

حماية العميل بعد التعاقد في العمليات المصرفية الإلكترونية

عبد المنعم فارس عبد العزيز السنجري، د. مهند ابراهيم علي الجبوري
الفرع الخاص - كلية القانون - جامعة الموصل

استلام البحث: 05/06/2026	مراجعة البحث: 06/07/2026	قبول البحث: 04/08/2026
--------------------------	--------------------------	------------------------

الملخص:

شهد القطاع المصرفي في الفترة الأخيرة تحولاً جذرياً بفعل التطورات الرقمية التي أعادت تشكيل طبيعة العلاقة بين المصرف والعميل، إذ لم يعد التعامل المصرفي يستوجب الحضور المادي في المصرف، بل أصبح يتم عبر منصات وتطبيقات إلكترونية تتيح إبرام العقود المصرفية وتنفيذ العمليات المالية عن بعد وبصورة آنية. وقد استتبع هذا التحول ظهور أشكال قانونية وتقنية جديدة لم تكن معروفة في ظل النمط التقليدي للتعامل المصرفي، وفي مقدمتها مخاطر الوفاء الإلكتروني، أي المخاطر التي تحيط بمرحلة تنفيذ الالتزام النقدي بعد انعقاد العقد المصرفي الإلكتروني، مثل الاختراق و تغيير البيانات والاختفاء التقنية وانتحال الشخصية الرقمية

إن الحماية اللاحقة للتعاقد، أي تلك التي تمتد إلى مرحلة تنفيذ العقد وما يلحقها من عمليات وفاء إلكتروني، لا تزال تثير إشكاليات قانونية معقدة تتعلق بمدى كفاية القواعد القانونية القائمة لمواجهة المخاطر التي تنشأ بعد انعقاد العقد وقبل تمام تنفيذ الالتزام. ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في العراق في ظل التوسع التدريجي في اعتماد نظم الدفع الإلكتروني المختلفة والمصرفية الرقمية، وما واكب ذلك من تطورات تشريعية حديثة التطبيق. وتتمحور مشكلة البحث حول مدى صلاحية النظام القانوني الحالي، بقواعده المدنية والتجارية والخاصة بالتوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني، على توفير حماية كافية للعميل في المرحلة اللاحقة لانعقاد العقد المصرفي الإلكتروني.

وقد تم البحث في حماية العميل بعد التعاقد ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني من حيث بيان مفهوم الوفاء الإلكتروني وضمان العيوب الخفية في المعاملات المصرفية الإلكترونية. كذلك تناول البحث الضمانات الخاصة للعميل في مرحلة تنفيذ العقد و الخداع والتظليل والغش التجاري الإلكتروني فضلاً عن الرقابة على العمليات المصرفية الإلكترونية وتبويض الاموال.

الكلمات المفتاحية: حماية ، التعاقد ، العمليات ، المصرفية ، الإلكتروني.

Abstract

The banking sector has recently undergone a radical transformation due to digital advancements that have reshaped the relationship between banks and their customers. Banking transactions no longer require physical presence at the bank, but are now conducted through electronic platforms and applications that enable the conclusion of banking contracts and the execution of financial transactions remotely and instantly. This transformation has given rise to new legal and technical challenges that were unknown under the traditional banking model, most notably the risks associated with electronic payments. These risks pertain to the execution of the financial obligation after the conclusion of the electronic banking contract, such as hacking, data alteration, technical errors, and digital identity theft. Post-contractual protection, that is, protection extending to the contract execution phase and subsequent electronic payment transactions, continues to raise complex legal issues concerning the adequacy of existing legal frameworks to address risks arising after the contract's conclusion and before the obligation is fully fulfilled. This issue is of particular importance in Iraq, given the gradual expansion in the adoption of various electronic payment systems and digital banking, and the accompanying recent legislative developments. The research problem centers on the extent to which the current legal system, with its civil, commercial, and electronic signature and payment regulations, provides adequate protection for the customer in the post-contractual stage of electronic banking.

The research examines customer protection after contracting against the risks of electronic payment, defining the concept of electronic payment and addressing latent defects in electronic banking transactions. It also explores customer safeguards during contract execution, fraud, deception, and electronic commercial fraud, as well as oversight of electronic banking operations and money laundering.

Keywords: Protection, contracting, operations, banking, electronic.

المقدمة

شهد القطاع المصرفي في الفترة الاخيرة تحولاً جذرياً بفعل التطورات الرقمية التي أعادت تشكيل طبيعة العلاقة بين المصرف والعميل، إذ لم يعد التعامل المصرفي يستوجب الحضور المادي في المصرف، بل أصبح يتم عبر منصات وتطبيقات إلكترونية تتيح إبرام العقود المصرفية وتنفيذ العمليات المالية عن بعد وبصورة آنية. وقد استتبع هذا التحول ظهور اشكالات قانونية وتقنية جديدة لم تكن معروفة في ظل النمط التقليدي للتعامل المصرفي، وفي مقدمتها مخاطر الوفاء الإلكتروني، أي المخاطر التي تحيط بمرحلة تنفيذ الالتزام النقدي بعد انعقاد العقد المصرفي الإلكتروني، مثل الاختراق و تغيير البيانات والاطفاء التقنية وانتحال الشخصية الرقمية.

وإذا كانت التشريعات قد أولت لحماية العميل عناية واسعة في المرحلة السابقة على التعاقد المصرفي الإلكتروني، من خلال تنظيم الرضا والتوقيع والالتزام بالإفصاح والإعلام المسبق، فإن الحماية اللاحقة للتعاقد، أي تلك التي تمتد إلى مرحلة تنفيذ العقد وما يلحقها من عمليات وفاء إلكتروني، لا تزال تثير إشكاليات قانونية معقدة تتعلق بمدى كفاية القواعد القانونية القائمة لمواجهة المخاطر التي تنشأ بعد انعقاد العقد وقبل تمام تنفيذ الالتزام. ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في العراق في ظل التوسع التدريجي في اعتماد نظم الدفع الإلكتروني المختلفة والمصرفية الرقمية، وما واكب ذلك من تطورات تشريعية حديثة التطبيق .

أهمية الموضوع

تتجلى أهمية هذا الموضوع من الناحيتين النظرية والعملية، إذ يهدف البحث الى تأصيل مفهوم الحماية اللاحقة للتعاقد بوصفها مرحلة منفصلة عن حماية مرحلة التكوين، فضلاً عن تحديد الأساس القانوني في إطار النظرية العامة للالتزامات وقواعد المسؤولية المدنية، وكذلك بيان طبيعة مخاطر الوفاء الإلكتروني وتمييزها سواها من المخاطر المصرفية التقليدية. أما من الجانب العملي، فإن الموضوع يتصل مباشرة بواقع يمس حياة غالبية العملاء الذين يعتمدون على الوسائل المصرفية الإلكترونية في تنفيذ التزاماتهم المالية، حيث قد يترتب على أي خطأ في مرحلة الوفاء أضرار مادية جسيمة، ثم يجب تحديد الجهة التي تتحمل التبعة، ومدى مسؤولية المصرف وكفاية الضمانات القانونية المتاحة للعميل لتحصيل حقوقه أو تعويضه.

مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث حول مدى صلاحية النظام القانوني الحالي، بقواعده المدنية والتجارية والخاصة بالتوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني، على توفير حماية كافية للعميل في المرحلة اللاحقة لانعقاد العقد المصرفي الإلكتروني، وذلك في مواجهة مخاطر الوفاء الإلكتروني المستحدثة. وبجانب هذه الاشكالية الرئيسة هناك عدة تساؤلات فرعية، منها: ما طبيعة الالتزامات المصرف بعد انعقاد العقد وأثناء تنفيذ عملية الوفاء الإلكتروني؟ وما مدى ملائمة قواعد المسؤولية المدنية التقليدية لتوزيع تبعة المخاطر بين المصرف والعميل عند وقوع خلل تقني أو خرق أمني؟ وهل تكفي النصوص الحالية، أم أن الأمر يستوجب تدخلاً تشريعياً ينظم هذه المرحلة تنظيمياً مستقلاً ومتكاملاً؟

أسباب اختيار الموضوع

تعود دوافع اختيار هذا الموضوع إلى عدد من الأسباب ، أهمها حداثة الموضوع وندرة الدراسات القانونية العراقية المتخصصة في هذا الموضوع ، فضلاً عن التطور التشريعي المتسارع في هذا المجال الذي يستلزم دراسة تحليلية نقدية مواكبة له .ويضاف إلى ذلك الأهمية العملية المتزايدة للموضوع في ظل التوسع المستمر في الخدمات المصرفية الرقمية بالعراق، وما ينتج عن ذلك من حاجة إلى تحديد آليات قانونية واضحة لحماية العميل المصرفي، بما يحقق التوازن بين تشجيع الابتكار المصرفي الرقمي من جهة، وضمان حقوق العميل وثقته بالنظام المصرفي الإلكتروني من جهة أخرى.

خطة البحث

المبحث الاول : حماية العميل بعد التعاقد ضد مخاطر الوفاء الالكتروني .

المطلب الاول : الوفاء الالكتروني .

المطلب الثاني : ضمان العيوب الخفية في العمليات المصرفية الالكترونية .

المبحث الثاني : الضمانات الخاصة للعميل في مرحلة تنفيذ العقد.

المطلب الاول : الخداع والتظليل والغش التجاري الالكتروني

المطلب الثاني : الرقابة على العمليات المصرفية الالكترونية وتبييض الاموال .

المبحث الاول

حماية العميل بعد التعاقد ضد مخاطر الوفاء الالكتروني

يقوم المستهلك بالوفاء في العقد الالكتروني، وهو المقابل للحصول على الخدمة أو السلعة محل العقد، ويتم أداء الثمن بأحد الوسائل الالكترونية، وإما نقداً أو بواسطة شيك أو حوالة أو كمبالة أو غير ذلك. والوفاء الالكتروني يتم بواسطة النقود الالكترونية التي تقابل النقود التقليدية أو التحويل المصرفي أو غير ذلك، ولا بد من الاتفاق بين الطرفين على طريقة الدفع وهي الوسيلة المعتادة ومن ضمن ذلك الوفاء الالكتروني، الذي يحتاج إلى معرفة طبيعته القانونية ومدى تأثير ذلك على الثمن وسوف نبحث ذلك وفقاً للآتي⁽¹⁾:

وسوف نبحث ذلك في مطلبين، نخصص الأول للوفاء الالكتروني والثاني لضمان العيوب الخفية في المبيع إلكترونياً.

المطلب الاول

الوفاء الالكتروني

لا بد من توضيح المقصود بالوفاء الالكتروني، الذي هو كل عملية وفاء تتم بواسطة بطاقة ذات أشرطة ممغنطة، أو هو ذلك الذي يحتوي على دوائر الكترونية نافذة لدى جميع شبكات الوفاء المزودة بالآلات الوفاء الحديثة⁽²⁾.

وهذا التعريف يركز على البطاقات الالكترونية، دون بقية الوسائل والرسائل التي ذكرها التعريف للوفاء الالكتروني واردة على سبيل المثال لا الحصر، أما المفهوم الفقهي، فعرف بأنه دفع مبلغ نقدي بواسطة المدين، أو هو آليات تسمح للدائنين بالحصول مباشرة وبسرعة من المدينين على مبلغ من النقود⁽³⁾.

وابتداءً لا بد من بيان الطبيعة القانونية للوفاء الالكتروني، ذلك أن للوفاء الالكتروني صورته ومخاطره ووجب حماية المستهلك تجاه ذلك. فالوفاء الالكتروني هو أسلوب مستحدث من أساليب الوفاء، حيث يذهب اتجاه⁽⁴⁾ إلى اعتباره واقعة مختلطة فهو اتفاق بين طرفين على تسوية دين معين فهو تصرف قانوني لا بد وأن تتوافر وبما أن الوفاء عن طريق الانترنت يختلف عن الوفاء التقليدي، لذلك تم ابتداء طرق وأساليب جديدة في هذا الوفاء تتناسب مع هذه التجارة. فأصبح الوفاء ميسوراً عن طريق بطاقة الانترنت وكذلك ظهرت النقود الالكترونية وتم تطوير نظام التحويل المصرفي، ورغم سهولة هذه الوسائل إلا أنها أظهرت مخاطر فنية وقانونية جديدة لم تكن معروفة من قبل. لذلك ظهر ما يسمى مبدأ حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الالكتروني، وبما أن المشتري في العقد الالكتروني يدفع الثمن إلى البائع، إلا

(1) د. نبيل محمد احمد، بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 2003، ص220؛ د. أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون تاريخ، ص192.

(2) ينظر: د. سامي عبد الباقي، الوفاء الالكتروني بالدين الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، بدون سنة نشر، القاهرة، ص22.

(3) د. احمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 2008، ص230؛ د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص408.

(4) سامي عبد الباقي، الوفاء الالكتروني بالدين الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون تاريخ نشر، ص15.

أنه يدفعه بشكل مغاير للدفع التقليدي، حيث يتفق الطرفان على طريقة الدفع، بحيث تمتاز بالسرعة في تسليم المال إلى المشتري وتحقيق أكبر قدر ممكن من الأمان لهذه الوسائل⁽¹⁾. ومع ذلك قد يدفع المشتري بناء على طلب البائع الثمن بإحدى الطرق التقليدية خوفاً من مخاطر الوفاء الإلكتروني، ولأجل حماية هذا النوع من الوفاء، لا بد من تعريف مفهوم هذا الوفاء، حيث يعتبر الوفاء إلكترونياً إذا دفع عن طريق بطاقة ذات أشرطة ممغنطة أو تلك التي تحتوي على دوائر الكترونية تكون منفذاً لدى جميع شبكات الوفاء المزودة بآلات الوفاء الحديثة⁽²⁾.

ويثير الوفاء الإلكتروني خلافاً حول طبيعته القانونية باعتباره أسلوباً مستحدثاً من أساليب الوفاء، فيذهب رأي إلى اعتبار هذا الوفاء واقعة مختلطة، فهو اتفاق بين طرفين على تسوية دين معين، فهو تصرف قانوني يجب أن تتوافر فيه شروطه وهو نوع من أنواع التنفيذ المادي للالتزام بالوفاء⁽³⁾.

ويذهب رأي آخر إلى التفرقة بين وسائل الوفاء، فإذا كانت الطريقة المستعملة في الوفاء هي بطاقات الائتمان في الدفع، فتعتبر عملية مصرفية الكترونية حديثة تتضمن أداة دفع ووسيلة ائتمان في نفس الوقت، وطابعها مميز عن غيرها وكذلك خصائصها، في حين أن استعمال النقود الإلكترونية في الدفع، يعني استعمال نوع مميز من النقود، لأنها لا تتمتع بقبول عام كما في النقود التقليدية التي يجيز المشتري على قبولها. بينما النقود الإلكترونية يقبلها بعض البائعين فقط ويتوقف إصدارها على حصول المصدر على مقابل سابق من المستهلك، ولا نجد ذلك في النقود العادية التي يصدرها البنك المركزي من تلقاء نفسه⁽⁴⁾. وبما أن الوفاء الإلكتروني يعدّ تصرفاً قانونياً حيث يتكون من عنصرين، الأول يتمثل في واقعة تسليم مبلغ من النقود والثاني هو العنصر الإرادي المتمثل في تسليم النقود إلى البائع. ويجب أن يكون صادراً عن إرادة حرة قاصدة إحداث أثر قانوني وهو وفاء الثمن، وأن يكون المشتري أهلاً للتصرف، أي أن تكون إرادته خالية من العيوب، ولا شك بوجود مشروعية المحل والسبب⁽⁵⁾. ويتحمل المصرف عبء إثبات صحة نقل الأموال، وأن يكون أمر الوفاء مشروعاً يبرر نقل الأموال، ويجوز القيام بالوفاء المسبق للثمن، وإن كان هذا الوفاء له مخاطره، حيث من الصعب استرداد الأموال إذا فشلت الصفقة⁽⁶⁾.

وقد يقوم التاجر بتسليم المبيع ناقصاً أو مخالفاً للأصل المتفق عليه، مع أنه قد استلم الثمن قبل التسليم، في هذه الحالة للمستهلك الحق في الرجوع خلال مدة معينة من التنفيذ يستطيع خلال فترة معينة إرجاع السلعة أو رفض الخدمة، وعلى التاجر أن يرد كافة المبالغ التي استلمها إلى المستهلك في حالة استعمال حقه في الرجوع⁽⁷⁾. وقد أوجب المشرع

(1) د. كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 549.

(2) د. محمد نبيل احمد، بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية، مرجع سابق، ص 220.

(3) د. سامي عبد الباقي، الوفاء الإلكتروني، مرجع سابق، ص 15.

(4) د. بلال عبد المطلب بدوي، البنوك الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 61؛ د. خالد عبد التواب عبد الحميد، نظام بطاقات الدفع الإلكتروني من الناحية القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان، مصر، 2006/2005، ص 339.

(5) د. عدنان سرحان، الوفاء الإلكتروني، مجلة الحقوق، تصدر عن جامعة البحرين، كلية الحقوق، 2006، ص 249.

(6) د. بلال عبد المطلب، البنوك الإلكترونية، مرجع سابق، ص 62.

(7) ينظر: التوجيه الأوروبي رقم 7/97، والأمر الفرنسي 741/2001 في 23 آب 2001.

الفرنسي خلال مدة ثلاثين يوماً على الأكثر من استخدامه لحقه في الرجوع يضاف إلى ذلك فوائد تأخير تحسب بالسعر القانوني⁽¹⁾.

ولم يجد المشرع الفرنسي حلاً لمشكلة قيام المشتري بدفع الثمن، ولكن البائع لم يقدّم بتسليم المبيع رغم استلامه للثمن، وعلى التاجر القيام بإعادة الثمن إذا لم يسلم المبيع خلال 30 يوماً من تاريخ التعاقد. وقد أوجد الفقه الفرنسي أحد حلين، والأول هو طلب المشتري كفيل أو ضامن أو يد عدل يستلم المبلغ أمانة عنده إلى حين قيام البائع بتسليم المبيع للمشتري، والثاني هو التعاقد مع المواقع التي تأخذ بحق الرد، أي يضمن المبالغ قيامه بإعادة المبلغ المستلم من قبله في حالة الرجوع عن تنفيذ العقد أو عدم التسليم للمطلوب، ولكن هذا الحل لا يسري إلا في الدول أي داخلة في الاتحاد الأوروبي فقط⁽²⁾.

ويجوز للمستهلك التعامل مع المواقع التي تأخذ بحق الرد، حيث تكون هذه المواقع مصحوبة بالضمان المجاني برد المبلغ المدفوع من قبل المستهلك في حالة حصول ما يوجب عدم تسليم الشيء المتعاقد عليه، لأي سبب كان. وهذا النظام يشعر المستهلك بالأمان في حالة التعاقد عن بعد، كما أنه يسمح للمستهلك من التأكد من خدمة البالغ في تسليم المبيع وأن يكون ضمن المواصفات التي تم التعاقد عليها⁽³⁾.

وكقاعدة عامة لا يجوز لأحد الطرفين الرجوع عن تنفيذ العقد لكل ما اشتمل عليه من بنود، ولكن هناك استثناء عليه في حالة قيام المستهلك بإصدار الأمر بالدفع بإحدى الوسائل الإلكترونية وقيام المصرف بتنفيذ الأمر لا يجوز له الرجوع في ذلك، فلا يستطيع إلغاء الأمر الصادر عنه للمصرف، حتى ولو كان قد فقد أهليته بعد إصدار الأمر، وهذا لحماية المورد أو التاجر وخلافاً لذلك توجد ثلاث حالات يمكن للمستهلك الرجوع في أمر الصرف إذا فقد بطاقة الدفع، فله إخطار الجهة الصادرة بإيقاف أي تعامل مالي عن طريق هذه البطاقة المفقودة، وكذلك حالة سرقة البطاقة التي يجب إيقاف البطاقة وتعمم الإيقاف من خلال إعلام الجهة المصدرة لها لتقوم بإعلام التجار بذلك⁽⁴⁾، وألا يعتبر المصرف قد تقاعس في حفظ حقوق المستهلك، والحالة الأخيرة هي إفلاس المستفيد من الأمر، لأن أموال هذا المفلس سوف تدخل في قسمة الغرماء، ولا يستطيع استلام أموال وإنما تدخل في صندوق أمين التفليسة⁽⁵⁾. وكذلك يبطل الوفاء في حالة الاستخدام غير المشروع لبطاقة الوفاء، كما ورد في المادة الثامنة من التوجيه الأوروبي رقم 7/97 المتعلق بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد، على الوفاء بالكارت. ويجب تعويض المتضرر عن المبالغ المدفوعة للوفاء

(1) د. كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 560.

(2) د. كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 562.

(3) د. كيلاي عبد الراضي، النظام القانوني لبطاقات الوفاء والضمان، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 1996، ص 626؛ د. خالد عبد التواب، نظام بطاقات الدفع الإلكتروني من الناحية القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان، 2005، ص 181.

(4) د. عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء (الدفع) الإلكتروني، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، ص 255؛ د. خالد عبد التواب، المرجع السابق، ص 181؛ د. كوثر سعيد عدنان، مرجع سابق، ص 562.

(5) د. علي جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية، دار النهضة العربية، ط3، القاهرة، 2000، ص 582.

أوردها. وعلى الجهات الرسمية إعانة المستهلك على دفع الأضرار وهذا التوجيه الأوروبي يجيز الرجوع في حالة الاستخدام غير المشروع للبطاقة⁽¹⁾.

وانتقد البعض هذا النص، كونه قاصراً على استعمال البطاقة في الوفاء فقط، دون بقية الوسائل الأخرى للوفاء⁽²⁾، ويذهب البعض إلى أن النصوص القانونية السابقة تحقق حماية المستهلك في مرحلة الوفاء الإلكتروني وإن كانت تحتاج إلى نصوص أخرى تكملها، نظراً لأن الوفاء الإلكتروني يحيطه مخاطر جمة⁽³⁾.

المطلب الثاني

ضمان العيوب الخفية في المعاملات الإلكترونية

من المعلوم أن موضوع العيوب الخفية يجد أحكامه في القانون المدني، بصفته وسيلة ضمان لصالح المشتري لالتزام البائع بتسليم الشيء المبيع مطابقاً للمواصفات المتفق عليها والتي يلزمها طبيعة التعامل، ولكون هذه الأحكام قاصرة عن حماية المستهلك الإلكتروني، لذلك حاول القضاء التدخل لتطويع هذا الضمان لخدمة وحماية المستهلك⁽⁴⁾. ولدراسة الموضوع نتبع ما يلي:

أولاً- تعريف العيب الخفي:

لا يميل التشريع إلى وضع تعريف للعيوب الخفي، وإنما قام بذلك الفقه حيث عرف بأن (العيب هو ما يخلو عنه أصل الفطرة السليمة من الآفات العارضة لها)⁽⁵⁾. وذهب القضاء المصري⁽⁶⁾ إلى تعريفه بأنه (الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع)، وهو نقصان يقتضي وضعاً إيجابياً، بمعنى وجود أمر ينقص من قيمة المبيع أو يقلل من نفعه، بينما نجد أن المشرع العراقي قد عرف العيب الخفي بقوله في المادة (558) (والعيب هو ما ينقص ثمن المبيع عند التجار وأرباب الخبرة، أو ما يفوت به غرض صحيح إذا كان الغالب في أمثال المبيع عدمه)⁽⁷⁾.

والاتجاه الحديث يذهب إلى أن البائع مسؤول عن العيب الخفي حتى ولو كان حسن النية لا يعلم أصلاً بوجود العيب، لأن المفروض أن المبيع مطابق للمواصفات المتفق عليها بين البائع والمشتري، أو خلوه من العيوب، إلا ما جرى العرف على التسامح فيه⁽⁸⁾.

(1) د. نبيل محمد احمد، المرجع السابق، ص234.

(2) د. احمد السيد لبيب، المرجع السابق، ص223.

(3) د. كوثر سعيد عدنان، المرجع سابق، ص568 وما بعدها.

(4) د. حساني علي، نحو نظرية عامة في القانون المقارن، ضمان حماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2017، ص131.

(5) الشيخ محمد أمين بن عابدين، حاشية رد المحتار على الدر المختار، ص87.

(6) أخذ بهذا التعريف عدد من الفقهاء المصريين منهم، د. سليمان مرقس، شرح القانون المدني المصري، ج2، الالتزامات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964، ص408؛ د. أنور سلطان، العقود المسماة، شرح عقدي، ص324؛ البيع والمقايضة، دار الجامعة الجديدة، طبعة جديدة، القاهرة، 2005؛ د. محمد لبيب شنب ومجدي صبحي خليل، شرح أحكام عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1968، ص247.

(7) القانون المدني العراقي لسنة 1951، أيضاً د. احمد علي العريزي، التزام المؤجر بالضمان في القانونين المصري والأردني، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 2005، ص168.

(8) د. فتحي عبد الرحيم عبد الله، دراسات في المسؤولية التقصيرية، (نحو مسؤولية موضوعية)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005، ص142.

ويذهب رأي بحق إلى تعريف العيب الخفي إلى أنه (عدم توفر الصفات التي كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع، أو إذا كان بالمبيع عيباً ينقص من قيمته أو من نفعه بحسب الغاية المقصودة على النحو الوارد في العقد أو ما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له)⁽¹⁾.

يتبين من هذا التعريف المعتمد لدينا، معنيان، الأول هو تخلف صفة جوهرية كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع، والثاني هو وجود آفة طارئة يفترض خلو المبيع منها وفقاً للفترة السليمة كما في وجود الحبوب السود في القمح، رغم تأكيد البائع على خلوها منها حين طحنه، غيرت لون الدقيق من الأبيض إلى الأسمر مما ينقص من قيمته السوقية ويؤثر على طعمه غير المقبول في المستهلكين، وهذا النقصان إذا لم يكن مخالفاً لبنود العقد وكان يسيراً مما يتسامح فيه الناس، لا يؤثر على سلامة العقد، أما إذا كان العيب ولو يسير أو خالف ما اشترط في بنود العقد من خلو المبيع منه، فإن ذلك يعتبر عيباً خفياً.

وإذا كان العرف يتناول العيب في السلع المباعة للمستهلك إلا أن تطور الفكر القانوني أدرج هذا المفهوم في الخدمات أيضاً لأجل حماية المستهلك في تعاملاته الاقتصادية كافة. وكذلك ينطبق مفهوم العيب الخفي على السلع الموردة من خلال التعاقد الإلكتروني أيضاً، وما تقدم الشركات من سلع وخدمات، وعلى وجه الخصوص إذا كان العيب يزيل السلامة والأمن التي يفترض توافرها لأي شخص في حدود المشروعية القانونية التي يفترض أن يتمتع بها، فالعيب يعني عدم توفر السلامة أو الأمان للمستهلك وربما هناك خطورة لا يمكن تقدير منتهاها كما هو الحال في الأدوية والعقاقير مثلاً⁽²⁾.

أما في المنتجات الصناعية والزراعية، فيمكن رصد عيوب ثلاثة، أما في التصحيح أو في التصنيع أو في التعليمات والتحذيرات المصاحبة للمنتج، والأول والثاني يرتبطان بعيوب التصنيع والتصميم، أي بالخواص الذاتية للمنتج بينما تتصل عيوب المنتج الخاصة بالتعليمات والتحذيرات، بعوامل خارجية لا تتدخل في تركيب المنتج⁽³⁾.

وكان القانون المدني الفرنسي، لا يجيز للمشتري المطالبة بالتعويض عن العيب الخفي إلا في حالة ثبوت سوء نية البائع، بينما نجد أن القانون المدني المصري والعراقي يجيز للمشتري المطالبة بالتعويض سواء كان البائع حسن النية أم سيئ، وسواء كان العيب جوهرياً أو غير ذلك، ولكن الفرق بين سوء النية من عدمها هو حماية البائع حسن النية من رد المصروفات الكمالية التي كان المشتري قد صرفها على المبيع⁽⁴⁾، بينما يلزم بذلك في حالة البائع سيئ النية. وكذلك مقدار التعويض، يزداد وينقص تبعاً لحالة البيع من خلال علمه بالعيب من عدمه، وهذا الاتجاه يلخص التعويض على

(1) د. سمير كامل، المرجع السابق، ص 17.

(2) د. عبد النعم موسى، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الطلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 527؛ د. الهيثم عمر سليم، المسؤولية المدنية عن أضرار البائل الصناعية الطبية، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، مصر، 2006، ص 195؛ د. جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة، ط 2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 19.

(3) د. محسن شفيق، مسؤولية المنتج، دراسة في قانون التجارة الدولية، مذكرات لطلبة القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1977، ص 97.

(4) د. عبد القادر الحاج، مسؤولية المنتج والموزع، دراسة مقارنة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، ط 3، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 93؛ د. نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، عقد البيع، ط 1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، ص 288.

سوء النية حماية للمشتري حسن النية، هذه الأحكام ليست خاصة بالعقود التقليدية وإنما تشمل أيضاً العقود الإلكترونية⁽¹⁾.

ثانياً- شروط العيب الخفي الموجب للضمان: وهي كالآتي:-

أ- أن يكون العيب قديماً: أن يكون العيب قد حدث قبل التسليم ونقل الملكية للمشتري، كما يستوي أن يكون العيب راجعاً إلى فعل البائع أو إلى الغير، وقد يحدث العيب بعد إبرام العقد ولكن قبل التسليم، أو أن يكون بدء العيب قد نشأ قبل التسليم واستمرت اثاره أو ظهرت بعده⁽²⁾. كما لو كان المبيع من المواد التي تصيبها آفة معينة، تتخر فيها ولا يظهر أثرها إلا بعد مدة معينة وبعد أن يتسلمها المشتري، مثل الأدوية التي لا يظهر مفعولها وخطورتها إلا بعد فترة من الزمن نتيجة عيب في الصنع⁽³⁾.

ب- أن يكون العيب الخفي مؤثراً: يجب أن يسبب العيب الخفي في نقصان قيمة المبيع أو يقلل من منفعته بحسب الغاية المقصودة منه، فقد يؤدي العيب الخفي إلى نقصان قيمة الشيء دون الانتقاص من منفعته، فقد يوجد شاة سليمة من حيث اللحم ولكن عاقر لا قدر الحليب ولا يولد لها تابع، وقد يكون العيب في المنطقة دون القيمة، ويشترط في هذا العيب أن يكون جسيماً بحيث لو كان المشتري يعلم بوجوده، لما أقدم على التعاقد. أما إذا كان العيب يسيراً جرت العادة على إهماله والتسامح فيه، فإنه لا يعتبر عيباً موجباً للمساءلة مثل وجود بعض للأثرية في الحبوب المباعة⁽⁴⁾.

ت- أن يكون العيب خفياً: لا بد وأن يكون العيب غير ظاهر للعيان، بحيث لا يمكن للمشتري العادي معرفته ولم يكن باستطاعته ملاحظته ألا بجهد فني أو خبرة خاصة لا يملكها هو، أما إذا كان العيب ظاهراً للعيان، أو بالإمكان معرفته بعناية الشخص المعتاد، فإنه لا يعتبر خفياً، إلا إذا كان البائع قد دلس على المشتري وأوهمه بأن العيب بسيط أو أكد عدم أهميته أو تأثيره على المبيع، من باب الغش والخداع، ويستطيع المشتري إبطال البيع بسبب التدليس وليس العيب وعليه لو كان العيب ظاهراً ولكن المشتري تجاهله كلاً منه أو قصر في الفحص، أو كان العيب غير ظاهر ولكن كان باستطاعة المشتري تنبيهه بفطنة الرجل العادي، فإن المشتري في حالتين الحاليتين لا يستطيع المطالبة بالتعويض أو إبطال البيع بسبب هذا العيب، ولكن في حالة ما إذا استوجب الاستعانة بخبير خاص كشف العيب أو مدى تأثيره على البائع، فإن البائع ليس ملزماً بالاستعانة بخبير إلا إذا اشترط البائع الاستعانة به وقصر المشتري في هذا الأمر⁽⁵⁾.

وإذا لاحظنا قانون حماية المستهلك المصري كان أكثر توسعاً في مفهوم العيب ليشمل عدم صلاحية السلعة لتحقيق الغرض الخاص الذي قصد إليه المستهلك، في حين بقي كل من المشرعين العراقي والأردني أقرب إلى القواعد التقليدية

(1) د. حسن عبد الباسط جحيسي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص54؛ د. محمد سامي عبد الصادق، مسؤولية منتج الدواء عن مضار منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص42.

(2) د. محمد شتا أبو سعد، عقد البيع، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص336؛ د. أسامة احمد بدر، ضمان مخاطر المنتجات الطبية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص142.

(3) د. عزري الزين، حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، أبريل، 2005، ص176؛ د. عبد الرسول عبد الرضا، الالتزام بضمان العيوب الخفية في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1974، ص67.

(4) د. سليمان مرشد ود. محمد إمام، عقد البيع، التقنين المدني الجديد، مطبعة النهضة، القاهرة، 1953، ص378.

(5) د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص205.

في ضمان العيوب الخفية، التي تجعل العبرة بمدى صلاحية المبيع للغرض المعتاد أو للغرض الخاص إذا كان معلوماً للبائع أو داخلاً في نطاق الاتفاق بين الطرفين، وهو الذي كان يعمل البائع أو كان يجب أن يعمل من شخصية المشتري أو مهنته أو ظروف التعاقد، وهذا العيب لا يشترط فيه أن يكون قديماً، وإنما كل عيب نشأ حتى ولو بعد العقد، وقبل التسليم كما في طريقة نقلها أو تركيبها أو تقديمها وهذا الالتزام الناشئ بموجب قانون حماية المستهلك، من النظام العام الذي لا يجوز الاعفاء منه مقدماً، ومما يؤخذ على هذا القانون أنه اعتمد على معيار الغاية من استخدام الشيء، دون اعتبار لسلامة المشتري أو أمنه الشخصي والمادي⁽¹⁾.

ويذهب اتجاه⁽²⁾ في الفقه إلى اعتبار البائع المهني، سيء النية دائماً باعتبار أنه يجب عليه معرفة عيوب الشيء الذي يقوم ببيعه، لذلك من الواجب عليه إخبار المشتري بهذه العيوب القائمة أو المحتملة، ولذلك لا يستطيع أن يخفف الضمان من خلال إيراد شرط في العقد يمنع مساءلته، لأن الضمان القانوني هو من النظام العام إذا تعلق الأمر بالبائع المحترف أو المهني⁽³⁾.

ويذهب اتجاه آخر⁽⁴⁾ إلى أن طلب المستهلك استبدال المنتج المعيب أو إصلاحه ما هو إلا تطبيق للقواعد العامة في تنفيذ الالتزام عيناً إذا كان التنفيذ العيني لا يزال ممكناً سواء باستبدال الشيء المبيع أو إصلاحه، ويذهب آخر⁽⁵⁾ إلى أن الاستبدال ليس حتماً إذا كان الإصلاح ممكناً إذا كان هذا الإصلاح يؤدي إلى إزالة الخلل أو العيب⁽⁶⁾. وفي حالة عجز البائع عن الإصلاح وهي عليه إعادة الثمن واسترداد السلعة المعيبة، وليس من حق البائع مطالبة المشتري بقيمة الإصلاح أو الاستبدال أو أية نفقات اضافية أو غرامات، ويتم ذلك خلال مدة معقولة، وفي أغلب الأحيان يتم تحديد هذه المدة في بنود العقد، ويعتبر ذلك تطبيقاً للقواعد العامة الخاصة بفسخ العقد⁽⁷⁾.

والاستبدال قد يلحق بالأجزاء المعيبة بشرط أن يؤثر ذلك الاستبدال على صلاحية المبيع وانخفاض سعره، أو أن يكون الاستبدال كلياً حيث يمنح المشتري شيئاً جديراً، ولكن هل يجوز للبائع استبدال المبيع بمبيع آخر من نفس الصنف ولكن من منشأ آخر أو علامة أخرى، بسبب نفاذ الكمية، هذه الحالة تحتاج إلى موافقة المشتري على هذا الاستبدال، إلا في حالة وجود بند في العقد يعطي البائع هذا الحق وأن لا يكون في ذلك العمل غبن للمشتري.

وحصل خلاف فقهي بين خيارات المشتري، فيما إذا كان يجب عليه طلب التنفيذ العيني للالتزام بتسليم سلعة أخرى خالية من العيوب وأن الخيار الثاني له هو طلب إصلاح العيب، في حالة تعذر تطبيق الحالة الأولى، أما الحالة الثالثة

(1) د. يسرية عبد الجليل، المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن عيوب تصنيع الطائرات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007، ص51.

(2) د. محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص385.

(3) د. حساني علي، ضمان حماية المستهلك، مرجع سابق، ص160؛ د. حمد الله محمد حمد الله، مختارات من قانون الاستهلاك الفرنسي، مجلة الدراسات القانونية، ج2، عدد19، كلية الحقوق، جامعة أسبوط، 1996، ص27.

(4) د. جابر محبوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيع المنقولات الجديدة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانونين المصري والكويتي، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1995، ص46-47.

(5) د. علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص31.

(6) د. شحاتة غريب محمد، خصوصية المسؤولية المدنية في مجال الدواء، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص26.

(7) د. رضا متولي وهذان، الخداع الإعلامي وأثره على معيار التدليس، دراسة مقارنة في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقه الإسلامي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد43، إبريل 2008، ص282.

والأخيرة، فهي طلب فسخ العقد وإرجاع السلعة مع استرداد قيمتها دون تكلفة اضافية⁽¹⁾، بينما يذهب اتجاه آخر إلى حرية المشتري في اختيار ما يراه مناسباً في هذه الحالة⁽²⁾.

والسؤال المطروح هنا، هنا، في حالة فسخ العقد، إذا كان ثمن السلعة قد تغير صعوداً وأن المشتري لا يستطيع الحصول على مثلها من السوق الموازي بنفس السعر، هل يحق للمشتري إلزام البائع بدفع الفرق على شكل تعويض عن ضرر محقق وهو تغير السعر؟ الذي نراه أن البائع إذا كان محترفاً أو مهنيّاً، فيعتبر في هذه الحالة سيء النية وفقاً لما أوردناه سابقاً، لذلك نرى أنه يلزم بهذه الزيادة تعويضاً للمشتري، لأنه السبب في حصول هذا الضرر.

وهناك حالة تحتاج إلى توضيح، وهي حالة تأثير العيب قبل اكتشافه على صحة المشتري أو سلامته، نتيجة المخاطر التي ظهرت على هذه المنتجات بعد طرحها للتداول في الأسواق، مثل العيب الفني الذي لا يمكن اكتشافه بسهولة في صناعة السيارات⁽³⁾ مثلاً، مما يعرض السائق إلى حوادث خطيرة. ومع ذلك هناك رقابة فيما يتعلق بعيوب المنتجات من قبل أجهزة الدولة وفقاً لقوانين حماية المستهلك، حيث يأخرون المخالف بتعديل أو صناعة وإزالة المخالفة، بوجوب تعديل أوضاع التصنيع بما يجنب حدوث العيوب⁽⁴⁾، وإن خطورة هذه العيوب في التصرفات الالكترونية اخطر منها في التعامل اليومي الفردي.

ويفترض أن المستهلك قد اكتشف العيب خلال المدة القانونية أو خلال فترة معقولة من استلامه المنتج، وأن هذه المدة يجب أن تتناسب مع نوع ووظيفة المنتج، فهي ليست واحدة، لأن العيب قد لا يظهر فوراً وإنما يحتاج إلى وقت يتناسب مع هذا العيب، إن المشكلة في التعاقد الالكتروني أن المورد أو البائع ليست له مكان ثابت يمكن مراجعته يمكن مراجعتها في حالة اكتشاف العيب، فالتعامل يكون إلكترونياً من خلال موقع فضائي قد لا يكون محدداً مكانه على الأرض، أو هو غير معروفة جنسيته، كما حصل مع أحد المواقع التي كانت تباع قطع ذهبية وتدعي أنها في هونك كونك، ولما حصل النزول الشهير في نهاية عام 2008 وتأثرت المواقع، اختفى هذا الموقع من الوجود الفضائي وبعد بحث البعض عنه تبين انه غرفة في عمارة في هونك كونك غادر مستأجرها إلى جهة مجهولة، وتركوا وراءهم العديد من الدائنين (المشتريين) الذين لم يتسلموا مشترياتهم الذهبية، ولعل ابرز ما تختلف فيه العقود الالكترونية عن العقود التقليدية هو مسألة ان التعاقد الالكتروني يكون دائماً يكون عن بعد وان استلام المشتري للمبيع يكون في فترة لاحقة على العقد قد تطول او تقصر بمعنى ان المشتري لن يكون قدرا على فحص المبيع وقت التعاقد بل ان ذلك يكون وقت

(1) د. رضا متولي وهدان، المرجع السابق، ص 283.

(2) د. حسان توكل موسى، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 329.

(3) كثيراً ما تلجأ الشركات الكبرى إلى سحب منتجاتها المعيبة من الأسواق للقيام باستبدالها أو إصلاحها، أو لمنع الضرر الناتج من العيوب الفنية فيها، كما حصل مع شركة سيارات BMW الألمانية في 2010/10/1 حيث تم سحب حوالي 350 ألف سيارة من السوق الأمريكية وغيرها لإصلاح عيب في مكابح السيارة، وسحبت شركة جنرال موتورز 200 سيارة من طراز بنتلي لإصلاح عيب فيها، وفي كل يوم تتجأ الشركات الكبرى بالسحب أو التحذير بسبب خطورة العيب على السلامة الشخصية، لمزيد من التفصيل ينظر: مجلة الحقوق، مجلس النشر الكويتي، العدد 30، السنة 36، سبتمبر 2012، ص 101 (تعليق على حكم بتاريخ 2005/12/17، طعن رقم 2004/1011).

(4) د. نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي اوزو، الجزائر، 2012، ص 124.

الاستلام ، لذلك فإن المشتري يعتمد في البيع الإلكتروني يعتمد على الوصف والصور وما إلى ذلك. وبالتالي قد يختلط مفهوم ضمان العيوب الخفية مع (عدم المطابقة للموصفات).

لذلك تعمل الجهات القانونية في مختلف البلاد على أن يحدد التاجر الإلكتروني موقعه على الأرض وتلزمه برد المبلغ إلى المستهلك وتحديد أجل معين لتنفيذ هذا الالتزام، ووضع جزاء مالي على التاجر الذي لا يرد الثمن إلى المستهلك خلال مدة ثلاثين يوماً من تاريخ مطالبة المستهلك بذلك كما فعل المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك الفرنسي (م121-20) المضافة بالمرسوم 741-2000 والقصد النموذجي الفرنسي (بند9)⁽¹⁾، أما المشرع العراقي، فلم ينظم في قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010 حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني، ولم يحدد مدة معينة لرد الثمن أو يرتب جزاءً خاصاً على تأخر المجهز في رده، خلافاً لما أخذ به المشرع الفرنسي. وإنما اكتفى بمنح المستهلك الحق في إعادة السلعة والمطالبة بالتعويض عند الإخلال بالالتزام بالإعلام، وذلك بموجب المادة (6/ثانياً) من القانون، مع خضوع المطالبة برد الثمن والتعويض للقواعد العامة في القانون المدني العراقي.

المبحث الثاني

الضمانات الخاصة للعميل في مرحلة تنفيذ العقد

لا يقتصر الاهتمام بحماية المستهلك قبل إبرام العقد وإنما أيضاً في مرحلة إبرام وإنما أيضاً في مرحلة إبرام العقد وخلال تنفيذه أيضاً، فيجب حماية المستهلك من الخداع والتضليل الإلكتروني، ومنع الغش الذي يفسد العقد، ويجب أيضاً على البائع الالتزام بتخدير المتعاقد من المخاطر المحتملة للشيء أو الخدمة محل التعاقد، فالمتعاقد في وضع ضعيف ليس له اطلاع ولا خبرة في تفاصيل الشيء أو إعداداته للاستعمال، لذلك وجب بتبصيره وتحذيره من المخاطر أو الاستعمال غير الصحيح للشيء محل العقد وسوف نتناول هذا المطلب في فرعين، نخصص الأول للخداع والغش والتضليل التجاري ونتناول في الثاني الحق في المطابقة.

(¹) FAUARQUE-COSSON (B): Quelle Protection des consommateurs pour demain 2 La commission europeene hesite et consulte, Recueil Dalloz, Claron, N 14, 2007, p.960 ;

المطلب الأول

الخداع والتضليل والغش التجاري الإلكتروني

سوف نتناول في هذا المطلب موضوع الخداع والتضليل والغش:

أولاً- الخداع التجاري الإلكتروني:

يعدّ سلوكاً خادعاً كل فعل أو امتناع من جانب المعلن يؤدي إلى صنع انطباع مضلل أو غير حقيقي لدى المشتري أو المستهلك أو يؤدي حصول خلط أو غلط لديه بسبب هذا السلوك، فالإعلان قد يكون كاذباً أو مضللاً⁽¹⁾. والكذب هو إظهار الشيء بخلاف حقيقته، أو هو زعم مخالف للحقيقة لأجل تضليل المتلقي من خلال تزييف الحقيقة بشكل مخالف لما يريده الطرف الآخر⁽²⁾، وهذا الأمر يتكون من عنصرين مادي وآخر معنوي ويأخذ الخداع صوراً مختلفة منها، المعلومات الخاطئة مثل استخدام الفاظ كاذبة في الإعلان يقصد منها خداع وتضليل المستهلك عن طريق معلومات غير صحيحة عن الشيء أو المنتج مثل تغيير بلد المنشأة أو سنة الصنع، أو إخفاء بعض المواد التي تدخل في صناعة المنتج تسبب ضرراً أو تقصّر من عمر المنتج، بقصد تضليل وخداع المستهلك والتدخل في قناعاته أو إيهام كاذب في ضمان المنتج وقد يكون الأمر بإخفاء معلومات هامة قد تغير قرار المستهلك، وقد يصل الأمر إلى اختلاف أمور ليست حقيقية، كما في المسابقات الوهمية التي يتم التحكم في نتائجها، وهذه الحالات، تقاس على حالة المستهلك من حيث قدرته على اكتشافها من عدمه⁽³⁾، وبالمقابل هناك من يدعو إلى اعتماد معيار موضوعي، وهو اعتماد مجرد مخالفة الحقيقة تكفي لاعتبار ذلك التصرف خداعاً وتضليلاً للمستهلك بدون أخذ وضع المستهلك ومعرفته وخبرته أي حالته الشخصية في الاعتبار، وأصحاب المعيار الموضوعي يقيمون هذا المعيار على الشخص المتوسط من حيث الحرص والذكاء والاحتياط وواجه هذا المعيار نقداً ذهب إلى وجوب النظر إلى كل حالة على حده، ويقوم بتقدير التضليل على نوعية الجمهور الموجه إليه الإعلان⁽⁴⁾، وتعتبر وجود واقعة غير حقيقية أو كاذبة أو غير مطابقة للحقيقة، إذا كان الكذب مكشوفاً وظاهراً وتكون ادعاءات الإعلان قائمة على عروض زائفة أو كاذبة، وقد يقوم على غموض متعمد أو مثيراً للبس، بتقديم بيانات تحتل أكثر من معنى أو يعمل على الحظ من شأن منتج آخر كما يحصل في إعلانات الشامبو والغسول وأصبغ الشعر وغير ذلك مما نشاهده يومياً.

ولأجل تحقق العنصر المعنوي في التضليل والخداع، يجب توافر سوء نية المعلن أي أن يقوم لديه قصد الخداع والتضليل للمستهلك، فإن إثبات إهمال المعلن أو تقصيره في تقديم تفاصيل الشيء أو المنتج، لا يكفي، فيجب أن يكون الكذب محققاً وهذا الكذب يعتبر دليلاً على سوء نية المعلن، ذلك أن المعلن لديه من الإمكانات والوسائل الفنية

(1) د. عبد الفضيل محمد، مطابقة البضائع في البيوع الداخلية، دراسة نظرية تطبيقية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد 44، أكتوبر، 2008، ص 174.

(2) د. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 2004، ص 158.
(3) د. حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، بدون ناشر أو مكان نشر، 1991، ص 27؛ د. نعيم حافظ أبو جمعة، الخداع التسويقي في الوطن العربي، بحث، الملتقى الأول للمنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، الشارقة، أكتوبر، 2002، ص 29.

(4) د. رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني وأثره على معيار التدليس، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد 43، إبريل، 2008، ص 255.

والتقنية ليكون على علم بكل مخاطر الشيء أو المنتج⁽¹⁾، وبتقديري يكون اثبات توافر سوء النية من عدمه قد يصطدم ببعض العقبات اذا كان التعاقد الالكتروني قد تم عن طريق الذكاء الصناعي ، اذ ان الحديث عن النية في هذا المجال يختلف اختلافا كبيرا عما هو مقرر في القواعد العامة اذ ان النية لا يمكن القول بوجودها او انعدامها في برامج الذكاء الصناعي فالنية صفة تنسب للأشخاص.

وكذلك يكون أو يجب أن يكون عالماً بحقيقة الشيء وأن الإعلان عنها كان مخالفاً لهذه الحقيقة، وعليه أي المعلن واجب التأكد من حقيقة ما يقوم ببيعه وأن يتأكد من صحة المعلومات والبيانات المقدمة إليه من المنتج الأصلي، ولا يعفى إلا إذا كان التضليل أو الخداع لا يمكن لأمثاله كشفه، إذا كان الخداع يتعذر عليه كشفه بسبب صعوبة ذلك لأسباب فنية أو صناعية يتعذر اكتشافها إلا بموجب تقنيات ومهارات واحتراف فني صعب الوصول إليه من قبل أمثاله⁽²⁾. والالتزام المذكور أعلاه يختلف عن الالتزام بالإعلام، فلا يكفي اعطاء بيانات موضوعية عن السلعة أو المنتج إلى المستهلك وإنما يجب تحذير المستهلك من عواقب اختياره الشخصي وتوجيهه ومساعدته في ذلك⁽³⁾، والهدف من التزام المنتج، هو إحاطة المستهلك بشيء من السلامة وتوفير الأمان أو ضمان حصوله على سلعة لا تنطوي على خطورة قد تشكل مصدر ضرر له أو للمحيطين به، ويجب ضمن هذا الواجب تحذير المستهلك من عواقب اختياره الشخصي وليس خداعه أو تضليله بالسكوت عن سوء اختياره واستغلال جهله بالمخاطر المحتملة من الاستعمال الخاطئ وأن يكون التوجيه بعبارات سهلة وواضحة المعنى بحيث يكون التحذير مفهوماً له⁽⁴⁾.

ثانياً- الغش التجاري:

يؤثر الغش في التصنيع على العناصر التكوينية للسلعة المصنفة مما يؤدي إلى تغييرها، فلا تحقق الغرض الذي خصصت له. ويعتبر الغش التجاري من الجرائم التي تمس ليس فقط المستهلك وإنما الاقتصاد الوطني أيضاً، وترتكب جريمة الغش لزيادة الأرباح أو للتعويض عن الركود الاقتصادي وما يسببه من خسارة للتجار، مما يدفعهم إلى الغش في المواد المستعملة في الصناعة، بل لقد امتد الغش إلى كل مفاصل الحياة تقريباً⁽⁵⁾. والغش لغة هو عكس النصح ويعني

(1) د. احمد السعيد الزمرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة 19، العدد4، ديسمبر 1995، ص64-65؛ د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق، دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007، ص45.

(2) د. سميرة القليوبي، غش الأغذية وحماية المستهلك، بحث مقدم ضمن أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشرعية الإسلامية، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، يونيو 1995، ص136.

(3) د. حسن عبد الباسط جميعي، شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية، دراسة مقارنة بين القانونين المصري والاماراتي والقوانين الأوربية، بدون دار نشر، 1993، ص171.

(4) د. شريان محمد، المسؤولية المدنية للمنتج وفقاً لأحكام القانون المدني الجزائري، دراسة وصفية تحليلية، بحث، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، 2008، ص60.

(5) د. ناصر محمد الصغير، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في النظام السعودي، دراسة تطبيقية من دافع ملفات لجنة الفصل في مخالفات الغش التجاري بمنطقة الرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2001، ص28.

أنه كل ما هو على خلاف الحق والنصيحة⁽¹⁾، ويشمل إظهار الشيء على غير حقيقته وتزيين الفاسد الضار على أنه صحيح سليم⁽²⁾.

وعرفت محكمة النقض المصرية الغش التجاري، بأنه (إضافة مادة غريبة أو انتزاع شيء من عناصره النافعة، كما يتحقق أيضاً بإخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري ويتحقق ذلك بالخلط أو الإضافة بقصد الإيهام بأن الخليط لا شائبة فيه، أو بقصد إخفاء سوء البضاعة في صورة أجود مما هي عليه في الحقيقة)⁽³⁾، أما المشرع العراقي فلم يورد تعريفاً عاماً للغش التجاري، إلا أنه عرف الغش الصناعي في قرار مجلس قيادة الثورة (المنحل) رقم (236) لسنة 2002 بأنه: "كل فعل يؤدي إلى إنتاج أو تسويق مادة مخالفة للقواعد المعتمدة في صناعتها، ومن شأن ذلك أن ينتقص من خواصها أو فوائدها". إذ أن المشرع العراقي اتجه إلى التركيز على الأثر المترتب على الغش، والمتمثل في الإخلال بجودة المنتج أو خصائصه، وكذلك المشرع الاردني و المشرع الفرنسي فهم لم يضعوا تعريفاً تشريعياً للغش التجاري، وإنما جرم المشرع الاردني والفرنسي صوره المختلفة من خلال التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك والمواصفات والمقاييس، تاركين تحديد مفهومه للفقهاء والقضاء.

في حين توسعت محكمة النقض الفرنسية في تعريف الغش واعتبرته كل تلاعب أو معالجة غير مشروعة أو غير متفقة مع اللوائح وتؤدي إلى تغيير التركيب المادي للمنتج، ويتخذ هذا التغيير إما بالإضافة أو الانتقاص أو الاستعاضة أو التحريف فمجرد مخالفة اللوائح السارية حتى ولو لم يود ذلك إلى تغيير جوهري في المواد يعتبر غشاً موجباً للمساءلة ولا دخل للقصد في هذه المسألة⁽⁴⁾.

ويتخذ الغش أغلب الأحيان الصور الآتية:

- 1- إدخال عناصر مغايرة للأصل الطبيعي للمنتج أو خلطه بمادة أخرى أقل جودة أو أقل ثمناً مما يؤدي إلى تغييرها بدون أن يشعر المستهلك بذلك التغيير.
- 2- فقدان عنصر مهم من عناصر المنتج، أو التلاعب بنسب العناصر المكونة لها.
- 3- تزيف شكل السلعة أو تغليفها لتماثل شكلاً آخر أكثر جودة أو شهرة بحيث يقع المستهلك في وهم أنهما متشابهتان، مثل استعمال مصطلح Mode بدلاً من Made وفي مكان مهمل لا يلاحظ المستهلك الفرق بينهما.
- 4- تجاهل تنظيم قائم واجب التطبيق، ومن المعلوم أن التشريعات تخالف على حدوث الغش دون انتظار لحصول نتائج معينة، وإلى إضرار الغش بصحة الإنسان أو الحيوان يعتبر ظرفاً مشدداً لهذه الجريمة، ولا يعتبر جهل

(1) احمد بن علي الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، دار الكتب العلمية، بيروت، 1395هـ، مادة (غش).

(2) د. عمرو درويش العربي، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الأغذية، محاولة لإقامة نظرية عامة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عيش شمس، 2004، ص31.

(3) نقض (مصري) 1960/3/22، مجموعة أحكام محكمة النقض، السنة 11، ص303؛ أيضاً نقض 1962/12/11، مجموعة أحكام محكمة النقض (المصرية)، السنة 13، ص623. مذكوران في حماية المستهلك للدكتور حسام توكل، مرجع سابق، ص138.

(4) Cass.Crim, 15 jan 1985, D.éd. E. 1985.P.307. مشار إليه في: مبروك سامي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011/2010، ص27، هامش رقم 30.

المشتري بهذا الغش ظرفاً في جريمة الغش⁽¹⁾. ولا يهم أيضاً اتجاه إرادة المنتج في الرغبة في إحداث الغش من عدمه، المهم هو حصول الواقعة، بدون النظر إلى وجود العمد من عدمه⁽²⁾.

ويذهب، أي إلى تقسيم أسباب الغش إلى عامة، تتلخص في اتساع حركة التجارة العالمية والفساد الإداري وغموض التشريعات المنظمة للغش والتنافس في تطبيقها، وحصول هذه الطفرة الهائلة في التقدم التكنولوجي والإلكتروني بحيث تقدمت على نصوص التشريعات القائمة، بحيث أن الأرباح المتحققة من الغش تفوق الغرامات وأحكام الحبس بشكل لا يصدق إضافة إلى دقة الغش بحيث تقدمت على الأجهزة الرقابية بسبب عدم توافر الكفاءات البشرية وسهولة احتوائها بالرشى والتهديد الجسدي⁽³⁾.

أما الأسباب الخاصة⁽⁴⁾، فهي المنافسة غير المشروعة والاحتفاء بالسلطة أو الأجهزة الأمنية لحمايتها من المساءلة والعقاب، إضافة إلى رداءة المنتج المحلي وعدم الثقة فيها، مما دفع المنتجين إلى تزوير العلامات، وعرضها على أنها مستوردة ومن مناشئ ذات سمعة عالمية، وكذلك تلبية السوق المحلية بسبب صعوبة تسويق المنتجات الأصلية، مما يغري التجار إلى بيع نظيرتها المقلدة على اعتبار أنها أصلية، ولكن بسعر مخفض كما يحصل في عالم بيع السيارات، حيث يتم إخفاء مكان الصنع اعتماداً على علامة السيارة الأصلية، كما أن عالم الحصول على الحقوق وإقامة الدعاوي من المستهلك صعبة للغاية ومكلفة مادياً وعدم اهتمام الجهات الرقابية بهذه الشكاوي⁽⁵⁾.

ومن المعلوم أن الغش عن طريق التعامل الإلكتروني أسهل بكثير من التعامل التقليدي، بسبب صعوبة اكتشافه واستعمال وسائل التقنية الحديثة من تزيف ومحاكاة فنية لحذف وإضافة شعارات ومعلومات غير صحيحة على المنتج، والفرق بين الغش والخداع، أن الأول يقع على السلعة أو المنتج بينما يقع الخداع أو التضليل على المستهلك، والغاية من تجريم الخداع هو سلامة العقود والاتفاقات وأن تكون بناءً على إرادة حرة خالية من العيوب، بينما الغاية من الغش هو حماية صحة الإنسان وحياته، ولا يحتاج الغش لثبوته إلى وجود متعاقد مع الغشاش، وإنما تنشأ الواقعة بمجرد حصوله، بينما يحتاج الخداع والتضليل إلى وجود متعاقد مقابل لهذا المخادع حتى نكون أمام خداع أو تضليل يجرمه القانون⁽⁶⁾.

وجريمة الغش هي من الجرائم العمدية التي يلزم لها توافر القصد الجنائي والمتمثل بقيام المنتج بتزيف أو تزوير ماهية المنتج بقصد خداع المستهلك، لذلك يذهب رأي إلى أن الاستهلاك الشخصي من قبل المنتج ينفي عنه جريمة الغش إذا

(1) د. حسام توك، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 139؛ د. السيد خلف الله عبد العال، الحماية الجنائية للمستهلك من جرائم التليس والغش في ضوء الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، بدون مكان نشر أو اسم الناشر، 1999، ص 225.

(2) د. فارس بن علوش، دور الشفافية والمساءلة في الحد من الفساد الإداري في القطاعات الحكومية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010، ص 10.

(3) د. عبد الله حسين علي، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 25.

(4) د. عبد العزيز محمود، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق في الفترة ما بين 1979-1998، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008، ص 102.

(5) إنجي محمد عبد الحميد، دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي، دراسة في واقع الجمعيات الأهلية في مصر، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، القاهرة، المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، بدون تاريخ نشر، ص 143.

(6) د. معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتليس وتقليد العلامات التجارية، عالم الفكر للنشر والتوزيع، طنطا، مصر، 2001، ص 46؛ د. عبد الحكيم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1996، ص 86.

لم يتعلق الأمر بالأخريين⁽¹⁾، وبينني هذا الرأي على وجوب وجود نية التعامل بالسلع المغشوشة مع الآخرين، وهي من الجرائم الوقتية التي تنشأ بمجرد حصول الواقعة حتى ولو لم يتضرر منها بعد أحد⁽²⁾.

ويذهب الفقه الفرنسي إلى أن التاجر يكون مسؤولاً عن الغش الواقع في محل عمله سواء كان بفعله أو بفعل تابعه، على أساس أنه يفترض علم التاجر بجميع مراحل الانتاج في محله⁽³⁾.

وقد اتجه المشرع المصري إلى المساواة بين فساد السلعة وبين غشها أو انتهاء صلاحيتها للاستهلاك⁽⁴⁾، أما المشرع العراقي، فلم ينص صراحةً على هذه المساواة، إلا أنه أخضع السلع الفاسدة والمغشوشة وغير المطابقة للمواصفات إلى نظام قانوني واحد يقوم على حظر تداولها وترتيب المسؤولية المدنية والجزائية عن الأضرار الناجمة عنها. وبالمثل، لم يقرر المشرع الأردني مساواة تشريعية صريحة بين فساد السلعة وغشها وانتهاء صلاحيتها، وإنما عدّ كل واحدة منها صورة مستقلة من صور مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك رقم (7) لسنة 2017 وقانون الغذاء رقم (30) لسنة 2015، ورتب على تداولها المسؤولية القانونية حمايةً للمستهلك.

وكذلك المشرع الفرنسي، فلم ينص على مساواة هذه الحالات، وإنما نظمها في إطار حماية المستهلك من الممارسات التجارية الخادعة ومن تداول المنتجات غير المطابقة أو الخطرة، سواء كانت مغشوشة أو فاسدة أو منتهية الصلاحية، وذلك بموجب أحكام قانون الاستهلاك الفرنسي وقانون الصحة العامة مع ترتيب الجزاءات المدنية والجنائية المناسبة لكل حالة بحسب طبيعتها.

ونؤيد هذا الاتجاه، إذ لا نرى ضرورة للمساواة التشريعية بين فساد السلعة وغشها وانتهاء صلاحيتها، لأن لكل حالة طبيعتها القانونية الخاصة؛ فالسلعة قد تكون فاسدة دون أن تكون مغشوشة، وقد تكون مغشوشة مع بقائها صالحة للاستهلاك، كما أن انتهاء مدة الصلاحية لا يعني بالضرورة تحقق الغش، وإنما يمثل قرينة قانونية على عدم صلاحية المنتج للتداول. ومع ذلك، فإن القاسم المشترك بين هذه الحالات يتمثل في إخلالها بحق المستهلك في الحصول على منتج آمن ومطابق للمواصفات، الأمر الذي يبرر إخضاعها لنظام قانوني موحد من حيث الحماية والمسؤولية، مع مراعاة الخصوصية القانونية لكل حالة.

بناءً على ما سبق يتساوى التعامل مع التضليل أو الخداع والغش التجاري، سواء كان بالطرق التقليدية أو بالوسائل الإلكترونية، وإن كنا نميل إلى وجوب اعتبار الغش الإلكتروني ظرفاً مشدداً لهذه الجريمة لأن ضررها أكبر بكثير وهي تدخل كل بيت بل تعتبر عابرة للحدود الوطنية وهي أشد خطر على الإنسان والبيئة والاقتصاد من غيرها.

(1) د. حساني علي، ضمان حماية المستهلك، مرجع سابق، ص 425؛

(2) د. بودالي محمد، جرائم الغش، مرجع سابق، ص 44؛ د. احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، مرجع سابق، ص 206

(3) د. بودالي محمد، المرجع السابق، ص 44.

(4) القانون رقم 281 لسنة 1994

المطلب الثاني

مخاطر المراقبة الالكترونية وتبييض الأموال

لعل أكبر عائق يواجه المستهلك هي عملية تأمين العمليات المصرفية الالكترونية التي يقوم بها، حيث يواجه المخاطر الأمنية التي تواجه هذه العمليات ووجوب إيجاد الطرق الكفيلة بتوفير الحماية له، لأن هذه العمليات إنما تجري تحت أنظار العالم الرقمي الافتراضي المفتوح والذي تحدده مخاطر عديدة يمكن أن يكون مصدرها مجرد الدخول إلى الشبكة العنكبوتية وبما أن هذه العمليات ليست واحدة وإنما متجددة، وأن هذه المخاطر أيضاً متطورة ومتجددة ومصاحبة للنشاط المصرفي، وهي لا تقف عند حد معين كما هو الحال في العمليات الورقية التقليدية⁽¹⁾. وتذكر هذه المخاطر في عمليات غسيل الأموال والمراقبة الالكترونية، وسوف نوضح ذلك فيما يلي:

أولاً- عمليات غسيل الأموال:

يقوم البعض بعمليات تبييض الأموال أو كما تسمى شعبياً غسيل الأموال من قبل بعض الجهات ذات الدوافع الاجرامية مثل تهريب المخدرات أو تجارة الأسلحة أو تحويل عمليات ارامية لأسباب سياسية، ويتم تحويل الممتلكات أو نقلها مع علم الفاعل بأنه هذه الأموال أو العاثرات إنما هي عائدات إجرامية، لأجل إخفاء مصدر هذه الأموال وإظهارها بمظهر المال المشروع الذي تم الحصول عليه من اعمال تجارية تمت وفقاً للقانون، مما يؤدي إلى إفلات أصحابها من حكم القانون إذا عرف مصدرها غير المشروع، وهذه الأعمال ليست وليدة الساعة، وإنما تقوم بها جهات أو عصابات دولية ذات إمكانيات ونفوذ سياسي واقتصادي واسع. لذلك تعمل الدول على التأكد من كل إثراء غير مشروع أو غير واضح مصدره، ووجوب الاستعلام عن مصدر هذه الأموال التي لا تستند إلى عمل تجاري أو اقتصادي واضح سواء من حيث معرفة مكان العمليات التجارية وهوية العاملين والأرباح والخسائر والخلفية المالية والاقتصادية لأصحابها، لذلك نجد بعض القوانين تحتم على المصارف الاحتفاظ بالوثائق الخاصة بالإيداع والسحب وغلق الحساب لمدة خمس سنوات على الأقل بعد إقفال الحساب⁽²⁾. لذلك وجب على المصرف الالكتروني التأكد من هوية وعنوان الزبون قبل فتح الحساب سواء كان هذا الزبون شخصاً طبيعياً أم معنوياً ويجب التأكد من مصدر الأموال وأن يكون هناك مبرر اقتصادي لهذه الأموال. ومع ذلك لا تعتبر هذه الإجراءات كافية في العمليات المصرفية الالكترونية، وذلك بسبب فتح الحساب المصرفي عن بعد مما يصعب من التحقق والتأكد من هوية الزبون، لذلك اقترح البعض أن يكون فتح الحساب الالكتروني للأشخاص المعروفين بالنسبة للمصرف والذي سبق التعامل معهم⁽³⁾، لأن المصارف الالكترونية لا تخضع

(1) د. إلياس ناصيف وبول مرقص، المصارف العربية في مواجهة التحديات القانونية الدولية، ط1، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، بيروت، 2019، ص14.

(2) د. حوالف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني في الجزائر، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، ص458.

(3) د. حوالف عبد الصمد، المرجع السابق، ص459.

في كثير من الأحيان لنظام قانوني مصرفي صارم حيث أن الكثير منها لا تتشدد في محاولة معرفة مصدر الأموال المودعة لديها⁽¹⁾.

وقد يعتمد هؤلاء الذين يرومون غسيل أموالهم، إلى إيداع الأموال في بنوك في دول لا تراقب مصدر هذه الأموال ثم يتم نقلها إلى مصارف أخرى في بلاد أخرى وتقوم هذه المصارف بتحويل الأموال إلى المصارف المقصودة بدون ذكر اسم العميل المرسل، بل تقتصر على الإشارة إلى رغبته في تحويل مبلغ من المال إلى عميل في هذا المصرف الأخير، وبذلك يعرف اسم العميل المرسل إليه بدون معرفة اسم العميل المرسل، باعتبار أنه معروف لدى المصرف المرسل، ويستغل هؤلاء قانون السرية المصرفية بوجوب الحفاظ على سرية التعاملات وأسماء العملاء، ليتم تدوير هذه الأموال بين مصارف عديدة عن طريق التحويل الإلكتروني ثم تدخل في عجلة الاقتصاد بصورة مشروعة بعد أن تم إخفاء أصلها وهو ما يسمى بغسيل الأموال⁽²⁾.

ويلاحظ البعض أن الجهود الرامية إلى الكشف عن عمليات تبيض الأموال تصطدم بصعوبتين كبيرتين، الأولى، هي التزام المصارف التقليدية أو الإلكترونية، بمبدأ السر المصرفي الذي ذكرناه سابقاً والذي يمنع من معرفة هوية المودع ومصدر الأموال بالنسبة للغير، ومن التجارب العملية في هذا الباب وجود هذه الأجهزة الآلية خارج مبنى المصرف في الإمارات العربية المتحدة، والتي يتم بواسطتها إيداع مبالغ كبيرة باسم شخص معين له حساب في المصرف وبدون ذكر اسم المودع ويمكن ممارسة هذا الإيداع يومياً دون الحاجة إلى معرفة اسم المودع، أما الثانية فهي طبيعة العمليات الإلكترونية التي لا تقتضي الحضور الفعلي للعميل وبدون حصول اتصال مباشر ما بين المودع والمصرف، وهو ما يساعد على عدم تحقق المصرف من مصدر الأموال وله فائدة في تحويل الأموال إليه؛ لذلك يقوم بعمل يؤدي إلى هروب هذه الأموال من المصرف⁽³⁾.

ثانياً- المراقبة الإلكترونية:

على المؤسسات المالية التي ترغب بالقيام بالعمليات المصرفية الإلكترونية على مواقع الانترنت، أن تراعي القواعد القانونية لهذا الفضاء الافتراضي بعناصر الإثبات الخاصة بالعمليات المصرفية التي تتضمن عقوداً إلكترونية، لذلك وجب عليها الاحتفاظ بكل عناصر الإثبات في مواجهة الغير وأن يتم هذا الحفظ بمكان آمن وسري، بحيث يمكن لإدارة المصارف الوصول إليها في أي وقت وبدون أن يستطيع غير إدارة المصرف اقتحام هذه الأماكن والوصول إلى هذه الوثائق، وأن يكون هذا الحفظ والسرية مقبولةً من طرف القضاء الوطني⁽⁴⁾.

(1) د. كريمة تدرست، دور البنوك في مكافحة تبيض الأموال، مذكرة دكتوراه في القانون، جامعة مولود مصحري، تيزي وزو، الجزائر، 2014، ص 111.

(2) د. كريمة تدرست، المرجع نفسه، ص 105-106.

(3) د. عجلان العياشي، ترشيد الرقابة الجبائية على قطاع البنوك والمؤسسات المالية لحكومة أعمالها ونتائجها، ملنقى حول الأزمة الاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة سطيف، الجزائر، 2009، ص 30.

(4) هداية بوعزة وفتيحة يوسف، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 3، العدد 4، الجزائر، 2018، ص 36.

وللقضاء على هذه المخاطر الإلكترونية، يحتاج الأمر إلى إدارة جيدة ودقيقة للمخاطر القانونية، حيث من الواجب التحكم في عمليات التوثيق ووسائل الإثبات ومراقبة دقيقة ومسخرة لمختلف العمليات المنجزة على موقع الانترنت.

وعلى المؤسسة المصرفية أن تقوم بدراسة قانونية مستفيضة للدولة التي تقدم فيها هذا النشاط، وعليها معرفة القواعد الخاصة بالنظام العام والنظام الضريبي للدولة، وقواعد الأهلية الخاصة بالأشخاص المعنوية والطبيعية التي تمكنهم من القيام بالعمليات المصرفية، وهذا النشاط يعطي للزبون نوعاً من الأمان على أمواله، من خلال قيام المصرف بالتحكم في عمليات التوثيق والمراقبة الإلكترونية وعلى المصرف إعلام الزبون بالقواعد الضريبية في دولة المركز، وكذلك الدولة التي يتم نقل الأموال إليها، ومقدار هذه الضريبة ومدى تنوعها على الأعمال والنشاط التجاري والصناعي، وما يفرض على الدخل، وإعلان التكييف القانوني لهذا النشاط، لمنع الازدواج الضريبي الذي يلحق بالزبون خسائر مالية كبيرة⁽¹⁾، وعدم إعلامه بذلك يعتبر نوعاً من المخاطر التي يجب تجنبها. لذلك تعتمد المصارف الإلكترونية إلى اتباع نظام الجدران النارية من خلال ربط المصرف لجميع فروع شبكته واحدة تسهل عليه تبادل المعلومات والبيانات، وهي شبكة داخلية خاصة به، وحين قيام المصرف بربط هذه الشبكة بشبكة الانترنت، يكون المصرف عرضة لمختلف المخاطر، لأن شبكة الانترنت عالمية وليست خاصة ببلد معين، لذلك يلجأ المصرف لحماية الزبون إلى إقامة حواجز لحمايته من مخاطر الانترنت وهي ما يسمى بجدران الحماية وهي عبارة عن مجموعة من البرامج والأجهزة التي تعمل كحاجز مانع بين موقع المصرف، وموقع الانترنت تراقب دخول وخروج البيانات، لرصد أي دخول مشبوه أو غير مشروع⁽²⁾.

وقد يستعمل المصرف للتخلص من المخاطر الأمنية، استعمال التشفير بالمفتاح المتماثل، حيث يكون للمرسل والمستقبل نفس المفتاح الذي يجب المحافظة عليه بأعظم درجات السرية، وقد تستعمل وسائل أخرى لأجل حماية أموال المصرف من مخاطر فقدانها عن طريق وضع سلسلة من الأعداد (الأرقام) يحوزها حصرياً الموقع فقط، لأجل دفع المخاطر الأمنية عن المصرف⁽³⁾.

الخاتمة

توصلنا من خلال هذا البحث الى جملة من النتائج والتوصيات نورد اهمها فيما يلي :

أولاً: النتائج .

1 - لم تنظم العمليات المصرفية الإلكترونية في العراق في قانون خاص وبشكل صريح، وإنما أشارت إلى هذه المصارف وعملياتها في تعليمات من خلال عبارات غير واضحة باعتبارها أسلوباً من أساليب إدارة الأموال.

(1) د. حواف عبد الصمد، مرجع سابق، ص440. إن نقاعس المصرف عن إعلام الزبون بهذا الازدواج، يعتبر تقصيراً منه يوجب مساءلته عن ذلك.

(2) د. علاء الدين التميمي، التنظيم القانوني للبنك الإلكتروني على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص678.

(3) صليح يونفلة، مرجع سابق، ص113 وما بعدها.

- 2 - كقاعدة عامة لا يجوز لأحد الطرفين الرجوع عن تنفيذ العقد لكل ما اشتمل عليه من بنود، ولكن هناك استثناء عليه في حالة قيام المستهلك بإصدار الأمر بالدفع بإحدى الوسائل الإلكترونية وقيام المصرف بتنفيذ الأمر لا يجوز له الرجوع في ذلك، فلا يستطيع إلغاء الأمر الصادر عنه للمصرف، حتى ولو كان قد فقد أهليته بعد إصدار الأمر، وذلك لحماية المورد أو التاجر.
- 3 - هناك ثلاث حالات يجوز ان يطلب فيها من المصرف إيقاف او الغاء اوامر الدفع التي تتم عن طريق البطاقات المصرفية الإلكترونية ، وهي حالة ضياع البطاقة وحالة سرقتها ، والحالة الأخيرة هي حالة افلاس العميل .
- 4 - لم يفرق المشرع العراقي بين غش السلعة وانتهاء صلاحيتها ، اذ تخضع هذه الحالات لنفس الاحكام القانونية التي تقرر المسؤولية المدنية والجزائية عن عرض او تداول مثل هذه السلع .
- 5 - لم ينظم المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010 حق المستهلك في العدول عن التعاقد الإلكتروني، ولم يحدد مدة معينة لرد الثمن أو يرتب جزاءً خاصاً على تأخر المجهز في رده وإنما اكتفى بمنح المستهلك الحق في إعادة السلعة والمطالبة بالتعويض عند الإخلال بالالتزام بالإعلام، وذلك بموجب المادة (6/ثانياً) من القانون، مع خضوع المطالبة برد الثمن والتعويض للقواعد العامة في القانون المدني العراقي.

ثانيا : التوصيات .

- 1 - نوصي المشرع العراقي بإصدار قانون يلم شعث هذه التفاصيل الخاصة بأعمال المصاف الإلكترونية وربط أعمالها بالبنك المركزي العراقي، إذا كانت تعمل داخل العراق.
- 2 - نوصي المشرع العراقي بالنص على ان لا يسمح بالتعامل مع أي مصرف الكتروني أو مؤسسة مالية الكترونية ولا يعترف بشرعية عملها إلا إذا كانت لها وكالة أو فرع في العراق، يخضع لأحكام البنك المركزي العراقي.
- 3 - نوصي المشرع العراقي بالنص على الحالات التي يجوز فيها للعميل المصرف طلب وقف اوامر الصرف التي تتم عن طريق البطاقات المصرفية في حالة ضياع البطاقة او سرقتها ، كما يجوز لأمين التفليسة ان يطلب وقف اوامر الصرف عن طريق البطاقة المصرفية في حالة افلاس العميل .
- 4 - نقترح على المشرع العراقي تنظيم حق المستهلك في مجال التعاملات الالكترونية بالعدول ، وذلك لخصوصية هذه الحالة من حيث ان استلام السلع غالبا يكون في وقت متأخر عن تاريخ التعاقد وانه يتعذر على المستهلك في هذا النوع من العقود فحص البضاعة قبل التعاقد ، لذلك يجب ان يمنح المستهلك ضمانات اكبر فيما يتعلق بالمدة الممنوحة له للعدول وما شابه ذلك.

• قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- د. احمد السيد لبيب، الدفع بالنقود الالكترونية، الماهية والتنظيم القانوني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009.
- 2- احمد بن علي الفيومي، المصباح المنبر في غريب الشرح الكبير، دار الكتب العلمية، بيروت، 1395هـ، مادة (غش).
- 3- د. احمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، 2008.
- 4- د. أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون تاريخ.
- 5- د. أسامة احمد بدر، ضمان مخاطر المنتجات الطبية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 6- د. السيد خلف الله عبد العال، الحماية الجنائية للمستهلك من جرائم التدليس والغش في ضوء الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، بدون مكان نشر أو اسم الناشر، 1999.
- 7- د. إلياس ناصيف وبول مرقص، المصارف العربية في مواجهة التحديات القانونية الدولية، ط1، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، بيروت، 2019.
- 8- د. أنور سلطان، العقود المسماة، شرح عقدي، البيع والمقايضة، دار الجامعة الجديدة، طبعة جديدة، القاهرة، 2005.
- 9- د. بلال عبد المطلب بدوي، البنوك الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- 10- د. جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.
- 11- د. حساني علي، نحو نظرية عامة في القانون المقارن، ضمان حماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2017.
- 12- د. حسن عبد الباسط جحيسي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
- 13- د. حسن عبد الباسط جميعي، شروط التخفيف والاعفاء من ضمان العيوب الخفية، دراسة مقارنة بين القانونين المصري والإماراتي والقوانين الأوروبية، بدون دار نشر، 1993.

- 14- د. حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، بدون ناشر أو مكان نشر، 1991.
- 15- د. حوالف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016.
- 16- د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك. حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- 17- د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق، دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية.
- 18- د. سامي عبد الباقي، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، بدون سنة نشر، القاهرة.
- 19- د. سليمان مرشد ود. محمد إمام، عقد البيع، التقنين المدني الجديد، مطبعة النهضة، القاهرة، 1953.
- 20- د. سليمان مرقس، شرح القانون المدني المصري، ج2، الالتزامات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964.
- 21- د. شحاتة غريب محمد، خصوصية المسؤولية المدنية في مجال الدواء، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
- 22- د. عبد العزيز محمود، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق في الفترة ما بين 1979-1998، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008.
- 23- د. عبد القادر الحاج، مسؤولية المنتج والموزع، دراسة مقارنة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- 24- د. عبد المنعم موسى، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- 25- د. علاء الدين التميمي، التنظيم القانوني للبنك الإلكتروني على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- 26- د. علي جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية، دار النهضة العربية، ط3، القاهرة، 2000.
- 27- د. علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990.
- 28- د. فتحي عبد الرحيم عبد الله، دراسات في المسؤولية التقصيرية، (نحو مسؤولية موضوعية)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005.

- 29- كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الأهرام للنشر والتوزيع والإصدارات القانونية، ط1، القاهرة، 2023.
- 30- الشيخ محمد أمين بن عابدين، حاشية رد المحتار على الدر المختار.
- 31- د. محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعينة، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 32- د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 33- د. محمد سامي عبد الصادق، مسؤولية منتج الدواء عن مضار منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.
- 34- د. محمد شتا أبو سعد، عقد البيع، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
- 35- د. محمد لبيب شنب ومجدي صبحي خليل، شرح أحكام عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1968.
- 36- د. محسن شفيق، مسؤولية المنتج، دراسة في قانون التجارة الدولية، مذكرات لطلبة القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1977.
- 37- د. معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، عالم الفكر للنشر والتوزيع، طنطا، مصر، 2001.
- 38- د. نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة، عقد البيع، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004.
- 39- د. يسرية عبد الجليل، المسؤولية عن الأضرار الناشئة عن عيوب تصنيع الطائرات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007.

ثانياً: الرسائل والأطاريح الجامعية

- 1- د. احمد علي العريزي، التزام المؤجر بالضمان في القانونين المصري والأردني، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 2005.
- 2- د. الهيثم عمر سليم، المسؤولية المدنية عن أضرار البدائل الصناعية الطبية، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، مصر، 2006.
- 3- د. خالد عبد التواب عبد الحميد، نظام بطاقات الدفع الإلكتروني من الناحية القانونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان، مصر، 2006/2005.

- 4- صليح بونفلة، النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لاهاي، الجزائر، 2019-2020.
- 5- د. عبد الرسول عبد الرضا، الالتزام بضمان العيوب الخفية في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1974.
- 6- د. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 2004.
- 7- د. عمرو درويش العربي، الحماية الجنائية للمستهلك من غش الأغذية، محاولة لإقامة نظرية عامة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 2004.
- 8- د. فارس بن علوش، دور الشفافية والمساءلة في الحد من الفساد الإداري في القطاعات الحكومية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010.
- 9- د. كريمة تدريست، دور البنوك في مكافحة تبييض الأموال، مذكرة دكتوراه في القانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014.
- 10- د. كيلاني عبد الراضي، النظام القانوني لبطاقات الوفاء والضمان، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، 1996.
- 11- مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010/2011.
- 12- د. ناصر محمد الصغير، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في النظام السعودي، دراسة تطبيقية من دافع ملفات لجنة الفصل في مخالفات الغش التجاري بمنطقة الرياض، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2001.
- 13- د. نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012.

ثالثاً: البحوث والمقالات

- 1- د. احمد السعيد الزمرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة 19، العدد 4، ديسمبر 1995.

- 2- إنجي محمد عبد الحميد، دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي، دراسة في واقع الجمعيات الأهلية في مصر، سلسلة أبحاث ودراسات، العدد الأول، المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، القاهرة، بدون تاريخ نشر.
- 3- د. حمد الله محمد حمد الله، مختارات من قانون الاستهلاك الفرنسي، مجلة الدراسات القانونية، ج2، عدد19، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، 1996.
- 4- د. رضا متولي وهدان، الخداع الإعلامي وأثره على معيار التدليس، دراسة مقارنة في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقه الإسلامي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد43، إبريل 2008.
- 5- د. سميحة القليوبي، غش الأغذية وحماية المستهلك، بحث مقدم ضمن أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشرعية الإسلامية، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، يونيو 1995.
- 6- د. شريان محمد، المسؤولية المدنية للمنتج وفقاً لأحكام القانون المدني الجزائري، دراسة وصفية تحليلية، بحث، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، 2008.
- 7- د. عجلان العياشي، ترشيد الرقابة الجبائية على قطاع البنوك والمؤسسات المالية لحوكمة اعمالها ونتائجها، بحث مقدم لملتقى حول الأزمة الاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة سطيف، الجزائر، 2009.
- 8- د. عدنان سرحان، الوفاء الإلكتروني، مجلة الحقوق، تصدر عن جامعة البحرين، كلية الحقوق، 2006.
- 9- د. عزري الزين، حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، أبريل 2005.
- 10- د. نبيل محمد احمد، بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.
- 11- د. نعيم حافظ أبو جمعة، الخداع التسويقي في الوطن العربي، بحث مقدم إلى الملتقى الأول للمنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، الشارقة، أكتوبر 2002.
- 12- هداية بوعزة وفتيحة يوسف، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد3، العدد4، الجزائر، 2018.

رابعاً: المراجع الأجنبية

1. FAUARQUE-COSSON (B): Quelle Protection des consommateurs pour demain ? La commission européenne hésite et consulte, Recueil Dalloz, Chron., N 14, 2007

خامساً: الأنظمة والقوانين والدساتير

- 1 - قانون قمع الغش والتدليس المصري رقم 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994.
- 2 - القانون المدني العراقي لسنة 1951.
- 3 - قانون المصارف العراقي رقم 94 لسنة 2004.
- 4 - نظام خدمات الدفع الالكتروني للأموال رقم 2 لسنة 2024.