نطاق الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره

The scope of the obligation to inform and educate the consumer

الاء احمد جواد امين ربعي*

الجامعة العربية الأمريكية – فلسطين

alaa@edrak.ps

تاريخ الارسال:2026/04/29 تاريخ القبول:2026/05/28 تاريخ النشر:2026/06/11

ملخص:

تناولت الدراسة موضوع الالتزام بالاعلام والتبصير بالنسبة الى الإطار القانوني لواجب من حيث تعريفه، وطبيعته القانونية، وحدود الالتزام به، والجهات المخاطبة به، كما يستعرض البحث مدى كفاية النصوص القانونية الفلسطينية في تنظيم هذا الواجب، ومدى فعاليتها في حماية المستهلك الفلسطيني من الغش، وذلل من خلال استخدام المنهج التحليلي المقارن من خلال تحليل نصوص قانون حماية المستهلك الفلسطيني ومقارنتها ببعض التشريعات. ويركز البحث على أبرز مظاهر هذا الالتزام، كتوضيح مواصفات السلع، وسعرها، وطريقة الاستعمال، والتحذيرات إن وجدت، بلغة مفهومة وواضحة كما يناقش دور الجهات الرقابية في متابعة تطبيق هذه الالتزامات، والعقوبات المقررة عند مخالفتها. ويخلص البحث أن الالتزام بالإعلام والتبصير رغم أهميته، لا يزال يواجه تحديات في التطبيق الفعلي داخل السوق الفلسطيني، ويوصي البحث تعديل القانون أو إصدار لائحة تنفيذية تُفصّل مفهوم الإعلام، نطاقه، وشروطه، بما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في حماية المستهلك.

كلمات مفتاحية: إعلام المستهلك. تبصير المستهلك. حقوق المستهلك. شفافية المعاملات. الالتزام بالإعلام.

Abstract:

This study examines the obligation to inform and provide information within the legal framework of this duty, defining it, exploring its legal nature and scope, and identifying the entities responsible for fulfilling it. The research also assesses the adequacy of Palestinian legal texts in regulating this obligation and their effectiveness in protecting Palestinian consumers from fraud. This is achieved through a comparative analytical approach, analyzing the provisions of the Palestinian Consumer Protection Law and comparing them with other relevant legislation. The study focuses on the most prominent aspects of this obligation, such as clearly and concisely explaining product specifications, prices, usage instructions, and any warnings. It also discusses the role of regulatory bodies in monitoring compliance with these obligations and the penalties for violations. The study concludes that, despite its importance, the obligation to inform and provide information still faces challenges in its practical implementation within the Palestinian market. It recommends amending the law or issuing an executive regulation that details the concept of information, its scope, and its conditions, in line with modern trends in consumer protection.

Keywords: Consumer information, Consumer awareness, Consumer rights, Transparency in transactions, Duty to inform.

*المؤلف المرسل

مقدمة

يتعرض المستهلك الفلسطيني بشكل خاص في ظل التطور السريع للأسواق لعدد من الممارسات التي تؤثر على وعيه في إتخاذ قرارات واعية ومدروسة، لذلك حماية المستهلك من خلال توفير المعلومات الواضحة والدقيقة قبل اتخاذ أي قرار لحماية حقوقه كمستهلك، حيث يعد التزام المورد بإعلام المستهلك وتبصيره بحقوقه وشروط التعاقد ومواصفات المنتجات لتحقيق التوزان في العلاقة بين الطرفين.

يتناول البحث موضوع الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره من خلال دراسة الإطار القانوني للإلتزام مع استعراض اهم التحديات التي تواجه تطبيق الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك وتسليط الضوء على اهم النماذج التشريعية المقارنة من خلال عرض إشكالية مدى اسهام الالتزام بضمان حقوق المستهلك وتحقيق الرضا لديه دون تقيد حريته التعاقدية والتجارية، وتمكينه من اتخاذ قرار واعي ومدروس بإرادة حرة وواعية.

ومن هنا، برز مبدأ الالتزام بالإعلام والتبصير كركيزة أساسية في التشريعات الحديثة لحماية المستهلك، حيث يُلزم المورد أو مقدم الخدمة بتزويد المستهلك بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل التعاقد، قبل وأثناء إبرام العقد. وقد أولى قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005 هذا الالتزام أهمية خاصة، إدراكًا منه لضرورة تحقيق توازن تعاقدي حقيقي وحماية الثقة المشروعة للمستهلك الفلسطيني

انطلاقاً من الإشكاليات التي تم طرحها تبرز أهمية البحث في موضوع الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره لتسليط الضوء على اهم الاقتراحات لتحسين الإطار القانوني الناظم له.

إشكالية البحث

يواجه البحث إشكالية في معرفة مدى اسهام الإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره في ضمان حماية المستهلك لحقوقه وواجباته لضمان تحقيق الرضا وتمكينه من اتخاذ قرار واع في ظل تطور أساليب الاشهار والاغراء، ودون ان يشكل عبئاً مفرطاً على المهني، ودون أن يقيد حريته التعاقدية والتجارية.

أسئلة البحث

1- ما هو مفهوم الالتزام بالإعلام؟ وما هو مفهوم التبصير؟ وهل بينهما فرق؟

2- ما هي خصائص الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره؟

3- ما هي شروط الالتزام بإعلام المستهلك وتبصيره؟

4- هل يعتبر الإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره كافياً لحمايته من الغش او التضليل؟

5- هل يتم تقديم المعلومات بوضوح وبشكل دقيق للمستهلك؟

6- هل يتم إعلام المستهلك بحقوقه وواجباته قبل عملية الشراء؟

7- ما هي المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالتزام إعلام المستهلك وتبصيره؟

8- معرفة الإطار القانوني للإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره في التشريعات الوطنية؟

الدراسات سابقة

- دراسة حمزة علبي بعنوان " الالتزام بالتبصير والاعلام في العقود عقد العلاج الطبي والتعاقد الالكتروني نموذجاً" تناولت الدراسة المبادئ العامة للالتزام بالاعلام مع عرض تصنيفات الالتزام بالتبصير في عقد العلاج الطبي في التشريع الفلسطيني والمصري والأردني.
- دراسة سيف غنيم بعنوان "إعادة التوازن الى عقد الاستهلاك من خلال الالتزام بالاعلام" تناولت الدراسة الأساس القانوني للالتزام بالاعلام وركزت هذه الدراسة على الشق المدني والقانون الفرنسي من شروط وخصائص وطبيعة قانونية.
- دراسة عمر طهبوب بعنوان " الالتزام بالاعلام كمظهر ممن مظاهر حماية المستهلك" تناولت كمظهر من مظاهر حماية المستهلك وعرضت العناصر والاركان والخصائص وتوصلت الى انه نتيجة الاخلال بالاعلام يفسخ العقد او يمكن العدول عنه.

أهداف البحث

وللمساعدة في تحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة لتحقيق أهداف وهي:

1- تميز الإعلام عن التبصير لحماية المستهلك.

2- معرفة خصائص الإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره.

3- معرفة شروط الالتزام باعلام المستهلك وتبصيره

4- معرفة المسؤولية المترتبة عن الاخلال بالتزام المستهلك بالإعلام والتبصير.

5- معرفة الإطار القانوني للإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره.

منهجية البحث

سيتم اتباع المنهج التحليلي المقارن من خلال تحليل النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك بفلسطين ومقارنتها ببعض التجارب الدولية لتوضيح الحماية المستهلك من خلال الإلتزام بإعلام المستهلك وتبصيره.

حدود الدراسة

ستكون حدود الدراسة في ظل التشريعات الفلسطينية وخاصة مشروع قانون حماية المستهلك الفلسطيني والتشريعات الأردنية والمصرية المتعلقة بحماية المستهلك.

أولا: ماهية الالتزام بالإعلام والتبصير

يعد الالتزام بالإعلام والتبصير من أبرز الالتزامات التي أقرها الفقه والقضاء في إطار العلاقات التعاقدية الحديثة، خاصة في العقود التي تتسم بعدم التوازن في المعرفة أو الخبرة بين الأطراف، يهدف هذا الالتزام إلى حماية الطرف الضعيف، من خلال تمكينه من إدراك طبيعة العقد ومخاطره ومنافعه، بما يعزز مبدأ حسن النية في التعامل، حيث اكتسب هذا الالتزام مكانة متقدمة في القانون المدني المعاصر، باعتباره وسيلة لضمان الشفافية وتحقيق التوازن العقدي، وذلك بتحميل الطرف الأكثر دراية ويكون غالباً المُحترف واجب تمكين الطرف الآخر من اتخاذ قرار تعاقدي وانطلاقاً من أهمية هذا الالتزام.

1. مفهوم وخصائص الالتزام بالإعلام والتبصير

بات من غير الكافي الاكتفاء بموافقة الأطراف على التعاقد، بل أصبح من الضروري أن تسبق هذه الموافقة مرحلة تمهيدية يزود فيها الطرف الأقل خبرة بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بموضوع العقد، ويقصد بالالتزام بالإعلام والتبصير التزام أحد الأطراف، عادة الطرف المحترف أو المهيمن اقتصاديًا، بإمداد الطرف الآخر بجميع البيانات الضرورية التي تمكّنه من التعاقد عن دراية وإدراك، وتفادي المفاجأت أو المخاطر غير المتوقعة، وللوقوف على هذا الالتزام بشكل دقيق.

1.1. التعريف بالالتزام بالإعلام وتبصيره

يقصد بالالتزام بالإعلام والتبصير التزام الطرف الذي يتمتع بمعرفة أو مركز أقوى في العلاقة التعاقدية وغالبًا ما يكون محترفًا أو ذا خبرة بأن يزود الطرف الآخر بجميع المعلومات والبيانات الجوهرية المرتبطة بموضوع العقد، وذلك قبل إبرامه، ويهدف هذا الإخطار إلى تمكين الطرف الأضعف أو الأقل خبرة من تكوين إرادة حرة واعية، تتيح له اتخاذ قرار مستنير سواء بالإقدام على التعاقد أو العدول عنه، يعد هذا الالتزام تجسيدًا لمبدأ حسن النية في التفاوض وتنفيذ العقود، كما يعكس ضرورة تعزيز التعاون والثقة بين الطرفين بما يضمن تحقيق التوازن وحماية مصالح الطرف الأقل دراية.[1]

فقهياً اختلف الفقهاء بتعريف الالتزام بالإعلام فعرفه البعض بأنه" التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضاء حر وسليم لدى المستهلك"،[2] كما عرف الالتزام بالتبصير أيضاً بأنه: التزام المنتج أو المهني بوضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج المسلم له سواء اكانت سلعة أم خدمة وهو ما يتطلب أن يبين المنتج أو المهني للمستهلك كل المخاطر التي تكون مرتبطة بالملكية العادية للشيء المسلم له.[3]

يرى البعض أن التبصير التزام شامل ومتكامل، يتعدى مجرد الإعلام إلى مسؤوليات أوسع يلتزم بها المهني تجاه المتعاقد يبدأ خلال مرحلة التفاوض، يستمر عند إبرام العقد، ويظل قائمًا طوال فترة تنفيذه، يندرج تحت هذا الالتزام عدة واجبات، أبرزها الإعلام تزويد الطرف الآخر بالمعلومات الجوهرية والضرورية، الاستعلام طرح الأسئلة الضرورية لفهم احتياجات البديل، الاستقامة: تقديم المعلومات بشكل صادق ودقيق، التعاون والجدية العمل بتناغم ومهنية لتحقيق مصالح الطرفين، حماية السرية عدم الإفشاء بالمعلومات الخاصة، الاحترام للأعراف والعادات: مراعاة السياق الاجتماعي والثقافي للعلاقة.[4]

تشريعياً لم يفرد قانون حماية المستهلك الفلسطيني تعريفاً قانونياً محدداً او مفصلاً لمفهوم الاعلام او الالتزام بالإعلام والتبصير لكنه أشار اليه من ضمن حقوق المستهلك حيث نصت المادة (6/3) من قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة2005 "الحصول على المعلومات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها ليتسنى له ممارسة حقه بالإختيار الحر والواعي بين كافة السلع والخدمات المعروضة في السوق"،

وهو ما نهجه المشرع المصري في المادة (4) من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018 على أنه " يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الأخص مصدر المنتج، وثمنه، وصفاته، وخصائصه الأساسية"، اما محكمة التمييز الأردنية عرفت واجب الاعلام بأنه ارتباط الايجاب بالقبول وتنفيذه وفقاً لشروط العقد.[5]

وبرأي الكاتبة افتقار القانون الفلسطيني لتعريف الاعلام وخاصة واجب التبصير يعد نقصاً تشريعياً يضعف فعالية الحماية القانونية للمستهلك، مما يؤدي الى صعوبة التحديد والوضوح لمسألة الموردين بدقة ولا ترقى الى القوانين في دول متقدمة حيث يعد مفهوم الالتزام بالإعلام والتبصير قانوناً مستقلاً ومفصلاً لأهميته في تحديد مضمون الالتزام، ويضعف قدرة القضاء على فرض رقابة حقيقية على سلوك الموردين.

2.1. خصائص الالتزام بالإعلام وتبصيره

الإعلام من الوسائل الأساسية في تنظيم العلاقات القانونية، خصوصا في مجالات السلامة العامة وحماية المستهلك والبيئة كما يعد تبصير الإعلام من الآليات الحديثة التي تستهدف تنبيه الأفراد إلى وجود مخاطر محتملة أو التزامات قانونية بشكل يحقق الوقاية قبل وقوع الضرر، ويتميز هذا النوع من الإعلام بعدة خصائص قانونية تميزه عن غيره، أهمها أن الالتزام بالإعلام يعتبر التزاماً عاماً يقع على عاتق كل من تكون لديه المعلومة، وينتظر منه أن يفصح عنها لصالح الغير عند تحقق الشروط القانوني، كما أن هذا الالتزام يتخذ طبيعة الرابطة القانونية، أي أنه ليس مجرد واجب أخلاقي أو اجتماعي بل يترتب على الإخلال به نتائج قانونية قد تصل إلى المسؤولية المدنية أو حتى الجنائية في بعض الحالات كذلك فإن الالتزام بالإعلام هو في جوهره التزام وقائي، لا يرمي إلى معالجة الأضرار بعد وقوعها، بل إلى منعها مسبقًا عبر تمكين المتلقي من اتخاذ قرارات مبنية على معرفة مسبقة ومعقولة بالمخاطر أو الحقوق أو الواجبات.

1.2.1. الالتزام بالإعلام رابطة قانونية

يعد الالتزام بالإعلام رابطة قانونية تنشأ بين طرفي العقد، يرتب فيها على الطرف المحترف أو المزود التزامًا قانونيًا تجاه المستهلك، يوجب عليه تزويده بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، ويقابل هذا الالتزام حق للمستهلك في المعرفة والاطلاع بهدف تمكينه من التعاقد عن إرادة حرة ومستنيرة حيث يتحقق عنصر المديونية بوجود واجب قانوني على المزود، وعنصر المسؤولية من خلال إمكانية مساءلته قانونًا عند الإخلال بهذا الالتزام.[6]

2.2.1. الالتزام بالإعلام التزاماً عاماً

يُعد الالتزام بالإعلام رابطة قانونية تنشأ بين طرفي العقد، يُرتب فيها على الطرف المحترف أو المزود التزامًا قانونيًا تجاه المستهلك، يوجب عليه تزويده بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، ويُقابل هذا الالتزام حق للمستهلك في المعرفة والاطلاع، بهدف تمكينه من التعاقد عن إرادة حرة ومستنيرة وبهذا يتحقق عنصر المديونية بوجود واجب قانوني على المزود، وعنصر المسؤولية من خلال إمكانية مساءلته قانونًا عند الإخلال بهذا الالتزام.[7]

تُعد القواعد التي تلزم المزود بالإعلام من القواعد الآمرة المرتبطة بالنظام العام الحمائي، وبالتالي لا يجوز الاتفاق على إعفاءه من هذا الالتزام أو الحد منه، لأن ذلك يُعد تنازلاً غير مقبول عن الحد الأدنى من الحماية التي يضمنها القانون للمستهلك.[8]

وتجسيدًا للطبيعة العامة للالتزام بالإعلام، فقد نصت المادة (15) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005 على ضرورة التزام كل من يروّج أو يعلن عن المنتجات بمبدأ المطابقة بين مضمون الإعلان والحقيقة الواقعية للسلعة أو الخدمة، وقد شددت المادة على أن لا يتضمن الإعلان أية بيانات كاذبة أو مضللة من شأنها أن تغش المستهلك أو تؤثر على قراره، وحيث أن المشرّع الفلسطيني قد اعتبر الالتزام بالإعلام التزامًا عامًا لا يقتصر على مرحلة ما بعد التعاقد، بل يبدأ منذ الإعلان أو الترويج، ما يُؤكد على طبيعته الوقائية وارتباطه المباشر بحماية رضا المستهلك وضمان شفافية المعاملات التجارية.

اكدت محكمة النقض الفلسطينية في الحكم رقم 644 لسنة 2019 الصادر بتاريخ 7 ابريل 2018 مبدأً جوهريًا يقضي بأن كل من يقوم بعرض أو بيع سلع تموينية فاسدة أو تالفة، أو يتلاعب بتاريخ صلاحيتها، أو يستخدم أدوات وزن أو كيل غير مطابقة للمواصفات المعتمدة، يعد مخالفًا لأحكام المادة (8) من قانون حماية المستهلك، كما أكدت المحكمة على حظر الاحتفاظ – في أماكن الإنتاج أو التخزين أو العرض أو البيع، وكذلك في وسائل النقل والأسواق والمسالخ بأي منتج أو أداة أو آلة يُمكن استخدامها لغش السلع، وبالنتيجة شدد وجوب الالتزام بالإعلام السليم عن حالة السلعة وجودتها.

3.2.1. الالتزام بإعلام التزاماً وقائياً

يعد الالتزام بالإعلام من الآليات الوقائية الأساسية في عقود الاستهلاك، حيث يهدف إلى تعزيز استقرار العقد وضمان سلامته منذ مراحله التمهيدية، حيث يسهم وفاء المدين بهذا الالتزام، ولا سيما قبل إبرام العقد، في الحد من مخاطر الوقوع في الغلط أو التعرض للتدليس، مما يجنب فسخ العقد لاحقًا ثم يُشكل هذا الالتزام ركيزة أساسية في تكوين رضاء الدائن بالعقد، ويُعد عنصراً جوهرياً في ضمان صحة العلاقة التعاقدية ونزاهتها.[9]

بمختلف التشريعات الفلسطينية أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر على نطاق استهلاكي، بل يمثل التزامًا قانونيًا عابراً للقطاعات، يهدف إلى الوقاية من النزاعات وحماية الطرف الأضعف في العلاقات القانونية، سواء أكان مستهلكًا، عاملًا، شريكًا، مستثمرًا أو عميلًا، كما ان الالتزام بالإعلام في القانون الفلسطيني يعد آلية وقائية متعددة الأوجه، تتجاوز مجرد نقل المعلومة لتُصبح وسيلة قانونية لحماية الإرادة، منع الغلط والتدليس، تعزيز الشفافية، وتقليل احتمالات النزاع والتقاضي. ويؤسس هذا الالتزام لمنظومة تعاقدية أكثر عدالة واستقرارًا وفيما يلي سأتطرق لبعض القوانين الفلسطينية تضمن الشفافية والحد من النزاعات الاعلام والوقائي:

أ. قانون الشركات الساري رقم (42) لسنة 2021 نص في المادة (121)[10] حق المساهمين بالحصول على معلومات والاطلاع على بيانات، كما نصت المادة (233)[11] من ذات القانون واجب الإفصاح عن السيطرة، كما نصت المادة (236)[12] بحق إدارة الشركة الأم في الحصول على معلومات من الشركة التابعة لها.

ب. قانون العمل الفلسطيني رقم (7) لسنة 2000 في المادة (24)[13] شدد على ضرورة الاعلام بالعناصر الجوهري ة في العقد، كما نصت المادة (12)[14] على صاحب العمل موافاة مكتب العمل بمعلومات العاملين والشواغر.

ت. قانون الأوراق المالية رقم 12 لسنة[15] 2004 نصت المادة 11 انها توجب على هيئة سوق رأس المال إصدار تعليمات تفصيلية للإفصاح من قبل الشركات المدرجة.

ث. تعليمات الإفصاح رقم (2) لسنة 2008 [16] ومعدلاتها الحكومة تلزم المصدرين، وشركات الأوراق المالية والصناديق الاستثمارية بالإفصاح عن كافة المعلومات ذات الطابع المالي، التشغيلية، والتغيرات الجوهرية، كأحداث قد تؤثر على المستثمرين أو دقة تقييم الشركة.

ج.قانون هيئة سوق رأس المال رقم (13) لسنة 2004 [17] نصت المادة 3 بانها تلزم الهيئة بأن تنظم الإفصاح عن أية بيانات أو معلومات تخص القطاع المالي غير المصرفي، امتداداً للواجب الوقائي تجاه المستثمرين.

ح.قانون المصارف رقم (2) لسنة 2002 نصت المادة 18 تلزم المصارف بتزويد سلطة النقد (البنك المركزي) بتقارير عن مخالفات مثل تجاوز نسب القروض، خلال 3 أشهر، لضبط المخاطر المصرفية.[18]

وبرأي الباحثة وبالرجوع الى الخصائص التي ذكرت أعلاه منها رابطة قانونية وليس مجرد واجب أخلاقي وأنه التزام عام يشمل المورد والمنتج وكل من يملك المعلومة الجوهرية، كما أنه التزام وقائي يهدف إلى منع الضرر قبل حدوثه، فانه يمكن توسيع خصائص إضافية منها الالتزام بالإعلام التزام شخصي لا يحتمل التمثيل يفترض أن من يقدم الإعلام هو الجهة التي تدرك حقيقة الشيء أو الخدمة (كالمنتج أو المزود)، ولا يجوز تفويض هذا الواجب لجهة لا تملك المعرفة الكافية أو غير مسؤولة مباشرة عن المنتج، والالتزام بالإعلام مستمر ذو طبيعة زمنية ممتدة، ولا ينتهي الإعلام بمجرد إبرام العقد، بل يمتد إلى مرحلة ما بعد البيع في بعض الحالات.

2. الطبيعة القانونية للالتزام بالاعلام والتبصير وشروطه

يعد الالتزام بالإعلام والتبصير أحد أبرز مظاهر تطور النظرية العامة للعقد في التشريعات الحديثة، إذ لم يعد العقد يبنى فقط على تلاقي الإرادتين، بل أصبح قيامه الصحيح مشروطًا بتوافر العلم الكافي لدى الأطراف، وخاصة الطرف الأضعف أو الأقل خبرة، فالإعلام في هذا السياق، ليس مجرد إجراء شكلي أو حسن نية، بل يمثل رابطة قانونية مستقلة تقوم على مبدأ احترام إرادة المتعاقد عبر تزويده بالمعرفة الجوهرية التي تمكنه من اتخاذ قراره التعاقدي بشكل سليم.

وتتجلى الطبيعة القانونية لهذا الالتزام في كونه التزامًا وقائيًا وذو طابع استباقي، يهدف إلى تجنيب المتعاقد الوقوع في الغلط أو التضليل، ويرتب في حال الإخلال به آثاراً قانونية قد تصل إلى بطلان العقد أو التعويض عن الضرر، ولكي يتحقق هذا الالتزام ويرتب آثاره، فلا بد من توافر مجموعة من الشروط الموضوعية والشكلية .

1.2. الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام والتبصير

يثير الالتزام بالإعلام والتبصير تساؤلات هامة حول طبيعته القانونية، خاصة من حيث كونه التزامًا قائمًا على بذل عناية أو على تحقيق نتيجة، وكذلك من حيث تصنيفه ضمن الالتزامات التعاقدية أو ما قبل التعاقدية. فبينما يرى البعض أنه التزام ببذل عناية لأن الملتزم لا يطالب بضمان إدراك المتعاقد الآخر، بل فقط بتقديم المعلومات الكافية بوسائل معقولة، يذهب اتجاه آخر إلى اعتباره التزامًا بنتيجة في بعض الحالات خاصة حين يفرض القانون أو العقد نفسه شكلًا معينًا للإعلام الواجب، كما يثير هذا الالتزام إشكالية زمنية فهل ينشأ بعد قيام العقد أم قبله؟

1.1.2. الالتزام بالإعلام كونه التزام بنتيجة او التزام بوسيلة او ببذل عناية

اختلف الفقه حول تحديد طبيعة الالتزام بالإعلام، بين من يعتبره التزامًا بتحقيق نتيجة ومن يرى أنه التزام ببذل عناية، الرأي الأول يذهب إلى أن هذا الالتزام لا يكون ذا جدوى إلا إذا أُلزم المهني بتحقيق الغاية المرجوة منه، وهي تمكين المستهلك من اتخاذ قرار واعٍ ومستنير، ويرى أن الاكتفاء باعتباره التزامًا بوسيلة يُفرغه من

مضمونه الوقائي المرتبط بضمان السلامة، أما الرأي الآخر، فيعتبره التزامًا بوسيلة، على أساس أن دور المهني يقتصر على تقديم المعلومات والتحذيرات الممكنة، دون ضمان تحقق النتيجة، لأن ذلك يتوقف أيضًا على سلوك المستهلك وتعاونه، ولا تُقام مسؤوليته إلا بثبوت خطأه.[19]

بالرجوع الى موقف المشرع الفلسطيني نصت المادة (10)[20] من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005 على الالتزام بتحقيق نتيجة كونها ترتب مسؤولية مباشرة على المزوّد عن أي ضرر ناتج عن المنتج إذا لم تتوافر فيه شروط السلامة أو الضمانات المعلن عنها، دون اشتراط إثبات خطأ أو تقصير معين، ما لم يثبت المزود ما يعفيه (مثل تحديد المزود الفعلي أو نفي علاقته بالضرر).

2.1.2. الالتزام بالاعلام تعاقدي ام قبل التعاقدي

هل ينشأ الالتزام بالإعلام فقط بعد إبرام العقد بوصفه التزاماً تعاقدياً ضمن بنود العقد ذاته؟ أم أنه ينشأ قبل قيام العقد، أي خلال مرحلة التفاوض، بوصفه التزاما قبل تعاقدي يرتب مسؤولية إذا أخل به حتى لو لم يبرم العقد أصلاً، تعود الإشكالية إلى أن مرحلة التفاوض كانت تقليديًا غير خاضعة للرقابة القانونية لكن في ظل تطور مفاهيم حماية المستهلك والتوازن العقدي، أصبح هناك اتجاه يقر بأن الإعلام جزء من العدالة التعاقدية، ويجب أن يُحمى قانونيًا حتى قبل إبرام العقد حيث إذا اعتبر الالتزام بالإعلام تعاقدياً فلا يمكن ترتيب المسؤولية عن الإخلال به إلا بعد قيام العقد فعلياً أما إذا اعتبر التزامًا قبل تعاقديًا فإن المسؤولية تقوم منذ لحظة التفاوض، حتى قبل توقيع العقد.

- الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد

الإلتزامات التي تنشأ في مرحلة ما قبل إبرام العقد يهدف إلى تحقيق توازن تعاقدي حقيقي بين الأطراف، خصوصًا بحماية الطرف الأضعف من خلال ضمان رضا حر ومستنير ولا يعد هذا الالتزام تعاقدياً بطبيعته، لأنه يسبق نشوء العلاقة التعاقدية، بل يصنف ضمن الالتزامات الوقائية التي يفرض تحققها وفقًا لحاجة الطرف الآخر أو توقيت التفاوض، وتبرز أهميته في مرحلة التفاوض، حيث يسهم في منع اختلال التوازن العقدي الناتج غالباً عن التفاوت في العلم والمعرفة بين المتعاقدين، مما يجعل الالتزام بالإعلام أداة رئيسية لضمان عدالة التعاقد قبل نشوئه.[21] المشرعين المصري والفلسطيني لم ينصا على هذه الصورة كونه يحكمهما النصوص القانونية المتعلقة بالعقود.[22]

- الالتزام بالإعلام بعد التعاقد

يعد الالتزام بالإعلام أثناء تنفيذ العقد امتدادًا للالتزام المسبق في مرحلة التفاوض، خاصة إذا تعلق بنفس محل العقد، ويظهر ذلك بوضوح في العقود الحديثة مثل الاستشارات الهندسية حيث يلتزم أحد الأطراف بإبلاغ الآخر بالمعلومات الضرورية لتنفيذ العقد، ويُعتبر هذا الالتزام تبعيًا ومكملًا للالتزام الأصلي، ويهدف إلى ضمان

حسن التنفيذ من خلال التعاون بين المتعاقدين ويسأل الطرف المحترف عن أي ضرر ناتج عن الإخلال بهذا الالتزام، سواء بالإهمال أو تقديم معلومات غير كافية.[23]

من وجهة نظر قانونية أميل إلى تبني الرأي القائل بأن الالتزام بالإعلام والتبصير يعد في جوهره التزاما ذا طبيعة قبل تعاقدية، وتترتب على الإخلال به سواء من خلال الكتمان أو تقديم معلومات مضللة مسؤولية قانونية مستقلة حتى وإن لم يبرم العقد فعليًا، كما أن الاعتراف بالطبيعة القبل تعاقدية لهذا الالتزام ينسجم مع الاتجاهات التشريعية الحديثة في عدد من الأنظمة القانونية المقارنة وعليه فإن اعتبار الإعلام التزامًا قبل تعاقدياً لا يحقق فقط الوقاية القانونية من الغلط أو التغرير، بل يعزز كذلك من مبادئ الشفافية والثقة في المعاملات التعاقدية الحديثة، ويمكن الطرف المتضرر من المطالبة بالتعويض حتى في غياب العقد، متى ثبت وجود إخلال مؤثر بواجب الإعلام.

2.2. شروط الإلتزام بالإعلام والتبصير

تنشأ مسؤولية الالتزام بالإعلام عند توفر ثلاثة شروط أساسية أن تكون المعلومات معروفة لدى المدين، أي أن يكون مزوّد السلعة أو الخدمة على علم بها مسبقًا، أن يجهلها الدائن (المستهلك)، فلا تكون مألوفة أو متاحة لديه قبل التعاقد، كما أن تكون هذه المعلومات ذات أثر واضح على قرار العقد، بحيث تؤثر في إرادة الطرف الآخر ومستوى رضاه واستنارة اختياره.[24]

1.2.1. أن تكون المعلومة واضحة ومفهومه

ينبغي أن يكون التبصير صادرًا عن المدين بلغة سهلة وبسيطة، بعيدًا عن التعقيد الفني أو المصطلحات المتخصصة، حتى يتسنى للدائن العادي فهمه وإدراكه، كما يُمنع استخدام أساليب عرض مغرية مثل الألوان الزاهية أو الرسوم المتحركة التي قد تُلهي المستهلك وتجعله يتجاهل معلومات أخرى مهمة، لذا يجب تقديم البيانات بطريقة واضحة ومتسلسلة، تركز على الوضوح والشفافية دون تشتيت الانتباه.[25]

نصت المادة (12)[26] من قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005 على الزامية اللغة العربية بحث تكون جميع السلع المطروحة في السوق تحمل بطاقة بيان باللغة العربية، والمعلومات معتمدة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية بحسب النوع والخصائص، وهو ما يكفل الوصول الى المعلومات الجوهرية حول السلعة مع بيان التحذيرات، مما يضمن الشفافية والوقاية في العلاقات التعاقدية.

في قرار لمحكمة استئناف جنايات رام الله رقم 141 لسنة 2016 الصادر بتاريخ 30 نوفمبر 2016 اكدت على ادانة المتهم كونه تداول منتجات مخالفة للتعليمات الفنية الإلزامية لعدم وجود بطاقة بيان خلافاً لأحكام المادة (2/27) وبدلالة المادة 12 من قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005.[27]

إخلال المزود بمتطلبات بطاقة البيان جريمة شكليّة تنطبق عليها عقوبة جرائم الخطر، وذلك لأن المشرّع لم يشترط ضررًا فعليًا يقع على المستهلك لإثبات الجريمة. وبالتالي، فإن عدم توافر البطاقة أو إغفال أحد البيانات الإلزامية مثل الأسماء، بلد المنشأ، تاريخ الإنتاج، المكونات، شروط التخزين، وغيرها يكفي لقيام الجريمة، ويعد المزود مرتكبًا للسلوك المجرّم ومستحقًا للمسؤولية والعقاب، حتى وإن لم ينتج عن ذلك أي ضرر مباشر.[28]

بذلك اكدت محكمة استئناف رام الله تداول منتجات بدون بطاقة بيان (عدم وجود معلومات وصفية مطلوبة)، مخالفًا المادة (2/27) من القانون و(المادة 12)، ورأت المحكمة أن هذه الأفعال تمت بعلم وإصرار من المتهمين، تم الاعتماد على مواد (8، 1/27، 2/27، 12) لترسيخ مبدأ وجوب الإعلام وتوفير المعلومات الصحيحة للمستهلك.[29]

2.2.1. أن يكون الإعلام كافياً ووافياً

يلتزم المدين بإعلام الدائن بجميع المعلومات الضرورية والمتعلقة بالعقد، وهو ما يُعد شرطًا جوهريًا لقبول التزام التبصير قبل التعاقد، ويشترط في هذا الإخلال ألا يكون المدين غير مطّلع على تلك المعلومات فقط، بل يجب أن يكون على علم بها مسبقًا، حتى يكون بالإمكان إثبات وجود قصور في وفائه بهذا الالتزام.[30]

كما يجب أن يكون التبصير كافياً عبر تمكين الدائن من المعرفة الكاملة بالعناصر الجوهرية للعقد، التي تؤثر في إقرار إرادته، فإذا كان التبصير ناقصاً أو غير كاف، يصبح معطلاً لغايته ويعجز عن حماية رضا الدائن، مما يفقده فاعليته كشرط مسبق لإتفاق واعي ومستنير.[31]

ووفقًا لرأي بعض الفقه المصري، فإنه يكتفى من المشتري بصفته مستهلكًا أن يثبت عدم علمه بحقيقة المبيع، سواء لعدم رؤيته له، أو لعدم تقديم وصف كافٍ عنه، أو لعدم إقراره في العقد بأنه عالم به وفي هذه الحالة، يُعتبر العقد باطلًا بطلانًا نسبيًا لمصلحة المستهلك، بسبب نقص العلم بالمبيع، حتى ولو لم يثبت وقوعه في غلط.[32]

3.2.1. أن يكون الاعلام صادقاً ودقيقاً

تطلب وضع السعر واضحًا على الوحدة المعروضة والمادة (21) من اللائحة التنفيذية ت

للمستهلك حق الحصول على لمعلومات الصحيحة بما يسمح له باتخاذ قرار مستنير فقد نص قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 في المادة (17)[33] لزم المزود بإعلام الجمهور فورًا بأي عيب خطير.

وقد اكدت محكمة استئناف جنايات نابلس في حكمها رقم 203 لسنة 2021 الصادر بتاريخ 2021/6/24 أن قيام المنتج بعرض منتجٍ مخالف للتعليمات الفنية والإلزامية يشكل مخالفة لأحكام المادة (2/27) من قانون

حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005. كما اعتبرت المحكمة أن هذا السلوك يعد خداعًا للمستهلك بشأن حقيقة المنتج، بما يشكّل مخالفة صريحة لأحكام المادة (1/28) من ذات القانون.

وعلى الرغم من أن التزام المهني بإعلام المستهلك يفترض علمه بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد، وهو أمر منطقي ينسجم مع الهدف من هذا الالتزام والمتمثل في تقليص فجوة المعرفة بين المهني والمستهلك قبل إبرام العقد، فإن مقتضيات حماية المستهلك تستلزم عدم قبول ادعاءالمهني بالجهل بتلك المعلومات والبيانات الجوهرية ذات الصلة بالعقد، وهذا يفيد ضمنًا افتراض علم المهني بها باعتباره محترفًا في مجاله.[34]

وترى الباحثة ان اهم الشروط التي يجب الالمام بها تحديد معيار المستهلك العادي والزامية اللغة العربية وان تكون واضحة وبسيطة والتناسب بين طبيعة المنتج ودرجة الاعلام المطلوبة، ووجوب اعلام في جميع المراحل التعاقدية والتحديث المستمر للمعلومات المقدمة للمستهلك جميعها يمكن الاخذ بها لمصلحة ولحماية المستهلك.

ثانيا . المسؤولية القانونية عن الاخلال بالتزام الإعلام والتبصير

لضمن حماية المستهلك في العلاقات التعاقدية يلزم المهني أو المحترف بإبلاغ المستهلك بكافة المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، سواء قبل التعاقد أو أثناء تنفيذه كما عرضناه في المطلب الأول، حيث يهدف هذا الالتزام إلى تمكين المستهلك من اتخاذ قرار مبني على معرفة واضحة، والحد من عدم التوازن المعلوماتي بين الطرفين، ويعتبر الإخلال بهذا الالتزام سواء بإخفاء المعلومات أو تقديم بيانات مضللة أو ناقصة، سببا لتحمل المسؤولية القانونية من قبل المهني، مما يخول المستهلك المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الإخلال وفيما يلي سنستعرض التعويض الناتج عن الاخلال بالتزام الاعلام والتبصير:

1. التعويض عن الاخلال بالتزام الاعلام والتبصير

غير أن الإخلال بهذا الالتزام، سواء بعدم الإعلام أو بالتقصير في الإفصاح، قد يؤدي إلى إلحاق ضرر بالطرف الآخر، وهو ما يُثير المسؤولية القانونية للمخل، وتثور في هذه الحالة مسألة التعويض التي تختلف طبيعتها بحسب ما إذا كان الإخلال قد وقع في إطار علاقة تعاقدية.

1.1.التعويض عن المسؤولية التعاقدية والتقصيرية

التعويض من أبرز الوسائل القانونية لجبر الضرر واستعادة التوازن الذي أخل به الفعل الضار، سواء أكان هذا الفعل ناتجا عن إخلال بالتزام عقدي أم عن تصرف غير مشروع يُشكل خطأً في إطار المسؤولية التقصيرية وتُثير مسألة التعويض إشكالية قانونية دقيقة عند تداخل أو تقاطع المسؤوليتين التعاقدية والتقصيرية، خاصة فيما يتعلق بشروط استحقاق التعويض، إذ تختلف المسؤوليتان في طبيعتهما ومصدرهما فبينما تستند المسؤولية التعاقدية إلى العلاقة الناشئة عن العقد المبرم بين الطرفين، تقوم المسؤولية التقصيرية على الإخلال بواجب

قانوني عام بعدم الإضرار بالغير، بغض النظر عن وجود علاقة تعاقدية. ورغم هذا التمايز، قد تنشأ حالة واقعية واحدة تسمح نظريًا بإقامة الدعوى على أساس أي منهما، مما يثير جدلًا حول الأساس القانوني الأنسب للمطالبة بالتعويض، وتأثير ذلك على تحديد نوع الضرر.

1.1.1 .المسؤولية التعاقدية

الإخلال بالالتزام بالإعلام قد يعد مصدرًا للمسؤولية العقدية متى نشأ هذا الالتزام عن عقد مبرم بين الطرفين، وارتبط بتنفيذه على نحو صحيح وتبرز هذه المسؤولية في العقود التي تستلزم مستوى عاليًا من الإفصاح والشفافية، بسبب طبيعتها الخاصة وما تتطلبه من ثقة متبادلة وتبادل دقيق للمعلومات، كما هو الحال في عقود الشراكة، والعقود الخاصة بتقديم الخدمات الطبية أو الصحية، فضلًا عن عقود الخدمات المالية، التي تشمل العمليات الائتمانية، والمعاملات المصرفية، والتعامل في الأوراق المالية ففي مثل هذه العقود، يعد الإخلال بواجب الإعلام والتبصير إخلالاً بالالتزام التعاقدي.[35]

التعويض عن المسؤولية العقدية في حال الاخلال بالإعلام يحتاج شروط منها وجود عقد سليم بين الطرفين، وثبوت التزام بالإعلام والتبصير، واخلال المدين بهذا الالتزام، ووقوع ضرر ووجود علاقة سببية، ولتقدير التعويض الناتج عن المسؤولية العقدية يشمل حدود التعويض المتوقع من عند التعاقد، اثار الاخلال على تنفيذ العقد، مدى مسؤولية المهني او المتعاقد المحترف.

يُرتكب الخطأ العقدي[36] من قِبَل المزود عند إخلاله بالتزامه بالإعلام، وهو التزام ناشئ عن علاقة تعاقدية مع المستهلك، ونظرًا لأن الالتزام بالإعلام يعد التزامًا بنتيجة معينة، فإنه يكفي للمستهلك إثبات عدم تحقق تلك النتيجة ليُثبت وجود الخطأ العقدي، وتتحقق هذه المسؤولية العقدية بإثباته أن المزود لم يفي بالتزامه بإعلام المستهلك بالمعلومات الجوهرية المتفق على إفشائها.[37]

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الالتزام بالتبليغ له طبيعة عقدية، متكئين على نظرية الخطأ في تكوين العقد، تؤكد هذه النظرية أن الالتزام بالشفافية يبدأ حتى قبل التعاقد الرسمي، كجزء من العقد الضمني الذي يسبق العقد الأصلي ويستند هؤلاء إلى أن أي خطأ يقع أثناء هذه المرحلة كترك معلومات جوهرية دون إفصاح، يؤسس لمسؤولية تعاقدية، ويرى المدافعون عن هذا التكييف أن تصنيف الالتزام بالإعلام ضمن نطاق المسؤولية العقدية يعود بأهمية عملية على حماية المستهلك، إذ يستفاد من قواعد الإثبات المخففة في المسؤولية العقدية، والتي تتيح للمستهلك إثبات إخلال المزود بمجرد إثبات أنه لم يفِ بالتزامه الإعلامي.[38]

إذا انتهت المفاوضات بإبرام عقد، واتضح أن المهني تعمد الاحتفاظ بمعلومات هامة دون إفصاح، فيمكن مساءلته بناءً على أحكام المسؤولية العقدية فالضرر ينشأ هنا نتيجة إخلال بالتزام تعاقدي وجد بفعل العقد المبرم ولا يمكن تطبيق مجلة الأحكام العدلية في هذه الحالة، لأنها لا تنشئ مسؤولية تعاقدية إلا إذا وُجِد عقد فعلي،

وقد تعهد الطرف المهني فيه بإعلام المستهلك. وعند اختلاله بهذا الالتزام، يكون قد أخلف شروط حسن التنفيذ المقررة في العقد، مما يوجب تعويض المتضرر.[39]

حيث اشارت المادة (15)[40] من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 مسؤولية الامتناع عن أي إعلان أو تسويق يتضمن خداعًا أو تضليلاً للمستهلكين، إعلان يتجاوز الواقع الفعلي للمواصفات أو الجودة للسلعة أو الخدمة، تضمين الإعلان شروطًا مخالفة للعادات أو القوانين، والمادة (25)[41] من ذات القانون أكدت المعلومات الموضوعية في عقد البيع أو الخدمة، بناءً على ما حدّده المزود أو طلبه المستهلك كتابيًا مما يؤكد وجود التزام تعاقدي صريح يلزم المهني بتأكيد المواصفات والبيانات الأساسية، أن أي إخلال في هذا الإعلام كأن يخلّ المزود بتزويد المستهلك بالمواصفات أو يلتزم بتقديم ما لم يُبلّغ عنه بالفعل يسبب مسؤولية تعاقدية، والاهم تكليف المتضرر (المستهلك) بإثبات أن ما تلقّاه لا يطابق ما أعُلم به أو تم الاتفاق عليه، لتوقّع الحق في التعويض.

إذا أخل المزود بالتزامه بالتبليغ في إطار العقد، فلا سبيل له للامتناع عن التعويض إلا بنفي العلاقة السببية بين الإخلال والضرر الناتج. ويتم ذلك بإثبات أن سبب عدم تنفيذه يعود إلى ظرف أجنبي لا دخل له مثل القوة القاهرة، أو حادث مفاجئ، أو خطأ من جانب المستهلك نفسه، أو فعل الغير، ويجدر التنويه بأن فعل الغير لا يُعد سببًا أجنبيًا معفيًا للمزود إذا كان الغير تابعًا له، ففي هذه الحالة يُعتبر الخطأ مصدرًا عقديًا، ولا تُفقد العلاقة السببية، بالتالي، إذا كان الإخلال ناتجًا عن فعل تابع للمزود سواء كان موظفًا، عاملًا أو من في خدمته فذلك يعد إخلالًا تعاقدياً ولا يبرئه من المسؤولية، ويلزم بتعويض المتضرر.[42]

2.1.1. المسؤولية التقصيرية

شروط قيام المسؤولية التقصيرية الخطأ في عدم الإعلام والضرر والعلاقة السببية،[43] وذلك في غياب رابطة عقدية مباشرة أو عدم إمكانية التأسيس على المسؤولية العقدية، حيث ان أصحاب هذا الرأي أن واجب الإعلام قبل إبرام العقد يندرج تحت مسؤولية تقصيرية لا تعاقدية، لأن مصدره ليس عقدًا قائمًا. فالواجب بالإعلام يؤدى قبل نشوء الرضا، وهو شرط أساسي لصحة العقد؛ إذ إن العقد لا يتأسس إلا بعد تحقيق الرضا، الذي يتوقف بدوره على توفر المعلومات الكافية، وبناء عليه، فإن التزام المزود بتقديم المعلومات لمستهلكٍ محتمل يعد واجبًا سابقًا، يخضع لمبادئ المسؤولية التقصيرية أي الخطأ، الضرر، والسببية ولا يستلزم إثبات أركان العقد.[44]

الاعتراف بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية يسهل على المستهلك الحصول على التعويض عن الضرر الذي لحق به، إذ إن مجرد وجود الالتزام بالإعلام يُعد قرينة تسهل عليه إثبات الخطأ من جانب المتعاقد الآخر فعندما يتعاقد المستهلك دون معرفة كافية، يفترض أن الطرف المحترف كان على علم بالمعلومات الجوهرية وأخفاها، مما يقيم قرينة على سوء نيته. وبالتالي، يُعفى المستهلك من عبء إثبات الخطأ بشكل مباشر.[45]

إذا لحق الضرر بالمستهلك نتيجة إعلان مضلل، يكون له الحق في رفع دعوى تقَصيرية ضد المعلن ولهذا، يجب أن تثبت شروط المسؤولية التقصيرية وجود خطأ أو إخلال، وحدوث ضرر، ووجود صلة سببية بين الخطأ والضرر، كما يشترط أن يكون الضرر ناتجاً عن إخلال المعلن بمعلومات وردت في الإعلان، واستخدامه وسائل خادعة لاستقطاب المستهلك ولا يكفي أن يصحح المعلن ما أخطأ فيه فعلياً بل لا بد من تعويض المستهلك عن الأضرار التي تعرض لها سابقًا، مثل خسارة مالية أو عدم موافقة على قرار صحي أو مالي وعند اختفاء الالتزام أو تنفيذه بالعين، تبقى المسؤولية تقصيرية فهي تقوم على أساس الخطأ لا العقد.[46]

حيث نصت المادة (3/7)[47] من قانون حماية المستهلك الفلسطيني أن المزود أو المعلن يحاسب بموجب الأحكام التقصيرية إذا ارتكب خطأً عبر الإعلان أو العرض التجاري، مما تسبب في وقوع ضرر للمستهلك يعد هذا الخطأ تأسيسًا للمسؤولية التقصيرية، حيث إذا استخدم الإعلان وسيلة خادعة أو مضللة وأدى ذلك إلى إخلال بحكم القرار المتخذ بناء على هذه المعلومات، ونتج عن ذلك ضرر ملموس للمستهلك، فيسمح المستهلك برفع دعوى تقصيرية تقام بناءً على أركان الخطأ (إخلال بالواجب)، والضرر، والعلاقة السببية.

قضت محكمة النقض الفلسطينية[48] لثبوت توافر أركان دعوى التعويض، استناداً إلى المادة (10) من قانون حماية المستهلك رقم (21) لسنة 2005 التي تحمل المزود النهائي مسؤولية الضرر الناتج عن استخدام منتج لا تتوافر فيه شروط السلامة أو لم تحترم فيه الضمانات، ما لم يثبت المزود هوية من زوده بالمنتج ويثبت كذلك عدم مسؤوليته عن الضرر، وحيث إن المدعى عليهما لم يثبتا هوية المورد ولا نفيا مسؤوليتهما، فإن المحكمة اعتبرت أركان المسؤولية متحققة، وبالتالي أوجبت الحكم بالتعويض.

كما أقرت محكمة النقض الفلسطينية[49] في قرار اخر لها أن إجراءات الضبط للمواصفات تخالف نص المادة 1/18 من قانون حماية المستهلك، التي تشترط استخدام المواصفات المعتمدة من وزارة الصحة لتحديد مطابقة البضائع، يصبح ضبط البضائع غير مطابق للمواصفات باطلاً، ا يجوز الاعتماد على أي وثيقة ضبط أو تقرير فني لا يرتكز على المواصفات الرسمية المعتمدة، كما مخالفة المادة أن المسؤولية تقع على المستورد وليس على الموزع، وفق المادة 10 من نفس القانون فالمستورد هو الذي يحمل المسؤولية عندما تكون البضائع غير مطابقة للمواصفات، بينما لا تقع المسؤولية على الموزع عند عدم مخالفته القانون أو تعامله بما يقتضيه، مما يضعف أي نسبة خطأ أو مسؤولية تجاهه.

2. فسخ العقد والعدول عنه

العقد أداة قانونية تُنشئ التزامات متبادلة بين الأطراف، إلا أن ظروفًا معينة قد تطرأ وتؤدي إلى رغبة أحد الأطراف في فسخ العقد أو العدول عنهن، تو يفسخ العقد إنهاء العلاقة التعاقدية بأثر رجعي نتيجة لإخلال أحد الأطراف بالتزاماته الجوهرية، بينما يقصد بالعدول التراجع عن العقد قبل تمامه أو خلال المدة المقررة قانونًا.

1.2. فسخ العقد

يعد العقد تعبيرًا عن إرادة أطرافه في إحداث أثر قانوني معين، غير أن هذه الإرادة يجب أن تكون سليمة وخالية من العيوب التي تؤثر في صحتها، ومن أبرز الأسباب التي قد تفضي إلى فسخ العقد وقوع الغلط، أو الكتمان، أو التغرير ففي حالة الغلط، يبرم أحد الأطراف العقد تحت تصور غير صحيح لحقيقة جوهرية تؤثر في رضاه، مما يبرر طلب الفسخ، أما في حالتي الكتمان أو التغرير، فيستخدم الإخفاء المتعمد أو التضليل الخادع لدفع الطرف الآخر إلى التعاقد، وهو ما يعد مساساً جوهريًا بحرية الإرادة، ويرتب حقًا في فسخ العقد متى ثبت أن الرضا قد شابه عيب مؤثر.

1.1.2. الفسخ على أساس الغلط

من الضروري التأكيد على أن البائع أو المنتج في العقد الإلكتروني يتحمل مسؤولية إعلام الطرف الآخر بكافة العناصر الجوهرية للعقد المزمع إبرامه، وبدرجة من الوضوح تكفي لتجنب أي لبس أو سوء فهم. فإذا أخل البائع أو المنتج بهذا الالتزام ولم يزود المتعاقد بالمعلومات الكافية، فقد يؤدي ذلك إلى وقوع المتعاقد في وهم أو تصور خاطئ عن طبيعة العقد، مما يشكل عيبًا في الإرادة يُعرف بالغلط، ويؤثر في صحة الرضا.[50]

يلتزم المزوّد بإعلام المستهلك بالمعلومات الجوهرية عن السلعة أو الخدمة، ولا يعد الإخلال بالمعلومات غير الجوهرية سببًا للغلط، ويحق للمستهلك طلب فسخ العقد إذا أثبت أن الغلط الذي وقع فيه كان نتيجة لعدم إعلامه بهذه المعلومات الجوهرية، غير أن هذا الحق مشروط بوقوع الغلط، مما يعني أنه إذا أخل المزود بالتزامه دون أن يقع المستهلك في غلط، فلا يمكن المطالبة بالفسخ، وهو ما يُضعف الحماية القانونية للمستهلك.[51]

يمكن إبطال العقد بسبب الغلط إذا ثبت علم الطرف الآخر به أو كان من السهل عليه معرفته، وهو ما يصعب على الطرف الضعيف إثباته. لكن في حال إخلال المهني بواجب الإعلام حيث يفترض علمه بالمعلومات ولا يمكنه الادعاء بجهله مما يعفي المستهلك من إثبات الغلط لإبطال العقد.[52]

ويذكر المشرع الفلسطيني في تعليمات رقم 3 لسنة 2014 (تعليمات بشأن تنظيم الإعلام الدوائي لسنة 2014)[53] في المادة 2/12 "عدم تقديم أي معلومات مغلوطة بقصد زيادة المبيعات أو التأثير على مستحضر منافس".

2.1.2. الفسخ على أساس الكتمان والتغرير

يعد كتمان المزود لواقعة جوهرية يجهلها المستهلك تدليساً يبرر فسخ العقد، ويعتبر ذلك إخلالاً بحسن النية وواجب الإعلام، ويقع على المستهلك عبء إثبات التدليس لطلب الفسخ.[54]

قد يمتنع أحد المتعاقدين عن إعلام الطرف الآخر بمعلومات جوهرية، ولو علم بها لما أقدم على التعاقد، أو قد يقدّم بيانات كاذبة ويستعمل وسائل احتيالية، كإعطاء مواصفات غير صحيحة أو تقديم مستندات مزوّرة،

مما يؤدي إلى دفع الطرف الآخر لإبرام العقد بناءً على الكذب، ويعد هذا السلوك "تغريرًا" في القانون، إذا تعلق بمعلومات مؤثرة في إرادة المتعاقد الآخر، سواء تم بالغش أو الخداع قولًا أو فعلًا.[55]

إن الالتزام بالإعلام يتميز باستقلاله واختلافه عن كل من التغرير والتدليس، من حيث الطبيعة والمرحلة الزمنية التي يتم فيها فالالتزام بالإعلام يعد التزامًا قائماً منذ لحظة الشروع في التفاوض وحتى تنفيذ العقد، ولا يقتصر فقط على مرحلة تكوين العقد كما هو الحال في التغرير أو التدليس، وعليه، فإن نطاق الحماية التي يوفرها الالتزام بالإعلام أوسع وأشمل، إذ لا يقتصر على منع وقوع المتعاقد في الخطأ أو التضليل عند التعاقد، بل يمتد أيضًا ليشمل توفير معلومات وافية تُمكن المستهلك من حسن تنفيذ العقد وضمان حقوقه بعد التعاقد.[56]

اعتبرت محكمة النقض الفلسطينية بأن جريمة عرض مواد غير مطابقة للمواصفات الفنية التي من شأنها غش المستهلك خلافا للمادة 28 و31 من قانون حماية المستهلك دون معالجة لأركانها معالجة صحيحة.[57]

2.2. العدول عن العقد

يقصد بخيار المستهلك في الرجوع عن العقد قدرته على إنهاء التعاقد ضمن فترة زمنية محددة من تاريخ إبرامه بإرادته الشخصية فقط، دون الحاجة إلى موافقة الطرف الآخر ودون أن يتحمل أية تكاليف، باستثناء مصاريف إعادة السلعة، إذا كانت قد سلمت إليه اي عندما يبدي المستهلك رغبة مضادة تعكس سحب إرادته السابقة، وتجعله كأن لم يبرم العقد أبدًا كسحب التصريح الأصلي تمامًا، بحيث لا يترك له أي أثر قانوني سواء سابقًا أو مستقبلًا.[58]

قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم 21 لسنة 2005 في المادة (3/8)[59] أعطى ضمان حماية مالية للمستهلك أتاح له استرداد المبلغ المدفوع مقابل سلعة أو خدمة معيبة، وتحقيق توازن تعاقدي بحيث لا يجبر المستهلك على تحمل عبء خلل ليس له يد فيه، تحميل المزود المسؤولية عند الإخلال بالالتزامات أو تقديم سلعة غير مطابقة، وتوسيع خيارات المستهلك بين الاستبدال، الإصلاح، أو استرجاع الثمن، وهذا يعكس توجهًا تشريعيًا نحو حماية المستهلك من الغش أو التضليل، وتأكيدًا على حقه في إنهاء العلاقة التعاقدية عند الإخلال بها دون أن يتكبد خسارة.

اما المشرع المصري نص في المادة (17)[60] من قانون حماية المستهلك المصري على حق في إعادة السلعة خلال 14 يوما من تاريخ تسلم السلعة مع استرداد ثمنها دون ابداء أي أسباب، ونص على حق المستهلك بإعادة السلعة خلال 30 يوماً اذا شابها أي عيوب.

حيث ترى الباحثة ان المشرّع الفلسطيني جانب الصواب جزئيًا بعدم تحديد مدة زمنية واضحة، لأن هذا يخلق غموضًا قانونيًا ويفتح المجال لاجتهادات قد تضر بحقوق المستهلك أو تثقل كاهل المزود، حيث أن الفراغ الزمني يصبح عبء الإثبات مرهقًا فلا يعرف هل العيب حديث؟ هل السلعة استعملت بشكل سليم؟ فكان من

الأنسب أن يضع المشرّع الفلسطيني مدة معقولة مثل 14 يوماً مع استثناءات في حال كانت العيوب خفية أو السلعة معيبة منذ الأصل أو أن يحال الأمر إلى اللوائح التنفيذية لتحديد مدد واضحة حسب طبيعة المنتج.

كما اقر المشرع الفلسطيني في قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية حق المستهلك في الرجوع عن العقد أو العدول عنه، فقد نصت المادة (19)[61] من القانون على حق المستهلك في إصلاح المنتج المضمون أو استبداله أو استرجاعه إذا تبين وجود عيب فيه. كما أكدت المادة (5/20)[62] من اللائحة التنفيذية التزام المزود بتمكين المستهلك من إرجاع السلعة والعدول عن البيع في حال كانت السلعة غير مطابقة للمواصفات أو الشروط المتفق عليها في العقد.[63]

الخاتمة

في ختام بحث الالتزام بالإعلام والتبصير في القانون الفلسطيني فان الركائز الأساسية لحماية المستهلك وتعزيز العدالة التعاقدية يشكّل شرطًا ضروريًا لقيام الإرادة الحرة، وينبه إلى الطبيعة الوقائية لهذا الالتزام ضمن الأسواق الحديثة، وقد أكد قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005 على هذا المبدأ بوضوح، من خلال النصوص التي تنص على وجوب تقديم معلومات دقيقة عن خصائص المنتج وضرورته في حفظ الصحة والسلامة ،كما توسعت صلاحيات الجهات الرقابية لملاحقة المنتجات غير المطابقة والمضلّلة، مما يعزز فعالية الإعلام الوقائي وصحة المعلومات المتبادلة بين المورد والمستهلك، وبفضل هذا الإطار القانوني، يمكن القول إن الإعلام بالتبصير يمثل أداة حيوية لتحقيق الشفافية، وبناء ثقة بين المتعاملين، كما يوفر للسوق بيئة تنافسية عادلة، تضمن تمكين المستهلك من اتخاذ قرار شراء واعٍ وسليم، يعكس امتثالًا حقيقياً لمبادئ العقد القائم على موافقة مستنيرة بذلك توصلت الباحثة الى عدة نتائج وتوصيات.

أولا : النتائج

1- القانون الفلسطيني لم يضع تعريف واضح لالتزام الاعلام بالتبصير، ولكن يمكن استنتاجه من خلال النصوص القانونية.

2- بالرجوع الى الخصائص التي تم ذكرها في البحث توصلت الى انها ليست رابطة قانونية فقط وليس واجب أخلاقي فقط بل يمكن إضافة الكثير من الخصائص بشكل موسع.

3- الالتزام بالإعلام والتبصير ذو طبيعة قبل التعاقدية بحيث انه بتشابك مع التشريعات الحديثة في حماية المستهلك.

4- يمكن اثراء شروط الالتزام بالإعلام والتبصير بإضافة عناصر وشروط الزامية اللغة العربية الواضحة والبسيطة والتناسب بين طبيعة المنتج ودرجة الاعلام المطلوبة، وجوب الاعلام في جميع المراحل العلاقة التعاقدية، التمييز بين الاعلام الالزامي والاعلام الاختياري، والتحديث المستمر للمعلومات المقدمة لحماية المستهلك.

5- ترتب المسؤولية المدنية سواء التعاقدية والمسؤولية التقصيرية جزاء الإخلال بالتزام الاعلام والتبصير.

6- الالتزام بالاعلام يرتب نتيجة بصورتيه العقدية والسابقة للتعاقد وذلك لتحقيق نتيجة التوازن بين اطراغ عقد الاستهلاك.

7- يترتب نتيجة اخلال المزود باعلام المستهلك حق المستهلك بفسخ العقد، المطالبة بالتعويض نتيجة للاضرار.

ثانيا : التوصيات

1- تعديل القانون أو إصدار لائحة تنفيذية تُفصّل مفهوم الإعلام، نطاقه، وشروطه، بما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في حماية المستهلك.

2- إصدار تشريع فلسطيني خاص لمزودي الخدمات لتبصير المستهلكين قبل التعاقد.

3- العمل على انشاء خطوات جديدة لزيادة وعي وتثقيف الفئة المستهدفة حول حقوقهم ووجباتهم، إضافة الى تعزيز الشفافية ومحاربة الغش والتدليس.

4- إعطاء دور موسع للقاضي في ضبط تطبيق التبصير خصوصاً عيوب الرضا كالغلط او الغبن الناتجة من نقص المعلومات.

5- يوصى ان يضع المشرع بتحديد مدة معقولة للرجوع او العدول عن السلعة اسوة بباقي الدول المقارنة.

6- تنظيم ورش عمل وندوات للمحاكم والجامعات حول مستجدات التبصير وزيادة ثقافة التبصير.

7- تشجيع نشر المقالات والأبحاث حول التبصير خاصة في العقود الحساسة كالطبية مثلاً.

8- دمج المبادئ المقارنة لإعداد نماذج مكملة لحماية المستهلك خاصة الاعلام والتبصير بشكل موسع أكثر.

الهوامش:

[1] غنيم، سيف، إعادة التوازن الى عقد الاستهلاك من خلال الالتزام بالإعلام، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، الجامعة العربية الامريكية، 2024، ص32.

[2] امحمد، زقاوي، الالتزام بالإعلام كألية وقائية لضمان سلامة المستهلك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي احمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيليت، 2022، ص5.

[3] الزعبي، علي، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013، ص47.

[4] علي، حمزة، الالتزام بالتبصير والاعلام في العقود، عقد العلاج الطبي والتعاقد الالكتروني نموذجاً، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية،2022، ص15.

[5] علبي، حمزة، مرجع سابق، ص121.

[6] غنيم، سيف، مرجع سابق، ص42

[7] زفاوي، مرجع سابق، ص6.

[8] غنيم، سيف، مرجع سابق، ص42.

[9] طهبوب، مدحت، الالتزام بالاعلام كمظهر من مظاهر حماية المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة القدس، 2024، فلسطين، ص 12.

[10] نصت المادة 121 "حق المساهمين بالحصول على معلومات والاطلاع على بيانات 1- على المدير أو مجلس إدارة الشركة بناءً على طلب أي من المساهمين أن يفصح للهيئة العامة في اجتماعها عن أي بيانات ذات علاقة بأي ظروف قد تؤثر على تقييم أي مسألة مدرجة في جدول الأعمال، أو يكون لها أثر في تقييم الوضع المالي للشركة، وإذا كانت البيانات المطلوبة غير متوفرة أثناء اجتماع الهيئة العامة، يجب توفيرها خلال أسبوعين من تاريخ الاجتماع.2- يجب إتاحة الفرصة لمساهمي الشركة أو وكلائهم بمراجعة حسابات الشركة ووثائقها، والحق بتوجيه الأسئلة بالقدر الضروري لتمكين المساهم من تقييم الوضع المالي للشركة أو تقييم مسألة محددة.3- يجوز للمدير أو مجلس إدارة الشركة حسب مقتضى الحال أن يرفض الإفصاح عن وثيقة معينة، أو يزود معلومات من شأنها أن تشكل مخالفة لأحكام القانون أو إلحاق ضرر جسيم في الشركة 3- .إذا رفضت الشركة اطلاع المساهم على وثائق محددة أو تزويده بمعلومات وفقًا لأحكام الفقرتين(1) و (2) من هذه المادة، يحق للمساهم تقديم طلب بهذا الخصوص للمحكمة المختصة، وللمحكمة في حال عدم وجود أسباب معقولة للرفض أن تقرر إلزام الشركة تزويد المساهم بالمعلومات، أو اطلاعه على الوثائق المطلوبة.5- يجب أن يتضمن النظام الداخلي للشركة الطريقة التي يمكن من خلالها إتاحة الفرصة للمساهمين للاطلاع على وثائق أو طلب معلومات معينة، أو توجيه أسئلة ضرورية تمكنهم من تقييم الوضع المالي للشركة.6- إذا كانت الشركة تتبع لمجموعة من الشركات، فإن واجب تزويد المعلومات ينطبق أيضًا على علاقة الشركة بالشركات الأخرى ضمن المجموعة.

[11] نصت المادة (233) 1- يجب على إدارة الشركة الأم إعلام إدارة الشركة التابعة خطيًا فور حيازة السيطرة عليها أو التنازل عنها.2- يجب على الشركة التابعة أن تقوم بإعلام الشركة الأم دون تأخير بعدد الأسهم أو حصص العضوية وحقوق التصويت التي تملكها في الشركة الأم أو في أي شركات أخرى، فور تبلغها بسيطرة الشركة الأم عليها.

[12] نصت المادة (236)" حق الشركة الأم بالحصول على المعلومات من الشركة التابعة تملك إدارة الشركة الأم الحق في الحصول على أي معلومات من الشركة التابعة لها، إلا إذا كان من شأن ذلك أن يشكل مخالفة لأحكام هذا القانون أو أي تشريعات أخرى ذات علاقة تخضع لها الشركة التابعة أو كان تزويد المعلومات مضرًا بحقوق الغير".

[13] عقد العمل الفردي هو اتفاق كتابي أو شفهي صريح أو ضمني يبرم بين صاحب عمل وعامل لمدة محددة أو غير محددة أو لإنجاز عمل معين يلتزم بموجبه العامل بأداء عمل لمصلحة صاحب العمل وتحت إدارته وإشرافه، ويلتزم فيه صاحب العمل بدفع الأجر المتفق عليه للعامل.

[14] على كل صاحب عمل أن يوافي مكتب العمل الواقع في دائرة عمله ببيان شهري عن أسماء العمال وعددهم ووظائفهم وسنهم وجنسهم ومؤهلاتهم وأجورهم وتاريخ التحاقهم بالعمل والوظائف الشاغرة لديه.

[15] منشور على الموقع الالكنروني، قسطاس.

[16] منشور على الموقع الالكتروني، قسطاس.

[17] منشور على الموقع الالكتروني، قسطاس.

[18] منشور على الموقع الالكتروني، فسطاس.

[19] شاكر، حلا، اثر الالتزام بالإعلام في حماية الطرف الضعيف في عقود الإذعان، بحث دكتوراه، جامعة المنصورة، مصر،2021، ص19-20.

[20] نصت المادة 10 من قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005 "كون المزود النهائي مسؤولاً عن الضرر الناجم عن استخدام أو استهلاك المنتج المحلي أو المستورد الذي لا تتوافر فيه شروط السلامة أو الصحة للمستهلك أو عدم الالتزام بالضمانات المعلن عنها أو المتفق عليها، ما لم يثبت هوية من زوده بالمنتج وأثبت كذلك عدم مسؤوليته عن الضرر الناجم".

[21] علي، مرجع سابق، ص.79

[22] طهبوب، مدحت، مرجع سابق، ص11.

[23] علبي، حمزة، مرجع سابق، ص80.

[24] شندي، يوسف، دور القضاء في الإصلاحات التشريعية الحديثة في مجال العقود، المرحلة السابقة على التعاقد والالتزام بالإعلام، مجلة كلية القانون الكويتية، أبحاث المؤتمر السنوي الرابع، القانون أداة للإصلاح والتطوير،2017، ص.463

[25] الزعبي، علي، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2013، الأردن، ص.83

[26] نصت المادة 12 من قانون حماية المستهلك رقم 21 لسنة 2005"على بطاقة البيان يجب أن تدرج على بطاقة البيان باللغة العربية المعلومات التي تعتمدها مؤسسة المواصفات والمقاييس تبعاً لطبيعة كل سلعة ووفقاً لخصائصها".

[27] منشور على موقع قسطاس الالكتروني.

[28] مرتجى، رامي، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني، دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، 2017، غزة، ص.104

[29] حكم محكمة استئناف رام الله رقم 162 لسنة 2016 الصادر بتاريخ 15 حزيران 2016، منشور على الموقع الالكتروني قسطاس

[30] غنيم، مرجع سابق، ص.37

[31] الزعبي، مرجع سابق، ص.85

[32] عبد القادر، حمر، الالتزام بالتبصير المستنير الية حماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 3، المجلد، جامعة ابن خلدون، ص.635

[33] نصت المادة 17 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني "يجب إعلان السعر بالعملة المتداولة على وحدة البيع المعروضة للمستهلك بشكل مباشر عليها وإذا تعذر ذلك توضع بشكل بارز في مكان عرضها".

[34] شاكر، مرجع سابق، ص.13

[35] غنيم، مرجع سابق، ص49.

[36] وفي قرار لمحكمة النقض الفلسطينية رقم 501 لسنة 2019 الصادر بتاريخ 2019/12/1"ومن المتفق عليه فقهاً وقضاءاً انه متى ثبت الخطأ والضرر وكان من شان ذلك الخطأ ان يحدث عادة هذا الضرر فإن القرينة على توفر علاقة السببية بينهما تقوم لصالح المضرور، وللمسؤول نفي هذه القرينة بإثبات ان الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه".

[37] طهبوب، مرجع سابق، ص.61

[38] خيري، عبد الله، المسؤولية العقدية عن الاخلال بالحق في اعلام المستهلك بالمنتجات الخطرة، مركز جيل الأبحاث القانونية، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، 2016، ص.14

[39] علبي، مرجع سابق، ص.90

[40] نصت المادة 15 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني "على كل من يقوم بالترويج والإعلان للمنتجات أن يراعي توافق ما يعلن عنه وواقع مواصفات المنتجات المعلن عنها، ويجب ألا ينطوي ذلك الإعلان على خداع أو تضليل للمستهلك".

[41] نصت المادة 25 من قانون حماية المستهلك الفلسطيني "يجب أن تتوافر المواصفات التي حددها المزود أو تلك التي اشترط المستهلك خطياً وجودها في السلعة أو الخدمة المتفق عليها.

[42] طهبوب، مرجع سابق، ص.64

[43] خيري، مرجع سابق، ص.14

[44] حفيظة، بتقة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، رسالة ماجستير، جامعة اكلي محند اولحاج، البويرة، 2013، ص.107

[45] غنيم، مرجع سابق، ص.49

[46] نصت المادة 3 فقرة 7" التعويض بالتقاضي مباشرة أو بواسطة جمعيات المستهلك جماعياً لصون حقوقه وتعويضه عن الأضرار التي تكون قد لحقت به".

[47] حكم محكمة النقض الفلسطينية رقم 329 لسنة 2016 بتاريخ 2018/4/8، المشور على الموقع الالكتروني قسطاس.

[48] حكم محكمة النقض الفلسطينية رقم 20 لسنة 2011 الصادر بتاريخ 2012/3/12، منشور على موقع الالكتروني قسطاس.

[49] الدهان، عقيل، والساعدي، غني، الالتزام بالاعلام في العقد الالكتروني، العدد 5، ص215.

[50] طهبوب، مرجع سابق، ص73.

[51] شاكر، مرجع سابق، ص31.

[52] الدهان، والساعدي، مرجع سابق، ص216.

[53] طهبوب، مرجع سابق، ص74.

[54] علبي، مرجع سابق، ص47.

[55] علبي، حمزة، مرجع سابق، ص48

[56] الحكم رقم 338 لسنة 2018 الصادر عن محكمة النقض، بتاريخ 2018/5/30 منشور على موقع قسطاس الالكتروني.

[57] غنيم، مرجع سابق، ص49

[58] نصت المادة 3 فقرة 8 " إستبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها وكذلك استرداد المبالغ التي يكون سدادها لقاء خدمة في حال عدم مطابقتها لدى استعمالها بشكل سليم سواء المواصفات المتفق عليها أو المعمول بها أو للغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها".

[59] نص المادة 17 من الفصل الأول في الباب الثاني من قانون حماية المستهلك المصري، المادة 13 من الفصل الأول في الباب الثاني من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.

[60] طهبوب، مرجع سابق، ص

[61] نصت المادة 19 من قانون حماية المستهلك " يكون المزود مسؤولاً عن إصلاح أو استرجاع المنتجات المضمونة إذا تبين أن بها عيباً خلال مدة وشروط الضمان المتفق عليها مع المستهلك، وعليه استبدالها أو استرجاعها ورد ثمنها حسب رغبة المستهلك، ولا يجوز له الاتفاق على خلاف ذلك".

[62] نصت اللائحة رقم 13 لسنة 2009 (قرار مجلس الوزراء بشأن اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك لسنة 2009) المادة 20 الاتفاق عليها بين المزود والمستهلك.5. ضمان حق المستهلك في ارجاع السلعة والعدول عن البيع.

[63] غنيم، مرجع سابق، ص56.