

الإطار القانوني لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية

م.د. مصطفى محمد أحمد

Dr.mustafa.maltayi@gmail.com

جامعة نوروز / كلية الادارة والاقتصاد

THE LEGAL FRAMEWORK TO PROTECT THE ELECTRONIC CONSUMER FROM THE RISKS OF E-COMMERCE

Lecturer. Dr. Mustafa Mohamed Ahmed

Nowruz University / College of Administration and Economics

المقدمة

في عصر العولمة والإتصالات، والتطورات الإقتصادية الدولية المتمثلة في تحرير التجارة وإزالة الحواجز الجمركية، وبعد أن أصبح العالم بأسره مجتمعاً رقمياً واحداً، أدت التجارة الإلكترونية دوراً بارزاً في توسيع الأسواق الخارجية أمام جميع المنتجات^(١) فللحاسب الآلي^(٢) وللأنظمة على مختلف مظهرها بما في ذلك شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) وشبكة المعلومات العالمية^(٣)، والبريد الإلكتروني أو

(١) حيث تعد التجارة الإلكترونية تقنية جديدة تنمو بسرعة، وهي تنشئ اقتصاداً رقمياً جديداً جدير بالاهتمام. انظر بالتفصيل: رنا رزق الله – ورقة فنية عن التجربة اللبنانية في مجال تشريعات التجارة الإلكترونية – مقدمة إلى ندوة حول تشريعات التجارة الإلكترونية ودورها في دعم وتنمية الصناعة العربية – تونس ١٩-٢١ نيسان ٢٠٠٦، د/سعيد عبد الخالق محمود – ورقة عمل "التجارة الإلكترونية وتأمين المعلومات"-مقدمة لندوة المردودات الأمنية لنظام التجارة الإلكترونية-أكاديمية الشرطة"مركز بحوث الشرطة"الإثنين الموافق – ٢٩ إبريل ٢٠٠٢ ص ١ (٢) كما عرف الحاسب الآلي بأنه "مجموعة من الأجهزة التي تعمل متكاملة مع بعضها البعض بهدف تشغيل مجموعة البيانات الداخلة طبقاً لبرنامج تم وضعه مسبقاً للحصول على نتائج معينة في: د. هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الإلكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٦.

(٣) من خلالها يتم الإبحار في مختلف المواقع وتصفح ما بها من صفحات عن طريق وسائط متعددة قد تكون مكتوبة أو مرسومة بالصوت أو بالصورة، وذلك من أجل الوصول إلى معلومات معينة

الرقمي^(١)، والمجاميع الإخبارية^(٢)، ومواقع نقل الملفات وغرف المحادثة ومزايا في مجال الإعلام والاتصالات والتراسل وإجراء المكالمات الهاتفية الدولية والاتصالات البريدية بأسعار زهيدة، وكذلك إجراء الحوار الذي من خلاله ظهرت حالات التعارف والاتفاق على الزواج بصورة رسمت شكلاً جديداً للعلاقات الإنسانية تعتمد على التفاهم والتفكير المشترك، كما لهذه الأنظمة مزايا آخر في مجال التعليم والبحث العلمي، وأحدث ما توصل إليه العلم وما استجد في العلوم المختلفة، وكذلك تتبع أخبار العالم كما تراها وكالات الأنباء ومحطات الأخبار العالمية والصحف.

ولا يخفى على أحد أن تلك الثورة المعرفية جعلت حالة من التباين بين دول العالم، كما أنها كان لها بعض الجوانب السلبية من خلال ظهور سلوكيات جديدة للغش التجاري والسليبي، وطرق جرمية متأثرة بالتقنية الحديثة حيث تجعل من التقنية وسيلة لخدمة أغراض التحايل والغش.

كما أن حاجة المستهلكين، ولاسيما المستهلك الإلكتروني للسلع والخدمات تدفعهم في كثير من الأحيان إلى اللجوء إلى السرعة في الحصول على حاجاتهم من خلال المواقع والاسواق الإلكترونية المنتشرة عبر شبكة الانترنت أو أي من الوسائل الإلكترونية التي تتيح تلك السلع والخدمات، ونظراً لضعف جانب المستهلك بسبب التطور الصناعي والتقدم التكنولوجي اللذين أديا إلى تغيير ملحوظ في أساليب إنتاج السلع وتقديم الخدمات وطرق توزيعها وتسويقها، إذ أن الشركات أو الجهات المعلنة عن السلع أصبحت تمارس أعمالها من خلال شركات ضخمة تمتلك المعلومات التقنية والتسويقية بالإضافة إلى قدراتها الاقتصادية، مما يسهل لتلك الشركات استخدام شتى أنواع وسائل الترويج والدعاية الحديثة مثل الإعلانات التي قد تتضمن معلومات مضللة أو كاذبة، ناهيك عن طريقة تحريرها بواسطة عقود نموذجية تتضمن شروطاً أغلبها في

أو التسوق لشراء المستهلك حاجاته وتمكن التاجر من الإعلان عن سلعته أو منتجاته والترويج لها في سائر أرجاء العالم وإبرام العقود مع تجار آخرين يعرضون سلعهم ومنتجاتهم على الشبكة.
(١) وهو خط مفتوح على كل أنحاء العالم من خلاله يستطيع المستخدم إرسال واستقبال الرسائل.
(٢) وهي عبارة عن مساحات تغطي موضوعات علمية وثقافية وفنية وتاريخية، وكل ما يتعلق بالاهتمامات الإنسانية الأخرى.

صالح المهني أو التاجر مقدم السلعة أو الخدمة، فالعلاقة التعاقدية بين طالبي السلع والخدمات ومقدميها علاقة غير متكافئة بسبب التفوق الاقتصادي والقانوني والمعرفي والتقني للأخير. وتهدر حقوق المستهلك لذا توصف بالتعسفية.

وقد إكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة، وبرزت قضية حماية المستهلك كقضية هامة ضمن قضايا المسؤولية الاجتماعية الواجب على المنظمات أخذها في الحسبان عند وضع الخطط واتخاذ القرارات، كما احتلت قضية حماية المستهلك مكاناً بارزاً بين القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المطروحة في المؤتمرات والندوات وحازت على اهتمام العديد من الكتاب والباحثين^(١).

مشكلة البحث : برزت مشكلة الدراسة من خلال تلمس الباحث واستشعاره للمخاطر التي يمكن ان تصيب المجتمع جراء بعض الممارسات الخاطئة من قبل القائمين على إداء الأنشطة التسويقية في اغلب المنظمات المعنية بالخدمات والتجارة الإلكترونية، وقد تزايد اهتمام الباحث بذلك نتيجة احساسه بتقصير تلك المنظمات نحو حماية حقوق المستهلكين. وتكمن إشكالية الدراسة في بيان المشكلات التي تواجه المستهلك في التعاقد الإلكتروني، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، فهذه الدراسة ستقوم بالإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما هي مبررات حماية المستهلك من المنظور التقليدي والتقني؟.
- ٢- ما هي حقوق المستهلك في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني؟.
- ٣- كيفية حماية المستهلك في مجال الخدمات والتجارة الإلكترونية ؟
- ٤- ما الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مراحل التعاقد وسبل توفير الحماية له؟

(١) فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، في الجامعة المستنصرية، ٢٠٠٣م.

أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى بيان حاجة المستهلك للحماية من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة لحماية المستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني، والتعرف على حقوق المستهلك في كافة مراحل العقد الإلكتروني، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك للإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني.

والتعرف على حالات وأشكال المخاطر والغش التجاري، ومن ثم إمكانية تحديد المخاطر المحتملة من جراء انتشار هذه الأشكال الجديدة من الغش، ومن ثم وضع مقترحات لحماية المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية. أهمية البحث:

١- ظهور حاجة ملحة لدراسة هذا الموضوع، لقلة الأبحاث العربية التي تناولت موضوع حماية المستهلك الإلكتروني من منظور إداري، ونظرًا للتطور الحاصل في مجال التجارة الإلكترونية الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات، بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط المزود عند تعاقدته إلكترونياً من أجل شراء سلعة، أو خدمه معينة هو بحاجة ماسة إليها.

٢- بالرغم من التطور العلمي والتقني، إلا أن المستهلك لا يزال يعاني من الغش والتحايل عند تعاقدته إلكترونياً، بالإضافة إلى ضعف نوعية السلع والخدمات وارتفاع أسعارها، مما يدعو إلى أهمية البحث ومحاولة الوصول إلى حلول تساعد المستهلك وتحميه عند تعاقدته إلكترونياً، فالثقة والأمان من أهم ما يحتاج إليه المستهلك عند تعاقدته إلكترونياً.

٣- إن حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تتبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الإقتصادي.

فروض البحث: ليست هناك حماية مناسبة للمستفيدين والمستهلكين في مجال الخدمات والتجارة الإلكترونية، ويترتب على ذلك:-

١- عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين والمستهلكين في مجال توقيت تنفيذ الخدمة وتوصيل المنتج في التجارة الإلكترونية.

٢- عدم توافر حماية مناسبة للمستهفيدين والمستهلكين فيما يتعلق بتكلفة أداء الخدمة وسع المنتج فى التجارة الإلكترونية.

٣- عدم توافر حماية مناسبة للمستهفيدين والمستهلكين فيما يتعلق بأمان المعلومات والبيانات الخاصة بالمستهلكين فى التجارة الإلكترونية.

٤- عدم توافر حماية مناسبة للمستهفيدين والمستهلكين فيما يتعلق بجودة المنتج والخدمة المتفق عليها فى التجارة الإلكترونية.

منهجية البحث: اعتمدنا المنهج التحليلي، ولا مناص لنا من اللجوء أحياناً إلى المنهج المقارن من خلال المقارنة بين التشريع العراقي والمصري والاشارة إلى التشريع الفرنسي وبعض التشريعات العربية ذات الصلة بحكم استمداده للكثير من أحكامه، وكذا إحاطته ببعض المفاهيم التي أغفلها المشرع العراقي.

المبحث الاول

مفهوم التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة مزايا جعلتها تنتشر حالياً فى عقود التجارة الدولية والوطنية، حيث توفر للمتعاقدين الكثير من النفقات والوقت، فإبرام العقود الإلكترونية لا يحتاج إلى الانتقال من مكان إلى آخر سواء خارج الدولة أو داخلها كما هو الحال فى العقود التجارية الإلكترونية بين تجار فى أقاليم مختلفة .

كما توفر التجارة الإلكترونية عن طريق شبكة الإنترنت للمتعاقدين الوقوف على أسعار وأنواع السلع أو الخدمات محل التعاقد عن طريق الأسواق العالمية التي تتوفر بين أيديهم فى وقت لا يذكر الأمر الذي يؤدي إلى اختيار أفضل للأطراف سواء فى الأسعار أو الأنواع محل التعاقد .

وقد بدأ ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها فى أواخر القرن العشرين، من خلال مفهوم تبادل المعطيات المعلوماتية (EDI)^(١)؛ لتسهيل الاتصال بين الأطراف،

(١) هى اختصار لكلمة electronic data interchange -وهى تعنى المعالجة الاتوماتيكية للعملية التجارية بأكملها، ونظام التبادل الإلكتروني للبيانات هو نظام كومبيوترى يسمح بنقل رسائل من كومبيوتر إلى كومبيوتر آخر وذلك بغرض إرسال رسائل لأطراف العملية التجارية عن طريق شبكات

واختزال العمليات الورقية والاحتكاك البشرى بينهم، ومع ظهور شبكة الإنترنت واتساع نطاق استخدامها وتزايد عدد مستخدميها حول العالم ساهمت بشكل كبير في تطوير وانتشار التجارة الإلكترونية في كافة أنحاء العالم^(١).

وتعد التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الجديدة، التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين. ومن ثم فقد أصبحت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد^(٢).

والتجارة الإلكترونية هي نظام يُتيح عبر وسائل إلكترونية- من بينها الإنترنت- عمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يُتيح أيضا العمليات الإلكترونية مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني "سوق افتراضي" يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتُقدّم

عامة أو خاصة، ويعتمد EDI، بصورته التقليدية على شبكة تسمى القيمة المضافة Value Added (VAN) Network، فتقوم EDI بتجميع المعلومات والبيانات مثل بيانات المبيعات من عدة فروع التي ينتج عنها طلبات شراء الموردين وترسل EDI هذه المعلومات إلى VAN حيث يوجد به صندوق بريد إلكتروني يسمح بالاتصال المباشر بأجهزة حواسيب الشركاء، وأدى هذا إلى سرعة إرسال البيانات وزيادة كفاءة العمليات، وساعد على تخفيض التكاليف التشغيلية، وأتاحة فرص الوصول إلى أسواق أكثر إتساعاً، بالإضافة إلى صلاحية تطبيقها في مختلف أنواع الأعمال، واليوم، في مجال التجارة الإلكترونية تحول عدد كبير من شركات الأعمال التي تتبع نظام EDI إلى الشبكات، ولكن ليس في صورة VAN، ولكن عن طريق: إرسال رسائل X.400، والبريد الإلكتروني-e-mail، وشبكة الإنترنت Internet والعمليات التي تتم على الشبكة العنكبوتية Web.

انظر بالتفصيل: د. حسين شحادة الحسين، موقف البنك من المستندات المخالفة في الاعتماد المستندي، رسالة دكتوراة حقوق عين شمس، عام ٢٠٠٠-٢٠٠١، ص ٣٣، د. طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الناشر الدار الجامعية، ٢٠٠٧-٢٠٠٨، ص ٢٢.

(١) لذلك لا يعد تعبير التجارة الإلكترونية من خلال الإنترنت دقيقاً والأفضل استخدام تعبير التجارة عبر الإنترنت. د. محمد السيد عرفه، التجارة الدولية الإلكترونية عبر الإنترنت، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت - كلية الشريعة والقانون بالتعاون مع مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ومركز تقنية المعلومات بالجامعة، ١-٣ مايو ٢٠٠٠.

(٢) كما تعد التجارة الإلكترونية من عوامل تطور المشروعات والشركات عن طريق سرعة انتقال المعلومات وتبادل الأوراق والمستندات الخاصة بإبرام التعاقدات فيما بينها. د. حمدي عبد العظيم- التجارة الإلكترونية "أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية" سلسلة إصدارات البحوث الإدارية - بمركز البحوث-أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ٢٠٠١، ص ٣.

فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يُدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية^(١).

والتجارة الإلكترونية في صورتها العامة، هي طلبات بضاعة أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة أو البضاعة، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو البضاعة على الخط، وقد يكون الوضع - كما في المتاجر الافتراضية - أن تكون البضاعة أو الخدمة معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو طلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع، وعلى الخط أيضًا، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة، وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثنمه^(٢).

والتجارة الإلكترونية ليست قاصرة على السلع التي يتم تصديرها واستيرادها فقط، بل امتد نطاق تطبيقها ليشمل الخدمات المصرفية وحركة رؤوس الأموال، وخدمات السياحة، والتأمين، والمقاولات، والنقل، والاستشارات، والمهن الحرة، الطبية، والتعليمية، والتدريبية، والمحاماة وغيرها.

أما المستهلك الإلكتروني فهو ذلك الشخص الذي يقوم بإبرام العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغير ذلك من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها، ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها .

أما المشرع العراقي أشار إلى ان المُستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسعة أو خدمة بقصد الإفادة منها^(٣). ولعل هذا التوجه هو محاولة لادخال العقود التبرعية ضمن العقود الاستهلاكية بما يربط ان يكون المتبرع اليه في بعض الحالات مستهلكاً.

(١) د. محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية(العقد الإلكتروني- الإثبات

الإلكتروني- المستهلك الإلكتروني) الناشر دار النهضة العربية، ٢٠٠٨، ص ١٢

(٢) اي العرض يتم عبر شبكات المعلومات "الانترنت": أنظر: اسامة عبد العليم الشيخ، مجلس العقد وأثره في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٨، ص ٧

(٣) المادة (١) من قانون حماية المستهلك في العراق رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

ونشير هنا إلى إن مشروع قانون حقوق وحماية المستهلك العراقي قد عرف الجهاز أو المورد في الفقرة (٧) من المادة (١) منها بأنه (كل منتج أو موزع أو مورد أو بائع للسلعة أو مقدم للخدمة)، وإدراكاً لأهمية التجارة الإلكترونية في تنشيط حركة التجارة الدولية بعد أن أصبحت التجارة الإلكترونية حقيقة واقعية، اهتمت الدول الصناعية المتقدمة بإدراج موضوع التجارة الإلكترونية ضمن مفاوضات الجات وأحكام منظمة التجارة العالمية بحيث تضمن لها الحماية القانونية والاعتراف الرسمي بها، من خلال التسهيلات المحلية والعالمية من جانب الدول والأجهزة المعنية بتسهيل حركة التجارة الدولية. ولا شك أن هذا النوع من التجارة يعتمد بشكل رئيسي على استخدام أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات لتوسيع نطاق السوق العالمي شرقاً وغرباً وعبر قارات العالم^(١)، ومن أحدث هذه التقنيات الإنترنت الذي يعد الشريان الحيوي للتجارة الإلكترونية وإبرام العقود الإلكترونية من خلاله .

وتوجد مجموعة من الأسباب التي أدت إلى الإهتمام بحماية مصالح وحقوق المستهلكين منها^(٢):-

١. زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمة ورفاهيته، بينما يقدم المنتجون منتجاتهم لسوق كبير، دون مراعاة رغبات كل فرد على حدة، وأدى ذلك إلى ترك المستهلك في حالة دون الإشباع الكامل.
٢. توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات أو الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الأسعار، أدى ذلك إلى إحباط وغضب المستهلك.
٣. عدم توافر المعلومات الكافية عن خصائص الخدمات وأسعارها.

(١) د. عبد الإله الديوه جي، بحث بعنوان التجارة إلكترونياً، منشور بمجله اتحاد المصارف العربية "التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الإنترنت، عام ٢٠٠٠، ص ١٤ .

(٢) أحمد إبراهيم عبد الهادي، أمينة مصيلحي سحبل، حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية، برعاية جمعية حماية المستهلك، ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك، القاهرة، أكتوبر ١٩٩٥م.

٤. ظهور مشكلة المستهلك منخفض الدخل، ومعاناته من الغش والمغالاه في الأسعار وانخفاض الجودة وذلك: لعدم إدراكه لأهمية حمايته، وانخفاض مستوى تعليمه وخبرته وعدم وعيه بحقوقه.
٥. تغير النظرة القانونية والسياسية لموضوع الحماية، وقبول الحكومة التدخل لحماية مصالح المستهلكين، واتجاه السياسين لتأييد حماية المستهلك كوسيلة لكسب المزيد من الأصوات في مجال حماية المستهلك.
٦. الأضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب إستخدام بعض السلع والخدمات.
٧. عدم معرفة العديد من المستهلكين بالجوانب القانونية للنظام التسويقي لكل من السلع والخدمات والتي يمكن اللجوء إليها وقت الضرورة لحمايتهم.

المبحث الثاني

أساس حماية المستهلك الإلكتروني

يعتمد مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني على جوانب ثلاث هي:

- المحور التشريعي أو القانوني : وهو النطاق القانوني المعني بكافة التشريعات والنصوص القانونية التي تضمن حماية حقوق المستهلك.
- المحور الرقابي أو التنفيذي : والذي يضمن سلامة كافة المعروض من السلع والخدمات، ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وهذا الدور تقوم به أجهزة الدولة بصفة أساسية، بالإضافة إلى بعض مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك الإلكتروني للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صورته وأشكاله.
- المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك : وهو الذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.ولذا يمكن تحديد الوسائل القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من خلال اتجاهات ثلاث:

أولها: حماية المستهلك من عيوب الإرادة، والثاني حمايته من الشروط التعسفية في العقد، أما الاتجاه الثالث فهو حمايته من خلال إلزام مقدم السلعة بضمان ما قد يطرأ من عيوب خفية، وإذا كانت هذه الوسائل تخدم المستهلك بصورة عامة، إلا أنها لا توفر الحماية الكافية للمستهلك، فحماية المستهلك من عيوب الإرادة بالنظر إلى ما يتم العمل به في مجال ترويج السلع والخدمات، أي عند قيام التعاقد بشأن تقديم خدمة أو بيع سلعة^(١)، فإنه لا يكاد يرى عقد تم تحت ضغط الإكراه ذلك أن ضغوط التسويق

(١) لقد عرف المشرع العراقي البيع في القانون المدني، إذ نصت المادة (٥٠٦) منه على انه (مبادلة مال بمال)، بينما عرف المشرع المصري عقد البيع في المادة (٤١٨) منه بأنه (عقد يلتزم به = البائع أن ينقل للمشتري ملكية شئ أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي)، وتقابلها المادة (١٥٨٢) من القانون المدني الفرنسي. فعقد البيع يمكن أن يرد على كافة الأموال، أي على كل حق له قيمة مادية في التعامل، فالمال، حسب المادة (٦٥) من القانون المدني العراقي هو (كل حق له قيمة مادية)، وحسب المادة (٦١) منه (فان كل شئ لا يخرج عن التعامل بطبيعته أو بحكم القانون يصح أن يكون محلا للحقوق المالية)، وتقابلها المادة (٨١) من القانون المدني المصري، ولا يوجد ما يقابل هذه النصوص في القانون المدني الفرنسي، ويتصف عقد البيع بعدة خصائص كالآتي: ١- عقد البيع من العقود الرضائية في الأصل، إذ انه يكفي لإبرام هذا العقد ارتباط الإيجاب والقبول، سواء كان التعبير عن الإرادة بشكل صريح أو ضمني مع عدم وجود أي عيب من عيوب الإرادة التي حددها القانون، إلا إن هذه الرضائية ليست من النظام العام، إذ يمكن للطرفين المتعاقدين الاتفاق على استيفاء شكلاً معيناً حتى ينعقد العقد بينهما. للمزيد من التفصيل ينظر: د. توفيق حسن فرج، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، ١٩٧٩، ص ٢٨، د. سليمان مرقس، شرح القانون المدني العقود المسماة، عقد البيع، المجلد الأول، ط ٤، دار ألها للطباعة، ١٩٨٠، ص ١٦-١٧. ٢- عقد البيع من العقود الملزمة للجانبين، كونه يرتب التزامات على كلا المتعاقدين، فأهم التزامات البائع هي الالتزام بنقل الملكية والالتزام بتسليم المبيع، وضمان التعرض والاستحقاق، وضمان العيوب الخفية، وأهم الالتزامات الملقاة على المشتري هي دفع الثمن، ودفع مصاريف العقد، وتسلم المبيع. للمزيد من التفصيل عن التزامات كل من البائع والمشتري، ينظر: د. غني حسون طه، الوجيز في العقود المسماة، عقد البيع، ج ١، مطبعة المعارف، بغداد، ١٩٧٠، ص ٢٠-٣٥٨. د. سعدون العامري، الوجيز في شرح العقود المسماة، في البيع والإيجار، ج ١، ط ٢، ١٩٧٠، ص ١٥-٢٦. د. توفيق حسن فرج، الوجيز في عقد البيع، الدار الجامعية، ١٩٨٨، ص ٨٤-٢٤٢. ٣- عقد البيع من عقود المعاوضات، لأنه يستوجب حصول كل من المتعاقدين على مقابل لما يقدمه، فالبايع يحصل على الثمن كمقابل للشئ الذي يبيعه، ويحصل المشتري على الشئ المبيع كمقابل للثمن الذي يدفعه أنظر: د. كمال ثروت الوندائي، شرح أحكام عقد البيع (دراسة مقارنة) مع مجموعة من التشريعات العربية والأجنبية، ط ١، مطبعة دار السلام، بغداد، ١٩٧٣، ص ٣٣٠-٣٥٥. د. ادم وهيب النداوي، شرح القانون المدني، العقود المسماة في القانون المدني (البيع والإيجار)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٩٩٩. ٤- يعد عقد البيع من العقود الناقلة للملكية، وهي تعد أهم سمة، وأهم اثر من آثار عقد البيع، ويتم ذلك بمجرد انعقاد العقد وإتمام البيع، ويتنازل كل طرف من أطراف العقد عن ملكية الشئ الذي بحوزته.

والحوافز ومحاولات الإقناع التي يمارسها الباعة أو مقدمي الخدمات لا يمكن اعتبارها من قبيل الإكراه الذي قد تستند إليه المحكمة لإبطال العقد أو إيقافه.

فالكثير من السلع محل العقود والحديثة تتميز بالتعقيد الشديد بالنسبة للمستهلك غير المختص بتفاصيلها، أضف على ذلك أن الأثر المنتظر من التمسك بوجود غلط مرهون بإثبات وجود توهم حول واقعة ما بطريقة غير صحيحة وإثبات وقوع الغلط على صفة جوهرية من صفات الشيء محل التعاقد، وهي الأمور التي ليس من السهل إثباتها، فإنه يتضح أن نظرية الغلط تصبح محدودة الجدوى في توفير الحماية اللازمة للمستهلك، وكذلك الأمر بالنسبة للتدليس أو التغيرير. كما إن من أهم ما ينتج عن حماية المستهلك وفق المبادئ القانونية التقليدية، هو إلزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع، ولكننا نلاحظ أن المبادئ التقليدية المنظمة له لا تجعله يمثل أساساً شاملاً متيناً لحماية المستهلك .

أما المنظور التقني لحماية المستهلك، فبعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع معشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان، وتمارس تأثيراً يتجاوز أحياناً الأدوات التقليدية في الواقع.

ولذلك تقوم مواقع حماية المستهلك الإلكتروني بتقديم خدمات التوعية للمستهلك للوقاية من الوقوع في مخاطر التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال مننديات لتبادل الخبرات أون لاین، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المشترين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بأراء الخبراء والمتخصصين، وتوفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش.

فحماية المستهلك من منظور تقني تتلخص في افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني، وحاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية، والتي تتبع من التطور الحديث في وسائل التسوق والاتصال، أضف إلى ذلك مدى تأثير التطور الحديث في شبكة الإنترنت على المستهلك، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعاً علمياً يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية^(١)، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية^(٢)، مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة.

كما يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزاً عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الإنترنت، والمقصود عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الإنترنت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع.

ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، بحيث أخذت تحتوي على العديد من الأشكال والأنواع منها: الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة.

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية^(٣).

فالخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن

(١) بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، الطبعة الأولى، مصر: عالم الكتاب، ١٩٩٩، ص ٤٦-٤٧.
(٢) جمال زكي الجريدي، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الإنترنت، ص ٨٤ وما بعدها.
(٣) جمال زكي الجريدي، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٧٩ وما بعدها.

هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح ويمكن توضيح أساس تعامل المستهلك الإلكتروني من خلال النقاط التالية:

١- تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواعاً متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها^(١).

٢- تعتمد قدرة المستهلك الإلكتروني على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الإنترنت التي تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدتها.

٣- افتقار المستهلك للمعرفة بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة^(٢)، قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قرصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

ولذلك تقوم على مواقع حماية المستهلك بتقديم خدمات التوعية للمستهلك للوقاية من الوقوع في مخاطر التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال مننديات لتبادل الخبرات أون لاين، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المشتريين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفصيل القضايا الحديثة مدعمة بأراء الخبراء والمتخصصين. وتوفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش.

المحور الثالث : وسائل حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية: يعد الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل جريمة في حال توفر عنصرين أساسيين: الأول وهو عنصر مادي والذي يتكون من وسيلة دعائية، وهي عبارة عن شبكة الإنترنت، أو بعض الوسائل الأخرى كرسائل الهواتف النقالة والتلفاز، حيث يمكن أن تستخدم هذه

(١) أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ص ١٠٨.

(٢) بشار طلال، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، ص ١٦ وما بعدها.

الوسائل بطرق احتيالية في تضليل المستهلك وتوقعه في الخطأ، كذلك يجب أن يتضمن العنصر الأول وجود معلومات مضللة أو كاذبة من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط، وأن تكون المعلومات المضللة التي توقع في الغلط أحد العناصر الأساسية المكونة للسلعة أو الخدمة.

أما العنصر الثاني من عناصر جريمة الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل فهو القصد الجرمي الذي هو أساس المسؤولية الجزائية، وتقوم قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على قاعدتين أساسيتين، الأولى: تتعلق باشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني، الثانية: فتتحدث عن منع الإعلان الإلكتروني المضلل. أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني: إن شرط وضوح الإعلان الإلكتروني يعني أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة، والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك وهو بصدد الإقبال على التعاقد.

فالإعلان الإلكتروني يجب أن يكون واضح وغير غامض^(١)، بحيث يتم تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج، أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي وإدراك كاملين^(٢).

ونشير هنا إلى انه في العراق جاء بمشروع قانون حقوق وحماية المستهلك انه من ضمن حقوق المستهلك هو حقه في الحصول على المعلومات عن مواصفات السلع أو الخدمات المعروضة إذ نصت الفقرة (ثانياً) من المادة (١٥) منه على إن من حقوق المستهلك هو حقه في (الحصول على المعلومات الكاملة عن مواصفات السلعة أو الخدمة المعروضة). وأيضاً نصت الفقرة (أولاً) من المادة (١٦) منه بأنه من ضمن التزامات المجهز هو التزامه بـ (تحديد مواصفات السلعة أو الخدمة تحديداً نافياً للجهالة من حيث مكوناتها الأساسية ووظائفها ودرجة جودتها).

(١) محمد أحمد أبو سيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ص ٢٨٦.
(٢) تلعب الإعلانات الإلكترونية دوراً بالغ الأهمية في التجارة الإلكترونية، حيث ازدادت نفقات الإعلان الإلكتروني في الولايات المتحدة بشكل طردي في الأعوام الأخيرة، جامعة القدس المفتوحة: الجامعة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ١٩٢.

ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني المضلل: يعتبر الإعلان التجاري مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، وعامل من عوامل التسويق وأداة من أدوات إعلام الجمهور بالمنتجات والخدمات^(١)، وقد عرف بعض شراح القانون الإعلان التجاري المضلل بأنه: "الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك"^(٢)، كما عرف أيضاً بأنه: "الإعلان المتضمن معلومات تهدف إلى والوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج"^(٣)، هذا وتحدث توجيه المجلس الأوروبي الصادر في ١٥ سبتمبر ١٩٨٤ بالمادة الثانية منه عن الإعلان المضلل أو الخادع بأنه أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل لهؤلاء الذين يوجه إليهم الإعلان، كما نصت المادة الثالثة من التوجيه الأوروبي السابق على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها^(٤)، يجب على مقدم الخدمة أن يحيط المشترك علماً بالبيانات اللازمة لتحديد شخصيته بشكل قاطع وخاصة وقت عرض الإيجاب، وذلك كله في نطاق الثقة المشروعة ومبدأ حسن النية في التعامل، وهذا أيضاً ما أكد عليه الفقه^(٥) بان على المهني أن يعلم المستهلك بكافة البيانات التي تحدد شخصيته، إلى جانب ذلك فإن وضوح الإعلان التجاري الإلكتروني يؤثر بشكل إيجابي على المستهلك، بحيث يكون على بينة من أمره عند التعاقد، فلا يتعرض المستهلك للادعاء أو الإيهام بأن السلعة تتمتع بشهادة الجودة، فمعاينة كل من يحاول خداع المستهلك بحقيقة المبيع أو صفاته

(١) أحمد السعيد الزقرد: الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، ١٩٩٥، ص ١٤٤.

(٢) أبو العلا علي النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، الموضوع السابع في مؤلف المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٤، ص ٢٠٩. نقلاً عن: إبراهيم، ممدوح خالد: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩٢.

(٣) سميحة القليوبي: غش الأغذية وحماية المستهلك، مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة، جامعة عين شمس، مصر، ١٩٩٥، ص ١٣٥. نقلاً عن: إبراهيم، ممدوح خالد: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩٣.

(٤) إبراهيم، ممدوح خالد: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩١.

(٥) ينظر: د. نزيه محمد الصادق المهدي، مصدر سابق، ص ٣١، كما ينظر: د. أسامة أحمد بدر، مصدر سابق، ص ١٦٨.

الجمهورية، وكذلك من يحرض على استعمال منتجات غير مطابقة للمواصفات والمقاييس بواسطة نشرات أو إعلانات، يؤدي إلى توفير الأمان للمستهلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك^(١).

ثالثاً: يعد الكذب والخداع في الإعلان التجاري الإلكتروني من أهم مصادر الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك خلال الفترة التي تسبق إبرام العقد الإلكتروني، لذا فقد واجهت معظم القوانين والتشريعات التغيرير أو التدلّيس^(٢)، والذي يتمثل بالكذب والخداع^(٣).

والتغيرير أو والتدلّيس الإيجابي يتمثل في القيام بوسائل احتيالية عبر شبكة الإنترنت بغرض إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، أما التدلّيس سلبي وهو سكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة إذا كان من شأن العلم بها إحجام المتعاقد عن إبرام العقد الإلكتروني^(٤).

ويلزم لكي يعتبر الإعلان المضلل تدليساً توافر ثلاثة شروط، الأول يتعلق باستعمال طرق احتيالية تحمل المستهلك على التعاقد، والشرط الثاني يتناول النية للوصول إلى غرض غير مشروع، أما الشرط الثالث فيتحدث عن أن يكون التدلّيس هو الدافع للتعاقد، حيث يستطيع المستهلك إذا أصيب بضرر جراء الإعلان المضلل أن يرفع دعوى تدليس بوصفه متعاقداً مطالباً بإبطال العقد وفقاً لقواعد المسؤولية التعاقدية

(١) وهذا أيضاً ما أكد عليه تقنين الاستهلاك الفرنسي، حسب المادة (٨ - ١٢١ L) التي فرضت على المحترفين إعلام المستهلكين ببيانات من شأنها تحديد شخصيتهم بشكل قاطع لا لبس فيه ولا غموض مثل اسم الشركة وطبيعتها القانونية وعنوان مركز إدارتها الرئيسي إذا كان لها أكثر من فرع وتوضيح انه المسؤول عن الإيجاب المعلن وغيره من البيانات الأخرى، وهذا ما أكد عليه المجلس الفرنسي للاستهلاك وحماية المستهلك على ضرورة إحاطة المستهلك علماً باسم الممثل القانوني للشركة والسجل التجاري الخاص بها والغاية من النشاط ورقم تسجيل الشركة والعنوان والتليفون وغيرها من البيانات الأخرى التي تمكن المستهلك من الوصول إليها بسهولة. أشار إليه: د. أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٥، ص ١٦٩.

(٢) اطلق مصطلح التغيرير في مجلة الأحكام العدلية وفي القانون المدني الأردني، وهو ذات المعنى لمصطلح التدلّيس الذي جاء في الفقه الفرنسي والمصري.

(٣) حسن أيوب، فقه المعاملات المالية في الإسلام، الجزء الأول، الطبعة الأولى، مصر: دار التوزيع والنشر الإسلامية، ١٩٩٨، ص ١٣٧.

(٤) أنور سلطان، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، ص ٨٨.

أو التقصيرية، كما يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدية^(١) مطالباً المعلن بتسليمه منتجاً من ذات خصائص الشيء المعلن عنه.

رابعاً: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني: هو التزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالالتزام المزود بإعلام وتبصير المستهلك بمعلومات شاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع "عبر شبكة الإنترنت أو أي وسيلة إلكترونية"، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد الإلكتروني. يرى جانب من الفقه^(٢) بأن الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية، وأن في هذا الالتزام حماية لقواعد الأخلاق حتى لا يكون سكوت احد المتعاقدين سبباً للإفادة من جهل المتعاقد الآخر. وجانب من الفقه الفرنسي^(٣) يمتثل برأي الفقيه (جستين) يرى انه التزام مستقل عن أي نظام قانوني قائم، وهذا ما اخذ به جانب من الفقه في مصر^(٤) من إن هذا الالتزام هو التزام مستقل يقوم على عاتق كل شخص ينوي التعاقد مع غيره وهو يهدف لتحقيق التكافؤ بين الطرفين، وانه التزام تفرضه العدالة، وانه مستقل كذلك عن العقد اللاحق عليه وعما ينشأ عنه من التزامات وانه يمكن ترتيب المسؤولية عن الإخلال به ومن ثم تعويض الدائن الذي لحقه ضرر من جراء ذلك وانه يمثل خطأً تقصيرياً يوجب المسؤولية حسب القواعد العامة في المسؤولية.

فالهدف من وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، أن نظرية عيوب الرضا ونظرية ضمان العيوب الخفية، وكذلك نظرية ضمان التعرض والاستحقاق، قد لا توفر للمستهلك الحماية الكافية، حيث يصعب على المستهلك إثبات وقوعه في الغلط حول

(١) يستطيع المستهلك إذا لم يقم المعلن بتنفيذ التزامه أن يلجأ إلى دعوى التنفيذ العيني بطلب تنفيذ التزامه، فإذا لم ينفذ التزامه جاز له أن يطلب تسليم سلعة أو خدمة من ذات النوع الذي تضمنه الإعلان التجاري، ويحق للمستهلك أيضاً مطالبة المعلن بقيمة الشيء بطريق التعويض (التنفيذ بمقابل).

(٢) أشار إلى هذا الرأي: د. محمد إبراهيم دسوقي، الجوانب القانونية في إدارة المفاوضات وإبرام العقود، ١٩٩٥، ص ٧٦.

(٣) أشار إلى هذا الرأي للفقه الفرنسي د. محمد إبراهيم دسوقي، المصدر السابق، ص ٧٧، د. خالد جمال احمد، مصدر سابق، ص ٣٣٥.

(٤) د. محمد إبراهيم دسوقي، المصدر السابق، ص ٧٧، د. خالد جمال احمد، مصدر سابق، ص ٣٣٥.

صفة جوهرية من الشيء المبيع، في حين يكفي المستهلك لكي يستفيد من الحماية التي يكفلها له الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يثبت أن ثمة معلومات جوهرية متصلة بالمبيع ويعلمها المزود، ورغم ذلك كتّمه إياها أو كذب عليه فيها، أو كذب عليه رغم علمه بأهمية هذه المعلومات بالنسبة للمستهلك^(١). فالاهتمام المتزايد بحماية المستهلك، أدى إلى إيجاد مبادئ قانونية جديدة تصب في اتجاه حماية المستهلك، ومن أمثلة ذلك (التزامات ما قبل التعاقد)، فعلى الرغم أن العقد هو مصدر الالتزام العقدي، وبالتالي بحسب النظرية التقليدية الالتزامات تكون لاحقة للعقد وليس سابقة له.

يؤدي بيان شخصية المزود المستهلك لأن يكون على بينة من أمره، فيتوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد، بالإضافة إلى أهمية ذلك في تحديد مركز المستهلك القانوني، ووضوح التزاماته ومدى إمكانية تنفيذها^(٢).

كما تفرض تشريعات وقوانين حماية المستهلك على المزود أن يبين بوضوح الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة المعروضة، سواء أكانت الوسيلة شبكة الإنترنت حيث يوضح ذلك من خلال الحاسوب المرتبط بتلك الشبكة، أو كانت الوسيلة عبر الهاتف^(٣).

خامساً: السمات الأساسية للسلعة أو الخدمة: يعتبر الحق بالإعلام والتبصر بخصائص وصفات السلع والخدمات المعروضة، جوهر فكرة الالتزام بالإعلام لأن خصائص السلعة أو الخدمة قد تكون الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد، وفي إطارها يقع المستهلك ضحية الغش والتقليد^(٤).

(١) غازي أبو عرابي: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت، ص ٥٦٥.
(٢) محمد حسين منصور: أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، مرجع سابق، ص ١٤٨.

(٣) محمد حسين منصور: أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، مرجع سابق، ص ١٥٠. انظر أيضاً: صالح، نائل عبد الرحمن، حماية المستهلك في التشريع الأردني، مرجع سابق، ص ٥٤. حسن، يحيى يوسف فلاح: التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٣٣.

(٤) عبد الفتاح بيومي حجازي: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٣٩. انظر أيضاً: القيسي، عامر قاسم أحمد: الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص ١٢٠.

وقد نص قانون حقوق وحماية المستهلك العراقي في الفقرة (رابعاً) من المادة (١٦) منه بأنه من ضمن التزامات المجهز هو التزامه بـ (بيان المحاذير الناجمة عن استعمال السلعة أو سوء الاستعمال وطريقة المعالجة) .

وقد نص قانون حقوق وحماية المستهلك العراقي في الفقرة (سابعاً) من المادة (١٥) منه على انه من ضمن حقوق المستهلك هو حقه في (إعادة أو استبدال السلع التي تثبت مخالفتها للمواصفات أو التي فيها عيوب أو نقائص وخلال فترة الضمان)، ولكن يؤخذ على هذا النص انه قصر الضمان على السلع فقط دون الخدمات، وعليه ندعو القائمين على وضع قانون حماية المستهلك أن ينص على أن يشمل الضمان السلع والخدمات كذلك، ونقترح النص الآتي: (على مقدم الخدمة ضمان الخدمة التي قام بها خلال فترة زمنية تتناسب مع طبيعة هذه الخدمة، وفي حالة إخلاله بأدائها على النحو الصحيح، يجب عليه إعادة المبلغ لمتلقي الخدمة أو إعادة الخدمة على الوجه الصحيح) .

سادساً: حماية رضا المستهلك: إن الرضا المعتبر والمنتج لأثره في التعاقد الإلكتروني هو الرضا الصادر من ذي أهلية، وغير مشوب بأي عيب من عيوب الرضا، ذلك أنه طبقاً للقواعد العامة يشترط لصحة التراضي خلو الإرادة من العيوب، وأن تكون صادرة عن شخص كامل الأهلية^(١).

وعيوب الرضا في القانون المدني العراقي أربعة هي الإكراه، والغلط، والتغريب مع الغبن والاستغلال . أما عيوب الرضا التي يمكن اعتمادها لتوقيع الجزاءات على من أحل بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام فتتحصر في الغلط وفي التغريب مع الغبن لأنهما يرتبطان بهذا الالتزام ارتباطاً وثيقاً، لأنه يهدف إلى تقديم معلومات من أجل أن يكون رضا المتعاقد حراً ومستتيراً، وعليه يكون لمن تعيبت إرادته ووقع في غلط أو في تغريب مع الغبن نتيجة للإخلال بهذا الالتزام أن يطلب نقض العقد^(٢) .

(١) سهى نمر الشنطي، التنظيم القانوني لاستخدام الشروط النموذجية في العقود الاستهلاكية، مرجع سابق، ص٤٧.

(٢) د. عبد المجيد الحكيم، أ. عبد الباقي البكري، أ. المساعد محمد طه البشير، مصدر سابق، ص٨٠، وقد نظم المشرع العراقي أحكام الغلط باعتباره من عيوب الإرادة في المواد (١١٧) -

فالمستهلك في التعاقد الإلكتروني لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما في التعاقد التقليدي، وإنما يعاين الشيء من خلال شاشة الحاسوب، ولذلك يرى البعض أنه في عقد البيع الإلكتروني إذا قام البائع بخداع المشتري عن طريق استخدام الحيل التكنولوجية في عرض المنتج أو الخدمة فإنه يجب إبطال العقد للغش، فالغش يفسد كل التصرفات، هذا ويعتبر السكوت في التعاقد الإلكتروني تدليلاً كقاعدة عامة، حيث يعتبر كتمان المعلومات المهمة عن السلعة أو السكوت عنها، أو حتى ذكر بعضها والسكوت عن البعض الآخر من المعلومات تدليلاً.

ففي الفقه العراقي فإن مجرد الكذب أو الكتمان لا يكفي ليعد طرفاً احتيالية إلا إذا وقع على وقائع معينة معتبرة في التعاقد، وإلا إذا كان المتعاقد قد التزم بالإعلام بهذه الوقائع المهمة في التعاقد وأياً كان مصدر هذا الالتزام سواء كان القانون أو العقد . وبترتب على إثبات التغيرير مع الغبن في القانون المدني العراقي إيقاف العقد فيكون للعاقدين المغبون إجازة هذا العقد أو نقضه، أي طلب إبطاله من البداية^(١)، إلا في حالات معينة يكون فيها العقد باطلاً^(٢) .

ونظراً لوجود المستهلك في مكان بعيد عن مكان المهني (المحترف)، علاوة على عدم الوجود المادي الواقعي للسلع والخدمات امام اعيان المستهلكين الامر الذي يؤثر في قدرتهم في الحكم بدقة على المبيع واوصافه خاصة في ظل تطور الاعلانات والتي قد تكون خادعة أو مضللة في احيان كثيرة.٣ من هنا كان لزاماً على المهني

١٢٠) من القانون المدني، بينما نظم المشرع المصري الغلط في المواد (١٢٠ - ١٢٤) من القانون المدني، ونظم المشرع الفرنسي أحكام الغلط في المادة (١١٠) من القانون المدني، وللمزيد من التفصيل عن الغلط، ينظر: د. رمضان أبو السعود، مبادئ الالتزام في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعي للطباعة والنشر، ١٩٨٤، ص ١١٦ - ١٢٨ .

(١) استناداً للمادة (١٢١) من القانون المدني العراقي، بينما يترتب على التدليس استناداً للمادة (١٢٥) من القانون المدني المصري، والمادة (١١٦) من القانون المدني الفرنسي أن يكون موجباً للبطلان عندما تكون الوسائل الاحتياطية التي لجأ إليها المتعاقد أو نائبه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد .

(٢) استناداً للمادة (١٢٤) من القانون المدني العراقي وذلك في حالة إذا كان الغبن فاحشاً وكان المغبون محجوراً أو كان المال الذي حصل فيه الغبن مال الدولة أو الوقف .

(٣) د. ابراهيم الدسوقي ابو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، منشورات مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، الكويت، ٢٠٠٣، ص ٧٢.

اعلام المستهلك بكلفة البيانات الضرورية التي تجعله يُقدم على التعاقد عن بُعد وهو على بينة من أمره، اضافة إلى توفر جميع ما تطلبته القواعد العامة في ارادة المتعاقدين. ويعتبر موجب الاعلام الملقى على عاتق المهني المحترف احد اهم الوسائل القانونية في مجال حماية المستهلك عموماً والمستهلك المتعاقد عن بُعد على وجه الخصوص، فعقد الاستهلاك الذي يتم عن بُعد لا يكون فيه التقاء حقيقي بين اطرافه، لذلك حرص المشرع على تأكيد هذا الموجب، وعلى امتداده لمرحلتني ما قبل التعاقد عن بُعد وكذلك ما بعد ابرام هذا العقد.

إلا إن المشرع العراقي عدّ السكوت تغريراً في بعض العقود وهي عقود الأمانة^(١)، وذلك بخلاف المشرع المصري الذي عدّ السكوت تدليساً وبمثابة قاعدة عامة في جميع العقود^(٢)، ونجد أن هذا موقف يستحق أن يحتذى به، وعليه نقترح على المشرع العراقي أن ينص بشكل عام على أن السكوت أو عدم البيان تغريراً ونقترح النص الآتي: (يعدّ تغريراً السكوت عمداً (عدم البيان) عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت إن المغرر به ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة).

٢- أن يكون التغرير هو الدافع إلى التعاقد، بحيث يكون مؤثراً على إرادة المشترك وهو الذي دفعه إلى التعاقد وهي مسألة ترجع في تقديرها لقاضي الموضوع وحسب كل حالة^(٣).

٣- أن يصدر التغرير من احد العاقدين أو يكون على علم به إن صدر من الغير^(٤).

٤- أن يقترن التغرير بالغبن الفاحش^(٥).

وينطوي مضمون هذا الالتزام الموجب على ضرورة أن يزود المحترف المستهلك بمعلومات، صحيحة ووافية وواضحة، تتناول معلومات حول البيانات الأساسية للسلعة

(١) استناداً للفقرة (٢) من المادة (١٢١) من القانون المدني العراقي .

(٢) استناداً للفقرة (٢) من المادة (١٢٥) من القانون المدني المصري .

(٣) د. عبد المجيد الحكيم، مصدر سابق، ص ١٥٨ .

(٤) استناداً للمادة (١٢٢) من القانون المدني العراقي .

(٥) استناداً للفقرة (١) من المادة (١٢٤) من القانون المدني العراقي، كما ينظر لمزيد من التفصيل: د.

عبد المجيد الحكيم، مصدر سابق، ص ١٦٦ .

أو الخدمة وطرق إستخدامها، علاوة على الثمن وشروط التعاقد وإجراءاته، إضافة إلى المخاطر التي قد تنتج عن استخدام السلعة أو الخدمة محل عقد الاستهلاك.

سابعاً: احترام حق المستهلك في الخصوصية:

يجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء -بوصفهم المستهلكين- وكذلك احترام حقهم في الخصوصية^(١)، ويقتضي ذلك الالتزام بعدم نشر، أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم، أو حياتهم الخاصة، وكذلك البيانات المصرفية الخاصة بهم^(٢).

فالبيانات الإسمية أو الشخصية التي تتعلق بالتعاقد الإلكتروني، هي البيانات المتعلقة بالأشخاص أطراف التعاقد ومنهم المستهلكين، وذلك عندما يتعلق الأمر بطلب السلع والخدمات، وكذلك هناك بيانات تتعلق برغبات المستهلك وميوله، وهي تلك التي يمكن تتبعها من جانب الشركات على شبكة الإنترنت، وفي مرحلة لاحقة يتم إغراق المستهلكين بالدعاية لمنتجاتها على نحو قد يؤدي لإعاقة شبكة الاتصالات^(٣)، فضلاً عن تحمل المستهلكين أنفسهم لتكاليف باهظة بسبب الدعاية التي ترسل إليهم في صورة بريد إلكتروني، ومن هنا يتحتم حماية البيانات الشخصية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني^(٤)، وهذا يتم من خلال نظام التشفير، أو غيره من التقنيات التكنولوجية الحديثة^(٥).

(١) من البيانات الشخصية للمستهلكين والتي يجب المحافظة عليها عنوان البريد الإلكتروني، ومعلومات بطاقة الائتمان، قائد، أسمية: الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، الطبعة الأولى، مصر: دار النهضة العربية، ١٩٩٤، ص ٤١ وما بعدها.

(٢) هدى حامد قشقوش،: الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، مصر: دار النهضة العربية، ٢٠٠٠، ص ٦٧.

(٣) محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، مرجع سابق، ص ١٤٤.

(٤) حجازي، عبد الفتاح بيومي: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٥٢. انظر أيضاً: رمضان، مدحت: الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مصر: دار النهضة العربية، ٢٠٠١، ص ٥٧ وما بعدها.

(٥) من التقنيات التكنولوجية الحديثة التأكد من هوية المستخدم من خلال تقنيات تكنولوجية معينة (كبصمات الأصبع أو الصوت وقزحية العين)، وحواجز العبور من خلال منع أي شخص من الدخول إلى الشبكة الداخلية إلا أشخاص معينين، أو السماح بدخول جميع الأشخاص باستثناء الأشخاص المشكوك في أمرهم، محمد البنان،: العقود الإلكترونية، العقود والانقاقات في التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٧، ص ٢٥.

وقد منح قانون حماية المستهلك الحق للمستهلك في المحافظة على سرية المعلومات التي يقدمها للمحترف، حيث يجب على المحترف الذي يتم التعاقد معه أن يحافظ على المعلومات التي يستحصل عليها وأن لا يتصرف بها، ما لم يوافق المستهلك صراحة على ذلك. كما يتوجب عليه إتخاذ كافة الإجراءات للحفاظ على سرية هذه المعلومات. وينطوي هذا الالتزام على حق المستهلك في حماية معلوماته الخاصة من الوصول إلى اشخاص من الغير، بحيث ان المحترف الذي تلقى المعلومات الخاصة بالمستهلك يجب عليه اتخاذ كافة الاجراءات للحفاظ على سرية المعلومات التي زوده بها المستهلك.

إضافة إلى التزام مقدم الخدمة بالمحافظة على سرية بيانات ومعلومات المشترك الشخصية فهو يلتزم كذلك بضمان سرية اتصالات ومراسلات المشترك كونها من الحقوق الأساسية للمشارك وللإنسان بشكل عام، إذ إن لكل شخص الحق في أن تكون أسرار حياته محمية^(١)، وأيضاً حرمة محادثاته الشخصية كونها من المسائل المتعلقة بالخصوصية، وقد استقر الفقه على المحافظة على سرية وخصوصية المحادثات والمراسلات الشخصية سواء كانت بشكل مباشر أو غير مباشر عبر وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية وحرمتها حتى في مواجهة السلطات العامة وعدم جواز مراقبتها أو التنصت عليها إلا في الأحوال المنصوص عليها قانوناً وبعد استصدار إذن من جهات مختصة بذلك، بصفة انه يتم من خلالها تبادل المعلومات والأسرار والأفكار وإنها ترجمة لأفكار شخصية لا يجوز لغير طرفي الاتصال معرفتها أو الاطلاع عليها^(٢)، إضافة إلى إنها تخضع لسرية الاتصالات والمراسلات التي كفلتها اغلب الدساتير^(٣) وكفلها كذلك قانون العقوبات العراقي^(١).

(١) ينظر في هذا الحق وكل ما يتعلق به : د. نبيل إبراهيم سعد، المدخل إلى القانون، نظرية الحق، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠١، ص ٦٠-٦٢.

(٢) د. محمد الشهاوي، الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ١٧٦-١٨٩.

(٣) إذ نص الدستور العراقي لعام ٢٠٠٥ في المادة (٤٠) منه على : (إن حرية الاتصالات والمراسلات البريادية والبرقية والهاتفية والإلكترونية وغيرها مكفولة، ولا يجوز مراقبتها أو التنصت عليها أو الكشف عنها إلا لضرورة قانونية وأمنية وبقرار قضائي)، تقابلها المادة (٤٥)

والالتزام بالسرية هو التزام سلبي بالامتناع عن عمل يفرض على المدين عدم القيام بعمل معين كان يحق له القيام به لولا وجود هذا الالتزام، وبالتالي فهو قيد يرد على حرية المدين، وإذا قام المدين بالعمل الذي التزم بعدم القيام به يصبح حينها تنفيذ الالتزام بالامتناع مستحيلًا، ومن ثم لا يمكن إجباره على تنفيذه، لذا لا حاجة لاعدار المدين في حالة إخلاله بهذا الالتزام لان مجرد مخالفته يعتبر امتناعاً عن التنفيذ^(٢)، وان الجزاء المترتب على الإخلال بهذا الالتزام غالباً ما يكون التعويض لان الإخلال به قد حصل ولا يمكن للزمن أن يعود، وهو التزم بتحقيق غاية وتنفيذ هذا الالتزام لا يكون إلا بتحقيق هذه الغاية وهي عدم القيام بفعل الإقضاء ويتحقق الإخلال بهذا الالتزام بمجرد القيام بهذا الفعل الذي امتنع عن القيام به^(٣).

وقد عرض قانون حماية المستهلك لوسائل الحماية الاجرائية الممنوحة للمستهلك بشكل عام، والتي عرضناها عند الحديث عن هذه الوسائل بالنسبة للمستهلك المتعاقد بالشكل التقليدي، سواء لجهة وسائل تسوية المنازعات أو لجهة الحماية الجزائية، لذلك فإننا نحيل بشأن هذا النوع من الحماية إلى ما سبق وعرضنا له.

بيد ان المشرع اضاف نوعاً من الحماية الحماية التقنية للمستهلك المتعاقد عن بُعد حيث اوجب أن تكون الوسيلة المعتمدة للدفع آمنة وسهلة الإستعمال وأن يزود المستهلك بالشروط المطبقة على وسيلة الدفع، وذلك كوسيلة حثائية تضمن له الدفع الذي يتم ايضاً عن بُعد اما تم التعاقد بشأنه عن بُعد.

ويمكن أن يلاحظ مما سبق أن الحفاظ على بيانات المستهلك في التعاقد الإلكتروني يورث الثقة لدى المستهلك، ويجعل بياناته في مأمن من الاختراق والسرقة، فالثقة هي من أهم الأسس في العملية التعاقدية بالنسبة للمستهلك.

من الدستور المصري، وفي فرنسا اقر المجلس الدستوري عام ١٩٧٧ دستورية الحرية الفردية وهي تشمل الحق في أسرار الحياة الخاصة .

(١) ينظر المادة (٤٣٨) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل .

(٢) استناداً للمادة (٢٥٨) من القانون المدني العراقي.

(٣) د. عبد الرزاق السنهوري، مصادر الالتزام، مصدر سابق، ص٧٣٦، أ.د.صبري حمد خاطر،

فكرة المعيار في تأسيس نظام المسؤولية العقدية، مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة البحرين،

المجلد الخامس، العدد الأول، يناير، ٢٠٠٨، ص١٧٦.

ثامناً: حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني: إن حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني ترتبط بالعديد من الأمور، فتسوق المستهلك عبر الإنترنت وقيامه بالتعاقد أو الشراء يرتبط بالدفع الإلكتروني، لذلك فالأجهزة الإلكترونية وثيقة الصلة بالتعاقد الإلكتروني، ويمكن عن طريق هذه الصلة تحويل المبالغ لحسابات أخرى، ودفع الفواتير، وتحويل المبالغ لحسابات أخرى، ويتم كذلك دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لجهات خارج البنك، وذلك من خلال الدفع الإلكتروني^(١)، وتتم أعمال الدفع الإلكتروني من خلال بطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقة الائتمان، ويقصد ببطاقة الائتمان وهي بطاقة السحب أو Debit Card بطاقة بلاستيكية تخول صاحب البطاقة بتحويل قيمة مالية معينة من حسابه إلى حساب البائع من خلال تقديم دليل إثبات الهوية^(٢)، وبطاقة السحب يصدرها البنك لأحد المستهلكين، وصاحب البطاقة يستطيع أن يستعمل هذه البطاقة من أجل نقد النقد والمال من حسابه الشخصي في البنك المصدر إلى بنك البائع، وعند الشراء فإن مسجل النقد الإلكتروني يقوم بتسجيل قيمة البيع وتخزينها مع تسجيل اسم الجهة المصدرة للبطاقة^(٣)، وفي وقت آخر -أو في نفس الوقت أو في وقت متأخر من يوم البيع- يقوم البائع بإرسال بيانات المعاملات المسجلة إلى بنكه الذي يمتلك حسابه، ومن ثم يقوم بنك البائع بمطالبة المستحقات من بنك المستهلك، أو صاحب البطاقة، وعندما يرسل بنك المستهلك موافقته لرد المستحقات، فإن بنك البائع يزيد رصيد الحساب للبائع.

(١) عبد الفتاح بيومي حجازي،: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، المرجع السابق، ص ٧٩.
(٢) وبموجب هذه البطاقة يمكن لحاملها سحب المبالغ النقدية من أجهزة سحب النقود الخاصة بالبنوك، وأن يقدمه كأداة وفاء للسلع والخدمات للشركات والتجار الذين يتعامل معهم، وقد تكون ضامنة للوفاء في التعاملات التجارية عبر الشبكة، وفي حدود مبلغ مالي معين. انظر: حجازي، عبد الفتاح بيومي: التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب الأول. الطبعة الأولى، مصر: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٤، ص ١٠٦ وما بعدها. حجازي، عبد الفتاح بيومي: نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها المدنية، الكتاب الثاني، الطبعة الأولى، مصر: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٤، ص ٢٣٠ وما بعدها.

(٣) بشار محمود دودين: الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن، ٢٠٠٦، ص ٢٠٢ وما بعدها.

وقد تعرض المجلس الأوروبي لموضوع حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني^(١) تحت مسمى -تأمين نظم الوفاء-، حيث صدرت توصية عن المجلس الأوروبي عام ١٩٩٨ في ١٩/٥/١٩٩٨، بهدف المساهمة في إنعاش التجارة الإلكترونية، عن طريق زيادة ثقة المتعاملين فيها وفي أساليبها خاصة السداد الإلكتروني، وبحث سبل حماية المستهلك والتاجر عند السداد بهذه الطريقة، وكيفية إمكان الاسترداد في حالة السداد بدون وجه حق، وكيف تتم الحماية من المخاطر في حالة سرقة البطاقة، أو فقدها، أو ضياعها^(٢).

يعتبر التوقيع الإلكتروني من التطبيقات التي ظهرت وتوسعت في استخدامها توازياً مع التوسع في استخدام الحاسوب، وتقدم تطبيقاته وتقنياته على نحو جعل الحياة اليومية للأفراد والدول تعتمد عليه بصفة شبه كاملة، وهو ما أدى للبحث عن حماية المستهلك الذي يستخدم التقنيات الإلكترونية في التعاقد، والعلة في الحاجة إلى حماية التوقيع الإلكتروني^(٣) سببها اعتبارات الأمن والخصوصية على شبكة الإنترنت، حيث أن هذا الموضوع يثير قلق الكثير من المستهلكين والمزودين، الأمر الذي يسبب نوعاً من انعدام الثقة بهذه الشبكة، ولذلك تم اللجوء إلى تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين عبر شبكة الإنترنت^(٤)، حيث

(١) عرف مشروع قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الفلسطيني لعام ٢٠٠٣ وسيلة الدفع الإلكترونية بأنها الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات.

(٢) حجازي، عبد الفتاح بيومي: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٨٠.
(٣) تعدد أشكال التوقيع الإلكتروني، فمنها: ١- تحويل التوقيع اليدوي إلى توقيع إلكتروني، ٢- التوقيع باستخدام البطاقة المغنطة المقترنة بالرقم السري، ٣- التوقيع بالخواص الذاتية (البيومتري)، ٤- التوقيع الرقمي. للمزيد انظر: عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص ٢٥٤ وما بعدها.

(٤) في الحكم : حكمت محكمة استئناف (بيسانسون) الفرنسية بعدم قبول عريضة الاستئناف المقدمة من أحد الأطراف، لوجود توقيع إلكتروني لمحمي عليه، وأن الأداة المستخدمة في هذا التوقيع غير موثوق بها، لأنها لا تحدد هوية موقع صحيفة الاستئناف. وقد أيدت محكمة النقض الفرنسية حكم محكمة الاستئناف بعدم قبول الاستئناف بحجة أن التوقيع الإلكتروني المستخدم له يكن يحدد هوية الموقع. سماح عبد الواحد: التعاقد عبر الإنترنت، ص ٤٨١.

أنه ويفضل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سرية المعلومات، وتحديد هوية المرسل والمستقبل في التعاقد الإلكتروني^(١).

فالثقة في التوقيع الإلكتروني تكون من خلال التأكد من صحته بشهادة تصديق معتمدة، فالتصديق على صحة التوقيع الإلكتروني يقع على طرف ثالث محايد في التعاقد الإلكتروني يسمى مزود خدمات التوثيق^(٢)، وقد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية، ويسمى هذا الطرف الثالث أيضاً سلطات أو جهات التوثيق، ويمكن تلخيص المهام التي يقوم بها مزود خدمات التصديق فيما يلي: تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وتحديد أهليتهم القانونية للتعامل والتعاقد، والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته، وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال، وتعقب المواقع التجارية على شبكة الإنترنت للتحري عنها وعن جديتها ومصداقيتها.

أما صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، فقد يقع الغش بفعل الإنسان - كما في حالة الخلط أو الإضافة^(٣)، وقد يكون الغش ناتجاً عن أسباب خارجة عن إرادة الإنسان، كما هو الحال في حالة فساد السلعة نتيجة لطبيعتها، وجعلها غير صالحة للاستخدام كاللحوم والبيض، فجريمة الغش لها ركنان أحدهما مادي والآخر معنوي^(٤)، ويتحقق الركن

(١) د. عبد الفتاح بيومي حجازي،: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٨٨.

(٢) من الشروط الواجب توافرها أيضاً في التوقيع الإلكتروني أن يكون هذا التوقيع خاصاً بصاحبه ومعرفاً به، وأن يكون مقروءاً ومستمرّاً، وأن يرتبط التوقيع الإلكتروني بالوثيقة المراد الاحتجاج بها. أبو الهيجاء، محمد إبراهيم: عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٦٨. عمر خالد زريقات، عقد البيع عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص ٢٦٣.

(٣) شريف الطباخ، الدفوع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التمويهية في ضوء القضاء والفقه، الطبعة الأولى، مصر: المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠٠٥، ص ١٦ وما بعدها، انظر أيضاً: دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان: الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، فاتح كمال، المغرب، الثلاثاء ٢٩/٧/٢٠٠٨.

(٤) يتعين توافر نية الغش وقت وقوع الفعل، لأن جريمة الغش من الجرائم العمدية الوقتية، للمزيد انظر: الحلبي، محمد علي السالم عياد: شرح قانون العقوبات الفلسطيني، الطبعة الثانية، فلسطين: مكتبة دار الفكر، ٢٠٠٣، ص ٢٥٣ وما بعدها. محمد صبحي محمد: شرح قانون العقوبات، الجرائم الواقعة على الأموال، الطبعة الأولى، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٥، ص ٢١٩ وما بعدها.

المادي في حالة البيع الإلكتروني من خلال العرض أو الطرح للبيع عن طريق الإنترنت للسلع الفاسدة، أو المغشوشة التي تصل إلى المستهلك لاحقاً، كما يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوافر نية الغش، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية^(١). ويلاحظ أن جرائم الغش في المواد الغذائية هي من جرائم الخطر، وليس من جرائم الضرر، بالمعنى أن الجريمة متوافرة حتى ولو لم يترتب على هذا الغش ضرر بأحد، وأن العقوبة المفروضة على هذا النوع من الجرائم ستشدد بدرجة ملحوظة إذا كانت السلع المغشوشة، أو الفاسدة ضارة بصحة الإنسان، وتجب الإشارة إلى أن احتفاظ التاجر بسلع ضارة أو منتهية الصلاحية، سواء أكانت هذه السلع بكميات كبيرة أو قليلة يعد عمل غير مشروع.

ومن صور الحماية الجنائية للمستهلك حمايته من جرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية، فالاستيلاء على بطاقات الائتمان عبر الإنترنت أمرًا ليس صعباً، فنصوص بطاقات الائتمان مثلاً يستطيعون الآن سرقة مئات الألوف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الإنترنت، ومن ثم بيع هذه المعلومات للآخرين^(٢)، وقد لجأت بعض الشركات والبنوك إلى العمل سويًا لتجاوز هذه المخاطر، تحدث جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية عندما يلجأ المزود عامداً، ولأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان على مغالطات عملية، على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية، وجرائم الاحتيال أو النصب يمكن أن تقع عبر الإنترنت، حيث تتمثل الطرق الاحتمالية فيها في صورة الدعاية المضللة لمزايا السلعة، والفوائد المرجوة من ورائها، بحيث تؤدي للاستيلاء على

(١) انظر دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، فاتح كمال، المغرب، السبت ٢٠٠٨/٨/٢.

(٢) وقد وقعت بالفعل عدة حوادث، ومن تلك الحوادث حادثة شخص ألماني قام بالدخول غير المشروع إلى أحد مزودي الخدمات، واستولى على أرقام بطاقات ائتمانية الخاصة بالمشاركين، ومن ثم هدد مزود الخدمة بإفشاء أرقام تلك البطاقات ما لم يستلم فدية، وقد تمكن الشرطة الألمانية من القبض عليه، دراسة منشورة عبر شبكة الإنترنت بعنوان: جرائم الإنترنت من منظور شرعي وقانوني، محمد عبد الله منشاوي، السعودية، ٢٠٠٢.

نقود المستهلك^(١). يلتزم المزود بنقل ملكية المبيع إلى المستهلك، ويشترط لانتقال الملكية للمستهلك^(٢) أن يكون المبيع معيناً بالذات، وأن يكون مملوكاً للبائع، وألا يعلق القانون أو الاتفاق انتقال الملكية على القيام بعمل معين^(٣)، كما يلتزم المزود بضمان العيوب الخفية التي لا يستطيع المستهلك اكتشافها عند التعاقد، وضمان التعرض والاستحقاق، ويحق للمستهلك أن يستلم المبيع المطابق لما اتفق عليه مع المزود، كما ويحق للمستهلك أن يتم إعلامه وتبصيره في مرحلة تنفيذ العقد، وقد منحت التشريعات القانونية للمستهلك مهلة للتفكير بعد إبرام العقد، حيث سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به.

وانطلاقاً من ارتباط القانون بالتطورات والمستجدات التي تطرأ على حركة تطور المجتمعات علاوة على أن للقانون دوراً في توجيه سير هذه التطورات، ونظراً لآثار ذلك في الأنشطة الاقتصادية وخصوصاً فيما يتعلق بالعمليات الاستهلاكية التي تتم عن بُعد، فقد اهتمت القوانين المعاصرة بحماية المستهلك المتعاقد عن بُعد، بعد أن كانت قد قامت بحماية المستهلك المتعاقد بالطرق التقليدية باعتباره الطرف الضعيف في عقد الاستهلاك اقتصادياً ومعرفياً، فكان أن امتدت الحماية لتصل إلى المستهلك المتعاقد عن بُعد باعتباره في أمس الحاجة للحماية وهو الأكثر ضعفاً حتى من المستهلك المتعاقد بالوسائل التقليدية. فاجراء عقد الاستهلاك عن بُعد في ظل تطور وسائل الاتصال الحديثة آثر من الأشكالات الكثيرة التي جعلت القواعد العامة قاصرة عن إيجاد الحلول لجميع تلك الأشكالات الأمر الذي اقتضى مواجهة ذلك بحلول غير تقليدية.

(١) عبد الفتاح بيومي حجازي،: التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول، مرجع سابق، ص ٢١٩ وما بعدها.

(٢) ظهرت مهنة جديدة في مجال المعاملات الإلكترونية، وهي مهنة الموثق الإلكتروني، وهي عبارة عن وسيط محايد ومستقل وموثوق فيه، وقد يكون هذا الوسيط شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً، وتتركز الوظائف الأساسية للموثق الإلكتروني في إثبات مضمون المستندات والعقود الإلكترونية وتوثيقها. إبراهيم، ممدوح خالد: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٢٢٠.

(٣) عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، البيع والمقايضة، مصر، ١٩٨٦، ص ٥٢٦.

من هنا تبرز ضرورات حماية المستهلك المتعاقد عن بُعد حيث تجب حمايته قبل التعاقد واثناء ابرام العقد وخلال تنفيذه، فالمستهلك بعد المفاوضات يقوم بإعلان إرادته في إبرام العقد بإرسال البيانات المطلوبة عن طريق البريد الإلكتروني، وبذلك يكون ما صدر عنه هو إيجاب بالتعاقد، ويقوم المهني/المحترف بإرسال قبوله، وبه ينعقد العقد الاستهلاكي عن بُعد ١، أو العكس فقد يكون المهني/المحترف عارضاً لخدماته وسلعه في موقعه الإلكتروني بما يحقق مفهوم الإيجاب الموجه للجمهور أو عدد غير محدد من العملاء،^٢ ويتقدم المستهلك ويطلب التزود بالسلعة أو الخدمة فيعد قابلاً فينعقد عقد الاستهلاك عن بُعد " الكترونياً".^٣ وسواء كان المستهلك والمحترف المهني موجودين داخل دولة واحدة (عقد استهلاك وطني يتم عن بُعد) أو في دول مختلفة (عقد استهلاك دولي يتم عن بُعد)^(٤) فإن العملية الاستهلاكية برمتها يجب احاطتها بضمانات يُحمى من خلالها الطرف الضعيف وهو المستهلك، لجهة حماية رضائه وحمايته من تعسف المهني/المحترف وحمايته في مواجهة وسيلة الكترونية قد يُخطئ في استخدامها اثناء التعبير عن ارادته، أو اثناء توقيعه بوسيلة الكترونية عما يصدر عنه، وبما يراعي خصوصية العقد الاستهلاكي الذي يتم عن بُعد "الالكترونيا".^٥

تاسعاً: حماية حق المستهلك في العدول: يعتبر الحق في العدول احد الحقوق المستهلك التي نص عليها قانون حماية المستهلك، باعتباره احد الاليات القانونية الحديثة التي

(١) أ. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ١٧ وما بعدها.

(٢) د. هشام صادق، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الالكترونية، دراسة منشورة في مجلة الدراسات القانونية الصادرة عن كلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، العدد الاول، ٢٠٠٤، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٥، ص ٩ وما بعدها.

(٣) انظر: في فكرة الطبيعة القانونية للموقع الإلكتروني لجهة الوظيفة التي يقوم بها في عملية الاستهلاك: د. فائق حوى، بعنوان المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، ٢٠١٠، ص ٦٤ وما بعدها.

(٤) انظر: د. أحمد عبدالكريم سلامة، حماية المستهلك في العقود الدولية الالكترونية وفق مناهج القانون الدولي الخاص، المرجع السابق، ص ٢.

(٥) انظر في خصوصية العقد الذي يتم عن بُعد: القاضي المنصف زغاب، العقد والاعلامية، دراسة منشورة في المجلة العربية للفقهاء والقضاء، الصادرة عن الامانة العامة لجامعة الدول العربية - الادارة القانونية التابعة لمجلس وزراء العدل العرب، العدد ٣٧، ابريل ٢٠٠٨، منشورات جامعة الدول العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٣٩.

توفر حماية فعالة لهذا المستهلك المتعاقد عن بُعد. وهذا الحق يُمثل أداة تشريعية تلعب دورا مهما في حماية الاشخاص الذين يتعاقدون غالبا دون وجود امكانية حقيقية لمناقشة شروط تعاقدهم علاوة على خضوعهم لتأثير الاعلانات وما يمثل لهم ذلك من دوافع ضاغطة للتعاقد، اضافة إلى عدم وجود امكانية حقيقة للمستهلك المتعاقد عن بعد لرؤية ما يتم التعاقد عليه أو التحقق من خصائصه.

وللرئيس أن يصدر قرارا بتحديد السلع التي لا يحق للمستهلك استرجاعها، ورد قيمتها. وتسري الأحكام المنصوص عليها في هذه المادة في حال اكتشاف المستهلك أكثر من عيب في السلعة أو الخدمة ذاتها.

اي ان هنالك ثمة ضوابط تتعلق بممارسة هذا الحق - في حالة قرر المستهلك ممارسة حقه - وهي وجوب ممارسته خلال عشرة ايام من تاريخ ابرام عقد الاستهلاك عن بعد والذي يكون محله خدمة، وعشرة ايام من تاريخ تسليم السلعة محل عقد الاستهلاك المبرم عن بُعد "الالكترونيا". اي ان القانون حدد مدة عشرة أيام يحق فيها للمستهلك الرجوع عن قراره بالشراء فيها، وبما أن العقد شريعة المتعاقدين يحق لطرفيه أن يتفقا على مدة أطول عن تلك المحددة في القانون ولكن من غير الجائز الاتفاق على مدة أقل من تلك المحددة بموجب أحكام هذا القانون

كما ان ممارسة الحق في العدول مقيدة بحالات لا يجوز فيها ممارسة هذا الحق، وهي:

- إذا استفاد من الخدمة أو استعمل السلعة قبل إنقضاء مهلة العشرة أيام: وهذا يعني استبعاد العديد من عقود الاستهلاك التي تتم عن بُعد من نطاق الحق في العدول وهي التي يتم الاستفادة من الخدمة أو استعمال السلعة قبل انتهاء المدة المقرر ممارسة حق العدول خلالها، ويُلاحظ ان ايراد هذه الحالة فيه تناقض مع الغرض الذي وضع لاجله الحق في العدول/ ذلك انه في الكثير من الحالات لايمكن المستهلك المتعاقد عن بُعد من الحكم على مدى توافر خصائص الخدمة التي تعاقد عليها الا عند البدء في تلقي منافعها، مما يوحي عمليا إلى تفرغ الحق في العدول من مضمونه.

- إذا كان الإتفاق يتناول سلعاً صنّعت بناءً لطلبه أو وفقاً لمواصفات حددها: والهدف الاساسي من الاستبعاد هو ان هذه السلعة تم صنعت لمستهلك معين بذاته ولشخصه ولبناء على مواصفات هو من قام بتحديددها، فاذا اعطي الحق في العدول سيكون من شأن ذلك الاضرار بالمحترف لجهة ان هذه السلعة لن يشتريها احد لأن مواصفات السوق مختلفة عما تطلبه ذاك المستهلك بالنسبة للسلعة فيما لو اعطي حق العدول عنها.
 - إذا كان الإتفاق يتناول أشرطة فيديو أو أسطوانات أو أقراص مدمجة أو برامج معلوماتية، في حال جرى إزالة غلافها: والهدف الاساسي من هذا الاستبعاد هو حماية حقوق الملكية الفكرية،^١ لأن منح المستهلك الحق في العدول في هذه الحالة قد يمكنه من الحصول عليها دون دفع مقابلها، كما لو نسخها واعد انتاجها.
 - إذا كان الشراء يتناول الصحف والمجلات والمنشورات لا سيما الكتب: والهدف من الاستبعاد هنا هو ذات ما ذكر بالنسبة لحماية حقوق الملكية الفكرية.
 - إذا تعيبت السلعة من جراء سوء حيازتها من قبل المستهلك: وهدف الاستبعاد من نطاق الحق في العدول مرده ان السبب في تعيب السلعة هو المستهلك، فكيف يستفيد من خطأ مرتين.
- وقد اشار قانون حماية المستهلك في لبنان إلى مفعول ممارسة الحق في العدول الممنوح للمستهلك المتعاقد عن بعد، بأن اوجب على المحترف- في حال مارس المستهلك حقه في العدول، إعادة المبالغ التي يكون قد تقاضاها على أن يتحمل المستهلك، في حال عدّل عن قراره بالتعاقد بعد إجراء التسليم، مصاريف التسليم.
- عاشراً: التزوير الالكتروني

(١) انظر في التأثير المتبادل بين حماية الملكية الفكرية وحماية المستهلك: د. مها بخيت زكي، جهود جامعة الدول العربية في الحد من انتهاك حقوق الملكية الفكرية ومكافحة الغش التجاري، ورقة عمل مقدمة ضمن اعمال اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ-الدورة التاسعة والتي انعقدت في جنيف، من ٣ إلى ٥ مارس ٢٠١٤. متاحة على الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

التزوير هو تزيين الكذب وتحسينه بطريقة تكون أقرب إلى قبول السامع وهو تحسين الشيء ووصفه بخلاف صفته، حتى يخيل إلى من سمعه أو رآه خلاف ما هو به على الحقيقة، فهو تمويه الباطل بما يوهم أنه حق^(١). والتزوير الإلكتروني هو تغيير الحقيقة في المستند الإلكتروني بإحدى طرائق التغيير ويترتب عليه ضرر على الغير^(٢).

فالتزوير في المجال المعلوماتي يعتبر من أخطر صور الغش وأكثرها ضرراً، فالوثيقة هي مجموعة من المعاملات والرموز التي تعبر تعبيراً اصطلاحياً عن مجموعة مترابطة من الأفكار والمعاني الصادرة عن شخص أو أشخاص معينين، وتكمن القيمة الحقيقية لها ليس في مادتها أو ما تحتويه بل تكمن فيما لهذا التعبير من دلالة اجتماعية^(٣). فجور جريمة التزوير هو الإخلال بالثقة العامة التي أراد المشرع حمايتها في هذه الوثيقة لما لها من آثار قانونية باعتبارها وسيلة للإثبات^(٤).

ولما كان ذلك، فإن قوة الوثيقة في الإثبات هي جوهر الحماية الجنائية لها ومن هنا ذهبت بعض الآراء الفقهية إلى أن كل مادة تصلح للإثبات يجوز أن تكون محلاً للتزوير مهما كان شكلها أو مساحتها ولا أهمية للمادة المستعملة في الكتابة يستوى أن تكون مصنوعة من خشب أو جلد^٥ فإذا كانت فكرة التوسع في مفهوم الوثيقة مطروحة في الفقه الجنائي قبل ظهور جرائم المعلوماتية فإن هذا التوسع يبدو أكثر الحاحاً في ظل الفراغ التشريعي لمواجهة جرائم التزوير المرتكبة بواسطة الحاسب الآلي، الآن هذا الاتجاه واجه نقداً شديداً حيث ذهب جانب من الفقه الفرنسي قبل صدور القانون رقم ١٩ لسنة ١٩٨٨ الخاص بالغش المعلوماتي إلى رفض اعتبار التعبير الواقع على

(١) أنظر: شرح النووي على مسلم ٤٤٣/٢.

(٢) د. عبد الرحمن بن عبد الله السند، الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، دار الوراق ودار النيريين للطباعة والنشر والتوزيع الرياض، ٢٠٠٥، ص ٣٧٥.

(٣) د. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات - القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٧٢ ص ٣٢٢.

(٤) محمد سامي الشواء، ثورة المعلومات وانعكاساتها على قانون العقوبات، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٩٤ ص ١٥٥.

(٥) حسن صادق المرصفاوي، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر، ١٩٩١ ص ١١٦.

الاسطوانات الممغنطة تزويراً، استناداً إلى اعتبارين اولهما انتفاء الكتابة، لان التغيير انصب على نبضات الكترومغناطيسية، والثاني هو عدم التيقن من صلاحيتها في الإثبات^١. يؤيد هذا الرأي قياس ذلك على انتفاء التزوير في التغيير الذي يطرأ على الصوت المسجل، والعلة هي انعدام عنصر الكتابة، بالإضافة إلى أن النبضات الالكترومغناطيسية تمثل جزءاً من ذاكرة الآلة أو برنامج تشغيلها وهو ما يمكن ان يتحقق معه الإلتلاف أو التقليد إذا توافرت شروطهما، وقد بدأ الفكر القانوني الحديث يقبل فكرة الوثيقة الاليكترونية استناداً إلى ان المادة التي تصنع منها الوثيقة ليست عنصراً فيها.

إن مجارة التقديم العلمي والتكنولوجي تتطلب تجاوز المفهوم التقليدي للوثيقة أو حصره في الورق المكتوب. ويمكن لنا في هذه الحالة أن نجد سنداً لهذه الفكرة ومنطلقاً لها ان المشرع المدني في الاصل رغم أخذه بمبدأ سيادة الدليل الكتابي على غيره من طرق الإثبات إلا أنه أورد عليه بعض الاستثناءات فقبل الإثبات بالبيينة فيما كان يجب اثباتها كتابة، وهي اتفاق الاطراف على الاثبات بالبيينة أو وجود مانع يحول دون الحصول على الدليل الكتابي فإذا اتفق الاطراف على الاثبات بالبيينة يكون على القاضي ان يعتد بها استناداً إلى عدم تعلق القواعد الموضوعية في الإثبات بالنظام العام، مما يمكن القول معه على امكانية اتفاق الأطراف على الاثبات بالوسائل الاليكترونية وهو ما يعد ايداناً ببداية عصر الوثائق الاليكترونية.

اما بالنسبة لتجريم تزوير الوثائق الاليكترونية فقد كان القانون الفرنسي رقم ١٩ الصادر في يناير ١٩٨٨ اولى التشريعات التي جرمت تزوير المستندات المعلوماتية فنص في المادة ٥/٤٦٢ على أن (كل من ارتكب افعالاً تؤدي إلى تزوير المستندات المعلوماتية ايا كان شكلها باي طريقة تؤدي إلى حدوث ضرر للغير فإنه يعاقب بالسجن من سنة إلى خمس سنوات وغرامه لا تقل عن ٢٠.٠٠٠ فرنك) ونصت الفقرة السادسة من ذات المادة على معاقبة كل من استخدم بتبصير المستندات المعلوماتية المزورة طبقاً

(١) محمد سامي الشوا، ثورة المعلومات وانعكاساتها على قانون العقوبات، المرجع السابق ص ١٥٥

للفقرة السابقة، ولم يكتف المشرع الفرنسي بذلك بل انه نص على امكانية ارتكاب جريمة التزوير خطأ لان التغيير والتحريف للمعلومات المخزنة خطأ وإن كان غير متصور في المستندات والوثائق التقليدية الا انه كثيرا ما يحدث في المجالات المعلوماتية لان الدخول إلى الانظمة المعلوماتية لا يحدث دائما بشكل متعمد فمن الممكن ان يحدث بشكل غير معتمد نتيجة الدخول الخاطيء إليه وهو ما يجب النص عليه في تجريم التزوير في المستندات المعلوماتية.

اما القانون العربي النموذجي فقد نص على أن كل من غير في البيانات المخزنة في المستندات المعالجة آليا أو البيانات المخزنة في ذاكرة الحاسب الآلي أو على شريط أو اسطوانة ممغنطة أو غيرها من الوسائط يعاقب ب(وهومتروك) لكل دولة على حدة كما نصت المادة (٨) منه على تجريم استخدام المستندات المعالجة آليا مع العلم بتزويرها .

وتجدر الإشارة إلى أن كل حالات السرقة والاحتيال تتم عن طريق تزوير البيانات لنجد أننا أمام حالة من حالات تعدد الجرائم فالأمثلة التي سبقت الإشارة إليها في الفقرة الخاصة بالسرقة سواء كانت بتصميم برنامج معد خصيصا أو عن طريق إجراء عمليات تحويل غير مشروعة للأرصدة بخلق حسابات دائنة وهمية كلها لا تتم إلا بتزوير في البيانات المخزنة آليا لنجد ان معظم الحالات يتحقق فيها التعدد المعنوي للجرائم خاصة مثل التلاعب الذي يتم في الأرصدة المصرفية لان عمليات التحويل غير المشروعة تتم عن طريق تعديل في البيانات والأسماء أو تعديل في البرامج المعلوماتية المعالجة لهذه البيانات.

فإذا كان السلوك الإجرامي في هذه الحالة متمثلا في تعديل البرامج والبيانات يترتب عليه تحويلات مالية غير مشروعة فإن السلوك أو الفعل يظل واحدا يتحقق به اكثر من نموذج تجريمي في هذه الحالة وهو ما يوجب تطبيق احكام التعدد المعنوي والارتباط بين الجرائم.

تجدر الإشارة إلى ان هذا التوسع في تفسير مفهوم الوثيقة لا يغني عن ضرورة تدخل المشرع لمواجهة التزوير المرتكب بالحاسب الآلي على المستندات والوثائق

الإلكترونية لان المسألة تحتاج اولا إلى الاعتراف بحجية هذه المستندات الإلكترونية في الإثبات قبل تجريم تحريفها، بالإضافة إلى ان تجريم التعديل في هذه البيانات يجب أن يخضع لعقوبات أشد من عقوبة التزوير التقليدية نظرا لاختلاف حجم الضرر والخسائر الناتجة عن تحريف هذه البيانات وتزويرها.

وقد نصت اتفاقية بودابست في المادة (٧) على بتجريم اي تعديل أو محو أو اخاد لأي بيانات مخزنة في اي نظام معلوماتي يؤدي إلى إنتاج بيانات غير حقيقية - in authentic data- لغرض استعمالها لأغراض قانونية على أنها صحيحة وذلك سواء كانت فورية القراءة من عدمها وهو ما يقطع الجدل حول قابلية المستند للقراءة بالعين المجردة، واعتبار المستند الإلكتروني وثيقة قابلة للقراءة، مشمولة بالحماية الجنائية .

يتضح لنا أن الجريمة المعلوماتية تثير مشكلات عديدة في تطبيق النصوص القانونية الحالية، فإن وجد النص القانوني وأمكن اعمال المطابقة بينه وبين السلوك المرتكب لا نجد العقوبة تتناسب وحجم الخسائر الناتجة عن ارتكاب مثل هذه الجريمة، وإذا امكن اعمال المطابقة وكانت العقوبة رادعة فإننا نواجه عقبة كبيرة في عمليات ضبط هذه الجرائم وثباتها لان القواعد التقليدية للإثبات وضعت لتواجه سلوكا ماديا يحدث في العالم الفيزيائي ولا تتناسب لإثبات جريمة مرتكبة في عالم اليكتروني أو فضاء سيبراني افتراضي غير ملموس يتكون من دذبذبات والموجات غير المرئية. وهو ما يحتم ضرورة التدخل التشريعي لتنظيم هذه المسألة عن طريق الاعتراف لقوة المستندات الإلكترونية في الإثبات، واعتبارها من قبيل الوثائق قبل النص على تجريم تزويرها أو التعديل فيها وتحريفها حسب الأحوال.

الخاتمة

تعد حقوق المستهلك واحدة من أهم الحقوق التي عنى بها المشرع الوطني والدولي باعتبارها مرتبطة بتنمية المجتمعات، خاصة مع الثورة المعلوماتية، وفي ظل وجود المحتوى الإلكتروني الرقمي، وثورة الاعلانات التي غيرت مفاهيم الحاجات الكمالية إلى ضرورة في حياة المستهلك. حيث برزت حاجة أكبر لدراسة الإطار القانوني لحماية حقوق المستهلك، خصوصاً وأنّ معظم دول العالم قد عبرت عن رغبتها واستعدادها لحماية هذا المستهلك كونه الطرف الضعيف في علاقته بالمهني (المحترف) لافتقاره للمعلومات الكافية والضرورية حول السلعة أو الخدمة محل الاستهلاك والتي تجعله يستخدمها أفضل استخدام بما يحقق له الغرض الذي من أجله قام بإبرام العقد. من هنا كان لزاماً وجود مجموعة من القواعد الحمائية لصالح المستهلك.

وفي خلاصة الورقة نجد ان الإطار المنظمة لحماية المستهلك في العراق هي من الأهمية بمكان يُستطاع معه تحقيق حماية فاعلة للمستهلك، بيد ان العائق الأساسي الذي يحد من تحقيق مثل هذه الحماية هو الحاجة إلى اصدار المراسيم التطبيقية ذات الصلة بقانون حماية المستهلك خاصة لجهة تفعيل دور المجلس الوطني لحماية المستهلك وتفعيل اليات فض المنازعات المتصلة بالمستهلك من وساطة ولجنة حل المنازعات بما يحقق انفاذاً حقيقياً للقانون الجنائي الخاص بحقوق المستهلك، علاوة على أهمية تعزيز القدرات في مجال التعريف بقانون حماية المستهلك وبالقوانين ذات الصلة.

وخلصت الورقة إلى مجموعة من التوصيات في هذا الإطار بالنظر في ايلاء الاهتمام بالعمليات الاستهلاكية التي تتم عبر الانترنت من خلال الآتي :

١- التوعية بشأن هذا النمط الاستهلاكي المستجد، ووجوب وضع الإطار القانونية التطبيقية المرتبطة بتنفيذ قانون حماية المستهلك، علاوة على تعزيز تنسيق الجهود كافة من أجل تفعيل حماية المستهلك وخاصة الجهود الحكومية

والتربوية والامنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية ومنظمات المجتمع المدني الوطنية وكذلك المنظمات الدولية كالامم المتحدة والمنظمات الاقليمية كجامعة الدول العربية.

٢- كما يُوصى بتعزيز القدرات للمختصين والمعنيين في مجال حماية المستهلك خاصة المراقبين والمحققين في مدى وجود مخالفات استهلاكية من عدمه.

٣- ايلاء الاهتمام بمحاولة ايجاد الحلول التشريعية والتقنية لمسألة اجراءات التفتيش والضبط والادلة، مع التركيز على دور اجهزة الضبط الاداري والقضائي في ملاحقة الانتهاكات المتعلقة بحقوق المستهلك الالكتروني، كما يجب تعزيز حماية المستهلك من انتهاك حقوق العلامات التجارية واثرها السلبي عليه وما يحققه ذلك من لبس لديه يؤدي فيه إلى عدم التمييز بين ما هو ملائم لحاجاته وبين ما هو ضار بصحته وحياته.

المصادر

أولاً : الكتب :

١. د.ابراهيم الدسوقي ابو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، منشورات مجلس النشرالعلمي بجامعة الكويت، الكويت، ٢٠٠٣.
٢. أبو العلا علي النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، الموضوع السابع في مؤلف المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٤.
٣. أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، العدد الرابع، الكويت، ١٩٩٥.
٤. د. ادم وهيب النداوي، شرح القانون المدني، العقود المسماة في القانون المدني (البيع والإيجار)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٩٩٩.
٥. اسامة عبد العليم الشيخ، مجلس العقد وأثره في عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-فى الفقه الإسلامى والقانون الوضعى، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٨.
٦. د. أسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٥.
٧. بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، الطبعة الأولى، مصر: عالم الكتاب، ١٩٩٩.
٨. د. توفيق حسن فرج، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، ١٩٧٩.
٩. د. توفيق حسن فرج، الوجيز في عقد البيع، الدار الجامعية، ١٩٨٨.
١٠. حسن أيوب، فقه المعاملات المالية في الإسلام، الجزء الأول، الطبعة الأولى، مصر: دار التوزيع والنشر الإسلامية، ١٩٩٨.
١١. حسن صادق المرصفاوي، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر، ١٩٩١.
١٢. د. رمضان أبو السعود، مبادئ الالتزام في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعي للطباعة والنشر، ١٩٨٤.
١٣. د. سليمان مرقس، شرح القانون المدني، العقود المسماة، عقد البيع، المجلد الأول، ط٤، دار ألها للطباعة، ١٩٨٠.
١٤. د. سعدون العامري، الوجيز في شرح العقود المسماة، في البيع والإيجار، ج١، ط٢، ١٩٧٠.
١٥. سميحة القليوبي، غش الأغذية وحماية المستهلك، مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة، جامعة عين شمس، مصر، ١٩٩٥.



١٦. شريف الطباخ، الدفع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التمويهية في ضوء القضاء والفقه، الطبعة الأولى، مصر: المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠٠٥.
١٧. د. طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الناشر الدار الجامعية، ٢٠٠٧-٢٠٠٨.
١٨. د. عبد الرحمن بن عبد الله السند، الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، دار الوراق ودار النبريين للطباعة والنشر والتوزيع الرياض، ٢٠٠٥.
١٩. عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، البيع والمقايضة، مصر، ١٩٨٦.
٢٠. عبد الفتاح بيومي: نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها المدنية، الكتاب الثاني، الطبعة الأولى، مصر: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٤.
٢١. د. غني حسون طه، الوجيز في العقود المسماة، عقد البيع، ج ١، مطبعة المعارف، بغداد، ١٩٧٠.
٢٢. د. فائق حوى، بعنوان المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، ٢٠١٠.
٢٣. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، في الجامعة المستنصرية، ٢٠٠٣م.
٢٤. د. كمال ثروت الوندائي، شرح أحكام عقد البيع (دراسة مقارنة) مع مجموعة من التشريعات العربية والأجنبية، ط ١، مطبعة دار السلام، بغداد، ١٩٧٣.
٢٥. محمد سامي الشوا، ثورة المعلومات وانعكاساتها على قانون العقوبات، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٩٤.
٢٦. د. محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني - الإثبات الإلكتروني - المستهلك الإلكتروني) الناشر دار النهضة العربية، ٢٠٠٨.
٢٧. د. محمد إبراهيم دسوقي، الجوانب القانونية في إدارة المفاوضات وإبرام العقود، ١٩٩٥.
٢٨. محمد البنان، العقود الإلكترونية، العقود والاتفاقات في التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٧.
٢٩. د. محمد الشهاوي، الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥.

٣٠. محمد علي السالم عياد: شرح قانون العقوبات الفلسطيني، الطبعة الثانية، فلسطين: مكتبة دار الفكر، ٢٠٠٣.
٣١. محمد صبحي محمد: شرح قانون العقوبات، الجرائم الواقعة على الأموال، الطبعة الأولى، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٥، ص ٢١٩ وما بعدها.
٣٢. د.محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات - القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٧٢.
٣٣. د. نبيل إبراهيم سعد، المدخل إلى القانون، نظرية الحق، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠١.
٣٤. أ. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.
٣٥. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، مصر: دار النهضة العربية، ٢٠٠٠.
٣٦. د. هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الإلكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٢.
- ثانياً : الرسائل والأطاريح :**
١. بشار محمود دودين: الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن، ٢٠٠٦.
٢. د.حسين شحادة الحسين، موقف البنك من المستندات المخالفة في الاعتماد المستندي، رسالة دكتوراة حقوق عين شمس، عام ٢٠٠٠-٢٠٠١.
- ثالثاً : البحوث :**
١. أحمد إبراهيم عبد الهادي، أمينة مصيلحي سحيل، حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية، برعاية جمعية حماية المستهلك، ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك، القاهرة، أكتوبر ١٩٩٥م.
٢. القاضي المنصف زغاب، العقد والاعلامية، دراسة منشورة في المجلة العربية للفقهاء والقضاء، الصادرة عن الامانة العامة لجامعة الدول العربية - الادارة القانونية التابعة لمجلس وزراء العدل العرب، العدد ٣٧، ابريل ٢٠٠٨، منشورات جامعة الدول العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.
٣. د.حمدي عبد العظيم- التجارة الإلكترونية"أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية" سلسلة إصدارات البحوث الإدارية -مركز البحوث-أكاديمية السادات للعلوم الادارية، ٢٠٠١.



٤. أ.د.صبري حمد خاطر، فكرة المعيار في تأسيس نظام المسؤولية العقدية، مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة البحرين، المجلد الخامس، العدد الأول، يناير، ٢٠٠٨.
٥. د. عبد الإله الديوه جي، بحث بعنوان التجارة إلكترونياً، منشور بمجله اتحاد المصارف العربية "التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الإنترنت، عام ٢٠٠٠.
٦. د. محمد السيد عرفه، التجارة الدولية الإلكترونية عبر الإنترنت، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكومبيوتر والإنترنت - كلية الشريعة والقانون بالتعاون مع مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ومركز تقنية المعلومات بالجامعة، ١-٣ مايو ٢٠٠٠.
٧. د. هشام صادق، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الالكترونية، دراسة منشورة في مجلة الدراسات القانونية الصادرة عن كلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، العدد الاول، ٢٠٠٤، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٥.

المخلص:

اكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة، وبرزت قضية حماية المستهلك كقضية هامة ضمن قضايا المسؤولية الاجتماعية الواجب على المنظمات أخذها في الحسبان عند وضع الخطط واتخاذ القرارات، كما احتلت قضية حماية المستهلك مكاناً بارزاً بين القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المطروحة في المؤتمرات والندوات وحازت على اهتمام العديد من الكتاب والباحثين.

وتعتبر حقوق المستهلك واحدة من اهم الحقوق التي عنى بها المشرع الوطني والدولي باعتبارها مرتبطة بتنمية المجتمعات، خاصة مع الثورة المعلوماتية، وفي ظل وجود المحتوى الإلكتروني الرقمي، وثورة الاعلانات التي غيرت مفاهيم الحاجات الكمالية إلى ضرورة في حياة المستهلك. حيث برزت حاجة اكبر لدراسة الاطار القانوني لحماية حقوق المستهلك، خصوصاً وأنّ معظم دول العالم قد عبرت عن رغبتها واستعدادها لحماية هذا المستهلك كونه الطرف الضعيف في علاقته بالمهني (المحترف) لافتقاره للمعلومات الكافية والضرورية حول السلعة أو الخدمة محل الاستهلاك والتي تجعله يستخدمها افضل استخدام بما يحقق له الغرض الذي من اجله قام بإبرام العقد. من هنا كان لزاماً وجود مجموعة من القواعد الحمائية لصالح المستهلك، وبرزت مشكلة الدراسة من خلال تلمس الباحث واستشعاره للمخاطر التي يمكن ان تصيب المجتمع جراء بعض الممارسات الخاطئة من قبل القائمين على إداء الانشطة التسويقية في اغلب المنظمات المعنية بالخدمات والتجارة الإلكترونية، وقد تزايد اهتمام الباحث بذلك نتيجة احساسه بتقصير تلك المنظمات نحو حماية حقوق المستهلكين. وقد هدفت الدراسة إلى بيان حاجة المستهلك للحماية من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة لحماية المستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني، والتعرف على حقوق المستهلك في كافة مراحل العقد الإلكتروني، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك للإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني. وخلص البحث إلى

مجموعة من التوصيات في هذا الاطار بالنظر في ايلاء الاهتمام بالعمليات الاستهلاكية التي تتم عبر الانترنتن خلال الاتي :

- ١- التوعية بشأن هذا النمط الاستهلاكي المستجد، ووجوب وضع الاطر القانونية التطبيقية المرتبطة بتنفيذ قانون حماية المستهلك، علاوة على تعزيز تنسيق الجهود كافة من اجل تفعيل حماية المستهلك وخاصة الجهود الحكومية والتربوية والامنية والاجتماعية والاقتصادية والدينية ومنظمات المجتمع المدني الوطنية وكذلك المنظمات الدولية كالامم المتحدة والمنظمات الاقليمية كجامعة الدول العربية.
- ٢- ايضاً بتعزيز القدرات للمختصين والمعنيين في مجال حماية المستهلك خاصة المراقبين والمحققين في مدى وجود مخالفات استهلاكية من عدمه.
- ٣- الاهتمام بمحاولة ايجاد الحلول التشريعية والتقنية لمسألة اجراءات التفتيش والضبط والادلة، مع التركيز على دور اجهزة الضبط الاداري والقضائي في ملاحقة الانتهاكات المتعلقة بحقوق المستهلك الالكتروني.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، شبكات الاتصالات الدولية

ABSTRACT :

The issue of consumer protection has gained great importance in recent years, and the issue of consumer protection has emerged as an important issue among the issues of social responsibility that organizations must take into account when developing plans and making decisions, and the issue of consumer protection has occupied a prominent place among the political, social and economic issues raised in conferences and seminars.

Consumer rights are considered one of the most important rights that the national and international law has concerned with, as they are linked to the development of societies, especially with the information revolution, and in the presence of digital electronic content, and the advertising revolution that changed the concepts of luxury needs into essential in the life of the consumer. Where a greater need arose to study the legal framework for the protection of consumer rights, especially since most countries of the world have expressed their desire and willingness to protect this consumer as the weak party in his relationship with the professional (professional) for his lack of sufficient and necessary information about the commodity or service in question that makes him use it in the best way to achieve Has the purpose for which he entered into the contract. Hence, it was necessary to have a set of protective rules for the benefit of the consumer. The problem of the study emerged through the researcher's touching and sensing of the risks that may affect society as a result of some wrong practices by those in charge of performing marketing activities in most organizations concerned with services and e-commerce, and the researcher's interest in this has increased due to his sense of the failure of these organizations to protect the rights of consumers. The study aimed to demonstrate the consumer's need for protection from the traditional and technical



perspective, to reveal the extent of the need for consumer protection before concluding the electronic contract, to identify consumer rights in all stages of the electronic contract, in addition to revealing the extent of the consumer's need for information following the conclusion of the electronic contract.

The research concluded with a set of recommendations in this regard by considering paying attention to consumer operations that take place over the Internet through the following:

- Raising awareness about this emerging consumption pattern, and the necessity of developing applied legal frameworks related to the implementation of the Consumer Protection Law, in addition to strengthening the coordination of all efforts to activate consumer protection, especially governmental, educational, security, social, economic and religious efforts, and national civil society organizations as well as international organizations such as the United Nations and regional organizations. As the League of Arab States.
- It also enhances the capabilities of specialists and stakeholders in the field of consumer protection, especially observers and investigators, regarding whether or not there are consumer violations.
- Attention to trying to find legislative and technical solutions to the issue of inspection and seizure procedures and evidence, with a focus on the role of administrative and judicial control agencies in pursuing violations of electronic consumer rights.

Key words: electronic consumer, electronic commerce, international telecommunications networks .