Middle East Journal of Humanities and Cultural Studies
Homepage: http://meijournals.com/ar/index.php/mejljs/index
ISSN: 2710-2238 (PRINT)
ISSN: 2788-4686 (ONLINE)
مجلة الشرق الأوسط
للعلوم الإنسانية والثقافية
MESR
منار الشرق للدراسات والأبحاث
Manar Elsharq for Studies & Research

حماية المستهلك العراقي في عقود الشراء عبر الإنترنت بعد صدور قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠٢٤

م.د/ إبراهيم محي شهاب
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي،جامعة بلاد الرافدين
Ibraheemm@bauc14.edu.iq

استلام البحث:20-09-2026 مراجعة البحث :15-10-2026 قبول البحث:01-11-2026

الملخص

تميل المعاملات التجارية إلى تفضيل المحترفين نظرا لخبرتهم, ويتفاقم الأمر عند التعاقد عن بُعد, مما استلزم سن تشريعات خاصة لحماية المستهلك الإلكتروني, وتعتمد هذه الحماية على تضافر القوانين لسد الثغرات التي قد تؤثر على مصالح المستهلك المالية والاقتصادية, خاص ة بسبب تطور الإنترنت وافتقاره إلى التنوير ألمعلوماتي. وكما تظهر الحاجة إلى آليات جديدة لحماية المستهلك الإلكتروني, لأن الضمانات القانونية التقليدية (مثل الحماية من عيوب الإرادة والعيوب الخفية) غير كافية في سياق العقود الإلكترونية, هذا القصور ناتج عن طبيعة هذه العقود التي تختلف عن العقود التقليدية, مما يستدعي تطوير أساليب حماية مبتكرة تتوافق مع التطورات الرقمية في التجارة الإلكترونية. لذلك تعتبر المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت من أهم المشكلات المعاصرة, فمع التطور التكنولوجي أصبح المستهلك ضحية الدعيات التي تصاحب عرض السلع و الخدمات, الشيء الذي يؤثر بشكل واسع على توجيهه مما يجعله يقع في غلط يضر بمصلحته, أو قد يُمس بخصوصياته. لهذا فقد صدرت في سبيل توفير ضمانات للمستهلك المتعاقد عبر الإنترنت, عدة قوانين وطنية, هذا كله من أجل تعزيز ثقة هذا المستهلك من جهة, وتشجيعاً للتجارة الإلكترونية من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: المعاملات, العقود, المستهلك, التجارة, الإلكترونية.

Abstract:
Commercial transactions tend to favor professionals due to their expertise - a situation further exacerbated in the context of remote contracting. This has necessitated the enactment of specific legislation to protect online consumers. Such protection relies on a cohesive legal framework designed to close loopholes that could jeopardize a consumer's financial and economic interests - a need made more pressing by the rapid evolution of the internet and a general lack of consumer awareness regarding digital information. Furthermore, there is a clear need for new mechanisms to safeguard online consumers, as traditional legal guarantees (such as protections against defects in consent or hidden defects) prove insufficient for electronic contracts. This inadequacy stems from the fundamental differences between electronic and traditional contracts, requiring the development of innovative protective measures that align with the digital advancements in e-commerce. Consequently, online transactions have emerged as a significant contemporary issue; technological progress has left consumers vulnerable to advertising tactics accompanying the presentation of goods and services—tactics that can heavily influence consumer choices, leading them into errors that harm their interests or compromise their privacy. To address this, various national laws have been introduced to provide safeguards for consumers engaging in online contracts, with the dual objective of bolstering consumer confidence and fostering the growth of e-commerce.
Keywords : Transactions- Contracts- Consumer- Commerce- Electronic.

المقدمة :

أن التقدم العلمي والتكنولوجي الهائل في مجال المعلوماتية كان له الأثر الواضح في مختلف جوانب الحياة, لاسيما النشاط التجاري, فظهر نمط جديد للتعاقد باستعمال وسائل الكترونية تتسم بالسرعة ليتعدى التعامل بها النطاق المحلي إلى الدولي, ومن خلال العقد الإلكتروني الذي يعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على رواج التجارة الإلكترونية, والذي يمثل ترجمة قانونية لتلقي الإرادات بين المهني من ناحية والمستهلك الإلكتروني من ناحية أخرى, أصبح بإمكان الأخير حالياً التسوق دون تنقل أو إجراء تعاملت شخصية, والحصول على كل ما يريده بدخوله على الموقع الإلكتروني, وقراءته لشروط التعاقد, ومقارنة الأسعار, ورؤية المبيع المجسد في صور ورسومات معروضة من خلال الكتالوج الإلكتروني, فيتقدم بطلب الحصول

على السلعة أو الخدمة, ويتم تسليم المبيع له أما الكترونياً من خلال برنامج معلوماتي, أو يدوياً من خلال المهني أو مندوب عنه, وبذلك يتيح هذا التعاقد للمستهلك الإلكتروني التجول عبر المواقع الالكترونية وانتقاء أفضل العروض, لكن رغم ما يوفره هذا التعاقد من الجهد والمال والوقت, إلا أنه ينطوي على عديد من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك عندما يقدم على التعاقد, كالمخاطر التي تنجم عن الإعلانات التجارية الإلكترونية وما ينجم عنها من وقوع المستهلك الإلكتروني ضحية إعلان خادع سواء أكان بالكذب أم بالتضليل, فضل عن ذلك فأنه يتعاقد بشأن منتجات لا يراها سوى خلف شاشة حاسوبه, وحتى وإن وضعت صوراً لها من خلال الكتالوج الإلكتروني ليراها المستهلك.

وحيث أن القصور التقليدي للنظرية في مواجهة التطور التكنولوجي أدى لظهور قوانين جديدة لحماية المستهلك الضعيف في التجارة الإلكترونية, خاصة مع تعقد المعاملات عبر الإنترنت, مما استلزم تشريعات تعالج تحديات مثل الشروط التعسفية, وحماية البيانات, وتضمن حقوق المستهلك في البيئة الرقمية, حسبما تشير الأبحاث القانونية. فالتطور التكنولوجي الحديث في مجال الاتصالات والمعلومات أسهم في دخول الأجهزة الالكترونية الموصولة بشبكة الانترنت في الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء, وهو ما أثر أيضا على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية سواء من حيث الاتفاق المنشأ لها, أو من حيث طريقة الوفاء لالتزامات القانونية المترتبة عليها.وعلى الرغم من أهمية الموضوع إلا أن المشرع العراقي لم يتناوله بالتنظيم القانوني.

أولاً : أهمية البحث :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية المستهلك, كونه أساس وجوهر أيّ معاملة إلكترونية, وباعتباره الطرف الضعيف في التعاقد, الأمر الذي يستدعي البحث عن دور الرؤية الإلكترونية في حمايته, بتوفير القدر اللزام من الحماية التشريعية التي بواسطتها يمكن الحصول على مبيع مطابق للرؤية الإلكترونية من خلال منحه خيار التحلل من العقد, وتبصيره بحقوقه في حال تعاقده الكترونياً, مع ضرورة احترام تلك الحقوق وهذا ما يؤدي إلى زيادة الإقبال على هذا التعاقد وزيادة الإنتاج والمبيعات, ومن ثم زيادة الربح, وكما أن نلحظ هناك وجود فراغ تشريعي في النظام القانوني العراقي ينظم التعاقد عن بعد, ويتضمن الحماية القانونية للطرف الضعيف وهو المستهلك الإلكتروني.

ثانياً : أهداف البحث :

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة لرسم الخُطى أمام المشرع العراقي عند تصديه لتنظيم قوانين خاصة بالاستهلاك الإلكتروني لمحاولة استيعاب مستجدات التعامل به, ولتلبية تطلعات المستهلكين في هذا المجال, أو مل الفراغ التشريعي في المنظومة القانونية العراقية من خلال تشجيع تحديث القوانين العراقية, خاص ة قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2012 النافذ, ليتضمن أحكاماً تجيز وتنظم إمكانية ممارسة خيار الرؤية الإلكترونية, لاسيما وأن العراق يشهد حالة من الانفتاح التجاري على كافة الأصعدة, ومنها التعاقد الالكتروني, وهذا ما يؤدي إلى زرع الثقة والطمأنينة في مثل هذا النوع من التعاقدات وعدم التخوف منها.

ثالثاً : مشكلة البحث :

تقوم إشكالية البحث على بيان مدى الحماية القانونية التي توفرها الرؤية الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني الذي يتعاقد عن بعد من دون رؤية مادية للمبيع قبل الشراء , ولعل الإشكالية الأساسية التي يدور حولها موضوع البحث, وعلى ذلك لابد من الإجابة عن التساؤلات الآتية: إذا كانت الحماية مقررة للمستهلك الإلكتروني كونه الطرف الضعيف الجدير بالحماية في مواجهة المهني, فما مفهوم المستهلك الإلكتروني؟ وما موقف التشريعات من تحديدها لهذا المفهوم كأساس لتحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص؟ وما الأساس المعتمد من جانب التشريع العراقي في ضبط هذا المفهوم؟ وما شروط اكتساب هذه الصفة؟

رابعاً : منهجية البحث :

سنتبع في دراسة هذا البحث على المنهج التحليلي والمقارن, المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية التي تنظم أحكام المستهلك الإلكتروني, وسنعتمد على المنهج المقارن في بحثنا, متخذين من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2012 والقانون المدني العراقي رقم (22) لسنة 1951 المعدّل, بالمقارنة مع قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018 النافذ, كل هذا مِنْ أجل معرفة المواطن القصور في المنظومة التشريعية العراقية وجعلها دوماً في تجدد مستمر ومساير للتطور الاقتصادي.

خامساً : هيكلية البحث.

سوف يتم تقسيم الخطة إلى مبحثين. وعلى النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك الالكتروني.

- **المطلب الأول:** مفهوم المستهلك الإلكتروني.
- **المطلب الثاني:** التعريف بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

المبحث الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

- **المطلب الأول:** المبررات النظرية لحماية المستهلك الإلكتروني.
- **المطلب الثاني:** المبررات العملية لحماية المستهلك الإلكتروني.

الخاتمة:

المبحث الأول : ماهية حماية المستهلك الالكتروني

يعتبر المستهلك الإلكتروني من أهم محاور ازدهار التجارة الإلكترونية, فهو الركيزة الأساسية لهذه التجارة وبدونه باعتباره أهم أطرافها لن تستمر, لذلك لا بدّ مِنْ أن يكون المستهلك في مأمن مِنْ استغلال حاجته الملحة للسلعة أو الخدمة, ووضع نظام جنائي يحقق كافة طموحاته, باعتباره الطرف الضعيف في التعاقد, ولن يتحقق ذلك إلا مِنْ خلال التطور التشريعي الذي يجب أن يأتي مواكب للتطورات الحديثة والتقدم الهائل في وسائل الاتصالات, والذي أدى إلى خلق نظم جديدة للتعاقد بعيدة عن الطرق التقليدية[1]، ولغرض الإحاطة بماهية حماية المستهلك الإلكتروني وإعطاء صورة واضحة عنها, لابدّ مِنْ التعرض ابتداء للمفهوم به, ومِنْ ثم الانتقال لبيان التعريف بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني. وبناء على ذلك سوف نقسم هذا المبحث إلى مطلبين, نتناول في المطلب الأول مفهوم المستهلك الإلكتروني, ونبين في المطلب الثاني التعريف بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني, على النحو الآتي:

المطلب الأول : مفهوم المستهلك الإلكتروني

الغرض بيان مفهوم المستهلك الإلكتروني, لابّد مِنْ عرض التعريف الاصطلاحي له ويكون ذلك من خلال بيان موقف الفقهاء من تعريفه, وكذلك بيان موقف الفقه القانوني منه, فض ل عن موقف التشريع المقارن, كما يجب تسليط الضوء على شروط اكتساب هذه الصفة, لذا فأنه لابد من تقسيم هذا المطلب على فرعين, نبين في الفرع الأول تعريف المستهلك الإلكتروني, وفي الفرع الثاني سنبين شروط اكتساب هذه الصفة, كالآتي:

الفرع الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني

إن تعريف المستهلك الإلكتروني يُعد أمرا ضرورياً مِنْ أجل الدخول في موضوع بحثنا, وهذا يتطلب منا بيان التعريف التشريعي الخاص به, والوقوف على ما قيل مِنْ أراء فقهية في تعريفه, وذلك مِنْ خلال البنود الآتية وهي:

أولاً : تعريف المستهلك الإلكتروني فقهاً :

يجمع الفقه على أن المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي, إلا أن الفرق يُكمن في وسيلة التعاقد, ويترتب على ذلك أن للمستهلك الإلكتروني كافة الحقوق التي يتمتع بها المستهلك التقليدي مع مراعاة خصوصية أن عقده يتم بوسيلة إلكترونية[2]، فقد أختلف الفقهاء في تعريف المستهلك الإلكتروني ,فقد عرف البعض المستهلك الإلكتروني بأنه (هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويتسلمها مادياً أو حكمياً سواء بمقابل أم بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية[3]، كما عرفه البعض الأخر بأنه (كل من يتعاقد بواسطة وسائل الاتصال الحديثة للحصول على السلع والخدمات لاستعمالها خارج نطاق مهنته)[4]، وكذلك عرفها البعض الأخر من

---

(1) د.أحمد عبد العزيز محمد سليمان, حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني, بحث منشور في مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية, كلية الحقوق, جامعة دمياط, العدد11, الجزء1, 2025, ص288 وما بعدها.

(2) د.عبد الحق حميش, حماية المستهلك الإلكتروني, بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون, كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي, جامعة الإمارات العربية المتحدة, المجلد3, 2023, ص 1269, د.عبد الفتاح بيومي حجازي, حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت, ط1, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية ,2026, ص8.

(3) د.خالد ممدوح إبراهيم, حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعية الجديدة, الإسكندرية ,2027, ص26.

(4) د.طارق كميل, حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث, الجامعة العربية الأمريكية, فلسطين, مجلد(0), عدد (0), 2012, ص68.

الفقه بأنه (ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وأصلحها)[5]، وأيضاً عرفها بعض الفقهاء بأنها (كل شخص طبيعي أو اعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الإلكترونية من أجل الحصول على السلع والخدمات الإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية, أو احتياجاته المهنية خارج نطاق تخصصه)[6].

من خلال ما تقدم، يمكن للباحث أن يعرف المستهلك الإلكتروني بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم عقداً بأحد الوسائل الإلكترونية لغرض الحصول على المنتجات المختلفة من سلع وخدمات تلبية لاحتياجاته أو احتياجات عائلته).

ثانياً : تعريف المستهلك الإلكتروني قانوناً :

إذا كان المستهلك بصفة عامة, هو أي شخص يقتني مواد استهلاكية بمختلف أنواعها من منتجات وخدمات بهدف التغذية أو لغرض منزلي أو شخصي أو للاستفادة من خدماتها في مجالات الحياة المختلفة, إلا أن وضع تعريف قانوني للمستهلك ليس بهذه السهولة, وخصوصاً إذا أخذنا في الاعتبار نوع التقنية المستخدمة في المعاملات التجارية الإلكترونية بين المستهلك والمهني[7]، وعلى الرغم من أهمية تحديد مصطلح (المستهلك الإلكتروني)، إلا أن معظم التشريعات الخاصة بالتجارة والمعاملات الإلكترونية أغفلت التعرض له[8]. فأن المشرع العراقي فأنه لم يتناول مصطلح المستهلك الإلكتروني بالتنظيم ضمن القوانين الخاصة كقانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2212, على الرغم مِن أنّه نضم المعاملات التي تتم بوسيلة الكترونية في المادة الأولى منه.

إلا أن المشرع العراقي اتجه إلى وضع تعريف للمستهلك في قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2212 النافذ, إذ نصت المادة (1/ف5) منه على أن المستهلك هو (الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الإفادة منها)[9].

أما المشرع المصري فقد عرف حماية المستهلك ,حسب نص المادة (1/ف2) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2226 بأنه (كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التصرف أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص)، نستنتج من هذا التعريف أنه حصر وبشكل واضح وصريح صفة المستهلك على الشخص السوي بدليل عبارة "الإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية", ومثل هذه الاحتياجات لا يسعى إليها إلا الشخص الطبيعي لتمكنه من مواصلة عيشه, على خلف الشخص المعنوي الذي لا يحتاجها لمواصلة نشاطه, ووفقاً لهذا

(5) د.جعفر سعدي, د.محمد على دشه, أخلاقيات التجارة الإلكترونية ودورها في حماية المستهلك الإلكتروني, بحث منشور في مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, الجزائر, المجلد2, العدد1, 2218, ص17.

(6) د.علي رشيد محمود المشهداني, د.أكرم فاضل سعيد قصير, أثر حماية المستهلك الالكتروني على قانون الإدارة في التجارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي, دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة كلية الحقوق, جامعة النهرين, المجلد23, العدد3, 2021, ص59, د.كوثر سعيد عدنان خالد, حماية المستهلك الإلكتروني, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2012, ص81.

(7) د.خالد ممدوح إبراهيم, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, ط1, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2028 , ص22.

(8) د.كوثر سعيد عدنان خالد, حماية المستهلك الإلكتروني ,المصدر السابق, ص76.

(9) قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2212, المنشور في جريدة الوقائع العراقية, بالعدد 2123 في 2021/2/8.

المفهوم لا يُعد الشخص الذي تقدم إليه المنتجات المتعلقة بنشاطه المهني مستهلك ا, لأن الشخص الذي يبرم تصرفات تدخل ضمن نشطه المهني تتوافر لديه الخبرة الكافية لحمايته من الغش والخداع[10].

من خلال ما تقدم، يلحظ أن المشرع العراقي أغفل تنظيم مصطلح المستهلك الإلكتروني, بالرغم من كثرة التطبيقات العملية في هذا المجال هذا من جهة, ومن جهة أخرى فأنه عرف المستهلك من خلال الهدف الذي يسعى إليه, وليس من خلال الوسيلة المستخدمة في التعاقد, والتعريف بالمستهلك الإلكتروني يقوم على أساس هذه الوسيلة, وكان الأجدر به تنظيم أحكامه في نصوص قوانينه, ومِنْ دواعي الحاجة إلى ذلك, أنه يسهم في توفير حماية خاصة للمستهلك ضد المخاطر التي مِنْ الممكن أن يتعرض لها عند التعاقد الكترونياً, لذا عليه أن يحذو حذو المشرع الجزائري في تعريفها للمستهلك الإلكتروني.

الفرع الثاني : شروط اكتساب صفة المستهلك الإلكتروني

مِنْ خلال هذا يمكن تحديد الشروط الرئيسية التي أجمعت عليها التشريعات, والفقه لاكتساب صفة المستهلك الإلكتروني, وسوف نوضع هذه الشروط مِنْ خلال البنود التالية.

وكما يلي :

أولاً : من حيث الموضوع : أن موضوع تعاقد المستهلك مع المهني هو الحصول على سلعة أو خدمة من أجل استهلاكها. ويعد هذا الشرط من الشروط الجوهرية التي لا بد من توافرها لاعتبار الشخص مستهلكا. فالمستهلك عندما يعتمد إلى استهلك السلعة متى كانت قابلة للمستهلك الفوري, أو التي يستعملها عندما يكون استهلاكها على التراخي[11]، لابدّ مِنْ أن يكون هدفه في الحالتين هدف شخصي وليس مهني. مِنْ ثم يكون مستهلكاً كل شخص لا يمارس اختصاصاً مهنياً من وراء تعاقده سواء تم هذا التعاقد عبر الإنترنت أم خارجه, وعليه فكل مهني يتعاقد خارج نطاق اختصاصه بعد مستهلكا تجب له الحماية القانونية[12]. وحيث أن لفظ الاستهلاك في مجال المعاملات الإلكترونية يشمل ك ل من السلع والخدمات التي يتسلمها المستهلك مادياً أو معنوياً, وحيث أن المشرع العراقي نص على السلعة في المادة (1/ثانياً) من قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2212 على أنه (كل منتج صناعي أو زارعي أو تحويلي أو نصف مصنع أو مادة أولية أو أي منتج آخر ويمكن حسابه أو تقديره بالعد أو الوزن أو الكيل أو القياس يكون معد للمستهلك). لذلك فأن السلع في المنتجات المادية التي يمكن لمسها كالأجهزة والملبس, وهناك سلع أخرى رقمية التي يتم تسليمها الكترونياً للمستهلك, مثل برامج الحاسب[13].

---

(10) أسامة أحمد بدر, حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة, دار النهضة العربية, القاهرة, دون سنة نشر, ص76, د.عبد الذيب عبد المحمود, حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, جامعة النجاح الوطنية, فلسطين, 2029, ص11.

(11) د.خالد عبد الفتاح محمد خليل, حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص, دار النهضة العربية, القاهرة, 2022, ص17.

(12) د.محمد الحسني, حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص, دار النهضة العربية, القاهرة, 2013, ص29.

(13) يعتبر مجال بيع برامج الحاسب وغيرها من المنتجات الرقمية من أنجح تطبيقات التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت , سوا ء في تجارة مؤسسات الأعمال مع بعضها, أم في تجارة مؤسسات الأعمال مع المستهلكين نظرا للطبيعة الإلكترونية لهذه المنتجات والتي تجعل بالإمكان تسليمها للمستهلك عن طريق الإنزال أو التحميل من خلال شبكة الإنترنت. أنظر: د.هشام مخلوف, د.محمد وجدي يوسف, د.سمير إسماعيل السيد, التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية الحاضر وأفاق المستقبل, مكتبة المعهد العالي للدراسات التكنولوجية المتخصصة, القاهرة ,2211, ص227.

أما الخدمة تعرف بأنها (العمل أو النشاط الذي تقدمه أي جهة لقاء أجر أو بدونه بقصد الانتفاع منه)، وهذا ما نصت عليه المادة (1/ثالثاً) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2212. مِنْ أبرز خصائص الخدمة أنها قد تكون ذات طبيعة مادية مثل الخدمات التي تؤديها شركات النظافة للمستهلك, أو قد تكون ذات طبيعة ثقافية كالخدمات التي تؤديها المكاتب الهندسية والاستشارات القانونية والطبية, أو خدمات ذات طبيعة مالية كالتأمين والقرض, وهذا ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة, حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب, وقد يستغل البائعون ذلك للتهرب من سداد الضرائب والجمارك, لعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية[14].

ثانياً : من حيث الأطراف. حتى تكون بصدد عقد الاستهلاك الإلكتروني يجب أن يكون أحد طرفيه مستهلك إلكتروني والآخر مهني, حيث يؤدي وجود هذين الطرفين إلى وجود اختلل في التوازن في العلقة العقدية مما يبرر حماية المستهلك, أما العقود المتكافئة بين المستهلكين فقط, فل يوجد مبرر لهذه الحماية[15]. عليه فأن العقود التي تكون بين مستهلكين أو مهنيين تخرج من نطاق الحماية المقررة للمستهلك بكونه الطرف الضعيف في العقد, فعلى سبيل المثال إذا تم إبرام عقد بيع بين مستهلكين اثنين بنا ء على إعلانات صغيرة بين الأفراد, فأن العقد في هذه الحالة لا يمكن اعتباره عقد استهلكي لكون الطرف الآخر فيه ليس مهنياً[16]. لذلك نلحظ بأن المستهلك الإلكتروني يتمتع بسمات عندما يكون طرفاً في عقد الاستهلاك الإلكتروني, فتتمثل بما يلي:

1- تجدد وتطور حاجات ورغبات وأذواق المستهلك الإلكتروني باستمرار , وهذا ناجم عن التطور والتجدد في المنتجات التي يطرحها البائعين المتنافسين عبر شبكة الإنترنت, إذ يجري طرح تشكيلة كبيرة جداً من المنتجات, وهذا ما يؤثر على المستهلك الإلكتروني ويجعله يسعى باستمرار للحصول على أفضل المنتجات من حيث الجودة والسعر والتسليم.
2- التطور المستمر في سلوك المستهلكين الإلكترونيين وتوجههم نحو ممارسة الأعمال الإلكترونية, فالمستهلك كان يتخوف من هذه الأعمال بالأمس, أما اليوم فأنه أصبح يمارس الصفقات التجارية الكبيرة والصغيرة عبر الإنترنت دون التخوف الذي كان مسيطرا على سلوكه مع بداية نشوء الأعمال الإلكترونية[17]. كما يشترط في المستهلك لكي يضفي عليه وصف المستهلك الإلكتروني شروط منها, أن يكون المستهلك طرف أنهائياً في عملية الإنتاج , فالأخيرة تمر بمراحل عدة, ويأتي دور المستهلك في المرحلة الأخيرة من مراحل الإنتاج المتمثلة بسلسلة توزيع السلع والخدمات التي يحصل عليها لغرض إشباع حاجاته الشخصية, وتبعاً لذلك فأنه لا يعد مِنْ يقوم بشراء أشياء مِنْ أجل إعادة بيعها مستهلكاً, وهذا ما يؤيده المادة (5/أو لا) من قانون التجارة العراقي رقم (32) لسنة 1982 المعدّل, إذ اعتبر هذا القانون الشراء مِنْ أجل البيع عم ل تجارياً ومن ثم يكون الغرض من وراء ذلك تحقيق الربح, وليس تحقيق غرض شخصي, وتبعاً لذلك يكون تداول السلعة مستمراً ولا يعد المشتري في هذه الحالة مستهلكاً, ويصدق الشيء نفسه على

(14) د.خالد ممدوح إبراهيم, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, المصدر السابق, ص21.
(15) خالد عبد الفتاح محمد خليل, حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص, المصدر السابق, ص27.
(16) محمد الحسني, حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص, المصدر السابق, ص32.
(17) د.يوسف أحمد أبو قارة, التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت, ط2, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن, عُمان, 2028, ص216, 218.

استئجار المنقولات بقصد تأجيرها مرة أخرى[18]، كما ويشترط أيضاً أن يكون المستهلك قد أبرم العقد أثناء عمله, ورفض الخضوع للإذعان حيث قرر هذا الشرط وفق القانون نصوص العقد الجائرة[19].

ثالثاً : من حيث الوسيلة : أن تعاقد المستهلك عبر الإنترنت يُعتبر من قبيل المعاملات الإلكترونية[20]، نظرا للوسيلة والبيئة التي يتم عبرها التعاقد, وهذا ما يضفي عليه وصف المستهلك الإلكتروني, ويُلزم بتوفير حماية أضافية للمستهلك الإلكتروني, فوصف الإلكتروني هذا هو وصف طبيعة العقد المبرم بين الطرفين, وليس وصفاً للمستهلك الذي هو عاد ة يكون أما شخص طبيعي أو معنوي, إذ لا يوجد شخص إلكتروني كما يذهب البعض[21].

الإنترنت هو الوسيلة الإلكترونية[22]، الأحدث من الوسائل الأخرى القائمة على التقنيات الإلكترونية, والتي تستعمل أجهزة الكمبيوتر ذات البنية الإلكترونية المعقدة الموصولة عبر شبكات الاتصال, إما عن طريق الأقمار الصناعية أو عن طريق خطوط الهاتف, وهذه الشبكات تعتمد على تقنيات تكنولوجية مبنية على وصلت سلكية أو لاسلكية ذات رموز رقمية تشكل بيانات سمعية أو صوتية أو أرقام أو أحرف[23].

من خلال ما تقدم نلحظ، إن المستهلك الإلكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم تصرفات قانونية بأحد الوسائل الإلكترونية للحصول على سلع وخدمات تلبي احتياجاته واحتياجات عائلته, فالوسيلة الإلكترونية هي التي تضفي على المتعاقد وصف المستهلك الإلكتروني, وتفرض وجوب استحداث حماية إضافية له.

المطلب الثاني : التعريف بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

رغم المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية والتي تزيد الإقبال عليها, إلا أنه نتج عنها مخاطر عديدة تتمثل بالضغط على المستهلك المحاولة إغرائه وإقناعه بالتعاقد عبر شبكة المعلومات الدولية, من خلال الإعلانات التجارية التي يتلقاها عبر الشبكة, والتي تؤدي إلى خداعة بالسلع والخدمات المعلن عنها والمرسلة إليه دون رغبة منه, إذ يصاحب عرض هذه السلع والخدمات عبر الإنترنت عادة الكثير من المبالغة في الدعاية, وهذا ما يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك, فقد يوقعه في مغالطة تضر بمصالحه, وقد تمس بخصوصياته[24]، مِنْ هنا يتحتم علينا تعريف هذه الحماية, وبيان خصائصها, لذلك سنقسم هذا المطلب إلى فرعين, وكالآتي:

الفرع الأول : تعريف حماية المستهلك الإلكتروني

أن مصطلح حماية المستهلك من المصطلحات الحديثة نسبياً والتي ظهرت مع تحول غالبية الدول إلى ما يسمى باقتصاد السوق, وظهور جمعيات ومنظمات تدافع عن حقوق المستهلك وتنشر الوعي بين أفراد المجتمع, ولبيان تعريف حماية

(18) د.فراس جبار كريم, أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة أهل البيت (عليهم السلم)، جامعة أهل البيت (عليهم السلم)، العراق, العدد 23, 2018, ص258.

(19) د.علي مطشر عبد صاحب, حماية المستهلك في التعاقد, بحث منشور في مجلة العلوم القانونية, جامعة بغداد, المجلد 27, العدد1, 2012, ص267.

(20) المعاملات الإلكترونية نصت عليها المادة (1/ف6(من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2212, هي (الطلبات والمستندات والمعاملات التي تتم بوسائل الكترونية).

(21) د.علاء الدين محمد ذيب عبابنة, دراسات في قانون التجارة الإلكترونية البحريني والمقارن, ط1, منشورات جامعة العلوم التطبيقية, المنامة, دون سنة نشر, ص7.

(22) عرفت المادة (1/ف7) من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012 الوسيلة الإلكترونية هي (أجهزة أو معدات أو أدوات كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو كهرومغناطيسية أو أية وسائل أخرى مشابهة تستخدم في أنشاء المعلومات ومعالجتها وتبادلها وتخزينها).

(23) د.جليل الساعدي, مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت, مكتبة السنهوري, العراق, بغداد, 2028, ص33.

(24) د.خالد ممدوح إبراهيم, أمن المستهلك الإلكتروني, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2028, ص32.

المستهلك الإلكتروني س وف نوضح مفهومه, من الناحية القانونية والاصطلاحي, من خلال البنود التالية. وذلك على النحو التالي:

أولاً : التعريف القانوني : أن حماية المستهلك ليست بالفكرة الحديثة عن التشريعات الوضعية, بل هناك كثير من التشريعات المختلفة التي اهتمت بتوعية المستهلك وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود وأغلب التشريعات الخاصة بحماية المستهلك تتسم بالطبيعة الآمرة وتتعدد مجالات تطبيقها. فبعضها يتعلق بتأمين المعاملات الإلكترونية في مجال الوفاء والتسليم والإثبات, وأخرى تتعلق بحماية البيانات الشخصية للأفراد والمتعاملين, والبعض الآخر يتعلق بمجال الدعاية والإعلان عن السلع والخدمات بصفة عامة, وبعضها يتعلق بالمنتجات (كالأدوية) بصفة خاصة, وغيرها مِنْ المجالات[25]، فأن المشرع العراقي فقد عرف حماية المستهلك في المادة (1/رابعاً) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2212, بأنه (الحفاظ على حقوق المستهلكين ومنع الضرر عنهم). على الرغم من اهتمام المشرع العراقي بالمستهلك ,بإصداره القانون رقم (1) لسنة 2212 الذي حدد أهدافه في المادة (2) منه[26]، إلا أن هذا الاهتمام لم يكن بالمستوى المطلوب, وحيث أن هذا القانون يشوبه الكثير من النقص, وعلى الرغم من تعريفة لمصطلح (حماية المستهلك)، إلا أن بعض القواعد المقررة فيه لا تلبي الحاجة لحماية المستهلك الإلكتروني, الذي يبرم عقد استهلكي عبر شبكة الانترنت, لذا فأن حاجة المستهلك الإلكتروني لحماية قانونية خاصة تفرض نفسها, خاصةُ في ظل اقتصار القانون الحالي على المستهلك التقليدي, وهذا لا يتحقق إلا باستحداث قوانين الحماية المستهلك الإلكتروني, أو تعديل ما هو موجود ليتماشى مع التطورات التي مست العقود, والتي مِنْ شأنها أن تحمي المستهلك من السياسات والممارسات المضللة والمخادعة للتصرفات التجارية غير المنصفة التي تتم عبر الانترنت.

ثانياً : التعريف الاصطلاحي : فقد أختلف الفقه في تعريف حماية المستهلك, حيث عرفه البعض من الفقه بأنه (كل المجهودات التي تتصف بالاستمرارية والتنسيق فيما بين كل من المستهلكين والجهاد الحكومية المعنية, للوصول إلى حماية المستهلك والدفاع عنهُ, تجاه كافة المؤسسات التجارية والزراعية والصناعية التي تقدم السلع والخدمات التي تشبع رغباتهم)[27]، كما عرفه البعض الآخر من الفقه بأنها (الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايتهُ من الغش والاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز أحياناً الأدوات التقليدية في الواقع[28]، وكذلك عرفها البعض الآخر بأنها (حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها في تعاملاته

(25) د.محمد حسين منصور, المسؤولية الإلكترونية, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2027, ص113.

(26) ينظر: المادة (2) من قانون حماية المستهلك العراقي حيث نصت على أنه (يهدف هذا القانون إلى : أولاً : ضمان حقوق المستهلك الأساسية وحمايتها من الممارسات غير المشروعة التي تؤدي إلى الأضرار به. ثانياً : رفع مستوى الوعي الاستهلاكي. ثالث ا: منع كل عمل يخالف قواعد استرداد أو إنتاج أو تسويق السلع أو ينتقص من منافعها أو يؤدي إلى تضليل المستهلك).

(27) د.عبد العزيز محمود عبد العزيز, حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق في الفترة ما بين 1979 – 1998, الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 2028, ص26.

(28) د.عبيب محمد, د.بوارس محمد, حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالجزائر على ضوء القانون (18– 25) المتعلق بالتجارة الإلكترونية, بحث منشور في المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة أحمد بن يحي الونشريسي, تيسمسيلت, المجلد13, العدد2, 2021, ص132.

التجارية الإلكترونية[29]، نلحظ من خلال هذه التعاريف أعله, أنه يركز على الهدف من حماية المستهلك الإلكتروني وهو ضمان حصوله على حقوقه في التعاملات التجارية الإلكترونية, وحمايته من الغش والاحتيال, وهذا ما يمثل جوهر الحماية.

ومن خلال ما تقدم، يمكن للباحث أن يعرف حماية المستهلك الإلكتروني بأنها (تشريع نصوص قانونية لإقرار حقوق المستهلك الإلكتروني, وضمان حصوله عليها, وحمايته من المخاطر التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية).

الفرع الثاني : خصائص حماية المستهلك الإلكتروني

يتميز مفهوم حماية المستهلك سواء أكان مستهلكاً تقليدياً أم الكترونياً بمجموعة من الخصائص, انتهى إليها التطور المصاحب لهذا المفهوم, خاصة في الدول المتقدمة, حتى تؤتي ثمارها المتمثلة بتوفير حماية فعالة ومتكاملة للمستهلك, من هذه الخصائص ما يأتي:

أولاً : من حيث الموضوع : أن موضوع حماية المستهلك بأبعاده المختلفة يتماشى مع مفردات العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية, إلا أنه يظل لها ذلك الطابع من العمومية[30]. كما يجب أن تكون هذه الحماية شاملة, لجميع تعاملت المستهلك دون تفرقة بين مجال وآخر, أو بين مرحلة وأخرى[31].

بما أن حماية المستهلك الإلكتروني تتطلب استقراء الأوضاع القانونية التي تشكل في مفهومها مناخاً ملتئماً يعطي للمستهلك الأمان الذي يمكنه مِنْ أن يُمارس جميع تعاملاته وهو مطمئن لوجود حماية قانونية تقيه من مخاطر المهنيين, وما يستخدمونه من ممارسات تضر بجموع المستهلكين, ولتوظيف هذه الحماية بصورة دقيقة, لابدّ مِنْ أن يكون لها نطاق معين يتم العمل ضمن حدوده, لذا فأن هذه الحماية تنحصر في عدة مجالات, منها الحماية المادية للمستهلك الإلكتروني, إذ يستأثر هذا المجال بقدر كبير من الأهمية, نظرا لنوع المصلحة المحمية[32].

ثانياً : من حيث الأشخاص. أن مناط التمتع بالحماية القانونية التي أقرتها قواعد قوانين الاستهلاك, هو كون المتعاقد (مستهلكاً)، بمعنى أن يتمتع بالحماية كل من ينطبق عليه وصف المستهلك بحسب التحديد الخاص بهذا المفهوم, دون تفرقة بين وظائف المستهلكين بحسب الوضع الاجتماعي أو الاقتصادي, أو بسبب الجنس أو اللون لأي منهم, فالجميع سواسية في الحماية[33].

كما يجب أن تتصف هذه الحماية بالعدالة في موازنتها لحقوق وواجبات ومصالح أطراف العلقة التعاقدية, لا أن تكون حماية جائرة فيها تعدي على الحقوق العادلة للطرف الآخر (المهني)، لأن مثل هذا التعدي فيه إضرار بمصلحة المستهلكين

(29) د.غازي بن فهد بن غازي المزيني, الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة)، ط1, دار الكتاب الجامعي للنشر, الرياض المملكة العربية السعودية, 2018, ص 132.

(30) الصغير محمد مهدي, قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2015, ص29.

(31) د.حسام توكل موسى, العلقة الاستهلاكية في قانون حماية المستهلك المصري (دراسة في قانون حماية المستهلك رقم (67) لسنة 2026)، بدون مكان نشر, 2016, ص19.

(32) بن عومر مريم, الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في الإطار التعاقدي, رسالة ماجستير, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة أحمد دراية, الجزائر, 2018 – 2019, ص7, 8.

(33) د.حسام توكل موسى, المصدر السابق, ص18, 19.

أنفسهم, إذ يعرف المنتجون عن إنتاج السلع والخدمات التي يلحقهم جور إذا ما أنتجوها[34]، وبالمقابل تمكين المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى عند استغلال موارده المالية, فض ل عن حمايته من الممارسات التي تضر بمصالحه الاقتصادية[35]. وحيث أن المصالح الاقتصادية للمستهلك تتأثر مباشرة عند غياب أيّ عنصر من عناصر السلعة كماهيتها, وجودتها, ومدى تطابقها مع المواصفات, وملائمتها للغرض المقصود من اقتنائها, أو خلوها من العيوب...الخ, لذلك يرتبط بهذا النوع من الحماية وجود منافسة نزيهة بين المنتجين, فهذا يؤثر إيجاباً في أنتاج السلع والخدمات وبكلفة زهيدة[36].

المبحث الثاني : مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

تلعب الدعاية والإعلان في نطاق العقد الإلكتروني, دوراً كبيراً في إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى التعاقد, خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار الطبيعة العالمية لشبكة الانترنت, والقدرة على النفاذ بسرعة للمستهلك, كل ذلك يستوجب حماية المستهلك الإلكتروني. بناء على ما سبق سنقسم هذا المبحث على مطلبين, المطلب الأول سنتكلم فيه عن المبررات النظرية لحماية المستهلك الإلكتروني, في حين سنتناول في المطلب الثاني المبررات العملية لهذه الحماية. وكما يلي:

المطلب الأول المبررات النظرية لحماية المستهلك الإلكتروني

أن المستهلك كان بحاجة إلى الحماية الموضوعية في المرحلة السابقة للتعاقد الإلكتروني, كحمايته في مواجهة عيوب الإرادة, للحيلولة دون وقوعه في غلط أو تدليس, فأنه يبقى بحاجة لهذه الحماية التقليدية في مرحلة تنفيذ العقد, كحمايته في مواجهة العيوب الخفية التي لا يستطيع اكتشافها عند التعاقد. وعليه سنحاول التطرق إلى هذه المبررات في فرعين, الأول حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة نظرية عيوب الإرادة, في حين الثاني سنتطرق فيه إلى حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة العيوب الخفية, على النحو الآتي:

الفرع الأول : حماية المستهلك الإلكتروني ف مواجهة نظرية عيوب الإرادة

إنّ الرضا المعتبر والمنتج لأثره في التعاقد الإلكتروني, هو الرضا الصادر من ذي أهلية, وغير مشوب بأيّ عيب مِنْ عيوب الإرادة, لأنه طبقاً للقواعد العامة يشترط لصحة التراضي خلو الإرادة من العيوب, وأن تكون صادرة عن شخص كامل الأهلية[37]. فالتعاقد الإلكتروني لا يثير مشاكل خاصة بسلامة الإرادة من العيوب, لذا فأن ما يطبق على عيوب الإرادة عند إبرام العقود التقليدية يطبق على العقود الإلكترونية, مع الأخذ بنظر الاعتبار الحلول التي قد تطرحها الوسيلة الإلكترونية لإبرام العقد بما تحمله هذه الوسيلة من خصائص تقنية لابدّ مِنْ مراعاتها مِنْ جانب المستهلك أثناء التعاقد[38]. وحيث أن

(34) د.شريف لطفي, حماية المستهلكين في اقتصاد السوق, ط2, دار الشروق, القاهرة, مصر , 1992, ص9.

(35) السيد خليل هيكل, نحو القانون الإداري للمستهلك في سبيل حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، ط2, دار النهضة العربية, القاهرة, مصر , 1999, ص18, 19.

(36) د.عمر محمد عبد الباقي, الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف, الإسكندرية, 2022, ص22.

(37) د.خالد ممدوح إبراهيم, إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط2, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2011، ص179.

(38) د.عدنان نجم عبود, عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني, دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية, مركز البحوث والدراسات الإسلامية, العدد36, الجزء3, 2222, ص222, 222.

المشرع العراقي ذكر هذه العيوب في القانون المدني رقم (22) لسنة 1951 المعدّل على سبيل الحصر لا المثال, وهي (الإكراه, والغلط, والاستغلال ,والتغرير مع الغبن الفاحش) في حالات وشروط معينة[39].

إلا أن التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصالات والمعلومات, لقد أدت إلى تلاشي المبادئ القانونية التقليدية تدريجياً التي افترضت المساواة بين طرفي التعاقد, ومن ثم تحول الاهتمام التشريعي والفقهي إلى حماية الطرف الأقل خبرة سواء أكان ذلك من الناحية الفنية أم الاقتصادية أم المعلوماتية, وهذا ما دفع الفقه والقضاء إلى توسيع مفهوم عيوب الإرادة, مثل الغلط والتدليس, ليشمل الظروف التي تخل بمبدأ تكافؤ الإرادات الناجمة عن الفجوة المعلوماتية والفنية[40]، سنتعرض إلى هذه العيوب بقدر ما لها من صلة بحماية المستهلك, وذلك في فقرتين الأولى لعيب الغلط, والثانية لعيب التدليس. كالآتي:

أولاً : الغلط. يقصد بالغلط هو (توهم يقوم في ذهن الشخص يحمله على تصور الأمر على غير حقيقته, ويكون هو الدافع إلى إبرام العقد)[41]، وهو يؤدي إلى بطلن العقد إذا أنصب على ماهيته, أو على شرط من شروط الانعقاد, أو على محل العقد. وحيث يشترط للتمسك بالغلط أنّ يكون جوهرياً إذا وقع في صفة للشيء, أو وقع على شخص المتعاقد, أو في طبيعة العقد, وهذا ما نصت عليه المادة (118) من القانون المدني العراقي رقم (22) لسنة 1951 المعدّ ل, وأن يتصل بعلم المتعاقد الآخر الذي يكون قد وقع في ذات الغلط, أو يكون قد علم به أو كان مِنْ السهل عليه أن يتبينه, وهذا ما نص عليه المشرع العراقي في المادة (119) من القانون المدني[42].

ثانياً : التدليس. يقصد بالتدليس هو (أيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة, عن طريق استعمال طرق احتيالية, تدفعه إلى التعاقد)[43]، وحيث يشترط للتمسك بالتدليس (التغرير في القانون العراقي)، توافر ثلاثة شروط وهي استعمال طرق احتيالية, وأن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد, وأخيرا أن يكون صادرا من المتعاقد الآخر أو عالماً به[44].

تجدر الإشارة إلى أن المشرع العراقي استعان بمعيار موضوعي (وهو اقتران التغرير بغبن فاحش) حتى نكون أمام عيب التدليس, وهذا ما نصت عليه المادة (122) من القانون المدني العراقي على أنه (مجرد الغين لا يمنع من نفاذ العقد ما دام الغين لم يصحبهُ تغرير). وحيث أن التدليس نوعان: إيجابي يتمثل في القيام بوسائل احتيالية لغرض إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد, والثاني سلبي يتمثل بسكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة كانت دافعاً للمتعاقد الآخر لإبرام العقد[45].

---

(39) المشرع العراقي خصص في القانون المدني العراقي رقم (22) لسنة 1951 المواد (112 – 116) لعيب الإكراه, والمواد (117 – 122) لعيب الغلط, والمواد (121 – 122) لعيب التغرير مع الغبن, وأخيرا عيب الاستغلال ونص على حكمه في المادة (125) منه.

(40) د.علاء الدين محمد حمدان, التحديات القانونية للدارة العامة في ظل التطورات التكنولوجية, بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية, جامعة كركوك, كلية القانون والعلوم السياسية, المجلد 13, العدد51, 2222, ص229, 252.

(41) د.هيوا إبراهيم قادر , التكييف القانوني للغلط غير المشترك بين المتعاقدين دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة كلية القانون, وقائع المؤتمر الدولي الثالث للقضايا القانونية, كلية القانون, جامعة أيشك, رابيل, 2018, ص273.

(42) نص المشرع العراقي في المادة (119) من القانون المدني على أنه (لا يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط أن يتمسك به إلا إذا كان المتعاقد الأخر قد وقع في نفس الغلط أو كان على علم به أو كان من السهل عليه أن يتبين وجوده).

(43) د.عبد الرازق أحمد السنهوري, نظرية العقد, ج1, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, 2228, ص391.

(44) د.عبد الباقي البكري, د.محمد طه البشير , نظرية الالتزام في القانون المدني, ج1, ط2, العاتك لصناعة الكتاب, القاهرة ,2212, ص85 وما بعدها.

(45) عبد الذيب عبد المحمود, حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, الرسالة السابقة, ص25, 28.

الفرع الثاني : حماية المستهلك الإلكتروني ف مواجهة العيوب الفنية

تُعتبر عقود الاستهلاك مِنْ عقود حسن النية, لأنها تعتمد على ثقة المستهلك المقدمة من المهني أو المدونة على المنتج, ولا يخفى أن المعلومات غير الصادقة والمضللة تكون هي الدافع الرئيسي للمستهلك للتعاقد, والأخير الذي لا يمتلك الخبرة الفنية الكافية لتقييم العيوب الخفية, تعتمد حماية المستهلك في هذه العقود على مبدأ حسن النية, الذي يلزم البائع بتقديم معلومات صادقة لتجنب تضليل المستهلك, خاص ة عندما يتعلق الأمر بمنتجات قد تشكل خطرا على صحته وحياته[46]. وحيث أن التطورات في التجارة الإلكترونية والهاتف صعّبت على المستهلك الحصول على تعويض عن العيب الخفي في المنتجات بسبب غياب التواصل المباشر مع البائع, وهذا التحدي يتطلب قوانين وأنظمة جديدة لحماية المستهلك في المعاملات غير المباشرة, مما يسمح للمستهلك بالمطالبة بحقوقه حتى في ظل هذه الظروف التجارية الحديثة.

وإلى جانب الدعاوى التقليدية بسبب عيوب الإرادة مثل الغلط والتدليس (التغرير) والاستغلال والإكراه, يمكن للمستهلك أيضاً استخدام وسائل قانونية أخرى لحماية حقوقه, أبرزها الضمان ضد العيوب الخفية في المبيع, وهو أحد أهم الالتزامات الأساسية لعقد البيع. هذه الوسائل تمنح المستهلك حقوقاً إضافية لحماية نفسه من أي مشاكل قد تنشأ بعد إبرام العقد[47].

وأن المشرع العراقي عرف العيب الخفي في المادة (558/ف2) من القانون المدني العراقي بأنه (هو ما ينقص ثمن المبيع عند التجار وأرباب الخبرة أو ما يفوت به غرض صحيح إذا كان الغالب في أمثال المبيع علمه...)[48]. أما على صعيد التشريعات الخاصة بحماية المستهلك, لم يرد أيّ تحديد لمفهوم العيب الخفي الموجب للضمان بصورة مباشرة, باستثناء القانون المصري, وهذا ما نصت عليه المادة (1/ف7) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2218 على أنه (كل نقص في قيمة أو منفعة أيّ من المنتجات بحسب الغاية المقصودة منها, ويؤدي بالضرورة إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة منها فيما أعدت من أجله, بما في ذلك النقص الذي ينتج عن خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها, وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب في وقوع هذا النقص)[49].

المطلب الثاني : المبررات العملية لحماية المستهلك الإلكتروني

تتجه التجارة الإلكترونية نحو أن تصبح البديل الرئيسي للتجارة التقليدية, مدفوعة بنظام العولمة والرقمنة التي تغير أساليب المستهلكين وتؤثر على إرادتهم الشرائية بسبب افتقارهم للمعرفة الكافية بحقوقهم في الفضاء الافتراضي. ولمواجهة ذلك, يقوم المشرع بتوفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني من خلال تنظيم العلقة بينه وبين البائع, مع التركيز على تحقيق توازن عقدي بد لا من الصراع[50]. مما تقدم تتعدد المبررات العملية للحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني نظرا لزيادة مخاطر التجارة الإلكترونية وتطورها, وتم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين, وذلك على النحو التالي:

---

(46) كاظم خضير عباس, الحماية القانونية للمستهلك دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, معهد العلمين للدراسات العليا, 2017, ص123, د.علي مطشر عبد الصاحب, حماية المستهلك في التعاقد, المصدر السابق ,235.

(47) د.إســـراء فهمي ناجي, د.زهراء جواد كاظم, المبررات النظرية لحماية المســـتهلك الإلكتروني, بحث منشـــور في مجلة كلية التربية, جامعة الكوفة, المجلد29, العدد2, 2222, ص587.

(48) ينظر: المادة (558/ف2) من القانون المدني العراقي.

(49) ينظر: المادة (1/ف7) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018.

(50) د.كريم سالم حسين, التجارة الإلكترونية العربية, الآفاق والتحديات, بحث منشور في مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية, المجلد3, العدد12, 2229, ص95, 96.

الفرع الأول : التطور ف شبكة الإنترنت

أثرت التطورات التكنولوجية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير على الحياة الاقتصادية للمستهلكين, مما أتاح لهم إمكانية التسوق وإجراء المعاملات عبر الإنترنت ودفع الفواتير إلكترون يا من منازلهم دون الحاجة إلى بذل جهد كبير, وذلك بفضل التقدم في قطاعات مثل التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الإنترنت(51). وبعد أتساع مستخدمي الانترنت في العالم, واحتلل أجهزة الحاسوب لشتى المجالات, واستخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة, ورغم أن هذه الشبكات تتضمن البريد الإلكتروني الذي يستخدم في إرسال رسائل من شخص لآخر, إلا أن هذه الشركات حرصت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركاتها, لذلك بدأت تتبلور فكرة الحماية الإلكترونية للمستهلك, خاصة بعد ظهور ما يسمى بشبكة الإنترنت, وظهور العديد من التقنيات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة, والتي تعد من أحدث خدمات التقدم التقني(52). يشير النص إلى أن التقدم العلمي المستمر يوفر واقعاً جديداً يدعم تحسين العلاقات التجارية بين الموردين والمستهلكين, بهدف الارتقاء بأداء التجارة الإلكترونية. فالتطورات العلمية والتقنية الحديثة تسهل تبادل السلع والخدمات عبر الإنترنت, وتوفر أدوات تواصل وتسويق جديدة, مما يؤثر بشكل مباشر على آلية العلقة بين المورد والعميل(53).

وعلى الرغم مِنْ تلك الإيجابيات التي أنتجتها ثورة التكنولوجيا في الوقت الحاضر, إلا أنه تواجه العديد من الجرائم والمشكلات القانونية مثل انتهاك الخصوصية, الاحتيال, نشر المعلومات المضللة, والتنمر الإلكتروني, ورغم فوائدها الكبيرة, فأن انتشارها السريع أدى إلى ظهور صور جديدة من الاستغلال والغش التي تتطلب حلو لا قانونية لمواجهتها(54).

الفرع الثاني

حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية.

أن المشكلة رئيسية الذي تواجه المستهلكين في ظل التجارة الإلكترونية, وهي القصور في التفاعل مع المواقع التجارية بسبب الافتقار إلى الخدمات الإلكترونية اللازمة, وهذا يجعلهم عاجزين عن مواجهة تحديات التسوق عبر الإنترنت, على الرغم مِنْ أنهم مضطرون لذلك لتلبية احتياجاتهم الأساسية. أما الدافع وراء عدم الاكتراث فيشير إلى قلة الحاجة إلى المواقع الإلكترونية, وهي نقطة تحتاج إلى المزيد من التوضيح لفهم طبيعة الحاجة الفعلية لدى المستهلك(55).

ولكن مع التطور التقني أصبح لهذه المواقع الإلكترونية أهمية كبيرة, لاحتوائها على العديد من الأنواع والأشكال كالبريد الإلكتروني (من خلالهُ يستطيع المستخدم إرسال الرسائل الإلكترونية إلى شخص أو عدة أشخاص من مستخدمي الإنترنت, إلا أنه لم يعد وسيلة لتبادل المراسلات فقط بل أصبح وسيلة لإبرام العقود الإلكترونية)، والشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web)، ويرمز لها بالرمز (www) أو (W3)، ويطلق عليها (الويب Web) اختصارا وبروتوكول نقل

(51) أحمد عصام منصور, الحماية القانونية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, كلية الحقوق, جامعة الإسكندرية ,2219, ص62.

(52) د.قدرى محمد محمود, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, دار النهضة العربية, القاهرة, 2012, ص31.

(53) عبد الذيب عبد المحمود, حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, الرسالة السابقة, ص32.

(54) بن عومر مريم, د.قدوري حفصة, الرسالة السابقة, ص96.

(55) عبد الذيب عبد المحمود, حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, الرسالة السابقة, ص31.

الملفات (FTP) والذي يمكن من خلاله نقل أيّ كمية من الملفات أو البرامج من الحاسب لأيّ شركة أو مؤسسة أعمال, ووضعه على ذاكرة جهاز الحاسب الخاص بالجهة الأخرى وتتميز هذه الطريقة بالسهولة مقارنة بنقل الملفات عن طريق الأقراص الممغنطة, وقوائم البريد الإلكترونية, وتستخدم هذه الطريقة لتبادل الآراء بشأن موضوع معين بين الأشخاص, وتشبه نظام التخاطب عبر الإنترنت(56).

الخاتمة

مُلخص ما تقدم من البحث (حماية المستهلك العراقي في عقود الشراء عبر الإنترنت بعد صدور قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2012)، وذلك لمعرفة مدى كفاية قواعد المسؤولية المدنية لحماية المستهلك من الضرر الناتج عن إبرام العقود التجارية عبر وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة, خاصة في ظل عدم وجود نصوص قانونية خاصة تحمي المستهلك في هذه العقود, ونتبع الحاجة إلى حماية المستهلك في ظل البيئة الإلكترونية. لذا تم التوصل إلى أهم النتائج والتوصيات, كما يلي:

أولاً : النتائج :

1- أن مفهوم المستهلك الإلكتروني لا يخرج عن نطاق المستهلك التقليدي, وإنما يضاف له قيد التعامل بالوسيلة الإلكترونية, فالمشرع العراقي لم يتطرق إلى هذا المصطلح على الرغم من كثرة التطبيقات العملية في هذا المجال.
2- يعرف المستهلك الإلكتروني بأنه (كل شخص طبيعي أو معنوي يُبرم تصرفات قانونية بأحد الوسائل الإلكترونية, وذلك لغرض الحصول على المنتجات المختلفة من سلع وخدمات تلبي ة لاحتياجاته أو احتياجات عائلتهُ).
3- للمستهلك الإلكتروني خصائص منها تجديد وتطور حاجاته ورغباته, وهذا ناجم عن التجديد في المنتجات المطروحة عبر شبكة الإنترنت, إضافة إلى التطور في سلوكه وتوجهه نحو ممارسة الأعمال الإلكترونية.
4- أن المشرع العراقي عرف حماية المستهلك, إلا أنه لم يكن دقيقاً في ذلك.
5- أن المستهلك الإلكتروني يُعتبر من المفاهيم المستحدثة من حيث التنظيم القانوني, وأن مبررات حمايته تكون عملية ونظرية, تمثل المبررات النظرية بحمايته من عيوب الإرادة ومن العيوب الخفية, وأما المبررات العملية تمثلت بتطور شبكة الإنترنت, وحاجته للخدمات التقنية.

ثانياً : التوصيات :

1- ندعوا المشرع العراقي إلى تعديل قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2212, بما ينسجم مع التطورات الحديثة,التطور التكنولوجي الحاصل وما صاحبه من بروز التجارة الالكترونية, وظهور ما يعرف بالمستهلك الالكتروني الذي يمثل الطرف الضعيف في العقد, ولجوء أغلب الدول إلى إقرار حماية خاصة له, إلا أنه وبالرغم مِنْ أهمية الموضوع, فالمشرع العراقي لم يضع نصوص خاصة تحمي المستهلك الإلكتروني, وهذا يتوجب تدخ ل تشريعياً لسد الفراغ الحاصل بخصوص حماية المستهلك الإلكتروني, نظراً للمخاطر التي تحدق به.
2- ندعوا المشرع العراقي إلى تعديل نص المادة (1/ف5) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2212, والتي عرفت المستهلك, ونقترح أن يصاغ النص على النحو الآتي: (هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو

(56) د.خالد ممدوح إبراهيم, عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (1) لسنة (2226) بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2022, ص21.

خدمة بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية, أياً كانت وسيلة التزود بها تقليدية أو الكترونية)، وبذلك يكون قد أضاف للتعريف الوسيلة الإلكترونية.

3- أن حماية المستهلك الالكتروني من المخاطر هو أحد مهام الدول المتطورة, وذلك مِنْ خلال سن القوانين وتطبيقها على راض الواقع, وبذلك تتحقق الحماية المنشودة مِنْ طرف المشرع الأطراف العلقة الاقتصادية خاصة المستهلك.

4- إنشاء المؤسسات التي تكفل تطبيق قانون حماية المستهلك وعدم الاكتفاء بالأبحاث مركز بحوث السوق وحماية المستهلك التي تأخذ طابع أنظري ا, كما يُستلزم من المشرع العراقي سن العديد من القواعد القانونية المتعلقة بمهام لجان التفتيش وذلك من أجل زيادة دورها الرقابي وجعل مهامها أكثر فاعلية وجدية.

5- يجب فرض رقابة على الإعلانات التي تصدرها وسائل الإعلان المختلفة, كإنشاء مؤسسة لمراقبة الإعلان, تبدي هذه المؤسسة رأيها في الإعلان قبل بثه, لتحديد مدى مطابقته للواقع والقانون, وصحة ما به من البيانات, كذلك تتلقى هذه المؤسسة شكاوى المستهلكين التي ترد بشأنها.

المصـــادر

أولاً : الكتب القانونية :

1- أسامة أحمد بدر, حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة, دار النهضة العربية, القاهرة, دون سنة نشر.

2- جليل ألساعدي, مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت, مكتبة السنهوري, العراق, بغداد, 2028.

3- حسام توكل موسى, العلقة الاستهلاكية في قانون حماية المستهلك المصري (دراسة في قانون حماية المستهلك رقم (67(لسنة 2226)، بدون مكان نشر, 2016.

4- خالد ممدوح إبراهيم, حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الجامعية الجديدة, الإسكندرية, 2027.

5- خالد ممدوح إبراهيم, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, ط1, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2028.

6- خالد ممدوح إبراهيم, أمن المستهلك الإلكتروني, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2028.

7- خالد ممدوح إبراهيم, إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط2, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2011.

8- خالد ممدوح إبراهيم, عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (1) لسنة (2026) بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2022.

9- خالد عبد الفتاح محمد خليل, حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص, دار النهضة العربية, القاهرة, 2022.

10- شريف لطفي, حماية المستهلكين في اقتصاد السوق, ط2, دار الشروق, القاهرة, مصر, 1992.

11- عمر محمد عبد الباقي, الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف, الإسكندرية, 2022.

12- عبد الحق حميش, حماية المستهلك الإلكتروني, بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون, كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي, جامعة الإمارات العربية المتحدة, المجلد3, 2023.

13- عبد الفتاح بيومي حجازي, حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت, ط1, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, 2026.
14- علاء الدين محمد ذيب عبابنة, دراسات في قانون التجارة الإلكترونية البحريني والمقارن, ط1, منشورات جامعة العلوم التطبيقية, المنامة, دون سنة نشر.
15- عبد العزيز محمود عبد العزيز, حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق في الفترة ما بين 1979 – 1998, الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 2028.
16- عبد الرازق أحمد السنهوري, نظرية العقد, ج1, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, 2028.
17- عبد الباقي البكري, د.محمد طه البشير, نظرية الالتزام في القانون المدني, ج1, ط2, العاتك لصناعة الكتاب, القاهرة, 2012.
18- غازي بن فهد بن غازي المزيني, الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة)، ط1, دار الكتاب الجامعي للنشر, الرياض المملكة العربية السعودية, 2018.
19- قدرى محمد محمود, حماية المستهلك في العقد الإلكتروني, دار النهضة العربية, القاهرة, 2012.
20- كوثر سعيد عدنان خالد, حماية المستهلك الإلكتروني, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2012.
21- الصغير محمد مهدي, قانون حماية المستهلك (دراسة تحليلية مقارنة)، دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2015.
22- السيد خليل هيكل, نحو القانون الإداري للمستهلك في سبيل حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، ط2, دار النهضة العربية, القاهرة, مصر, 1999.
23- محمد الحسني, حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص, دار النهضة العربية, القاهرة, 2013.
24- محمد حسين منصور, المسؤولية الإلكترونية, دار الجامعة الجديدة, الإسكندرية, 2027.
25- هشام مخلوف, د.محمد وجدي يوسف, د.سمير إسماعيل السيد, التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية الحاضر وأفاق المستقبل, مكتبة المعهد العالي للدراسات التكنولوجية المتخصصة, القاهرة, 2011.
26- يوسف أحمد أبو قارة, التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت, ط2, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن, عُمان, 2028.

ثانياً : الرسائل والأطاريح :

1- أحمد عصام منصور, الحماية القانونية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, كلية الحقوق, جامعة الإسكندرية, 2019.
2- بن عومر مريم, الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في الإطار التعاقدي, رسالة ماجستير, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة أحمد دراية, الجزائر, 2018- 2019.
3- عبد الذيب عبد المحمود, حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, جامعة النجاح الوطنية, فلسطين, 2029.
4- كاظم خضير عباس, الحماية القانونية للمستهلك دراسة مقارنة, رسالة ماجستير, معهد العلمين للدراسات العليا, 2017.

ثالثاً : المجلات العلمية :

5- إسراء فهمي ناجي, د.زهراء جواد كاظم, المبررات النظرية لحماية المستهلك الإلكتروني, بحث منشور في مجلة كلية التربية, جامعة الكوفة, المجلد29, العدد2, 2022.

6- أحمد عبد العزيز محمد سليمان, حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني, بحث منشور في مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية, كلية الحقوق, جامعة دمياط, العدد11, الجزء1, 2025.
7- جعفر سعدي, د.محمد على دشه, أخلاقيات التجارة الإلكترونية ودورها في حماية المستهلك الإلكتروني, بحث منشور في مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, الجزائر, المجلد2, العدد1, 2018.
8- طارق كميل, حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث, الجامعة العربية الأمريكية, فلسطين, مجلد, عدد, 2012.
9- عدنان نجم عبود, عيوب الإرادة وأثرها في العقد الإلكتروني, دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية, مركز البحوث والدراسات الإسلامية, العدد36, الجزء3, 2022.
10- عبيب محمد, د.بوارس محمد, حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالجزائر على ضوء القانون (18-25) المتعلق بالتجارة الإلكترونية, بحث منشور في المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة أحمد بن يحي الونشريسي, تيسمسيلت, المجلد13, العدد2, 2021.
11- علي رشيد محمود المشهداني, د.أكرم فاضل سعيد قصير, أثر حماية المستهلك الالكتروني على قانون الإرادة في التجارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي, دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة كلية الحقوق, جامعة النهرين, المجلد23, العدد3, 2021.
12- علاء الدين محمد حمدان, التحديات القانونية للدارة العامة في ظل التطورات التكنولوجية, بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية, جامعة كركوك, كلية القانون والعلوم السياسية, المجلد 13, العدد51, 2022.
13- علي مطشر عبد صاحب, حماية المستهلك في التعاقد, بحث منشور في مجلة العلوم القانونية, جامعة بغداد, المجلد 27, العدد1, 2012.
14- فراس جبار كريم, أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة أهل البيت (عليهم السلم)، جامعة أهل البيت (عليهم السلم)، العراق, العدد 23, 2018.
15- كريم سالم حسين, التجارة الإلكترونية العربية, الآفاق والتحديات, بحث منشور في مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية, المجلد3, العدد12, 2029.
16- هيوا إبراهيم قادر, التكييف القانوني للغلط غير المشترك بين المتعاقدين دراسة مقارنة, بحث منشور في مجلة كلية القانون, وقائع المؤتمر الدولي الثالث للقضايا القانونية, كلية القانون, جامعة أيشك, رابيل, 2018.

رابعا: القوانين :

1- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2012 المعدّل.
2- القانون المدني العراقي رقم (22) لسنة 1951 المعدّل.
3- قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012.
4- قانون حماية المستهلك المصري رقم (181) لسنة 2018.