حقوق المستهلك اثناء التعاقد الإلكتروني في القانون العراقي والايراني

Consumer rights during electronic contracting in Iraqi and Iranian law

حيدر زهير كاظم

haider.zuhair1994@gmail.com

جامعة قم / إيران- قم

Haider Zuhair Kazim

University of Qom / Iran- Qom

أ.د پرويز باقري

أستاذ قسم القانون في جامعة ايلام / جامعة قم / إيران- قم

P.bagheri@ilam.ac.ir

Supervisor: Prof. Dr. Parviz Bagheri

Professor of Law Department, Ilam University / Qom University / Iran – Qom

الكلمات الافتتاحية:

حقوق، المستهلك، التعاقد الإلكتروني

Keywords:

Rights, Consumer, Electronic Contracting

Abstract

Protecting consumer rights in electronic contracting in Iraqi and Iranian law requires activating the laws related to this matter and ensuring their effective implementation. Strong mechanisms for monitoring and enforcement must be available to protect consumer rights in the electronic field. Consumers' awareness of their rights and how to claim them in electronic contracting should be increased. Commercial establishments should be encouraged to adhere to the laws and develop their practices to ensure the protection of consumers in electronic contracting, by introducing internal mechanisms to verify compliance with legal standards and instructions.

الملخص

حماية حقوق المستهلك في التعاقد الإلكتروني في القانون العراقي والإيراني يتطلب تفعيل القوانين المتعلقة بهذا الشأن وضمان تطبيقها بشكل فعال، ويجب أن تتوفر آليات قوية للرقابة والإنفاذ لحماية حقوق المستهلك في المجال الإلكتروني، وينبغي زيادة الوعي لدى المستهلكين بحقوقهم وكيفية المطالبة بها في التعاقد الإلكتروني، ويجب تشجيع المنشآت التجارية على الالتزام بالقوانين وتطوير ممارساتها لضمان حماية المستهلكين في التعاقد الإلكتروني، وذلك من خلال إدخال آليات داخلية للتحقق من الامتثال للمعايير القانونية والتعليمات.

المقدمة

مع التقدم التكنولوجي السريع وانتشار الإنترنت، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، وفي هذا السياق، ظهرت مجموعة من التحديات الجديدة، لا سيما فيما يتعلق بحماية حقوق المستهلكين الذين يتعاقدون عبر الإنترنت، وتختلف هذه التحديات من حيث طبيعتها ومدى تأثيرها باختلاف البلدان والأنظمة القانونية. أدى انتشار التجارة الإلكترونية إلى تغيير جذري في طريقة إبرام العقود والصفقات التجارية، حيث يمكن للمستهلك، من خلال بضع نقرات على الحاسوب أو الهاتف الذكي، شراء المنتجات والخدمات من أي مكان في العالم، ورغم الفوائد العديدة التي توفرها هذه الطريقة الحديثة للتجارة، إلا أنها تُثير العديد من القضايا القانونية المتعلقة بحقوق المستهلك، مثل الشفافية، وضمان المطابقة، وحق العدول عن العقد، وحماية البيانات الشخصية. في العراق، تم الاعتراف بأهمية حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية من خلال العديد من التشريعات، وقانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ يُعتبر من أهم القوانين التي تهدف إلى تنظيم العلاقة بين المستهلكين والموردين في السوق، بما في ذلك التعاملات الإلكترونية. ينص هذا القانون على حق المستهلك في الحصول على المعلومات الصحيحة والكاملة حول المنتجات والخدمات، وحقه في العدول عن العقد خلال فترة محددة إذا لم تكن السلعة مطابقة للمواصفات المعلن

عنها، وكما يفرض القانون على الموردين الالتزام بتوفير وسائل دفع آمنة وحماية البيانات الشخصية للمستهلكين. أما في إيران، فقد تم اتخاذ خطوات مماثلة لحماية حقوق المستهلكين في التجارة الإلكترونية، والقانون الإيراني يتضمن عدة نصوص قانونية تهدف إلى ضمان شفافية المعلومات المقدمة للمستهلكين وحقهم في العدول عن العقد خلال فترة معينة، وعلى سبيل المثال، تشدد القوانين الإيرانية على ضرورة توفير معلومات واضحة ودقيقة حول المنتجات والخدمات، بما في ذلك سعرها وخصائصها وشروط الإستخدام، كما يحق للمستهلك الإيراني إعادة المنتجات إذا كانت غير مطابقة للمواصفات أو إذا لم تلبي توقعاته المعلنة. فعلي الرغم وجود التشريعات التي تهدف إلى حماية حقوق المستهلكين في كلا النظامين القانونيين، إلا أن هناك تحديات عملية تواجه التنفيذ الفعال لهذه القوانين، ومن بين هذه التحديات، يمكن الإشارة إلى ضعف الوعي القانوني لدى المستهلكين، والإفتقار إلى الآليات الفعالة لتقديم الشكاوى وحل النزاعات، لذلك، يُوصى بزيادة جهود التوعية والتثقيف القانوني، وتعزيز التعاون بين الجهات التنظيمية والشركات لضمان الإلتزام بالمعايير القانونية وحماية المستهلكين بشكل أفضل.

مشكلة البحث: مع التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءًا لا يتجزأ من الاقتصاد العالمي، ومع تزايد الاعتماد على الإنترنت في العمليات التجارية، برزت مجموعة من التحديات القانونية الجديدة، لاسيما فيما يتعلق بحماية حقوق المستهلكين، وتعتبر هذه الحقوق جوهرية لضمان الثقة في النظام التجاري الإلكتروني وتعزيز العدالة بين الأطراف المتعاقدة. في هذا السياق، يواجه المستهلكون في العراق وإيران مجموعة من المشكلات عند التعاقد الإلكتروني، منها عدم وضوح المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات، وصعوبة ممارسة حق العدول عن العقد، وغياب الأمان في عمليات الدفع وحماية البيانات الشخصية، هذه المشكلات تتطلب تدخلاً قانونيًا لضمان حماية المستهلكين وتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية.

تتمثل المشكلة الرئيسية في البحث في كيفية حماية حقوق المستهلكين أثناء التعاقد الإلكتروني في القانونين العراقي والإيراني، ومدى فعالية التشريعات الحالية في تحقيق هذه الحماية، وتتفرع من هذه المشكلة الرئيسية عدة تساؤلات فرعية، منها:

١. ما هي الحقوق الأساسية التي يجب أن يتمتع بها المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني؟
٢. كيف تعالج التشريعات العراقية والإيرانية هذه الحقوق؟
٣. ما هي الفجوات والتحديات التي تواجه تنفيذ هذه التشريعات في كلا النظامين القانونيين؟
٤. ما هي الحلول والتوصيات لتعزيز حماية المستهلكين في التجارة الإلكترونية في العراق وإيران؟

أهمية البحث: تنبع أهمية هذا البحث من الحاجة الملحة لضمان حماية حقوق المستهلكين في البيئة الرقمية، وهو أمر ضروري لتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية وتحقيق نمو مستدام لهذا القطاع، ومن خلال دراسة وتحليل التشريعات العراقية والإيرانية، يهدف البحث إلى تقديم توصيات عملية لتحسين الأطر القانونية الحالية وضمان تطبيقها بفعالية.

أهداف البحث : يهدف هذا البحث إلى:

١. تحليل الحقوق الأساسية للمستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني وفقًا للقانونين العراقي والإيراني.
٢. تقييم مدى كفاية وفعالية التشريعات الحالية في حماية هذه الحقوق.
٣. تحديد التحديات والفجوات الموجودة في تطبيق هذه التشريعات.
٤. اقتراح توصيات لتعزيز حماية حقوق المستهلكين في التجارة الإلكترونية في العراق وإيران.

منهجية البحث: سيتم استخدام منهج تحليلي مقارن لدراسة النصوص القانونية والتشريعات ذات الصلة في العراق وإيران، كما سيتم جمع البيانات من مصادر ثانوية

مثل الكتب، والمقالات العلمية، والتقارير الرسمية، بالإضافة إلى تحليل الحالات العملية والشكاوى المقدمة من المستهلكين.

خطة البحث

المبحث الأول : حماية المستهلك أثناء إبرام العقود في القانون العراقي والإيراني

المبحث الثاني: حق المستهلك في العدول عن العقد

المبحث الأول: حماية المستهلك أثناء إبرام العقود في القانون العراقي والإيراني:

نبين في هذا المبحث ومن خلال مطلبين حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية و حماية المستهلك في العقود الإلكترونية التجارية: التحديات والضوابط وكالاتي :-

المطلب الأول : حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية : الأصل في إبرام العقود أنها تتم بعد مفاوضات بين الأطراف المتعاقدة، حيث يسود مبدأ سلطان الإرادة في إبرام العقود. فالإرادة الحرة هي التي تهيمن على العقد، ولا يلتزم المتعاقدون إلا بإرادتهم، ولا يلتزم أحد بعقد لم يكن طرفًا فيه، كما لا يكسب حقًا من عقد لم يشترك فيه[١] ولما كانت الغاية الأولى هي احترام حرية المتعاقد وإرادته، كان من الواجب أن تكون روابطه مع الآخرين أساسها الإرادة الحرة، فلا يخضع لواجبات إلا إذا كان قد إرتضاها مختارًا[٢]. وكما أن العقد ينشأ عن إرادة حرة، فإن ذلك يمتد إلى آثاره، حيث تنص القاعدة العامة على أن "العقد شريعة المتعاقدين"، فلا يجوز نقضه أوتعديله إلا باتفاق الطرفين أوللأسباب التي يقررها القانون (المادة ١٦٦ من الأمر ٧٥-٥٨ المؤرخ في ٢٦ سبتمبر ١٩٧٥ المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم)، إلا أن تطبيق هذه القاعدة يفترض أن يكون الطرفان على قدم المساواة وقت التفاوض وإبرام العقد. ولقد أثبت التطبيق العملي للعلاقات العقدية منذ أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين إختلال التوازن بين المتعاقدين في كثير من المجالات، حيث يُلاحظ أن أحد الطرفين يتمتع بقوة لا يتمتع بها الطرف الآخر، مما يسمح للأول بفرض إرادته على الثاني، وفي هذه الحالة، لا يمكن القول إن الطرف الضعيف قد أراد بحرية كاملة، بل كان عليه قبول ما يفرضه الطرف القوي جبرًا[٣]. فلا يوجد ضابط

موضوعي يحد من إرادة الطرف القوي في العقد أويدفعه إلى العمل على إيجاد توازن موضوعي بين مصالحه ومصالح الطرف الضعيف، فواقع العقود الدولية في الوقت الحالي يؤكد بما لا يدع مجالًا للشك أن جوهر ومحتوى سلطان الإرادة في نطاقها لا يعدوأن يكون سوى إرادة الطرف القوي(٤). بناءً على ما سبق، يمكن القول إن العقود التي يبرمها المهنيون، نظرًا لما يتمتعون به من قوة ونفوذ اقتصاديين مقارنة بالمستهلكين، غالبًا ما تتضمن شروطًا موضوعة مسبقًا من جانب واحد، وهذه الشروط تعد مجحفة بحق المستهلك، حيث لم تتح له الفرصة لمناقشتها أوالتفاوض بشأنها، مما يؤدي إلى اختلال التوازن بين طرفي العقد، وبالتالي، تُعتبر هذه الشروط تعسفية لأنها توفر مزايا مفرطة للمهنيين على حساب المستهلكين(٥). تتفاقم المشكلة في عقود التجارة الإلكترونية، إذ تتميز هذه العقود بغياب التوازن بين طرفي العقد لصالح التاجر المحترف، ونتيجة لذلك، تصبح هذه العقود ميدانًا خصبًا للشروط التعسفية التي قد يفرضها التاجر على المستهلك، مما يستدعي التصدي لهذه الشروط لحماية الطرف الأضعف(٦). وفقًا للقواعد العامة، فإن العقود التي يختل فيها التوازن العقدي تُعتبر عقود إذعان، فهل ينطبق هذا الأمر على عقود التجارة الإلكترونية؟ بعبارة أخرى، ما مدى إمكانية التساؤل بشأن الصفة التعسفية للشروط في هذه العقود(٧). يُعرَّف الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يُدرج في العقد من قبل أحد أطرافه، حيث يُملي إرادته على الطرف الآخر تحقيقًا لمنفعة ذاتية غير مألوفة ومفرطة، مما يقلل من حقوق الطرف الآخر الذي يضطر للرضوخ لهذا الشرط نتيجة لتسلط الطرف الذي فرضه على العقد.

عناصر الشرط التعسفي:

١\تعسف المحترف في استخدام قوته أوسلطته الإقتصادية يشير إلى سوء استخدام الشخص المحترف لمركزه الإقتصادي لفرض شروط تؤثر سلبًا على توازن العقد مع المستهلك، وبالتالي، يرون بعض الفقهاء أن القوة الإقتصادية هي قدرة الشخص المحترف على السيطرة الفنية والتقنية الحديثة بدلاً من القوة الإقتصادية بحد ذاتها، وبناءً على ذلك، يمكن للشخص المحترف الذي يتفوق تقنيًا فرض شروط

تعسفية، ومن جهة أخرى، يرون آخرون أن التقنية الحديثة والقوة الإقتصادية يكملان بعضهما البعض، حيث يكون الشخص الذي يتمتع بالتفوق الإقتصادي قادرًا أيضًا على التفوق الفني، وبالتالي يعتبر التفوق الإقتصادي دليلاً على الكفاءة الفنية[٨].

٢\ المزايا المفرطة التي يحصل عليها المتخصص بمناسبة توقيع العقد: يؤدي التعسف في استخدام النفوذ الإقتصادي والفني من قبل المحترف إلى الحصول على مزايا مفرطة، وهذه المزايا تؤدي إلى انعدام التوازن بين الحقوق والالتزامات التي تنشأ عنها، ولا تقتصر هذه المزايا المفرطة على الجوانب المادية فحسب، بل تشمل أيضًا الجوانب الأخرى، وتطبق الفقهية رؤية أوسع لحماية المستهلكين، حيث لا تقتصر هذه المزايا المفرطة على مجال معين، بل تنظر إليها استنادًا إلى التأثير الذي تتركه في العقد، وهوانعدام التوازن بين حقوق والتزامات الأطراف[٩].

مواجهة الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني: ولكي يتمكن المستهلك من مقاومة الشروط التعسفية التي يتضمنها العقد الإلكتروني والتي تؤدي إلى اختلال التوازن في العقد، لا بد من توضيح نطاق حماية المستهلك من هذه الشروط في ظل القواعد التقليدية، ثم التطرق إلى الحماية المنصوص عليها في القوانين المعاصرة.

أولا: حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية في ظل القواعد التقليدية: تمت إضافة صفة الإذعان للعقود الإلكترونية المبرمة عبر الإنترنت لتعزيز التوازن العقدي الذي تأثر بسبب الشروط التعسفية المضمنة مسبقًا في هذه العقود. يعاني الطرف الضعيف في هذه الحالة من عدم القدرة على مناقشة بنود العقد نظرًا لعدم خبرته الفنية والقانونية، مما يؤدي إلى اختلال التوازن بين التزامات الأطراف، ولذلك، تم تطوير صفة الإذعان في العقود الإلكترونية، وذلك بهدف تمكين المستهلك من الاستفادة من أحكام عقد الإذعان التي وضعها المشرع في القانون المدني، ويهدف ذلك إلى تعزيز حماية المستهلك وتحقيق التوازن العادل بين الأطراف في العقود الإلكترونية.

١ /تحرير أو إلغاء الشروط التعسفية : وفقًا للمادة ١١٠ من قانون المدنية، إذا تمت الموافقة على العقد عن طريق الإذعان، وتضمن العقد شروطًا تعسفية، يحق للقاضي تعديل تلك الشروط أوإعفاء الطرف المذعن منها، وفقًا لمبادئ العدالة، ويكون أي اتفاق يتعارض مع ذلك باطلًا. سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية تعني الإبقاء على الشرط مع رفع التعسف الذي يصاحبه، بهدف استعادة التوازن في العلاقة التعاقدية، بمعنى آخر، يمكن للقاضي تعديل الشرط بحيث يصبح عادلاً ومتوازنًا بين الأطراف، أما إلغاء الشرط فيعني أن الطرف المذعن لن يكون ملزمًا به بشكل نهائي، وسيُعتبر كأنه لم يكن موجودًا في العقد سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية تهدف إلى إعادة التوازن وتحقيق العدالة في العلاقة التعاقدية[١٠].

ومن وجهة نظر الباحث يمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية، وبعض الباحثين قد يرون أنها سلطة مهمة وضرورية لضمان العدالة في العقود واستعادة التوازن بين الأطراف، ويمكن أن يُنظر إلى القاضي كحامل للعدالة والمصلحة العامة، ويعتبر تعديل الشروط التعسفية من واجبه لحماية الأطراف الضعيفة وضمان عدم استغلالها.

٢/ تفسير الشك لمصلحة الطرف المذعن: بشكل عام، في حالة وجود غموض أوتناقض في عبارات العقد، يميل الشك إلى التفسير لصالح المدين، وفي هذا السياق، تنص المادة ١١٢ من قانون المدنية على أن "الشك يفسر لصالح المدين"، ومع ذلك، فيما يتعلق بعقود الإذعان، حيث يحدد الطرف القوي شروط العقد بصورة مستقلة دون تدخل الطرف الآخر، يُعتبر من مبادئ العدالة أن يتحمل الطرف القوي تبعات الغموض أوالتناقض في صياغة شروط العقد، ويتم تفسير الشك في مصلحة الطرف المذعن (الضعيف) سواء كان دائنًا أومدينًا.

٣\ مراعاة مبدأ حسن النية: مبدأ حسن النية يعود إلى الفترة الرومانية وكان يُعتبر مصدرًا للقواعد القانونية في تلك الحقبة، ووفقًا لهذا المبدأ، كان بإمكان القاضي التدخل لفرض التزامات تعاقدية على طرفي العقد من أجل تحقيق التوازن العقدي بينهما في حالة تعثر التوازن بسبب عدم تعادل المركز القانوني للطرفين، ويعني

ذلك أن القاضي يمكنه التدخل لتعديل العقد أوفرض التزامات إضافية على الأطراف لتحقيق التوازن ويري الباحث أنه منذ تلك الفترة، تطورت المبادئ القانونية والتشريعات، وقد تم تضمين بعض هذه المبادئ في قوانين العديد من الدول، وتعتمد بعض التشريعات الحديثة مبادئ مشابهة لمبدأ حسن النية للتدخل في العقود لتحقيق التوازن العقدي بين الأطراف، ومع ذلك، يختلف نطاق تطبيق هذه المبادئ وسلطات القاضي في كل دولة وفقًا للنظام القانوني والتشريعات المعمول بها..

المطلب الثاني: حماية المستهلك في العقود الإلكترونية التجارية: التحديات والضوابط : إن المستهلك في المعاملات المالية التي تتم عبر الإنترنت هونفس المستهلك في المعاملات التعاقدية التقليدية، إلا أن الوسيلة تغيرت، مما يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحقوق التي يتمتع بها المستهلك العادي، مع مراعاة القواعد المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني، وقد أوجب القانون تطبيق العقد بالشكل المتفق عليه لحماية المستهلك، وحدد عدة طرق لحماية حقه، والمتمثل في حقه في الضمان ضد العيوب الخفية التي قد تظهر فيما بعد، وضمان ضد الانكشاف والاستحقاق، بالإضافة إلى حقه في الرجوع[11]. فيما يتعلق بالعقود الإلكترونية، تندرج ضمن الأعمال التجارية المرتبطة بالتجار والأعمال التي تعتبر تجارية وفقًا للمادة ٢ من قانون التجارة، وتشمل هذه العقود شراء وبيع الأصول المتنقلة وغير المتنقلة، والخدمات الوسيطة، والمعاملات بين التجار، ويتم إبرام هذه العقود عبر الوسائط الإلكترونية بدلاً من الوسائل التقليدية مثل التواجد الجسدي أواستخدام الوثائق المطبوعة. وبالتالي يري الباحث أنه يجب تطبيق التشريعات والأنظمة المتعلقة بحماية المستهلكين ومكافحة الشروط التعسفية على هذه العقود الإلكترونية التجارية، ويكمن التحدي في تحقيق توازن بين حماية المستهلكين وتسهيل الأعمال التجارية الإلكترونية، وذلك من خلال وضع قواعد وقوانين موحدة وفعالة للتعامل مع الشروط التعسفية وضمان حماية المستهلك في هذا السياق الرقمي والعابر للحدود. بشكل عام، في عرض السلع والخدمات، يكون المستهلكون غالبًا أحد أطراف العقود الإلكترونية، ولذلك، في مجال التجارة الإلكترونية، تسمى

العقود الإلكترونية أيضًا عقود المستهلك، حيث يتم إبرام هذه العقود غالبًا بين التجار وأصحاب الأعمال والمستهلكين[١٢]. ولهذا السبب تحتل العقود الإلكترونية مكانة مهمة في قوانين حماية المستهلك، وفي قانون التجارة الإلكترونية تم وضع لوائح خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك (طبق بند ج از آئين نامه اجرايى ماده ٤٨ قانون تجارت الكترونيكى)، وتتضمن هذه اللوائح، على التوالي، التزامات البائعين ومقدمي الخدمات من خلال الأدوات الإلكترونية وأنظمة الاتصالات الحديثة (المادة ٣٣). (طبق بند ج از آئين نامه اجرايى ماده ٤٨ قانون تجارت الكترونيكى) ويشمل واجب المزود التأكد من المعلومات المقدمة من موردي السلع والخدمات (المادة ٣٤)، وحقوق المستهلكين في طرق العرض الإلكتروني المختلفة (المواد ٣٥-٤١)، والأمور التي لا يشملها هذا القانون (المادة ٤٢) وتنفيذ الحقوق هوالمستهلك. الحماية (المواد ٤٣-٤٥) ، ودور المنظمات الحقوقية والأهلية في حماية حقوق المستهلك (المادة ٤٩). أقر المشرع الإيراني قواعد للإعلانات التي تتم عبر الأدوات الإلكترونية في إطار القانون لحماية حقوق المستهلكين والحفاظ على النظام العام، وتتضمن هذه القواعد ١١ مادة من المادة ٥٠ إلى المادة ٦١.

في القانون الإيراني، لم يتم تعريف التوقيع بشكل محدد في القوانين المتعلقة بالعقود الإلكترونية أوحماية المستهلكين، ومع ذلك، في المادة ١٣١٠ من القانون المدني الإيراني، يتم التطرق إلى صلاحية ومصداقية التوقيع في الكتابة. التوقيع حسب تعريف بعض الفقهاء هو وضع علامة خاصة أو كتابة معلومات التعريف الشخصية في أسفل الأوراق والمستندات العادية أوالرسمية، والتي تشمل المعاملات والالتزامات والتصديقات والشهادات ونحوها[١٣]. ووفقاً لأحكام المادة المذكورة والتعريف المذكور، لا تعتبر الكتابة بدون توقيع صحيحة إلا كإثبات للسند، ولذلك فإن المحتوى المكتوب للعقد يظل مجهولاً حتى يتم التوقيع عليه من قبل الأطراف[١٤].

في العقود المكتوبة، التوقيع هوإعلان الإرادة النهائية لكل طرف، ولذلك فإن توقيع القابل على خطاب أوبرقية أونحوذلك يعادل إعلان قبوله.

أولاً: حق المستهلك في الضمان: للمستهلك حق ضمان تنفيذ العقد بشكل صحيح وفقًا للقوانين المعمول بها، ويمكن تمثيل هذا الضمان بنوعين رئيسيين: ضمان العيوب الخفية وضمان التعرض والاستحقاق.

الفرع الأول/ ضمان العيوب الخفية: وفقًا للقانون المدني العراقي، يتوجب على البائع فرض ضمان خلوالمبيع من العيوب الخفية، ويُعرف العيب الخفي كأي عيب يؤثر في المبيع ويُفوت الغرض المنشود من المبيعة، أويقلل من قيمتها في حالات تكررت فيها العيوب المماثلة وتم احتسابها من قبل التجار وأصحاب الخبرة. ينص القانون المدني العراقي على أن الأصل في المبيع هوخلوه من العيوب، ويفترض أن يعتقد الشخص الذي يقوم بالشراء أن المنتج المباع لا يحتوي على أي عيوب. ولوكان الشخص يعلم بوجود عيب، فإنه لن يقوم بعملية الشراء أوسيشتريه بسعر أقل ويتعين على البائع تسليم المنتج المباع بالصفات المتفق عليها في وقت التعاقد، وإذا لم تتوافر هذه الصفات، فإن البائع ملزم بالضمان تجاه المشتري، وعند وجود أي عيب ينقص من قيمة المنتج أومن نفعه الغاية المقصودة منه، يجب أن يتحمل البائع المسؤولية. ويحق للورثة، في حالة وفاة المشتري، الرجوع إلى البائع بضمان العيب الخفي، وينتقل هذا الضمان إلى الورثة، ويتم توزيع المسؤولية بين الورثة حسب حصصهم الوراثية في حالة وجود أكثر من وارث[١٥]. في العقود الكتابية، يُعتبر التوقيع كتعبير نهائي عن إرادة الأطراف، وبالتالي، عندما يقوم الشخص القابل بتوقيع رسالة أوبرقية أوأي وسيلة مماثلة، يُعتبر هذا تعبيرًا عن إرادته، وفي تلك اللحظة يتم إبرام العقد بينه وبين الطرف الآخر الذي يتحمل الالتزامات[١٦]. وينص قانون حماية المستهلك العراقي في الفقرة (د) من المادة (٦) على هذا الالتزام، حيث يتطلب من المزود (البائع) ضمان صحة المنتج المباع، وهذا يعني أنه يتحمل المسؤولية عن أي خلل في المنتج يؤثر على صحة المستهلك، سواء كان لهذا الخلل آثار جانبية مباشرة أوآثار أخرى غير مباشرة). خلال فترة الضمان يكون المورد مسؤولاً عن سلامة المنتج المباع أياً كان نوعه (بضائع أوبضائع أوخدمات) وتبقى مسؤوليته حتى نهاية فترة الضمان المتفق عليها، وهذا ما هومنصوص عليه، وسفي المادة (٨) من قانون حماية المستهلك

العراقي). فيما يتعلق بجزاء الإخلال بضمان سلامة المنتج، قد لا يكون القانون الخاص بحماية المستهلك العراقي واضحًا تمامًا في هذا الصدد، ومن الممكن أن يتم اللجوء إلى النصوص العامة في الضرر التي ينص عليها القانون المدني العراقي. ومع ذلك، يحتوي قانون حماية المستهلك العراقي على جزاء للمورِّد أوالبائع الذي يخالف ضمان سلامة المنتج من العيوب الخفية، ووفقًا للفقرة (ثانيًا) من المادة (١٠) من القانون، يُشدد على أنه في حالة انتهاك هذا الضمان، يُمكن فرض عقوبة على المخالف تتضمن الحبس لمدة لا تزيد عن (٣) أشهر أوغرامة لا تقل عن مليون دينار عراقي، أوكلاهما معًا. في العقود الإلكترونية يتم إعلام المستهلك بالبضائع عن بعد، مما يتطلب من البائع تكثيف التزامه بسلامة البضاعة لضمان حق المشتري في التعاقد مع التاجر، فيكون الالتزام التعاقدي بين الطرفين المشتري والبائع (التاجر)[١٧]. للمستهلك الحق في اللجوء إلى المزود بناءً على المسؤولية التقصيرية، حيث يُعتبر المنتج مسؤولًا عن ضمان سلامة السلعة. ولا يمكن تحميل المستهلك المسؤولية إلا إذا تم إثبات أن الضرر ناتج عن سبب خارجي غير مرتبط به. ويحق للمستهلك أن يلجأ إلى التاجر بناءً على المسؤولية العقدية والتقصيرية، فيما يتعلق بالمسؤولية العقدية، يعتمد ذلك على العقد الذي تم توقيعه بين المستهلك والتاجر، أما المسؤولية التقصيرية، فتنطوي على وجود سلوك ضار، ويجب على المزود (التاجر) أن يلتزم بعدم وجود عيوب خفية في المنتج المباع لضمان حق المشتري.

المبحث الثاني : حق المستهلك في العدول عن العقد : نبين الموضوع من خلال مطلبين ونبين النقاط التالية وهي توعية المستهلك وتزويده بالمعلومات اللازمة , و حق الإنسحاب من العقد كالاتي :-

المطلب الأول : حق الإنسحاب من العقد : ونظراً لطبيعة العقد الإلكتروني وعدم وجود معاينة كافية، فقد سمح القانون للمقاول بالإنسحاب من العقد خلال فترة زمنية معينة إذا كانت البضاعة المباعة غير مطابقة للمواصفات المحددة وقت العقد. إن تكوين العقد الإلكتروني يتطلب مراحل متعاقبة لإتمامه، وهذا يختلف عن العقود الأخرى التي يتم فيها الإتفاق والقبول فقط، وفي العقد الإلكتروني، يتطلب قبول

العقد، وبعد ذلك يتم تأكيد القبول، وهذا التأكيد ضروري لتكوين العقد، وفي حالة عدم التأكيد، يتم إلغاء تكوين العقد، وهذا يختلف عن العقود الأخرى التي تتطلب اتحاد الإيجاب والقبول فقط لإبرام العقد.

-مبررات حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني: تفرض مبدأ سلطان الإرادة أن يلتزم كلا الطرفين بشروط العقد ولا يمكن أن يعدل أحدهما العقد دون موافقة الطرف الآخر، وإذاً، يعتبر العدول عن العقد تهديدًا لإستقرار المعاملات ومخالفًا لقوانين العقود الملزمة للأطراف، ومن المعروف أنه لا يمكن العدول عن العقد إلا بالتراضي أوبالتقاضي أووفقًا للقانون.

-الحالات التي لا يمكن فيها العدول عن العقد:

لكن هناك حالات إستثنائية لا يمكن فيها سحب العقد، ومنها الحالات التي يحدد فيها القانون عدم إمكانية سحب العقد. إن منح المستهلك حق الإنسحاب من العقد الإلكتروني يعتبر انحرافاً عن مبدأ الإرادة الحرة ومبدأ الموافقة في العقود، ويتم منح هذا الإذن له بناءً على قانون المستهلك الذي يسعى إلى حماية المستهلك، أوفي قواعد المعاملات الإلكترونية بما يضمن سلامة المستهلك وإستقراره في التجارة الإلكترونية[١٨]. وفقًا للقانون الفرنسي لحماية المستهلك، يتم تحديد مدة قدرها ٧ أيام لحق المستهلك في العدول عن العقد في جميع عقود البيع، وستبدأ هذه المدة من تاريخ تسليم المنتج أواستلامه، ويحق للمستهلك إعادة المنتج دون دفع أي غرامات. تنص المادة ١٢١/١٦ من القانون الفرنسي على هذا الحق. أما بالنسبة للقانون المصري للمبادلات الإلكترونية، فقد تمنح المستهلك مدة ١٥ يومًا لفسخ العقد الإلكتروني اعتبارًا من تاريخ التعاقد أوتسلم المنتج، ويتعين على المستهلك إبلاغ الطرف الآخر بنية العدول عن العقد من خلال الوسيلة المحددة في العقد الإلكتروني، وفي حالة العدول عن العقد، يجب على البائع استرداد المبلغ الذي تم استلامه كثمن للمنتج أوالخدمة خلال المدة المحددة في القانون، وفي هذه الحالة، يتحمل المستهلك تكاليف إعادة المنتج أورفض الخدمة[١٩]. ويرى الباحث أن تسمية حق المستهلك في الإلغاء لا تعطي المعنى الصحيح، لأن الإلغاء بالإضافة إلى اشتراط

شروط معينة لتنفيذه يختلف عن إذن الإلغاء. ولم يكن هناك نص مماثل في قانون حماية حقوق المستهلك العراقي، وكان الأجدر بالمشرع أن يدرج نصا مماثلا لما قدمه المشرعان الفرنسي والمصري لضمان حق المستهلك ضد الغش والخداع من قبل المورد.

الفقرة الثانية: الحالات التي لا يحق للمستهلك فيها الانسحاب: يحق للمستهلك الانسحاب من العقد ولكن هذا الحق ليس مطلقا، وهناك حالات أيضا لا يحق للمستهلك فيها الإنسحاب، والخطأ سببه المستهلك وليس له علاقة بالبائع أومقدم الخدمة، حتى يتم التوازن بين الحقوق ولا تتضرر مصالح البائع[٢٠]. المطلب الثاني: توعية المستهلك وتزويده بالمعلومات اللازمة : توعية المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات اللازمة يلعب دورًا حاسمًا في حمايتهم من الإعلانات التجارية الخادعة، وتهدف الأجهزة الإدارية المعنية بحماية المستهلكين في الدولة وجمعيات حماية المستهلكين إلى توعيتهم وتثقيفهم بشكل شامل، لكي يتمكنوا من إتخاذ قرارات مدروسة وتجنب الوقوع في فخ الإعلانات الخادعة، وينبغي أن يتم تزويد المستهلكين بالمعلومات الضرورية التي تساعدهم على اختيار السلع والخدمات المناسبة لهم وفهم مكوناتها والمنافع التي يحصلون عليها عند استخدامها. يجب أن يتم توعية المستهلكين بالتأثيرات السلبية والجانبية المحتملة للمنتجات والخدمات، وذلك لكي لا يقوموا بإختيار عشوائي يعتمد فقط على الإعلانات التجارية التي قد تكون مضللة علاوة على ذلك، يجب أن يكون المنتج أوالموزع أوالمجهز للسلعة أوالخدمة ملزمًا بتقديم المعلومات الصحيحة والشفافة للمستهلكين، ويجب أن يتم توفير المعلومات الأساسية بصدق، بما في ذلك الجوانب السلبية والتأثيرات الجانبية للمنتج أوالخدمة المعلن عنها[٢١] ، حتى لا ينخدعوا بكل الإعلانات التي تظهر في التلفاز أوما يبث أوما ينشر في الصحف والمجلات أوما ينشر على صفحات الإنترنت أوما يعرض في الأماكن العامة جـ - مخاطر المنتج - وضع العلامات على المنتجات: ولكي يتمكن المستهلك من التأكد من صحة الإعلانات التجارية واسترجاع المعلومات بطريقة سريعة وأقل تكلفة، لا بد من تنظيم قاعدة بيانات تسهل هذه المهمة على المستهلكين (مبادئ الأمم

المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك ، ١٠)، يمكن إنشاء موقع على شبكة الإنترنت لنشر المعلومات الصحيحة حول جميع السلع والخدمات التي تدخل الدولة المعنية، ويمكن لهذا الموقع أن يوفر قاعدة بيانات شاملة تحتوي على معلومات عن المنتجات والخدمات المتاحة في السوق، بما في ذلك المواصفات الفنية، والمكونات، والأسعار التقريبية، والتوجيهات لاختيار السلع والخدمات ذات الجودة الجيدة. بالتالي، يتعين على القناة الإعلامية للمستهلك توفير محتوى توعوي يساهم في زيادة وعي المستهلك وتمكينه من التعرف على حقوقه وحماية نفسه من الممارسات التجارية الغير مشروعة. علاوة على ذلك، ينبغي أن تركز القناة على تدريب الكوادر الإعلامية والصحفية لتأهيلها للتعامل المهني مع قضايا حماية المستهلك، وذلك من أجل مكافحة الغش التجاري والعمل بشكل مستقل وموضوعي في نقل المعلومات والأخبار قد يلجأ مزود المنتج أوالخدمة إلى استخدام أساليب إعلانية مضللة للمستهلك، وتغير معتقداته، وتدفعه إلى شراء منتج لم يكن ليشتريه لوعلم حقيقته. أصبحت الإعلانات التجارية الإلكترونية من أبرز سمات عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية، فبسبب انتشارها وتنوع أساليبها وتطورها التقني أصبحت تؤثر على سلوك المستهلك وتشكل الأساس لقراره بإبرام العقد.

- متطلبات الوضوح في الإعلان الإلكتروني : إن وضوح الإعلان يعني أن يتضمن معلومات كافية عن المنتج أوالخدمة المقدمة، مما من شأنه أن يخلق تفكيراً واعياً ثاقباً يشكل إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك عندما يكون على وشك الدخول في العقد ينبغي أن يتمكن المستهلك من الحصول على معلومات دقيقة وشاملة حول المنتجات والخدمات التي يقوم بشرائها، حيث يكون متعاقدًا مع المنتجين والموزعين ويدخل في إتفاقيات تعاقدية معهم، وقد تكون هذه العلاقات التعاقدية تسبب انحيازًا واضحًا يجعل المستهلك متوقفًا على سيطرة المنتج والموزع لذا، ينبغي أن يتم تمكين المستهلك من حقه في معرفة حقيقة المنتج وعناصره ومواصفاته وصلاحياته، ويتطلب ذلك من المنتجين والموزعين أن يقدموا معلومات واضحة وشافية للمستهلك حول خصائص السلع والخدمات والمخاطر المحتملة المرتبطة بها،

ويمكن تحقيق ذلك من خلال وضع بيانات توضع على أغلفة المنتجات أوعلى عبواتها، تحتوي على معلومات شاملة تساعد المستهلك على اتخاذ قرارات مستنيرة. وقد نص المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك على أن تكتب هذه البيانات باللغة الرسمية المعتمدة. تنص المادة ٦ من قانون حماية المستهلك العراقي على أن للمستهلك الحق في الحصول على ما يلي:

- معلومات كاملة عن مواصفات البضاعة وتحديد الطرق الصحيحة أوكيفية الحصول على الخدمة بالشكل واللغة الرسمية المعتمدة.
- كافة المعلومات المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.
- إثبات شرائه لأية بضاعة أوحصوله على أية خدمة، مبيناً فيه القيمة والتاريخ ومواصفات البضاعة وتوافرها وكميتها ونوعها وسعرها.

أولاً: التأكد من تثبيت كافة بيانات المنتج ومواصفاته ومكوناته وتاريخ انتهاء صلاحيته وبلد المنشأ قبل طرحه في الأسواق أوقبل بيعه أوشرائه أوالإعلان عنه.

ثانياً: عدم الترويج بأي وسيلة من وسائل الإعلام أوالنشر أوالإعلان لمنتج أوخدمة لا تتوافق مع المواصفات القياسية المحلية أوالدولية المعتمدة.

-تحريم الإعلان الإلكتروني المضلل:

إن الإعلانات المضللة تقع في منطقة وسطى بين الإعلانات الصادقة والإعلانات الكاذبة، والفرق بين الإعلانات الصادقة والإعلانات المضللة يكمن في الدرجة وليس في الطبيعة.

يحظر قانون العقوبات العراقي النافذ رقم ١١١ لعام ١٩٦٩ التضليل الإعلاني ويعاقب مرتكبه، والمادة ٤٦٦ من هذا القانون تنص على أنه يُعاقب بالحبس كل شخص يقوم عمدًا بإخفاء سلعة استهلاكية ويبث معلومات مختلفة عنها أوأخبار غير صحيحة أويدعي مزايا زائفة، أويرتكب أي عمل ينطوي على الغش أوالتدليس، وبالإضافة، المادة ٤٦٧ تنص على أنه يُعاقب بالحبس كل شخص يغش المتعاقد بشأن حقيقة البضاعة أوطبيعتها أوصفاتها الأساسية أوالمكونات المستخدمة في تركيبها أومصدرها، إذا

كان الغش سببًا أساسيًا في التعاقد، أوإذا تم الغش في عدد البضائع أوكميتها وما إلى ذلك[٢٢]... (ناجي، ٢٠٢١، ١٩).

ومع ذلك، يعتبر البعض أن العقوبات المفروضة وفقاً للقانون العراقي قد تكون غير كافية لحماية المستهلكين، فعقوبة الحبس، على سبيل المثال، قد يتم تنفيذها بشكل نادر أوتُخفف بوقف التنفيذ، والغرامات المالية قد تكون غير فعالة في مواجهة الأعلانات المضللة، ويُلاحظ أن قيمة هذه الغرامات غالباً ما يتم تحميلها على المستهلك، حيث يتم إضافتها إلى ثمن السلعة أوالخدمة، مما يتسبب في تحويلها من عقوبة على المعلن إلى تكلفة إضافية على المستهلك.

ومن ثم، فقد تكون هناك حاجة إلى تعزيز تشريعات حماية المستهلك وتعديل العقوبات المفروضة على المعلنين المخالفين، وينبغي أن تكون العقوبات متناسبة مع جريمة الإعلان المضلِّل، وأن تضمن ردع المخالفين، بما في ذلك فرض عقوبات مالية جديدة وشديدة تؤثر بشكل فعال على الأرباح التي يحققها المعلنون من خلال الإعلان المضلِّل، وينبغي أيضاً تحميل المعلنين قدراً أكبر من المسؤولية وضمان تحملهم لتكاليف العقوبات بدلاً من تحميلها للمستهلكين.

من وجهة نظر الباحث عند عمل مقارنة بين القانونين العراقي والإيراني من حيث الحماية المدنية للمستهلك اثناء التعاقد الالكتروني وجد التالي:

في ظل التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية، تبرز الحاجة إلى حماية المستهلكين أثناء التعاقد الإلكتروني. تختلف القوانين التنظيمية من دولة لأخرى وبالتالي ظهر في القانون العراقي

في العراق، يوفر قانون حماية المستهلك الصادر في عام ٢٠١٠ آليات لحماية المستهلكين من الشروط التعسفية في العقود الإلكترونية. يعمل هذا القانون على ضمان الشفافية ومنع التمييز والإكراه في العقود الإلكترونية، ويحظر تضمين شروط تعتبر غير عادلة أو تحمل المستهلك أعباء غير متناسبة.

في القانون الإيراني

من جهته، يتضمن قانون التجارة الإلكترونية الإيراني المعتمد في عام ٢٠٠٤ أحكامًا تركز على حماية المستهلك من الشروط التعسفية، والمادة ٤٥ من القانون تنص على أنه لا يجوز تطبيق قوانين أخرى توفر حماية أقل للمستهلك إذا كان القانون المختار يقلل من الحماية المقدمة للمستهلكين.

أما عن حقوق المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني في القانون العراقي

يشدد القانون العراقي على حق المستهلك في الحصول على معلومات كافية وواضحة حول المنتجات والخدمات قبل الشراء، وكذلك الحق في الانسحاب من العقد خلال فترة معينة دون تحمل تكاليف إضافية.

في القانون الإيراني

في إيران، يمنح قانون التجارة الإلكترونية المستهلكين حقوقًا مماثلة، بما في ذلك الحق في الحصول على معلومات كاملة ودقيقة والحق في الانسحاب من العقود الإلكترونية، مع التركيز بشكل خاص على حماية البيانات الشخصية.

على الرغم من التشابهات الواضحة بين القانون العراقي والإيراني فيما يتعلق بحماية المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني، تظل هناك بعض الفروق الدقيقة في التطبيق والتفاصيل التنظيمية، وكلا النظامين يعملان على تعزيز الشفافية ومنع الاستغلال، لكن الأساليب والأحكام القانونية المحددة قد تختلف.

النتائج والتوصيات:

١. تفعيل القوانين: هناك حاجة ملحة لتفعيل القوانين العراقية والإيرانية المتعلقة بحماية حقوق المستهلك في التعاقد الإلكتروني.
٢. آليات الرقابة والإنفاذ: يجب تعزيز آليات الرقابة والإنفاذ لضمان تطبيق القوانين بشكل فعال.
٣. زيادة الوعي لدى المستهلكين: يجب تعزيز الوعي والتثقيف لدى المستهلكين بحقوقهم في التعاقد الإلكتروني.
٤. التزام المنشآت التجارية: ينبغي تشجيع المنشآت التجارية على الالتزام بالقوانين وتوفير ضمانات لحماية المستهلكين في التعاقد الإلكتروني، ويمكن تحقيق ذلك

من خلال تطوير ممارسات الشركات وإدخال آليات داخلية للتحقق من الامتثال للمعايير القانونية والتعليمات.

٥. التعاون الدولي: يجب تعزيز التعاون الدولي بين العراق وإيران لتبادل الخبرات وتنسيق الجهود في مجال حماية حقوق المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ويمكن تحقيق ذلك من خلال توقيع اتفاقيات وتبادل المعلومات والتجارب الناجحة بين البلدين.

المراجع:

١. أزغيب، أحمد شهاب. (٢٠١٦). حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية (أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق، مصر: جامعة عين شمس
٢. ناجي، آمال أحمد.(٢٠٢١). الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني من الإعلان المضلل، كلية القانون والعلوم السياسية، الجامعة العراقية
٣. لنگرودی، جعفری ، محمد جعفر (١٣٧٠)، «ترمینولوژی حقوق تهران
٤. فاتن، حسين حوى. (٢٠١٢). الوجيز في قانون حماية المستهلك (المجلد الطبعة الأولى). بيروت، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية
٥. موفق، حماد عبد. (٢٠١١) . الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) (المجلد الطبعة الأولى). بيروت: منشورات زين الحقوقية
٦. الشيخ، الداوي ، تحليل اليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، مقالة منشورة على شبكة الانترنت
٧. در خصوص اجراى ماده ٤٨ قانون تجارت الكترونيكى بنگريد آئين نامه اجرايى ماده ٤٨ قانون تجارت الكترونيكى مصوبه هيئت وزيران مورخ ٢/٥/١٣٨٤
٨. أمين، سي الطيب محمد. (٢٠٠٨-٢٠٠٧). الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة مذكرة ماجستير). كلية الحقوق، تلمسان جامعة أبوبكر بلقايد

٩. حسين، صفايى سيد (١٣٨٦) دوره مقدماتى حقوق مدنى، جلد دوم چاپ پنجم، تهران
١٠. طبق بند ج از آئين نامه اجرايى ماده ٤٨ قانون تجارت الكترونيكى تأمين كننده هر شخص اعم از حقيقى يا حقوقى است كه بنا به اهليت تجارى صنفى يا حرفه اى فعاليت ميكند
١١. السنهوري، عبد الرزاق احمد.(٢٠٠٩). الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان
١٢. الفقرة (و) من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك بالصيغة الموسعة في عام ١٩٩٩، الامم المتحدة نيويورك وجنيف، ٢٠٠١
١٣. العجمي، فلاح فهد.(٢٠١١). الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني، بحث ماجستير، جامعة الشرق الأوسط
١٤. خالد، كوثر سعيد عدنان. (٢٠١٢). حماية المستهلك الإلكتروني. الأزاريطة (الإسكندرية): دار الجامعة الجديدة
١٥. كاتوزيان، ناصر (١٣٦٤) حقوق مدنى قواعد عمومى قراردادها جلد اول، تهران
١٦. الحسني، محمد محمد حسن.(٢٠١١). حماية المستهلك الالكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية
١٧. نيا، محمد مقامى.(١٣٩١). نحوة انعقاد قراردادهاى الكترونيكى وويژگى‌هاى آن، استاديار گروه حقوق خصوصى دانشگاه پيام نور، دوفصلنامه علمي - پژوهشي دانش حقوق مدني | شماره نخست، بهار وتابستان.

الهوامش

(١) د.عبد الرزاق احمد السنهوري (٢٠٠٩). الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان , ص١٤٤
(٢) د.عبد الرزاق احمد السنهوري , المصدر السابق , ص١٤١
(٣) خالد، كوثر سعيد عدنان. (٢٠١٢). حماية المستهلك الإلكتروني. الأزاريطة (الإسكندرية): دار الجامعة الجديدة , ص٤٩٢
(٤) خالد، كوثر سعيد عدنان. , المصدر السابق , ص٤٩٣

(٥) أمين، سي الطيب محمد. (٢٠٠٨-٢٠٠٧). الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة مذكرة ماجستير). كلية الحقوق، تلمسان جامعة أبوبكر بلقايد , ص ٩

(٦) موفق، حماد عبد. (٢٠١١) . الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) (المجلد الطبعة الأولى). بيروت: منشورات زين الحقوقية , ص٢٤٦

(٧) موفق، حماد عبد , المصدر السابق , ص٢٤٧

(٨) ١. أزغيب، أحمد شهاب. (٢٠١٦). حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية (أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق، مصر: جامعة عين شمس , ص١٠٥

(٩) خالد، كوثر سعيد عدنان. , المصدر السابق , ص٢٥٠

(١٠) خالد، كوثر سعيد عدنان. , المصدر السابق , ص٢٦٩

(١١) الحسني، محمد محمد حسن.(٢٠١١). حماية المستهلك الالكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية , ص٢٨.

(١٢) ١٧. نيا، محمد مقامى.(١٣٩١). نحوة انعقاد قراردادهاى الكترونيكى وويژگى‌هاى آن، استاديار گروه حقوق خصوصى دانشگاه پيام نور، دوفصلنامه علمي - پژوهشي دانش حقوق مدني | شماره نخست، بهار وتابستان.

(١٣) لنگرودى، جعفرى ، محمد جعفر (١٣٧٠)، «ترمينولوژى حقوق تهران , ص٨١

(١٤) كاتوزيان، ناصر (١٣٦٤) حقوق مدنى قواعد عمومى قراردادها جلد اول، تهران , ص٢٨٥

(١٥) د.عبد الرزاق احمد السنهوري , المصدر السابق , ص٣٧٠

(١٦) حسين، صفايى سيد (١٣٨٦) دوره مقدماتى حقوق مدنى، جلد دوم چاپ پنجم، تهران , ص٧٢

(١٧) العجمي، فلاح فهد.(٢٠١١). الحماية المدنية للمستهلك في العقد الالكتروني، بحث ماجستير، جامعة الشرق الأوسط , ص١٠٣

(١٨) العجمي، فلاح فهد., المصدر السابق , ص١١٠

(١٩) العجمي، فلاح فهد., المصدر السابق , ص١١١

(٢٠) العجمي، فلاح فهد., المصدر السابق , ص١٣٣

(٢١) الشيخ، الداوي ، تحليل اليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، مقالة منشورة على شبكة الانترنت , ٢٠١٢

(٢٢)