



مجلة النور للدراسات القانونية

<https://jnls.alnoor.edu.iq/>



المركز القانوني للتاجر الالكتروني في ضوء المستجدات القانونية (دراسة تحليلية مقارنة)

ياسر محمد علي الطائي  

الجامعة التقنية الشمالية / الكلية التقنية الهندسية للحاسوب والذكاء الاصطناعي /الموصل

معلومات المقال

Article history:

Received: 12 October 2025
Revised: 14 November 2025
Accepted: 16 November 2025

Keywords:

Merchant
Customer
Electronic
Obligations
Rights
System
Regulation

تواصل: 
م.د. ياسر محمد علي الطائي
yasirtaee2025@ntu.edu.iq

المستخلص

تشهد البيئة التجارية العراقية تحولاً كبيراً نتيجة للتطورات التكنولوجية والمعلوماتية التي يتعرض لها واقعا الحالي، وانسجاماً مع تلك التطورات ويهدف حماية مصالح الافراد في البيئة الرقمية وتعزيز التنمية الاقتصادية واستدامتها وتشجيع صناعة الانترنت، وتنفيذاً لمتطلبات التحول الرقمي التي اعلنت عنها الحكومة العراقية اثمرت الجهود الى اصدار نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025 الذي يعالج واقع التجارة في البيئة الرقمية وقد تضمن أحكاماً تخص التاجر الالكتروني والتي راعى فيها المشرع تنظيم مركزه القانوني وعلاقته مع الزبون الإلكتروني مما يساهم في ضبط نشاطه وتعزيز الثقة في المعاملات التجارية الالكترونية.

الكلمات المفتاحية: التاجر، الزبون، الالكتروني، التزامات، حقوق، نظام، تنظيم

DOI: <https://doi.org/10.69513/jnfls.v2.i4.a11>. ©Authors, 2025, College of Law and Political Science, Alnoor University.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The legal status of the e-commerce merchant in light of legal developments (a comparative analytical study)

Yasir M. A. Al-Taee  

Northern Technical University / Technical Engineering College for Computer and AI/ Mosul

Abstract:

The Iraqi commercial environment is witnessing a major transformation as a result of the technological and information developments that our current reality is exposed to. In line with these developments and with the aim of protecting the interests of individuals in the digital environment, enhancing economic development and its sustainability, and encouraging the Internet industry, and in implementation of the requirements of the digital transformation announced by the Iraqi government, efforts have resulted in the issuance of the Iraqi E-Commerce Regulatory System No. (4) of 2025, which addresses the reality of trade in the digital environment and has included provisions related to the electronic merchant, in which the legislator took into account the organization of his legal status and his relationship with the electronic customer, which contributes to controlling his activity and enhancing confidence in electronic commercial transactions.



سنوضح مقدمة بحثنا الموسوم (المركز القانوني للتاجر الإلكتروني في ضوء المستجدات القانونية -دراسة تحليلية مقارنة) من خلال المقدمة التي تتضمن العناصر الآتية: -

سادساً: هيكلية البحث

سيتم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث نخصص المبحث الاول لتوضيح مفهوم التاجر الإلكتروني وإجراءات الاجازة التجارية ونستعرض في المبحث الثاني لالتزام التاجر الإلكتروني في حماية بيانات الزبون ونطرح في المبحث الثالث لموضوع التزام التاجر الإلكتروني بأعلام الزبون قبل التعاقد الإلكتروني.

المبحث الاول

مفهوم التاجر الإلكتروني وإجراءات الاجازة التجارية

يعد التاجر أحد العناصر الفاعلة في البيئة التجارية الرقمية لذلك فان تحديد مفهومه وبيان عناصره من خلال التعريف وتوضيح آلية حصوله على الرخصة التجارية يعد من متطلبات البحث في هذه الشخصية التجارية المتميزة.

المطلب الأول: مفهوم التاجر الإلكتروني

يُعرف التاجر الإلكتروني بموجب نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي بأنه (كل شخص طبيعي او معنوي ، سواء كان عراقياً أم اجنبياً يمارس التجارة الإلكترونية على سبيل الاحتراف)⁽¹⁾ أما المشرع الاماراتي فقد عرفه بـ (الشخص الطبيعي او الاعتباري الذي يقوم ببيع السلع أو الخدمات من خلال وسائل التقنية الحديثة)⁽²⁾ والتعريف الذي أورده القانون العراقي يختلف عن التعريف الذي صاغه المشرع الاماراتي من جوانب عديدة لعل أبرزها ما تضمنه المشرع العراقي بأن يكون التاجر الإلكتروني اجنبياً يمارس نشاطه التجاري في العراق في حين اشار المشرع الإماراتي لذلك ضمناً كما ان المشرع الإماراتي حدد عبارة سلع وخدمات وبين الوسيلة التي يستخدمها التاجر بالوسائل التقنية الحديثة كما انه أشار الى التاجر الإلكتروني بمصطلح (التاجر الرقمي)⁽³⁾.

ويلاحظ على تعريف المشرع العراقي جملة أمور نسوغها من خلال النقاط الآتية: -

1- جاءت صياغة التعريف منسجمة الى حد ما مع المفهوم التقليدي للتاجر الذي تضمنه قانون التجارة العراقي رقم (30) لسنة 1984 مع عدم اقرار الصياغة الجديدة للقانون ان يزاول التاجر الإلكتروني تجارته باسمه او لحسابه مما يعني عدم اشتراطه الممارسة الفعلية للنشاط التجاري وامكانية ان يباشر النشاط شخص آخر يعمل لحساب التاجر الإلكتروني ويأتي ذلك من الطبيعة المميزة للتعامل الإلكتروني التي تتسم بالمرونة وعدم تحقق التواجد المباشر بين المتعاملين.

2- اشترط نظام تنظيم التجارة الإلكترونية عنصر الاحتراف كي يكتسب التاجر الإلكتروني صفة التاجر وهو امر ممكن تحققه في بيئة الاعمال التجارية الإلكترونية لكنه لا يقاس بنفس المعايير التي يقاس بها في التجارة التقليدية، ذلك ان بيئة العمل الإلكتروني تعتمد على متجر افتراضي يختلف عن المتجر العادي كما تعتمد البيئة التجارية الإلكترونية على منصات رقمية تحتاج الى سرعة استجابة ولغة تواصل تختلف

سنوضح مقدمة بحثنا الموسوم (المركز القانوني للتاجر الإلكتروني في ضوء المستجدات القانونية -دراسة تحليلية مقارنة) من خلال المقدمة التي تتضمن العناصر الآتية: -

أولاً: مدخل تعريفي بموضوع البحث

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، مما أدى الى بزوغ انماط جديدة من الأنشطة التجارية احدثت تغييرات مهمة للنظام التجاري التقليدي القائم على الوجود المادي للتاجر في الاسواق التجارية ، الى فضاءات اكثر سعة يمارس فيها التاجر أعماله عبر وسائل الكترونية تتجاوز الحدود الزمانية والجغرافية ، مما جعل التجارة الإلكترونية ضرورة تفرض وجودها في المجتمع والعالم بوصفها احد ادوات العولمة الاقتصادية والتكنولوجيا الحديثة، مما يستدعي تحقيق مقتضيات الامان القانوني بالشكل الذي يبعث الطمأنينة لدى المتعاملين ويكفل لهم حقوقهم مما يساهم في دعم الاقتصاد الرقمي ويواكب المستجدات التشريعية في هذا المجال .

ان اكتساب صفة التاجر في الواقع الافتراضي كما هي في الواقع المادي تجعل منه عنصراً فاعلاً ذا صفة ومركز قانوني يخضع بموجبه لحزمة من الالتزامات يفرضها القانون لاعتبارات تنظيم عمل التاجر وصيانة التعامل في المعاملات التجارية الإلكترونية.

ثانياً: أهمية البحث

1- ان ارساء نظام قانوني يهتم بالتجارة الإلكترونية يعد خطوة مثمرة باتجاه تحسين بيئة الاعمال التجارية وتميئتها ويساهم في توفير المناخ القانوني الملائم لتأمين وتسهيل المعاملات الرقمية والتصدي للممارسات والأنشطة غير القانونية وتحقيق التوجهات الرامية الى عملية التحول الرقمي التي تبنتها الحكومة العراقية ضمن رؤيتها الاستراتيجية لعام 2030.

2-ان دراسة المركز القانوني للتاجر الإلكتروني يمثل نهجاً تشريعياً حديثاً مما يفرض التطرق الى نظامه القانوني وبيان مدى نجاعة أحكامه وملائمته مع الواقع الافتراضي ومحاولة تقويمها وتحليلها لإيجاد أفضل الحلول التشريعية بشأنها.

ثالثاً: منهجية البحث

اعتمدنا في منهجية البحث على الاسلوب التحليلي والمقارن، من خلال تحليل نصوص نظام تنظيم التجارة العراقي رقم (4) لسنة 2025 التي تضمن احكاماً تخص التاجر الإلكتروني ومقارنتها مع القانون الاتحادي الإماراتي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة رقم (4) لسنة 2023 من حيث نطاق التزامات التاجر وحماية الزبون.

رابعاً: تساؤلات البحث

يطرح البحث تساؤلاً مفاده هل أحكام نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقية رقم 4 لسنة 2025 كافية لتحديد المركز القانوني للتاجر الإلكتروني؟

خامساً: نطاق البحث

يتحدد نطاق البحث في ضوء المستجدات القانونية العراقية المتمثلة بنظام تنظيم التجارة الإلكترونية بتنظيمه احكام التاجر الإلكتروني ولا يتعدى البحث الى الاحكام والمتطلبات



أخرى يعد التوسع في الاستثناءات تجاوزاً قانونياً على مبدأ المشروعية فالنقد يجب ان يكون بمقتضى نص قانوني وليس بقرار اداري ، ويقترب النص كثيراً من موقف المشرع الاماراتي في المادة (2/7) الذي أورد حالات فسخ العقد على سبيل الحصر امعائاً منه لحماية الزبون ، وأشار القانون الاماراتي الى حق آخر من حقوق التاجر الالكتروني عندما نص على أداء قيمة السلع والخدمات ، ولم يتضمن نظام تنظيم التجارة الالكترونية صياغة مماثلة لنص القانون الاماراتي مكتفياً بالتعهد على ان يتم دفع قيمة التعامل الكترونياً وبالدينار العراقي⁽⁸⁾ .

المطلب الثاني: اجراءات حصول التاجر على اجازة ممارسة العمل التجاري

ان معرفة اجراءات حصول التاجر على الاجازة التي تجيز ممارسة عمله يتطلب توضيح مفهومها والبيانات المطلوبة للتسجيل في طلب الرخصة فضلاً عن المعلومات التي يتضمنها المتجر الالكتروني للتاجر .

الفرع الاول: تعريف الاجازة التجارية للتاجر الالكتروني

أوجب نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي على التاجر الالكتروني الحصول على اجازة ممارسة التجارة الالكترونية لممارسة عمله وحدد القانون الجهة التي تمنح هذه الاجازة متمثلة بوزارة التجارة⁽⁹⁾ وينصرف مفهوم الاجازة الى كونها شهادة او مستند قانوني تصدر من جهة رسمية مختصة وفق ضوابط محددة تتضمن معلومات وبيانات تخص التاجر الالكتروني ونشاطه الذي يزاوله⁽¹⁰⁾، والزم المشرع الاماراتي التاجر الرقمي لممارسة الاعمال التجارية الرقمية الحصول على الموافقات والتصاريح والرخص اللازمة وتعد دائرة التنمية الاقتصادية في الامارة المعنية هي الجهة المختصة بالنظر في الطلبات التي يقدمها التاجر الرقمي فضلاً عن ذلك يجب الحصول على شهادة عدم ممانعة لممارسة النشاط الالكتروني من هيئة الاتصالات الحكومية الرقمية بوصفها الجهة المسؤولة عن تنظيم إطار عمل التجارة الالكترونية والتصديق الرقمي للمعاملات في دولة الامارات⁽¹¹⁾ ، وتأسيساً على ذلك يعد منح الترخيص إجراءً ضرورياً لمنح الصفة القانونية لمزاولة العمل التجاري الالكتروني إذ تثبت وجود التاجر ككيان يعد به أمام القانون والذي يسمح من خلالها إنشاء متجره الالكتروني دون الحاجة الى الوجود المادي للعمل التجاري، مما يتيح للتاجر استخدام علامته واسمه التجاريين وفق التسلسل الذي تمنحه وزارة التجارة مما يمكنها من فرض رقابتها وضبط نشاط التاجر ومنع الممارسات الاحتيالية ، كما يوفر للتاجر ميزة حماية حقوق الملكية الفكرية من اعتداء الغير .

الفرع الثاني: البيانات الواجبة التسجيل في طلب الاجازة

ألزم نظام تنظيم التجارة الالكترونية على التاجر تقديم طلب للحصول على الاجازة وقد حدد القانون صيغة الطلب بأن تكون الكترونية مما يوفر على التاجر الالكتروني عناء التقديم الورقي وما يتطلبه من نفقات وعناء السفر ، كما يعد هذا الاجراء امثالاً لعملية التحول الرقمي التي اعلنتها الحكومة العراقية مؤخراً ، وقد حددت وزارة التجارة جملة من

عن أساليب التجارة التقليدية التي تعتمد اللقاء المباشر والمهارات الشخصية للتاجر .

3- تسري على التاجر الالكتروني جميع المتطلبات والشروط القانونية والتنظيمية والمهنية والفنية التي تسري على التاجر التقليدي في الاحوال التي يمكن تطبيقها على التاجر الالكتروني⁽⁴⁾.

بعد ان وضحنا مفهوم التاجر الالكتروني قد يتبادر الى ذهن تساؤل عن مدى الحقوق التي يتمتع بها التاجر في ظل نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؟

ان المتأمل في نصوص نظام تنظيم التجارة الالكترونية يجد فيه نزعة واضحة باتجاه حماية حقوق الزبون فجاءت النصوص منسجمة مع الفكرة السائدة لدى القوانين المعاصرة الداخلية والدولية⁽⁵⁾ التي تذهب باتجاه توفير الحماية للزبون ، لذلك جاءت النصوص التي تنظم حقوق التاجر الالكتروني خجولة مقارنة بالالتزامات المفروضة عليه ، فالصياغة تضمنت احكاماً عديدة تفرض التزامات على التاجر الالكتروني ولعل مسوغات ذلك عديدة :-

1- ادرك المشرع العراقي ما يتمتع به التاجر الالكتروني من امكانات اقتصادية وفنية تمكنه من الاتصال بالزبون والتأثير عليهم بحكم الاحتراف ، فمن جهة يعد عنصر الاحتراف احد مواطن القوة لدى التاجر الالكتروني فمباشرته للنشاط بصورة مستمرة ومتكررة تجعله على دراية تامة بمنتجاته وخدماته⁽⁶⁾.

2- تباين المراكز القانونية لطرفي العلاقة القانونية - التاجر والزبون- في البيئة الرقمية ينمي عن وجود خلل واضح في مستوى المعرفة المعلوماتية فيعد الزبون الطرف الضعيف، مما يدفع المشرع ان يعتمد الى تصويب الاوضاع القانونية باتجاه خلق التوازن في العلاقة القانونية.

ومع ذلك نجد ان نظام تنظيم التجارة الالكترونية تضمن نصاً ضمناً يوفر الحماية للتاجر الالكتروني من تعسف الزبون عندما يستخدم الاخير حقه في فسخ العقد بطريقة تضر التاجر الالكتروني دون مبرر، اذ اشار نظام تنظيم التجارة الالكترونية الى منع الزبون من فسخ العقد اذا تحققت احدي الحالات الآتية (أولاً: اذا كان محل العقد منتجات مصنعة بناءً على طلب الزبون أو وفقاً لمواصفات تم صنعها خصيصاً له، ثانياً: اذا كان محل العقد لأشرطة ، أو أسطوانات ، أو أقراص مدمجة ، أو برامج تم استخدامها ، ثالثاً: اذا كان العقد يتناول شراء صحف ، أو مجلات ، أو منشورات ، أو كتب ، رابعاً: اذا ظهر عيب في المنتج بسبب سوء حيازة الزبون ، خامساً: اذا كان العقد يتناول تقديم خدمات نقل أو طعام ،سادساً: اذا كان العقد يتناول شراء منتجات إلكترونية أو تحميل برامج عبر الانترنت)⁽⁷⁾.

يمثل النص قيداً واضحاً لحق الزبون في فسخ العقد للحالات التي يترتب على فسخ العقد ضرراً للتاجر الالكتروني بحكم طبيعة الاشياء سريعة التلف او لأنها منتجات آنية تستهلك مباشرة او انها صنعت خصيصاً للزبون مما لا يمكن معه تسويقها للغير ، الا انها تضمنت صياغة مرنة تعطي صلاحية للسلطة التنفيذية في تقييد حق الزبون في الفسخ ، ومن ناحية



التجارية⁽¹⁹⁾ ولم يحدد النص مدة معينة للإخطار وكان الاجدر ان يتم تحديد مدة لا تزيد عن (30) يوم من تاريخ اجراء التصرف القانوني او الحكم او الواقعة التي تستلزم هذا التغيير كي لا يتخذ مبرراً للتسويق والمماطلة من قبل التاجر الالكتروني .

وتجدر الاشارة بأن تحديد الضوابط اللازمة للتقديم يستند الى مبررات عديدة منها قانونية وأخرى تنظيمية هدفها دعم ثقة الزبائن وتعزيز الشفافية في التعامل الالكتروني ، فمن ناحية يتم فرض الرقابة اللازمة على أنشطة التاجر الالكتروني والتحقق من هويته ومدى أهليته القانونية لضبط الانشطة الاحتيالية وأساليب المنافسة غير المشروعة ، أما من الناحية التنظيمية فتعد تلك البيانات اساساً مهماً لغرض تنظيم سجل تجاري الكتروني للتاجر ، ويهدف التوثيق الى حماية الزبون وضمان الوصول الى التاجر الالكتروني من خلال الاطلاع على بياناته الشخصية وعنوانه التجاري وكل ما يطرأ على بياناته من تغيير .

وكان الاجدر على وزارة التجارة تحديد مدة معينة لتقديم الطلب كأن تكون (30) يوم من تاريخ فتح المتجر الالكتروني للتاجر .

ولغرض تفعيل العمل بالضوابط اللازمة للتقديم فقد اشارت وزارة التجارة الى ان تلك الضوابط تعد جزء لا يتجزأ من نظام تنظيم التجارة الالكترونية ومكملة لأحكامه ، ولضمان حقوق المتعاملين في التجارة الالكترونية ولتعزيز الثقة وازفاء الجدية يتعهد التاجر الإلكتروني بصحة المعلومات والوثائق المقدمة وبخلافه يتحمل المسؤولية القانونية⁽²⁰⁾ . وفرض نظام تنظيم التجارة الالكترونية اجراءً ادارياً يتمثل بقيام وزارة التجارة بإلغاء الاجازة الممنوحة للتاجر الالكتروني وذلك عند فقدان شرط من شروط منح الاجازة⁽²¹⁾ .

وفي حال كان الطلب موافقاً للأنظمة والتعليمات وكانت البيانات المدرجة فيه صحيحة وجب عندئذ قبول الطلب ويقوم التشكيل المسؤول عن إدارة المنصة الالكترونية منح الاجازة للتاجر الالكتروني لمباشرة عمله.

الفرع الثالث : المعلومات الواجب توافرها في المتجر الالكتروني⁽²²⁾

أشار نظام تنظيم التجارة الالكترونية في المادة (7) الى ضرورة توفير جملة من المعلومات في المتجر الإلكتروني الذي يستخدمه التاجر الالكتروني . واللازمة لحفظ وصيانة حقوق الزبون أهمها⁽²³⁾:-

1- الاسم الكامل والعنوان⁽²⁴⁾: ان تحديد وسيلة تعريفية للتاجر يعد ضرورة قانونية وتنظيمية وتسويقية فمن جهة يتم اثبات الصفة القانونية للتاجر كما يسهل الرجوع اليه في حال رفع دعوى او نزاع ، وتكمن اهميته التنظيمية من ناحية فرض الرقابة ومراعاة التوثيق الاداري التي تتبعه الغرف التجارية والصناعية ، وتتجسد الاهمية التسويقية من خلال عنصر الاتصال بالزبون فاسم التاجر هو وسيلة مهمة تربط التاجر بعملائه لما يمثله من هوية معززة بسمات تميزه عن غيره وتبقى مترسخة في اذهان زبائنه .

الضوابط تتضمن المستلزمات والوثائق المطلوبة لتقديم على منصة التاجر الالكترونية ، والتي حددها بالآتي⁽¹²⁾ :-

- 1- الاسم الشخصي للتاجر الالكتروني مع ارفاق صورة من المستمسكات (البطاقة الموحدة وبطاقة السكن).
- 2- الاسم التجاري للأفراد والمسجل في الغرف التجارية العراقية مع صورة عن السجل التجاري يحتوي باركود.
- 3- الاسم المسجل في شهادة تأسيس الشركة او فتح الفرع الصادر عن دائرة تسجيل الشركات، مع صورة عن شهادة التأسيس او فتح الفرع مصدقة لنفس السنة يحتوي باركود.
- 4- اسم التطبيق او الصفحة الالكترونية على ان يكون ضمن نطاق العراق (IQ).
- 5- عنوان السكن ورقم الهاتف ووسائل الاتصال الالكتروني الاخرى.
- 6- العنوان التجاري (موقع العمل).
- 7- تحديد نوع المنتجات والخدمات المقدمة من التاجر الالكتروني.
- 8- موافقة الجهة القطاعية المختصة للسلع والخدمات المتاجر بها في الحالات التي تستوجب ذلك.
- 9- الهوية والرقم الضريبي للفرد والشركة.
- 10- التزام العمل حصراً مع شركات او مكاتب مرخصة من قبل وزارة الاتصال (الشركة العامة للبريد والتوفير)

وجدير بالذكر ان المنصة التجارية الالكترونية التي أطلقتها وزارة التجارة العراقية تعد بوابة الكترونية موحدة تديرها وزارة التجارة وتُعنى بتقديم الخدمات الالكترونية للتاجر والشركات داخل العراق ، ويتحدد هدفها في ربط التاجر بالجهات الرسمية ذات العلاقة وتبسيط إجراءات العمل التجاري وتسهيل الخدمات⁽¹³⁾.

وبالنسبة للقانون الإماراتي يختلف منح الرخصة حسب نوع الشروط الذي يمارسه التاجر وطبيعة الرخصة التي تحددها دائرة التنمية الاقتصادية لكل إمارة ، ألا انه ثمة شروط اساسية تتطلبها تلك الجهات الرسمية كشرط الجنسية او الإقامة او الأهلية المطلوبة او تحديد نوع النشاط وتحديد الاسم التجاري وتثبيت عنوان الإقامة مع تقديم الوثائق الرسمية المطلوبة⁽¹⁴⁾ .

والمطلع على تلك البيانات والوثائق يرى بانها تعكس وضع التاجر الالكتروني من حيث حالته المدنية والتجارية ، وبحسب طبيعته سواء كان تاجراً طبيعياً أو شخصاً معنوياً ، ويمكن القول بأن البيانات المطلوبة من التاجر تتحدد طبيعتها بثلاث اتجاهات: منها بيانات شخصية تخص التاجر كالاسم ومحل الميلاد والجنسية وقد اوجبت التعليمات الصادرة عن وزارة التجارة بالزامية ارفاق الوثائق المطلوبة التي تؤكد حالة التاجر المدنية والتجارية (كالبطاقة الموحدة او جواز السفر للأجنبي ، بطاقة السكن)⁽¹⁵⁾ والاسم والاسم التجاري للتاجر الفرد مع كود (QR)⁽¹⁶⁾ وبالنسبة للشركات فيجب ارفاق (شهادة تأسيس الشركة تحتوي على كود QR ، وشهادة فتح فروع الشركة الاجنبية تحتوي على كود QR)⁽¹⁷⁾ فضلاً عن الترخيص والهوية الضريبية⁽¹⁸⁾ .

ووفقاً لنظام تنظيم التجارة الالكترونية فان التاجر ملزم بإخطار الوزارة بالتغيرات التي تطرأ على حالته المدنية



بواسطة تطبيقات الهاتف او نقاط البيع او البوابات الالكترونية
او اجهزة الصراف الآلي⁽³⁵⁾ .

8- **صفحة مخصصة للأسئلة الشائعة والاستفسارات**⁽³⁶⁾ :
ويلتزم التاجر ان يوفر في متجره الإلكتروني خياراً يدعم
طرح الاسئلة والاستفسارات لتحقيق التفاعل بين الاطراف
بصورة تلائم طبيعة التجارة الالكترونية.

9- **الافصاح عن الوقت المحدد للرد على الطلبات أو
الشكاوى**⁽³⁷⁾ : لتعزيز الثقة والشفافية في التعامل الإلكتروني
يلتزم التاجر بتوفير هذه الميزة المهمة للزبون .

10- **توضيح سياسة الاستبدال والارجاع بشكل مفصل
ودقيق**⁽³⁸⁾ : ويقصد بسياسة الاستبدال والارجاع تفعيل
مجموعة من الإجراءات والامر في المتجر الإلكتروني
لتنظيم عملية استبدال او ارجاع المنتجات والبضائع واسترداد
قيمتها من التاجر⁽³⁹⁾ ، ويتحدد الغرض من توفير هذه الخدمة
إلى توضيح الشروط والأحكام المتعلقة بإمكانية استبدال او
إرجاع المنتجات او الخدمات ، بما في ذلك الفترة المسموحة
للاستبدال او الإرجاع ، وشروط حالة المنتج لقبول الاستبدال
او الإرجاع، وطرق تقديم طلب الاستبدال او الإرجاع وغيرها
من التفاصيل التي تتطلبها هذه الخدمة .

11- **المدة والوقت المتوقع لتوصيل البضاعة او تقديم
الخدمة**⁽⁴⁰⁾ : يلزم التاجر بتحديد المدة والوقت اللازم لإيصال
المنتج .وذلك ليتمكن الزبون نت ترتيب أوضاعه وفقاً لميعاد
التسليم ولضمان وصول البضاعة دون تأخير او تلف يصيبها.

**المبحث الثاني: التزام التاجر الإلكتروني بحماية بيانات
الزبون**

حرص نظام تنظيم التجارة الالكترونية على حماية خصوصية
بيانات الزبون، والزم التاجر الإلكتروني او من يتولى عملية
المعالجة احترام المعلومات التي يقدمها الزبون في نطاق
التعامل الإلكتروني، ولأهمية هذا الالتزام سنوضح مضامينه
من خلال المطالب الآتية: -

المطلب الاول: تعريف بيانات الزبون

تقتضي الضرورة تحديد مفهوم دقيق وواضح لبيانات الزبون
التي يجب حمايتها من قبل التاجر الإلكتروني للتأكد من حسن
تنفيذ التاجر لالتزامه ، وقد أورد نظام تنظيم التجارة
الالكترونية مفهوماً لـ(البيانات) بالقول (كل بيان مهما كان
شكله أو مصدره ، ويدخل بصورة مباشرة أو غير مباشرة
عند التعامل بالتجارة الالكترونية)⁽⁴¹⁾ وأبرز ما يلاحظ على
التعريف أنه أتمم بالعمومية حيث وصف البيانات بأنها (كل
بيان...) فالبيانات التي تجب حمايتها وردت على سبيل المثال
وعدم تحديد نطاق البيانات هو الرغبة في مد الحماية الى
جميع البيانات مهما كان طبيعتها، وأياً كان صفة الزبون
شخصاً طبيعياً أو معنوياً ، فأي بيان أو معلومة يتم تقديمها
في التعامل الإلكتروني تكون محلاً للحماية ، بما فيها البيانات
الشخصية للزبون كاسمه ولقبه وعنوان بريده الإلكتروني
وصوره الشخصية ومكان إقامته أو عمله وسواء كانت تلك
المعلومات ذات صلة برقم بطاقة تعريفه او بياناته المصرفية
كرقم حسابه المصرفي وكلمات المرور والتفاصيل البيومترية
والبيانات جميعها اللازمة لتحديد هوية الزبون ، وقد عزز

2- **رقم اجازة ممارسة التجارة الالكترونية**⁽²⁵⁾ : من
الضروري أيضاً تحديد رقم اجازة ممارسة التجارة
الإلكتروني الذي تمنحه وزارة التجارة والذي يعد أداة تعريفية
رسمية تتضمن بيانات التاجر الإلكتروني الشخصية
والموضوعية والرقم التسلسلي لتميز الاجازة الممنوحة عن
غيرها وسنة الاصدار والجهة المانحة والذي يعد قرينة
لاستيفاء شروط التسجيل .

3- **وسائل الاتصال المتاحة**⁽²⁶⁾ : يجب تحديد الوسيط
الإلكتروني الذي يربط أطراف العلاقة إلكترونياً والذي يعني
التقنية المستخدمة في التجارة الالكترونية كأن تكون تطبيقات
الالكترونية ، أو مواقع إلكترونية ، أو وسائل التواصل
الاجتماعي⁽²⁷⁾ .

4- **سياسة الخصوصية الخاصة بحماية بيانات الزبون**⁽²⁸⁾ :
يقصد بسياسة الخصوصية الوثيقة القانونية التي تبين طريقة
جمع واستخدام وحماية البيانات الشخصية التي يدلي بها
الزبائن على موقع الويب أو تطبيق الهاتف أو أي منصة
أخرى عبر الأنترنت يستخدمها التاجر في نشاطه ، وتحدد
سياسة الخصوصية في الغالب طبيعة المعلومات التي يتم
جمعها، والغرض التي يتم استخدامه لأجله، وسياسة المشاركة
والكشف عن المعلومات للأطراف الأخرى، والإجراءات
الأمنية المتخذة لحماية هذه المعلومات، بالإضافة إلى
الخيارات التي يتم تقديمها للزبائن للتحكم في استخدام
معلوماتهم الشخصية⁽²⁹⁾، ويقع على عاتق التاجر الإلكتروني
تحديد الآلية التقنية المستخدمة لحماية بيانات الزبون وتعني
مجموعة البرامج والتقنيات التي تدعم نظام الحماية كالتشفير
او التصديق الإلكتروني او برامج جدران الحماية المتخذة في
سبيل دعم الثقة والامان في التعامل الإلكتروني⁽³⁰⁾، وقد كرس
المشرع العراقي اجراءات الحماية عندما فرض على التاجر
تشفير جميع بيانات الزبون واتباع افضل الممارسات في
مجال الامن السيبراني⁽³¹⁾ .

5- **اجراءات تلقي الشكاوى ، وكيفية معالجتها ، والوقت
المحدد للإجابة**⁽³²⁾ . يلزم التاجر اتخاذ الاجراءات وتهيئة
المستلزمات التي تضمن التواصل مع الزبون الإلكتروني من
خلال توفير الوسائل اللازمة لذلك لضمان بيئة رقمية آمنة
تسودها الثقة والشفافية.

6- **توفير خيارات لإلغاء الحساب ، وإيقاف الإشعارات ،
وحذف جميع البيانات المتعلقة بحساب الزبون**⁽³³⁾ : يهدف
هذا الاجراء الى توفير الامكانات التقنية التي تضمن للزبون
حذف بياناته الشخصية عند التعامل الإلكتروني كي لا يتم
تداولها او استعمالها لأغراض غير مشروعة من قبل التاجر
او الغير .

7- **وسائل الدفع المتاحة ، ويجب تضمين آلية للدفع
الإلكتروني بالنسبة للتطبيقات والمواقع الالكترونية**⁽³⁴⁾ :
وتعني تحديد الاداة التي تسمح بتحويل الاموال وفق آلية او
تقنية الكترونية ، أي تهيئة قناة للدفع الإلكتروني باستخدام
وسيلة الكترونية تمكن الزبون من الوصول الى استخدام
حساب الدفع الإلكتروني والخدمات المرتبطة ومن خلال
ادوات الدفع الإلكتروني لإجراء عملية الدفع الإلكتروني



تلك الاساليب تقنياً وقانونياً ، وقد أشار نظام التجارة الالكترونية والقانون الاماراتي الى جملة من التدابير الرامية الى حماية بيانات الزبون ، اذ اوجب نظام التجارة الإلكترونية الى اتباع سياسة خصوصية لحماية بيانات الزبون وفرض على التاجر اتباع أساليب تقنية كشف بيانات الزبون واعتماد الممارسات والمعايير الدولية في مجال الامن السيبراني لحماية المتجر من الاعتداء الالكتروني(47) ، وأشار المشرع الإماراتي الى ضرورة توفير بيئة رقمية آمنة تقنياً من خلال اعتماد وسائل تقنية تضمن حماية البيانات وتحقيق معايير الامن الالكتروني والامن السيبراني والحد من تجاوزات القرصنة(48) وتأسيساً على ذلك يعد توفير المتطلبات التقنية والقانونية اللازمة لحماية بيانات الزبون احد أدوات تنمية وازدهار التجارة الالكترونية في الوقت الذي يشهد التعامل الالكتروني تبادل واسعاً للبيانات المطلوبة لإتمام عملية التعاقد مما يجعل تلك البيانات عرضة للانتهاك واستخدامها لأنشطة ضارة بالزبون الامر الذي يحجم من ثقته ويمنح الفرصة للتجاوز عليها .

الفرع الثاني : دعم الثقة في التعامل الالكتروني : تعد الثقة عاملاً مهماً لديمومة العلاقات والتبادلات الاقتصادية ، فالتجارة الالكترونية نشاط اقتصادي رقمي لا يعتمد وجوداً مادياً لأطراف المعاملة الالكترونية ، مما يجب معه أضعاف الثقة والامان لتحفيز النشاط التجاري الرقمي وتنميته(49) ، وذلك بهدف تحقيق قدر من الثبات للحقوق والمراكز القانونية للأشخاص المتعاملين بها ، ولحماية بيانات الزبون دور حاسم في تعزيز بيئة تجارية آمنة ، ومن مظاهر دعم هذه الثقة توفير وسائل الحماية التقنية الكافية بطريقة توفر الطمأنينة للزبون من أي خطر يهدد بياناته من طرف التاجر الالكتروني نفسه أو من الاغيار ، وقد تضمن نظام تنظيم التجارة الالكترونية(50) والقانون الإماراتي(51) نصوصاً تعزز الثقة في صحة المعاملات وسلامتها من خلال إتاحة الفرصة للزبون للوصول الى بياناته الشخصية وتوضيح أي مساس يطرأ عليها وتوفير آلية تمكنه من الاطلاع على سياسة الخصوصية التي يتبعها التاجر الالكتروني وبيان الضوابط والاحكام التي تلائم الزبون وكيف يتم تخزينها .

ويمكن القول ان التعامل مع بيانات الزبون بطريقة آمنة يشجع رضا الزبون ويكسب ثقة العملاء في التواصل مع المتجر الالكتروني مما يدعم فرص المنافسة بين التجار ويرفع جودة المنتجات المعروضة ويوفر ميزة الاستمرار للمتجر الالكتروني.

المطلب الثالث: التزامات التاجر الالكترونية في نطاق التعامل مع بيانات الزبون

في البدء يمكن القول ان الدستور العراقي لسنة 2005 وضع أساساً دستورياً لحق الخصوصية إذ أقر في المادة (17/أولاً) بأن للفرد الحق في الخصوصية كحق دستوري أساسي وضمنه مهمة تكفل حمايته ألا ان القانون لم يضع آليات لحماية هذا الحق ولم ينظمه تفصيلاً، وقد أولى نظام تنظيم التجارة الالكترونية أهمية خاصة لحماية بيانات الزبون، اذ حرص على وضع جملة من الضوابط التي يلتزم بيها التاجر الالكتروني للتعامل مع تلك البيانات، نوضحها من خلال الفقرات الآتية:

قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية سمة العمومية في مفهوم البيانات عندما أشار الى تعريف المعلومات بأنها (البيانات والنصوص والصور والأشكال والاصوات والروز وما شابه ذلك التي تنشأ أو تدمج أو تخزن أو تعالج أو ترسل بوسائل الكترونية)(42) ويقترن النص بصياغته أعلاه من القانون الإماراتي الذي حدد مفهوم البيانات بانها (أي بيان أو معلومة يمكن تخزينها ومعالجتها وتوليدتها ونقلها بوسيلة من وسائل التقنية الحديثة من حروف أو أرقام أو رموز أو نصوص أو صور أو اصوات والمرتبطة بالسلعة أو الخدمة أو الاطراف أو عمليات الدفع أو غيرها)(43) ، وينتقد التعريف في اعلاه انه وسع من مفهوم البيانات لتشمل اي صورة من صور المعطيات (ارقام ،صور، احرف..) دون تفرقة بين البيانات العامة والبيانات الحساسة.

ويضيف أحد الباحثين ان مفهوم البيانات يتحدد بالمعلومات الشخصية للزبون والى تصرف الى حياته الخاصة كالبيانات الاسمية او معلومات مركزه المالي او وظيفته(44) ، الا ان التعريف المتقدم قاصر عن توضيح مفهوم البيانات بشكل دقيق اذ انه حصر البيانات بتلك المتعلقة بالشؤون الخاصة في حين أغفل نمطاً آخر من البيانات المهمة التي تتعلق بحياته الصحية او البيومترية او الاجتماعية او الفيزيولوجية فضلاً عن انه لم يفرق بين البيانات الخاصة والبيانات الحساسة مما يسبب اشكالية في التطبيق ، ويذهب رأي الى تعريف البيانات بانها بيانات يغلب عليها حرمة الحياة الخاصة للزبون والتي يمكن من خلال معطياتها وصف حالته وسلوكه او رغبته التسويقية(45) ، ويوصف التعريف المتقدم بأنه غير دقيق اذ انه اورد مفهوماً للبيانات يغلب عليها حرمة الحياة الخاصة مما يعني ان بعض البيانات التي لا ترتبط بالخصوصية لا يشملها مفهوم البيانات كما انه اغفل ذكر بعض البيانات ذات الطبيعة الصحية والبيومترية والنفسية وغيرها .

وتأسيساً على ذلك يمكن القول ان البيانات هي كل معلومة بغض النظر عن شكلها او مصدرها والتي تجعل شخصاً طبيعياً محدد او يمكن تحديده بصفة مباشرة او غير مباشرة بالاعتماد على عنصر او أكثر من العناصر المميزة له.

المطلب الثاني: أهمية حماية بيانات الزبون

ان حماية بيانات الزبون يعد وسيلة مهمة لاستدامة العمل التجاري والالكتروني وكسب ثقة الزبون، ويمكن ملاحظة تلك الاهمية من خلال الفرعين الآتيين: -

الفرع الاول : توفير الحماية من مخاطر الفضاء الرقمي :

لعل من اهم المشكلات التي تعترض نمو التجارة الالكترونية هو المخاطر التي تهدد خصوصية الزبون الالكتروني التي لها صلة وثيقة بشخصية الانسان وكرامته ، فالتطورات التكنولوجية المتلاحقة وسياسة العولمة الاقتصادية أفضت الى اتساع نطاق تبادل المعلومات الكترونياً مما نجم عنه ظهور تجاوزات على مستوى بيانات الزبون من قبل التجار والشركات التي أساءت استخدامها لغرض الاستفادة منها تسويقياً وتجارياً(46) ، ولم يقف الامر عند هذا الحد بل أخذت الاساءة منحي آخر من خلال توظيف آليات برمجية كالهجمات السيبرانية والقرصنة واستغلال المعلومات لغرض التشهير والتزوير والابتزاز من قبل التجار مما يتطلب ردع



1- ان تكون البيانات التي تم جمعها ضرورية وفي ضوء الاهداف المحددة والمشروعة والاصولية، إذ أشار نظام تنظيم التجارة الالكترونية الى أنه (على التاجر الالكتروني جمع البيانات الضرورية فقط لتحقيق الاغراض المحددة والمشروعة والمتوافقة مع القوانين والتشريعات المعمول بها)⁽⁵²⁾ وتضمن النص جملة من المبادئ والاسس التي يلتزم بها التاجر عند جمعه للبيانات فأشار الى ان تكون البيانات ضرورية ومعنى كونها ضرورية ان تكون ملائمة ومناسبة لمقتضيات ابرام المعاملات التجارية وغير مفرطة بالنظر الى الغاية التي تم على أساسها تجميعها ومعالجتها⁽⁵³⁾ ، وتحدد الغاية من جمع البيانات على أساس مبدأ المشروعية والمحدودية والتناسب، ويتجسد مفهوم مشروعية البيانات بأن يتم جمع البيانات في إطار مشروع ، فالمشروعية أحد أهم الضمانات التي يتم في أطرها معالجة بيانات الزبون ، بطريقة شفافة ونزيهة و ذلك وفق المقتضيات القانونية اللازمة والإجراءات المنصوص عليها في ضوء الانظمة والتعليمات ، وتعني المحدودية ان تكون بيانات الزبون مجمعة لغايات محددة وواضحة ، وأن تكون المعالجة اللاحقة متناسبة مع هذه الغايات ووفق الاهداف التي تم على أساسها تجميع البيانات ، ويشير مبدأ التناسبية الى ان تكون البيانات ضرورية ومناسبة وغير مفرطة بالنظر الى الغايات التي تم على أساسها تجميعها ، ويثير تطبيق هذا المبدأ رغم وضوحه إشكالية مفادها صعوبة تقدير الطابع الضروري والملائم للبيانات مما يعقد تحديد معيار دقيق للبيانات .

6- التزام التاجر الالكتروني بعدم استخدام بيانات الزبون ونقلها الى الغير⁽⁶²⁾ : فعندما يقوم التاجر بجمع البيانات يقع عليه ان يتوخى حسن النية في استخدام البيانات ومعالجتها ، وترتيباً على ذلك لا يحق للتاجر استخدام بيانات الزبون لأي غرض آخر لا يدخل في نطاق التعامل الالكتروني بأي شكل من الاشكال ، كما ان نقل بيانات التاجر الالكتروني دون مسوغ قانوني وبطريقة غير مصرح بها من الزبون يعرض التاجر للمسؤولية القانونية اذا ثبت تقصيره⁽⁶³⁾ .

المبحث الثالث: التزام التاجر الالكتروني بأعلام الزبون قبل التعاقد الالكتروني

تضمن نظام تنظيم التجارة الالكترونية نصوصاً صريحة عن التزام التاجر بضرورة اعلام الزبون عن الخصائص الجوهرية للبيع الالكتروني حيث عمد القانون الى توفير جملة من البيانات الواجبة لضمان صحة العقد الالكتروني سنتناولها من خلال المطالب الآتية: -

المطلب الاول : تعريف الالتزام باعلام الزبون وخصائصه⁽⁶⁴⁾:-
ان الالتزام بالإعلام يعد من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بين التاجر الالكتروني والزبون مما يقتضي الامام بمضمونه من خلال تحديد مفهومه وخصائصه وفق الفروع الآتية: -

الفرع الاول: تعريف الالتزام باعلام الزبون

يعدُّ الالتزام بالأعلام أحد أهم الوسائل القانونية في مجال حماية الزبون في التعاقد الالكتروني ويعرف بأنه (التزام عام يقع على عاتق المتعاقد الالكتروني الذي يعلم احوال بضاعته لصالح الزبون الذي يجهل تفاصيل البضاعة)⁽⁶⁵⁾ ، يلاحظ على التعريف انه يميل الى وصف طبيعة الالتزام بأنها لمصلحة الزبون الا ان هذا الالتزام في جوهره يعد التزاماً قانونياً عاماً وضع لحماية نظام التعاقد بشكل عام، كما انه يضيق نطاق الالتزام بالبضاعة فقط في حين يشمل التعاقد الالكتروني الخدمات الرقمية أيضاً.

وعرّف ايضاً بأنه (الالتزام قانوني سابق على التعاقد يتمثل في الادلاء بالمعلومات التي تسهم في تنوير إرادة الزبون)⁽⁶⁶⁾، وجاء التعريف بصياغة اكثر دقة من سابقه الا انه يحصر الالتزام بالمرحلة السابقة على العقد بينما يمتد هذا الالتزام في احيان كثيرة الى مرحلة تنفيذ العقد كالتزام التاجر باعلام الزبون عن كيفية استعمال المنتج او شروط الضمان .

1- ان تكون البيانات التي تم جمعها ضرورية وفي ضوء الاهداف المحددة والمشروعة والاصولية، إذ أشار نظام تنظيم التجارة الالكترونية الى أنه (على التاجر الالكتروني جمع البيانات الضرورية فقط لتحقيق الاغراض المحددة والمشروعة والمتوافقة مع القوانين والتشريعات المعمول بها)⁽⁵²⁾ وتضمن النص جملة من المبادئ والاسس التي يلتزم بها التاجر عند جمعه للبيانات فأشار الى ان تكون البيانات ضرورية ومعنى كونها ضرورية ان تكون ملائمة ومناسبة لمقتضيات ابرام المعاملات التجارية وغير مفرطة بالنظر الى الغاية التي تم على أساسها تجميعها ومعالجتها⁽⁵³⁾ ، وتحدد الغاية من جمع البيانات على أساس مبدأ المشروعية والمحدودية والتناسب، ويتجسد مفهوم مشروعية البيانات بأن يتم جمع البيانات في إطار مشروع ، فالمشروعية أحد أهم الضمانات التي يتم في أطرها معالجة بيانات الزبون ، بطريقة شفافة ونزيهة و ذلك وفق المقتضيات القانونية اللازمة والإجراءات المنصوص عليها في ضوء الانظمة والتعليمات ، وتعني المحدودية ان تكون بيانات الزبون مجمعة لغايات محددة وواضحة ، وأن تكون المعالجة اللاحقة متناسبة مع هذه الغايات ووفق الاهداف التي تم على أساسها تجميع البيانات ، ويشير مبدأ التناسبية الى ان تكون البيانات ضرورية ومناسبة وغير مفرطة بالنظر الى الغايات التي تم على أساسها تجميعها ، ويثير تطبيق هذا المبدأ رغم وضوحه إشكالية مفادها صعوبة تقدير الطابع الضروري والملائم للبيانات مما يعقد تحديد معيار دقيق للبيانات .

2- اعلام الزبون بالبيانات التي سيتم جمعها : تضمن نظام تنظيم التجارة الالكترونية نصاً يقضي بإلزام التاجر الالكتروني بأعلام الزبون عن البيانات التي سيتم جمعها والغرض منها ، وجمع البيانات هي مرحلة اولية يتم فيها تحديد البيانات وتنظيمها وذلك لاستعمالها فيما بعد ، ويفسر الاعلام بأنه إجراء قانوني يهدف الى حماية الزبون عن طريق أخذ موافقته المسبقة عن البيانات الضرورية المطلوبة للمعاملة الالكتروني⁽⁵⁴⁾.

3-معالجة بيانات الزبون بطريقة قانونية وشفافة⁽⁵⁵⁾ : يقصد بمعالجة المعلومات نظام الالكتروني او برامج حاسوب تستخدم لإنشاء المعلومة او ارسالها او تسليمها او معالجتها او تخزينها⁽⁵⁶⁾ ، وتأسيساً لذلك يجب ان يكون الغرض من المعالجة ضمن الإطار المشروع ، فالعمليات التي يقوم بها التاجر بوسيلة الكترونية والتي يكون غرضها معالجة البيانات بطريقة غير نزيهة تنهض معه مسؤولية التاجر القانونية ، ولغرض تمكين الزبون من متابعة طريقة معالجة تلك البيانات أجاز نظام التجارة الالكترونية للزبون الوصول الى بياناته الشخصية وايضاح اي تعديل يطرأ عليها⁽⁵⁷⁾.

4- تخزين البيانات بشكل آمن⁽⁵⁸⁾ : يلتزم التاجر الالكتروني باتخاذ جميع التدابير التقنية والتنظيمية الملائمة لخرن البيانات وتأمينها حفاظاً على سريتها وعدم تعرضها للتلف او الضياع⁽⁵⁹⁾.

5- الاحتفاظ بالبيانات لمدة زمنية كافية⁽⁶⁰⁾، ويعرف بـ(تأقيت التخزين) او مبدأ محدودية مدة حفظ البيانات ومعناه قدرة الزبون على التحكم في آثاره الرقمية العامة والخاصة على



المطلب الثاني: التزامات التاجر الإلكتروني في نطاق التعاقد الإلكتروني

تكتسب البيانات والمعلومات في مجال العقد الإلكتروني أهمية كبيرة وذلك بحكم تباعد الاطراف المتعاقدة كما ان وسيلة التواصل الكترونية ، فالزبون لا يتفحص المنتج بل يرى ما يعرض عبر المتجر الإلكتروني كما ان بيانات السلع والخدمات محل العقد يتلقاها الزبون من التاجر. لذلك تدخل المعلومات ضمن نطاق التزامات التاجر الإلكتروني للضرورة التي تملئها البيئة الرقمية⁽⁷³⁾.

يعد الالتزام بإعلام الزبون الإلكتروني التزام واحد في جميع الظروف ألا ان مضمونه متغير يختلف بحسب ظروف وملابسات التعاقد ، لذلك ينحدر هذا الالتزام من الالتزام بالإفصاح عن بيانات البضاعة ويقتصر على التزام التاجر بإعلام الزبون بكل ما من شأنه تحقيق مصلحته حول صفات وخصائص السلعة او الخدمة ليبرم مرحلة الالتزام بالتحذير والذي ينطوي على تنبيه الزبون من المخاطر الناجمة عن التعاقد والضرر الذي يمكن ان يسببه المنتج⁷⁴ مع التأكيد على ان يشمل التحذير الاخطار المحتملة مع إتاحة الفرصة للزبون بطريقة يسهل معرفتها وبشكل بارز كي يمكن إدراكها من قبل الزبون وصولاً الى مرتبة الالتزام بالنصح والذي يمثل أعلى درجة يمكن ان يصلها التاجر من خلال تقديم المبادرة في تحليل رغبات الزبون عندما لا يمكن بشكل واضح من خلال عرض بيانات البضاعة بشفافية وتوفير خدمة الاستفسار والدعم وتغيير خاصية التأكيد الإلكتروني⁽⁷⁵⁾، وقد كرس نظام تنظيم التجارة الإلكتروني هذه الالتزام من خلال حث التاجر الإلكتروني على إتاحة الفرصة للزبون في تأكيده طلب شراء المنتج عن طريق ارسال رسالة للزبون تتضمن بيانات المنتج كاملة ولا يعد العقد مبرماً الا في حالة تأكيد الزبون موافقته على ما ذكر في الرسالة⁽⁷⁶⁾.

وحرص نظام تنظيم التجارة الإلكترونية على تكريس جملة البيانات التي تجب توفرها لغرض احاطة الزبون بالمعلومات التي تخص آلية التعاقد وتفصيل البضاعة اذ أشار النص بأنه (على التاجر الإلكتروني قبل ابرام العقد توفير البيانات الآتية:

الاجراءات الواجب اخذها لإبرام العقد⁽⁷⁷⁾ وينصرف مضمون تلك الاجراءات الى المتطلبات القانونية والتقنية التي يحتاجها التعاقد الإلكتروني كالنثبت من شخصية المتعاقد والتحقق من أهلية الزبون ومتطلبات عرض المنتجات بشكل يسهل للزبون الاطلاع عليها واثبات هوية الاطراف باستخدام الوسائل الإلكترونية لضمان صحة التعاقد واتمام اجراءات اثبات المستندات الإلكترونية⁽⁷⁸⁾ ، ومن ضمن الالتزامات الملقاة على عاتق التاجر الإلكتروني تهيئة (**البيانات المتعلقة بالتاجر الإلكتروني**)⁽⁷⁹⁾ أذ من الضروري معرفة بيانات التاجر الشخصية والموضوعية ليتمكن الزبون من معرفة جهة التعاقد وتحديد مركزه المالي وحالته وتسهيل رجوعه على التاجر في حال حدوث خلل في العقد المبرم بينهما ، في وقد الزم المشرع الاماراتي على التاجر الإلكتروني تحديد هويته الرقمية عن طريق ذكر البيانات والعناصر التي تُعرف التاجر وتثبت وجوده القانوني على الانترنت⁽⁸⁰⁾ ونرى ان هذا الاجراء يجب ان يمتد الى الزبون أيضاً فيتم الاعلان عن

ونرجح التعريف الذي يرى بان الالتزام بالإعلام هو (التزام قانوني عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد او اثناء تنفيذه ، ويتعلق بكافة المعلومات الجوهرية اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم)⁽⁶⁷⁾.

الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالإعلام

يتميز اعلام الزبون بجملة من الخصائص التي تميزه عن غيره من المصطلحات المشابهة أهمها: -

أولاً: ان الالتزام بالإعلام يعد التزاماً قانونياً يهدف الى تنوير رضا الزبون

يعد الالتزام بالإعلام التزام قانوني مستقل عن العقد يجب الوفاء به في المرحلة السابقة على التعاقد لاعتبارات تتعلق بضرورة التزام التاجر الإلكتروني بإحاطة الزبون بالبيانات التجارية وخصائص المنتج او الخدمة قبل التعاقد الإلكتروني ، ويستمد هذا الالتزام أساسه من المبادئ العامة للقانون كمبدأ حسن النية الذي يستند الى الصدق والامانة في مواجهة الزبون كما يُبرر الزامية اعلام الزبون الى تحقيق التوازن المعرفي بين اطراف العقد الإلكتروني⁽⁶⁸⁾ ، إذ تلعب البيئة الرقمية دوراً فاعلاً في خلق مركز الضعف لدى الزبون في درايته بالمعلومات المحيطة بالتعاقد والتي تبده ملامحه قبل ابرام العقد عن طريق أساليب الضغط والامكانات الاقتصادية التي يمتلكها التاجر من خلال وسائل الدعاية والترويج المضلل للمنتجات ، فالفاوت وعدم المساواة في العلم يعد من الاسس المهمة التي يقوم عليها الالتزام بالإعلام قبل التعاقد⁽⁶⁹⁾ ، فالزبون يفقد المعرفة اللازمة للمعلومات المحيطة بمحل العقد ومدى ملائمته لرغباته واشباع حاجاته في مقابل عنصر الاحتراف التي يتصف بها التاجر الإلكتروني .

ثانياً: ان الالتزام بالإعلام يعد التزاماً ببذل عناية

يرى الرأي الغالب من الباحثين⁽⁷⁰⁾ والقضاء الفرنسي⁽⁷¹⁾ الى ان الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية لا بتحقيق نتيجة ذلك ان وظيفة التاجر الإلكتروني تتحدد في تمكين الزبون من التزود بالمعلومات الجوهرية بصورة واضحة ودقيقة وليس بمقدور التاجر الزام الزبون باتباعها كما انه لا يضمن مدى استيعابها من قبل الزبون ، وانما يتعهد التاجر بتقديم المعلومات للزبون لتتوير إرادته وليحسن اختياره لذلك لا تنهض مسؤولية التاجر الإلكتروني الا اذا أثبت الزبون ان التاجر لم يتخذ الحيطة اللازمة التي التزم بها .

ويمكن القول انه اذا كانت القاعدة العامة ان التزام التاجر الإلكتروني هو التزام ببذل عناية فان قابلية ان يتحول الالتزام الى تحقيق نتيجة ممكناً خصوصاً عندما يرد التعامل على اشياء خطيرة او في حال تعمد التاجر اخفاء او تدليس الخصائص الجوهرية للمنتج او الخدمات ففي هذه الحالة يكون التاجر ملزماً بإثبات تنفيذه لالتزامه بتقديم المعلومات ، وقد رتب المشرع عن الاخلال بهذا الالتزام تعليق الاجازة الممنوحة للتاجر الإلكتروني لمدة لا تزيد عن سنة في حال اهماله تقديم المعلومات اللازمة عن المنتج او الخدمة محل العقد الإلكتروني⁽⁷²⁾ .



وتعبيراً عن حماية الثقة والنزاهة في التسوق الإلكترونية منع نظام التجارة الإلكترونية العراقي⁽⁹⁸⁾ والمشرع الإماراتي⁽⁹⁹⁾ المظاهر التسويقية والحملات الترويجية التي يستخدمها التاجر في الاعلان الإلكتروني، واشترط الحصول على موافقة الزبون الصريحة عن الاعلان قبل ارساله الى الزبون، كما اتاح للزبون طلب وقف إرسال الاعلانات والاشعارات، وتعد هذه الاجراءات ضرورية لضمان الشفافية والحد من المنازعات القضائية والسعي الى تحقيق العدالة التعاقدية التي تنبع من الاعلان الصادق البعيد عن مظاهر الغش والخداع.

وحسناً فعل المشرع بالنص على الشروط والضوابط اللازمة للتعاقد الإلكتروني ويأتي ذلك ضمن السعي الى تكريس المشروعية ومبدأ حسن النية التي تقتضي ان يعلم الزبون بالمسائل الجوهرية في التعاقد بالنظر للمخاطر الناتجة عن التعاقد الإلكتروني الذي يعد مجالاً رقمياً لا مادي يشجع من امكانية التلاعب والخديعة من قبل التاجر الإلكتروني.

الخاتمة:

بعد ان انتهينا من بحثنا الموسوم (المركز القانوني للتاجر الإلكتروني في ضوء المستجدات القانونية-دراسة تحليلية مقارنة)، توصلنا الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات نوجزها من خلال الآتي:-

أولاً: الاستنتاجات:

1- على الرغم من ان مفهوم المركز القانوني للتاجر الإلكتروني يتحدد بالوضع القانوني للتاجر سواء كان شخصاً طبيعياً او معنوياً وما يترتب عليه من حقوق وواجبات، الا ان الاحكام المنظمة جاءت ذات صبغة تغلب عليها حماية الزبون ويقف وراء ذلك اعتبارات قانونية واقتصادية واجتماعية ناتجة عن مراعاة الزبون بوصفه الحلقة الاضعف في الرابطة القانونية مع التاجر.

2- تعد الرخصة التجارية مكنة قانونية تضيء المشروعية لممارسة النشاط الرقمي كما تعد وسيلة مهمة لتحديد الهوية الرقمية للتاجر ورغم أهميتها لم يحدد القانون العراقي مدة معينة لتقديم طلب الحصول على الاجازة كما لم ينص على مدة محددة لإخطار السلطات الادارية بالتغيرات التي تطرأ على أوضاع التاجر مما قد تتخذ مدعاة للمماطلة والخداع.

3- ان تبادل المعلومات والبيانات عبر المجال الالكتروني افضى الى ظهور تجاوزات على مستوى تلك البيانات مما حدى بالمشرع العراقي وضع التدابير القانونية والتقنية لحمايتها على الرغم من ضعف آليات الرقابة الادارية الفعالة لضمان الامتثال الكامل وقلة البنى التحتية الرقمية.

4- دأب المشرع العراقي الى ضرورة التزام التاجر الإلكتروني بإعلام الزبون قبل التعاقد، الا ان نظام تنظيم التجارة الإلكترونية جاء خالياً من وجوب مراعاة اللغة الام للزبون بوصفها شكلاً من أشكال الحماية للزبون كي ينسئ له فهم وأدراك مضمون العقد الذي ينوي ابرامه فالألفاظ والمصطلحات الفنية والقانونية غير المألوفة او التي تختلف عن دولة الزبون من شأنها إرباك الزبون واثارة المنازعات.

هويته وأهليته لما لها من أهمية في تحقيق صحة العقد الإلكتروني، وألزم نظام تنظيم التجارة الإلكتروني والمشرع الإماراتي⁽⁸¹⁾ التاجر الإلكتروني **بـ (وصف دقيق للمنتجات او الخدمات)**⁽⁸²⁾ اي تحديد المنتج ووصفه وبيان طريقة تغليفه وصيانته واستعماله او اتلافه وتكمن فائدة ذلك الى تمكين الزبون من اتخاذ قرارات مستنيرة ومستندة الى معلومات واضحة ودقيقة بهدف تلافي حالة الغش والخداع التي يرتكبها التاجر مستغلاً طبيعة التجارة الإلكترونية التي يصعب فيها تحسس البضاعة ومعاينتها⁽⁸³⁾، وفرض نظام التجارة الإلكترونية على التاجر تحديد **(اجمالي السعر الذي يشمل جميع الاجور والضرائب والتكاليف الاضافية المتعلقة بالتسليم ان وجدت)**⁽⁸⁴⁾ وتحديد السعر يعد عنصر جوهري في البيع الإلكتروني، وتتجسد الغاية منه في تعزيز الثقة والشفافية في التعامل الإلكتروني وليكون الزبون على بينة بأسعار المنتج من اجل الاختيار بين السلع والخدمات المعروضة، ومن جملة الالتزامات التي وضعها نظام التجارة الإلكترونية تحديد **(آلية الدفع)**⁽⁸⁵⁾ وهي الوسيلة التي يتم بمقتضاها الوفاء بالالتزامات المالية المترتبة الزبون من خلال الوسائط الإلكترونية كبطاقات الدفع الإلكتروني او المنصات الرقمية او التحويل المصرفي عبر الانترنت وغيرها من الوسائل⁽⁸⁶⁾، ومن ضمن التزامات التاجر الإلكتروني او يوضح **(أقصى مدة للتسليم)**⁽⁸⁷⁾ والمقصود بالتسليم وضع المنتج تحت تصرف الزبون بحيث يمكن الانتفاع به دون عائق وتحديد مدة للتسليم ضروري لضمان حق الزبون في الحصول على المبيع في وقت محدد تجنباً للضرر المحتمل للمنتج ويعزز رضا الزبون ويقلل من الشكاوى⁽⁸⁸⁾، ونص نظام تنظيم التجارة الإلكترونية على التزام التاجر بتحديد **(المدة المسموح بها لتصحيح الطلب أو الغائه)**⁽⁸⁹⁾ ويمثل ذلك خياراً مهماً للزبون للعدول عن عملية الشراء التي يندفع لها تحت تأثير الدعاية والاعلان المضلل، او باستخدام التاجر لقدرته في الاقتناع مما يسهل عملية ابداء الزبون رغبته في التعاقد دون ترو أو تأن أو حتى بدون معاينة وتفحص للمنتج، ومن الحقوق التي كفلها نظام تنظيم التجارة الإلكترونية للزبون توضيح **(آلية الاسترجاع - في حال عدم مطابقة المنتج للوصف المقدم)**⁽⁹⁰⁾ وذلك في الحالات يتم فيها خداع الزبون وتدليسه بالإعلانات المضللة، ويلتزم التاجر الإلكتروني بتوضيح **(آلية فسخ العقد)**⁽⁹¹⁾ كي يتمكن الزبون في ضوئها انهاء التعاقد نتيجة لإخلال الطرف الآخر في تنفيذ التزامه او عدم تنفيذه مطلقاً⁽⁹²⁾، ويلتزم التاجر الإلكتروني بتقديم **(خدمات ما بعد البيع - ان وجدت)**⁽⁹³⁾ والتي يتعهد بموجبها التاجر بخدمات الاصلاح والمراقبة والصيانة بعد تسليم المنتج لمدة معلومة وبحسب نوع المنتج⁽⁹⁴⁾ ومن الوسائل القانونية الهامة لضمان حقوق الزبون حرص نظام تنظيم التجارة الإلكترونية على الزام التاجر الإلكتروني إرسال المعلومات التي تتضمن المسائل الجوهرية في التعاقد الإلكتروني⁽⁹⁵⁾ الى الزبون ليعبر عن اقرار قبوله بالإيجاب الصادر من التاجر عند توكيده الموافقة على الرسالة المرسله اليه⁽⁹⁶⁾، وإمعاناً في حماية حقوق الزبون أوجب القانون على التاجر الإلكتروني وضع آلية واضحة تتيح للزبون تصحيح الاخطاء التي ترد في طلبه للمنتج او ضمان الرجوع عن التعاقد خلال مدة لا تتجاوز ميعاد تسليم المنتج او الخدمة او شحنها⁽⁹⁷⁾.



5- لم يتضمن نظام تنظيم التجارة الالكترونية على حق الزبون في تسلّم فاتورة الكترونية او قسيمة شراء تحتوي على البيانات والمعلومات اللازمة للتعاقد كونها تعد وسيلة اثبات قانونية وتمكن الزبون من ممارسة حقه في الاستبدال او الارجاع.

ثانياً: التوصيات

1- ندعو المشرع العراقي الى ضرورة تحديد مدة كأن تكون (30) يوم تبدأ منذ فتح المتجر الالكتروني ويتم خلالها طلب الرخصة لممارسة العمل التجاري الالكتروني.

2- ضرورة انشاء هيئة رقابية متخصصة تتبع وزارة التجارة تتولى مهمة فرض الرقابة المالية والادارية والتقنية للمساهمة في ضبط نشاط العمل التجاري الرقمي ومنع عمليات غسل الاموال وحماية الزبون الالكتروني من الممارسات غير المشروعة والطرق الاحتيالية التي يسلكها التاجر الالكتروني. تعمل بالتنسيق المباشر مع البنك المركزي العراقي وهيئة الاعلام والاتصالات من خلال مذكرات تفاهم لتبادل البيانات وتنظيم الاختصاصات.

3- نوصي المشرع العراقي الى وجوب إعلام الزبون باللغة التي يفهمها بوصفها مظهراً مهماً من مظاهر حمايته ووسيلة يمكن من خلالها معرفة مضمون العقد والشروط التعاقدية.

4- نأمل من المشرع العراقي الى تضمين نص يلزم التاجر الالكتروني تسليم الزبون فاتورة الكترونية او قسيمة شراء تحتوي على البيانات والمعلومات اللازمة للتعاقد كونها تعد وسيلة اثبات قانونية وتمكن الزبون من ممارسة حقه في الاستبدال او الارجاع.

5- بغية تفعيل نظام التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025 نأمل من الجهات الحكومية متمثلة بوزارة التجارة إصدار لائحة تنفيذية تفصيلية تحدد إجراءات منح الترخيص والجزاءات المفروضة بشأن مخالفتها.

المصادر

أولاً: الكتب

1- د. حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، بيروت، 1996.

2- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب 2، دار الكتب القانونية، مصر، 2007.

ثانياً: البحوث

1- د. أحمد علي حسن، حق المستهلك في استبدال أو رد السلعة أو الخدمة كوسيلة قانونية لحمايته (دراسة مقارنة)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، تصدر عن كلية الحقوق -جامعة المنصورة، العدد 83، 2023.

2- د. احمد محمد البلتاجي، اساس وخصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، تصدر عن كلية الحقوق -جامعة المنصورة، العدد 14، 89، 2024.

3- السيد احمد السيد فودة، الالتزام بالتسليم في البيع الالكتروني بين القانون المدني والفقہ الاسلامي، بحث منشور في المجلة القانونية،

4- حسين كركان حسين، الالتزام بالإعلام وأثره في حماية المستهلك وفق القواعد العامة – دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، تصدر عن الجامعة العراقية، العدد 57، ج 3.

5- خليفي مريم، الالتزام بالإعلام الالكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية، دفاقر السياسة والقانون، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح –الجزائر، العدد 4، 2011.

6- رقيعي اكرام، بلال سليمة، إشكالية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الالكتروني، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحوث القانوني، تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية –جامعة عبدالرحمان ميرة –الجزائر، المجلد 11، العدد 2، 2020.

7- زايد محمد، الالتزام بالأعلام في عقد الاستهلاك، بحث منشور في مجلة آفاق علمية، تصدر عن جامعة تامنغست –الجزائر، المجلد 12، العدد 4، السنة 2020.

8- زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية والسياسية، تصدر عن جامعة الوادي - الجزائر، المجلد 10، العدد 2، 2019.

9- د. صالحه لعمرى، حق المستهلك الالكتروني في العودل عن التعاقد في عقود التجارة الالكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، تصدر عن جامعة محمد خيدر بسكرة –الجزائر، المجلد 13، العدد 25.

10- علاء عمر محمد، التزام التاجر بتقديم خدمات ما بعد البيع، مجلة دراسات البصرة، تصدر عن جامعة البصرة، العدد 31، السنة 14، 2019.

11- ليليا قايدى، رشيد شميمش، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام، بحث منشور في مجلة الفكر القانوني والسياسي، تصدر عن جامعة عمار تليجي الاغواط –الجزائر، المجلد 6، العدد 1، 2022.

12- مقدم الياسين، حماية البيانات الشخصية للمستهلك في العقد الالكتروني، بحث منشور في مجلة الحقوق والعلوم السياسية، تصدر عن جامعة خنشلة –الجزائر، المجلد 10، العدد 5، السنة 2023.

13- د. مها رمضان بطيخ، الاطار القانوني للحق في النسيان عبر شبكة الانترنت، بحث منشور في مجلة الدراسات القانونية، تصدر عن كلية الحقوق –جامعة اسويط، العدد 61، ج1، 2023.

14- منير علي هليل، عبدالناصر علي الدهون، الاليات الاجرائية والموضوعية لحماية المستهلك في العقد الالكتروني، مجلة جدارا للدراسات والبحوث، تصدر عن جامعة جدارا –الاردن، العدد 8، 2022.

15- هبة ثامر السماك، رخصة التاجر الالكتروني، بحث منشور في مجلة سر من رأى للدراسات الانسانية، تصدر عن جامعة سامراء، المجلد (19)، العدد (27)، السنة (18)، 2023.

16- د.وليد رمضان عبدالرزاق، ضوابط ومعالجة البيانات الشخصية في ظل الادارة الالكترونية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، تصدر عن كلية الحقوق –جامعة المنصورة، العدد 35، المجلد 1، 2023.



- Research, Faculty of Law, Mansoura University, no. 83 (2023).
4. Al-Baltagi, Ahmed Mohamed. "The Basis and Characteristics of the Pre-Contractual Duty to Inform." *Journal of Legal and Economic Research*, Faculty of Law, Mansoura University, vol. 14, no. 89 (2024).
 5. Fouda, Al-Sayyid Ahmed Al-Sayyid. "The Obligation of Delivery in Electronic Sales between Civil Law and Islamic Jurisprudence." *The Legal Journal*, Faculty of Law, Cairo University, vol. 19, no. 4 (2024).
 6. Hussein, Hussein Karkan. "The Duty to Inform and Its Impact on Consumer Protection According to General Rules: A Comparative Study." *Iraqi University Journal*, Iraqi University, no. 57, part 3.
 7. Khalifi, Mariam. "The Electronic Duty to Inform and Transparency in E-Commerce." *Notebooks of Politics and Law*, Kasdi Merbah University – Algeria, no. 4 (2011).
 8. Riqi'i, Ikram, and Bilal Suleima. "Issues of Personal Data of the Electronic Consumer." *Academic Journal of Legal Research*, Faculty of Law and Political Science, Abdelrahman Mira University – Algeria, vol. 11, no. 2 (2020).
 9. Zayed, Mohamed. "The Duty to Inform in Consumer Contracts." *Afaq Ilmiya Journal*, University of Tamanrasset – Algeria, vol. 12, no. 4 (2020).
 10. Rabi ' , Zahia. "The Pre-Contractual Duty to Inform as a Means of Consumer Protection in Electronic Sales Contracts." *Journal of Legal and Political Sciences*, University of El Oued – Algeria, vol. 10, no. 2 (2019).
 11. Laamri, Salha. "The Electronic Consumer's Right to Withdraw from E-Commerce Contracts." *Judicial Ijtihad Journal*, Mohamed Khider University of Biskra – Algeria, vol. 13, no. 25.
 12. Omar, Alaa Mohamed. "The Merchant's Obligation to Provide After-Sales Services." *Basra Studies Journal*, University of Basra, no. 31, year 14 (2019).
 13. Qaidy, Lilia, and Rachid Chemiche. "The Pre-Contractual Duty to Inform." *Journal of Legal and Political Thought*, Amar Telidji University – Laghouat, vol. 6, no. 1 (2022).
 14. Al-Yaseen, Muqaddam. "Protection of Consumers' Personal Data in Electronic

ثالثاً: الرسائل الجامعية

- 1- شريقي احمد عباد، التنظيم القانونية للحقوق المعنوية للمتجر الالكتروني في التشريع الاردني، رسالة ماجستير، كلية الحقوق / جامعة الشرق الاوسط –الاردن، 2024.
- 2-فيلج نصرت فليح، المسؤولية المدنية لمزود خدمات الدفع الالكتروني (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط –الاردن، 2021.
- 3-محمد هادي الفهداوي، الاهلية القانونية للتعاقد في البيئة الالكترونية –دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط –الاردن، 2020.
- 4- نواف محمد فليح، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط –الاردن، 2013.
- 5- وليد طعمة مفتن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير، كلية القانون – جامعة البصرة، 2014.

رابعاً: الدساتير والتشريعات والمراسيم واللوائح والضوابط

- 1-الدستور العراقي لسنة 2005.
- 2- قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010.
- 3- قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم 78 لسنة 2012.
- 4-نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025.
- 5-مرسوم القانون الإماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.
- 6- لائحة التوجيه الأوربية لحماية المستهلك مبادئ أساسية لضمان الحماية منذ سنة 2000-EC ولغاية سنة 2024.
- 7- الضوابط رقم (3) لسنة 2025 الصادرة من وزارة التجارة العراقية.

خامساً: المصادر الالكترونية

- 1-موقع التجارة الالكترونية – البوابة الرسمية - <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/business/e-commerce> ؛
- 2- وموقع وزارة الاقتصاد والسياحة الإماراتي <https://www.moet.gov.ae>
- 3- موقع دائرة التنمية الاقتصادية في دبي <https://tdabeer.com> ؛
- 4- موقع دائرة التنمية والاقتصاد لإمارة ابو ظبي <https://added.gov.ae/ar-AE/about-us>

Reference:

1. Juma'ei, Hassan Abdel-Basit. *Consumer Protection (Special Protection of Consumer Consent in Consumer Contracts)*. Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabiya, 1996.
2. Hegazy, Abdel Fattah Bayoumi. *E-Commerce and Its Legal Protection*. Book 2. Egypt: Dar Al-Kutub Al-Qanuniyya, 2007.
3. Hassan, Ahmed Ali. "The Consumer's Right to Replace or Return Goods or Services as a Legal Means of Protection: A Comparative Study." *Journal of Legal and Economic*



28. UAE Federal Decree-Law No. 14 of 2023 on Commerce Through Modern Technology Means.
29. European Consumer Protection Directive: Basic Principles for Ensuring Protection (EC 2000–2024).
30. Iraqi Ministry of Trade Regulations No. 3 of 2025.
31. “E-Commerce – Official UAE Portal.” Accessed at: <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/business/ecommerce>
32. Ministry of Economy and Tourism – UAE. <https://www.moet.gov.ae/>
33. Dubai Department of Economic Development. <https://tdabeer.com>
34. Abu Dhabi Department of Economic Development. <https://added.gov.ae/ar-AE/about-us>

المصادر الأجنبية:

1. Abderraouf Elloumi, La protection des données à caractère personnel sur l'internet, Revue de la jurisprudence et de la législation, Tunis, n° 2, 2010.
2. Charles Steinfield, Electronic Commerce and the Local Merchant: Opportunities for Synergy Between Physical and Web Presence, Michigan State University, Article in Electronic Markets · April 1999.
3. Lalhunthara, LEGAL CHALLENGES IN E-COMMERCE: REGULATORY FRAMEWORK AND BUSINESS STRATEGIES, LEX LOCALIS-JOURNAL OF LOCAL SELF-GOVERNMENT, VOL. 23, NO. S4, 2025.
4. Muhammad Nuruddeen, Dr. Yuhanif binti Yusof, and Dr. Nor Anita binti Abdulla, Legal Framework for E-commerce Transactions and Consumer Protection: A Comparative Study, Northern University of Malaysia, the paper at the 8th International Legal Conference (ILC) 2015, held on 25th to 26th August, 2015 at Golden Flower Hotel, Bandung, Indonesia, 2016.
5. Contracts.” Journal of Law and Political Science, University of Khenchela – Algeria, vol. 10, no. 5 (2023).
15. Batiekh, Maha Ramadan. “The Legal Framework of the Right to Be Forgotten on the Internet.” Journal of Legal Studies, Faculty of Law, Assiut University, no. 61, part 1 (2023).
16. Hilal, Munir Ali, and Abdelnasser Ali Al-Dahoun. “Procedural and Substantive Mechanisms for Consumer Protection in Electronic Contracts.” Jadara Journal for Studies and Research, Jadara University – Jordan, no. 8 (2022).
17. Al-Sammak, Hiba Thamer. “The Electronic Merchant License.” Samarra Journal for Humanitarian Studies, University of Samarra, vol. 19, no. 27, year 18 (2023).
18. Abdulrazzaq, Waleed Ramadan. “Regulation and Processing of Personal Data Under E-Government.” Journal of Legal and Economic Research, Faculty of Law, Mansoura University, vol. 1, no. 35 (2023).
19. Sharaigi, Ahmed Ayad. “The Legal Regulation of Intellectual Rights of Electronic Stores in Jordanian Legislation.” Master’s thesis, Middle East University – Jordan, 2024.
20. Fayleh, Nasrat Faleh. “Civil Liability of Electronic Payment Service Providers: A Comparative Study.” Master’s thesis, Middle East University – Jordan, 2021.
21. Al-Fahdawi, Mohamed Hadi. “Legal Capacity to Contract in the Electronic Environment: A Comparative Study.” Master’s thesis, Middle East University – Jordan, 2020.
22. Faleh, Nawaf Mohamed. “The Duty of Disclosure in Electronic Contracts.” Master’s thesis, Middle East University – Jordan, 2013.
23. Muften, Waleed Ta’meh. “The Pre-Contractual Duty to Inform in Consumer Contracts.” Master’s thesis, University of Basra – Iraq, 2014.
24. Constitution of the Republic of Iraq, 2005.
25. Iraqi Consumer Protection Law No. 1 of 2010.
26. Iraqi Electronic Signature and Electronic Transactions Law No. 78 of 2012.
27. Iraqi E-Commerce Regulation No. 4 of 2025.



(27) يجب التفرقة بين الوسائل الإلكترونية والوسيط الإلكتروني المستخدمة في التجارة الإلكترونية فالوسائل الإلكترونية: تعد أدوات أو أجهزة كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو كهرومغناطيسية أو آية وسيلة تستخدم في إنشاء المعلومات ومعالجتها، أما الوسيط الإلكتروني فيقصد به برنامج أو نظام إلكتروني لحاسوب أو آية وسيلة إلكترونية أخرى تستخدم من أجل تنفيذ إجراء أو الاستجابة لإجراء بقصد إنشاء أو إرسال أو استلام رسالة معلومات أي ان الوسيط الإلكتروني يؤدي دور الوساطة في التجارة الإلكترونية إلا انه يستخدم وسائل إلكترونية لتنفيذها (ينظر المادة 1 من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 78 لسنة 2012) ؛ وأشار القانون الإماراتي إلى الوسائل التقنية المستخدمة في التجارة الإلكترونية كالمواقع الإلكترونية أو المنصات أو التطبيقات الذكية أو مواقع التواصل الاجتماعي بينما حدد مفهوم الوسائل التقنية الحديثة بأنها الوسائل المستخدمة في التجارة سواء كانت إلكترونية أو رقمية أو بيومترية أو تقنية الذكاء الاصطناعي أو تقنيات سلسلة الكتل "البلوك تشين" (ينظر المادة 1 التعريفات) .

(28) المادة (7/أولاً/د) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي ؛ ويقابلها المواد (3/د) و(3/5) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(29) شريقي احمد عياد ، التنظيم القانوني للحقوق المعنوية للمتجر الإلكتروني في التشريع الأردني ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق / جامعة الشرق الأوسط ، 2024 ، ص 47 .

(30) يقصد ببرنامج جدران الحماية) : استخدام أجهزة وبرامج تعزل الشبكة المحلية أو الحاسوب الشخصي عن الشبكة العالمية للمعلومات والتحكم في عمليات الدخول للمعلومات المخزونة على الشبكة والتدقيق الآلي للأرقام التي تحاول اختراق الشبكة المحلية أو الحاسوب أو الموقع ومنع الدخول غير المصرح به ؛ ينتظر: مقدم الياسين ، حماية البيانات الشخصية للمستهلك في العقد الإلكتروني ، بحث منشور في مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 10 ، العدد 5 ، السنة 2023 ، ص 1069 .

(31) المادة (7/ثالثاً/أربعاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي .

(32) المادة (7/أولاً/هـ) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي ؛ ويقابلها المادة(8/6) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(33) المادة (7/أولاً/و) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي ؛ ويقابلها المادة(5/4/6) من القانون الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(34) المادة (7/أولاً/ز) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي ؛ ويقابلها المواد (4/3/هـ) و(3/6) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(35) المادة (22/1) من نظام خدمات الدفع الإلكتروني العراقي رقم (2) لسنة 2024 النافذ .

(36) المادة (7/أولاً/ح) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي ؛ ويقابلها المادة (8/6) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(37) المادة (7/أولاً/ط) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ولا يقابلها نص في القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(38) المادة (7/أولاً/ي) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (7) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(39) د. احمد علي حسن، حق المستهلك في استبدال أو رد السلعة أو الخدمة كوسيلة قانونية لحمايته (دراسة مقارنة)، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 83، 2023، ص728-730.

(40) المادة (7/أولاً/ج) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ولا يقابلها نص في القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(41) المادة (1/عاشراً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(42) المادة (1/ثالثاً) من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012.

(43) المادة (1/التعريفات) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(44) Abderraouf Elloumi, La protection des données à caractère personnel sur l'internet, Revue de la jurisprudence et de la législation, Tunis, n° 2, 2010, p. 14 .

(45) عبدالفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب 2، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص64.

(46) د. وليد رمضان عبد الرزاق، ضوابط ومعالجة البيانات الشخصية في ظل الإدارة الإلكترونية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 35، المجلد 1، 2023، ص4.

(47) المواد (7/د) و(7/ثالثاً) و(7/أربعاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(48) المواد (4/3/ب-د) و(3/5) من القانون الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(49) Charles Steinfield, Electronic Commerce and the Local Merchant: Opportunities for Synergy Between

(1) المادة (1/أربعاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025.

(2) المادة (1/التعريفات) من مرسوم القانون الإماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(3) المادة (2/ب) من القانون الاتحادي الإماراتي بشأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(4) المادة (2) و(11) و(27) من نظام تنظيم التجارة العراقية ، والمادة (2/5) من القانون الاتحادي الإماراتي بشأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(5) أشار نظام تنظيم التجارة الإلكترونية في المادة (7) الى ان التزامات التاجر الإلكتروني تأتي (لضمان وحفظ حقوق الزبون)؛ وقد بين المرسوم القانوني الإماراتي في المادة(1/3) الى ان أهداف القانون بشأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة هو (لحماية مصالح المستهلك)؛ ويعد قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010 خير دليل على تضمين الحماية للمستهلك؛ وتضمنت لائحة التوجيه الأوربية لحماية المستهلك مبادئ أساسية لضمان الحماية منذ سنة 2000-EC ولغاية سنة 2024.

(6) المادة (1/أربعاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(7) المادة (14) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(8) المادة (4/8) من القانون الإماراتي الاتحادي بشأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة؛ المادة (ثانياً) من الضوابط رقم (3) لسنة 2025 الصادرة من وزارة التجارة العراقية.

(9) المادة (6) و(1/أولاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(10) هيئة ثامر السالك، رخصة التاجر الإلكتروني، بحث منشور في مجلة سر من رأى للدراسات الإنسانية، المجلد (19)، العدد (27)، السنة (18)، 2023، ص203.

(11) المادة (5) من القانون الاتحادي الإماراتي بشأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة. وينظر: موقع التجارة الإلكترونية – البوابة الرسمية <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/business/ecommerce> ؛ وموقع وزارة الاقتصاد والسياحة <https://www.moet.gov.ae> تاريخ الزيارة 2025/9/3.

(12) الضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(13) Lalhunthara, Legal Challenges in E-Commerce: Regulatory Framework And Business Strategies, Lex Localis-Journal of Local Self-Government, Vol. 23, No. S4,2025,P.4192-4194.

(14) يلاحظ على سبيل المثال شروط منح الرخصة التجارية لإمارة دبي والمنشورة على موقع دائرة التنمية الاقتصادية <https://tdabeer.com> ، والشروط المطلوبة لإمارة ابو ظبي والمنشورة على موقع <https://added.gov.ae/ar-AE/about-us> تاريخ الزيارة 2025/9/15.

(15) ملحق بالضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(16) ملحق بالضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(17) ملحق الضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(18) ملحق الضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(19) المادة (12) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(20) الفقرة (ثالثاً) من الضوابط رقم (3) لسنة 2025 والصادة عن وزارة التجارة العراقية.

(21) المادة (19/ثانياً/أ) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي.

(22) ان اكتساب التاجر الإلكتروني لصفة التاجر لا تجعله بمنأى عن الخضوع للأحكام القانونية التي يخضع لها التاجر التقليدي، فالنتائج القانونية التي ترتب على اكتساب التاجر التقليدي لهذه الصفة تسري على التاجر الإلكتروني كخضوعه للأهلية والواجبات والشروط والاختصاص القانوني والانظمة المتعلقة بالإفلاس والفوائد وصفة الاستعجال وبقية الاحكام التي تنطبق على التاجر التقليدي.

(23) أشار المشرع الإماراتي الى ان تحديد المعلومات المطلوبة من التاجر الرقمي يتم بالتنسيق مع السلطات المختصة لكل إمارة: يلاحظ المواد (2/5) و(4/4) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(24) المادة (7/أولاً/أ) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (10/6) و(1/التعريفات /الهوية الرقمية) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(25) المادة (7/أولاً/ب) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (10/6) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(26) المادة (7/أولاً/ج) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (10/9/6) من القانون الإماراتي الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .



(78) محمد هادي الفهداوي ، الاهلية القانونية للتعاقد في البيئة الالكترونية –دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط ، 2020 ، ص55-60 .

(79) المادة (13/أولاً/ب) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(80) المادة (1/التعريفات) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(81) المادة (2/6) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(82) المادة (13/أولاً/ج) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(83) د. كريمة بركات، مصدر سابق، ص287.

(84) المادة (13/أولاً/ب) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (5/5) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(85) المادة (13/أولاً/هـ) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي ؛ ويقابلها المادة (3/6) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(86) فيح نصرت فليح، المسؤولية المدنية لمزود خدمات الدفع الالكتروني (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط، 2021، ص28-29.

(87) المادة (13/أولاً/و) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(88) السيد احمد السيد فودة، الالتزام بالتسليم في البيع الالكتروني بين القانون المدني والفقه الاسلامي، بحث منشور في المجلة القانونية، المجلد 19، العدد 4، 2024 ، ص2443 .

(89) المادة (13/أولاً/ز) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؛ ولا يقابلها نص في القانون الإماراتي المقارن.

(90) المادة (13/أولاً/ح) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؛ ويقابلها المادة (1/7) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

(91) المادة (13/أولاً/ط) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؛ ولا يقابلها نص في القانون الإماراتي المقارن.

(92) د. صالحه لعمرى، حق المستهلك الالكتروني في العود عن التعاقد في عقود التجارة الالكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 13، العدد 25، ص140.

(93) المادة (13/أولاً/ي) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي؛ ولا يقابلها نص في القانون الإماراتي المقارن.

(94) علاء عمر محمد، التزام التاجر بتقديم خدمات ما بعد البيع، مجلة دراسات البصرة، العدد 31، السنة 14، 2019، ص131 .

(95) المادة (13/أولاً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(96) المادة (13/ثانياً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(97) المادة (13/ثالثاً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(98) المادة (20) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(99) المادة (5/6) من القانون الاماراتي الاتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة.

Physical and Web Presence, Michigan State University, Article in Electronic Markets · April 1999,p.4.

(50) المواد (7/ثانياً /ثالثاً /خامساً) و(15) و(16) و(17) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(51) المادة (4/3) من القانون الاتحادي في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة .

(52) المادة (15/أولاً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(53) رقيعي اكرام ، بلال سليمة ، إشكالية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الالكتروني ، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحث القانوني ، المجلد 11 ، العدد 2 ، 2020 ، ص695 .

(54) المادة (15/ثانياً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(55) المادة (15/ثالثاً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(56) المادة (1/ثالث عشر) من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012 .

(57) المادة (7/ثانياً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(58) المادة (15/خامساً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(59) د . وليد رمضان عبدالرزاق ، مصدر سابق ، ص20 .

(60) المادة (15/سادساً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(61) د. مها رمضان بطيخ ، الاطار القانوني للحق في النسيان عبر شبكة الانترنت ، بحث منشور في مجلة الدراسات القانونية ، العدد 61 ، ج 1 ، 2023 ، ص236 .

(62) المادة (16) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(63) المواد (17) و(16) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(64) يرجع ظهور الالتزام بالإعلام الى القضاء الفرنسي الذي ابتكره من خلال القضايا المعروضة والتي تظهر حاجة الزبون للتزود بالمعلومات الاساسية عن البضاعة لتحقيق العدالة المعلوماتية بين الزبون والتاجر (ينظر : د. احمد محمد البلتاجي ، اساس وخصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية (المنصورة) ، المجلد 14 ، العدد 89 ، 2024 ، ص6).

(65) نواف محمد فليح ، الالتزام بالتبصير في العقود الالكترونية ، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق – جامعة الشرق الاوسط ، 2013 ، ص47.

(66) زايد محمد ، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك ، بحث منشور في مجلة آفاق علمية ، المجلد 12 ، العدد 4 ، السنة 2020 ، ص541 .

(67) د. حسن عبدالباسط جمبجي ، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك) ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1996 ، ص15 .

(68) وليد طعمة مفتن ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود الاستهلاك، رسالة ماجستير ، كلية القانون – جامعة البصرة ، 2014 ، ص14 .

(69) منير علي هليل ، عبدالناصر علي الدهون ، الاليات الاجرائية والموضوعية لحماية المستهلك في العقد الالكتروني، مجلة جدارا للدراسات والبحوث، العدد 8 ، 2022 ، ص 107 .

(70) د. كريمة بركات، حق المستهلك في الاعلام في عقد البيع الالكتروني، بحث منشور في مجلة الحقوق والحريات، العدد 4 ، 2017 ، ص293 ؛ زهبة ربيع ، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني ، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية والسياسية ، المجلد 10 ، العدد 2 ، 2019 ، ص429 ؛ خليفي مريم ، الالتزام بالإعلام الالكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الالكترونية ، دفاثر السياسة والقانون ، العدد 4 ، 2011 ، ص207 .

(71) جاء في الحكم الصادر من محكمة النقض الفرنسية (Cass.civ.1re,25 fevrier 1997) بأن (التزام البائع بتقديم المعلومات هو التزام بوسيلة، اذ ان دوره ينحصر في بذل العناية في اعلام المشتري) وأشارت محكمة استئناف باريس في 12 يوليو 1972 بصدد مجهز اجهزة الاعلام الالي (ان المجهز ليس ملزماً بتحقيق نتيجة) مشار اليه لدى: ليليا قايدى، رشيد شمشيم، الالتزام قبل التعاقد بالاعلام، بحث منشور في مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد 6، العدد 1، 2022، ص147 .

(72) المادة (19/أ) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي.

(73) د. كريمة بركات، مصدر سابق، ص294.

74) Muhammad Nuruddeen, Dr. Yuhanif binti Yusof, and Dr. Nor Anita binti Abdulla, Legal Framework for E-commerce Transactions and Consumer Protection: A Comparative Study, Northern University of Malaysia, the paper at the 8th International Legal Conference (ILC) 2015, held on 25th to 26th August, 2015 at Golden Flower Hotel, Bandung, Indonesia ,2016,p.7.

(75) حسين كركان حسين ، الالتزام بالإعلام وأثره في حماية المستهلك وفق القواعد العامة – دراسة مقارنة ، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية ، العدد 57 ، ج 3 ، ص36 .

(76) المادة (13/ثانياً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

(77) المادة (13/أولاً) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي .

