم الإضرار بالجماعة^(٣١).

المطلب الثالث

الأدلة الشرعية التي تهدف إلى

حماية المستهلك

حرصت الشريعة الإسلامية منذ أكثر من أربعة عشر قرناً على توفير حماية فعالة للمستهلك في موضوعات متنوعة ونشاطات عديدة ورد بعضها بنصوص صريحة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة فمن بعض الآيات القرآنية التي تدل على حماية المستهلك ما يلي:

١ / من الآيات القرآنية ما يدل على التزام جانب الصدق مع المستهلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا﴾ (٣٢).

٢ / ومنها ما يبحث على وفرة الإنتاج قوله تعالى: ﴿وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾ (٣٣).

٣ / ومن الآيات القرآنية ما تدل على حماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة وعدم الثناء على السلعة بما ليس فيها قوله تعالى: ﴿مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ (٣٤).

٤ / ومن الآيات ما يدل على وجوب الرضا في التعاقد وعدم أكل أموال الناس بالباطل "ومنهم المستهلكين" قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا • وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُضَلِّهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا﴾ (٣٥).

٥ / وأيضاً قوله تعالى: ﴿وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ • الَّذِينَ إِذَا أَكَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ • وَإِذَا

كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ • أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ • لِيَوْمٍ عَظِيمٍ﴾ (٣٦).

وغير ذلك من الآيات القرآنية التي تحت على حماية المستهلك بالترهيب من عذاب الله يوم القيامة إذا ما خولف أمر الله تعالى.

ثالثاً: الأحاديث النبوية الشريفة التي تدعو إلى حماية المستهلك:

الأحاديث الشريفة كثيرة متنوعة بتنوع الموضوعات التي تخص المستهلك ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر بعض هذه الأحاديث في بعض الموضوعات:

١ / من الأحاديث ما يدعو إلى التزام جانب الصدق مع المستهلك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "التاجر الصدوق يحشر يوم القيامة مع النبيين والصديقين والشهداء" (٣٧).

المبحث الثالث

مراحل الحماية المدنية للمستهلك

تهدف الحماية المدنية للمستهلك إلكترونياً الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت. وللمستهلك في التعاقد الإلكتروني عن بعد له نفس حقوق المستهلك العادي مع مراعاة القواعد التي تتعلق بذاتية العقد عبر الوسائل الإلكترونية (٣٨). وهو ما كان محل اعتبار للمشرع السوداني في قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم لسنة ٢٠١٢م، حيث نصت المادة (١٦) منه: "على

إعلان، ولكن ما يلفت الانتباه، أن الدعاية لا تترجم حقيقة إلى العملاء، وإن كان النشر والإعلام يقدم للمستهلكين المعرفة بالمنتجات والخدمات، ولكنه يصبح مكروهاً عندما يتصف بالكذب^(٤٠). ويعرف الإعلان التجاري الإلكتروني بأنه: "كل إخبار أو إعلام تجاري أو مهني القصد منه التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه الخدمة"^(٤١)، يلاحظ على هذا التعريف أنه بين الهدف من الإعلان وهو جذب المستهلكين على التعاقد وهو أمر حسن. ويعرف أيضاً بأنه هو الذي يتوجه إلى الوسطاء الذين يتعاملون في المنتجات، حيث يتولون شراءها من المنتج أو تاجر الجملة أو المستورد ليقوموا بتصريفها بعد ذلك إما إلى تاجر تجزئة (مفرق) وإما إلى المستهلكين مباشرة^(٤٢).

عليه نتناول في هذا المطلب الآتي:

١- شكل الإعلان التجارية الإلكترونية:

الإعلان التجاري التقليدي يتم من خلال الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية كما هو معروف. أما الإعلان الإلكتروني والذي يتم من خلال شبكة الإنترنت فله أشكال متعددة مثل المواقع الإلكترونية والشرائط الإعلانية والبريد الإلكتروني.

٢- الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الإلكتروني:

انقسم الفقه حول طبيعة الإعلان التجاري الإلكتروني إلى اتجاهين أحدهما يرى أنه إيجاب والآخر يرى أنه دعوة للتعاقد وفيما يلي نتناول كل منهما:

التاجر أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحركات والمستندات الإلكترونية البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت"^(٣٩).

ونتيجة لتعرض المستهلك في العقود الإلكترونية لمخاطر قد يكون مصدرها الطرف الآخر "التاجر" حيث يتسم سلوكه بالغش والتحايل قبل المستهلك، نتناول في هذا المبحث مراحل الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد من خلال إلزام مقدمي السلع والخدمات بتقديم إعلانات تجارية إلكترونية نزيهة والتزامهم بالتبصير وفي مرحلة إبرام التعاقد من خلال مدى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود اذعان بالنسبة للمستهلك وحمايته من الشروط التعسفية وايضا في مرحلة تنفيذ التعاقد من خلال حمايته ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني وحقه في الرجوع وفيما يلي نتناول هذه المراحل:

المطلب الأول

الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة

ما قبل إبرام التعاقد الإلكتروني

نتناول من خلال هذا المطلب حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد من خلال الآتي:

أولاً: التزام مقدمي السلع والخدمات بتقديم إعلانات تجارية نزيهة:

مجتمعنا اليوم مجتمع استهلاكي - إن جاز لنا هذا الوصف - وهو في نفس الوقت مجتمع دعاية، فلا يتصور عبور شارع، أو مشاهدة برامج التلفزيون، أو فتح راديو، دون أن نرى أو نسمع

يتمتدون إلى مستهلكين أكثر من دولة نظراً للطابع العالمي لشبكة الإنترنت، وكذلك أن الهدف من الإعلان هو جذب المستهلكين وإقبالهم على التعاقد، وعليه فإن رسالة الإعلان قد تحقق الهدف منه وقد لا تحققه.

ثانياً: حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية الكاذبة أو المضللة:

الكذب لغة هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع. فالكذب هو ادعاء أو زعم خالف للحقيقة الهدف منه تضليل المتلقي عن طريق تزييف الحقيقة أو إصدار تأكيدات غير صحيحة أو غير مطابقة للحقيقة أو ناقصة أو لا يمكن الوفاء بها عملياً. أما الإعلان المضلل هو الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، والإعلان المضلل لا يذكر بيانات كاذبة ولكنه يصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع الجمهور^(٤٥). وقد عرف المشرع السوداني الإعلان المضلل من خلال قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم حيث نص: "يقصد به الإعلان المخادع الذي يتضمن عرضاً أو بياناً كاذباً يؤدي لتضليل المستهلك"^(٤٦).

نظم المشرع السوداني الإعلانات وذلك من خلال نص المادة (١٨) من ذات القانون حيث نصت: "على كل تاجر ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في غلط أو خطأ"^(٤٧).

يلاحظ على هذا النص أنه عام تعرض للموضوع من بعد، فذكر: "وتجنب ما قد يؤدي إلى انطباع

الاتجاه الأول: الإعلان التجاري الإلكتروني يعتبر إيجاباً:

يذهب أصحاب هذا الاتجاه إلى اعتبار أن الإعلان على الإنترنت إيجاباً يفيد العميل "المستهلك"، ذلك لأن لحظة إبرام العقد ستكون هي اللحظة التي يستقبل فيها إفادة من المورد بتسلم القبول. ويرون أن في اعتبار الإعلان على الإنترنت دعوة للتعاقد يكون طلب المستهلك هو الإيجاب، ويقوم المورد بإرسال قبوله، ويعلم العميل بالقبول من خلال صندوق الخطابات الإلكتروني، ويقوم بإرسال إفادة القبول للمورد، ويبرم العقد في اللحظة التي يستقبل فيها إفادة بالتسليم ومن ثم يمتنع المورد بمميزات يحرم منها المستهلك^(٤٣).

الاتجاه الثاني: الإعلان التجاري الإلكتروني دعوة للتعاقد:

يتفق أصحاب هذا الاتجاه مع طبيعة عقود التجارة الإلكترونية ومستلزماتها، ويقولون أن المنتج أو التاجر قد تسلم آلاف الرسائل الإلكترونية بالموافقة على طلب الشراء دون أن يكون لديه الكمية المطلوبة أو تكون لديه أسعار أزيد مما كانت عليه وقت الإعلان ويرون اعتبار الإعلان الإلكتروني الموجه للعمامة عبر شبكة الإنترنت مجرد دعوة إلى التعاقد من شأن أن يمكن التاجر من رفض الطلبات الزائدة عن إمكانياته، لعدم توافر الكمية المطلوبة أو لتغير الأسعار^(٤٤).

يرى الباحث أن الرأي الثاني أولى بالاتباع من الرأي الأول وأن الإعلان التجاري عبر شبكة الإنترنت هو دعوة للتعاقد وليس إيجاباً وذلك لأن الإعلان الإلكتروني يوجه إلى الجمهور والذين قد

مما سبق نكاد لا نجد في نصوص القانون المدني السوداني أو اللبني أي حماية للطرف المزعن في المرحلة السابقة، على التعاقد بل إن حماية الطرف المزعن تقرر في القانون السوداني من خلال إعطاء القاضي سلطة تعديل الشروط التعسفية في العقد، وإعفاء الطرف المزعن منها (م ١١٨ من قانون المعاملات المدنية السوداني) (ومن خلال تفسير الغموض في العقد لمصلحة الطرف المزعن (م ١٠٢) من نفس القانون) لذلك فإن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو التزام مستقل وأصيل. وعليه فحماية المستهلك تقتضي تبصيره بالتاجر الإلكتروني..

نخلص مما تقدم أنه يلتزم مقدم السلعة أو الخدمة بتبصير المستهلك من أجل أن يكون المستهلك على بينة من أمره قبل الإقدام على التعاقد وحتى لا يفاجأ بشرط كان لا يبرم العقد لو عرفه مسبقاً، وحتى يأتي تعاقد واضحاً ومستتيراً.

المطلب الثاني

الحماية المدنية للمستهلك

في مرحلة إبرام العقد

إذا كانت القاعدة العامة تقضى بأن: "العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقرها القانون"^(٥٢)، بناءً على هذه القاعدة فإن العقد مصدر التزام إداري لا يستمد قوته من القانون ولكن من تراخي أطرافه عليه. ويقتصر دور القانون على ضمان تنفيذ العقد وترتيب الجزاء الملائم عند الإخلال به^(٥٣). إلا أن تطبيق هذه القاعدة يفترض أن يكون الطرفان المتعاقدان على قدم المساواة وقت التفاوض وإبرام العقد، وقد أثبت التطبيق العملي للعلاقات العقدية

غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في غلط أو خطأ" ولم يقدم لنا صوراً للكذب أو الخداع الذي يؤدي إلى التضليل.

هذا ويعد الإعلان الإلكتروني التجاري جريمة في حال توافر عنصرين أساسيين:

- العنصر الأول: وهو العنصر المادي والذي يتكون من وسيلة دعائية، وهي عبارة عن شبكة الإنترنت.

- العنصر الثاني: القصد الجرمي الذي هو أساس المسؤولية الجنائية^(٤٨).

ثالثاً: حق المستهلك في الإعلام والتبصير:

ليس كل المستهلكين مدركين لأدوات المعلوماتية مما يظهر عدم التوازن بين طرفي العقد في أوضح صورته^(٤٩). حيث يلعب الالتزام بإعلام المستهلك وإمداده بالبيانات والمعلومات دوراً هاماً في حماية رضاء هذا الأخير الذي لا يتمكن بسبب مركزه العقدي المتميز بالضعف من الوصول إليها، وينظر إلى هذه الحماية أحياناً على أنها تطبيق من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المزعن في عقود الإذعان، وبالتالي يتصور هذا الفقه الحماية التقليدية للطرف المزعن هي الأساس في تقدير هذا الالتزام وإن المعالجة التشريعية بقصد حماية الطرف المزعن تؤدي في ذات الوقت إلى حماية المستهلك^(٥٠).

على الرغم من وجهة هذا الرأي فإننا نعتقد بأن الأمر وإن تشابه إلا أن هناك اختلاف جوهري بين الحماية القانونية للطرف المزعن في عقد الإذعان وبين الحماية المقررة للمستهلك من خلال إلزام المتعاقد معه بالإعلام قبل التعاقد^(٥١).

فمنهم من يتبنى المفهوم التقليدي لعقد الإذعان. ومنهم من يتبنى المفهوم الحديث لعقد الإذعان^(٥٦). يعرف الفقه التقليدي عقد الإذعان بأنه: "العقد الذي يسلم فيه أحد الطرفين بشروط مقدرة يضعها الطرف الآخر ولا يسمح بمناقشتها، وذلك فيما يتعلق بسلع أو مرافق ضرورية تكون محل احتكار قانوني أو فعلي أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها". هذا هو تعريف عقد الإذعان في الفقه التقليدي، أما الفقه الحديث فيعرف عقد الإذعان بأنه: "العقد الذي يتحدد مضمونه كلياً أو جزئياً بصورة مجردة وعامة قبل الفترة التعاقدية"^(٥٧).

من خلال ما تقدم يتضح لنا الفرق بين المفهوم التقليدي والحديث فالمفهوم التقليدي يشترط الاحتكار وضرورة السلعة لاعتبار العقد إذعان، في حين لا يتطلب المفهوم الحديث الذي يشترط فقط انفراد أحد الطرفين بوضع شروط التعاقد وفرضها على المتعاقدين معه.

ثانياً: الآثار المترتبة على اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان:

١ / تفسير العقد الإلكتروني يكون لمصلحة

المستهلك الإلكتروني: نصت المادة (١٠٢) من قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م: "يفسر الشك في مصلحة الطرف الذي يضر من الشرط، ومع ذلك لا يجوز أن يكون تفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان.

٢ / جواز إبطال الشروط التعسفية في

العقود الإلكترونية اعتبارها عقود إذعان: نصت المادة (١١٨) من قانون

منذ أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، اختلال المساواة بين المتعاقدين في كثير من المجالات، حيث يلاحظ أن أحد الطرفين يتمتع بقوة لا يتمتع بها الطرف الآخر، مما ييسر على الأول أن يفرض على الثاني إرادته، وفي هذه الحالة لا يمكن أن يقال أن الطرف الضعيف قد أراد بحرية كاملة، بل كان عليه جيداً أن يقبل ما يفرضه الطرف القوي. فواقع العقود الدولية في الوقت الحالي يؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أن جوهر ومحتوى مبدأ سلطان الإرادة لا يعدو أن يكون سوى إرادة الطرف القوي. لذا فقدت فلسفة حرية العقد كثيراً من أهميتها الشكلية وخصائصها المطلقة^(٥٨).

من أجل ذلك ورغبة في إعادة التوازن العقدي بين حقوق والتزامات الطرفين، خرج المشرع على قاعدة العقد شريعة المتعاقدين وذلك بتنظيمه عقود الإذعان^(٥٩). هذا وتتسم شروط التعاقد الإلكتروني بالشروط التعسفية والتي تعمل على تحقيق مصالح واضعها على حساب الطرف الآخر. وعليه كان لابد من أجل تحقيق التوازن العقدي أن يتم إبطال هذه الشروط التعسفية.

أولاً: مدى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان بالنسبة للمستهلك:

انقسم الفقه لمعرفة مدى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان إلى قسمين، قسم يرى أن عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان بالنسبة للمستهلك، وقسم آخر يرى أنها ليست عقود إذعان وكل قسم له حججه ومبرراته، ويرجع الخلاف بينهم إلى الاختلاف حول مفهوم عقود الإذعان،

أ / التفسير: يأتي التفسير كأحد وسائل تأمين المعاملات المصرفية الإلكترونية وكأحد ضمانات حماية المستهلك في مجال الوفاء الإلكتروني.

عُرف التفسير وفقاً لقانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة ٢٠٠٧م في المادة (١) بأنه: "يقصد به استعمال رموز أو إشارات غير متداولة تصبح بمقتضاها المعلومات المرغوب تمريرها أو إرسالها غير قابلة للفهم من قبل الغير أو استعمال رموز أو إشارات لا يمكن الوصول إليها من قبل الغير أو استعمال رموز أو إشارات لا يمكن الوصول إليها من قبل الغير أو استعمال رموز أو إشارات لا يمكن الوصول إلى المعلومات بدونها.

ب / التوقيع الإلكتروني: عُرف وفقاً لقانون المعاملات الإلكترونية لسنة ٢٠٠٧م في المادة (١) بأنه: "يقصد به التوقيع الذي يتم إنشاؤه أو إرساله أو استقبله أو تخزينه بوسيلة إلكترونية ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات يكون لها طابع متفرد ويسمح بتحديد هوية وتمييز شخصية الموقع عن غيره".

٢/ حق الرجوع وحماية المستهلك:

نظراً لأن المستهلك ليس لديه الإمكانية الفعلية لمعاينة المنتج والعلم بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد فإنه يجب أن يتمتع بحق الرجوع^(٥٩).

وحق المستهلك في الرجوع والتروي يظهر في أن القانون السوداني اعتمد خيار الشرط وخيار الرؤية وخيار التعيين وخيار العيب، لكن القانون المقارن

المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م على أنه: "إذا تم العقد بطريق الإذعان، وتضمن شروطاً تعسفية جاز للمحكمة أن تعدل هذه الشروط أو تعفى الطرف المذعن منها وفقاً لما تقتضي به العدالة. ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك"^(٥٨).

يلاحظ من خلال هذا النص أن المشرع السوداني خرج من القواعد العامة التي تجعل العقد شريعة المتعاقدين، وذلك حماية للمذعن وإعادة التوازن بين طرفي العقد.

المطلب الثالث

حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

ينعقد العقد الإلكتروني بتلاقي الإيجاب مع القبول وتطابقهما، وبتمام الانعقاد تبدأ مرحلة تنفيذ العقد، والتي قد تتطلب وفاء المستهلك بالثمن، وأداء التاجر الخدمة المتعاقد عليه وعليه نتناول فيما يلي حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء وحقه في الرجوع:

١/ حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء:

تتعدد طرق الوفاء الإلكتروني، فهناك طرق للوفاء كانت معروفة من قبل تم تطويرها إلكترونياً مثل بطاقات الدفع، فظهرت لدينا بطاقات الدفع الإلكتروني، كما ظهرت طرق جديدة لم تكن معروفة من قبل مثل النقود الإلكترونية، ومحفظة النقود الإلكترونية والتحويل الإلكتروني تحف هذه سائل العديد من المخاطر والتي يرجع بعضها إلى سوء استخدام تلك الوسائل تتم مواجهة هذه المخاطر عن طريق وضع معالجة وحلول لهذه المخاطر، ومن ثم لابد من تأمين الوفاء الإلكتروني حتى يطمئن إليه المستهلك ومن هذه الحلول:

يعطي أمثلة واضحة عن طريق منح المستهلكين الحق في الرجوع عن العقود ونقضها، سواء قبل بدء التنفيذ أي تنفيذ العقد أو بعد البدء فيه^(٦٠).

المبحث الرابع

طرق تسوية منازعات عقود الاستهلاك

الإلكترونية

لا بد لأي منازعات تجارية أن يكون لها طرق لتسوية منازعاتها، ومناعات عقود الاستهلاك الإلكترونية كغيرها من المنازعات يجب أن تتوفر لها طرق لتسوية منازعاتها لهذا كان لا بد لنا من تناول طرق تسوية منازعات عقود الاستهلاك فيما يلي:

المطلب الأول

ماهية تسوية منازعات عقود الاستهلاك

الإلكترونية

تعرف بأنها: "هي إجراءات تسمح لأطراف النزاع بالالتقاء مع المحكم أو الوسيط من أجل الوصول إلى اتفاق مشترك أو إصدار حكم نهائي يحسم النزاع على شبكة الإنترنت"^(٦١).

عرفت أيضاً بأنها: "وسيلة لتسوية المنازعات تتضمن أو لا تتضمن قراراً ملزماً يصدره طرف ثالث، وتنطوي على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحاسوبي المباشر لتيسير تسوية المنازعات بين الأطراف"^(٦٢).

تسوية المنازعات الإلكترونية يتبين لنا من التعريف أعلاه بأنها طريقة تتضمن استخدام التكنولوجيا مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية وذلك لتيسير تسوية النزاع بين الأطراف، وتشبه في عدد من جوانبها التوفيق^(٦٣).

تسوية منازعات التجارة الإلكترونية يجب أن تتم بعيداً عن المحاكم الوطنية بواسطة قضاء متخصص، قضائه من رجال التجارة الإلكترونية ذوي الخبرة بفروعها المختلفة. وعليه فإن أفضل وسيلة لتسوية تلك المنازعات الإلكترونية هي التحكيم والوساطة الإلكترونية على أساس أن هذه الوسيلة متاحة بين مستخدمي الإنترنت من جانب، علاوة على سرعتها وملاءمتها للتطورات التي تواكب التجارة الإلكترونية من جانب آخر. بالإضافة إلى ذلك فإنها تتفادى المشاكل القانونية التي يطرحها تطبيق معايير تحديد المحكمة المختصة بنظر النزاع من بين محاكم الدول التي تتنازل الاختصاص عند محاولة أعمالها على العمليات الإلكترونية التي تتم عبر شاشات الحواسيب الآلية، من حيث كونها ضوابط مادية ترتكز على روابط مكانية أو جغرافية لا تستجيب لطبيعة المعاملات التي تجري من خلال الشبكات الإلكترونية التي تقدم على معطيات اقتراحية أو غير مادية^(٦٤).

تبرز أهمية مفهوم التسوية الإلكترونية عند معالجة منازعات ناشئة عن معاملات عقود التجارة الإلكترونية الكثيرة العدد والمنخفضة القيمة تتطلب إجراءات ناجعة وميسرة، ويوصى ذلك بالحاجة إلى معايير قانونية محددة^(٦٥).

نتيجة لهذه الأهمية اهتمت كثير من الدول والمنظمات المختلفة بإصدار قوانين تسمح للأطراف باللجوء إليها عبر شبكة الإنترنت، وعلى سبيل المثال ما نص عليه التوجيه الأوربي الخاص بالتجارة الإلكترونية رقم ٣١/٢٠٠٠م على أنه: "يجب أن تسمح الدول الأعضاء لموردي خدمات المعلومات

والمتعاملين معهم بتسوية منازعاتهم بعيداً عن أروقة المحاكم وباستخدام الوسائل التكنولوجية في العالم الإلكتروني^(٦٦).

المطلب الثاني

التحكيم كوسيلة لفض منازعات عقود

الاستهلاك الإلكتروني

يعتبر التحكيم الإلكتروني من أهم طرق تسوية منازعات عقود الاستهلاك الإلكتروني، حيث أنه نظام خاص للفصل في المنازعات، فهو يستمد قوته وتمييزه في الخروج على طرق التقاضي العادية، التي تتصف بالبطء في الإجراءات وطول أمد النزاع وكثرة الطعون في مراحل الأحكام، فيعتمد التحكيم على أن أطراف النزاع هم أنفسهم من يختارون المدة التي يصدر فيها الحكم وكذلك يختارون قضاتهم (محكميهم) وتسمى (هيئة التحكيم) وتتكون من محكم واحد أو أكثر حسبما يتفق الأطراف بشرط التحكيم أو بمشارطة التحكيم ولقد عرّف المشرع السوداني في قانون التحكيم لسنة ٢٠١٦م في المادة (٤) (التحكيم) بالآتي:

" يقصد به اتفاق طرفي النزاع في النزاعات ذات الطبيعة المدنية على إحالة ما ينشأ بينهما من نزاع بخصوص تنفيذ عقد معين أو على إحالة أي نزاع قائم بينهم، ليحل عن طريق هيئات أو أفراد يتم اختيارهم بإرادتهم واتفاقهم "

يختلف التحكيم الإلكتروني عن التحكيم التقليدي لذلك نتناول فيما يلي إجراءات التحكيم الإلكتروني:

١/ تقديم طلب التحكيم الإلكتروني:

هو الطلب الذي يقدمه أحد أطراف العقد أو كلاهما عند نشوب النزاع بينهما يظهر رغبته في حل

٢/ جلسات التحكيم الإلكتروني:

تتعدّد الجلسات إلكترونياً وذلك بالاستفادة من التقنية الإلكترونية في تبادل الأدلة والمستندات ما بين الأطراف والمداولة تتم باستخدام خدمة البريد الإلكتروني، وعرض الجلسات بصورة مرئية، بطريقة سمعية بصرية تسمح للخصم والشاهد والخبير حضور الجلسات دون عائق بما يضمن الحفاظ على السرية، ويمنح الأطراف الفرصة الكاملة في تقديم دفاعهم وطرح قضيتهم والاطلاع على ما يقدمه كل طرف^(٦٨).

٣/ اللغة التي يتم بها التحكيم الإلكتروني:

تعتبر عقود الاستهلاك الدولية من العقود التي تختلف فيها دول الأطراف غالباً ودولة هيئة التحكيم الإلكتروني أيضاً، ويؤدي ذلك لصعوبة المناقشة والحوار لتعدد اللغات أثناء انعقاد الجلسات وقراءة المستندات والوثائق المتبادلة بين الأطراف وهيئة التحكيم، وحتى تتم هذه إزالة هذه الصعوبة يجب تحديد لغة معينة لتعامل الأطراف وهيئة التحكيم والشهود والخبراء، وتحديد هذه اللغة في نظام التحكيم الإلكتروني وترجم إليها الوثائق الإلكترونية وترفق بها حال إرسالها لهيئة التحكيم^(٦٩).

٤/ الحكم:

هو قرارات المحكم التي تفصل بطريقة نهائية أو جزئية في مسألة متنازع عليها تتعلق بموضوع أو اختصاص أو إجراءات تؤدي إلى إنهاء الدعوى^(٧٠).

عبر الإنترنت، وهو مركز خاص بتسوية منازعات المستهلكين في دول الاتحاد الأوروبي^(٧٢). قامت هذه المراكز بوضع إجراءات رفع ونظر النزاع من خلال مواقعها الإلكترونية، بدءاً من ملء نموذج إلكتروني لطلب التسوية، حتى صدور الحكم ولدراسة ذلك يجب علينا أن نتناول كيفية تقديم طلب الوساطة للمركز، وكيفية بدء عملية الوساطة، والرسوم التي تقدمها الوساطة، ثم نتناول انتهاء عملية الوساطة وذلك من خلال الآتي:

(١) تقديم الطلب إلى مركز الوساطة:

يجب على كل طرف في النزاع يرغب في تسوية نزاعه عن طريق اللجوء للوساطة الإلكترونية، أن يقوم بتعبئة الطلب المخصص للوساطة.

عند استلام المركز للطلب يقوم بإرسال تأكيد إلى مقدم الطلب يبلغه فيه من خلاله أنه قد تم استلام طلب الوساطة كما يقوم المركز بالاتصال بالطرف الآخر ويبلغه، بذلك ويسأله فيما إذا كان يرغب بتسوية النزاع عن طريق الوساطة، فإذا أجاب بالرفض تنتهي عملية الوساطة ويتم إبلاغ طالبة الوساطة بأن عملية الوساطة غير ممكنة، أما إذا أفصح المجاوب عن رغبته بالمشاركة في عملية الوساطة عندئذ تبدأ عملية الوساطة ويتم تبليغ طالب الوساطة بذلك، أما فيما يتعلق بالمدة الممنوحة للمجاوب لكي يرسل جوابه حددها مركز الوساطة بـ (١٤) يوم^(٧٣).

(٢) بدء عملية الوساطة:

بعد تقديم الطلب يقوم المركز بتزويد طرفي النزاع بقائمة أسماء الوسطاء ومؤهلاتهم، وبمجرد موافقة طرفي النزاع على الوسيط والإجراءات،

من خلال ما تقدم يتبين لنا بأن التحكيم الإلكتروني اتفاق الأطراف على إخضاع منازعتهم الناشئة أو المحتمل نشوئها عن العقود المبرمة بينهم بوسائل إلكترونية إلى شخص آخر قد يكون خبيراً في المسائل الفنية يفصل فيها بموجب سلطة مستندة ومستمدة من اتفاق أطراف النزاع باستخدام وسائل اتصال حديثة تختلف عن الوسائل التقليدية التي تستخدم في التحكيم التقليدي، فلا يختلف التحكيم الإلكتروني عن التحكيم التقليدي إلا من خلال الوسيلة التي تتم بها إجراءات التحكيم في العالم الافتراضي.

المطلب الثالث

الوساطة الإلكترونية

تعرف بأنها عملية يوافق طرفا النزاع من خلالها على العمل مع شخص أو طرف ثالث محايد لحل النزاع القائم بينهما، مع منح كامل السلطة للمتنازعين في قبول الوساطة أو رفضها، مع انصراف عمل الوسيط وبذل جهوده صوب نقاط الخلاف واقتراح سبل الحل^(٧٤).

تختلف الوساطة الإلكترونية عن الوساطة التقليدية من حيث الإجراءات لذلك نتناول فيما يلي إجراءات الوساطة الإلكترونية:

هنالك العديد من المراكز التي تشجع على إحالة النزاع، ومن ضمن هذه المراكز، مركز الوساطة (مركز الويبو) للتحكيم والوساطة ومركز الوساطة (Square Trade) الذي يتيح للمتعاملين في ميدان التجارة الدولية خدمة أخرى غير خدمة الوساطة الإلكترونية ألا وهي خدمة المفاوضات المباشرة، من المراكز أيضاً مركز (WCODIR) للوساطة

يتم الانتقال إلى المرحلة الثانية من مراحل الوساطة، التي يتم من خلالها مناقشة الموضوع واستخراج نقاط الخلاف الجوهرية، وذلك بعد إرسال بريد إلكتروني متضمن اسم مرور من قبل الوسيط لكل من طرفي النزاع، يستطيع من خلاله طرفي النزاع الدخول إلى صفحة النزاع المعدة على موقع المركز ليتمكنوا من حضور جلسات الوساطة لمناقشة طلباتهم والتداول معهم حول موضوع النزاع بهدف التوصل إلى حل وسط يقبله الطرفين^(٧٤).

(٣) استيفاء الرسوم:

إن الوساطة كوسيلة من وسائل تسوية المنازعات ليست مجانية وإنما تكون مقابل دفع رسوم معينة يتحملها طرفي النزاع لقاء قبول المركز نظر النزاع وتسويته عن طريق الوساطة.

نخلص مما تقدم من خلال هذا البحث أن هنالك اختلاف بين الوساطة الإلكترونية والتحكيم الإلكتروني من عدة أوجه، أولها أن المحكم يتمتع بسلطة قضائية تمنحه القدرة على إصدار أحكام وقرارات ملزمة للطرفين على عكس الوسيط الذي لا يتمتع إلا سلطة التنظيم واقتراح الحلول على الطرفين. ويكمن الوجه الثاني للاختلاف في إمكانية الأطراف الانسحاب في أي مرحلة كانت عليها الوساطة، في حين لا يتمتعان بنفس إمكانية أمام التحكيم الإلكتروني.

الخاتمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلي الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه وسلم، الحمد لله الذي بنعمته

تتم الصالحات. لكل بداية نهاية ولقد بلغ بحثي هذا منتهاه وفي نهاية هذا البحث قد توصلت لعدة نتائج وتوصيات تتمثل في الآتي:
أولاً: النتائج:

١- تتجنب معظم القوانين بما فيها قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة ٢٠٠٧م وضع تعريف محدد للحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني.

٢- معاملات الاستهلاك الإلكترونية معاملات عالمية عابرة لحدود الدول وتطورت في الزمن الحاضر أكثر من ذي قبل وهي لا يمكن أن تتم لولا وجود شبكة الإنترنت

٣- عدم معرفة شخصية البائع من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية.

٤- عند نشوء نزاع بشأن عقود التجارة الإلكترونية فإن هذه المنازعات أمر ينظمه تنازع القوانين من خلال قواعد الإسناد، وذلك لاتصال عقود التجارة الإلكترونية بأكثر من دولة وتتضمن عنصر أ.

٥- تواجه تسوية منازعات عقود الاستهلاك الإلكترونية صعوبات عند عرضها على المحاكم لأنها لا تكفل السرية التامة للأطراف نظراً لتعرض وسائل الاتصال الحديثة لعمليات الاختراق والتعدي، لذا فمن الأفضل أن تتم بعيداً عن المحاكم الوطنية بواسطة قضاء متخصص، ومن أفضل وسائله التحكيم والوساطة الإلكترونية. جنبي أو أكثر.

ثانياً: التوصيات:

المصادر والمراجع

- ١- حذف عبارة (مشتري) الواردة في المادة الثالثة من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم لسنة ٢٠١٢م التي نصت على تعريف مصطلح المستهلك حيث أن هذه العبارة تعتبر تضيق من المشرع السوداني لمصطلح المستهلك لأنها تقصر حماية المستهلك في عقود الشراء فقط بينما يكون المستهلك في حاجة إلى الحماية في كافة تعاقداته مثل الإيجار والقرض.
- ٢- إضافة تفسير وتعريف للمادة الثانية من قانون المعاملات الإلكترونية لسنة ٢٠٠٧م، لمصطلح الحماية المدنية على أن يكون التعريف المفتوح للحماية المدنية هو: (عبارة عن مجموعة من الجهود التي تبذل لوضع المشتري على قدم المساواة مع البائع).
- ٣- إضافة عبارة (... ولا بمصلحة المستهلك في عقود الاستهلاك) لنص المادة (١٠٢) من قانون المعاملات المدنية، حتى يصبح النص كالاتي: (ومع ذلك لا يجوز أن يكون تفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المدعى ولا بمصلحة المستهلك في عقود الاستهلاك).
- ٤- سن تشريع قانون قومي يحمي المستهلك الإلكتروني بدلاً عن قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك الخاص بولاية الخرطوم ٢٠١٢م.
- ١- ابن منظور، لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت، مادة هلك، مجلد ٣.
- ٢- أبو ذر الغفاري بشير، العقد والإرادة المنفردة في القانون السوداني، ط٧، ٢٠٠٨م.
- ٣- أحمد جمال إبراهيم إبراهيم عمارة، الحماية المدنية للمستهلك إلكترونياً، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة، ٢٠١٥م - ١٤٣٦هـ.
- ٤- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م.
- ٥- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م.
- ٦- حسام أسامة محمد، الاختصاص الدولي للمحاكم وهيئات التحكيم في منازعات التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٩م.
- ٧- حسام الدين كامل الأهواني، النظرة العامة للالتزامات، ج١، مصادر الالتزام، (د. ن)، ط٢، ١٩٩٥م.
- ٨- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦م.
- ٩- رمضان الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط١، مطبعة الأمانة، ١٤٠٤هـ.

- ١٠- رمضان الشرنياصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط١، مطبعة الأمانة، ١٤٠٤هـ.
- ١١- سامح محمد عبد الحكم محمود، التحكيم الإلكتروني، الدليل الإلكتروني للعالم العربي، على الموقع: www.arabelwifo.com.
- ١٢- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦م.
- ١٣- الشاطبي، الموافقات في أصول الأحكام، دار إحياء الكتب العربية، ص: ٢٠، نقلاً عن؛ د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م.
- ١٤- صالح جاد المنزلاي، تسوية النزاعات التجارية عبر شبكات الاتصال الإلكترونية، مجلة المحامين العرب، العدد الثالث. www.Mohamoon.com.
- ١٥- عادل أبو هشيمة محمود حسن، عقود خدمات المعلومات في القانون الخاص، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق القاهرة، ٢٠٠٣م.
- ١٦- عادل أبو هشيمة محمود حوته، عقود خدمات المعلومات في القانون الخاص، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق القاهرة، ٢٠٠٣م.
- ١٧- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط١، ٢٠٠٢م.
- ١٨- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م.
- ١٩- عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الواجهة القانونية، المنصورة، مكتبة الجلاء الجديدة، (د.ت).
- ٢٠- عبد القادر عوده، التشريع الجنائي الإسلامي مقارناً بالقانون الوضعي، الجزء الأول، مؤسسة الرسالة، ١٩٨٦م.
- ٢١- فراس كريم شعبان وهند فائز أحمد، الوساطة في المنازعات الإلكترونية، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثالث، السنة السادسة.
- ٢٢- القاضي انطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية شاملة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٩م.
- ٢٣- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٢م.
- ٢٤- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، التحكيم الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، ٢٠١٠م.
- ٢٥- محمد حسن قاسم، التعاقد عن بُعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأردني، دار الجامعة الجديدة، (د.ت).
- ٢٦- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣م.
- ٢٧- محمد شوقي الفنجري، ذاتية السياسة الاقتصادية الإسلامية، مطابع الأهرام، ١٩٩٣م.

المستهلك، التقرير الثاني، برنامج الحماية القانونية للنشاط الاقتصادي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائي، القاهرة، ٢٠٠٨.

٣١- معجم المعاني، www.com.almaany.com.

٣٢- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٤م.

٣٣- <https://no.facebook.com/vpemalink>.

٢٨- محمد مأمون سليمان، التحكيم الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١١م.

٢٩- محمد يوسف موسى، المدخل لدراسة الفقه الإسلامي، دار الفكر العربي، ١٩٦١م.

٣٠- محمود بسطامي، الأطر القانونية لحماية المستهلك والجمعيات العاملة في هذا المجال، بحث منشور في تقييم فاعليات الجمعيات الأهلية العاملة في مجال حماية

الهوامش:

١١- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، المرجع سابق، ص: ٦١٤.

١٢- د. إبراهيم أحمد، تقرير عن الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية في مصر، تقرير مقدم لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة، ٢٠٠٠م، مشار إليه في مؤلف؛ د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص: ٤٤ - ٤٥.

١٣- هدي حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، ص: ٧، مشار إليه في المؤلف السابق، ص: ٤٥.

١٤- د. فاروق حسين، البريد الإلكتروني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٩م، ص: ٩، مشار إليه في المؤلف السابق نفس الموضوع.

١٥- المرجع السابق نفسه، ص: ٤٥.

١٦- د. عبد القادر عوده، التشريع الجنائي الإسلامي مقارنا بالقانون الوضعي، الجزء الأول، مؤسسة الرسالة، ١٩٨٦م، ص: ٢٤.

١٧- أ. د. رمضان الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط ١، مطبعة الأمانة، ١٤٠٤هـ، ص: ٢٠.

١٨- د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م، ص: ٢٨.

١٩- الشاطبي، الموافقات في أصول الأحكام، دار إحياء الكتب العربية، ص: ٢٠، نقلا عن؛ د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م، ص: ٢٨.

٢٠- د. أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص: ٢٨.

٢١- سورة الذاريات، الآيات: ٥٦ - ٥٨.

١- ابن منظور، لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت، مادة هلك، مجلد ٣، ص: ٨٢٠.

٢- د. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط ١، ٢٠٠٢م، ص: ١٣٨.

٣- أ. د. رمضان الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ط ١، مطبعة الأمانة، ١٤٠٤هـ، ص: ٢٥.

٤- د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م، ص: ٥٥.

٥- د. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦م، ص: ١١.

٦- معجم المعاني، www.com.almaany.com.

٧- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، الطبعة الرابعة، ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٤م، ص: ٢٠١.

٨- أحمد جمال إبراهيم إبراهيم عمارة، الحماية المدنية للمستهلك إلكترونياً، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة، ٢٠١٥م - ١٤٣٦هـ، ص: ١٩.

٩- أ. د. محمود بسطامي، الأطر القانونية لحماية المستهلك والجمعيات العاملة في هذا المجال، بحث منشور في تقييم فاعليات الجمعيات الأهلية العاملة في مجال حماية المستهلك، التقرير الثاني، برنامج الحماية القانونية للنشاط الاقتصادي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائي، القاهرة، ٢٠٠٨، ص: ١٧.

١٠- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مرجع سابق، ص: ٦١٤.

- ٢٢- أ. د. محمد شوقي الفنجري، ذاتية السياسة الاقتصادية الإسلامية، مطابع الأهرام، ١٩٩٣م، ص: ٥٢.
- ٢٣- د. أحمد محمد محمود، مرجع سابق، ص: ٢٩.
- ٢٤- فقيما يتعلق بالمال عملت الشريعة على تنميته وحفظه من الضياع فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "اتجروا في مال اليتيم حتى لا تأكله الصدقة" ليصل الأمر إلى نماء في المعاملات و ثراء ليزيد الأمة كلها قوة لأن المال عماد الحياة. مشار إليه في مؤلف؛ د. أحمد محمد محمود، المرجع السابق، نفسه.
- ٢٥- د. أحمد محمد محمود، مرجع سابق، ص: ٢٩.
- ٢٦- أ. د. محمد يوسف موسى، المدخل لدراسة الفقه الإسلامي، دار الفكر العربي، ١٩٦١م، ص: ٧٦.
- ٢٧- د. أحمد محمد محمود، مرجع سابق، ص: ٣١.
- ٢٨- المرجع السابق، ص: ٣١.
- ٢٩- أ. د. رمضان الشرنباصي، مرجع سابق، ص: ١٧٣.
- ٣٠- المرجع السابق، نفس الصفحة.
- ٣١- د. أحمد محمد محمود، مرجع سابق، ص: ٣٢.
- ٣٢- سورة الأحزاب، الآية: ٧٠.
- ٣٣- سورة التوبة، الآية: ١٠٥.
- ٣٤- سورة ق، الآية: ١٨.
- ٣٥- سورة النساء، الآيات: ٢٩ - ٣٠. فقد نهى الله سبحانه وتعالى عن الحصول على أموال وحقوق الناس بطريق غير مشروع إلا أن يكون ذلك بتراضي الطرفين، وفي ذلك صيانة لحقوق الأفراد جميعاً، ومن لم يمتثل لأمر الله ونهيه فسوف يدخل ناراً يوم القيامة علامة على محق البركة في رزقه في الدنيا. مشار إليه في؛ ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، مكتبة القيمة، ج ١، ص: ٤٥٤.
- ٣٦- سورة المطففين، الآيات: ١ - ٥. فالله تعالى يبدأ الآية بالتنوع بالعذاب والهلاك، وذلك لمن يتلاعب بالمكاييل والموازن ويخاصة الذين إذا اکتالوا حقهم من الناس أخذوه وأفيا موفورا زاندا عن حقوقهم، وإذا كالوهم أو وزنوا لهم يخسونهم حقهم. مشار إليه في مؤلف؛ ابن كثير المرجع السابق، ج ٤، ص: ٤٦٨.
- ٣٧- رواه الترمذي وقال حديث حسن.
- ٣٨- أحمد جمال إبراهيم إبراهيم عمارة، الحماية المدنية للمستهلك إلكترونياً، - مرجع سابق، ص: ١٩.
- ٣٩- المادة (١٦) ن قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم السوداني لسنة ٢٠١٢م.
- ٤٠- د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦م، ص: ٧٧.
- ٤١- د. عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، المنصورة، مكتبة الجلاء الجديدة، (د. ت)، ص: ١٩.
- ٤٢- القاضي انطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية شاملة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٩م، ص: ٣٠.
- ٤٣- د. عادل أبو هشيمة محمود حسن، عقود خدمات المعلومات في القانون الخاص، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق القاهرة، ٢٠٠٣م، ص: ١٦٩.
- ٤٤- د. خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص: ٨٧ - ٨٨.
- ٤٥- القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية شاملة)، مرجع سابق، ص: ٩٣ - ٩٤.
- ٤٦- المادة (٣) من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم لسنة ٢٠١٢م.
- ٤٧- المادة (١٨) من ذات القانون.
- ٤٨- د. عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م، ص: ٥٤.
- ٤٩- د. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص: ١٠٩.
- ٥٠- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) مرجع سابق، ص: ٣٧٣ - ٣٧٤.
- ٥١- د. حسن عبد الباسط الجميعي، مرجع سابق، ص: ٤٥.
- ٥٢- المادة (١١٣) من قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م.
- ٥٣- د. أبو ذر الغفاري بشير، العقد والإرادة المنفردة في القانون السوداني، ط ٧، ٢٠٠٨م، ص: ٨.
- ٥٤- د. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٢م، ص: ٤٩٣.
- ٥٥- نظمه قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م من خلال المواد (١٠٢، ١١٨).
- ٥٦- د. كوثر سعيد عدنان، مرجع سابق نفسه، ص: ٤٩٣.
- ٥٧- د. حسام الدين كامل الأهواني، النظرة العامة للالتزامات، ج ١، مصادر الالتزام، (د. ن)، ط ٢، ١٩٩٥م، ص: ١٢٤.
- ٥٨- المادة (١١٨) من قانون المعاملات المدنية لسنة ١٩٨٤م. هذا النص جوازي للقاضي حيث نص: "جاز للمحكمة"، إلا أن عبارته الأخيرة "ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك" أي أن هذه القاعدة أمره لا يجوز للأطراف الاتفاق على مخالفتها.

- ٥٩- د. محمد حسین منصور، المسئولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣م، ص: ١٢٥.
- ٦٠- د. محمد حسن قاسم، التعاقد عن بُعد، قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأردني، دار الجامعة الجديدة، (د. ت)، ص: ٥٥.
- ٦١- د. حسام أسامة محمد، الاختصاص الدولي للمحاكم وهيئات التحكيم في منازعات التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٩م، ص: ١٥٠ - ١٥٦.
- ٦٢- لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، الفريق العامل الثالث، الدورة (٣٢)، تسوية المنازعات بالاتصال الحاسوبي المباشر في إطار معاملات التجارة الإلكترونية عبر الحدود، فيينا، في الفترة ما بين ١٣-١٧ كانون الأول/ ديسمبر ٢٠١٠م، مذكرة الأمانة العامة للأمم المتحدة، ص: ٣ - ٤.
- ٦٣- نصت المادة (٣) من قانون اليونسترال النموذجي للتوفيق التجاري الدولي لسنة (٢٠٠٢م) لأغراض هذا القانون يقصد بمصطلح التوفيق أي عملية سواء أشير إليها بتعبير التوفيق أو الوساطة أو بتعبير آخر ذلك مدلول مماثل، يطلب فيه الطرفان إلى شخص آخر أو أشخاص آخرين (الموفق)، مساعدتهما في سعيهما إلى التوصل إلى تسوية ودية لنزاعهما الناشئ عن علاقة تعاقدية أو علاقة قانونية أخرى أو ما يتصل بتلك العلاقة.
- سوف نقوم بتناول الوساطة الإلكترونية من خلال المطلب الثالث في هذا المبحث.
- ٦٤- د. صالح جاد المنزلاي، تسوية النزاعات التجارية عبر شبكات الاتصال الإلكترونية، مجلة المحامين العرب، العدد الثالث، www.Mohamoon.com.
- ٦٥- لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الفريق العامل الثالث، الدورة (٣٢)، مرجع سابق، ص: ٣-٤.
- ٦٦- المادة الأولى من التوجيه الأوربي للتجارة الإلكترونية رقم ٣١/٢٠٠٠م.
- ٦٧- سامح محمد عبد الحكم محمود، التحكيم الإلكتروني، الدليل الإلكتروني للعالم العربي، على الموقع: www.arabelwifo.com، ص: ١١.
- ٦٨- د. محمد مأمون سليمان، التحكيم الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١١م، ص: ٣٤٠ - ٣٥٩.
- ٦٩- د. محمد مأمون سليمان، مرجع سابق، ص: ٣٧٣ - ٣٧٤.
- ٧٠- د. عادل أبو هشيمة محمود حوته، عقود خدمات المعلومات في القانون الخاص، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق القاهرة، ٢٠٠٣م، ص: ٣٢٢.
- ٧١- د. محمد إبراهيم أبو الهيجاء، التحكيم الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، ٢٠١٠م، ص: ٢٦.
- ٧٢- <https://no.facebook.com/vpemalink>.
- ٧٣- أ. م. د. فراس كريم شعبان وهند فائز أحمد، الوساطة في المنازعات الإلكترونية، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثالث، السنة السادسة، ص: ٢٦١.
- ٧٤- د. محمد إبراهيم أبو الهيجاء، مرجع سابق، ص: ٣٥ - ٣٧.