

حماية المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني

Consumer protection in the electronic consumption contract

Abstract

The compliance is achieved by influencing the consumer's will through misleading commercial advertising, as is also achieved by keeping the trader informed of the data to be disclosed to the consumer. In this case, the consumer is a victim of professional domination. The consumer, who enters into an online contract, obliges the trader to commit himself to a set of obligations, the most important of which is the duty to inform the consumer about the contract before the consumer concludes the electronic consumption contract. In accordance with this obligation, the consumer will secure his rights until he enters into a contract. , In addition to the legislator to place the penalty for violating this obligation, as well as prevent the professional commercial misleading, as well as the requirement of clarity of the declaration. There is protection at the conclusion of the contract of electronic consumption, embodied in the right of the consumer to abandon the contract, which is a real and important guarantee to the consumer, resorted to when the victim of the contract of compliance, the consumer protection is also the arbitrary conditions established by the professional under the general rules as well as the special rules

المخلص

يتحقق الإذعان من خلال التأثير على إرادة المستهلك عبر الإعلان التجاري المضلل، كما يتحقق أيضاً من خلال كتمان التاجر المعلومات الواجب الإفصاح عنها للمستهلك، ففي هذه الحالة يعد المستهلك واقعاً ضحية تسلط المهني. ومن ثم فلا بد من تدخل المشرع.

أ.م.مالك جابر الخزاعي



نبذة عن الباحث :
تدريسي في كلية
القانون جامعة القادسية.

زهراء ياسين برهان



نبذة عن الباحث :
طالبة ماجستير في
كلية القانون جامعة
القادسية.

تاريخ استلام البحث :

٢٠١٨/٠٨/٠٤

تاريخ قبول النشر :

٢٠١٨/٠٩/٠٥

وبشكل رادع، لوضع حلول لحماية المستهلك الذي يبرم عقداً عبر الإنترنت، وذلك من خلال الزام التاجر (المهني) بمجموعة من الالتزامات، أهمها واجب الإعلام بكل ما يتعلق بمحل العقد قبل أن يبرم المستهلك عقد الاستهلاك الإلكتروني. ووفقاً لهذا الالتزام سيؤمّن المستهلك على حقوقه حتى يبرم عقداً تكون إرادته فيه صحيحة وحرّة، بالإضافة إلى قيام المشرع بوضع الجزاء على مخالفة هذا الالتزام. وكذلك منع المهني من الإعلان التجاري المضلل، فضلاً عن اشتراط وضوح الإعلان. وهناك حماية في مرحلة إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني، تتجسد بحق المستهلك في العدول عن العقد، والذي يعد ضماناً حقيقياً ومهماً للمستهلك، يلجأ إليه عند وقوعه ضحية عقد الإذعان، وحماية المستهلك أيضاً من الشروط التعسفية التي يضعها المهني في إطار القواعد العامة وكذلك القواعد الخاصة.

المقدمة :

تمهيد وتقسيم :-

من المسلّم به هو توفير الحماية المدنية للمستهلك قبل إبرام مرحلة الاستهلاك الإلكتروني لأهمية هذه المرحلة: بعدها اللبنة الأساسية للتعاقد، وسنسلط الضوء في هذه المرحلة من الحماية على المسؤولية التي تترتب على عاتق المهني نتيجة إخلاله بالتزامه بإعلام المستهلك عن كل ما يتعلق بمحل العقد، بالإضافة إلى الحماية التي يوفرها القانون للمستهلك من الإعلانات التجارية المضلّة، وهذه المرحلة تحمل في طياتها الكثير من الأضرار نتيجة تفوق المهني على المستهلك. ولا بد من توفير الحماية كذلك عند إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني، نظراً لتزايد الإقبال على أبرام العقود الإلكترونية، وبسبب طبيعة هكذا نوع من العقود التي تحمل في طياتها العديد من الإشكاليات كالتخادع والتلاعب في إرادة المستهلك والإضرار بمصالحه، فلا بد من تدخل المشرع لوضع أسس لحماية المستهلك في تلك المرحلة، وتتجسد بحاربة المشرع للشروط التعسفية الواردة في العقود، بالإضافة إلى اعطاء المستهلك مكنة العدول عن العقد، وهو الضمان الأقوى للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد.

لذلك سنقسم هذا البحث على مبحثين، نكرس المبحث الأول للمعالجة السابقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني، ونخصص المبحث الثاني للمعالجة اللاحقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني.

المبحث الأول: الحماية السابقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني

تعد مرحلة ما قبل إبرام العقد من أهم وأخطر مراحل العقد، وذلك لأنها تتضمن حقوق والتزامات على المتعاقدين، بالإضافة إلى الإشكاليات القانونية التي من الممكن أن يتعرض لها طرفي العقد، وعلى هذا الأساس فلا بد من إحاطة المتعاقد بالحماية الكافية التي تحافظ على حقوقه. فعقد الاستهلاك الإلكتروني أو التقليدي من العقود التي تتسم بعدم التوازن ابتداءً؛ وذلك لتفوق المهني على الصعيدين التقني والاقتصادي قياساً بالمستهلك الذي تكون خبرته قليلة مقابل المهني، فتكون العلاقة بين الطرفين غير متكافئة، فلا بد من تحقّق الحماية الكافية للطرف الضعيف في هذه المرحلة، فهذه المرحلة تصاحبها أضراراً بالمستهلك وهو الأضعف في الحلقة التعاقدية قياساً بالمهني.

وتتلخص حماية المستهلك في هذه المرحلة على إعلامه بكل ما يتعلق بالسلعة أو الخدمة محل العقد، أي الالتزام بالإعلام، بالإضافة إلى حمايته من أي خداع وتضليل صادر من المهني من خلال إعلانه وترويجه للسلعة أو الخدمة محل العقد .

سنقسم هذا البحث على مطلبين. نتناول في المطلب الأول مسؤولية المهني عن الإخلال بالتزامه بالإعلام قبل إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني. ونكرس المطلب الثاني لحماية المستهلك من التضليل الإعلاني.

المطلب الأول: مسؤولية المهني عن الإخلال بالتزامه بالإعلام قبل إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني
سوف نقسم هذا المطلب على فرعين. نخصص الفرع الأول للحديث عن طبيعة المسؤولية المترتبة على إخلال المهني بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد. ونتكلم في الفرع الثاني عن الجزاء المترتب على إخلال المهني بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد.

الفرع الأول: طبيعة المسؤولية المترتبة على إخلال المهني بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد
هناك عدة معلومات يجب على المهني أن يقوم بالإدلاء بها للمستهلك وذلك قبل أن يقوم هذا المستهلك بإبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني. والهدف من الالتزام بالإعلام السابق على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني هو من أجل أن يبرم المستهلك العقد بناء على رضا مستنير. دون أن يكون استخدام شبكة الإنترنت في إبرام العقد عائقاً في مواجهة حقوق الرضا الكامل والمستنير للمستهلك.

ويرجع الفضل في نشوء هذا الالتزام إلى القضاء الفرنسي. وعلى هذا الأساس قد وضع المشرع الفرنسي تشريعات خاصة لحماية المستهلك^(١). فاختلف الفقهاء حول الطبيعة القانونية لالتزام المهني بالإعلام إذا سبب ضرراً للمستهلك. نظراً لإخلاله بواجب الإعلام. وعلى هذا الأساس أنقسم الفقهاء إلى اتجاهين. الاتجاه الأول يرى بأن مسؤولية المهني هي مسؤولية عقدية. فأي خلل يصدر من المهني بخصوص إعلام المستهلك. ورتب ضرر للأخير. تنهض في هذه الحالة مسؤوليته العقدية. حتى وأن كان هذا الالتزام في مرحلة ما قبل إبرام العقد. فبر أصحاب هذا الاتجاه قولهم بافتراض وجود عقد يسبق العقد الأصلي بين المهني والمستهلك. وغايتهم من وراء ذلك هو توسيع نطاق المسؤولية العقدية^(٢). وعززوا رأيهم هذا بأن الالتزام بالأعلام ذو طبيعة قانونية. لكون المشرع قد نص عليه وبين المعلومات والبيانات التي يتوجب على المهني ذكرها. فيبقى هذا الالتزام عقدياً. سواء في المرحلة السابقة للعقد أم في مرحلة الإبرام والتنفيذ. فتبقى المسؤولية عقدية لهذا الالتزام في المرحلة السابقة للعقد لأن الإخلال التي ارتكبتها المهني بهذا الالتزام قد تكون مؤثرة على مرحلة التنفيذ أو أن أثارها لم تظهر إلا بعد إبرام العقد. وهناك جانب من الفقهاء يرون أن الالتزام بالإعلام في جميع مراحل هو التزام عقدي؛ وذلك لأنه يحد أساسه في نصوص القانون. حيث أنه وجد هذا الالتزام من أجل تعزيز وتطوير المفاهيم القانونية التي كانت سائدة لدعم ومواكبة التطورات التقنية التي تسعى لتحقيق الموازنة بين طرفي العقد خصوصاً في عقد الاستهلاك. وهذا الالتزام بنظر الفقه هو أحد مستلزمات صحة رضا المستهلك وإقدامه على إبرام العقد بإرادة واعية^(٣).

أما الاتجاه الآخر يرى إن المسؤولية التي تنتهض نتيجة الإخلال بواجب الالتزام بالإعلام هي مسؤولية تقصيرية. لأن الخطأ الذي يسبق مرحلة العقد فهو منفصل تماماً عن العقد ولا يمت له بصلة. فالخطأ الذي يرتكبه المهني في هذه المرحلة يثير مسؤوليته التقصيرية^(٤).

فالالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني لا يعد التزاماً عقدياً لعدم وجود اتفاق بين الطرفين. ونظراً لذلك فتنتمي عن هذا الالتزام المسؤولية العقدية لتعذر إثبات وجود اتفاق بين الطرفين بغض النظر عن صيغته^(٥).

ومن ثم فإن مسؤولية المهني عن الإخلال بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد تعد مسؤولية تقصيرية وهذا التكييف يساير الطبيعة غير العقدية لهذا الالتزام^(٦).

وحن نؤيد أصحاب الاتجاه الذي يقول بأن مسؤولية المهني بإعلام المستهلك في المرحلة السابقة للعقد هي مسؤولية تقصيرية. والسبب واضح جداً. وذلك لأن هذا الالتزام قائم قبل أن يبرم المتعاقدين العقد فمن غير المنطقي أن نعطي لهذا الالتزام في تلك المرحلة الصفة العقدية وذلك لأنها قائمة على أساس افتراض وجود عقد سابق. وهذا غير صحيح.

ويؤدي الاعتراف بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد. التسهيل الأكبر لقانون حماية المستهلك من أجل توفير وسيلة أخرى غير بطلان العقد. وهي التعويض عما أصاب المستهلك من أضرار نتيجة إخلال المهني بواجبه. وهي بدورها وسيلة أخرى لحماية المستهلك. بالإضافة إلى سهولة إثبات تقصير المهني بواجبه؛ وذلك لأن الالتزام بالإعلام واجب فرضه القانون ونص عليه بشكل صريح. فالمستهلك عليه أن يثبت تقصير المهني إذا صدر أي فعل وتصرف من المهني خالف ما ورد في القانون من شروط أو واجبات^(٧).

وأمام هذا الخلاف المحتم حول كيف مسؤولية المهني نظراً لإخلاله بواجبه وهو الالتزام بالإعلام. فنحن نؤيد أصحاب الاتجاه الثاني بأن مسؤولية المهني هي مسؤولية تقصيرية. وذلك لعدم وجود عقد بين الطرفين حتى نقول بأن المسؤولية عقدية؛ لأن المرحلة السابقة للعقد لا يوجد فيها أي التزام قانوني. أما الرأي الأول الذي يقول بأن المسؤولية هي مسؤولية عقدية. فنحن نرفضه جملة وتفصيلاً؛ لأنه دعم رأيه بحجة وجود التزام سابق على العقد الأصلي. وهذا الرأي ثبت عدم دقته وصحته. وذلك لعدم وجود دليل يثبت صحة كلامهم. فهو مجرد افتراض. فلا نستطيع أن نرتب على المهني مسؤولية عقدية لمجرد افتراض لا سند له. فالحل الأنسب والأصح والأفضل هو القول بأن مسؤولية المهني هي مسؤولية تقصيرية.

إذا قلنا إن المسؤولية في الالتزام بالإعلام هي مسؤولية تقصيرية فلا بد من تحقق أركانها وهي خطأ وضرر وعلاقة سببية بين الخطأ والضرر. فركن الخطأ يتحقق بصورتين يقوم بهما المهني. الصورة السلبية هي كتمان المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل البيع. على الرغم من علمه بأهميتها عند المستهلك. وبغض النظر عن هذا الكتمان. سواء أكان كلي أم جزئي. وصورة إيجابية تتحقق من خلال إعطاء المهني معلومات غير صحيحة للمستهلك بحيث تدفعه للتعاقد بناء على تلك المعلومات وهي في الحقيقة مخالفة تماماً للواقع^(٨).

وأما ركن الضرر. فقد يصيب المستهلك في جسده وذلك بسبب سوء استخدام المستهلك للسلعة نظراً لعدم قيام المهني بإعلامه بكيفية الاستخدام. مما قد يؤدي ذلك إلى إصابة المستهلك بأضرار. وقد يكون الضرر في صورة تفويت فرصة. وذلك لتفويته فرصة إبرام عقد أفضل بكثير من العقد الذي أبرمه المستهلك مع المهني. أو الضرر يكون بصورة التأثير بسمعة المستهلك^(٩).

أما الركن الأخير من المسؤولية التقصيرية. فيتمثل بالعلاقة السببية التي تربط بين الخطأ والضرر. فإذا وجدت هذه الرابطة تحققت المسؤولية التقصيرية. أما إذا كان الخطأ منفصل عن الضرر فلا تتحقق تلك المسؤولية^(١٠).

الفرع الثاني: الجزاء المترتب على إخلال المهني بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد بالرغم من أهمية دور الالتزام بالإعلام قبل إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني الملقى على عاتق المهني. إلا أنه في مقابل ذلك قد أغفلت النصوص القانونية الخاصة عن ذكر الجزاء المترتب على إخلال المهني بالتزامه. فلم يعالج التشريع العراقي والمصري والفرنسي في قوانين حماية المستهلك الجزاء المترتب على مخالفة المهني بالتزامه بالإعلام^(١١).

وبالرجوع إلى القواعد العامة في القانون المدني، نجد إن الإخلال بهذا الالتزام يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك، لاسيما إن محل الحماية في هذا الالتزام يتمثل بسلامة رضا المستهلك وخلوه من أي عيب من عيوب الإرادة.

وبما أن الالتزام بالإعلام متصل اتصالاً وثيقاً بإرادة المستهلك، فإن أية خطأ يرتكبه المهني بهذا الالتزام سيؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك، مما يستدعي قيام المسؤولية.

ونظراً لعدم تناول القوانين المتعلقة بحماية المستهلك جزاء الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد، يحق للمستهلك هنا الرجوع للقواعد العامة في القانون المدني، استناداً لنظرية عيوب الإرادة وما لها من دور في حماية التعاقد، فيحق للمستهلك في هذه الحالة المطالبة بنقض العقد، بالإضافة إلى المطالبة بالتعويض.

وينقض العقد لوقوع المستهلك بالغلط أو التغيرير مع الغبن، مما يؤثر على إرادته، إذ يشوبها أحد عيوب الرضا.

وبالنسبة لنقض العقد عند وقوع المستهلك بعيب الغلط، فالغاية من نظرية الغلط هي إيجاد قدر من التوازن بين المصالح المتعارضة، فمن أجل ذلك تسعى إلى تضيق دائرة الطعن بالبطلان بسبب الغلط، من خلال وضع شروط محددة لإيجاد قدر من التوازن بين حماية الإرادة المعيبة وبين المحافظة على مبدأ استقرار المعاملات^(١٢).

ولذلك يجب على المستهلك إذا أراد أن يثبت وقوعه بالغلط، فعليه أن يثبت جوهرية المعلومات التي وقع الغلط بشأنها، سواء وقع الغلط في صفة جوهرية للشيء أو وقع الغلط في ذات التعاقد أو في صفة من صفاته^(١٣).

كذلك يشترط للمتمسك بالغلط أن يثبت أن التاجر المحترف قد وقع في نفس الغلط أو كان من السهل أن يعلم به^(١٤).

أما المشرع الفرنسي، فقد أوجب بطلان العقد لوقوع المستهلك في غلط، بشرط أن يكون الغلط في صفات جوهرية فقط، وهذا ما نصت عليه المادة (١١٣٢) من قانون العقود الفرنسي الجديد، إذ جاء فيها القول:- (يعد الغلط في القانون أو الواقع، ما دام غير مغتفر سبباً لبطلان العقد حينما يتعلق بصفات جوهرية في الأداء المستحق أو في المتعاقد الآخر). أما الغلط في صفات جوهرية متعلقة بشخص المتعاقد، فلا تؤدي إلى البطلان إلا إذا كانت شخصيته محل اعتبار في العقد، وهو ما أكدته المادة (١١٣٤) من القانون ذاته، إذ جاء فيها القول:- (لا يكون الغلط بشأن صفات جوهرية في المتعاقد الآخر سبباً لبطلان إلا في العقود التي يكون فيها شخصية المتعاقد محل اعتبار).

وفي الواقع فإن من الصعوبة إثبات شروط هذا العيب، ومن ثم كان لابد من تدخل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد لسد هذه الثغرة؛ ذلك إن جميع البيانات التي تم النص عليها في قوانين التجارة الإلكترونية والتي يلتزم التاجر المحترف بتقديمها للمستهلك قبل إقدامه على التعاقد تعد بيانات جوهرية؛ لأنها تعمل على تنوير إرادته ويترتب على عدم العلم بها أو عدم الإلمام الكافي بها، أما عدم إبرام العقد أو إبرامه ولكن بشروط أخرى، إذ يقتصر طلب النقص الغلط على الحالة الأولى دون الثانية لبلوغها مرتبة الغلط الدافع للتعاقد، الأمر الذي يدل على جوهرية هذا الغلط في اعتبار المتعاقدين^(١٥).

كما ينقض العقد أيضاً في حالة وقوع المستهلك بالتغيرير مع الغبن بعدّه عيباً من عيوب الإرادة، فيحق للمستهلك الدفع ببطلان العقد لوقوعه في تغيرير بعدّه عيباً مؤثراً على إرادته؛ نظراً لقيام المهني بسلوك إيجابي من خلال تقديم معلومات كاذبة متعلقة بالعقد أو استخدام طرق احتيالية تؤثر على إرادة المستهلك^(١٦).

فضلاً عن سلوكه السلبي. وذلك عن طريق كتمانانه للمعلومات الجوهرية التي من شأنها تضليل المستهلك ودفعه إلى التعاقد. وقد أشارت إلى هذا الحكم صراحة المادة (٢/١٢٥) من القانون المدني المصري. إذ نصت على القول:- (ويعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت إن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة وهذه الملابسة). فيما عد القانون المدني العراقي الكتمان تغييراً في المادة (٢/١٢١). إذ نصت على القول:- (ويعتبر تغييراً عدم البيان في عقود الأمانة التي يجب التحرز فيها عن الشبهة بالبيان كاخيانة في المراجعة والتولية والإشراك والوضيعة).

أما بالنسبة لعقود الاستهلاك الإلكتروني. فأن كتمان أية معلومات عن المستهلك يُعدّ إخلالاً بمبدأ حسن النية الذي يجب أن يسود هذا النوع من التعاقد. إذ لا يكون أمام المستهلك إلا ما يقدمه المهني من معلومات عن السلعة أو الخدمة أو المعلومات المتعلقة به. فمجرد السكوت يُعدّ وسيلة احتيالية. إذا صاحب التغير غير فاحش. يعتبر العقد موقوفاً على إجازة المستهلك في القانون المدني العراقي. أما القانون المدني المصري والفرنسي. فيعطي الحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد لمجرد التدليس.

وقد ذهب الفقهاء إلى عد الكتمان تدليساً متى ما كان التاجر المحترف ملزماً بواجب الإعلام للمستهلك قبل إبرام العقد أياً كان مصدر هذا الالتزام. سواء أكان نص القانون أم اتفاق الطرفين أم استناداً للقاعدة العامة التي تقضي بعدم جواز الغش^(١٧).

حتى تتحقق الحماية للمستهلك نظراً لوقوعه تحت تأثير الطرق الاحتيالية بشقيها السلبي والايجابي. فلا بد من أن تقتزن تلك الطرق بنية التضليل. وهو أمر يصعب إثباته من قبل المستهلك. ومن أجل ذلك فلا بد من إيجاد وسيلة تمكن المستهلك من إثبات وقوعه ضحية طرق احتيالية. فما عليه إلا أن يثبت شروط قيام هذا الالتزام. فمجرد عدم قيام المهني بالتزامه يُعدّ مخرلاً وتترتب عليه المسؤولية. وبحق للمستهلك المطالبة ببطالان العقد^(١٨). دون الاهتمام بنية التضليل كشرط لعد الكتمان تدليساً^(١٩).

وإذا كان القانون المدني قد أجاز للمستهلك نقض العقد. فقد أعطاه الحق أيضاً بالمطالبة بالتعويض وفقاً لإحكام المسؤولية التقصيرية إن أصابه ضرر نتيجة إخلال المهني بواجب الإعلام. فإبطال العقد كجزاء لإخلال المهني بواجب الإعلام قد لا يكون كافياً لحماية المستهلك. فلا بد من وسيلة أخرى تحفظ له حقوقه. ولتوفير حماية فعالة للمستهلك إذا لحقه ضرر نتيجة الإخلال فله الحق بالمطالبة بالتعويض^(٢٠).

وقد لا يكون جزاء البطلان متناسباً مع ما اقترفه التاجر من خطأ. الأمر الذي ينبغي مواجهته بجزاء أشد أو تقرير جزاء يُعدّ مكماً له. أي بطلان العقد مع التعويض. وهنا لا يكون أمام المستهلك إلا المطالبة بالتعويض طبقاً لدعوى المسؤولية التقصيرية^(٢١).

المطلب الثاني: حماية المستهلك من التضليل الإعلاني
سنقسم هذا المطلب على فرعين. نخصص الفرع الأول للكلام عن اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني. ونخصص الفرع الثاني لحظر الإعلانات الإلكترونية المضللة.

الفرع الأول: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

يتطلب لوضوح الإعلان الإلكتروني أن يحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة: وذلك من أجل تنوير إرادة المستهلك وجعله يقدم على العقد بناءً على إرادة صحيحة وواعية^(٢٢). وهذا الشرط يُعدّ نقطة مهمة في مجال حماية المستهلك من التضليل الإعلاني. حتى يُعدّ الإعلان غير مشوب بعيب التضليل. فلا بد أن يكون الإعلان واضحاً لا لبس ولا غموض فيه^(٢٣).

فنص المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك على شرط وضوح الإعلان، إذ جاءت المادة (٧) بما يلي:- (يلزم المجهز والمعلن بما يأتي: أولاً :- التأكد من تثبيت المواصفات والمكونات للمنتج وخاصة بدء وانتهاء الصلاحية وبلد المنشأ قبل طرحها في السوق أو قبل إجراء عملية البيع أو الإعلان عنها). وهذا يدل وبشكل قاطع على توفير المشرع الحماية للمستهلك من التضليل الاعلاني. أشار التوجيه الأوربي رقم ٢٠٠٠-٣١ والصادر عام ٢٠٠٠ بشأن التجارة الالكترونية إلى أن الإعلان يجب أن يكون واضح المعالم ويجب أن يكون مطابقاً للأحكام الأوربية^(٢٤).

ونص المشرع الفرنسي في القانون المتعلق بوسائل الإعلام السمعية والبصرية لعام ١٩٨٦، الذي ينطبق على خدمات الإنترنت على القول:- (وسائل الإعلانات التي تذاغ بواسطة الوسائل المبينة في هذا القانون- ومنها الإنترنت - يجب أن تكون محددة وواضحة وخالية من اللبس والغموض)^(٢٥). نتوصل بعد ذلك إلى حقيقة أن اشتراط وضوح في الإعلان مهم جداً بالنسبة للمستهلك؛ وذلك من أجل إبرامه لعقد هو يعلم بكل حيثياته بشكل صريح وواضح. وفضلاً عن اشتراط وضوح الإعلان كوسيلة لحماية المستهلك هناك وسيلة أخرى للحماية، وهي منع الإعلان الالكتروني المضلل.

وبشكل عام يُعدّ الإعلان الالكتروني وسيلة لتعريف واطلاع المستهلك بالسلع والخدمات المطروحة في الأسواق. ليتمكن من الاختيار من بين ما هو معروض عليه، ولكن في الوقت نفسه يشكل هذا الإعلان خطراً كبيراً على إرادة المستهلك بحيث يؤدي إلى حرقها عن جادة الصواب إذا تضمن الإعلان معلومات غير دقيقة^(٢٦).

ونظراً لهذه الخطورة، فقد اتفقت القوانين المتعلقة بحماية المستهلك على حظر الإعلانات المضللة، فحظر المشرع العراقي الإعلانات المضللة، إذ جاء في المادة (١/٩) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ على أنه:- (يحظر على المجهز والمعلن ما يأتي: أولاً :- ممارسة الغش والتضليل والتدليس واخفاء حقيقة المواد المكونة للمواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة).

أما موقف المشرع المصري، فجاء مطابقاً لما ورد في قانون حماية المستهلك العراقي، حيث نصت المادة (٦) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (١٧) لسنة ٢٠٠٦ على الزام المعلن بأن يعطي المستهلك المعلومات والبيانات الصحيحة دون أن يضلله^(٢٧).

كما منع المشرع الفرنسي في نص المادة (١٢١-١) من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم (٩٤٩/٩٣) لسنة ١٩٩٣ الإعلانات المضللة، حيث منعت هذه المادة (كل إعلان - بأي شكل من الأشكال- يتضمن بيانات أو عروض زائفة أو من شأنها التضليل، متى أنصبت على واحد أو أكثر من العناصر الآتية :- وجود أو طبيعة مكونات الأموال أو الخدمات أو صفاتها الجوهرية، نسبة العناصر النافعة أو الفعالة فيها، النوع، المصدر، المقدار، طريقة وتاريخ الصنع، الخواص، سعر وشروط البيع، شروط استخدامها، النتائج التي يمكن الحصول عليها باستخدامها، أسباب أو إجراءات البيع أو تقديم الخدمة، مضمون تعهدات المعلن، صفة أو كفاءة الصانع، البائعين أو الملتزمين بتقديم الخدمة).

الفرع الثاني: حماية المستهلك من الإعلانات الالكترونية المقارنة

ثار الإعلان المقارن جدلاً واسعاً في الأوساط القانونية عن مدى مشروعيته؛ وذلك لأن هذا الإعلان يعارض مبدأين، هما مبدأ حرية التعبير الذي يتيح للأفراد حرية التصريح، ولا يمكن استبعاد أو مصادرة هذا الحق، أما المبدأ الآخر هو مثالية الإعلان الذي ينص على منع إجراء مقارنة تمس مشروعاً منافساً^(٢٨).

والإعلان المقارن يعمل على تشويه سلع وخدمات المنافسين، وهذا يدل على أن التضليل لا يقتصر على المستهلك حصراً بل يشمل أيضاً السلع والخدمات للمنشآت التجارية المنافسة^(٢٩).

فعرّف بعض الفقهاء الإعلان المقارن إنه:- (قيام المعلن بالدعاية لمنتجاته عن طريق المقارنة وإلى إبراز السلعة المعلن عنها مقارنةً بعيوب غيرها من السلع)^(٣٠).

وعرفه البعض الآخر أنه:- (الإعلان الذي يركز على مزايا منتج أو خدمة معينة من خلال مقارنتها بمواصفات ومزايا غيرها من السلع والخدمات على نحو يقلل من قيمة المشروع المنافس ويؤدي إلى إيقاع المستهلك في لبس وغموض)^(٣١).

والهدف من الإعلان المقارن هو دفع المستهلك واقناعه إن الميزات التي يحصل عليها أفضل بكثير من السلع والخدمات التي يعرضها الفريق المنافس للمعلن.

فاختلفت القوانين من حيث إجازة هذه الإعلانات أو منعها. فذهبت بعض التشريعات إلى إجازة الإعلان المقارن على أساس أنه يحقق فائدة للمستهلك متى ما كان يحقق مقارنة بين عناصره. كالقانون الأمريكي والقانون الكندي^(٣٢).

ولكن ضمن شروط وضوابط مشددة. إذ تكون المقارنة شاملة لجميع العناصر. فلا يجوز أن تكون مجزئة. أما القضاء الفرنسي. نجد أن غالبية أحكامه قبل صدور قانون ١٨ - كانون الثاني ١٩٩٢ كان لها موقفاً حاسماً من الإعلان المقارن حيث عدته مفتقداً للمصداقية والموضوعية^(٣٣).

ويشترط لوصف الإعلان أنه مقارن. توفر ثلاث شروط^(٣٤) هي:-

- ١ - أن يصدر من المعلن دعاية.
- ٢ - أن يحتوي الإعلان على اسم المنافس صراحة أو ضمناً.
- ٣ - أن يتضمن الإعلان عناصر المقارنة بين السلعة والخدمة المعلن عنها وبين السلع والخدمات المنافسة لها.

فأيد الفقه الفرنسي الإعلان المقارن بعدّ وسيلة لإعلام المستهلك. في حين منعها لا يستند إلى أي نص قانوني يبرره^(٣٥).

بعد صدور قانون رقم ١٨ - كانون الثاني ١٩٩٢ الفرنسي المتعلق بدعم المستهلكين وحمايتهم. أجاز في المادة العاشرة منه الإعلانات التجارية المقارنة متى ما كانت ذات أهمية وفعالية. حيث أورد قانون الاستهلاك الفرنسي لعام ١٩٩٣ تعريفاً للإعلان المقارن في المادة (١٢١) أنه:- (ذلك الإعلان الذي يقوم فيه المعلن بمقارنة منتجاته بمنتجات غيره ويكون ذلك من خلال تناول علامة أو ماركة منتجات هذا الأخير أو اسم الشركة المنتجة أو اسم المحل التجاري ونوع هذه التجارة).

إذ أشرت القانون الفرنسي الخاص بحماية المستهلك شروطاً معينة لمشروعية الإعلان. وهي أن لا يحتوي على أي نوع من التضليل الذي يؤثر على إرادة المستهلك. وأن يسبق عملية نشر الإعلان اطلاع أصحاب المهن عليه؛ وذلك من أجل مناقشة موضوعية للإعلان. وأن لا يقلل الإعلان من قيمة المنتجات المنافسة. فضلاً عن قدرة المعلن على إثبات صحة البيانات الواردة في الإعلان^(٣٦). وفي حال فقدان أحد هذه الشروط. يُعدّ هذا الإعلان غير مشروع. وتترتب عليه مسؤولية مدنية. بالإضافة إلى مسؤوليته الجزائية. إذا سبب هذا الإعلان تضليل المستهلك^(٣٧).

أما المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك. فلم يضع أي نص يعالج حالة الإعلانات التجارية المقارنة. فكان من الأفضل أن يعالج هذا النوع من الإعلانات. وعدم معالجته يُعدّ نقص تشريعي واضح. فلا بد على المشرع أن يلم بكل المستجدات والمتغيرات الحاصلة في المجتمع وينظمها بنصوص معالجاً فيها كل تفاصيل تلك المستجدات حتى يغطي المستهلك بالحماية الكافية.

المبحث الثاني: الحماية اللاحقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني

إن منح المشرع للمستهلك حق العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني خلال مدة معينة يُعدّ طرفة نوعية في نطاق التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني. ويُعدّ حق

العدول عن العقد من النظام العام، إذ لا يجوز الاتفاق على خلافه، وهو يُعدّ خروجاً عن القاعدة العامة المتمثلة بالقوة الملزمة للعقد.

كما أن الأصل في العقود هو حرية المتعاقدين بتضمين عقودهم ما شاءوا من شروط على أن لا تكون مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، وأن لا يكون هناك نصاً خاصاً يمنع هذه الشروط، إلا أن وبسبب التطورات التقنية الحاصلة في البيئة العقدية، فقد اتسمت أغلب العقود التي تبرم عبر شبكة الإنترنت بانعدام التوازن العقدي: نظراً لسيطرة المهني على المستهلك بعده طرفاً ضعيفاً في العقد، مما يتيح للمهني فرض شروط مجحفة بحق المستهلك، فلا بد من وضع قواعد قانونية لمواجهة تلك الشروط لتحقيق الحماية للطرف الضعيف في العقد.

ولتفصيل ذلك، فإننا سوف نقسم هذا المبحث على مطلبين. نتناول في المطلب الأول حماية خيار المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني، وخصص المطلب الثاني لحماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك الإلكتروني.

المطلب الأول: حماية خيار المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني

يُعدّ العدول عن العقد من أهم الوسائل القانونية في المرحلة اللاحقة على إبرام العقد، وتبرز أهمية منح هذا الخيار للمستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني: نظراً لشروع المستهلك في إبرام العقد الذي يتم عبر شبكة الانترنت لوقوعه تحت تأثير الدعاية والإعلانات التي يقوم بها المخترف، من أجل إغراء المستهلك وممارسة الضغط عليه لدفعه إلى إبرام العقد، دون أن يعطيه فرصة للتفكير والتأني قبل أن يبرم العقد، مستغلاً حاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة محل العقد، وبعد ذلك يكتشف المستهلك إن السلعة التي تعاقد عليها لم تكن هي نفسها التي أرسلها له المهني أو تحمل مواصفات مخالفة لتلك المذكورة في الإعلان، وذلك لأن المستهلك لا يتمكن من رؤية السلعة بالعين المجردة؛ لأنه أبرم العقد إلكترونياً.

ونضيف إلى كل ذلك، ضعف مركز المستهلك من الناحية الاقتصادية والفنية والمعرفية قياساً بما يملكه المهني، فكل هذه الأمور تدفع المشرع للبحث عن وسيلة تحمي حق المستهلك من تسلط المهني، ومن ثم يُعدّ خيار العدول هو الأنسب لحماية المستهلك.

ونظراً لأهمية حق العدول سوف نقسم هذا المطلب على فرعين. نتكلم في الفرع الأول عن التعريف بحق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني، أما الفرع الثاني فنتطرق فيه إلى آثار العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني.

الفرع الأول: التعريف بحق المستهلك في العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني

إن خيار العدول عن العقد في العقود الاستهلاكية هو أحد أهم الآليات القانونية التي يعتمد عليها المشرع لحماية المستهلك من نفسه؛ وذلك لتسريعه في إبرام العقد دون تروي وتفكير^(٣٨).

فطرح الفقه عدة تعريفات لحق المستهلك في العدول عن العقد، ومن بين هذه التعريفات :- (هو أحد الآليات القانونية الحديثة التي أوجدها المشرع لغرض توفير الحماية اللازمة والفعالة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد)^(٣٩)، أو هو :- (مكنة يمنحها القانون للطرف الضعيف في العلاقة العقدية، أي المستهلك الذي أبرم العقد، بحيث أن له إذا تواجد في ذلك المركز القانوني، أن ينقض العقد دون الحاجة إلى تدخل الطرف المقابل، ومن دون أن يكون ملزماً لتبرير ذلك، ودون الحاجة إلى إثبات وجود عيب أو خلل في السلعة أو الخدمة محل العقد)^(٤٠)، فيقرر حق العدول عن العقد في عقد البيع التي يبرم عبر مسافات.

ويعدّ العدول عن العقد استثناء من مبدأ عام، وهو القوة الملزمة للعقد، فأقر المشرع هذا الحق لحماية المستهلك؛ لأنه وقع تحت ضغط الإعلانات التي استخدمها المهني^(٤١)، فلا بد أن تكون هناك مسؤوليات قوية لإقرار حق المستهلك في العدول عن العقد، وهذه المسؤوليات تلخص بالآتي:-

١- عجز النظرية التقليدية عن توفير الحماية اللازمة للمستهلك، وهذه النظرية تتلخص بعيوب الإرادة حيث أنها تتطلب إقامة دعوى، وما يترتب عليها من انفاق الجهد والأموال والوقت، وفي المحصلة عدم استفادة المستهلك منها؛ لأنها أثبتت عدم جدواها في ظل التطورات الحاصلة في الحياة العقدية وانتشار ما يسمى بالعقود الاستفزازية أو المستثارة التي تستهدف سلب إرادة المتعاقد دون أن تعطيه مجال للتفكير؛ لأنه قد وقع تحت تأثير وسائل الدعاية والإغراءات^(٤١).

٢- اتسام العقود الإلكترونية بطابع السرعة الفائقة التي تمكن المستهلك من إبرام عقد خلال ثواني، وهذا بدوره يلغي عامل التفكير والتروي قبل إبرام العقد^(٤٢).

٣- يؤثر التعاقد عبر شبكة الانترنت تأثير كبير جداً على إرادة المستهلك، بل ويصل أحياناً إلى دفع المستهلك لإبرام عقد على سلعة أو خدمة غير التي يقصدها، نظراً للمؤثرات التي يستخدمها المحترف بغية الترويج عن السلع أو الخدمات التابعة له^(٤٣).

٤- يعد خيار العدول عن العقد ضمان أوجده المشرع من أجل حماية المستهلك من نفسه وليس من أجل حمايته من استغلال المحترف له؛ والسبب هو لتسرع المستهلك في إبرام العقد دون تفكير وتروي، ومن أجل ذلك، منح المشرع هذا الحق للمستهلك؛ لأنه يهدف إلى حماية مصلحة المتعاقد أكثر من حماية إرادته^(٤٤).

٥- نظراً للصعوبات والمشاكل التي تواجه التعاقد الإلكتروني؛ لبعد المسافة بين المستهلك والمهني، إذ أن المستهلك لا يقدر على معاينة السلعة محل البيع معاينة حقيقية، بل يعتمد على مجرد صور أو أفلام يضعها المهني من أجل الترويج عن البضاعة، بالإضافة إلى إعداد العقود النموذجية الإلكترونية غير القابلة للمناقشة والمفاوضة^(٤٥).

كل ما ذكر أعلاه هو مجموعة من المسوغات التي تؤيد منح المستهلك خيار العدول لهذه الأسباب المذكورة، وأن كان هذا الحق هو خروج عن القاعدة العامة التي مفادها، إذا أبرم العقد وكان صحيحاً أصبح له قوة ملزمة ولا يحق لأي طرف أن يتحلل منه ائماً بمبدأ القوة الملزمة للعقد.

فقد جاء العدول عن العقد من أجل التشجيع على البيوع الاستهلاكية العابرة للحدود، وذلك من خلال معالجة السلبات المحيطة بالتعاقد الإلكتروني المتمثلة بعدم رؤية المستهلك للسلعة في أغلب الأحيان، بالإضافة إلى الصعوبة التي يواجهها المستهلك للتأكد من طبيعة السلع المعلن عنها وهل تلائم حاجته^(٤٦).

فيتبادر إلى الذهن تساؤل مهم جداً، يتمثل بماذا يشمل حق العدول عن العقد، أي ما هو نطاقه؟ هل يشمل السلع والخدمات معاً؟ أم يشمل أحدهما دون الأخرى؟ وهل يوجد هناك استثناءات في حالات معينة لا يجوز للمستهلك فيها الرجوع عن العقد؟

للإجابة على هذا التساؤل نقول إن التشريعات القانونية المتعلقة بحماية المستهلك التي منحت المستهلك حق العدول، قد أقرت هذا الحق بشكل عام ومطلق ولم تحده بالسلع فقط دون الخدمات، وإنما جاء النص عام يشمل السلع والخدمات، وإذا كان هذا الأصل، فقد نصت التشريعات الخاصة بحماية المستهلك على بعض الاستثناءات التي لا يجوز فيها للمستهلك المطالبة بالعدول عن العقد، وتتمثل بالآتي:-

١- إذا كانت السلعة أو الخدمة محل العقد خاضعة لتقلبات سوق الأوراق المالية، والسبب واضح جداً من هذا المانع، وهو في حالة عدول المستهلك عن محل العقد، يلزم المهني هنا برد الثمن، فإذا كانت السلعة أو الخدمة متقلبة حسب تقلبات السوق صعوداً أو هبوطاً، فالعدول يشكل هنا ضرراً كبيراً للمهني، وجوهر الحماية في هذا الحق هو من أجل إعادة التوازن للعقد، ولهذا السبب يعدّ محل العقد هنا استثناء من حق المستهلك في العدول عن العقد^(٤٨).

٢- استعمال السلعة أو الخدمة من قبل المستهلك أثناء فترة العدول؛ والعلة واضحة من هذا الاستثناء، وهي عدم الإضرار بمصلحة المهني. ولكن يوجد تناقض في هذه الحالة فمثلاً، مواصفات وخصائص السلعة أو الخدمة لا يمكن التأكد من مدى مطابقتها مع ما أعلن عنه المهني إلا من خلال استخدامها، ووفقاً لهذا الاستثناء بمجرد استعمال المهني للسلعة أو الخدمة خلال مدة العدول، فلا يحق له المطالبة بإعادة السلعة أو الخدمة إلى المهني؛ وذلك بسبب استعماله لها^(٤٩). نحن نرى أن الحماية في هذه الحالة ركيكة جداً ولا تجدي نفعاً، فكان من المفروض أن يلغي هذا الاستثناء؛ لأنه يتنافى مع مبدأ إحاطة المستهلك بالحماية اللازمة؛ لأنه من خلال استخدام السلعة سوف يكتشف مثلاً عدم مطابقتها لما ذكره المهني من مواصفات، فمن الأنسب أن تتحقق الحماية هنا ويعطى للمستهلك حق العدول حتى وأن استخدم السلعة أو الخدمة، أما بالنسبة للمهني وما يلحقه من ضرر هو نتيجة غشه وخداعه للمستهلك، فلا بد أن يتحمل نتيجة فعله، فكان من الأجدر على المهني أن يراعي المصادقية في تعامله مع المستهلك، وخاصة في العقود الإلكترونية.

٣- إذا كانت السلعة قابلة للتلف أو الهلاك أو عدم إمكانية إعادة السلعة نظراً لطبيعتها، إذا كانت السلعة من يتلف أو يهلك بمجرد ارجاعها، تعدّ هذه السلعة مستثناءة من حق المستهلك في العدول عن العقد، كأن تكون أزهاراً مثلاً، أما بالنسبة للسلع التي من غير الممكن ارجاعها، وذلك نظراً لطبيعتها، ويقصد بها كل شيء يؤدي ارجاعه إلى حدوث تغير فيه^(٥٠)، والعلة واضحة من هذا الاستثناء، إذ تتمثل بمراعاة مصلحة المهني.

٤- إذا أعدت السلعة أو الخدمة للمستهلك خاصة، فمثلاً إذا كان ثوباً أعد خصيصاً للمستهلك وفق قياس وتصميم معين، أو برنامج أعد لعمل المستهلك، مثلاً إذا كان لديه متجر وأعد هذا البرنامج خصيصاً لهذا المتجر، فالعدول عن العقد في هذه الحالة لا يخدم المهني ويضر به؛ لأن السلعة إذا رجعت له لا يقدر على الاستفادة منها أو بيعها^(٥١).

٥- إذا كان محل العقد من الأشياء التي يمكن نقلها أو تحميلها أو نسخها، وذلك من خلال رفع أختامها وتمزيق أغلفتها، ويقصد بها على سبيل المثال الألعاب الإلكترونية التي تكون على هيئة أقراص، فيستطيع المستهلك وبكل سهولة تنزيلها على الجهاز التابع له، ثم بعد ذلك يدفع بحقه في العدول عن العقد، فلا يجوز له هنا إرجاع القرص وذلك لأنه من المنتجات التي من الممكن نسخها^(٥٢)، أو حتى إذا كان القرص من غير الممكن نسخه، فإنه بمجرد تمزيق غلافه سوف يؤدي إلى إنقاص قيمته، وخاصة الألعاب عالية الثمن، إذ يعدّ هذا القرص مستعملاً في الواقع العملي.

والعلة من هذا المنع هو من أجل المحافظة على حقوق الملكية الفكرية؛ لأن المستفيد الوحيد هو المستهلك هنا، والغاية من الحماية كما ذكر سابقاً هي إعادة التوازن للعقد^(٥٣).

فمن المهم والضروري جداً أن يقيد حق العدول عن العقد بمدة معينة، بانتهاء تلك المدة يسقط حق المستهلك في العدول عن العقد، وذلك لكي لا يبقى المركز القانوني للمهني قلقاً، وذلك تحقيقاً للعدالة، لكي لا يفاجئ المهني بطلب نقض عقد مضى على إبرامه مدة طويلة^(٥٤).

فعلى الرغم من اتفاق التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك على إقرار حق العدول عن العقد للمستهلك، ويجب أن يكون ضمن مدة معينة، إلا أنهم اختلفوا في طول هذه المدة ولم يتفقوا عليها، فنص قانون الاستهلاك الفرنسي لعام ١٩٩٣، على أن مدة العدول هي (٧) أيام، أما مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري فحددها (١٥) يوم.

أما التوجيه الأوروبي رقم (٧) لسنة ١٩٩٧ الخاص بحماية المستهلك من العقود التي تبرم عبر شبكة الأنترنت، فجاء بنص أنفرد عن التشريعات القانونية الأخرى، فقام بالتمييز في العدول بين السلع

والخدمات، فمدة العدول إذا كان محل العقد سلع تبدأ من يوم استلام المستهلك لها، أما فيما يتعلق بالخدمات، فالعدول تبدأ مدته من تاريخ إبرام العقد^(٥٥).

كل هذا يتم بشرط أن يؤكد المهني إيجابه وفقاً لنص المادة (٥) من التوجيه التي جاء فيها :- (على المهني تأكيد كتابه إيجابه الصادر عبر وسائل الاتصال الحديثة، ومن ثم يجب تأكيد كتابة إيجاب المهني الذي يتم عبر الانترنت، إذ من غير الجائز استعمال الخداع في تقنيات المعلومات، بحيث يعتمد المهني في إيجابه الإلكتروني المعروض على موقع الويب أو صفحة (html) إلى إيجاد نصوص أو ألوان أو صور أو روابط محورية من شأنها خداع المستهلك، أو أن تشكل بالنسبة إليه موقفاً من الغموض يخفي شروطاً ضرورية يجب إعلامه بها وراء وصلات الربط المحورية بتعقيدها الفني).

وهذا يدل على ضرورة قيام المهني بتأكيد كتابة إيجابه، وهو مهم جداً لحماية المستهلك الإلكتروني، وذلك لأن المعلومات الإلكترونية سريعة الزوال ولا تبقى طويلاً على شاشة الحاسوب^(٥٦). فعندما ميز التوجيه الأوروبي بين السلع والخدمات من حيث تاريخ سريان مدة العدول، إلا أن طول المدة متساوي في الحالتين وهي (٧) أيام، ولكن بشرط قيام المهني بالوفاء بالتزامه وهو تأكيد إيجابه، ولكن في حال عدم قيامه بالالتزام الملقى على عاتقه إلا بعد إبرام العقد، فمدة العدول تبدأ هنا من هذا التاريخ بشرط أن لا تتعدى الثلاثة أشهر من تاريخ التسليم أو الإبرام^(٥٧).

كما اختلفت القوانين مرة أخرى حول الآلية المتبقية في اكتساب المدة التي يسري فيها حق العدول، بمعنى أنه تسري المدة بأيام العمل فقط، أو تشمل أيام العمل وأيام العطل على حد سواء. نجد أن المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك في المادة (٢٠١-٢٠٢) جاءت المدة مطلقة، لم تحدد أيام عمل أو عطل في احتساب المدة.

وفي مقابل ما جاء فيه المشرع الفرنسي، نجد أن التوجيه الأوروبي قد أنفرد بمعالجته للآلية المتبعة في احتساب المدة، فتحسب مدة العدول على أساس أيام العمل فقط. ونلاحظ من خلال ذلك، إن الاتجاه الأوفق في مجال احتساب المدة هو التوجيه الأوروبي؛ لأنه الأكثر رعاية وحرص على مصلحة المستهلك.

فحاول المشرع الفرنسي تدارك الخطأ الذي وقع فيه، وهو احتساب أيام العطل ضمن المدة، فجاء في الفقرة الأخيرة من المادة (٢٠١-٢٠٢) من قانون الاستهلاك الفرنسي القول:- (على أنه إذا صادف اليوم الأخير من الأيام السبع يوم سبت أو يوم أحد أو يوم عيد أو عطلة، فإن هذه المدة تمتد إلى أول يوم عمل تالي)، فمضمون النص هذا إذا صادف ضمن المدة المحسوبة للعدول يوم عطلة فتتمدد المدة إلى اليوم التالي^(٥٨).

وفي محصلة العرض البسيط لحق المستهلك في العدول عن العقد لا بد من أن نبين موقف التشريعات القانونية منه، فهل نصت عليه أم خلت القوانين من النص على هذا الحق بشكل صريح؟

هناك آراء متعددة حول موقف المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك في نص المادة (٦/ثانياً) التي جاء فيها القول:- (للمستهلك وكل ذي مصلحة في حالة عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى المجهز....).

فمنهم من يرى أنه كل ما جاء في هذه المادة هو تطبيقاً للقاعدة العامة وهي حق ضمان عيوب المبيع، فيعطى للمستهلك حق إرجاع السلعة إلى المجهز؛ وذلك لأن المشرع لم يجرء بالخروج عن حدود القواعد العامة، وفي مقدمتها العقد شريعة المتعاقدين، التي لا يجوز فيها نقض العقد أو تعديله بإرادة أحد الطرفين^(٥٩).

أما الرأي الآخر يقول أن المشرع قد قصد في المادة (٦) حق العدول عن العقد، ولكن هذه المادة لم تصل من الدقة والوضوح والشمول الدرجة التي وصلت إليها قوانين الحماية الخاصة بالمستهلك.

ومن الواضح أن المشرع عندما أعطى المستهلك ولكل ذي مصلحة إعادة السلعة كلاً أو جزءاً، هما وجهان لممارسة حق المستهلك في العدول. والدليل على ذلك قد أعطت الحق للمستهلك العدول وفقاً لإرادته المنفردة دون الرجوع للقضاء. وبصرف النظر عن إرادة الطرف الآخر في العقد، ولكن هذا العدول لا يكون مطلقاً وإنما قيده لسبب، وهو في حالة إخلال المهني بالالتزام بالإعلام، أي لم يزود المستهلك بالمعلومات الكافية، فيحق للمستهلك العدول عن العقد، ولكن مع هذا، فقد وجه بعض النقد لهذا النص، وفي مقدمتها عبارة (كل ذي مصلحة)، فلم يحدد من هو صاحب الحق بعد المستهلك، فضلاً عن ذلك، قد حصر حق العدول بالسلع دون الخدمات، في حين جميع القوانين نصت على شمول السلع والخدمات، وأخيراً مشرعنا لم يحدد مدة معينة للعدول، بينما باقي القوانين نصت على مدة الخيار، وعدم تحديد المدة يؤدي إلى عدم استقرار المعاملات، كما لم يبين القانون أيضاً الاستثناءات الواردة على هذا الحق^(١٠).

ومن وجهة نظرنا، نرى أن المشرع كان موقفه ركيكاً في نص المادة (١)، فهذه المادة محاطة بغموض وتشويش، فكان الأجدر على المشرع أن ينص بشكل صريح على حق المستهلك في العدول عن العقد، وأن يولي هذا العقد الكثير من الاهتمام بقّده الصمام الرئيسي لحماية المستهلك من المهني، لأن المشرع إذا بقي متمسكاً بالقواعد العامة الواردة في القانون المدني، فلا يتمكن المستهلك من الحصول على الحماية الكافية ويبقى في قوقعة الحماية التقليدية، فلا بد أن يكون متلماً الشجاعة الكافية التي من خلالها يستطيع الخروج من نطاق القواعد العامة لفضاء أوسع يضع فيه اللبنة الأساسية والجوهرية لحماية المستهلك. أما المشرع المصري، فلم ينص هو الآخر في قانون حماية المستهلك على خيار العدول عن العقد، ونفس الانتقادات التي وجهت للمشرع العراقي توجه هي الأخرى للمشرع المصري، كونهما متأثرين بالفقه الإسلامي الذي أقر الخيارات، ومنها خيار الرؤية وخيار التعيين والعيب وغيرها من الخيارات^(١١). فما زال المشرع العراقي والمصري يؤكدان حقيقة الالتزام الذي يقع على عاتق كل متعاقد السهر لحماية مصالحه الخاصة ولا يحق له المطالبة بحماية أخرى غير النظرية التقليدية المتعلقة بعيوب الرضا^(١٢).

أما المشرع اللبناني، فنص على خيار المستهلك العدول عن العقد في الفصل العاشر من قانون حماية المستهلك اللبناني في نص المادة (٥٥) حيث جاء فيها القول :- (يجوز للمستهلك الذي يتعاقد وفق أحكام هذا الفصل العدول عن قراره بشراء السلعة أو استئجارها والاستفادة من الخدمة...). فكان من الأفضل للمشرع العراقي والمصري أيضاً أن يضعوا نصاً خاصاً لإقرار حق العدول ومعالجته أيضاً على غرار المشرع اللبناني.

أما المشرع الفرنسي، فهو السابق لكل التشريعات القانونية التي نصت على حق المستهلك في العدول. حيث نصت المادة الأولى من القانون الفرنسي رقم (٢١ / ٨٨) الصادر في ٦ كانون الثاني / يناير ١٩٨٨ على القول :- (في كافة العمليات التي يتم فيها البيع عبر المسافات فإن للمشتري خلال سبعة أيام من تاريخ تسليم المبيع الحق في إعادته إلى البائع لاستبداله بآخر أو رده واسترداد الثمن أي نقصان من جانبه سوى مصاريف الرد)، بالإضافة إلى ما جاء في قانون الاستهلاك الفرنسي من النص على حماية المستهلك من خلال اعطائه حق العدول عن العقد.

الفرع الثاني: آثار العدول عن عقد الاستهلاك الإلكتروني

إن عقد الاستهلاك الإلكتروني كما هو معلوم هو رابطة بين شخصين مهني ومستهلك، وهذا العقد يترتب التزامات على عاتق الطرفين، فإذا أخل المهني بالتزامه، خول القانون الخاص بحماية

المستهلك هذا الأخير بحق العدول عن العقد، ولكن ضمن مدة معينة، تسمى مدة العدول، فإذا انتهت هذه المدة ولم يستخدم المستهلك هذا الحق، عُدَّ العقد لازماً، ولا يجوز الرجوع فيه. وفي ضوء ما تقدم سنتطرق لآثار العدول عن العقد بالنسبة للمستهلك، بالإضافة لآثار العدول عن العقد بالنسبة للمهني بفقرتين متتاليتين.

أولاً: آثار العدول عن العقد بالنسبة للمستهلك

رتبت القوانين المعنية بحماية المستهلك جملة من الآثار المتعلقة بعدول المستهلك عن العقد، وأهمها رد السلعة بالإضافة إلى تكاليف استرجاع السلعة والتنازل عن الخدمة^(١٣).

فإذا أصر المستهلك على خيار العدول عن العقد وكان ضمن المدة المحددة له، سوف ينحل العقد ويُعَدَّ كأنه لم يكن، فيقوم المستهلك برد السلعة إلى المهني بنفس الحالة التي كانت عليها وقت التسليم^(١٤).

إذ نص التوجيه الأوروبي في المادة (٢/١) لسنة ١٩٩٧ الخاص بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد وذلك بالإشارة إلى التزام المحترف عند ممارسة المستهلك لخيار العدول برد المبالغ التي دفعها المستهلك خلال مدة أقصاها ثلاثون يوماً من تاريخ استعمال الخيار، وعلى النهج نفسه، سار المشرع الفرنسي بالحكم ذاته في المادة (١٢١-١/٢٠) من قانون الاستهلاك.

وفي حال تهادى المهني في رد الثمن خلال مدة العدول، في هذه الحالة يُعَدَّ الثمن منتجاً للفوائد على أساس المعدل القانوني المعمول به، ويُعَدَّ ذلك بحد ذاته مخالفة.

ويتربت تساؤل مفاده: - إذا هلكت السلعة، على من تقع تبعة الهلاك؟

للإجابة على ذلك، فقد ذهب بعضهم إلى القول إذا وقع الهلاك خلال مدة العدول، يُعَدَّ المستهلك حائزاً هنا؛ لأن ملكيته لم تكن مؤكدة خلال مدة العدول، أما البائع فيعَدُّ هو المالك للمبيع في تلك الفترة. ففي هذه الحالة يتحمل المهني تبعة الهلاك خلال مدة العدول؛ لأنه هو المالك، أما المستهلك فهو يُعَدُّ حائزاً للسلعة لا مالك، فلا يتحمل تبعة الهلاك^(١٥).

ولكن ما هو الحكم فيما لو أراد المستهلك الخيار بين استرداد الثمن أو استبدال السلعة بسلعة أخرى بدلاً عنها، فهل يتيح له حق العدول هذا الخيار أم لا؟

وللإجابة على ذلك، عند التمعن في نص المادة (١٢١-١) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣، تقضي هذه المادة بإعطاء المستهلك حق المطالبة برد الثمن أو استبدال السلعة بأخرى، وهذا يشكل بعداً جديداً للحماية، وذلك من خلال فسخ المجال أمام تعدد الخيارات لدى المستهلك من أجل توسيع نطاق الحماية^(١٦).

وفي مقابل نص المشرع الفرنسي، نلاحظ أن التوجيه الأوروبي رقم (٩٧-٧) لعام ١٩٩٧، فهو لم يتضمن إلا حق المستهلك في إعادة السلعة واسترجاع ثمنها دون التطرق إلى خاصية الاستبدال^(١٧).

أما المشرع العراقي والمصري، فقد جاء خالياً من النص على حق العدول، ولكن نستشف ضمناً أنهما أقرّا حق المستهلك برد السلعة مع استرجاع ثمنها فقط^(١٨).

فالمشرع جعل حق العدول عن العقد مجانياً دون أن يتحمل المستهلك أي مصاريف؛ وذلك من أجل توفير حماية حقيقية له، فإذا كلف المشرع المستهلك بمصاريف إضافية سوف يؤدي ذلك إلى عزوف المستهلكين عن استخدام هذا الخيار؛ كونه يثقل كاهلهم بمصاريف، الأمر الذي دفع التشريعات القانونية إلى إعفاء المستهلك من المصروفات^(١٩).

يتحمل المستهلك فقط المصاريف التي تتطلبها عملية إرجاع السلعة إلى المهني كمصاريف شحنها أو إرسالها في بريد وغيرها من الأمور، وهذه المصاريف تكون نتيجة طبيعية لاستعمال المستهلك لحقه في العدول عن العقد^(٢٠).

فأجمعت القوانين المتعلقة بحماية المستهلك ومنها قانون الاستهلاك الفرنسي. والتوجيه الأوربي وقانون الاستهلاك اللبناني. بإعفاء المستهلك من أي مصاريف جراء استخدامه لحق العدول باستثناء مصاريف إرجاع السلعة إلى المهني.

ولا نؤيد حسب وجهة نظرنا القاصرة الاتجاه الذي ذهبت إليه القوانين من تحميل المستهلك تكاليف إرجاع السلعة، لأن المستهلك إذا أبرم عقداً عبر شبكة الأنترنت وكان المهني من دولة أخرى وأخل بالتزامه أو جاءت السلعة بغير المواصفات المذكورة لها، فمن غير المنصف أن تحمل المستهلك مصاريف إرجاعها؛ لأنها ستكون باهظة جداً، بل تصل أحياناً مصاريف إرجاعها أكثر من ثمن السلعة الأصلي. وهذا يكون دافع لرفض المستهلك استخدام حقه في العدول عن العقد. فلا تتوفر حماية كافية للمستهلك، بل كان من الأفضل أن تحمل القوانين مصاريف إرجاع السلعة على عاتق المهني؛ وذلك لأنه هو المخل بالتزامه.

ثانياً: آثار العدول عن العقد بالنسبة للمهني

إذا استخدم المستهلك حقه في العدول عن العقد، فيؤدي إلى إخلال العقد وإرجاع الحال إلى ما كان عليه قبل العقد، وهذا الفعل يترتب آثاراً لكلا الطرفين، فالآثار التي يترتبها الإخلال العقد على المهني هو الزامه برد الثمن إلى المستهلك.

فنصت المادة (٦) من التوجيه الأوربي رقم ٧/٩٧، وكذلك المادة (١٢١-١/٢٠). من قانون الاستهلاك الفرنسي على القول:- (الزام المهني عن ممارسة المستهلك لحقه في العدول، برد المبالغ التي دفعها المستهلك خلال مدة أقصاها ثلاثين يوماً التالية لاستعمال هذا الحق وجاوز الميعاد المذكور يؤدي إلى جعل المبلغ المدفوع من قبل المستهلك منتجاً للفوائد).

ويتبين لنا من خلال ذلك أن على المهني أن يرجع المبلغ في أسرع وقت ممكن للمستهلك، وأن لا يتجاوز المدة المعينة للخيار وهي ٣٠ يوماً.

وعلى خلاف ذلك، جاء قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم (٨٣) لسنة ٢٠٠٠ في نص المادة (٣٠) المتعلقة بعود المستهلك عن العقد، إذ جاء فيها القول:- (... في هذه الحالة يتعين على البائع إرجاع المبلغ المدفوع إلى المستهلك في أقل من عشرة أيام عمل من تاريخ إرجاعه البضاعة أو العدول عن الخدمة).

بينما خلى المشرع اللبناني في قانون حماية المستهلك منحى آخر مختلف عن القوانين السابقة، حيث نصت المادة (٥٦) منه على القول:- (يتوجب على المحترف، في حال ممارسة المستهلك حقه المنصوص عليه في المادة (٥٥) إعادة المبالغ التي يكون قد تقاضاها).

ومن خلال ذلك، يتبين لنا إجماع القوانين على إلزام المهني برد المبلغ للمستهلك خلال مدة معينة، ولكن اختلفوا في طول هذه المدة، فقانون الاستهلاك الفرنسي وكذلك التوجيه الأوروبي جعلوا المدة خلال ٣٠ يوماً، أما قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي، فجعل المدة هي (١٠) أيام عمل، أما المشرع اللبناني، فقد جاء خالياً من النص على مدة معينة، وهذا خطأ كبير؛ لأن المهني سوف يستغل هذا النقص التشريعي ويماطل في المدة بحجة عدم تحديد المشرع مدة معينة لرد الثمن. ونحن بدورنا نؤيد القوانين التي تحدد مدة معينة لرد الثمن، من أجل المحافظة على حقوق المستهلك. فضلاً عن إلزام المهني برد ثمن السلعة، فيلتزم بفسخ العقد المبرم تمويلاً للعقد الذي عدل عنه المستهلك.

فينظر المشرع إلى العقد المبرم بين المهني والمستهلك (الأساسي) والعقد الآخر المبرم تمويلاً للعقد الأول بالنظر إليهما كلاً لا يتجزأ، فإذا أخل العقد الأول فالعقد الثاني ينحل معه تبعاً لزوال العلة^(٧١).

وأكدت ذلك التشريعات القانونية، حيث نصت المادة (٣١١-١/٢٥) من قانون الاستهلاك الفرنسي^(٧٢)، وما يقابلها من التوجيه الأوروبي في نص المادة (٤٠٦)، على أنه: - (إذا كان الوفاء بثمن المنتج أو الخدمة قد تم تمويله كلياً أو جزئياً بائتمان من قبل المورد أو من قبل شخص من الغير على أساس اتفاق مبرم بين الأخير والمورد، فإن ممارسة المستهلك لخيار العدول يؤدي إلى فسخ عقد الائتمان بقوة القانون بدون تعويض أو مصروفات باستثناء المصروفات المحتملة لفتح ملف الائتمان)، وبالحكم نفسه جاء قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي.

والإجاء الذي ذهب إليه المشرع في القوانين الخاصة بحماية المستهلك كان موفق للغاية في إلزام المهني بفسخ العقد الثانوي لأنه لولا العقد الأساسي لما أقدم المستهلك على إبرام العقد الثانوي.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك الإلكتروني
سنقسم هذا المطلب على فرعين، نبحث في الفرع الأول مواجهة الشروط التعسفية وفقاً للقواعد العامة، ونكرس الفرع الثاني لمواجهة الشروط التعسفية في إطار القواعد الخاصة.

الفرع الأول: مواجهة الشروط التعسفية وفقاً للقواعد العامة
كرس المشرعون جهودهم من أجل مواجهة الشروط التعسفية، ووضع نظام شامل لحماية التعاقد الضعيف، وذلك بوضع مجموعة من الوسائل التي تساهم في مواجهة تلك الشروط. وهذه الوسائل أما أن تكون منضوية تحت مضلة النظريات العامة ومنها نظرية عقود الإذعان، ونظرية عيوب الإرادة، أو أن تكون هذه الوسائل موضوعة في قوانين خاصة لحماية الطرف الضعيف في العقد.

إذ نص المشرع القانوني على نظرية عقود الإذعان ونظرية عيوب الإرادة، وهي من ضمن النصوص القانونية التي فيها معالجة لحالات اختلال التوازن العقدي وتوفير الحماية للمستهلك، وهي أيضاً نظريات تقليدية^(٧٣)، ولكن نتساءل هل أن نظرية عيوب الإرادة نجحت في توفير الحماية الكافية للمستهلك أم أنها أثبتت قصورها في ذلك؟ فسوف نتطرق إلى ذلك تباعاً.

لاحظنا من خلال دراستنا أن القوانين تؤكد دائماً على خلو رضا المتعاقد من أي عيب يشوب إرادته، ومن أجل حماية المستهلك الذي يُعَدُّ طرفاً ضعيفاً في العقد، فإذا أصيب رضاه بأي عيب، يُعَدُّ العقد موقوفاً على إجازته، أما أن ينقضه أو يخرجه، باستثناء عيب الاستغلال، فتحكمه المادة (١٢٥) من القانون المدني العراقي، كما أن عيب التغير لا يكفي لوحده لتحقيق الحماية، بل يجب أن يقرن بغبن فاحش^(٧٤).

وثمة تساؤل مفاده: - هل نجحت نظرية عيوب الإرادة في توفير المناخ المناسب لحماية المستهلك بشكل كافٍ أم أن هناك قصور يعترى هذه النظرية؟

وللإجابة على هذا التساؤل، نقول بعد الدراسة والتمعن في عيوب الإرادة ومدى تطبيقها كوسائل لحماية المستهلك في عقد الاستهلاك الإلكتروني، نجد أنها غير مجدية ويعتريها قصور واضح جداً في توفير الحماية الكافية للطرف الضعيف في العقد؛ وذلك لأنها قصرت الحماية للشروط التعسفية الواردة في عقود الإذعان حصراً، ولم تشمل العقود الأخرى، بمعنى أنها لم تواكب التطورات الاقتصادية الحاصلة في الوقت الراهن وشمول الشروط التعسفية حتى عقود المساومة^(٧٥)، وغيرها من الأسباب التي واجهت الكثير من الانتقادات لهذه النظرية وهي:-

- فيما يتعلق بعيب الاستغلال، فإن الطيش والهوى الجامح وعدم الخبرة وضعف الإرادة واستغلال الطرف القوي لهذه الأمور، فأنها لا تُعَدُّ دليل بحذ ذاته على وجود ضعف نفسي، فنجد المشرع قد حصر نطاق الدفع بهذا العيب في نطاق ضيق جداً، لأن أسباب الدفع بهذا العيب قد حددها ضمن معايير معدة مسبقاً.

- فيما يتعلق بعيب الغبن، فأشترط المشرع المصري أن يكون الغبن فادحاً، بينما أشرط المشرع العراقي أن يكون الغبن فاحشاً، وأعطى القانون للقاضي سلطة تقديرية في تقدير جسامة الغبن.

فإذا توفر في العقد كل شروط عيب الغبن باستثناء أنه لم يكن فاحشاً، ففي هذه الحالة يستبعد هذا العقد من الحماية المقررة له، وهذا يُعدّ خرقاً لحماية المستهلك، فإذا لم تتوفر جميع الشروط التي حددها المشرع لعيب الغبن فإن الحماية لا تشمل المستهلك.

ويشترط القانون على الطرف الذي أصابه الغبن أن يُثبت استغلال الطرف القوي لضعف إرادته نتيجة عيب الغبن الذي شاب إرادته، وهذا الشرط لا يتمكن المستهلك من إثباته، وهذا الآخر يُعدّ عائقاً في مواجهة الشروط التعسفية في ظل نطاق عيوب الإرادة.

وعلى الرغم مما ذكرناه أعلاه من قصور نظرية عيوب الإرادة عن توفير الحماية الشاملة للمستهلك، وذلك بوضعها شروطاً معينة لتحقيق الحماية، إلا أنها تشترك من حيث الهدف مع مقتضيات حماية الطرف الضعيف في العقد، وذلك من خلال سعيهما لمحاربة حالات عدم علم المتعاقد بآثار العقد وشروطه وعناصره^(٧٦)، ويبدو إن هذه النظرية غير مجدية لحماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية؛ لأنها لم تواكب مستجدات الحياة في ظل التطور الحاصل في المجتمع، ولأن هذه النظرية قائمة في الأصل على مبدأ سلطان الإرادة.

أما نظرية عقود الإذعان ودورها في مواجهة الشروط التعسفية، فنلاحظ أن هناك تطورات ونقلة نوعية فيما يتعلق بهذه النظرية، فبعد ما كانت محكومة بشروط معينة وضعها الفقه لهذه النظرية وبتحقق كل هذه الشروط، تتوفر الحماية للطرف الضعيف في العقد بعدها وسيلة لمواجهة الشروط التعسفية.

أما في ظل التطورات الحاصلة في الوقت الحالي، فقد طرأ تغير في نظرية عقود الإذعان، فعدّ مجرد وجود طرف ضعيف في العقد لا يقدر على المناقشة والمفاوضة فيما يتعلق بنود العقد، بخذ ذاته إذعان دون الحاجة إلى تحقق جميع الشروط التي وضعها الفقهاء فيما يتعلق بهذه النظرية وفقاً للمفهوم التقليدي، الأمر الذي يُعدّ خطوة إلى الأمام من أجل حماية المستهلك الذي يبرم عقداً عبر شبكة الانترنت وما يحمله ذلك من مخاطر ضياع حقوقه.

يُعدّ الإذعان بالمفهوم الحديث واسع الحماية، فالحماية تتسع لتشمل كل متعاقد ضعيف من الناحية الاقتصادية أو الفنية أو القانونية قياساً بالطرف الآخر في العقد الذي يتمتع بقوة مركزه الاقتصادي، ومهيماً على العقد من حيث فرضه لشروط محققاً بها مصلحته، أما الطرف الآخر الضعيف بعدها مجحفة بحقه^(٧٧).

ووفقاً لذلك قد أصبح الطرف الضعيف اليوم بحاجة ماسة إلى الحماية في ظل التفاوت في الخبرة والعلم بين المتعاقدين، وإذا كان فعلاً يهتم المشرع والقضاء بإنصاف الطرف الضعيف في العقد وحمايته وذلك من خلال العمل على إعادة التوازن في العقد عند اختلاله، فهذه الغاية تتحقق في ظل انتشار نماذج العقود التي باتت نتيجة حتمية لتنوع الإنتاج وكثافة التوزيع^(٧٨).

وتتجسد الغاية من حماية المتعاقد من عقود الإذعان هي لوجود خلل واضح في التوازن العقدي، لوجود طرف ضعيف في العقد في مقابلة طرف قوي^(٧٩)، ونظراً لقصور النظرية التقليدية للإذعان عن توفير الحماية المطلوبة للمستهلك؛ وذلك لأنها محكومة بجملة من الشروط ويشترط تحققها جميعاً، في هذه الحالة حصراً يصبح المستهلك تحت طائلة الحماية.

أما في حال خُلِف أحد هذه الشروط، فيتجرد المستهلك هنا من الحماية ولا يستطيع الدفع بعقد العقد عقد إذعان، ونظراً لذلك اتجه الفقه لحماية المستهلك، وذلك من خلال تحقق الإذعان في العقد متى ما كان أحد الطرفين في مركز ضعيف أمام الطرف الآخر وانعدم حقه في المناقشة

والمفاوضة، فيحق للمستهلك الدفع بتحقيق عقد الإذعان ليكون مشمولاً بالحماية وفقاً للتطور الحديث في نظرية الإذعان وجعلها أكثر مرونة؛ وذلك من أجل تحقيق الحماية الكاملة للمستهلك^(٨٠).

فالمشرع العراقي لم يعالج الشروط التعسفية بشكل مباشر. سواء في القانون المدني. أم في قانون حماية المستهلك. وإنما عالج الشروط التعسفية الواردة في عقود الإذعان حصراً. ووفقاً للقواعد العامة الواردة في القانون المدني. أعطى للقاضي سلطة تقديرية واسعة. وهي في حال تحقق شرط الإذعان في العقد فيحق للقاضي أما أن يُعَدِّل الشروط الواردة في العقد. بحيث يجعل الطرفين متساويين. أو يعفي الطرف المذعن من هذه الشروط. كما ألزم القانون القاضي بتفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان لمصلحة المذعن ولو كان دائماً^(٨١).

وبعد ذلك توصل إلى استفادة المستهلك الذي يبرم عقداً إلكترونياً من الحماية المقررة في القانون المدني للطرف الضعيف في العقد. فكان من الأفضل أن يتصدى المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك إلى الشروط التعسفية بشكل مباشر. وهذا بخلاف ذاته يُعَدِّد نقصاً تشريعياً واضحاً. وهذا يقودنا إلى القول إن نظام الحماية وفقاً للقواعد العامة يُعَدِّد عاجزاً عن توفير الحماية بشكل وفير.

الفرع الثاني: مواجهة الشروط التعسفية في إطار القواعد الخاصة

نظراً للتطورات الهائلة في أنماط العلاقات العقدية وتشعبها. وفي ظل لجوء المتعاقدين إلى إبرام عقود استهلاكية عبر شبكة الانترنت. وما يرافق ذلك من مخاطر على مصلحته؛ وذلك لتعرضه لفقدان معظم حقوقه. لقيام التاجر بنشر نماذج من العقود. وما على المستهلك إلا الرضوخ لها نظراً لحاجته الماسة لتلك السلعة أو الخدمة. وبسبب ذلك تعالت الأصوات التي تنادي بضرورة حماية الطرف الضعيف بالعقد من خلال وضع قوانين خاصة لحمايته من الشروط المجحفة التي يضعها المهني في العقود التي يبرمها مع المستهلك.

ونظراً لذلك. حاول المشرع العراقي مجازة هذا التطور التشريعي الحاصل في الدول. وذلك من خلال النص على قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠. وعند التمعن في هذا القانون. نلاحظ أن المشرع العراقي لم يتطرق أبداً للشروط التعسفية. الأمر الذي يُعَدِّد نقصاً تشريعياً واضحاً. فكان الأجدر به أن يعالج الشروط التعسفية؛ نظراً لكثرة وقوعها في العقود.

وكان هدف المشرع من وضع هذا القانون هو حماية المستهلك. فكيف يوفر له الحماية اللازمة وهو لم يتطرق إلى الشروط التعسفية. إلا أن هناك إشارات ضمنية وضعها المشرع في قانون حماية المستهلك العراقي تتمثل بنص المادة (١/أولاً) من القانون ذاته.

حيث أعطت الحق للمستهلك بالحصول على ما يأتي:-

- ١- جميع المعلومات المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.
- ٢- المعلومات الكاملة عن مواصفات السلعة أو التعرف على الطرق السليمة لاستعمالها.
- ٣- الضمانات للسلعة التي تستوجب طبيعتها الضمان.

هذا فضلاً عن نص المادة (٨) من القانون نفسه التي جاء فيها القول:- (المجهز مسؤولاً مسؤولية كاملة عن حقوق المستهلكين لبضاعته أو سلعته أو خدماته وتبقى مسؤوليته قائمة طيلة فترة الضمان).

فيتضح لنا من خلال نصي المادتين (٦ و ٨). أن المشرع جاء بحقوق المستهلك التي نص عليها في هذه المواد ما هي إلا تطبيق لنظرية الشروط التعسفية. فمن خلال ذلك يستطيع المستهلك رفع دعوى لطلب التعويض أمام المحاكم المدنية نتيجة إخلال المهني بالتزامه^(٨٢).

فقانون حماية المستهلك قيد دور القضاء وجعله محصور بالحكم بالتعويض دون أن يكون له الحق بإلغاء أو تعديل الشروط التعسفية. وهذا جاء مخالف لما ورد في القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني العراقي^(٨٣).

وكذلك نص قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، في المادة (١٠) الفقرة الحادية عشرة على القول:- (حظر إدراج أي شروط بيع أو شراء خاصة غير مبررة بشكل يؤدي إلى منحه ميزة في المنافسة أو إلحاق الضرر به).

وبهذه المادة أخذ المشرع العراقي بمعيارين، المعيار الأول هو معيار الميزة، والذي يقارب المعيار الذي أخذ به المشرع الفرنسي، وهو معيار الميزة الفاحشة أو المفرطة لمعرفة هل الشرط الوارد في العقد تعسفي أم لا. والمعيار الآخر هو معيار إلحاق الضرر بالآخر.

ووفقاً لذلك لم يأت المشرع بشيء جديد ومختلف عن باقي التشريعات، فمن البديهي إذا أصاب المتعاقد ضرر أن يلجأ للتعويض.

ولكن كان الأفضل أن يؤخذ بمعيار عدم التوازن العقدي من أجل إيجاد حلول لمعالجة هذا الاختلال. وأرتكب المشرع في هذا القانون الأخطاء نفسها التي ارتكبتها عند معالجته لحماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي، فلم يعالج الشروط التعسفية بنصوص خاصة، وإنما أشار إلى تطبيقات عملية عن الشروط التعسفية، فالانتقادات التي وجهت للمشرع في قانون حماية المستهلك هي نفسها توجه له في قانون المنافسة ومنع الاحتكار^(٨٤).

أما المشرع المصري، فنصت المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك على القول:- (يقع باطلاً كل شرط يرد في عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك، إذا كان من شأن هذا الشرط اعفاء مورد السلعة أو مقدم الخدمة من أي من التزاماته الواردة بهذا القانون).

ووفقاً للنص أعلاه يتضح أن المشرع المصري قد ضيق الحماية من الشروط التعسفية، وجعلها مقتصرة على أبطال الشروط التعسفية التي تعفي المهني من التزاماته، مع العلم أن وجود الكثير من الشروط المجحفة بحق المستهلك، التي تعمل على انقاص أو الحد من الشروط الممنوحة له، ولكن في الوقت نفسه جاءت المادة (٢) من القانون نفسه معالجة لبعض الشروط المجحفة بحق المستهلك وشملتته بالحماية نتيجة ورود تلك الشروط بالعقد^(٨٥).

والانتقادات نفسها التي وجهت للمشرع العراقي في قانون حماية المستهلك توجه إلى المشرع المصري لأنهم لم يعالجوا الشروط التعسفية بنصوص قانونية واضحة، وإنما تركوها للقواعد العامة الواردة في القانون المدني، ومن وجهة نظرنا، لا بد من إعادة النظر في القانون وتضمين المستهلك حماية أكبر لكي يكون بمنأى عن تعسف المخترع.

أما المشرع اللبناني، فنص في الفقرة (٤) من المادة (٢٦) من قانون حماية المستهلك رقم (١٥٩) لسنة ٢٠٠٥ على القول:- (تعتبر البنود التعسفية باطلة بطلاناً مطلقاً، على أن تنتج أحكام العقد الأخرى كافة مفاعيلها). فأورد قائمة بالشروط التعسفية في الفقرة (٣) من المادة نفسها^(٨٦).

أما المشرع الفرنسي، فهو الأسبق من بين القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، إذ وضع قانون حماية وإعلام المستهلكين بالسلع والخدمات رقم ٢٣/٧٨ في ١٠ كانون الثاني ١٩٧٨، وعالج هذا القانون الحماية في خمسة فصول، إذ خصص الفصل الرابع تحت عنوان (حماية المستهلكين من الشروط التعسفية).

ويعد هذا خطوة مهمة جداً في مجال مقاومة الشروط التعسفية، حيث خصص نص المادة (٣٥) من القانون أعلاه، لتوضح أن خطر الشروط التعسفية لا يقع على عقد معين بل يشمل جميع العقود^(٨٧). وأعطى هذا القانون للسلطة التنفيذية حق تشكيل لجنة تسمى لجنة مقاومة

الشروط التعسفية، وهذه اللجنة مهمتها مراقبة الشروط الواردة في العقود النموذجية، إذا قررت إنها شروطاً تعسفية تقوم بإصدار توجيه بإلغاء أو تعديل الشروط التعسفية أو إلغاؤها، ولكن دورها استشاري^(٨٨).

وبعد ذلك وضع المشرع الفرنسي قانون خاص بحماية المستهلك الفرنسي، إذ جاءت المادة (١٣٢) من قانون حماية المستهلك الفرنسي معالجة للشروط التعسفية الواردة في العقود التي يبرمها المستهلك مع المحترف، كما نصت المادة نفسها على قائمة إرشادية تضمن الشروط التي يمكن عددها تعسفية^(٨٩).

الخاتمة :-

أولاً : النتائج

- ١- قصور النظرية التقليدية المتعلقة بعيوب الإرادة عن توفير المناخ الملائم للحماية.
- ٢- سعي القضاء العراقي للتوسع في ادراك النصوص المتعلقة بضمان العيب من أجل توفير أكبر قدر من الحماية للمستهلك قياساً بالحماية التي توفرها المسؤولية التقصيرية، وعلى هذا الأساس قد هجرت المحاكم التفرقة بين البائع حسن النية وسوء النية، وأشد إليها بالتفرقة بين البائع العرضي والبائع المحترف، بينما المشرع العراقي لم يميز بين البائع حسن النية أو سوء النية؛ لأنه متأثر بالفقه الحنفي.
- ٣- وفرت الحماية الحديثة للمستهلك مناخاً مناسباً لحماية حقوقه وذلك من خلال حمايته من الإعلانات المضللة وحمايته أيضاً عن طريق إلزام المهني بإعلام المستهلك.
- ٤- اختلف الفقه حول طبيعة المسؤولية المترتبة على المهني عند إخلاله بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك قبل إبرام العقد، فذهب بعضهم إلى عدها مسؤولية عقدية، فأى خلل يصدر من المهني بخصوص إعلام المستهلك، ورتب ضرر للأخير، تنهض في هذه الحالة مسؤوليته العقدية. حتى وإن كان هذا الالتزام في مرحلة ما قبل إبرام العقد، وبرر أصحاب هذا الاتجاه قولهم بافتراض وجود عقد يسبق العقد الأصلي بين المهني والمستهلك، وغايتهم من وراء ذلك هو توسيع نطاق المسؤولية العقدية، وعززوا رأيهم هذا بأن الالتزام بالأعلام ذو طبيعة قانونية، لكون المشرع قد نص عليه وبين المعلومات والبيانات التي يتوجب على المهني ذكرها، فيبقى هذا الالتزام عقدياً، سواء في المرحلة السابقة للعقد أم في مرحلة الإبرام والتنفيذ. في حين ذهب بعضهم الآخر إلى القول أنها مسؤولية تقصيرية، لأن الخطأ الذي يسبق مرحلة العقد فهو منفصل تماماً عن العقد ولا يمت له بصلة، فالخطأ الذي يرتكبه المهني في هذه المرحلة يثير مسؤوليته التقصيرية، فالالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني لا يعد التزاماً عقدياً لعدم وجود اتفاق بين الطرفين، ونظراً لذلك فتنتفي عن هذا الالتزام المسؤولية العقدية لتعذر إثبات وجود اتفاق بين الطرفين بصرف النظر عن صيغته، ويبدو من خلال ذلك رجحان القول الثاني ذلك لأن هذا الالتزام قائم قبل أن يبرم المتعاقدين العقد فمن غير المنطقي أن نعطي لهذا الالتزام في تلك المرحلة الصفة العقدية وذلك لأنها قائمة على أساس افتراض وجود عقد سابق، وهذا غير صحيح.
- ٥- أوجد الفقه طريقاً آخر لحماية المستهلك، بتوفير الحماية له من الإعلان المقارن، ويقصد بالآخر كل إعلان يعمل على تشويه السلع والخدمات المنافسة له، والهدف من الإعلان المقارن هو دفع المستهلك وإقناعه إن الميزات التي يحصل عليها أفضل بكثير من السلع والخدمات التي يعرضها الفريق المنافس للمعلن، وهذا يدل على أن التضليل لا يقتصر على المستهلك حصراً بل يشمل أيضاً السلع والخدمات للمنشآت التجارية المنافسة.

٦- يُعَدّ العدول عن العقد واحداً من أهم وسائل حماية المستهلك التي جاءت بها بعض التشريعات الخاصة بحماية المستهلك، وذلك بإعطائه حق العدول عن العقد بعد إبرامه لحماية حقوقه، والغاية من اعطاء هذا الحق للمستهلك يتمثل لتفادي السلبات التي جاءت بها النظرية التقليدية والتي لا توفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني، كون هذه العقود تتسم بطابع السرعة الفائقة التي تمكن المستهلك من إبرام عقد خلال ثواني، وهذا بدوره يلغي عامل التفكير والتروي قبل إبرام العقد يعد خيار العدول عن العقد ضمان أوجده المشرع من أجل حماية المستهلك من نفسه وليس من أجل حمايته من استغلال المحترف له؛ والسبب هو لتسرع المستهلك في إبرام العقد دون تفكير وتروي، ومن أجل ذلك، منح المشرع هذا الحق للمستهلك؛ لأنه يهدف إلى حماية مصلحة المتعاقدين أكثر من حماية إرادته.

٧- إن المشرع العراقي لم يعالج الشروط التعسفية بشكل مباشر، سواء في القانون المدني، أم في قانون حماية المستهلك، وإنما عالج الشروط التعسفية الواردة في عقود الاذعان حصراً، ووفقاً للقواعد العامة الواردة في القانون المدني، أعطى للقاضي سلطة تقديرية واسعة، وهي في حال تحقق شرط الاذعان في العقد فيحق للقاضي أن يُعَدّل الشروط الواردة في العقد، بحيث يجعل الطرفين متساويين، أو يعفي الطرف المذعن من هذه الشروط، كما ألزم القانون القاضي بتفسير العبارات الغامضة في عقود الاذعان لمصلحة المذعن ولو كان دائماً.

ثانياً : المقترحات

١- إن المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك، لم يضع أي نص يعالج حالة الإعلانات التجارية المقارنة، فكان من الأفضل أن يعالج هذا النوع من الإعلانات، وعدم معالجته يُعَدّ نقصاً تشريعياً واضحاً، فلا بد على المشرع أن يلم بكل المستجدات والمتغيرات الحاصلة في المجتمع وينظمها بنصوص معالجاً فيها كل تفاصيل تلك المستجدات حتى يغطي المستهلك بالحماية الكافية.

٢- إن المشرع العراقي كان موقفه ركيكاً في نص المادة (٦) من قانون حماية المستهلك، فهذه المادة محاطة بغموض وتشويش، فكان الأجدر بالمشرع أن ينص بشكل صريح على حق المستهلك في العدول عن العقد، وأن يولي هذا العقد الكثير من الاهتمام بقّده الصمام الرئيسي لحماية المستهلك من المهني، لأن المشرع إذا بقي متمسكاً بالقواعد العامة الواردة في القانون المدني، فلا يتمكن المستهلك من الحصول على الحماية الكافية ويبقى في قوقعة الحماية التقليدية، فلا بد أن يكون متمكناً الشجاعة الكافية التي من خلالها يستطيع الخروج من نطاق القواعد العامة لفضاء أوسع يضع فيه اللبنات الأساسية والجوهرية لحماية المستهلك.

٣- أن المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك لم يتطرق أبداً للشروط التعسفية، الأمر الذي يُعَدّ نقصاً تشريعياً واضحاً، فكان الأجدر به أن يعالج الشروط التعسفية: نظراً لكثرة وقوعها في العقود الإلكترونية.

الهوامش :-

- (١) ومن بين هذه التشريعات قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣، نقلاً عن : د. مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز احكام قانون حماية المستهلك، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ٢٠١١، ص٨٨.
- (٢) د. عارف محمد مصطفى أبو حنين: التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩، ص٢٠٤. د. اكرم محمود ود. حمد صديق محمد، أثر موضوعية الارادة التعاقدية في مرحلة المفاوضات، بحث منشور في مجلة الراافدين للحقوق، تصدر من كلية الحقوق - جامعة الموصل، العدد ٤٦، ٢٠١١، ص٤٢٧.
- (٣) د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المصدر السابق، ص٩١.

- (٤). د. حسن عبد الباسط، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩١، ص ٣٤.
- (٥). د. موفق حماد عبد، الحماية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط١، مكتبة السهنوري، بغداد ٢٠١١، ص ١٣٩.
- (٦). وليد طعمة مفتن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية القانون - جامعة البصرة، ٢٠١٤، ص ١٩٢.
- (٧). د. حسن عبد الباسط، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٣٥.
- (٨). حسين حيدر عبد الرضا، الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية القانون - جامعة بغداد، ٢٠١٧، ص ٢٦ - ٢٧.
- (٩). د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٢٠٧.
- (١٠). د. عبد الرزاق أحمد السهنوري، الوسط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام، ج١، ط١، مصادر الالتزام، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٠، ص ٧٣٢.
- (١١). د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ١٣٣.
- (١٢). د. نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام بالأدلاء بالبيانات المتعلقة، بدون دار نشر، القاهرة، ١٩٨٢، ص ٢٦٢.
- (١٣). المادة ١١٨ من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ المعدل.
- (١٤). المادة ١١٩ من القانون المدني العراقي، تقابلها المادة ١٢٠ من القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨.
- (١٥). د. نزيه محمد الصادق المهدي، المصدر السابق، ص ٢٦٥.
- (١٦). د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ١٣٦.
- (١٧). د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ١٣٧.
- (١٨). د. نزيه محمد الصادق المهدي، المصدر السابق، ص ٢٦٨.
- (١٩). د. حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك، المصدر السابق، ص ٢٥.
- (٢٠). د. نزيه محمد الصادق المهدي، المصدر السابق، ص ٢٨٨.
- (٢١). د. آلاء يعقوب النعيمي، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، مجلد ١٨، عدد ١٤٥، بغداد، ٢٠٠٥، ص ٩٢.
- (٢٢). د. علي مطشر عبد الصاحب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد ٢٧، العدد ٢٠١٢، ص ٢١٤.
- (٢٣). د. أحمد سعيد الزقرد، جامعة بغداد، المجلد ٢٧، العدد ١، ٢٠١٢، ص ٢١٤، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، بحث منشور في مجلة الحقوق، جامعة الكويت، السنة التاسعة عشر، العدد الرابع، ايلول سبتمبر، ١٩٩٥، ص ١٤٤.
- (٢٤). د. سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ط٢، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٩٣.
- (٢٥). د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، ط١، الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٤٧.
- (٢٦). د. فريد نعم جبور، حماية المستهلك عبر الإنترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٠، ص ١٥.
- (٢٧). المادة (٦) من قانون حماية المستهلك المصري التي نصت على القول:- (كل مورد أو معلن امداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط...).
- (٢٨). د. عبد الفضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، ط١، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، ١٩٩١، ص ٢٤٤.
- (٢٩). د. علي مطشر عبد الصاحب، المصدر السابق، ص ٢١٤.
- (٣٠). القاضي انطوان النشاف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٩، ص ١٤٩.
- (٣١). د. عطية سلمان ومحمد صبحي خلف، التنوير المعلوماتي للمستهلك، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية، المجلد الثالث، ٢٠١٤، ص ٢٣٦، ٢٣٧.
- (٣٢). د. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، المصدر السابق، ص ٢٤٥.

- (٣٣) د. عبد الفضل محمد أحمد، المصدر السابق، ص ٢٤٥.
- (٣٤) د. أحمد سامي مرهون، الحماية المدنية المترتبة عن الاعلان التجاري المقارن ، بحث منشور في مجلة الحقوق الحقوق جامعة النهرين ، المجلد الرابع ، العدد الثاني ، ٢٠١٢ ، ص ٢١، ٢٢.
- (٣٥) د. أحمد سعيد الزقرد، المصدر السابق، ص ٢٦٥.
- (٣٦) المادة (٢/١٢١) من قانون الاستهلاك الفرنسي لعام ١٩٩٣.
- (٣٧) د. أمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، ط١، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠١٠، ص ١٣٢.
- (٣٨) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢١١.
- Bernardeau, Droitcommunitaire.et protection des consommateurs, J.C.P, 2000-1-218. (٣٩) مشار إليه لدى د. محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٥، ص ٥٥. د. أمانج رحيم أحمد، المصدر السابق، ص ٣١٥.
- (٤٠) د. ناصر خليل جلال، الأساس القانوني لعدول المستهلك عن العقود المبرمة الكترونياً عن بعد، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية الحقوق - جامعة البحرين، المجلد ٩، العدد ١، الاصدار ١٨، ص ٣٤٥.
- (٤١) د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المصدر السابق، ص ١٨١.
- (٤٢) د. سليمان براك دايج، الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، بحث منشور في مجلة الحقوق، جامعة النهرين، المجلد ٨، العدد ٤، ٢٠٠٥، ص ٦٦.
- (٤٣) د. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠٠٨، ص ٣١٨.
- (٤٤) د. أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠٠٨، ص ١٢٤.
- (٤٥) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢١٥.
- (٤٦) د. أمانج رحيم أحمد، المصدر السابق، ص ٣٤٣. د. سامح عبد الواحد، المصدر السابق، ص ٣١٨.
- (٤٧) حسين حيدر عبد الرضا، المصدر السابق، ص ٨٧.
- (٤٨) د. محمد حسن قاسم، المصدر السابق، ص ٦١.
- (٤٩) د. عبد الحميد اخريف، الدليل القانوني للمستهلك، ط١، مطبعة أمية، بدون مكان طبع، ٢٠٠٦، ص ٢٢.
- (٥٠) د. سامح عبد الواحد التهامي، المصدر السابق، ص ٣٢٦.
- (٥١) د. سامح عبد الواحد التهامي، المصدر السابق، ص ٣٢٥.
- (٥٢) د. أمانج رحيم أحمد، المصدر السابق، ص ٣٥٢.
- (٥٣) د. محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٣، ص ١٤٨.
- (٥٤) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢٣٥.
- (٥٥) المادة (٢-١١) من تعليمات الاتحاد الأوروبي الخاصة بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد رقم (٢٣٣٤) لسنة ٢٠٠٠.
- (٥٦) د. جليل الساعدي، مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت، بدون طبع، مكتبة السنهوري، ٢٠١١، ص ٤٦، ٤٧.
- (٥٧) د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٦، ص ١٥٥.
- (٥٨) د. محمد حسن قاسم، المصدر السابق، ص ٦٤.
- (٥٩) د. اكرم محمد حسين، ملاحظات في قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠، بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية. كلية القانون - جامعة ذي قار، العدد ١٠، ٢٠١٤، ص ١٦. والمادة (١/١٤٦) من القانون المدني العراقي.
- (٦٠) د. فاروق ابراهيم و. د. أمل كاظم، الوجيز في شرح احكام قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، مكتبة السنهوري، بيروت، ٢٠١٦، ص ٨٠- ٨١.
- (٦١) فعلى الرغم من عدم تطرق المشرع العراقي والمصري خيار العدول في قانون الاستهلاك ألا أن فكرة العدول يجد دائما لها تطبيقات في القانون المدني العراقي والمصري وفي القوانين الخاصة. ومن تطبيقات فكرة العدول عن العقد بعد إبرامه في القانون المدني المصري، نص المادة (٧٥٩)، وتقابلها المادة (٩٩٦) من القانون المدني العراقي بشأن عقد التأمين، أما فيما يتعلق بالتطبيقات

الواردة في القوانين الخاصة، منها قانون حماية المؤلف المصري رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤، وقانون حماية حق المؤلف العراقي رقم ٣ لسنة ١٩٧١، بالإضافة إلى المادة (٤٣) من القانون نفسه، وأيضاً ما ورد في قانون النقل العراقي رقم ٨٠ لسنة ١٩٨٣، حيث أشارت المادة (٢٠) / أولاً، إلى إعطاء حق الراكب في العدول.

(٦٢) أسراء خضير مظلوم، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني، بحث منشور في مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة، ص ٥٣.

(٦٣) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢٤٤.

(٦٤) د. محمد يونس، حق المستهلك في العدول عن العقد، بحث منشور على الموقع الآتي:-

www.dubaiPolice.ac.ae/academy-prod/ar/acad.gallery.2016.P30.

(٦٥) د. عمر عبد الباقي، حماية المستهلك، ط ١، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦، ص ٧٨٤.

(٦٦) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢٤٢.

(٦٧) د. محمد حسن قاسم، المصدر السابق، ص ٦٨.

(٦٨) أشارت المادة (٨) من قانون حماية المستهلك المصري على أنه :- (مع عدم الإخلال بأية ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك، وفيما لم يحدد الجهاز من مدد أقل بالنظر إلى طبيعة السلعة، وللمستهلك خلال ١٤ يوم من تسلم أية سلعة الحق باستبدالها أو إعادتها أو استرداد قيمتها...)، أما المشرع العراقي، فقد جاء في المادة (٦) الفقرة (٢) النص على القول:- (للمستهلك وكل ذي مصلحة في حال عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى الجهاز والمطالبة بالتعويض أمام المحاكم المدنية عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك).

(٦٩) أسراء خضير مظلوم، المصدر السابق، ص ٦٨.

(٧٠) د. طوني ميشال عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، ط ١، منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠١، ص ٢٩١، ٢٩٢.

(٧١) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢٤٣-٢٤٤. د. أمانج رحيم، المصدر السابق، ص ٣٥٧. د. محمد حسن قاسم، المصدر السابق، ص ٦٩.

(٧٢) أضيفت هذه المادة إلى قانون الاستهلاك الفرنسي بموجب المرسوم المرقم (٢٠٠١-٤٧١) الصادر بتاريخ ٢٣/٨/٢٠٠١.

(٧٣) نظم المشرع العراقي عيوب الإرادة تنظيماً تشريعياً ضمن نصوص القانون المدني من المادة (١١٢ - ١٢٥).

(٧٥) د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد الاول، ط ٤، مطبعة السلام، ١٩٨٧، ص ١١٧.

(٧٦) أمانج رحيم أحمد، مصدر سابق، ص ١٧١.

(٧٧) د. مصطفى محمد الجمال، السعي إلى التعاقد في القانون المقارن، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٢، ص ١٠٣.

(٧٨) د. منصور حاتم، د. إيمان طارق مكي، القوة الملزمة للشروط الأحادية التحرير في العقد، بحث منشور في مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، السنة الأولى، العدد الأول، ٢٠٠٩، ص ٣١٨-٣١٩.

(٧٩) د. محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٨٠.

(٨٠) د. مصطفى محمد جمال، المصدر السابق، ص ١٠٣.

(٨١) نصت المادة (١٦٧) من القانون المدني العراقي على القول:- (١- القبول في عقد الإذعان ينحصر في مجرد التسليم بمشروع عقد ذي نظام مقرر يضعه الموجب ولا يقبل المناقشة).

(٨٢) تنص المادة (٦/ثانياً) على القول:- (للمستهلك وكل ذي مصلحة في حالة عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى الجهاز والمطالبة بالتعويض أمام المحاكم المدنية عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك).

(٨٣) انظر: المادة (١٦٧) من القانون المدني العراقي.

(٨٤) د. حسين عبد الله عبد الرضا، المصدر السابق، ص ٢٧٧.

(٨٥) نصت المادة (٢) من قانون حماية المستهلك المصري على القول:- (حرية ممارسة النشاط الاقتصادي مكنولة للجميع، ويحظر على أي شخص إبرام أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية وخاصة :- أ- الحق في الصحة والسلامة عند استعماله العادي للمنتجات.

ب- الحق في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه.

ج- الحق في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.
د- الحق في الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد.
هـ- الحق في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.
و- الحق في المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك.
ز- الحق في رفع الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الأضرار ما أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة.
ح- الحق في اقتضاء تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله من جراء شراء أو استخدام المنتجات أو تلقي الخدمات، وذلك على وفق أحكام هذا القانون ودون الإخلال بما تقتضي به المعاهدات والاتفاقيات الدولية النافذة في مصر).
(٨٦) نصت الفقرة (٣) من المادة (٢٦) من حماية المستهلك اللبناني على القول:- (تعتبر بنوداً تعسفية على سبيل المثال لا الحصر، أي من البنود التالية:-

- ١- البنود النافية لمسؤولية المحترف.
- ٢- تنازل المستهلك عن أي من حقوقه المنصوص عليها في القوانين والأنظمة.
- ٣- وضع عبء الإثبات على عاتق المستهلك في غير الحالات التي نصها عليها القانون.
- ٤- منح المحترف، صلاحية تعديل، بصورة متفردة كل أو بعض أحكام العقد لاسيما تلك المتعلقة بالشن أو تاريخ أو مكان التسليم.
- ٥- منح المحترف حق إلغاء العقد غير محدد المدة دون إبلاغ المستهلك عن رغبته بذلك ضمن مهلة معقولة.
- ٦- إلزام المستهلك في حال عدم انفاذه لأي من موجباته العقدية، تسديد المحترف تعويضاً لا يتناسب مع الأضرار الناتجة عن ذلك.
- ٧- منح المحترف حق تفسير أحكام العقد.
- ٨- إلزام المستهلك بانفاذ موجباته في حال امتناع المحترف عن انفاذ ما تعهد القيام به.
- ٩- عدم جواز اللجوء للوساطة والتحكيم لحل الخلافات وفقاً لأحكام هذا القانون أو تحميل المستهلك المصاريف التي قد تترتب على اتباع الإجراءات المذكورة، ينظر في التعليق على هذه الشروط:- د. فائق حسين جوي، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص ٧٧-٧٨.
- (٨٧) د. حسين عبد الله عبد الرضا، اختلال التوازن العقدي الناجم عن الشروط التعسفية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ٢، ٢٠١١، ص ٢٥٥.
- (٨٨) د. موفق حماد عبد، المصدر السابق، ص ٢٧٧-٢٧٨.
- (٨٩) الشروط المذكورة بالقائمة الملحقة بقانون الاستهلاك الفرنسي، والتي تعد تعسفية هي:-
- ١- استبعاد أو تحديد مسؤولية المهني، في حالة وفاة المستهلك أو أصابته بأضرار جسيمة، بسبب فعل أو إهمال من المهني.
- ٢- استبعاد أو تحديد الحقوق القانونية للمستهلك بطريقة غير مقبولة لصالح المهني أو لصالح طرف آخر، في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ المعيب من جانب المهني لأحد التزاماته التعاقدية، ويشمل ذلك المقاصة بين دين المهني ودين ينشأ في مواجهته.
- ٣- النص على التزام قاس على عاتق المستهلك في حين أن واجبات المهني يتوقف تنفيذها على الإرادة لمفردة له.
- ٤- السماح للمهني بالاحتفاظ بالمبالغ التي دفعها المستهلك الذي عدل عن إبرام أو تنفيذ العقد، دون النص على حق المستهلك في الحصول على تعويض من المهني يعادل المبلغ الذي دفعه المستهلك، إذا كان المهني هو الذي عدل عن العقد.
- ٥- إلزام المستهلك الذي لم ينفذ التزاماته بدفع تعويض كبير جداً وغير معقول.
- ٦- السماح للمهني بفسخ العقد بطريقة تحكيمية، دون منح المستهلك مثل هذا الحق، أو السماح للمهني بالاحتفاظ بالمبالغ التي دفعت له كمقدمات مقابل التزامات لم يتم تنفيذها من جانب المهني، على الرغم من قيام الأخير بفسخ العقد.
- ٧- السماح للمهني بإلغاء العقد، دون إخطار المستهلك، على الرغم من كون العقد غير محدد المدة، إلا إذا كان هذا الإلغاء لسبب جدي أو لمبرر واضح.
- ٨- تأجيل تنفيذ العقد بمحدد المدة، دون الاعتداد بإرادة المستهلك.. الخ.

- ٩- النص في العقد على التزام المستهلك بشروط لم تتج له الفرصة للاطلاع عليها.
- ١٠- السماح للمهني بأن يُعَدَّل من جانبه فقط عبارات العقد، دون مبرر مشروع.
- ١١- السماح للمهني بأن يُعَدَّل من جانبه فقط وبدون مبرر مشروع، خصائص السلعة أو صفاتها، وصفات المنتج الواجب تسليمه أو الخدمة الواجب تقديمها.
- ١٢- النص على أن ثمن السلعة يتحدد في لحظة تسليمها، أو منح البائع أو المورد الخدمة حق زيادة الثمن، دون أن يكون للمستهلك حق فسخ العقد.
- ١٣- منح المهني الحق في تقدير ما إذا كان الشيء الذي سلمه، أو الخدمة التي قدمها، يتفق أو لا يتفق مع شروط العقد أو منح المهني الحق المطلق في تفسير شروط العقد.
- ١٤- الحد من التزام المهني باحترام التعهدات التي تقع على عاتق تابعيه أو وكلائه.
- ١٥- إلزام المستهلك بتنفيذ التزامه وعدم إلزام المهني بتنفيذ التزاماته.
- ١٦- النص على إمكانية إنهاء العقد من قبل المهني، دون إعطاء هذا الحق للمستهلك.
- ١٧- حرمان المستهلك من ممارسة حق التقاضي أو الاتفاق على وقف الدعاوى التي رفعها المستهلك، أو حرمان الأخير من اللجوء إلى طرق الرجوع الأخرى.

قائمة المصادر :-

- ١- د. احمد سامي مرهون، الحماية المدنية المترتبة عن الاعلان التجاري المقارن ، بحث منشور في مجلة الحقوق الحقوق جامعة النهرين ، المجلد الرابع ، العدد الثاني، ٢٠١٢.
- ٢- د. أحمد سعيد الزقرد، جامعة بغداد، المجلد ٢٧ ، العدد ١ ، ٢٠١٢ ، ص٢١٤ ، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، بحث منشور في مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة التاسعة عشر ، العدد الرابع ، ايلول سبتمبر ، ١٩٩٥.
- ٣- د. اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الكتب القانونية، مصر ، ٢٠٠٨.
- ٤- أسراء خضير مظلوم، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الالكتروني، بحث منشور في مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة.
- ٥- د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩.
- ٦- د. اكرم محمد حسين، ملاحظات في قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠، بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية، كلية القانون - جامعة ذي قار، العدد ١٠، ٢٠١٤.
- ٧- د. اكرم محمود ود. حمد صديق محمد، أثر موضوعية الارادة التعاقدية في مرحلة المفاوضات، بحث منشور في مجلة الرافدين للحقوق، تصدر من كلية الحقوق - جامعة الموصل، العدد ٤٦، ٢٠١١.
- ٨- د. آلاء يعقوب النعيمي، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، المجلد ١٨، عدد ١٤، بغداد، ٢٠٠٥.
- ٩- القاضي انطوان النشاف. الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ١٩٩٩.
- ١٠- د. أمانح رحيم احمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، ط١، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠١٠.
- ١١- د. جليل الساعدي، مشكلات التعاقد عبر شبكة الانترنت ، بدون طبع ، مكتبة السهوري، ٢٠١١.
- ١٢- د. حسن عبد الباسط، اثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية ، القاهرة، ١٩٩١.
- ١٣- د. حسن عبد الباسط ، حماية المستهلك، دار النهضة العربية ، القاهرة، ١٩٩٦.
- ١٤- حسين حيدر عبد الرضا، الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الالكتروني، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية القانون- جامعة بغداد، ٢٠١٧.
- ١٥- د. حسين عبد الله عبد الرضا، اختلال التوازن العقدي الناجم عن الشروط التعسفية، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ٢، ٢٠١١.
- ١٦- د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، ط١ ، الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٨.

- ١٧- د. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠٠٨.
- ١٨- د. سليمان براك دايج، الرجوع التشريعي عن التعاقد في عقود الاستهلاك، بحث منشور في مجلة الحقوق، جامعة النهرين، المجلد ٨، العدد ٤، ٢٠٠٥.
- ١٩- د. سليمان مرقس، الوافي في شرح القانون المدني، المجلد الاول، ط٤، مطبعة السلام، ١٩٨٧.
- ٢٠- د. سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، ط٢، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٢١- د. طوني ميشال عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، ط١، منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠١.
- ٢٢- د. عارف محمد مصطفى ابو حنين، التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٩.
- ٢٣- د. عبد الحميد اخريف، الدليل القانوني للمستهلك، ط١، مطبعة أمية، بدون مكان طبع، ٢٠٠٦.
- ٢٤- د. عبد الرزاق أحمد السهنوري، الوسط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام، ج١، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٠.
- ٢٥- د. عبد الفضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، ط١، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، ١٩٩١.
- ٢٦- د. عطية سلمان ومحمد صبحي خلف، التنوير المعلوماتي للمستهلك، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية، المجلد الثالث، ٢٠١٤.
- ٢٧- د. علي مطشر عبد الصاحب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد ٢٧، العدد ١، ٢٠١٢.
- ٢٨- د. عمر عبد الباقي، حماية المستهلك، ط١، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦.
- ٢٩- د. فاروق ابراهيم و د. أمل كاظم، الوجيز في شرح احكام قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، مكتبة السهنوري، بيروت، ٢٠١٦.
- ٣٠- د. فريد نعم جبور، حماية المستهلك عبر الإنترنت ومكافحة الجرائم الإلكترونية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٠.
- ٣١- د. محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٥.
- ٣٢- د. محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٣٣- د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٦.
- ٣٤- د. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٣.
- ٣٥- د. مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز احكام قانون حماية المستهلك، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ٢٠١١.
- ٣٦- د. مصطفى محمد الجمال، السعي إلى التعاقد في القانون المقارن، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٢.
- ٣٧- د. منصور حاتم، د. إيمان طارق مكي، القوة الملزمة للشروط الأحادية التحرير في العقد، بحث منشور في مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، السنة الأولى، العدد الأول، ٢٠٠٩.
- ٣٨- د. موفق حماد عبد، الحماية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط١، مكتبة السهنوري، بغداد، ٢٠١١.
- ٣٩- د. ناصر خليل جلال، الأساس القانوني لعدول المستهلك عن العقود المبرمة إلكترونياً عن بعد، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية الحقوق - جامعة البحرين، المجلد ٩، العدد ١، الاصدار ١٨.
- ٤٠- د. نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام بالأداء بالبيانات المتعلقة، بدون دار نشر، القاهرة، ١٩٨٢.
- ٤١- وليد طعمة مفتي، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية القانون - جامعة البصرة، ٢٠١٤.

المصادر الاجنبية

- ٤٢- 1- Bernardeau, Droitcommunitaire.et protection des consommateurs, J.C.P, 2000-1.
- ٤٣- 2- www.dubaiPolice.ac.ae/academy-prod/ar/acad.gallery.2016.P30
- القوانين
- ٤٤- القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٥١ المعدل.
- ٤٥- القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨.
- ٤٦- قانون الاستهلاك الفرنسي رقم (٩٤٩/٩٣) لسنة ١٩٩٣.
- ٤٧- قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣.
- ٤٨- قانون القتل العراقي رقم ٨٠ لسنة ١٩٨٣.
- ٤٩- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
- ٥٠- قانون حماية المستهلك اللبناني رقم (٦٥٩) لسنة ٢٠٠٥.
- ٥١- قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦.
- ٥٢- تعليمات الاتحاد الأوروبي الخاصة بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد رقم (٢٣٣٤) لسنة ٢٠٠٠.
- مواقع الانترنت
- ٥٣- محمد يونس، حق المستهلك في العودل عن العقد، بحث منشور على الموقع الآتي:-
www.dubaiPolice.ac.ae/academy-prod/ar/acad.gallery.2016.P30.