



قراءة نقدية في نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025

م.م. احمد عامر عبد الامير م.م. حيدر صلاح كاطع م.م. حسين كريم عبيد
كلية القانون/ جامعة بغداد كلية القانون/ جامعة القادسية كلية عشتار الجامعة

المُلخَص:

يُبحر هذا البحث في أغوار نظام تنظيم التجارة الإلكترونية في العراق رقم (4) لسنة 2025، بوصفه تشريعاً استُحدث ليكون جسراً تعبرُ من خلاله الأسواق من نمطية المعاملات التقليدية إلى آفاق المنصات الرقمية العابرة للحدود، ويستقصي البحثُ بعينٍ ناقدة تلك الهفوات المفاهيمية والتنظيمية التي اعتلت صياغات النظام، لا سيما في اجتراح تعاريف دقيقة للتجارة الإلكترونية والتاجر الإلكتروني، فضلاً عن ارتباك ملامح نطاق السريان، ومثاهات إجراءات الإجازة، وآليات الرقابة والإنفاذ، وتتجلى إشكالية الدراسة في إحجام المشرّع عن وضع معيارٍ جليّ يحدّد كنه الصفة التجارية في الفضاء الافتراضي، وعجزه عن رسم خطٍ فاصلٍ يفصل بين التاجر المحترف وأصحاب الحرف الصغيرة المستثناة؛ وهي معضلةٌ تتفاقم مع بزوغ فجر المشاريع الرقمية الدقيقة التي باتت تدرُّ أرباحاً تفيض عما تحقّقه التجارة المادية الرتيبة؛ كما يسبر البحثُ غمار الغموض الذي يكتنف مفهوم الاحتراف، وتعقيدات الإثبات وحجية البيانات الرقمية، وتشابك الأدوار بين التاجر والوسيط والمنصة، معرّجاً على معضلات الجنسية والإقليم وتنازع الاختصاص القضائي الدولي حينما يمارس الأجنبي نشاطهم من وراء الحدود، ويُشرّح البحثُ بنية التشكيل الإداري الموكل إليه إدارة المنصات ومنح التراخيص، محذراً من مغبّة الفساد ازدواجية الإجراءات الروتينية؛ ثم ينتقل لينبش في ضمانات حماية المستهلك، مستعرضاً حق الفسخ وطبيعة السلع الرقمية والعيوب الخفية، وصون البيانات الشخصية وإخطارات خرقها، وضوابط الإعلانات وقوائم المحظورات؛ ويختتم البحثُ رحلته بتحليل العقوبات والسياسة الضريبية الرقمية ومعاييرها، مع تسليط الضوء على سطوة الذكاء الاصطناعي وأثره في هندسة التسويق والتسعير التمييزي للسلع والخدمات، في محاولةٍ لتقويم هذا الإطار التشريعي وضبط إيقاعه.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التاجر الإلكتروني، الإجازة والرقابة، حماية المستهلك، حماية البيانات والضرريبة الرقمية.

Abstract:

This research examines Iraq's e-commerce regulatory framework as a modern legislative response to market digitisation and cross-border platform trade. It focuses on conceptual and enforcement gaps arising from the regulation's drafting choices—particularly in defining e-commerce and the electronic trader, delimiting territorial scope, licensing procedures, oversight design, and practical enforceability against foreign platforms. The core problem is the absence of a clear criterion for when a digital activity qualifies as commercial, and the lack of a workable test distinguishing a trader from the small craft category excluded from trader status—an issue amplified by micro-digital businesses that can generate income exceeding that of traditional shops. The



study also addresses ambiguity surrounding professional practice (habituality) and the resulting evidentiary friction: how to prove repetition, continuity, and reliance on digital records where the regulation itself does not expressly settle the probative value of digital data. Further, it analyses the blurred boundary between an electronic trader and intermediaries/platforms that facilitate transactions without owning goods or services, and the cross-border dilemmas of nationality, jurisdiction, and territorial sovereignty when foreign operators act from outside Iraq. Institutionally, the research critiques the administrative formation tasked with managing the licensing platform, highlighting risks of corruption due to missing competence requirements, lack of explicit supervisory accountability, and potential duplication for traditional traders who also operate online. Substantively, it evaluates consumer protection (withdrawal/termination rights, digital content, hidden defects, warranty duties), personal-data responsibility allocation (trader vs platform vs service provider), breach notification timing, online advertising duties, prohibited-goods lists, sanctions adequacy for global firms, and the legislative tax gap regarding digital activities and proposals for a distinct digital tax aligned with international minimum-tax discussions.

Keywords: e-commerce, electronic trader, licensing & oversight, consumer protection, data protection & digital taxation.

المقدمة

1. **جوهر فكرة البحث:** تقوم فكرة البحث على تفكيك الفجوة بين النصّ والسوق في تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025؛ أي بين الصياغة التشريعية التي تُعرّف التجارة الإلكترونية والتاجر الإلكتروني وتضع نظامَ الإجازة والمنصة والالتزامات، وبين الواقع الرقمي الذي لا يلتزم بالحدود الإقليمية ولا يسير بمنطق المحلّ والدقتر والظهور المادي الذي بُنيت عليه قواعد التجارة التقليدية.
2. **أهمية البحث:** تبرز أهمية البحث في ان النظام محلّ الدراسة لا يقتصر على ترتيبات إدارية لإنشاء منصة ومنح إجازة، وإنما يعيد تشكيل المفاهيم الجوهرية في قانون التجارة النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 من مفهوم العمل التجاري، ومعيّار الاحتراف، وحدود الحرفة الصغيرة، وتمييز صفة التاجر عن غيره؛ كما تبرز الأهمية من زاوية حماية المستهلك والعدالة التعاقدية في العقود عن بُعد؛ إذ إن القيود غير المنضبطة على حق الفسخ، وغموض سوء الحيازة، وضعف معالجة المحتوى الرقمي والعيوب الخفية، قد تُقلّص الحماية المقررة في التشريعات النافذة. وتتعاظم الأهمية كذلك في محور البيانات والأمن السيبراني؛ لأن ترك تحديد المسؤول عن تسريب البيانات بين التاجر والمنصة ومزوّد الخدمة دون معيار يُنتج فراغاً في المسؤولية ويُضعف الثقة الرقمية؛ وأخيراً تكتسب الدراسة أهمية اقتصادية - تنظيمية لأن أي رسوم أو شروط ترخيص مرهقة قد تدفع صغار التجار إلى الاقتصاد غير الرسمي بما يُفقد الدولة الإيرادات ويُعرّض المستهلك لمخاطر الغش.



3. **أهداف البحث:** يهدف البحث إلى بناء قراءة نقدية قانونية عراقية دقيقة لمعايير السريان في نظام التجارة الإلكترونية، عبر بيان مواضع الغموض والقصور في تعريف التجارة الإلكترونية والتاجر الإلكتروني، وإظهار أثر ذلك على تحديد المخاطب بالإجازة والالتزامات؛ ويهدف كذلك إلى اقتراح معيار موضوعي للتمييز بين النشاط التجاري والحرفة الصغيرة في البيئة الرقمية، ومعيارٍ أوضح للاعتراف يراعي القرائن الرقمية وإشكالات الإثبات وحجية البيانات؛ كما يستهدف البحث ضبط العلاقة بين التاجر الإلكتروني والوسيط والمنصة ومزوّد الخدمة منعاً لتداخل المراكز القانونية، ثم اختبار قابلية تطبيق نطاق السريان الإقليمي على الأنشطة العابرة للحدود واقتراح أدوات إنفاذ واقعية مثل اشتراط ممثل قانوني محلي للمنصات الأجنبية التي تستهدف السوق العراقي، ويهدف أيضاً إلى موازنة أحكام حماية المستهلك والفسخ والإعلانات والبيانات مع التشريعات العراقية النافذة، وإبراز الفجوة الضريبية في الأنشطة الرقمية واقتراح مسار تشريعي أو تنظيمي لسدّها، مع إدراج أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق والتسعير التمييزي بوصفه تحدياً حديثاً يتطلب قواعد شفافية ومنع تحييز.

4. **إشكالية البحث:** تتجسد الإشكالية المركزية في سؤال جامع وهو هل يوفّر نظام التجارة الإلكترونية في العراق معياراً قانونياً منضبطاً لتحديد نطاق تطبيقه على الفاعلين الرقميين بما يضمن حماية المستهلك ويحقق اليقين التشريعي ويظل قابلاً للإنفاذ داخل العراق وخارجه؟ ويتفرع عن هذا السؤال إشكالات تفصيلية مترابطة من غياب معيار صريح لتجارية النشاط الإلكتروني وإحالة الأمر إلى قانون التجارة بما قد يُخرج أنشطة مختلطة أو يُربك تصنيف المشاريع الرقمية الصغيرة؛ وكذلك غياب معيار فاصل بين التاجر والحرفي الصغير في زمن المشاريع الرقمية التي قد تدر دخلاً يفوق دخل المتاجر التقليدية، فضلاً عن غموض مفهوم الاحتراف في تعريف التاجر الإلكتروني وما يولده من صعوبات إثباتية في ظل عدم بيان حجية البيانات الرقمية داخل النظام ذاته؛ وتداخل تعريف التاجر الإلكتروني مع المنصات والوسطاء عند إغفال القيد باسمه ولحسابه، بما يُنتج ارتباكاً في تحديد من يتحمل التزامات العقد والضمان والبيانات؛ وكذلك إشكالية النطاق الإقليمي والجنسية والاختصاص القضائي الدولي في مواجهة منصات أجنبية تعمل من خارج العراق، مع تعارض محتمل مع قيود مزاولة الأجنبي للتجارة التقليدية. والتكامل مع تشريعات حماية المستهلك والبيانات والضرائب، وما يترتب على ذلك من قصور في الردع والحماية.

5. **منهجية البحث:** يعتمد البحث دراسة تحليلية نقدية في إطار القانون العراقي، عبر قراءة نصّية - وظيفية لمواد النظام محل الدراسة ومقارنتها بما تقرره التشريعات النافذة ذات الصلة، وبوجه خاص قانون التجارة العراقي رقم 30 لسنة 1984، وقانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010، وقوانين أخرى مثل قانون الإثبات رقم 107 لسنة 1979، وقانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 78 لسنة 2012 وغيرها، للكشف عن مناطق التعارض أو الصمت التشريعي أو الازدواج.



6. **هيكليّة البحث:** تُبنى هيكليّة البحث على مبحثين متكاملين، يضمنان مطلبين، ويتفرع عن كل مطلب فرعان، هذا وإنّ المبحث الأول يُخصّص للتأسيس المفاهيمي لمجال التطبيق بين العمل التجاري والحرفة الصغيرة والتاجر الإلكتروني، أما المبحث الثاني فينتقل إلى البنية التنظيمية والضمانات والإنفاذ.

المبحث الأول

النطاق المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

يُعالج هذا المبحث نقطة البدء الحقيقيّة في أيّ تنظيم قانوني، وهي بؤابة السريان؛ ذلك إنّ المشرع متى صاغ المفاهيم القانونية بتعريفات ذات صياغة رخوة أو مُبهمة تحوّل تطبيقه إلى مجالٍ رماديّ تتنازعُهُ الإدارة والقضاء والمتعاملون. وهذا ما يُلاحظ على تعريف التجارة الإلكترونيّة الوارد في المادة (1/ ثالثاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونيّة رقم (4) لسنة 2025⁽¹⁾، إذ لم يفصح التعريف عن معيار تجاريّة النشاط الإلكتروني، تاركاً تحديد ذلك إلى القواعد العامّة في قانون التجارة رقم (30) لسنة 1984⁽²⁾، حيث تُفهم التجارة – في أصلها – بوصفها نشاطاً اقتصادياً يُدارُ بقصد الربح وبمنطق السوق، لا بوصفها مجرد استعمالٍ لوسيلةٍ تقنيّة، وللقوف على حيثيات هذه الفكرة ارتأينا تقسيم هذا المبحث على مطلبين، نتناول في الأول معيار النشاط التجاري في البيئة الرقمية، ونستعرض في الثاني التاجر الإلكتروني وحدود صفته القانونيّة، وعلى النحو الآتي:

المطلب الأول

معيّار النشاط التجاري في البيئة الرقمية

لم يعد مفهوم الاعمال التجارية حبيس الجدران المادية أو السجلات الورقية، وإنّما انتقل إلى فضاء رقميّ أذاب الفوارق التقليديّة بين المحترف والهواة؛ ومع هذا التحول يبرز التساؤل الجوهرى حول معيار الصفة التجارية؛ فهل لا تزال الأدوات القانونيّة التقليديّة قادرة على التمييز بين العمل المدني والعمل التجاري حينما يتم التنفيذ عبر خوارزميات ومنصات رقمية؟ وإن التحدي الحقيقي يكمن في كيفية ضبط حدود الحرفة الصغيرة، ذلك الاستثناء التاريخي الذي أراد المشرع عن طريقه حماية أصحاب المهن البسيطة من قسوة أحكام القانون التجاري كالإفلاس ومسك الدفاتر التجارية.

ففي ظل البيئة الرقمية، تحولت هذه الحرف من أنشطة كفاف إلى مشاريع تمتلك القدرة على الوصول لأسواق عالمية وتحقيق أرباح طائلة، مما يضع معيار الاستبعاد التقليدي على محك الاختبار. وللقوف بدقة على هذه النقاط المحورية، قسمنا هذا الفرع على الفروع الآتية:

الفرع الأول

1 - ينظر: المادة (1/ ثالثاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونيّة العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025 : “التجارة الإلكترونيّة : جميع الأنشطة التجاريّة التي تتم عبر الانترنت او أي وسيلة الكترونيّة أخرى، وتشمل بيع وشراء السلع والخدمات وتقديم العروض التجاريّة والتسويق الإلكتروني وإدارة المعاملات التجاريّة الإلكترونيّة”.

2 - ينظر: المادة (3) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : “التجارة نشاط اقتصادي يجب ان يقوم على اساس من الثقة والامانة والالتزام الدقيق بقواعد القانون”.



قَصْدُ الرِّبْحِ وَقُصُورُ التَّعْرِيفِ التَّشْرِيعِيِّ

إذا كان قانونُ التِّجَارَةِ يضعُ العملَ التجاريَّ في مركزِ بناءِ صفةِ التاجر⁽³⁾، فإنَّ النِّظَامَ حينَ لم يضع معياراً خاصاً لتجارية النشاط الإلكتروني إنما يكون قد أحال - عملياً - إلى ذلك البناء، فأصبحت قصديَّةُ الرِّبْحِ ومعها منطِقُ السوق هي الفلتر الذي يمرُّ عبره النشاطُ ليُوصَفَ بالتِّجَارَةِ، غير أنَّ المشكلة في البيئة الرقمية لا تظهر في المبدأ، وإنما في التطبيق؛ لأنَّ النشاط الرقمي يسمح - أكثر من غيره - بتداخل الدوافع: فقد يبدأ شخصٌ بتسويقٍ أو بيعٍ بدافع الهواية ثم يتحول إلى مشروعٍ مُنظَّم، وقد يجمع الحسابُ الواحد بين محتوى مجاني ومحتوى مُمَوَّل ومبيعاتٍ منقطعة. وهنا لا يكفي طرح السؤال التقليدي، هل تحقق ربح؟ لأنَّ الربح قد يكون عرضياً أو موسميّاً، وإنما يجب أن يتجه التحليل انطلاقاً من تساؤل: هل قُصدَ الرِّبْحُ على نحوٍ يغلب ويستمر ويُدَار به النشاط، وهل انتقل صاحبه من دائرة تصرفات فردية إلى دائرة مهنة يُرتزق منها وتُدار كمنظومة⁽⁴⁾.

ويترتب على غياب معيارٍ صريحٍ في النِّظَام أن نزاعات السريان ستتحول إلى نزاعات تصنيف تقوم على قرائن؛ كحجم المعاملات، وتكرار الإعلانات، وتنظيم الدفع والتسليم، ووجود سياسة للإرجاع أو الضمان، وهي قرائن لا يضبطها النِّظَام بذاته فيقع القاضي والإدارة في تفاوتٍ تقديري، وتبقى حماية المستهلك مُهددة لأن الفاعل يستطيع أن يلبس نشاطه ثوب غير الاحتراف عند المساءلة، ولأجل ذلك يصبحُ التعريفُ الناقصُ مُولِداً لإخراج الأعمال المختلطة أو غير الربحية من نطاق النِّظَام، لا لأنها لا تُستخدم فيها الوسائل الإلكترونية، وإنما لأنَّ معيار تجارية النشاط لم يُحدِّد تشريعياً بما يلائم طبيعة الاقتصاد المنصاتي.

ومن هنا تتولَّد نتيجةٌ مهمة مفادها ان السمة الإلكترونية ليست بذاتها هي التي تُكسبُ العملَ الصِّفَةَ التِّجَارِيَّة، بل إنَّ هذه الصِّفَةَ تُستمدُّ من طبيعة العمل ومن مقصده الاقتصادي ومن انتظامه واحترافه، ثم تأتي الوسيلة الإلكترونية لتُضفي على المعاملة خصائص جديدة في الإثبات والإنفاذ، ومن ثم نقترح ان يكون تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: كل نشاط يباشر بوسيلة إلكترونية على وجه الاحتراف أو التنظيم بقصد تحقيق الربح، ويكون محله عرض السلع أو الخدمات أو تسويقها أو التعاقد عليها أو تنفيذها كلياً أو جزئياً عبر البيئة الرقمية. إن هذا التعريف يُدخل قصد الربح والاحتراف صراحة لمنع التداخل مع الأنشطة المدنية البحتة، ويستوعب كافة المراحل الوظيفية للنشاط التجاري في الفضاء الرقمي.

الفرع الثاني

الحِرْفَةُ الصَّغِيرَةُ وَالْمَشَارِيعُ الرَّقْمِيَّةُ

³ - ينظر: المادة (7/ أولاً) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : " يعتبر تاجراً كل شخص طبيعي او معنوي يزاول باسمه ولحسابه على وجه الاحتراف عملاً تجارياً وفقاً احكام القانون".
⁴ - اسيل فاضل اسماعيل، المحل التجاري الإلكتروني، مجلة الكتاب للعلوم الإنسانية، المجلد 6، العدد 9، 2023، ص 152.



يضع قانون التجارة استثناءً جوهرياً مفاده أن ممارسة الحرفة الصغيرة لا تُكسب صاحبها صفة التاجر⁽⁵⁾، وقد صيغ هذا الاستثناء تاريخياً لحماية العمل اليدوي البسيط الذي يقوم على جهد الشخص البدني أو على أدوات زهيدة الكلفة من أن يُحمّل بأعباء التاجر الثقيلة⁽⁶⁾، غير أن البيئة الرقمية قلبت منطق الكلفة رأساً على عقب؛ فالمشروع الرقمي قد تكون كلفته المادية زهيدة جداً لكنه ينتج دخلاً مرتفعاً وينشئ مركزاً سوقياً واسعاً بفعل الإعلان الممول والوصول الجماهيري والوساطة الخوارزمية.

وهنا تتجلى الصعوبة التي أشرنا إليها فكيف نُميز بين حرفي صغير يبيع بضاعة متقطعة عبر منصات التواصل وبين تاجر رقمي يدير نشاطاً منظماً يضح مبيعات ويستهدف السوق ويخلق مخاطر استهلاكية حقيقية؟ إن الاقتصاد على معيار الآلات الصغيرة أو النشاط البدني لا يلتقط جوهر الاقتصاد الرقمي، لأن القيمة فيه لا تقاس بالآلة وإنما بالتنظيم والحجم والتكرار والقدرة على الوصول، ومن ثم يصبح من الواجب ان يكون معيار التمييز مركباً لا أحادياً، فوجود منشأة ثابتة لا يكفي وحده لأن التجارة الرقمية قد تقوم بلا محل، وحدّ الدخل قد يضلل لوجود مواسم، لذلك ينبغي أن يُستأنس بمجموعة مؤشرات تُظهر هل النشاط بلغ درجة من الانتظام والتنظيم تجعله أقرب إلى المهنة لا الحرفة؛ وهذه المؤشرات – بصيغتها الأكاديمية – ليست مصادرة على حق الصغير، وإنما هي ضمانات لعدم انزلاق الاستثناء إلى مهرب تشريعي. فكلما تحوّل النشاط إلى مشروع رقمي مُربح ومنظّم كان من غير العادل أن يستظل باستثناء صُمّم للحرف البسيطة، لأن النتيجة ستكون حرمان المستهلك من الضمانات وإفراغ النظام من مقصوده الرقابي.

وازاء قصور معيار الحرفة الصغيرة الوارد في المادة (11) من قانون التجارة رقم (30) لسنة 1984 بالنسبة للبيئة الرقمية، ولا سيما من حيث ربط الحرفة الصغيرة بضعف الكلفة أو النشاط البدني أو الآلات الصغيرة، وهي معايير لا تعكس واقع المشاريع الرقمية، فضلاً عن خلو النظام من معيار قانوني يحكم تجارية النشاط، نقترح لأجل تمييز الحرفة الصغيرة من النشاط التجاري الإلكتروني النص صراحة على استثناء المشاريع والحرف التي تُمارس عبر الوسائط الإلكترونية أو المنصات الرقمية، متى ما تجاوزت إيراداتها السنوية أو حجم تعاملاتها السقف المالي الذي يحدده وزير التجارة بقرار، من نطاق الحرفة الصغيرة ويُعد صاحب هذا النشاط في حكم التاجر. إن هذا التعديل المقترح ينقل مركز الثقل في التكييف القانوني من طبيعة الأداة المادية إلى حجم التأثير الاقتصادي ومعدل الانتشار الرقمي، وهو المعيار الأنجع لضبط السوق الإلكتروني وإخضاع الحرفيين الرقميين الذين تضخمت أعمالهم لرقابة الدولة لحماية المستهلك والاقتصاد الوطني.

المطلب الثاني

التاجر الإلكتروني وحدود صفتِه القانونيّة

⁵ - ينظر: المادة (11) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : " أولاً: لا يُعتبرُ تاجرًا مَنْ يُمارسُ حرفةً صغيرةً. ثانياً: تُعتبرُ حرفةً صغيرةً كلُّ حرفةٍ ذات كُلفةٍ زهيدة يُمارسُها الشخصُ مُقتصرًا في ذلك على نشاطه البدني أو على استخدام آلات ذات قوّة مُحركيّة صغيرة".

⁶ - دباسم محمد صالح، القانون التجاري – النظرية العامة للتاجر، منشورات دار الحكمة، بغداد، 1987، ص 95.



إذا كانت الصفة التجارية تُكتسب تقليدياً بممارسة الأعمال التجارية على وجه الاحتراف وبأسم ولحساب الشخص، فإن البيئة الرقمية قد خلقت ضبابية حول هذه العناصر الثلاثة وهي الاحتراف، والاسم، والحساب، ففي الفضاء الرقمي يظهر التاجر الإلكتروني في بيئة تقنية تديرها منصات وسيطة، مما يجعل الفصل بين من يمارس التجارة فعلياً وبين من يسهل حدوثها أمراً في غاية التعقيد القانوني، وتكمن أهمية هذا المطلب في معالجة التحديات الإجرائية والموضوعية التي تواجه إثبات الصفة التجارية في ظل الاحتراف الرقمي الذي قد لا يترك أثراً مادياً ملموساً، بالإضافة إلى فك الاشتباك بين التاجر الحقيقي وبين المنصات التي تلعب ادواراً مزدوجة تتراوح بين الوساطة والنيابة والوكالة، ولبيان ذلك قسمنا هذا المطلب على الفروع الآتية:

الفرع الأول

إشكالية الاحتراف وحجية الإثبات الرقمي

يستند تعريف التاجر – في القواعد العامة – إلى فكرة الاحتراف، أي إلى أن النشاط التجاري ليس فعلاً عابراً وإنما ممارسة معتادة مستمرة تُدار بوصفها مهنة يُرتزق منها⁽⁷⁾، وهو ما يلتقطه نص قانون التجارة حين يشترط مزاولة العمل على وجه الاحتراف⁽⁸⁾، غير أن نقل هذا الشرط إلى البيئة الإلكترونية دون وضع معايير تشغيلية يترك الاحتراف مفهوماً مبهماً يختلف تطبيقه من حالة إلى أخرى، ففي الواقع الرقمي يستطيع الفاعل أن يدير نشاطه بكثافة من دون محل أو سجل ظاهر، وأن يبذل الحسابات والأسماء والواجهات بسرعة⁽⁹⁾، فإذا نازع في احترافه أصبحت الدعوى أمام مسألة إثبات بالبيانات الرقمية من إثبات التكرار والاستمرار، وإثبات الاعتماد الاقتصادي، وإثبات نسبة الحساب لأصاحبه، وإثبات تدفقات الدفع والشحن والإعلانات، وإذا لم يضع النظام قواعد واضحة لحجية هذه البيانات أو لالتزام التاجر بحفظها أو لتحديد الحد الأدنى لسجلات المعاملة، فإن النزاع ينقلب إلى جدل إجرائي، فما قيمة سجلات المنصة الرقمية؟ وهل تكفي لقطات الشاشة؟ وهل تلزم الجهات المختصة مزودي الخدمة بتقديم البيانات؟ وما المدة الزمنية الواجب حفظها؟ وما الجزاء عند الامتناع؟

إن إحالة الاحتراف إلى مفهوم عام دون تكييف رقمي تُنتج إرباكاً خاصاً في التجارة الإلكترونية؛ لأن عنصر الظهور الذي كان يسهل الإثبات في التجارة التقليدية تقلص، وأصبحت البيانات الرقمية هي البديل، ويُلاحظ هنا أن قانون التجارة نفسه فتح – من حيث المبدأ – الباب لاستعمال الأجهزة التقنية والأساليب الحديثة بدلاً من الدفاتر⁽¹⁰⁾، غير أن ذلك يحتاج إلى ربط تشريعي صريح في النظام لكي لا تبقى حجية الأدلة الرقمية رهناً بتقدير متباين، ولأجل ألا تُستغل الفجوة للإنكار أو للإفلات من الالتزامات. وبالرجوع إلى قانون الإثبات رقم

7 - د. علي الزيني، أصول القانون التجاري - النظرية العامة والعقود التجارية، المطبعة الاميرية، القاهرة، 1935، ص156.

8 - ينظر: المادة (7/ أولاً) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : “ يعتبر تاجراً كل شخص طبيعي او معنوي يزاول باسمه ولحسابه على وجه الاحتراف عملاً تجارياً وفق احكام هذا القانون “.

9 - حمد محمد عبدالله، الأحكام الإجرائية والموضوعية للتجارة الإلكترونية في الانظمة السعودية ولوائحها التنفيذية، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد 41، 2023، ص1820.

10 - ينظر: المادة (19) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : “ يجوز للتاجر أن يستعاض عن الدفاتر المنصوص عليها في هذا القانون باستخدام الأجهزة التقنية والأساليب الحديثة المتطورة بما يتفق وأحكام هذا القانون “.



(107) لسنة 1979، وقانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2012، نجد بأن المشرع العراقي قد أسس لمبدأ التكافؤ الوظيفي⁽¹¹⁾. غير أن لقطات الشاشة المقطعة وغيرها من الأدلة الرقمية لا ترقى بمفردها لتكون دليلاً كاملاً أو محرراً رسمياً ما لم تكن مقترنة بتوقيع إلكتروني مصادق عليه يمنع إنكارها، أو معززة بقرائن مادية أو شهادات تقنية. وقد ذهب محكمة التمييز الاتحادية في إحدى قراراتها إلى اعتبارها قرائن قضائية تخضع للسلطة التقديرية لمحكمة الموضوع، ولتقارير الأدلة الجنائية أو الخبرة التقنية لدرء احتمالية التلاعب⁽¹²⁾.

ولتجاوز هذا الغموض، نقترح تضمين نظام التجارة الإلكترونية نصاً صريحاً يوجب على المنصات الوسيطة الاحتفاظ بسجلات المعاملات مدة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ إبرام المعاملة أو تنفيذها، ومنح هذه السجلات المشفرة والمحفوظة من قبل طرف ثالث محايد حجية إثبات قانونية في مواجهة التاجر لبيان استمرارية نشاطه واحترافه، مع تقرير جزاء إداري ومالي عند الامتناع غير المبرر عن تقديمها للجهات المختصة أو القضاء. وبهذا لا تبقى مسألة الاحتراف رهينة الإنكار، بل تصبح قابلة للإثبات عبر بنية رقمية واضحة.

الفرع الثاني

الفصل القانوني بين التاجر الإلكتروني والوسيط الرقمي

إن جوهر صفة التاجر في قانون التجارة لا يتكون من الاحتراف وحده، وإنما يتكون أيضاً من أن النشاط يُمارس باسم الشخص ولحسابه، وهذه العبارة ليست زينة صياغية، وإنما هي خط الفصل بين من يباشر التجارة بوصفه طرفاً أصيلاً يتحمل التزامات العقد، وبين من يعمل بوصفه نائباً أو وسيطاً أو مقدماً لخدمة تقنية، وان التوسّع في تعريف التاجر الإلكتروني في النظام بحيث يبتلع المنصات الوسيطة التي لا تملك السلع والخدمات وإنما تُيسّر التقاء العرض بالطلب، ينشئ اضطراب في توزيع المسؤولية⁽¹³⁾، فالمستهلك قد يظن أن المنصة هي البائع، والمنصة قد تدّعي أنها مجرد وسيط، والبائع الحقيقي قد يتوارى وراء واجهات رقمية، فتضيع الحقوق بين المراكز. كذلك فإن إدخال الوسيط ضمن تعريف التاجر يوقع ظلاماً تنظيمياً، لأن الوسيط لا ينبغي أن يُحمّل - في الأصل - التزامات الضمان والتسليم والعيوب الخفية التي تليق بالبائع أو المجهز، ولذلك يصبح اشتراط العمل باسم التاجر ولحسابه ضرورةً مفهومية لضبط نطاق النظام. فالتاجر الإلكتروني هو من يبرم أو يُظهر للعمامة أنه

11 - يقصد بمبدأ التكافؤ الوظيفي: إعطاء المستندات والسجلات والتوقيعات الإلكترونية ذات الحجية القانونية والقوة الإثباتية والأثر الملزم الذي تتمتع به المحررات الورقية والتوقيعات الخطية التقليدية، متى ما استوفت الشروط الفنية والقانونية المقررة. بمعنى آخر، إن المشرع ينظر إلى "الوظيفة" التي يؤديها المستند (وهي إثبات الحق، أو توثيق الإرادة، أو حفظ السجلات)، فإذا استطاع الوسيط الرقمي أن يؤدي هذه الوظيفة بموثوقية وأمان، فإنه يُكافئ الوسيط الورقي تماماً، ولا يجوز للمحكمة رفض الدليل أو التشكيك في صحة العقد بمجرد أنه أبرم أو حُفظ في شكل إلكتروني بدلاً من الورق. وقد تجسد هذا المبدأ بوضوح في المادة (4/ ثانياً) من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ رقم (78) لسنة 2012، الذي أضفى الحجية القانونية على السندات والمعاملات الإلكترونية ومنحها قوة الإثبات.

12 - قرار محكمة التمييز الاتحادية رقم 22696/الهيئة الجزائية/2025، صادر بتاريخ 2025/4/9.

13 - ينظر: المادة (1/ رابعاً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "التاجر الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي، سواء كان عراقياً أم اجنبياً يمارس التجارة الإلكترونية على سبيل الاحتراف".



يبرم المعاملات باسمه، ويقبض الثمن لحسابه، ويتحمل مخاطر التنفيذ، ويضع سياسة الضمان والإرجاع. أما من يقتصر دوره على التسهيل التقني أو التسويقي أو تنظيم الدفع أو عرض الإعلانات دون أن يكون طرفاً أصيلاً في العقد، فيجب أن يُنظّم بوصفه مقدّم خدمة أو وسيط بقواعد خاصة تراعي طبيعة دوره، لا أن يُدمج ضمن وصف التاجر فتتداخل المراكز وتضطرب الأحكام⁽¹⁴⁾.

وبهذا المعنى فإن تجاهل التعريف اشتراط ممارسة التاجر الإلكتروني النشاط باسمه ولحسابه الخاص يفتح الباب لإدراج منصات لا تمتلك السلع ضمن وصف تاجر، وهو ما ينعكس مباشرة على مسألة الإجازة والدفاتر والمسؤولية عن البيانات والإعلانات؛ لأن من تُلزمه بالإجازة هو من ينبغي أن تكون له سيطرة فعلية على محل الالتزام وعلى مخاطر السوق، لا من يملك مجرد واجهة عرض. ولحسم إشكالية تداخل المراكز القانونية بين البائع الأصلي والوسيط الرقمي، نقترح ان يكون تعريف التاجر الإلكتروني بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي، يمارس باسمه ولحسابه الخاص، نشاطاً تجارياً إلكترونياً على وجه الاحتراف والاعتقاد، عبر منصته الرقمية الخاصة أو عبر واجهات منصات الطرف الثالث. هذه الصياغة تخرج المنصات الوسيطة ومزودي خدمات الإنترنت من دائرة الالتزام المباشر للبائع، وتضعهم في مركز قانوني مستقل يتناسب مع طبيعة دورهم التسهيلي.

المبحث الثاني

الإطار التنظيمي وضمانات المتعامل الإلكتروني

يقوم هذا المبحث على الانتقال من سؤال من هو الخاضع للنظام؟ الذي عالجه المبحث الأول إلى سؤال أكثر حساسية هو كيف يُدار النظام ويُنفذ ويُحافظ على الحقوق؟ لأن التنظيم في التجارة الإلكترونية لا يكتمل بتعريفات صحيحة ما لم تُدعم بآليات تنفيذية قابلة للتطبيق، وبضمانات تحدّ من التعسف الإداري، وبانسجام تشريعي يمنع الازدواج والتناقض، وفي هذا الصدد تبرز العديد من الثغرات في النظام من غموض نطاق السريان، وهشاشة الإنفاذ على الأجنبي خارج العراق، وغياب معيار الكفاءة والرقابة على التشكيل الإداري، إلى جانب احتمالات ازدواج الإجراءات بالنسبة للتاجر التقليدي الذي يزاول نشاطاً إلكترونياً، وانقطاع الصلة بين النظام وبين منظومة حماية المستهلك والبيانات والضرائب، فضلاً عن المسك الدفترية والاسم التجاري وما يثيره من انغلاق اقتصادي على الشركات الأجنبية، ولبيان ذلك نرى ارتأينا تقسيم هذا المطلب على فرعين، نتناول في الأول منها الرقابة الإلكترونية ونطاق السريان، وفي الثاني ضمانات المستهلك والتحديات المستحدثة، وعلى النحو الآتي:

المطلب الأول

الرقابة الإلكترونية ونطاق السريان

14 - د. عيسى غسان ربيضي، ضوابط معالجة المتاجر الإلكترونية وبيانات العملاء الشخصية وفقاً للتشريع الاماراتي - دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية السنة 12، العدد 2، 2024، ص 287 وما بعدها.



لا شك من ان وظيفة الدولة في ظل التحول الرقمي قد انتقلت من الإدارة المكتبية التقليدية إلى الإدارة الذكية التي تتخذ من المنصات الرقمية واجهةً لممارسة سلطاتها، ويبرز نموذج الإجازة الإلكترونية كأحد أهم تجليات هذا التحول، حيث أصبحت المنصة الرقمية هي الأداة القانونية والتقنية التي تختزل الإجراءات الإدارية والرقابية المعقدة في نافذة واحدة⁽¹⁵⁾. ومع ذلك فإن هذا الانتقال لم يخلُ من تعقيدات قانونية تمس جوهر الرقابة الإدارية وقواعد الاختصاص المكاني والنوعي. وتكمن الإشكالية المركزية لهذا المطلب في محاولة التوفيق بين سرعة العمليات الرقمية وصرامة المبادئ القانونية المستقرة، فكيف يمكن للإدارة الإلكترونية أن تمارس رقابة فعالة دون أن تتحول إلى عائق أمام الكفاءة؟ وكيف يمكن فرض سيادة القوانين الوطنية على إجازات تُمنح عبر فضاء عابر للحدود؟ ولبيان قسمنا هذا المطلب على الفروع الآتية:

الفرع الأول

الإجازة الإلكترونية وازدواجية المراكز القانونية

تظهر الإشكالية هنا من لحظة إسناد صلاحية منح إجازة ممارسة التجارة الإلكترونية إلى تشكيلٍ تُنشئه الوزارة من دون أن يضع النص معياراً لاختيار أعضائه أو شرطاً لتوافر الخبرة الفنية والقانونية، لأن الإجازة في التجارة الإلكترونية ليست إجراءً شكلياً وإنما هي قرار إداري مُنشئ لمركز قانوني يفتح باب السوق ويغلقه، ويترتب عليه إخضاع التاجر للالتزامات واسعة⁽¹⁶⁾. فإذا لم تُربط سلطة هذا التشكيل بمعايير واضحة فإن مخاطر الفساد الإداري لا تتبع من سوء النية فقط، وإنما من قابلية القرار للتسييس والمحسوبية وتفاوت المعاملة، وخاصة عندما يصبح الترخيص باباً للمنفعة، لذلك فإن غياب معيار الكفاءة يجعل القرار الإداري في أدق مفاصل الاقتصاد الرقمي متروكاً لاجتهادات أشخاص قد لا يملكون أدوات فحص المخاطر التقنية وحماية البيانات والشفافية الإعلامية، ويزداد هذا الخلل حين لا يبين النص الجهة الرقابية التي تخضع لها أعمال هذا التشكيل، لأن الرقابة ليست مجرد قيمة أخلاقية وإنما هي آلية تضمن المشروعية وتوحيد المعايير ومنع تضارب المصالح وتوفير حق التظلم ضمن إطار زمني سريع يتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية التي تتضرر من التأخير أكثر من غيرها⁽¹⁷⁾.

وفي عمق هذا الفرع تبرز مشكلة ازدواج الإجراءات التي أشرنا إليها بحق، لأن وجود سجل تجاري تقليدي وإجازة إلكترونية مستقلة قد يخلق سؤالين عمليين يهددان مبدأ المركز القانوني الواحد فهل يغني التسجيل

15 - ينظر المادة (4) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "تتولى الوزارة انشاء منصة الكترونية شاملة لإصدار وتجديد الإجازة للتاجر الإلكتروني، وتتيح للمستخدمين اكمال الإجراءات المتعلقة بالحصول على الإجازة كافة او تجديدها عبر الانترنت بشكل كامل دون الحاجة إلى الحضور الشخصي الى الوزارة، إلا اذا دعت الحاجة إلى ذلك".

16 - ينظر: المادة (3) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "تقوم الوزارة باستحداث تشكيل يكون مسؤولاً عن إدارة المنصة وإصدار الإجازة للتاجر الإلكتروني".

17 - جدير بالإشارة ان المادة (9) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025 قد اجازت لمن رفض طلبه بالحصول على الإجازة التظلم لدى الوزير خلال (30) يوماً من اليوم التالي لتاريخ تبليغه ويحق لمن رفض تظلمه من الوزير الطعن به امام القضاء وفقاً لأحكام القانون، وبالرغم من ان هذه المادة حددت الجهة الرقابية على طلبات الإجازة فإنها لم تحدد جهة الرقابة على التشكيل ذاته.



في السجل التجاري التقليدي عن الإجازة الإلكترونية عندما يباشر التاجر التقليدي بيعاً عبر منصة؟ وإذا لم يغن، فهل يُفرض على الشخص مركزان قانونيان متوازيان يجزان التزامات مزدوجة وربما عقوبات متداخلة؟ إن هذا الازدواج يفتح الباب لتعارض الالتزامات وتكرار الرسوم وازدواج الرقابة، ويُربك الإدارة قبل أن يربك التاجر، لأنه لا يعود واضحاً فهل محل الرقابة هو النشاط التجاري أم القناة الإلكترونية؟ والمنهج الأدق⁽¹⁸⁾ هو أن يُبنى النظام على فكرة تكامل المراكز لا تضاعفها، بأن تكون الإجازة الإلكترونية إما امتداداً رقمياً لقيده قائم، أو مساراً خاصاً لمن لم يُقيد أصلاً، مع نص واضح يمنع التكرار ويحدد أثر كل قيد على الآخر، بحيث لا يُفرغ السجل التقليدي من قيمته ولا تتحول الإجازة الإلكترونية إلى عبء إضافي غير مبرر، ومن هنا تبرز فكرة النافذة الواحدة، فالنظام يلزم التاجر بإرفاق موافقة الجهة المختصة عند الاقتضاء⁽¹⁹⁾، لكنه لم يبين كيف تُدار عملية التنسيق ولم يفرض مدداً على الجهات لتقديم ردها، ما يعني أن الإجراء قد يتحول إلى سلسلة موافقات مرهقة تستهلك وقت التاجر وتدفعه للالتفاف، والنافذة الواحدة هنا ليست مجرد تبسيط إداري، وإنما هي حماية للشرعية الإجرائية ومنع للتعسف، لأنها تُوحّد الطلبات في مسار رقمي واحد، وتفرض آجالاً للرد، وتحدد أثر السكوت الإداري، وتُغلق باب التأخير غير المبرر الذي يقتل التجارة الإلكترونية بطبيعتها السريعة.

وتتصل بهذه النقطة مسألة المسك الدفترية التي نبهنا إليها؛ إذ إن قانون التجارة الزم التاجر بمسك دفاتر وحدد ضوابطها، ثم أجاز استعمال الأجهزة التقنية والأساليب الحديثة بدلاً عنها⁽²⁰⁾، بينما النظام لم يبين بوضوح كيف يلزم التاجر الإلكتروني بمسك ما يقابل الدفاتر الإلزامية التقليدية وبأي معايير حفظ وسلامة وتدقيق، مكتفياً بإحالات عامة إلى قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2012⁽²¹⁾. وهي إحالات قاصرة عن تنظيم حفظ السجلات التجارية الرقمية مما يضعف وسائل الإثبات ويُضعف التحصيل الضريبي ويُضعف حماية المستهلك عند المنازعة.

وفي سبيل معالجة هذه الإشكاليات وحل هذا الازدواج الإجرائي، نقترح الصياغات التشريعية الآتية لغرض تضمينها إلى النظام:

1. تُشكل في الوزارة لجنة دائمة تسمى "الجنة تراخيص التجارة الإلكترونية"، تتألف من أعضاء يجمعون بين التخصصات القانونية، والخبرات التقنية في الأمن السيبراني، والإدارية. ويصدر الوزير تعليمات تحدد

18 - د. رواء يونس النجار، السجل التجاري الإلكتروني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد 48، 2024، ص58.

19 - ينظر المادة (5) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "يتعين على التاجر الإلكتروني الذي تتطلب منتجاته او خدماته الحصول على موافقة جهة مختصة ارفاق الموافقة اثناء التقديم للحصول على الإجازة من خلال المنصة".

20 - ينظر: المواد (12 - 20) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984: فالأصل الإلزام بالدفاتر وإمكان الاستعاضة بالأجهزة التقنية: "على التاجر... أن يمك الدفاتر... و"يجوز للتاجر أن يستعيض... باستخدام الأجهزة التقنية والأساليب الحديثة...".

21 - ينظر المادة (27) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "يراعى في تطبيق هذا النظام احكام قانون التجارة رقم (30) لسنة 1984، وقانون الشركات رقم (21) لسنة 1997، وقانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2012، والتشريعات ذات العلاقة، وقانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010".



شروط العضوية، ومدة شغلها، وآليات الإفصاح عن حالات تعارض المصالح. وتخضع أعمال اللجنة لرقابة الدائرة القانونية في الوزارة.

2. يُعمل بمبدأ "القيود الرقمي الموحد"، بحيث تُعد الإجازة الإلكترونية الممنوحة بموجب أحكام هذا النظام امتداداً رقمياً وقناة تسويقية تابعة للسجل التجاري القائم. ولا يُلزم التاجر المقيد أصولياً بإنشاء قيد أو كيان قانوني جديد، بل يُكتفى بتحديث بياناته وإضافة تأشيرة "ممارسة النشاط الإلكتروني" لمركزه القانوني عبر الربط الشبكي بين المنصة والسجل التجاري، منعاً للازدواج التنظيمي.

3. يلتزم التاجر الإلكتروني بمسك سجلات رقمية موثوقة تتضمن الحد الأدنى من القيود المحاسبية ومسارات التدقيق لحركة المبيعات والبيانات التعاقدية. ويجب الاحتفاظ بهذه السجلات بشكل آمن يمنع التلاعب أو الحذف لمدة لا تقل عن خمس سنوات. وتتمتع هذه السجلات بالحجية القانونية الكاملة في الإثبات التجاري والتحصيل الضريبي وحل منازعات المستهلكين، متى ما استوفت معايير السلامة والتصديق الرقمي وفقاً لأحكام قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية.

الفرع الثاني

النطاق الإقليمي ودولية الإنفاذ

تتبلور هنا عقدة التجارة الإلكترونية، فالنظام يقرر نطاق سريان أحكامه على الأشخاص الموجودين داخل العراق⁽²²⁾، بالرغم من ان هذا المعيار – على بساطته – يحمل بين طياته في الداخل إشكالية حماية المستهلك، وفي الخارج إشكالية الاختصاص القضائي الدولي والسيادة الإقليمية وإنفاذ العقوبات، فإذا كان التاجر الأجنبي يمارس نشاطه من خارج العراق وبييع لمستهلك داخل العراق عبر منصة عالمية، فإن اشتراط الإجازة يصبح قانونياً في التصور، لكنه عسير التنفيذ في الواقع ما لم تُنشأ أدوات إلزام فعالة؛ لأن الدولة لا تملك تلقائياً سلطة إكراه شركة أجنبية لا مقر لها ولا أصول داخل اقليمها⁽²³⁾.

ومن هنا يساق تساؤل دقيق وهو كيف سُنْجبر وزارة التجارة منصات مثل أمازون أو شي إن على الحصول على الإجازة؟ والإجابة ليست في الأمنيات، وإنما في بناء أدوات إنفاذ عابر للحدود أو إنفاذ عبر نقاط اتصال داخلية، أي أن يُشترط على المنصات الأجنبية التي تستهدف السوق العراقي تعيين ممثل قانوني داخل العراق، أو إنشاء كيان محلي، أو فرع، أو وكيل خدمة، أو على الأقل نقطة اتصال قانونية، بحيث يصبح هناك محل للتبليغ والتنفيذ. فهذا الشرط لا يُقصد به التضييق، وإنما صناعة قابلية للملاحقة القضائية وحماية المستهلك عند النزاع، وإلا تحولت الإجازة إلى شرط على الضعفاء فقط دون كبار التجار.

22 - ينظر المادة (2) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "تسري أحكام هذا النظام على طرفي النشاط إذا كان أحدهما أو كلاهما داخل العراق، مع مراعاة أحكام التشريعات النافذة ذات العلاقة".

23 - ينظر المادة (6) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "لا يجوز للتاجر الإلكتروني ممارسة التجارة الإلكترونية في جمهورية العراق إلا بعد الحصول على إجازة من الوزارة".



ويتصل بهذا الفرع أيضا تناقض النظام بين إطلاق يد الأجنبي في التجارة الإلكترونية وبين تقييد مزاولته التجارة التقليدية في قانون التجارة⁽²⁴⁾، لأن النظام إن لم يوضح علاقة أحكامه بقيد الإذن الوارد في قانون التجارة أو كيف يستبدل الإذن بإجازة تمنحها منصة الوزارة، فإنه يخلق بذلك تصادماً بين نصين وتبايناً في المراكز القانونية للأجنبي بحسب القناة التي يبيع عبرها، ويزداد البناء تعقيداً حين يدخل عنصر الاسم التجاري الذي قيده قانون التجارة بقيود لغوية ووطنية⁽²⁵⁾، وهو قيدٌ يحدث إعاقة عملية للشركات الأجنبية ذات العلامات العالمية، ويُربك تطبيق النظام على الكيانات الكبرى إن لم يُوضع مسار واضح للتوفيق؛ وهنا كان الاقتراح بالاستعانة بفكرة فرع العراق مقترحاً متوازناً من داخل النص ذاته، لكنه يحتاج إلى بيان آلية تطبيقه على المنصات الرقمية العالمية وكيفية تسجيلها دون مساس بالعلامة التجارية وشهرتها أو تضليل الجمهور.

ولمعالجة الإشكالية الجوهرية التي يطرحها هذا الفرع، والمتمثلة في عجز قواعد الاختصاص الإقليمي التقليدية عن إنفاذ القانون على المنصات الأجنبية العابرة للحدود (مثل أمازون وشي إن)، وضماناً لحماية المستهلك العراقي وإيجاد خصم قانوني يمكن مقاضاته وتبليغه داخل العراق، نقترح صياغة المعالجات الآتية في نصوص قانونية محكمة تُضاف إلى النظام:

1. تلتزم الشركات والمنصات الإلكترونية الأجنبية غير المؤسسة في العراق، والتي توجه نشاطها التجاري أو الإعلان نحو المستهلك في السوق العراقي وتتجاوز مبيعاتها أو عدد مستخدميها السقف الذي تحدده الوزارة، بتعيين ممثل قانوني مقيم في جمهورية العراق، كشرط أساسي لمنحها الإجازة الإلكترونية وممارسة نشاطها.
2. يُعد الممثل القانوني المحلي نقطة الاتصال الرسمية أمام وزارة التجارة والجهات القضائية والرقابية، ويكون مسؤولاً عن تلقي الإشعارات والتبليغات القانونية نيابة عن المنصة الأجنبية، ويتولى قانونياً معالجة شكاوى المستهلكين، وضمان امتثال المنصة لمتطلبات حماية البيانات وأحكام قانون حماية المستهلك العراقي النافذ.
3. في حال امتناع المنصة الأجنبية عن استحصال الإجازة الإلكترونية أو تخلفها عن تعيين ممثل قانوني معتمد داخل العراق، تتولى وزارة التجارة رفع طلب رسمي إلى هيئة الإعلام والاتصالات والجهات القضائية المختصة، لإصدار قرار بتطبيق الحجب المكاني لنطاق المنصة وتطبيقها الذكي داخل إقليم جمهورية العراق، كتدبير احترازي وراذع لحين تسوية وضعها القانوني.

أما فيما يتعلق بالإشكاليات القانونية التي يثيرها موضوع التناقض بين الانفتاح الرقمي والقيود التقليدية المفروضة على الأجنبي بموجب المادة (8) من قانون التجارة العراقي التي تشترط حصول الأجنبي على إذن لممارسة التجارة، فإن ترك هذا النص دون معالجة في النظام سيخلق ازدواجية وتضارباً. لذا، نقترح إضافة النص الآتي

24 - ينظر: المادة (8) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : "يشترط في التاجر أن يكون... عراقي الجنسية. ويجوز لغير العراقي أن يمارس العمل التجاري... وبإذن من الجهة المختصة".

25 - ينظر: المادة (21) من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 : " ... لا يجوز للتاجر أن يتخذ اسمه التجاري من الأسماء غير العربية أو غير العراقية... " و" ... يُقيد فرع الشركة أو المؤسسة الاقتصادية الأجنبية... باسمه المقيد في سجل بلده مع إضافة عبارة (فرع العراق)"



إلى النظام: تُعد الإجازة الإلكترونية الممنوحة للتاجر الأجنبي أو الشركة الأجنبية بموجب أحكام هذا النظام، بمثابة (الإذن) المنصوص عليه في المادة (8) من قانون التجارة النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984، وتغني عنه لأغراض ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني حصراً داخل إقليم جمهورية العراق. بهذه المعالجات التشريعية، يخرج النظام من حيز التنظير والتمني إلى حيز الإنفاذ العملي الصارم، متسلحاً بأدوات قانونية وتقنية تضمن خضوع المنصات العالمية لقواعد السوق العراقي.

المطلب الثاني

ضمانات المستهلك والتحديات المستحدثة

لم تعد حماية المستهلك في العصر الرقمي تقتصر على ضمان سلامة المبيع المادي فحسب، وإنما امتدت لتشمل حماية رضائه من التضليل وحماية بياناته الشخصية من الاستغلال. فالتعاملات الإلكترونية تتميز بخصائص تجعل المستهلك عرضة لمخاطر غير تقليدية، بدءاً من شراء محتوى رقمي غير ملموس، وصولاً إلى الوقوع في فخ الإعلانات الموجهة التي يقودها الذكاء الاصطناعي، مما دفع المشرعين إلى صياغة قواعد استثنائية تخرج عن القواعد العامة في نظرية العقد⁽²⁶⁾. وتكمن أهمية هذا المطلب في محاولة رصد التوازن المفقود بين حرية التجارة الإلكترونية وبين المقترضات الحمائية التي تفرضها الأنظمة الحديثة، خاصة في ظل التداخل بين القانون التجاري، وقانون حماية البيانات، والقانون الضريبي والجنائي، ولبيان ذلك قسمنا هذا المطلب على الفروع الآتية:

الفرع الأول

حقّ العُدولِ وضماناتِ المحتَوَى الرّقْمِيّ

تبدأ ثغرة حماية المستهلك من النص الذي حدد حالات لا يحق فيها للزبون فسخ العقد⁽²⁷⁾، لأن هذا التحديد إن لم يُصغَ على نحو منسجم مع فلسفة قانون حماية المستهلك فإنه ينقلب إلى تقييد لحق يفترض أن يكون ضماناً مركزية في التجارة الإلكترونية، حيث الفجوة المعلوماتية أكبر، وفرص الغش أوسع، وطبيعة التعاقد عن بعد تُبرر حماية إضافية للمستهلك، وقد رصدنا تعارضاً مباشراً مع قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010 الذي يمنح المستهلك حق إعادة السلع والمطالبة بالتعويض عند عدم حصوله على المعلومات اللازمة، وهو نص يعبر عن أن حماية المعلومات والشفافية شرط جوهري في صحة الرضا وفي عدالة التعاقد الاستهلاكي⁽²⁸⁾.

26 - د. ابو العلاء علي، المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، مركز الدراسات القانونية والاقتصادية، مصر، بلا سنة نشر، ص 268 وما بعدها.

27 - ينظر المادة (14) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "لا يحق للزبون فسخ العقد في الحالات ادناه إلا اذا كانت المنتجات فيها عيب او غير مطابقة للمواصفات المتفق عليها: أولاً: اذا كان محل العقد منتجات مصنعة بناءً على طلب الزبون او وفقاً لمواصفات تم صنعها خصصياً له، ثانياً: اذا كان محل العقد لأشرطة او اسطوانات او اقرص مدمجة او برامج تم استخدامها، ثالثاً: اذا كان العقد يتناول شراء صحف او مجلات او منشورات او كتب، رابعاً: اذا ظهر عيب في المنتج بسبب سوء حيازة الزبون، خامساً: اذا كان العقد يتناول تقديم خدمات نقل او طعام، سادساً: اذا كان العقد يتناول شراء منتجات الكترونية او تحميل برامج عبر الانترنت، سابعاً: الحالات الاخرى التي تحددها الوزارة على وفق ما تستدعيه طبيعة المنتجات او الخدمات".

28 - ينظر المادة (6/ ثانياً) من قانون حماية المستهلك النافذ رقم (1) لسنة 2010: "للمستهلك وكل ذي مصلحة في حالة عدم حصوله على المعلومات المنصوص عليها في هذه المادة إعادة السلع كلاً أو جزءاً إلى المجهز ومطالبته بالتعويض أمام المحاكم المدنية عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جزاء ذلك"



ومن المآخذ التي تؤثر على نصوص النظام في هذا الصدد أيضاً، استعارة المشرع عبارة سوء حيازة الزبون كإحدى الحالات التي لا يحق فيها للزبون فسخ العقد متى ظهر العيب في المنتج بسبب حيازته إياه⁽²⁹⁾، إذ إن استعمال مفهوم مرّنٍ دون معيارٍ موضوعي يُحوّل النص إلى مؤلّد منازعات بدل أن يكون حاسماً لها، لأن المستهلك قد يُتهم بسوء الحيازة بلا ضابط، والتاجر قد يتذرع بها لرفض الإرجاع، والإدارة قد تتوسع في تفسيرها؛ والإشكال هنا يتضاعف في التعاملات غير الملموسة أو الرقمية؛ ك شراء سعة تخزين أو اشتراك أو رخصة برنامج، لأن معيار الحيازة هنا يختلف أصلاً عن الحيازة المادية، ويحتاج إلى تعريف يراعي طبيعة الخدمة الرقمية وظروف استعمالها وإمكانية اختبارها قبل الالتزام النهائي.

وتزداد الحساسية حين يتعلق الأمر بالمحتوى الرقمي والبرمجيات التي قد تحتوي على عيوب لا تظهر إلا بعد الاستخدام، ومع غياب خدمات ما بعد البيع أو ضمانات الحد الأدنى للجودة، يصبح منع الفسخ في هذه الحالة تهديداً مباشراً لفلسفة حماية المستهلك؛ ومن ثم فإن التحليل يقتضي أن يربط الحق في الفسخ، أو على الأقل الحق في الاستبدال أو إصلاح العيب أو استرداد جزء من الثمن، بفكرة العيب الخفي أو عدم المطابقة، لأن التجارة الإلكترونية تخلق مساحة واسعة للتضليل في الوصف والسعر والمزايا التقنية؛ وهذا ينسجم أيضاً مع ضرورة النص على ضمانات إلزامية للسلع من العيوب الخفية، لأن مجرد تقرير حق الفسخ دون منظومة ضمان يجعل حماية المستهلك ناقصة، وخاصة في المعاملات العابرة للحدود حيث يصعب التنفيذ على البائع.

وبما أن المشرع العراقي قد استخدم مصطلح (سوء الحيازة) في بيئة تفتقر إلى الأعيان المادية الملموسة، كان لزاماً تأصيل مفهوم الحيازة في الفضاء التقني. وعليه، نقترح تعريف الحيازة الرقمية بأنها: السيطرة الفعلية، المباشرة أو غير المباشرة، على البيانات أو المحتوى الرقمي أو الأصول الافتراضية، من خلال امتلاك صلاحية الوصول والتصرف والاستخدام الحصري عبر آليات التشفير، أو كلمات المرور، أو الحسابات المحمية، على نحو يقصي الغير من التدخل فيها. وبناءً عليه، يتحدد (سوء الحيازة) المانع من ممارسة حق الفسخ في الأصول الرقمية بقيام المستهلك بنسخ المحتوى، أو فك تشفيره، أو تعديله برمجيّاً، أو استنساخ تراخيصه بطريقة تحول دون إعادة بيعه كمنتج أصلي جديد.

وأخيراً، نلاحظ بأن النظام لم يحدد مدة زمنية للفسخ وهو قصور يلامس جوهر اليقين الإجرائي؛ فالتاجر يحتاج إلى معرفة مدة المسؤولية، والمستهلك يحتاج إلى مهلة واضحة لممارسة الحق، والقاضي يحتاج إلى معيار للفصل في النزاع. وغياب المدة يدفع إلى اجتهادات متعارضة وإلى سلطة تقديرية للإدارة في إضافة حالات على سبيل المثال لا الحصر، وهو ما يضعف الثقة بالنظام لعدم وضوح المعايير المعلنة.

ولغرض سد النقص التشريعي المتمثل في عدم تحديد مدة زمنية لممارسة المستهلك حق العدول في التعاقد الإلكتروني، نقترح تعديل النظام ليُنص صراحة على: يحق للمستهلك فسخ العقد الإلكتروني دون إبداء أسباب ودون

29 - ينظر الفقرة (رابعاً) من المادة (14) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025 المشار إليها انفاً.



تحمل أي أعباء مالية – باستثناء تكاليف الإرجاع – خلال مدة (7) سبعة أيام، تبدأ من تاريخ تسلم السلعة المادية، أو من تاريخ إبرام العقد في حالة تقديم الخدمات أو المحتوى الرقمي غير الملموس. هذا التحديد يحقق توازناً عادلاً بين تروي المستهلك وبين استقرار المركز المالي للتاجر.

الفرع الثاني

حماية البيانات والسياسة الضريبية الرقمية

وفي محور البيانات⁽³⁰⁾ تتجسد أخطر ثغرة تنظيمية في سؤال المسؤولية عند التسريب؛ هل تُسند إلى التاجر أم إلى المنصة أم إلى مزود الخدمة؟ إن ترك هذا السؤال بلا إجابة لا يعني مجرد نقص تشريعي، وإنما يعني تفكيك سلسلة الحماية؛ لأن كل طرف سيلقي العبء على الآخر، وستنشئت مسؤولية التعويض ويضيع معيار الإهمال التقني الواجب، خاصة عندما تكون البيانات مشفرة أو مؤقتة أو تُحذف تلقائياً، فتتعدّد التحقيقات ويصعب إثبات الواقعة، لذلك يقتضي التحليل القانوني السليم ألا يكتفي المشرع بإيراد "تعريف للبيانات" فحسب، بل يجب أن يُقرن هذا المفهوم بمنظومة التزامات واضحة تكفل حمايتها. وتشمل هذه الواجبات: الالتزام بتوفير الحد الأدنى من معايير الأمن السيبراني، وتحديد مدد قانونية لحفظ السجلات، فضلاً عن إرساء تمييز دقيق بين صفة "المتحكم بالبيانات" وصفة "المعالج" استناداً إلى طبيعة الدور الفعلي لكل منهما وليس لمسمياتهما الشكلية.

وفي هذا السياق، تبرز فجوة إغفال النظام تحديد سقف زمني دقيق وملزم للإخطار عند حدوث أي خرق سيبراني، مع غياب التكييف الواضح لنوع المسؤولية والعقوبة المترتبة على التقصير. إن التزام التاجر بـ "الإخطار بالخرق" لا يُعد مجرد إجراء إداري أو شكلي، بل هو أداة قانونية جوهرية لاحتواء الأضرار الناشئة؛ إذ يُمكن المستهلك المتضرر من سرعة اتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لحماية بياناته وأمواله، ودرء أي استغلال غير مشروع لمعلوماته⁽³¹⁾، ذلك ترك المدة مفتوحة يفرغ الالتزام من محتواه الحمائي، ونقترح لمعالجة هذه الإشكالية تقنين هذا الإجراء بنص صارم يوجب على التاجر أو المنصة إخطار الجهة الرقابية المختصة بوقوع الخرق السيبراني في مدة أقصاها (72) ساعة من لحظة العلم اليقيني به. وفي حال كان التسريب يشكل تهديداً جسيماً للبيانات المالية أو الخصوصية الحساسة للمستهلكين، يجب إخطار المستهلك المتضرر فوراً وبدون أي تأخير غير مبرر، مشفوعاً بتوصيات لتقليل الضرر كإيقاف البطاقات وتجميد الحسابات المصرفية أو تغيير كلمات المرور.

30 - ينظر المادة (1/ عاشر) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "البيانات: كل بيان مهما كان شكله أو مصدره، ويدخل بصورة مباشرة أو غير مباشرة عند التعامل بالتجارة الإلكترونية".

31 - ينظر المادتين (16 ، 17) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "لا يجوز استخدام بيانات الزبون ونقلها إلى طرف ثالث دون الحصول على موافقة صريحة منه"، "في حال حدوث خرق للبيانات يؤدي إلى الأضرار ببيانات وحقوق أو حريات الزبون، يجب على التاجر الإلكتروني إخطار الزبون المتضرر والوزارة والجهات المختصة فوراً، وتقديم تفاصيل حول طبيعة الخرق والاجراءات المأخوذة لمعالجته، ولا يعفي التاجر الإلكتروني من المسؤولية القانونية إذا ثبت تقصيره".



ويتصل بذلك أيضاً إشكالية الإعلان الإلكتروني؛ إذ إن عدم إلزام التاجر بتحديث الإعلانات القديمة أو تصحيح المعلومات بعد تغير السعر أو المواصفات يجعل الإعلان أداة تضليل مستمرة، ويضع المستهلك في دائرة الثقة الكاذبة التي تُبنى عليها موافقته الإلكترونية⁽³²⁾. كما أن حظر الإعلانات عن سلع ممنوعة دون نشر قائمة محددة أو تحديثها دورياً من قبل وزارة التجارة يُنتج نفس المشكلة التي وصفتها ببلاغة: منع عام يشبه قولنا ممنوع السلوك السيء دون بيان ماهيته، فيقع التاجر حسن النية في المخالفة دون علم، ويجد التاجر سيء النية ثغرات للتحايل، وتبقى الإدارة صاحبة سلطة تقديرية واسعة قد تُستخدم على نحو غير متوازن⁽³³⁾. ثم تظهر مسألة العقوبات التي يمكن وصفها بأنها غير رادعة للشركات العالمية⁽³⁴⁾؛ وهذه الملاحظة تنبع من فارق جوهري بين السوق المحلي والسوق العالمي: فالغرامة الثابتة قد تكون رادعة لبائع صغير لكنها تصبح تكلفة تشغيل لشركة عملاقة، ومن ثم يفقد الجزاء فلسفته الردعية ويتحول إلى رسم؛ لذلك فإن التفكير التشريعي هنا ينبغي أن يتجه إلى جزاءات نسبية مرتبطة بحجم الإيرادات أو عدد المخالفات أو نسبة من المبيعات داخل العراق، لا إلى مبالغ ثابتة فقط، مع عدم إغفال التدرج الذي يحمي صغار التجار من السقوط. ومن هذا المنطلق نقترح التخلي المطلق عن نموذج الغرامة المقطوعة ثابتة السقف، إذ ينبغي على المشرع إدخال آلية (الغرامة النسبية التصاعديّة) المطبقة في التشريعات الرائدة، بأن يُنص على: (تُعاقب الشركة الأجنبية أو المنصة المخالفة لأحكام هذا النظام، لا سيما ما يتعلق بالاحتيال أو تسريب البيانات أو التسعير التمييزي التعسفي، بغرامة مالية تتراوح بين (2% إلى 4%) من إجمالي إيراداتها السنوية المتحققة من داخل السوق العراقي خلال السنة المالية السابقة للمخالفة، أو غرامة لا تقل عن مليار دينار عراقي، أيهما أعلى). هذه الآلية تضمن أن يكون الجزاء متناسباً مع القوة الاقتصادية للمخالف، وتمنع تحول الغرامات إلى مجرد تكلفة اعتيادية للتشغيل تستخف بها الاحتكارات التقنية.

وفي محور الضرائب تتأكد الفجوة التي أشرنا إليها من حيث ان قانون ضريبة الدخل رقم (113) لسنة 1982 لا يتضمن معالجة صريحة لخصوصية الأنشطة الرقمية، ما يفتح باباً للتهرب أو لعدم العدالة بين تاجر رقمي وتاجر تقليدي⁽³⁵⁾. وهنا لا يكفي اقتراح ضريبة رقمية مجردة، وإنما يجب تحليل معيار وعاء الضريبة فهل تُفرض على الدخل الصافي؟ أم على الإيراد المتحقق من السوق العراقي؟ وكيف تُحتسب في معاملات عابرة للحدود؟ وكيف تُلزم المنصات بتقديم بياناتها؟ لأن الضريبة الرقمية بلا أدوات وبيانات وحفظ سجلات تصبح شعاراً أكثر منها قاعدة قانونية. ونظراً لاستحالة تحديد الدخل الصافي لشركة رقمية عالمية تمارس نشاطها في دول متعددة، وتجنباً للتهرب

32 - ينظر المادة (20/ثانياً) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "يمنع تضمين الاعلان الإلكتروني عرضاً أو بياناً أو ادعاءً كاذباً أو مصاغاً بعبارة من شأنها ان تؤدي بصورة غير مباشرة إلى خداع الزبون او تضليله".

33 - ينظر المادة (21) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025: "لا يجوز الإعلان عن اي مواد او خدمات ممنوعة محلياً او عالمياً او يحظر الترويج لها".

34 - ينظر المادة (23) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي رقم (4) لسنة 2025: "تطبق العقوبات والغرامات المنصوص عليها في التشريعات النافذة على المخالفين لأحكام هذا النظام".

35 - ينظر المادة (24) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية العراقي النافذ رقم (4) لسنة 2025: "تضع الهيئة العامة للضرائب آلية واضحة لإحتساب الضرائب وتحصيلها من الأنشطة التجارية الإلكترونية".



الضريبي عبر نقل الأرباح، نقترح فرض الضريبة على إجمالي الإيراد، بإيراد النص الآتي: يُحتسب وعاء الضريبة لأنشطة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود على أساس فرض نسبة مئوية مقطوعة من إجمالي الإيرادات المتحققة من المبيعات والخدمات والاشتراكات الموجهة للسوق العراقي.

وختاماً، وانسجماً مع التقدم التقني وانتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التعلم الآلي لا بد لنا ان نشير إلى اثر الذكاء الاصطناعي في التسويق والإعلان والتسعير التمييزي بحسب الموقع الجغرافي أو المستوى الاقتصادي في ظل اغفال النظام من اي اشارة صريحة او ضمنية رغم حداثة صدوره؛ فهذه مسألة عدالة تعاقدية وحماية مستهلك ومساواة أمام السوق؛ لأن الخوارزمية قد تفرض سعراً أعلى على منطقة معينة أو تعرض منتجات مختلفة أو تضلل المستهلك بإعلانات مصممة لاستغلال ضعفه الاقتصادي؛ ومن ثم فإن التنظيم الذي يهمل هذا الباب يكون قد ترك أهم أدوات السوق الرقمية بلا ضابط، ويحتاج - على الأقل - إلى قواعد شفافية وإفصاح عن التسعير الديناميكي وعن التخصيص الإعلان، وإلى منع صور التمييز غير المبرر، وإلى تحميل المسؤولية لمن يملك قرار الخوارزمية أو يستفيد منه، ذلك إن التوظيف المفرط للذكاء الاصطناعي لتحديد أسعار ديناميكية بناءً على القوة الشرائية أو الموقع الجغرافي للمستهلك الفرد، يمثل إخلالاً جوهرياً بمبدأ حسن النية ومساواة المتعاقدين. ولحل هذه الإشكالية المستحدثة، يجب على المشرع إرساء (مبدأ الشفافية الخوارزمية)، من خلال إلزام التاجر الإلكتروني والمنصات بإدراج إشعار واضح للمستهلك يخطر به بأن السعر المعروض قد خضع لتخصيص آلي بناءً على بياناته. وفي حال ثبوت استغلال الخوارزمية لبيانات المستهلك لفرض أسعار تعسفية لا مبرر لها اقتصادياً (كتكاليف النقل)، تتعدد المسؤولية التضامنية على مشغل المنصة والتاجر، ويحق للمستهلك استرداد الفروقات السعرية وإبطال العقد للغبن الناشئ عن التدليس التقني.

الخاتمة

كشفت هذه الدراسة التحليلية النقدية لنظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025 عن فجوات تشريعية ومفاهيمية تعيق تحقيق اليقين القانوني والفعالية التنظيمية في البيئة الرقمية. ولإجمال مخرجات البحث، سنُقَسِّم هذه الخاتمة على فقرتين لعرض أبرز النتائج والمقترحات:

أولاً: النتائج:

- 1- إغفال النظام وضع معيار قانوني صريح لتحديد صفة العمل التجاري في تعريف التجارة الإلكترونية، وعجز معيار الحرفة الصغيرة التقليدي عن استيعاب المشاريع الرقمية الدقيقة التي تدر أرباحاً عالية.
- 2- ضبابية التمييز بين التاجر الإلكتروني الذي يعمل باسمه ولحسابه، وبين المنصة الرقمية الوسيطة، مما قد يفضي إلى التهرب من الالتزامات القانونية، فضلاً عن الغموض في ركن الاحتراف وصعوبة إثباته رقمياً في ظل غياب القواعد القانونية المحددة لحجية البيانات الرقمية.
- 3- لم يحكم النظام الربط بين الإجازة الإدارية لممارسة التجارة الإلكترونية والتسجيل التجاري العام، مما وُدَّ ازدواجية في الإجراءات واختلالاً في المركز القانوني للتاجر.



- 4- خلو النظام من تعريف الحيازة الرقمية، وغياب التحديد الزمني القاطع لحق المستهلك في العدول، وافتقاره لمدد حاسمة لإخطار الجهات الرقابية والمستهلكين عند حدوث خروقات للبيانات الشخصية.
- 5- قصور النظام في ضبط قابلية التطبيق على الكيانات الأجنبية، مع غياب أدوات إنفاذ فعّالة عبر الحدود، وغياب مسار واضح لضريبة رقمية عادلة. كما خلت نصوص النظام من أي معالجة تنظيمية لتأثيرات الذكاء الاصطناعي في التسعير التمييزي والإعلانات الموجهة.

ثانياً: المقترحات:

1. تعديل تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: كل نشاط يباشر بوسيلة إلكترونية على وجه الاحتراف أو التنظيم بقصد تحقيق الربح، ويكون محله عرض السلع أو الخدمات أو تسويقها أو التعاقد عليها أو تنفيذها كلياً أو جزئياً عبر البيئة الرقمية.
2. تعديل تعريف التاجر الإلكتروني بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي، يمارس باسمه ولحسابه الخاص، نشاطاً تجارياً إلكترونياً على وجه الاحتراف والاعتقاد، عبر منصته الرقمية الخاصة أو عبر واجهات منصات الطرف الثالث، ويتحمل بموجب ذلك كافة الالتزامات والضمانات القانونية.
3. اضافة استثناء على نص المادة (11) من قانون التجارة وذلك بالنص على انه: يُستثنى من أحكام الفقرة (ثانياً) المشاريع والحرف التي تُمارس عبر الوسائط الإلكترونية او المنصات الرقمية، متى ما تجاوزت إيراداتها السنوية أو حجم تعاملاتها السقف المالي الذي يحدده وزير التجارة بقرار، من نطاق الحرفة الصغيرة ويُعد صاحب هذا النشاط في حكم التاجر.
4. النص على تشكيلة الجهاز المشرف على إدارة المنصة (لجنة تراخيص التجارة الإلكترونية) وذلك بأن تتألف من أعضاء يجمعون بين التخصصات القانونية، والخبرات التقنية في الأمن السيبراني، والإدارية. ويصدر الوزير تعليمات تحدد شروط العضوية، ومدة شغلها، وآليات الإفصاح عن حالات تعارض المصالح. وتخضع أعمال اللجنة لرقابة الدائرة القانونية في الوزارة.
5. العمل بمبدأ (القيد الرقمي الموحد)، بحيث تُعد الإجازة الإلكترونية الممنوحة بموجب أحكام هذا النظام امتداداً رقمياً وقناة تسويقية تابعة للسجل التجاري القائم. ولا يُلزم التاجر المقيد أصولياً بإنشاء قيد أو كيان قانوني جديد، بل يُكتفى بتحديث بياناته وإضافة تأشيرة "ممارسة النشاط الإلكتروني" لمركزه القانوني عبر الربط الشبكي بين المنصة والسجل التجاري، منعاً للازدواج التنظيمي.
6. إلزام التاجر الإلكتروني بمسك سجلات رقمية موثوقة تتضمن الحد الأدنى من القيود المحاسبية ومسارات التدقيق لحركة المبيعات والبيانات التعاقدية. وتحديد مدة الاحتفاظ بها لمدة لا تقل عن خمس سنوات، فضلاً عن تحديد حجيتها القانونية الكاملة في الإثبات وفقاً لأحكام قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية.
7. إلزام الشركات والمنصات الإلكترونية الأجنبية غير المؤسسة في العراق، والتي توجه نشاطها التجاري أو الإعلان نحو السوق العراقي وتتجاوز مبيعاتها السقف المحدد من قبل وزير التجارة، بتعيين ممثل قانوني



- محلي معتمد مقيم في العراق، ليكون نقطة الاتصال الرسمية لتلقي التبليغات والاضطرابات القضائية وتسهيل عملية انفاذ القانون.
8. إضافة تعرف للحيازة الرقمية بأنها: السيطرة الفعلية، المباشرة أو غير المباشرة، على البيانات أو المحتوى الرقمي أو الأصول الافتراضية، من خلال امتلاك صلاحية الوصول والتصرف والاستخدام الحصري عبر آليات التشفير، أو كلمات المرور، أو الحسابات المحمية، على نحو يقصي الغير من التدخل فيها.
9. النص على حق المستهلك في العدول وفسخ العقد الإلكتروني دون إبداء السبب خلال مدة (7) سبعة ايام، تبدأ من تاريخ تسلم السلعة أو من إبرام عقد الخدمة، تكريساً ل ضمانات الحماية القانونية للمستهلك.
10. النص على خضوع الشركات والمنصات الرقمية الأجنبية للضريبة متى ما تحقق لها حضور اقتصادي مؤثر داخل العراق، واحتساب وعاء الضريبة على أساس نسبة مئوية مقطوعة من إجمالي الإيرادات المتحققة من السوق العراقي.
11. النص صراحة على العقوبات المالية وذلك بمعاقب الشركة الأجنبية أو المنصة الكبرى المخالفة لأحكام النظام بغرامة مالية نسبية تصاعديّة تتراوح بين (2% إلى 4%) من إجمالي إيراداتها السنوية المتحققة من داخل السوق العراقي.
12. إدراج قواعد شفافية في تسعير المنتجات الإلكترونية، وتنظيم استعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي بما يضمن العدالة التعاقدية ويمنع التمييز السعر.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع القانونية :

1. د. أبو العلاء علي، المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، مركز الدراسات القانونية والاقتصادية، مصر، بلا سنة نشر .
2. د. أسامة أبو الحسن مجاهد وآخرون، الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2003 .
3. أسيل فاضل إسماعيل، المحل التجاري الإلكتروني، مجلة الكتاب للعلوم الإنسانية، المجلد 6، العدد 9، 2023 .
4. د. باسم محمد صالح، القانون التجاري – النظرية العامة للتاجر، منشورات دار الحكمة، بغداد، 1987 .
5. حمد محمد عبد الله، الأحكام الإجرائية والموضوعية للتجارة الإلكترونية في الأنظمة السعودية ولوائحها التنفيذية، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد 41، 2023 .
6. د. رواء يونس النجار، السجل التجاري الإلكتروني، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد 48، 2024 .
7. د. عدنان جعان محمد الزهراني، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، دار القلم للطباعة، بيروت، 2016 .



8. د. علي الزيني، أصول القانون التجاري - النظرية العامة والعقود التجارية، المطبعة الأميرية، القاهرة، 1935 .
9. د. عيسى غسان ربضي، ضوابط معالجة المتاجر الإلكترونية لبيانات العملاء الشخصية وفقاً للتشريع الإماراتي – دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة 12، العدد 2، 2024 .
10. د. نبيلة عبد الفتاح حسين، الأسس القانونية لحماية التجارة الإلكترونية، مجموعة أبحاث المؤتمر العلمي الدولي الرابع، كلية الحقوق، جامعة عجلون الوطنية، 2019 .

ثانياً : الأنظمة والتشريعات :

1. قانون الإثبات النافذ والمعدل رقم 107 لسنة 1979.
2. قانون ضريبة الدخل النافذ والمعدل رقم (113) لسنة 1982.
3. قانون التجارة النافذ والمعدل رقم (30) لسنة 1984 .
4. قانون الشركات النافذ والمعدل رقم (21) لسنة 1997 .
5. قانون حماية المستهلك النافذ رقم (1) لسنة 2010 .
6. قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ رقم 78 لسنة 2012.
7. نظام تنظيم التجارة الإلكترونية النافذ رقم (4) لسنة 2025 .