حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني

م.د. علي مطشر عبد الصاحب

جامعة بغداد / كلية القانون

قسم القانون الخاص

ملخص

يعد التعاقد عبر شبكات الاتصال الالكترونية من الاساليب الحديثة في التعاقد والتي كانت وسيلة اغراء للمستهلكين بفتح الطريق امامهم للتعاقد بضغطه على مفتاح في جهاز الحاسبة الالكترونية للحصول على السلعة أو الخدمة المعروضة.

واذا كان المستهلك بحاجة الى الحماية القانونية عند دخوله في التعاقدات الاعتيادية فأن هذه الحماية تبدو ضرورة ملحة في مجال التعاقد الالكتروني نظراً لما يتمتع به هذا الاسلوب التعاقدي من خصوصية. وخطورة على المتعاملين به في الوقت ذاته وهذا ما دعانا الى بحث الموضوع لاهميته الكبيرة في حياة الافراد.

Protect the Consumer to make an electronic Contract

Ali Mutashar Abdul Sahib
Baghdad University College of law
private law department

Abstract

The Contract through electronic communication Nets is a modern style in contract , which a mean that Seduce the consumers by open the way in front of them to make a contract by pressing on a key in the electronic computer device to get an offered good or Service .

And if the Consumer need a lawful protection when he inter in a normal contracts , this protection will be a very important necessity in the field of electronic contract , because this style of Contract had a specialty and danger on the people who deal with it in the same time.

This which call us to search the Subject in this research

المقدمة :

ادى التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم اليوم الى ايجاد اساليب جديدة لابرام عقود لم تكن معروفة من قبل ومن اهم هذه الاساليب التعاقد عبر شبكة الانترنت ، مما حدا بالمشرعين ولأجل مواكبة هذا التطور الهائل الى اصدار تشريعات تتناول التعاملات الالكترونية والتوقيع الالكتروني بعدما تحولت اسواق العالم الى اسواق واسعة النطاق ، يلتقي فيها المتعاقدان عن بعد ، ومن دون تاثير لا ماكنهم الواقعية فيتبادلون المفاوضات والمعلومات وسائر البيانات بسهولة كبيرة وسرعة فائقة [1].

ولعل التقدم الهائل في مجال ابرام العقود الالكترونية اصبح يشكل وسيلة اغراء وجذب للمتسهلك بفتح الطريق امامه الى عالم التجارة الالكترونية ، اذ يستطيع المستهلك التعامل مع الاسواق المحلية والعالمية بضغطة واحدة على جهاز الحاسبة الالكترونية لطلب السلعة أو الخدمة المعروضة ودون حاجة الى الدخول في علاقة مباشرة مع طرف العقد الاخر أو بعبارة ادق دون الحاجة الى انعقاد مجلس عقد حقيقي بينهما ، الا ان اهم ما يلاحظ على المستهلك انه طالما تسيطر عليه حالة ضعف واختلال التوازن بينه وبين المهني او المحترف الذي يقدم السلعة او الخدمة بأعتبار ان هذا الاخير هو الطرف الاقوى اقتصادياً وهو الذي يفرض شروطه على المستهلك.

فأذا اضفنا الى ذلك حقيقة اخرى مفادها أن التعاقد الالكتروني بحد ذاته يثير العديد من المشكلات القانونية تختلف بأختلاف الزاوية التي ينظر منها اليه ، مثل

---

[1] للمزيد من التفصيل راجع :

د . عباس العبودي ، تحديات الاثبات بالسندات الالكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها، طبع منشورات الحقوقي ، ط (١) ، ٢٠١٠ ، ص ٩ وما بعدها .

-د .جليل الساعدي ، مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت ، طبع مكتبة السنهوري ، ٢٠١١ ، ص ٧ وما بعدها .

انعقاد العقد ، وطبيعة المراحل التي يمر بها واثباته وغير ذلك من المشاكل التي تحتاج الى دراسات معمقة لغرض ايجاد حلول قانونية ناجعة .

اصبحت لدينا ضرورة قصوى لدراسة حماية المستهلك عند دخوله في هذا النمط الجديد من التعاقد بوصف هذه الحماية احد المشاكل الرئيسية في مجال التعاقد الالكتروني ، اذ يجب أن تضمن القوانين حماية المستهلك بصورة واضحة وصريحة وفي اطار من الشفافية الكاملة.

عليه فقد تناولنا موضوع حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني في ثلاثة مباحث وكما يأتي:

المبحث الاول : مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني.

المبحث الثاني : حماية المستهلك في مرحلة ابرام عقد الاستهلاك الالكتروني.

المحبث الثالث : حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ عقد الاستهلاك الالكتروني.

﴿المبحث الاول﴾

مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني

لغرض تحديد مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني لابد من البحث عن تعريف هذا العقد في مطلب اول وتحديد انعقاده في مطلب ثان ، وتحديد خصائصه في مطلب ثالث.

﴿ المطلب الاول ﴾

تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني

ان تحديد تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني يتطلب تعريف كل من المستهلك والعقد الالكتروني ، ومن ثم التوصل الى تعريف العقد موضوع الدراسة.

اولاً / تعريف المستهلك الالكتروني:

المستهلك في مجال عمليات التعاقد الالكترونية هو نفسه المستهلك العادي ، ولكنه فقط يتعامل عبر وسيلة الكترونية ، ومن خلال شبكة اتصالات عالمية ، ومن هنا يمكن استخلاص تعريف للمستهلك الالكتروني من خلال التعاريف المعروضة للمستهلك ، وبالرجوع الى المشرع الفرنسي نجد انه قد عرف المستهلك في مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في ١٩٩٣/٧/٢٦ بأنه " **المستهلكين هم الاشخاص الذي يحصلون او يستعملون المنقولات او الخدمات للاستعمال غير المهني** "، ورغم ذلك فقد صدر القانون في صيغته النهائية خالياً من اي تعريف للمستهلك.

أما في مصر فقد عرفت المادة الاولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ المستهلك بأنه "**كل شخص تقدم اليه احد المنتجات لأشباع احتياجاته الشخصية او العائلية او يجري التعامل او التعاقد معه بهذا الخصوص**" .

وقد عرف القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم ٢٤ لسنة ٢٠٠٦ في شأن حماية المستهلك في المادة الاولى المقصود بالمستهلك بأنه" **كل من**

يحصل على سلعة او خدمة بمقابل أو بدون مقابل اشباعاً لحاجاته الشخصية او حاجات الآخرين"

أما قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ فقد عرف المستهلك في المادة ١/ خامساً بأنه " **الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يتزود سلعة او خدمة بقصد الافادة منها**".

عليه يمكن تعريف المستهلك الالكتروني بأنه كل شخص طبيعي او معنوي يتلقى السلع او الخدمات بهدف اشباع حاجاته اليومية والوقتية لغير الاغراض التجارية سواء بمقابل او من دون مقابل عبر شبكات الاتصال الالكترونية".

وهذا يلزم توفر اربعة شروط فيمن يكتسب صفة المستهلك الالكتروني وهي:

١- ان يكون من الاشخاص الذين يحصلون على السلع او الخدمات.

٢- ان يكون محل الاستهلاك هو السلع او الخدمات.

٣- ان يكون الغرض من الحصول على السلعة او الخدمة لاغراض شخصية او عائلية وليست لاغراض تجارية.

٤- ان يكون ابرام العقد للحصول على هذه السلع او الخدمات عبر شبكات الاتصال الالكترونية.

ثانياً / تعريف العقد الالكتروني :

يعرف بعض الفقة الفرنسي العقد الالكتروني بأنه اتفاق يتلاقى فيه الايجاب والقبول بشان الاموال والخدمات عبر شبكة دولية للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة ومرئية تتيح التفاعل بين الموجب والقابل[١].

كما يعرف بأنه "العقد الذي يتم انعقاده بوسيلة الكترونية كلياً او جزئياً وتتمثل الوسيلة الالكترونية في كل وسيلة كهربائية او مغناطيسية او ضوئية او الكترومغناطيسية او اية وسيلة أخرى مشابهة صالحة لتبادل المعلومات بين المتعاقدين[١].

---

[١] الياس ناصيف ، العقد الالكتروني في القانون المقارن ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ٢٠٠٩ ، ص٣٦

كما انه يعرف " اتفاق بين طرفي العقد من خلال تلاقي الايجابي والقبول عن طريق استخدام شبكة المعلومات (On Line) سواء في تلاقي الارادتين او في المفاوضات العقدية او التوقيع او اية جزئية من جزئيات ابرامه سواء اكان هذا التصرف في حضور طرفي العقد في مجلس العقد او من خلال التلاقي عبر شاشات الحاسب الآلي او اية وسيلة الكترونية سمعية او بصرية"[٢].

وقد عرفه قانون المعاملات الالكترونية الاردني رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ في المادة (٢) بأنه " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل الكترونية كلياً او جزئياً.

ومن كل ما تقدم يمكن تعريف عقد الاستهلاك الالكتروني بانه " اتفاق بين طرفين احدهما شخص طبيعي او معنوي يتلقى السلع او الخدمات لغير الاغراض التجارية من خلال تلاقي الايجابي والقبول عن طريق استخدام شبكات الاتصال الالكتروني سواء في تلاقي الارادتين او المفاوضات العقدية أو التوقيع او اية جزئية من جزئيات ابرام العقد".

﴿المطلب الثاني﴾

انعقاد عقد الاستهلاك الالكتروني

لا جدال في ان التعاقد عبر شبكات الاتصال الالكترونية يخضع للقواعد العامة بشان العقود مالم تؤد خصوصية هذا النوع من التعاقد الى الحاجة لبعض القواعد الخاصة ، ولايبدو أن الفقه قد وجد شيئاً من الخصوصية بالنسبة لركن السبب في العقد الالكتروني[٣] ، وعليه فسنتناول ركني الرضا و المحل في عقد الاستهلاك الالكتروني.

---

[١] محمد امين الرومي ، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص٤٩.

[٢] د. محمد فواز المطالقة ، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨ ، ص٢٨.

[٣] د. اسامة ابو الحسن مجاهد ، خصوصية التعاقد عبر الانترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص٦٥.

اولاً : الرضا

العقد الالكتروني شأنه شأن العقد التقليدي ، فجوهره الاتفاق والتراضي بين طرفيه الموجب والقابل ولكنه يتميز بأنه عقد يبرم عن بعد ، فطرفيه غير حاضرين في مجلس العقد وإنما غائبان عنه ، ينشأ العقد بينهما عن طريق استخدام وسائط الكترونية تعمل آلياً وتلقائياً بمجرد إصدار أوامر التشغيل إليها.[١].

١- الايجاب في عقد الاستهلاك الالكتروني :

يعرف الايجاب بصفة عامة بأنه " عرض جازم وكامل للتعاقد وفقاً لشروط معينة يوجهه شخص الى شخص معين ، او الى اشخاص غير معينين بذواتهم او للكافة[٢]".

ولما كان عقد الاستهلاك الالكتروني يندرج من الناحية التشريعية ضمن طائفة العقود التي تبرم عن بعد ، فان تعريف الايجاب فيه يجب أن يتم في ظل تعريف الايجاب في هذه العقود.

ويعرف التوجيه الاوربي رقم ٧٩ – ٧ الصادر في ١٩٩٧/٥/٢٠ الخاص بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد الايجاب في هذه العقود بأنه " كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل اليه ان يقبل التعاقد مباشرة ، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الاعلان".

والملاحظ ان الايجاب الالكتروني غالباً ما يكون موجهاً من تاجر مهني الى طائفة المستهلكين ، لذلك فهو يخضع للقواعد العامة لحماية المستهلك التي تفرض على التاجر او المتعاقد المهني العديد من الالتزامات والواجبات تجاه المستهلك ، ويأتي في مقدمتها تحديد هوية البائع وعنوانه ، وتحديد المبيع او الخدمة المقدمة واوصافها والسعر المقابل لها وطريقة الدفع او السداد وخيار المستهلك في الرجوع في

---

[١] د. حسن محمد بودي ، التعاقد عبد الانترنت ، دار الكتب القانونية ، المحلة الكبرى ، ٢٠٠٩ ، ص٣٣.

(٢) محمد لبيب شنب ، الوجيز في مصادر الالتزام ، ط٣ ، ١٩٩٩ ، ص١٠٧.

التعاقد خلال المدة المحددة قانوناً ، واعادة اخطار المستهلك بالمعلومات السابقة خلال مدة لا تتجاوز ميعاد التسليم ومدة الضمان وخدمة ما بعد البيع[1].

وبالنظر لطبيعة العقد الالكتروني وكونه يتم بطرق ووسائط الكترونية غالباً ما تتصف بالانفتاح والدولية بحيث يكون الايجاب متاحاً لكل من يرغب في التعاقد باستخدام هذه الطرق فلا يوجد ما يحول دون تقييد فعالية الايجاب بقصره على منطقة جغرافية محددة.

وقد اشار البند الرابع من مشروع العقد النموذجي لغرفة التجارة والصناعة الفرنسية للمعاملات الالكترونية في فقرتيه الثالثة والرابعة الى تحديد المنطقة الجغرافية التي يغطيها الايجاب وكذلك المنطقة الجغرافية التي يغطيها التسليم ، والملاحظ ان لهذا التحديد الجغرافي فائدة تتمثل بأن بعض القوانين الاجنبية قد تتضمن حالات يحظر فيها التعامل او قيوداً اخرى وفقاً لتصورها الخاص بشأن حماية المستهلكين ، ولذلك ينصح التاجر ان يحدد مقدماً النطاق الجغرافي الذي يغطيه الايجاب تجنباً لوقوعه في هذه المشكلة.

ويتم ارسال الايجاب الرسالة الالكترونية الى صناديق البريد الالكتروني لشخص او أشخاص معينين ، ويكون للمرسل اليه حرية مقبول العرض برسالة الكترونية من جانبه والرسالة لا تكون ايجاباً الا اذا تضمنت جميع الالتزامات التي سيتم التعاقد على اساسها.

والايجاب في تلك الصورة يكون ملزماً لصاحبه ويمكن ان يثير مسؤوليتة لهذا يحرص صاحب العرض من الناحية العملية على اضافة تحفظات معينة تحدد من الالتزام وتجعل من العرض الصادر منه مجرد دعوة الى التعاقد او اعلان عن المنتج

---

[1] د . ابراهيم الدسوقي ابو الليل ، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية ، مجلس النشر العلمي ، الكويت ، ٢٠٠٣ ، ص٨٩.

او الخدمة كالاحتفاظ بحق الرجوع في العرض ، او اضافة شرط عدم نفاذ الكمية ، أو تحديد مدة معينة ، أو اضافة عبارات محددة مثل دون التزام او بعد التأكد[١].

والملاحظ على الايجاب الالكتروني بصورة عامة انه يتم من خلال شبكة عالمية للاتصالات عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية وتسمح هذه الوسيلة لمن صدر عنه الايجاب بأستخدام وسائل للايضاح البياني اكثر ملاءمة بالنسبة لأنواع معينة من البيوع[٢].

٢- القبول في عقد الاستهلاك الالكتروني :

يقصد بالقبول بصفة عامة موافقة الموجب له على الايجاب الموجه اليه بالشروط التي تضمنها ودون تعديل بحيث يترتب عليه انعقاد العقد اذا ما اتصل بعلم الموجب والايجاب مازال قائماً[٣].

ولا يشترط في القبول ان يكون على شكل محدد فيصح ان يكون كتابة او شفاهاً او من خلال اي تصرف او وسيلة تؤدي الى تطابق واتمام التعاقد. وكذلك الحال بالنسبة للقبول في عقد الاستهلاك الالكتروني ، فأنه ينتج اثارة اذا تطابق مع الايجاب دون اعطاء أهمية للوسائل المستخدمة في التعبير سواء اكانت من خلال التوقيع الالكتروني ، او النقرة على المكان المخصص للقبول ، او اي وسيلة اخرى يتم استخدامها في التعبير عن الارادة[٤].

ولكن الملاحظ انه اذا كان مجرد لمس الشخص لمؤشر القبول او الضغط على كلمة (نعم) الواردة على صفحة الجهاز تفيد قبول العرض او الايجاب من الناحية النظرية ، فأن القضاء لا يكتفي بذلك ، بل يشترط ان يكون القبول واضحاً ومحدداً وحاسماً ولا يتم ذلك من مجرد اللمس او الضغط ، اذ يمكن حدوث خطأ اليد او ان

---

[١] د. محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ٢٠٠٦ ، ص٥٧.

[٢] د. اسامة ابو الحسن مجاهد ، مصدر سابق ، ص٦٩.

[٣] د. ابراهيم الدسوقي ابو الليل ، العقد والارادة المنفردة ، الكويت ، ٢٠٠٠ ، ص١٠٢.

[٤] د. محمد فواز المطالقة ، مصدر سابق ، ص٦٤.

يتم ذلك من خلال لعب طفل او اي شخص آخر عابر ، لذا يجري العمل على وجوب التعبير من خلال رسالة قبول نهائي يمكن تزويد النظام المعلوماتي بما يمنع التأكد من انها تعبر عن الرغبة الجادة المؤكدة كأشتراط الضغط اكثر من مرة او بث رسالة تفيد القبول وابرام العقد[١].

واذا كان الاصل العام ان القبول يمكن ان يتم صراحة او ضمناً ، فأن الغالب ان يتم القبول في عقد الاستهلاك الالكتروني صراحةً ، اذ يصعب مع هذا النوع من القبول ان يتم ضمناً ، فهو يتم عن طريق اجهزة وبرامج الكترونية تعمل آلياً ، وهذه الاجهزة لا يمكنها استخلاص او استنتاج ارادة المتعاقد.

كما أنه اذا كانت القواعد العامة تقضي بان مجرد سكوت في وجه آلية الايجاب لا يعد قبولاً ، الا استثناءاً وفي حالات محددة هي اذا كانت طبيعة المعاملة او العرف التجاري تدل على ذلك او اذا تمخض الايجاب لمنفعة من وجه اليه او اذا كان هناك تعامل سابق بين المتعاقدين فأن جانب كبير من الفقه[٢].

يذهب الى صعوبة اعمال مثل تلك الاستثناءات في مجال المعاملات الالكترونية ، اذ لم يستقر العمل فيها على ذلك ، اذ لا يمكن القول لتاريخ الان بأن العرف يلعب دوراً فعالاً في مثل هذه العقود نظراً لحداثة هذا الشكل من اشكال التعاقد ، كما أن في الحالة التي قد يتضمن فيها الايجاب مصلحة للمعروض عليه ، فهي تتضمن عملاً من اعمال التبرع ، وهو فرض غير مألوف في العقود الالكترونية ،

---

[١] د. محمد حسين منصور ، مصدر ساببق ، ص٥٨.

[٢] للتفصيل يراجع د. احمد شرف الدين ، الايجاب والقبول في التعاقد الالكتروني وتسوية المنازعات ، ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر العلمي الاول حول الجوانب القانونية والامنية للعمليات الالكترونية المنعقد في دولة الامارات العربية المتحدة ، امارة دبي للمدة ٢٦-٢٠٠٣/٤/٢٨.

شاهين الخطيب ، التعبير عن الرضا في عقود التجارة الالكتروني عبر شبكة الانترنت ، مؤتمر عمليات البنوك بين النظرية والتطبيق ، المملكة الاردنية الهاشمية ، جامعة اليرموك ، ٢٢-٢٠٠٤/١٢/٢٤ ، ص١٦

د. محمد حسين منصور ، مصدر سابق ، ص٥٩.

د. اسامة ابو الحسن مصدر سابق ، ص٨١.

اضف الى ذلك ان ظرف التعامل السابق وأن كان يحدث كثيراً بالتعاقد مع المتجر الالكتروني الا انه لا يكفي عملاً لاعتبار السكوت قبولاً بل لابد أن يقترن ذلك بظرف آخر يرجح دلالة السكوت على قبول العميل كما لو وجد أتفاق سابق بين الطرفين.

وبدورنا نرى ان مهما تعددت الاراء في موضوع السكوت واعتباره او عدم اعتباره قبولاً ، فاننا نرى ان القواعد العامة يمكن تطبيق لاسيما ان القبول لا يعد في الاساس قبولاً ، وانه يعود لمحاكم الموضوع تقدير الظروف التي يعد فيها السكوت قبولاً ولها سلطة مطلقة في هذا التقدير.

ثانياً : المحل :

يشترط في محل العقد بصفة عامة أن يكون معيناً او قابلاً للتعيين ، وان يكون مشروعاً ، وان يكون موجوداً او ممكن الوجود ، ولا يبدو لنا وجود شيء من الخصوصية في الشرط الاخير فيما يخص عقد الاستهلاك الالكتروني ولذلك فأننا سنقتصر على ما يتعلق بالشرطين الاول والثاني بشأن هذا العقد.

١- ان يكون المحل معيناً او قابلاً للتعيين:

اكد العقد النموذجي الفرنسي لغرفة التجارة والصناعة الفرنسية للعمليات الالكترونية على وجوب تحديد الصفات الرئيسية للسلع والخدمات المعروضة ، فقد إشارت الفقرة الاولى من البند الرابع منه الى ضرورة ذكر مسمى الاموال المعنية ومكوناتها وابعادها وكميتها والوانها ومسمياتها الخاصة وغير ذلك من الصفات الخاصة.

كما اشارت الفقرة الثانية منه بوجه خاص الى وجوب تحديد محل ومحتوى الخدمة المعروضة.

وبالنظر الى المنتجات المعروضة والتي هي محل للتعاقد فغالباً ما يكون وصفها مصحوباً بصورة مثلما هو عليه النموذج الورقي التقليدي ، وذلك لانه في التعاقد الالكتروني لا يمكن رؤية محل العقد مباشرة ويتسم العرض عادة بهذه الطريقة بالطابع الاعلاني اكثر من كونه التزاماً قانونياً على عاتق مقدم الخدمة أو المنتج

ولكنه يتمتع بقيمة قانونية تتمثل في الزام مقدم الخدمة او المنتج بالجودة[١]، وعلى الرغم من ذلك يلاحظ بأن العقود المتداولة تحرص على التأكيد على انه من الممكن ان يحدث اختلاف بين وصف المنتج وبين ما عليه في الواقع[٢].

٢- أن يكون المحل مشروعاً :

نصت المادة ١٣٠ من القانون المدني العراقي على أنه " ١- يلزم ان يكون محل الالتزام غير ممنوع قانوناً ولا مخالفاً للنظام العام او للآداب والاّ كان العقد باطلاً"

فينبغي ان يكون محل العقد مشروعاً فلا يكون مخالفاً للنظام العام او الآداب او لنص قانوني يمنع التعامل فيه ، والاصل ان يجوز التعامل في كل الاشياء والخدمات مالم يحظر القانون ذلك ، ويستثنى من ذلك بعض النصوص الخاصة التي تنص على بعض القيود في التعامل ومن ثم فأنها تطبق ايضاً على التعاقد الالكتروني بهدف الحفاظ على النظام العام وحماية المستهلكين والمصلحة الوطنية .

والملاحظ أن بعض النصوص الخاصة تقيد من بيع بعض الاموال او الاعلان عنها ومن ذلك القيود التي تفرض في العراق على تجارة الادوية وفقاً لقانون مزاولة مهنة الصيدلة والاتجار بالادوية والتي تتمثل بصفة اساسية في عدم تداولها الا عن طريق الصيدليات المرخص لها بذلك ، وهكذا يبدو انه توجد بعض القيود على عقود الاستهلاك في المنتجات الدوائية.

ومن ذلك ايضاً أن الاصل في القانون العراقي [٣]انه لا يجوز بيع الاسلحة النارية الا في الحالات المحددة على سبيل الحصر وبعد الحصول على الترخيص

---

[١] لمى عبد الله ، مجلس العقد الالكتروني ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح ، فلسطين ، ٢٠٠٨ ، ص٣٤.

[٢] اسامة ابو الحسن ، مصدر سابق ، ص١١٦.

[٣] م٤/ اولاً من قانون الاسلحة رقم ١٣ لسنة ١٩٩٢ " لايجوز استيراد او تصدير الاسلحة النارية واجزائيها وعتادها او صنعها او نقلها او الاتجار فيها"

اللازم لذلك وهو ما يثير مشكلة هامة طالماً ان العديد من المواقع على الانترنت تعرض للبيع بعض الاسلحة النارية وهو ما يخالف القوانين غالباً.

﴿المطلب الثالث﴾

خصائص عقد الاستهلاك الالكتروني

يتميز العقد الالكتروني عموماً بخصائص تميزه عن غيره من العقود التي تبرم بين متعاقدين يجمعهما مجلس واحد ، فالعقد الالكتروني يتم بأستخدام وسائل او وسائط الكترونية ، وغالباً ما يتم بين متعاقدين كل منهما في بلد ، اي ان هناك بعداً مكانياً بين المتعاقدين وان تزامن العقد بينهما ولا يشترط ان يكون العقد الالكتروني دائماً عقد بيع ، بل يمكن أن يكون عقد آخر كالايجار وتقديم الخدمات وسواها ، وقد يكون العقد الالكتروني عقداً مسمى او غير مسمى[١].

عليه يمكن القول ان اهم خصائص عقد الاستهلاك الالكتروني :

١- غياب الوجود المادي بين الاطراف المتعاقدة.

يبرم عقد الاستهلاك الالكتروني عن بعد عبر تقنيات الاتصال المختلفة ، ويتم التعاقد دون وجود مجلس عقد بالمعنى القانوني التقليدي فعملية التعاقد تتم عن بعد دون ان يرى او ان يتفاوض المتعاقدون وجهاً لوجه كما هو الحال في الطريقة التقليدية للتعاقد حتى ان بعض التعاقدات الالكترونية قد يغيب العنصر البشري تماماً في عملية التعاقد فيتم التراسل بين اجهزة الحاسوب للطرفين.

كما هو الحال في البرامج التي تضعها بعض الشركات على اجهزتها[٢]، ومن ذلك ما تقدمه البنوك من خدمات لزبائنها بناءاً على طلبهم لتسديد قوائم الماء والكهرباء والهاتف من حساب العميل مباشرةً دون ان يضطر العميل لتسديدها هو عبر الانترنيت او للذهاب بنفسه لتسديد هذه القوائم حيث تربط البنوك حواسيبها

---

[١] د. الياس ناصيف ، مصدر سابق ، ص٣٧

[٢] لمى عبد الله ، مصدر سابق ، ص١٧.

بحواسيب شركات الماء والكهرباء والهاتف باستخدام برامج معينة ، اذ تقوم هذه البرامج بتصدير القوائم الشهرية اوتوماتيكياً الى حواسيب البنوك والتي تقوم بدورها بتحويل قيمة هذه القوائم من حساب العملاء الى حساب الشركات.

٢- وجود وسيط الكتروني :

ادى التطور الهائل في ثورة الاتصالات والمعلومات الى ظهور الوسيط الالكتروني المؤتمت[١]، في التعاملات الالكترونية ، اذ اصبح من الجائز بل أنه قد اصبح فعلاً توجد امكانية لابرام القد الالكتروني فيما بين انسان وماكنة او ما بين ماكنة واخرى ونتيجة لذلك تدخل المشروع الوطني في مختلف دول العالم وبخاصة الدول التي اصدرت قانون ينظم المعاملات والمبادلات الالكترونية ، اذ قام بتضمين القانون المنظم لعقود التجارة الالكترونية نصوص تعرف ماهية الوكيل الالكتروني وتبين خصائصه وحدود تعاملاته ونسبة هذه المعاملات الى الشخص الطبيعي مبرمج جهاز الحاسبة الالكترونية ووفقاً لهذا النظام يستطيع جهاز الحاسبة الالكترونية ان يبرم عقداً مع انسان او مع جهاز حاسبة الكترونية آخر، وهو ما يعني أن الايجاب والقبول يحدثان بصورة اوتماتيكية وتلقائية اعتماداً على عناصر ومعلومات مبرمجة بين اجهزة الحاسبة الالكترونية تنقل من خلال شبكة الاتصالات الالكترونية.

٣- عقد الاستهلاك الالكتروني عقد عابر للحدود.

---

[١] يعد مصطلح وسيط مؤتمت مصطلح جديد على اللغة العربية ويقصد به الوسيط أو الوكيل الالكتروني في المعاملات الالكترونية عبر الانترنت ، وقد ظهر استخدامه لاول مرة في وثائق لجنة الامم المتحدة للتجارة الدولية (الاونسيترال) الصادرة باللغة العربية ، تم استخدامه بعد ذلك بعض قوانين الدول العربية المعنية بالمعاملات الالكترونية ومنها قانون امارة دبي للمعاملات والتجارة الالكترونية (م٢) وكذلك القانون الاردني للمعاملات الالكترونية (م٢).

والعقد الالكتروني بصفة عامة وعقد الاستهلاك الالكتروني بصفة خاصة قد يكون عقداً داخلياً اذا ما انعقد داخل اقليم الدولة وبين متعاقدين ينتمون لذات الدولة ، وقد يكون عقداً دولياً وفقاً لأحد معيارين[١].

المعيار الاول/ معيار قانوني:

ووفقاً له يكون للعقد طابع دولي اذا كان المتعاقدون يتواجدون وينتمون لدول مختلفة.

المعيار الثاني / معيار اقتصادي :

ووفقاً له يكون للعقد طابع دولي اذا ما تعلق بمصالح التجارة الدولية وذلك بأن يترتب عليه تدفق السلع والمنتجات والخدمات عبر الحدود وهذا الطابع الدولي لعقد الاستهلاك الالكتروني يثير التساؤل في حالة حدوث نزاع بين طرفي العقد عن المحكمة المختصة بنظر النزاع وكذلك القانون الواجب التطبيق.

وفيما يتعلق بالمحكمة المختصة بنظر منازعات عقد الاستهلاك الالكتروني فان الاختصاص اما ان ينعقد لمحكمة مواطن المدعى عليه او مركز معاملاته او المحل الذي نشأ فيه الالتزام او محل التنفيذ ، واما للمحكمة التي اتفق الطرفان على اختصاصها صراحةً أو ضمناً[٢].

وبدورنا نرى انه لغرض توفير قدر اكبر من الحماية للمستهلك الالكتروني لابد من تقرير الاختصاص لمحكمة موطن او محل اقامة المستهلك.

اما فيما يتعلق بالقانون الواجب التطبيق على منازعات عقود الاستهلاك الالكترونية الدولية فأنه ينبغي ان نميز بين حالتين[٣].

الحالة الاولى/ وجود اتفاق صريح او ضمني بين طرفي العقد بشان القانون الواجب التطبيق وفي هذه الحالة يتم تطبيق قانون الارادة.

---

[١] د. سمير حامد عبد العزيز ، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة) ط٢ ، دار النهصة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٧ ، ص٧٤-٧٥.

[٢] م٣٧ من قانون المرافعات المدنية العراقي رقم ٨٣ لسنة ١٩٦٩.

[٣] م ٢٥/ امن القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١.

الحالة الثانية / اذا لم يوجد اتفاق بين الاطراف المتعاقدة على تحديد القانون الواجب التطبيق فأنه يطبق قانون الدولة التي يوجد فيها الموطن المشترك للمتعاقدين اذا اتحدا موطناً اما اذا اختلفا موطناً يطبق قانون الدولة التي ابرم فيها العقد.

٤- كون احد اطراف العقد مستهلك.

من خصائص عقد الاستهلاك الالكتروني كون مقدم السلعة او الخدمة منتجاً او مهنياً والمتلقي هو المستهلك ، اي الفرد العادي الذي يرغب في اشباع حاجاته الشخصية او العائلية منقطعة الصلة بنشاطه التجاري او المهني ، لذلك فليس هناك طائفة معينة تسمى مستهلكين ، اذ يمكن اعتبار كل افراد المجتمع مستهلكين وان كان بدرجة متفاوتة[١].

ويلاحظ في الوقت الحاضر ارتفاع عدد عمليات تعاقد المستهلكين عبر شبكة الاتصالات الالكترونية بسبب تطور وسائل تأمين المعاملات عبر الشبكة ولا سيما بخصوص وسائل الدفع والوفاء الالكتروني ، وقد وصل عدد تلك العمليات حوالي (٢٥%) من مجموع العمليات التجارية على شبكة الاتصالات الالكترونية[٢].

---

[١] د. سمير حامد عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص٧٣.

[٢] د. احمد عبد الكريم سلامة ، حماية المستهلك في العقود الدولية الالكترونية وفق مناهج القانون الدولي الخاص ، ص٥-٦ بحث منشور على الموقع الالكتروني www.arablawin fo.com

﴿المبحث الثاني﴾

حماية المستهلك في مرحلة ابرام عقد الاستهلاك الالكتروني

لقد اصبح المستهلك في ظل تزايد الاقبال على التعاقد الالكتروني عرضة للتلاعب بمصالحه وضماناته ومحاولة غشه وخداعه ، ولذلك يجب البحث عن الوسائل اللازمة لحماية المستهلك في تلك البيئة الالكترونية وخاصة من ناحية حماية رضاه في عقد الاستهلاك الالكتروني فضلاً عن اعلامه وتبصيره على وجه يمنعه من الوقوع في الخطأ عند ابرام العقد ، كما يتطلب الامر التعرض للاعلانات الالكترونية ووسائل حماية المستهلك منها ، وهو ما نتناوله في ثلاثة مطالب وكالاتي:

﴿ المطلب الاول ﴾

حماية رضا المستهلك في مرحلة ابرام عقد الاستهلاك الالكتروني

وهنا نجد ان الوسائط الالكترونية التي يجري من خلالها التعاقد من شأنها أن تؤثر بدرجات متفاوتة على الشروط القانونية التقليدية في موضوعات عيوب الارادة ، كما أن الحماية تمتد لتشمل حالة التعاقد بواسطة الوكيل الالكتروني.

اولاً/ عيوب الارادة في عقد الاستهلاك الالكتروني.

يمكن القول ان خصوصية التعاقد الالكتروني تنعكس على النظرية العامة لعيوب الارادة في عقد الاستهلاك الالكتروني ، فمثلاً في موضوع الغلط يثور التساؤل حول موضوع الغلط في ابلاغ الرسالة الالكترونية ، أو في الاعلان عبر شبكة الاتصالات الالكترونية ، مثال ذلك ان يعرض تاجر انه يبيع سيارات من نوع معين بمبلغ مائة مليون دينار (١٠٠,٠٠٠,٠٠٠) للسيارة الواحدة ولكن يقع تحريف في الرسالة الالكترونية ، فيظهر اعلان الاتصالات الالكترونية بمبلغ عشرة ملايين دينار (١٠٠٠٠٠٠٠ دينار) ونحن نذهب مع الرأي القائل بأن هذا الغلط وان كان يبدو انه مجرد غلط مادي وبالتالي لا يكون له اي دور في تكوين الارادة ، حيث طرأ بعد تكوينها ومن ثم لا يؤثر في تكوين العقد الالكتروني ، وانما يلزم تصحيح هذا الغلط المادي فقط ولكن في حقيقة الامر ان هذا الغلط المادي قد رتب غلطا آخر وهو وجود تحريف في نقل الارادة، فهنا لا نكون بصدد غلط طرأ بعد تكوين الارادة ، وانما غلط

فـي نقلهـا علـى غيـر مقصـدها ، وفـي هـذه الحالـة فـأن العقـد لا ينعقـد لعـدم تطـابق الارادتين [1].

ويلاحـظ هنـا ان عـدم ابـرام العقـد لا يمنـع المسـتهلك مـن الرجـوع علـى مقـدم الخدمـة الالكترونيـة بـالتعويض ان كـان لـه مقتضـى ، وذلك اذا كـان الغلـط او التحريـف في نقل الارادة راجع الى خطأ منه ، او لعيب في اجهزة الربط التي يستخدمها .

وفـي عيـب الاكراه فقد يبدو اول الامر – أنـه يصـعب تصـور الاكراه فـي مجـال عقـد الاسـتهلاك الالكترونـي ، الا أنـه مـن المتصـور احيانـاً ان يقـع الاكـراه فـي هـذا المجـال بسـبب التبعيـة الاقتصـادية ن اذ يضـطر المتعاقـد الـى ابـرام العقـد تحـت ضـغط العوز الاقتصادي ، وبالتالي يمكن تصوره بصدد توريد المنتج او احتكاره لأنتاج وبيع قطـع غيـار بشـروط مجحفـة مثلاً ، اذ يضـطر المتعاقـد الـى التعاقـد تحـت الرهبـة التـي تنبعـث فـي نفسـه بسـبب تهديـد مصـالحه وبالتـالي لا يكـون امامـه بـديل سـوى قبـول التعاقد[2].

ثانياً / حماية رضا المستهلك في التعاقد بواسطة الوكيل الالكتروني :

تلقـى هـذه الـنظم اسـتخداماً متزايـداً وتسـمى ايضـاً بـالوكلاء الالكتـرونيين فـي التجارة الالكترونية ، وأن الشخص سواء أكان شخصاً طبيعياً ام كياناً قانونياً الذي تتم لحسـابه برمجـة الحاسـوب ينبغـي ان يكـون فـي نهايـة المطـاف مسـؤولاً عـن اي رسـالة ينتجها الحاسوب.

وبغية حماية المستهلك في هذا النمط من أنماط التعاقد ، فقد اتجهت القوانين المختلفة بأتخاذ وسائل متعددة لتوفير هذه الحماية ، ومنها ما اتبعه القانون الامريكي

---

[1] د . خالد ممدوح ابراهيم ، حماية المستهلك في العقد الالكتروني ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٠ .

(٢) د. سمير حامد عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص١٧٤.

[2] د . خالد ممدوح ابراهيم ، حماية المستهلك في العقد الالكتروني ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٠ .

(٢) د. سمير حامد عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص١٧٤.

للمعاملات التجارية الالكترونية (UETA) التي تنظم تعاملات الوكيل الالكتروني بجعل الاطراف الداخلة في اي اتفاق يكونون ملتزمين ومسؤولين عن الاعمال التي يقوم بها الوكيل الالكتروني الذي يكون تحت سيطرتهم ولا يستطيع الموكل التخلص من هذه المسؤولية الا اذا اثبت ان الوكيل الالكتروني لا يعمل تحت سيطرته ، او ان الخطأ لا يرجع الى الوكيل الالكتروني ، وأنما الى سبب اجنبي.

وازاء احتمال وجود خطأ في التعاقد مع الوكيل الالكتروني فقد الزم التوجيه الاوربي رقم ٢٠٠٠/٣١ الصادر في ٨/حزيران /٢٠٠٠ بشأن التجارة الالكترونية وبهدف حماية المستهلك من الاشخاص الذي يعرضون سلعاً او خدمات من خلال انظمة حاسبات مؤتمتة بأن يوفروا وسائلاً لتصحيح الاخطاء المادية للمدخلات ، اذ نص في هذا التوجيه في المادة ٢/١١/ منه على انه " مالم يتفق الطرفان صراحة على خلاف ذلك يكون على الطرف الذي يعرض سلعاً او خدمات عن طريق نظام حاسوبي مؤتمت ان يوفر للاطراف الذين يستخدمون النظام الوسائل التقنية التي تسمح لهم بالتعرف على الاخطاء وتصحيحها قبل ابرام العقد ، ويجب ان تكون الوسائل التقنية التي يلزم توفيرها ملائمة وفعالة وفي المتناول"

﴿المطلب الثاني﴾

الالتزام قبل التعاقد بأعلام المستهلك الالكتروني

ويمكن تعريف هذا الالتزام بانه " تنبيه او اعلام مقدم السلع او الخدمات للمستهلك بكافة المعلومات التي من شأنها القاء الضوء على واقعة ما او عنصر من عناصر التعاقد المراد حتى يكون المستهلك على بينة من امره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من ابرام العقد".

وجوهر هذا الالتزام هو الزام المهني قبل التعاقد بأعلام المستهلك الالكتروني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المواد المتعاقد عليها حتى يكون المستهلك على بينه من امره ويتخذ قراره بالاقدام او الاحجام بناءاً على رضا سليم وبارادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي اتخذه.

اذ تستوجب التنظيمات القانونية بشان التعاقد عن بعد مع المستهلكين تبصيرهم لكي يصدر قبولهم عن بينة من امرهم مثال ذلك ما تفرضه بعض القوانين لأغراض التحقق من توافر اهلية التعاقد لدى المتعاملين التزاماً عليهما بتقديم البيانات اللازمة للتعرف بشخصيتهما فضلاً عن ان القانون قد يفرض لاغراض صدور ارادة صحيحة التزاماً..على صاحب العرض ببيان شروط وكيفية تنفيذ التعاقد[١].

ويمكن القول أن اساس هذا الالتزام يكمن في مبدأ حسن النية الذي اضحى مبدأ يسيطر على فكرة العقد ليس فقط في تنفيذه ، وانما حتى في مرحلة تكوينه .

ويمكن القول ان شروط هذا الالتزام :

١- علم المحترف او المهني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة او الخدمة المقدمة من قبله موضوع العقد.

٢- جهل المستهلك بمثل هذه المعلومات جهلاً مشروعاً.

﴿المطلب الثالث﴾

حماية المستهلك في مواجهة الاعلانات الالكترونية

قد يلجأ مقدم السلعة او الخدمة الى استخدام اساليب اعلانية من شأنها تضليل المستهلك وتغيير معتقداته وتدفعه لشراء سلعة لم يكن يشتريها لو علم حقيقتها[٢].

وقد اصبحت الاعلانات التجارية الالكترونية احد اهم المعالم البارزة لعصر ثورة التكنلوجيا والمعلومات وبحكم انتشارها وتنوع اساليبها وتطورها التقني تؤثر في سلوك المستهلك ويبني عليها قراره في الاقبال على التعاقد و حماية المستهلك في هذا المجال تقوم على ثلاث قواعد رئيسة هي :

اولاً : اشتراط وضوح الاعلان الالكتروني :

---

[١] د. احمد شرف الدين ، مصدر سابق ، ص٨.

[٢] د. عبد الله حسين ، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي ، (دراسة مقارنة) ط٢، دارة النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ ، ص٧٣.

اي تضمنه البيانات الكافية عن السلعة او الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين ارادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الاقبال على التعاقد[١].

ثانياً : تحريم الاعلان الالكتروني المضلل :

وهو الاعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك ، او يمكن ان يؤدي الى ذلك ، وهو لا يذكر بيانات كاذبة ، ولكنه يصاغ في عبارات تؤدي الى خداع المتلقي ، وعلى ذلك يقع الاعلان المضلل في منطقة وسطى بين الاعلان الصادق والاعلان الكاذب ، فالفارق بين الاعلان الصادق والاعلان المضلل في الدرجة وليس في الطبيعة[٢].

وقد حرص المشرع الفرنسي على تجريم الاعلانات المضللة لحماية المستهلك النهائي ، اذ نص في قانون الاستهلاك على منع الاعلانات المضللة والخادعة ، وحظر كذلك اي اعلان مضلل ، او اي اعلان يحتوي على عروض او بيانات كاذبة بأي شكل او صورة من الصور[٣].

ثالثا: الرقابة على الاعلان المقارن:

ان التضليل في الاعلان التجاري لم يعد قاصراً على خداع المستهلك فقط ، بل امتد لينال من قيمة سلع وخدمات المنشأت التجارية المنافسة ، وذلك عن طريق ما يسمى بالاعلان المقارن الذي اصبح يلعب دور كبير في تشويه منتجات المنافسين واذا كان هناك ضرورة وجود هامش معقول للمقارنة الصادقة لمصلحة المستهلك فلا بد ان تكون هذه المقارنة شريفة ليس من شأنها ان تشوه سمعة البضاعة المنافسة ، او ان تحصل لبس لدى المستهلك.

---

[١] د. خالد ممدوح ابراهيم ، مصدر سابق ، ص ١٤٦.

[٢] د.عبد الله حسين ، مصدر سابق ، ص ٧٨ .

[٣] نقلاً عن د. خالد ممدوح ابراهيم ، مصدر سابق ، ص١٥٢.

﴿المبحث الثالث﴾

حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني

يمكن القول ان القواعد القانونية التي تحكم نشاط المستهلك الالكتروني هي النظرية التقليدية اللالتزامات ، وعليه فأن تنفيذ الالتزامات بحسن نية والتزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق والتزام المؤجر بتمكين المستأجر من الانتفاع بالمأجور طيلة مدة الايجار وغيرها من النظم القانونية المقررة لحماية اطراف العقد ، تعد من الوسائل المهمة التي يستعملها القانون لحماية المستهلك على ان اهم وسائل الحماية القانونية للمستهلك تتمثل في اعطائه حق العدول ، اي ان عقد الاستهلاك الالكتروني هو عقد مقترن بحق العدول ، اذ ان المستهلك في هذا العقد ليس لديه الامكانية الفعلية لمعاينة السلعة والالمام بخصائص الخدمة قبل ابرام العقد لأن التعاقد يتم عن بعد وعليه فيجب ان يتمتع بحق العدول ، لما تقدم ستتناول هذا المبحث في مطلبين وكما ياتي :

﴿المطلب الاول﴾

فكرة العدول عن العقد

يمكن القول ان اغلب التشريعات التي نظمت التعاقد عن بعد قد اعطت للمشتري الحق في العدول او حق التراجع عن اتمام العقد ، اذ يسمح للمستهلك وخلال مدة محددة ان يتراجع عن العقد بحيث يعدل عن محله بأستبداله او بأعادة المبيع واسترداد ثمنه الذي دفعه ، فهو خيار للمستهلك في اقالة العقد بأرادته المنفردة والرجوع به بعد تكوينه الى مرحلة ما قبل التكوين ، وبعبارة اخرى هو اعطاء الحق للمستهلك في التفكير والتدبير لغرض الرجوع عن العقد او اقالته اذا شاء ذلك وفق سلطة المستهلك التقديرية[1].

---

[1] د. اكرم فاضل ود. طالب محمد ، خصوصية الوسائط الالكترونية في ابرام عقود بيوع البضائع الدولية ، مجلة كلية الحقوق – جامعة النهرين ، المجلد (١٢) العدد (١) ، ٢٠١٠ ، ص٨٩.

والحق في العدول لا يرد الا على عقد لازم كعقد البيع او الايجار ، ولا يرد على العقود غير اللازمة بطبيعتها كالوكالة.

ويمكن القول ان حق المستهلك في العدول يخضع لقواعد قانونية متشابهة بحيث لا تختلف فيما بينهما الا فيما يتعلق بالمدة الزمنية التي يحق للمستهلك خلالها ان يقرر العدول عن العقد[1].

﴿المطلب الثاني﴾

الطبيعة القانونية لعقد الاستهلاك الالكتروني المتضمن حق العدول

يمكن القول ان الحق في العدول عن العقد يتسم بالصفة التقديرية ، فهو حق ارادي محض يترك تقديره لكامل ارادة المستهلك وفق الضوابط القانونية ، ومهما اختلفت الاراء في طبيعة عقد الاستهلاك المتضمن لهذا الحق فأننا نرى بأن عقد الاستهلاك الالكتروني هو عقد غير لازم ، فهو يعد في الواقع عقداً نافذاً لانعقاده صحيحاً ، وبالتالي منتجاً لاثاره القانونية ، ولكنه يتضمن حق العدول لمصلحة المستهلك فيستطيع العدول عنه وفقاً لنظرية العقد غير اللازم لأحد طرفيه.

---

[1] د. خالد ممدوح ، مصدر سابق ، ص٢٣٩.

الخاتمة

لا نروم في نهاية المطاف العودة الى تكرار كل ما تضمنه البحث من استنتاجات وانما التركيز على اهم ما توصلنا اليه من النتائج والتوصيات والتي لعل ابرزها:

١- من سلبيات قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ اغفال تنظيم المعاملات الالكترونية سواء ما يتعلق منها بالسلع أو الخدمات.

٢- يشترط في من يكتسب صفة المستهلك الالكتروني ما يأتي:

أ. ان يكون من الاشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع والخدمات.

ب. ان يكون محل الاستهلاك هو السلع والخدمات.

ج. ان يكون الهدف من الحصول على السلعة او الخدمة لأغراض شخصية او عائلية وليس لأغراض تجارية.

د. ان يكون ابرام العقد للحصول على هذه السلع او الخدمات غير شبكات الاتصال الالكترونية.

٣- ان عقد الاستهلاك الالكتروني لا يقتصر على عقد البيع فقط ، اذ ان المستهلك هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود المختلفة والمتنوعة من شراء وايجار وقرض وغيرها.

٤- ضرورة اصدار المشرع العراقي قانوناً لتنظيم التعاملات الالكترونية.

مصادر البحث :

اولاً / المؤلفات العامة في القانون

١- د. ابراهيم الدسوقي ابو الليل ، العقد والادارة المنفردة ، الكويت ، ,٢٠٠٠

٢- ـــ، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية ، مجلس النشر العلمي ، الكويت ، ,٢٠٠٣

٣- د. أسامة ابو الحسن مجاهد ، خصوصية التعاقد عبد الانترنيت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ,٢٠٠٣

٤- د.الياس ناصيف ، العقد الالكتروني في القانون المقارن ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ,٢٠٠٩

٥- د.جليل الساعدي،مشكلات التعاقدعبر شبكة الانترنت،طبع مكتبة السنهوري،٢٠١١

٦- د. حسن محمد بودي ، التعاقد عبر الانترنت ، دار الكتب القانونية ، المحلة الكبرى ، ,٢٠٠٩

٧- د. خالد ممدوح ابراهيم ، حماية المستهلك في العقد الالكتروني ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ,٢٠٠٨

٨- د. سمير حامد عبد العزيز ، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة (دراسة مقارنة) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ,٢٠٠٧

٩- د.عباس العبودي،تحديات الاثبات بالسندات الالكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها،طبع منشورات الحقوقي ،ط١، ٢٠١٠

١٠- د. عبد الله حسين ، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي ، (دراسة مقارنة) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ,٢٠٠٢

١١- د. محمد امين الرومي ، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ,٢٠٠٤

١٢- د.محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، منشأة المعارف الاسكندرية ، ,٢٠٠٦

١٣- د. محمد فواز المطالقة ، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ,٢٠٠٨
١٤- د. محمد لبيب شنب ، الوجيز في مصادر الالتزام ، ط٣ ، من دون مكان طبع ، ١٩٩٩.

ثانياً/ الرسائل الجامعية والبحوث القانونية:

١٥- د. اكرم فاضل ود. طالب محمد ، خصوصية الوسائل الالكترونية في ابرام عقود بيوع البضائع الدولية ، مجلة كلية الحقوق ، جامعة النهرين ، المجلد ١٢ ، العدد ١ ، ٢٠١٠.
١٦- د. احمد شرف الدين ، الايجاب والقبول في التعاقد الالكتروني وتسوية المنازعات ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الاول حول الجوانب القانونية والامنية للعمليات الالكترونية المنعقد في دولة الامارات العربية المتحدة ، امارة دبي للمدة ٢٦-٢٠٠٣/٤/٢٨.
١٧- د. احمد عبد الكريم سلامة ، حماية المستهلك في العقود الالكترونية وفق مناهج القانون الدولي الخاص ، بحث منشور على الموقع www.aralawiafo.com
١٨- لمى عبد الله ، مجلس العقد الالكتروني ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح ، فلسطين ، ٢٠٠٨.
١٩- محمد شاهين الخطيب ، التعبير عن الرضا في عقود التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت ، مؤتمر عمليات البنوك بين النظرية والتطبيق ، المملكة الاردنية الهاشمية ، جامعة اليرموك ، ٢٢-٢٠٠٤/١٢/٢٤.

ثالثا/ القوانين :

٢٠- القانون الاتحادي لحماية المستهلك رقم ٢٤ لسنة ٢٠٠٦ (الامارات العربية المتحدة).
٢١- القانون المدني رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١(العراق).

٢٢- قانون الاسلحة رقم ١٣ لسنة ١٩٩٢ (العراق).
٢٣- قانون المرافعات المدنية رقم ٨٣ لسنة ١٩٦٩ (العراق).
٢٤- قانون المعاملات الالكترونية رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ (المملكة الاردنية الهاشمية).
٢٥- قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠١٠ (العراق).
٢٦- قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ (مصر).