



## The legal system for e-commerce according to Instructions No. 4 of 2025

Assistant Lecturer . Asmaa Makki Dabash

University of Iraq / College of Law and Political Science, [asmaa.m.dabash@aliraqia.edu.iq](mailto:asmaa.m.dabash@aliraqia.edu.iq)

### ARTICLE INFORMATION

**Received: 9 Feb 2026**  
**Accepted: 12 Feb 2026**  
**Published: 1 Jun 2026**

### Keywords:

- Commerce
- Law
- Electronics
- Licensing
- Electronic Payment

### ABSTRACT

This study examines the Internet as a general characteristic of commerce. It attempts to clarify its legal system by providing a service and a means of negotiation between a seller and a buyer, and providing these after-sales services electronically. This is done by reviewing the concept of e-commerce, which works to support medium and small enterprises that operate via the Internet. These projects are the basis for e-commerce, which works to open the doors for individuals to integrate into the work of e-marketing. This is done by studying the recently issued e-commerce instructions No. (4) of 2025. Which allowed individuals and partners to conduct business transactions without physical presence This necessitates in-depth study about the changes brought about by this commerce, and obtain a license to practice this commerce, the obligations of the e-commerce merchant .



## النظام القانوني للتجارة الالكترونية وفق قانون رقم 4 لسنة 2025

م.م أسماء مكي دباش

الجامعة العراقية /كلية القانون والعلوم السياسية ، [asmaa.m.dabash@aliraqia.edu.iq](mailto:asmaa.m.dabash@aliraqia.edu.iq)

### المخلص

### معلومات المقالة

تتناول هذه الدراسة شبكة الانترنت بوصفها صفة عامة تتصف بها التجارة في العراق في الوقت الحاضر، وتحاول بيان النظام القانوني لها ، من خلال تقديم خدمة ووسيلة تفاوض بين بائع ومشتري داخل العراق ، وتقديم هذه الخدمات ما بعد البيع الكترونيا ، وذلك من خلال استعراض مفهوم التجارة الالكترونية التي تعمل على دعم المشاريع المتوسطة والصغيرة التي تتم عبر شبكة الانترنت، اذ تعد هذه المشاريع الأساس للتجارة الالكترونية ، و التي تعمل على فتح الأبواب للأفراد للاندماج ضمن عمل التسويق الالكتروني ، من خلال دراسة قانون التجارة الالكترونية الذي صدر حديثا ذي الرقم (4) لسنة 2025 ،الذي أتاح للأفراد والشركاء اجراء التعاملات التجارية بسهولة وسرعة دون التواجد الفعلي ، الامر الذي يستوجب الدراسة المتعمقة حول التغييرات التي احدثتها هذه التجارة الالكترونية ، والمتطلبات القانونية لممارستها ،كاستحصال الاجازة لممارسة هذه التجارة ، والتزامات التاجر الالكترونية ، وبيان الدفع الالكتروني .

تاريخ الاستلام : ٩ شباط ٢٠٢٦

تاريخ القبول : ١٢ شباط ٢٠٢٦

تاريخ النشر : ١ حزيران ٢٠٢٦

### الكلمات المفتاحية:

- التجارة
- قانون
- الالكترونية
- اجازة
- الدفع الالكتروني

## المقدمة

### أولا / فكرة البحث :

تعد التجارة الالكترونية وفق النظام الجديد رقم (4) لسنة 2025 اول اطار قانوني يعمل على تنظيم الأنشطة داخل العراق بما فيها البيع والشراء والترويج والاعلان والتسوق ، بما يسهم بتوسيع التجارة الرقمية والعمل على تعزيز الدفع الالكتروني، حيث ان التجارة الالكترونية شهدت انتشار واسع في السنوات الأخيرة من القرن العشرين الى يومنا هذا ، انها أصبحت من اهم الأنشطة في الاقتصاد الرقمي بالعراق ، لاسيما بعد انتشار التسوق الالكتروني بشكل ملموس ، هذا ما اسهم في تنفيذ عمليات واسعة لبيع وشراء السلع والخدمات الكترونيا من اجل مواكبة تطور الدول والسير على خطاها ، لذلك تم العمل على اطلاق فكرة الموضوع من خلال بيان النظام القانوني لهذه التجارة ، ثم بيان كيفية ممارسة هذه التجارة ، مع بيان الحد الفاصل ما بين التجارة الالكترونية والتقليدية .

### ثانيا/ أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في مواكبة التطور الحاصل بالتجارة الالكترونية وفق تنظيم رقم (4) لسنة 2025 ، حيث انها تستحوذ على اهتمام العديد من المؤسسات البحثية من اجل الوقوف على الطاقات المحتملة لهذه التجارة ، وكيفية استثمارها وبنيتها في اعمال ونشاطات الاعمال حيث ان دراسة مثل هذا الموضوع سيعود بالنفع على اقتصاد العراق من خلال التعرف على مفاهيمه والاثار المترتبة على تطبيقه، ووسائله ، خصوصا ان التجارة الالكترونية تلعب دور مميزا وفعالا في حياتنا ، من خلال خفض التكاليف ، والعمل على توسيع الأسواق ، خصوصا انها لم تقف فقط بين الشركات ورجال الاعمال انما امتدت الى المستهلك أيضا .

### ثالثاً / مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث بالخلل التشريعي في النصوص الناظمة للتجارة الالكترونية ضمن قانون رقم 4 لسنة 2025 ، فهذا القانون يعد من أوائل الأطر القانونية لحماية المستهلك وتنظيم عمل التجار الالكترونيين ، ويعمل على تحديد التزامات وحقوق التاجر والمستهلك ، الا ان الإشكالية تتمركز في هذا النظام ، كيف يمكن باستطاعة هذا النظام من تغيير مستقبل التجارة في العراق عبر الانترنت ، ويكون بداية رقمية تعطي للتاجر والمستهلك الأمان والثقة عبر الانترنت ، وكذلك هل باستطاعة هذا النظام تحسين تجربة التسوق عبر الانترنت هذه من اهم الأسباب التي دعت الى دراسة هذا الموضوع ، إضافة الى ذلك حداثة الموضوع جعلته يحتل الصدارة على المستوى الدولي والمحلي مما دفعنا للتطرق لهذا الموضوع لمعرفة كافة تطبيقاته وطرقه .

### رابعاً / منهجية البحث :

من اجل دراسة المشكلة موضوع البحث وتحليل اثرها في الواقع العراقي استند الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي لكونه اكثر المناهج ملائمة للموضوع ، من حيث بيان مفهوم التجارة الالكترونية وفق قانون التوقيع والمعاملات الالكترونية

العراقي رقم 78 لسنة 2010 ، وكذلك وفق نظام تنظيم التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025، وبيان التغييرات التي احدثتها هذه التجارة ، بالإضافة الى بيان وسائل هذه التجارة.

## خامسا / خطة البحث :

في السعي الى غوار عناصر هذا البحث واعطاء كل جزء منه حقه في هذا البحث ، فان الباحث اعتمد في تقسم هذا البحث الى مبحثين ، نبين في المبحث الأول ، مفهوم التجارة الالكترونية وتمايزها ، اما في المبحث الثاني سنبين المتطلبات القانونية لممارسة التجارة الالكترونية .

## المبحث الأول

### مفهوم التجارة الالكترونية

كانت وما زالت التجارة الالكترونية في العراق من النشاطات الاقتصادية المتطورة في استخدام شبكات الانترنت، المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،سواء كانت تتم بين الافراد ، او بين الافراد والشركات ، او بين الشركات مع بعضها البعض ، هذا الامر دفع هؤلاء في استخدام أساليب جديدة ومتطورة من اجل عرض المنتجات ، وبيعها الكترونيا ، وعليه سنقسم هذا المبحث الى مطلبين ، نبين في الأول نشأة وتعريف التجارة الالكترونية ،اما في الثاني سنبين فيه التمايز ما بين التجارة الالكترونية مع ما يشته به من أوضاع .

## المطلب الأول

### التعريف بالتجارة الالكترونية

تعد التجارة الالكترونية مصطلحا جديدا انبثق في العالم يستخدم الأساليب والوسائط الالكترونية المتطورة، التي تعمل على تداول المنتجات عبر شبكات الانترنت ، فمن خلال هذا المطلب سيتم البحث عن نشأة التجارة الالكترونية في العراق في فرع اول ،اما الفرع الثاني سنبين فيه تعريف التجارة الالكترونية .

## الفرع الأول

### نشأة التجارة الالكترونية في العراق

ان التجارة الالكترونية في العراق شهدت تطورا ملحوظا بعد انتشار الهواتف الذكية ، وشبكات التواصل الاجتماعي ، الا ان هذا التطور نلاحظه بشكل كبير بعد جائحة كورونا ، اذ شهد العراق تنامي غير مسبق في أنشطة التجارة عبر الانترنت في هذه الفترة ، وذلك لان التجارة الالكترونية شكلت متأخرا في العراق مقارنة بالكثير من الدول الأخرى ، ومن هنا أصبحت التجارة من المحركات الأساسية للاقتصاد الرقمي ، في عمليات البيع والشراء والتسوق عبر المتاجر الالكترونية ، لخلق فرص عمل للكثير من الشباب في مجالات مختلفة مثل الشحن ، والنقل ، والتفريغ ، والمخازن المتخصصة بالبيع الرقمي<sup>(1)</sup>.

الا ان تاريخ التجارة الالكترونية بشكل عام يعود الى الستينات والسبعينات القرن الماضي وذلك عند استخدام نظام الكتروني من قبل الشركات يسمى بالتبادل الالكتروني للعمل على تسهيل نقل المستندات والملفات التجارية ، ففي العام 1992 ظهرت نقطة تحول كبيرة في التجارة الالكترونية وهي ظهور شبكة الويب التي مكنت من استخدام شبكات المعلومات الدولية التي تستخدم الوسائط المتعددة لتجعل من عرض المعلومات ذات جودة عالية (2) ، الا ان اول معاملة تمت في عام 1994 وذلك عند شمول بيع قرص بين اصدقاء اثنين عبر مواقع بيع بالتجزئة عبر شبكات الانترنت يسمى (netmarket) و ثم بعدها تطورت التجارة حتى ظهور أسماء تمت معرفتها على انها شركات عالمية كشركة امازون وغيرها (3) .

لا سيما ان هناك عوامل عدة ساهمت بنمو التجارة الالكترونية منها انتشار شبكات الانترنت بكثرة على الرغم من التحديات العديدة التي يواجهها العراق ، حيث ان نجاح التجارة يعتمد على شبكات الانترنت ، فكلما شهد العراق تحسنا في الانترنت نجح التسوق الالكتروني وساهم بالوصول الى خدمات التجارة الالكترونية اسرع.

على الرغم من هذه التطور في التجارة الالكترونية في العراق خلال الأعوام الاخيرة، الا ان هناك عقبات كثيرة تتطلب اهتماما واسعا من اجل تجاوزها، من اهم هذه العقبات هي مشكلة البنى التحتية للتجارة الرقمية، التي تشكل مخاوف لدى المستهلك، بسبب عدم الثقة في المعاملات التجارية الرقمية ، لعدم وجود مظلة قانونية تنظيمية تنظيم العمل التجاري الرقمي وتوحده في العراق (4) ، لا سيما ظهور منصات عديدة للتجارة الالكترونية التي ساهمت في الربط ما بين المستهلك والشركات عبر متاجر الكترونية عديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، او عن طريق تطبيقات يتم إنشاءها من قبل مستثمرين مع وجود عروض في هذه التطبيقات كخدمات التوصيل المجاني لتشجيع الزبائن على طلب العديد من هذا المتجر.

لكن مع غياب الرقابة على المتاجر الالكترونية ، وعدم وجود الدفع الالكتروني ، شهد العراق طفرة تعد خطوة أساسية تنظيمية تتمثل بانها الأولى في إطار التجارة الالكترونية بالعراق ، اذ وافق مجلس الوزراء العراقي في 28/يناير 2025 على مشروع اسماها نظام تنظيم التجارة الالكترونية في العراق يتضمن 28 مادة قانونية الذي كان الهدف منه تحفيز الدفع الالكتروني ولضمان حقوق المستهلكين ، اذا حدد هذا النظام سريان احكامه على اطراف النشاط سواء كان شخص طبيعي او معنوي موجود احدهما او كلاهما داخل العراق من اجل الحصول على المنتجات التي يوفرها التاجر الالكتروني المحترف، محاوله منه لتنظيم قطاع التجارة والعمل على تسهيل عملية البيع والشراء عبر الانترنت بشكل اسهل ، اذ يعد هذا النظام خطوة كان ينتظرها العراق منذ نشوء المتاجر على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لان الكثير من التجارة كانت وما زالت تمارس خارج الأطر الرسمية ، لا سيما من المتوقع ان عدد المتسوقين في العراق يتجاوز 22 مليون في نهاية سنة 2025 وقيمتهم السوقية 500 مليون دولار ، وهذه المجالات شهدت معدل نمو عالمي يتراوح 30-50% في مختلف القطاعات،، لذا الزم هذا النظام التاجر بالحصول على إجازة من اجل ممارسة التجارة الالكترونية ، ويتم الحصول على الاجازة عن طريق منصات الكترونية يتم تخصيصها من قبل الوزارة لمراقبة المنتجات المعروضة لحماية المستهلك من عمليات الغش والاحتيال.

## الفرع الثاني

### تعريف التجارة الالكترونية

ان التجارة الالكترونية ترجمة لمصطلح **electronic commerce**- التي توفر خدمات تجارية عدة عبر شبكة الانترنت<sup>(5)</sup> ، ودخلت القاموس التجاري بقوة ، بحيث اصبح مصطلح التجارة الالكترونية شائعا في العديد من القطاعات الاقتصادية في العراق التي تمارس الاعمال التجارية<sup>(6)</sup> .

وتتضمن التجارة الالكترونية كلمتين ، الكلمة الأولى التجارة التي تعني بشكل عام أي نشاط تجاري يقوم به الانسان والذي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بغرض تحقيق الربح ، اما الثانية فتعني الالكترونية وهي وصف لكلمة التجارة ، التي تعني بأداء النشاط التجاري عن طريق استخدام الأساليب والوسائط الالكترونية<sup>(7)</sup>.

ونعني بالتجارة الالكترونية بانها العملية التي يتم بها تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية او وسيط الكتروني<sup>(8)</sup>، ونعني بالوسيط هو شبكة من المعلومات الالكترونية التي يمكن ان تتسع لتشمل كذلك الشبكات المغلقة التي تستخدم من قبل مجموعة من الأشخاص في امكان معينة وتعرف باسم شبكات الانترنت<sup>(9)</sup>.

ويمكن ان يطلق عليه تسمية الوكيل الالكتروني كذلك الا ان المشرع العراقي التزم بتسمية الوسيط بدلا من الوكيل في قانون التوقيع والمعاملات الالكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012 الذي نص في المادة (8/1) منه على انه ( برنامج الحاسوب او اية وسيلة الكترونية أخرى تستخدم من اجل تنفيذ اجراء او الاستجابة لأجراء بقصد انشاء او ارسال او تسليم معلومات )<sup>(10)</sup> ، وعرفت أيضا بانها عمليات تسويق وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات الانترنت<sup>(11)</sup>، وكذلك تعرف على انها تبادل السلع والخدمات عبر شبكات الانترنت مما يتيح للأفراد بيع وشراء كميات عديدة من هذه السلع الرقمية الكترونيا<sup>(12)</sup> ، الا انه رغم وجود هذه التعاريف العديدة لم نجد تعريف دقيق يتناول الأنشطة التجارية كافة، فعند الرجوع الى قانون التجارة النافذ العراقي رقم (30) لسنة 1984 نجد انه لم يتناول التجارة الالكترونية في موضوعاته، مما أدى الى بقاء التجارة الالكترونية خالية من أي تنظيم ، وعند اللجوء كذلك الى قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكتروني النافذ العراقي رقم (78) سنة (2012) نجد انه في المادة (6/1) منه عرف المعاملات الالكترونية فقط على انها الطلبات والمعاملات التي تتم بوسائل الكترونية<sup>(13)</sup> الا انه لم يضع تعريفا للتجارة الالكترونية ، لكن نستنتج من المادة (332) في قانون التجارة العراقي على انه يجوز اصدار أنظمة وتعليمات تعمل على السهولة في تنفيذ احكام القانون التجاري، فاستنادا من هذه المادة أصدرت الوقائع العراقية بالعدد (4818) بتاريخ 10/3/2025 نظام<sup>14</sup> يعمل على تنظيم التجارة الالكترونية تمت تسميته بنظام تنظيم التجارة الالكترونية ذات الرقم (4) لسنة 2025 ، حيث عرفت المادة (1/ثالثا) منه التجارة الالكترونية على انها ( جميع الأنشطة التجارية التي تتم عبر الانترنت ، او أي وسيلة الكترونية أخرى ، وتشمل بيع وشراء السلع والخدمات ، وتقديم العروض التجارية ، والتسويق الالكتروني ، وإدارة المعاملات التجارية الالكترونية ) فمن خلال عرض هذا التعريف نستنتج أمورا عدة منها :

1-الإعلان عن السلع والخدمات يتم بوسائل الكترونية ،وكذلك بيعها وشرائها .

2-عمليات التفاوض والربط بين البائع والمشتري ، وتقديم الخدمات كافة ما بعد البيع يتم الكترونيا .

3- تقديم العديد من العروض التجارية التي يقصد بها كل ما عد للبيع والشراء من اجل الحصول على الأرباح

4-حدد هذا التعريف كيفية إدارة المعاملات التجارية الالكترونية من حيث التصميم والإدارة للمواقع الالكترونية.

## المطلب الثاني

### تمايز التجارة الالكترونية مع ما يتشابه بها من أوضاع

لم تعد التجارة الالكترونية كما كانت في الماضي بالعراق ، بل تمكنت هذه التجارة من احداث تغييرات عدة على التجارة التقليدية ، وتسهيل عملية البيع والشراء للمنتجات ، بحيث تمثل بوجود تغييرات عدة للشركات والافراد والمجتمع ، عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي ساعدت المستخدمين بالاتصال بالعالم عبر الانترنت دون حاجز المسافة والوقت، مما أدى الى تحول التجارة الالكترونية الى تجارة اجتماعية شائعة لدى الشركات ، لذا لا بد من التمايز ما بين التجارة الالكترونية والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كفرع اول ، اما في الفرع الثاني سنبين التمايز ما بين التجارة الالكترونية وبين التجارة التقليدية .

## الفرع الأول

### التمايز ما بين التجارة الالكترونية والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تعرف التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على انها فرع من فروع التجارة الالكترونية التي تتضمن بيع السلع والخدمات المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي بيعا مباشرا عبر منصات (الفيس بوك والانستكرام وغيرها )، مما يؤدي الى الوصول لملايين المستهلكين وبيع المنتجات لهم ، وسميت بالتجارة الاجتماعية لأنها تجمع ما بين وسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الالكترونية من اجل توفير تجربة تسويق اكثر تكاملا (15) .

وقد أحدثت التجارة الاجتماعية تحولا في تجارب التسوق عبر الانترنت ، بحيث يمكن عن طريقها الوصول لمعلومات المنتج والتفاعل التجاري بشكل اسرع ، وتمكن المستخدمين من المناقشة والمشاركة ، دون استخدام منصات التجارة الالكترونية المنشأة حديثا ، مما أدى الى جعل التجارة الاجتماعية تؤثر بشكل إيجابي على أداء المبيعات في الشركات لان الكثير من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ترغب في المنافسة عن طريق ممارسة الاعمال التجارية في جميع انحاء العالم عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة مما يؤدي الى حدوث تغييرات اجتماعية وتجارية في التسويق نظرا لنقل الانشطة من العالم البيئي الى العالم الافتراضي (16) .

وتتشابه التجارة الالكترونية مع التجارة الاجتماعية في انها يهدفان الى بيع المنتجات الكترونيا عبر شبكات الانترنت ، كذلك أسعار كل منهما اقل بكثير من التجارة التقليدية ، لأنها لا تحتاج الى متجر تقليدي فعلي انما عليك فقط استضافة موقع الكتروني ، وبالتالي يوفر دخل إضافي على مدار الساعة لان المتاجر مفتوحة دائما (17) ، إضافة الى ذلك ان إمكانية الدفع الالكتروني في كل منهما مما يقلل من إمكانية التعقيد في عمليات الشراء (18) .

لكن مع كل هذا التشابه فيما بينهما يوجد اختلافات عديدة منها :

1-من حيث ان التجارة الالكترونية تشير الى التسوق عبر منصة التجارة الالكترونية خاصة عند وجود الدمج ما بين الدفع الالكتروني والمنصة ، بينما التجارة الاجتماعية تتم عملية الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر منصات الوساطة الاجتماعية أخرى خاصة عند تعلق الامر بالدفع (19) .

2-ان مواقع التجارة الالكترونية يمكن التحكم في محتواها لأنه ملك لك شخصيا ، اما التجارة الاجتماعية توجد منصة يجب الالتزام بها واتباع القواعد الواجبة بالمحتوى الذي تنتجه انت (20) .

3- تركز التجارة الالكترونية على توفير المعلومات كاملة عن المنتج ، بينما التجارة الاجتماعية تركز على التفاعل وتقديم تجربة تسوق بصرية مروعة .

4-تعتمد التجارة الالكترونية على الإعلانات المدفوعة والتسويق عبر البريد الالكتروني ، ومحركات البحث ، اما التجارة الاجتماعية تعتمد على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (21) .

## الفرع الثاني

### التمايز ما بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

تعرف التجارة التقليدية على انها عملية شراء وبيع المنتجات التجارية بشكل مباشر بالطرق التقليدية (كاللوحات المطبوعة والاعلانات المنتشرة) والبيع في المتاجر ومعaine المنتجات وجها لوجه والدفع النقدي المباشر ، لكن تتشابه هذه التجارة مع التجارة الالكترونية في انها يهدفان الى بيع المنتجات لتحقيق ربح مادي ، من اجل استدامة الاعمال التجارية ، لكن على الرغم من ان التجارة التقليدية تعد الاقدم الى انها لا تعد مناسبة اليوم وذلك لارتفاع عدد الأشخاص المتسوقون عبر الانترنت والذي اثر تأثيرا كبيرا عليها ، من حيث ان التجارة التقليدية تعد طابع توثيقي بعكس التجارة الالكترونية التي تمثل طابعا وهمي غير توثيقي على الرغم من إتمام العملية التجارية .

لكن على الرغم من هذا التشابه فيما بينهما هناك اختلافات عديدة فيما بينهما من اهم هذه الاختلافات هي :

1-ان التجارة الالكترونية لا يوجد تواصل مباشر ما بين العميل والبائع انما فقط يتم الاعتماد على الصور ، وذلك بعكس التجارة التقليدية التي يتفاعل فيها العميل والمشتري بشكل مباشر اذ يتم الاعتماد على الرؤيا واللمس للمنتجات (22) .

2- وكذلك تتميز التجارة الالكترونية في ساعات العمل في المتاجر عبر الانترنت مفتوحة 24 ساعة ويعد هذا الامر مريحا جدا للعميل وفرصة ممتازة للتجار بينما التجارة التقليدية تتميز ان ساعة العمل فيها تكون محدودة بأوقات فتح وغلق المتاجر.

3- اضافة الى ذلك ان التجارة الالكترونية تتميز بان تكاليفها اقل لان التسويق يتم عبر شبكة الانترنت ، بينما التجارة التقليدية تكون تكاليفها مرتفعة لان التسويق يتم عبر التلفاز او الجرائد، ويمكن فيها للعميل التفاوض وتقليل أسعار المنتجات وهذا على العكس من التجارة الالكترونية التي لا يمكن فيها التفاوض <sup>23</sup>.

4- في التجارة الالكترونية يكون الأمان هو قضية مهمة لوجود عدد كبير من الاحتيال ، لكن بعض المنصات ساهمت بتوفير الأمان من خلال تشفير بيانات العملاء ، اما الأمان في التجارة التقليدية يكون مريحا للعميل لان باستطاعتهم رؤية المنتجات بأنفسهم والتفاعل مع البائع مباشرة ، لكن هناك بعض الاخطار التي تفلق براحة العميل كالسرقة <sup>(24)</sup> .

5- تكون وسائل التجارة الالكترونية اكثر سهولة اذ يمكن الوصول الى خيارات الدفع الأكثر راحة للعميل كالدفع الالكتروني، والدفع عند التسليم وغيرها ، بينما الدفع في التجارة التقليدية يكون نقدا عند الذهاب الى المتجر بشكل شخصي .

6- تتبع التجارة الالكترونية أسلوبا غير تقليدي في الوصول للعملاء من خلال سوق يتمثل بشبكة الانترنت ، يمكن الشركات من إدارة عمليات الشراء والبيع والنقل وغيرها ، على العكس من التجارة التقليدية التي تتبع الأساليب التقليدية المتمثلة بالبيع المباشر <sup>(25)</sup> .

7- يمكن في التجارة الالكترونية استخدام تقنية (البلوك تشين) التي تعرف على انها سجل رقمي مفتوح للجميع ،يمكن عن طريقه خزن البيانات والمعاملات تلقائيا عبر دفتر او قاعدة غير مركزية ولا أهمية للتدخل الانسان فيها <sup>(26)</sup> ، وهذا غير متوفر في التجارة التقليدية التي تحتاج الى الوساطة لإتمام اعمالها .

وعليه ان التجارة الالكترونية تعد من احدث العمليات عبر الانترنت لكونها أسهمت في احداث تحولا في تجارب التسوق عبر الانترنت ، بحيث يمكن عن طريقها الوصول لمعلومات المنتج والتفاعل التجاري بشكل اسرع ومع تطور التجارة الالكترونية اصبح من قبل الشركات العراقية احتياج كبير لخدمات التسويق الالكترونية للتجارة الالكترونية ، لمساعدة الافراد للتواصل مع الجمهور عن طريق المواقع الالكترونية ، ومن هذه الشركات ، شركة ( site up ) ،الذي تعد من افضل الشركات العراقية التسويقية التي تقدم استشارات تسويقية ، لاتخاذ الحلول كافة التي تعمل على دعم النشاط التجاري ، عن طريق فريق متخصص ، يمكنك من دراسة المنصة المرتبطة بعملك ويعمل على تمكين الجمهور بزيارتها ،لكن هناك اثار عديدة للتسويق الالكتروني يختلف باختلاف المؤسسات والمستهلكين.

## المبحث الثاني

### المتطلبات القانونية لممارسة التجارة الالكترونية

للتاجر الالكتروني من اجل ممارسة التجارة الالكترونية لابد من الحصول على الاجازة من قبل وزارة التجارة ، ويتم الحصول على هذه الاجازة عن طريق منصة الكترونية تتولى القيام بالإجراءات كافة ، الا انه من اجل الحصول على الاجازة

لابد من توفر للتاجر الالكتروني متجر تتوفر فيه البضائع التي سيتم عرضها الكترونيا لكي يتم ابرام عقد اتفاق ما بين الزبون والتاجر الذي يكون اما شخصا طبيعيا او معنويا وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث الى مطلبين نبين في الأول كيفية استحصال إجازة لممارسة التجارة الالكترونية ، اما الثاني نبين فيه التزامات التاجر الالكتروني ووسائل الدفع .

## المطلب الأول

### استحصال إجازة

الأصل في التجارة الالكترونية انها تعد من العقود الرضائية التي تتطلب لانعقادها الاقتران في الإرادة ما بين التاجر الالكتروني والزبون مع اتجاه هاتين الارادتين الى احداث اثر مهم هو انعقاد التجارة الالكترونية عن طريق الانترنت ، أي التعاقد عن بعد ، فالفكرة السائدة سابقا كانت تستلزم التعبير عن هذه الإرادة في مجلس واحد ، بعكس التجارة الالكترونية التي تسمح بالتعاقد عن بعد وعدم اتحاد مجلس العقد ، الا انه لكي يتم ممارسة هذه التجارة لابد من الحصول على إجازة من قبل وزارة التجارة لكي يمارس التاجر الالكتروني هذه التجارة وفق نظام مشروع (27) ، اذ سمح النظام للتاجر الالكتروني لممارسة التجارة الالكترونية في العراق الحصول على الاجازة من الوزارة ، مع استكمال الموافقات كافة من قبل جهة مختصة في الوزارة ، وهذا ما نص عليه النظام في المادة (1/سابعاً) منه على (الاجازة : إجازة ممارسة التجارة الالكترونية) فهذه المادة بينت على انه لكي تمارس التجارة الالكترونية لابد من الحصول على الاجازة من قبل التاجر الالكتروني عن طريق منصة الكترونية تنشأ من قبل تشكيلات وزارة التجارة لكي تمنح الاجازة وممارسة الاعمال التجارية كافة وكذلك تعمل على تجديد هذه الاجازة للتاجر الالكتروني دون الحاجة الى الحضور الشخصي لهذا التاجر للوزارة (28)، ويقصد بهذه المنصة على انها( نظام الكتروني يسمح للمستخدمين سواء افراد او شركات بأجراء أنشطة عديدة مختلفة عبر الانترنت منها الحصول على الاجارة لممارسة التجارة الالكترونية وتجديد هذه الاجازة للتاجر الالكتروني ، وتشمل كذلك على العديد من الخدمات المتنوعة عبر الانترنت منها المتاجر الالكترونية ، ومنصات التواصل الاجتماعي وغيرها ) (29) ،

فمن اجل الحصول على هذه الاجازة لابد من اتباع إجراءات عديدة منها :

على التاجر الالكتروني تقديم طلب ينوي فيه الحصول على الاجازة ويقوم بتقديم كافة المعلومات الصحيحة مع ارفاق كافة الأوليات المطلوبة التي تضعها الوزارة على المنصة الالكترونية ، وبعد ذلك يتم تسديد الأجر التي تضعها هذه الوزارة من قبل التاجر الالكتروني من اجل الحصول على هذه الاجازة ، حيث تقوم الوزارة بمراجعة هذا الطلب وابداء الراي فيه كونه متحقق من صحة الاجراء والضوابط التي تضعها ، اذا كان الطلب مستوفي للإجراءات كافة تصدر الوزارة الاجازة خلال عشرة أيام وتكون الاجازة صالحة لمدة ثلاث سنوات يمكن تجديدها قبل شهر من انتهاء الصلاحية ، وفي حال حصول أي تغيير في الأوليات المطلوبة او المعلومات يجب على التاجر ابلاغ الوزارة بذلك فوراً من اجل تحديث هذه المعلومات ، لكن في حال كونه غير مستوفي لهذه الإجراءات ومضت مدة عشرة أيام ولم تصدر الوزارة أي راي في ذلك فيعد ذلك رفضاً للطلب ، ويجوز لمن تم رفض طلبه تقديم تظلم من اليوم التالي لتبليغه بالرفض لدى وزارة التجارة خلال ثلاثون يوماً فقط ، مع حقه في الطعن بالرفض امام القضاء (30) .

لكن يجوز للوزارة تعليق هذه الاجازة لمدة سنة وذلك في حالات عديدة بينها المادة (19) من النظام التي نصت على تعليق هذه الاجازة لفترة لا تزيد عن سنة وذلك عند تحقق حالاتها ، منها عدم توفير البيانات كافة التي نصت عليها الوزارة قبل ابرام العقد في المادة (13) التي سيتم ذكرها لاحقا ويقصد بهذه البيانات كل بيان كان مهما بشكل مباشرة او غير مباشر في شكله او مصدره عند التعامل بالتجارة الالكترونية ،كالبيانات المتعلقة بالتاجر الالكتروني كاسمه وعنوانه ،او متعلقة بالمنتجات المعروضة ،او السعر وغيرها ، وكذلك في حالة مخالفة التاجر للتعليمات الممنوحة من قبل وزارة التجارة ،لان هذه التعليمات تعد إرشادات توجيهية واجبة التنفيذ ، كالزام الوزارة التاجر الالكتروني بالالتزام بالتعليمات الصادرة من قبل وزارة الاتصال وهيئة الاعلام والاتصالات<sup>31</sup>، وكذلك تعلق الاجازة في حالة استخدام هذه الاجازة في أغراض غير التي تم تقديم الطلب اليها المادة (19/ج).

وقد يثار تساؤل مفاده هل تعليق الاجازة للتاجر الالكتروني لمدة سنة تشمل على أي حالة يتم فيها طلب الاجازة حتى لو كان تغيير الغرض من الاجازة مشروع ؟

للإجابة عن هذا التساؤل نلاحظ ان المادة المذكور حددت أي تغيير يمس الغرض من طلب الاجازة حتى لو كان الطلب غير مخالف للنظام العام والآداب العامة مثل يكون الطلب الغرض منه افتتاح متجر الكتروني لبيع الألبسة لكن تم استخدام هذا الطلب لغير الغرض المرفق كاستخدامه لبيع الأدوات المنزلية وغيرها وهذا ما بينته المادة (19/ج) من النظام.

وقد يتم الغاء هذه الاجازة من قبل الوزارة وذلك عند تحقق الحالات الاتية منها :

اذا تم الاخلال بشروط الاجازة المذكورة سابقا فهنا الوزارة تلغي الاجازة الممنوحة للتاجر الالكتروني كون تم الاخلال بهذه الشروط من قبله لكون تم وضعها من الوزارة ولا يجوز تجاوزها ، وكذلك في حالة الترويج او الإعلان عن السلع الممنوعة،او مخالفة للنظام العام والآداب العامة (32) ، كون حظر هذه السلع لأسباب تتعلق بالأمن الوطني ومن اجل الحفاظ على البيئة والصحة العامة ، وأخيرا في حال قيام التاجر الالكتروني بممارسة الأنشطة الاحتمالية كالاختيال في الدفع وغيرها .

## المطلب الثاني

### التزامات التاجر الالكتروني ووسائل الدفع

لابد لممارسة التجارة الالكترونية من وجود تاجر محترف سواء كان شخص طبيعي او معنوي لكي يعمل على انجاز اعمال التجارة ومتطلباتها، لكن هذا التاجر له التزامات فرضها القانون عليه من ضمن هذه الالتزامات توفير الدفع الالكتروني الذي يعد من وسائل الدفع المتاحة للتاجر ، لذا سنقسم هذا المطلب الى فرعين نبيين في الأول التزامات التاجر الالكتروني ، اما في الثاني سنبين الدفع الالكتروني .

## الفرع الأول

### التزامات التاجر الإلكتروني

يقصد بالتاجر الإلكتروني (كل شخص طبيعي او معنوي ، سواء كان عراقيا ام اجنبيا يمارس التجارة الالكترونية على سبيل الاحتراف ) (33) ، نستنتج من هذه المادة ان التاجر الإلكتروني الشخص الطبيعي والمعنوي لابد من ان يكون محترفا في ممارسة التجارة الالكترونية ، ويقصد بالاحتراف ممارسة الاعمال كافة بصورة منتظمة ومستمرة واتخاذ هذه الاعمال مهنة له .

فهذا التاجر لكي يمارس التجارة الالكترونية لابد من الحصول على سجل تجاري من دائرة التسجيل التجاري ، والتقديم من خلال المنصة الالكترونية على إجازة لممارسة التجارة ، من خلال ارفاق جميع المستندات المطلوبة حسب المنتج المرفق ، وبعد الحصول على الاجازة ، يؤخذ متجر الكتروني يعرض فيه منتجاته الكترونيا على الزبون من خلال ابرام عقد يتم تدوين الاتفاق به الكترونيا بينه وبين الزبون ، وذلك يكون عن طريق الحصول على إجازة ممارسة التجارة الالكترونية من اجل بيع منتجاته وخدماته عبر الانترنت .

لكن قبل الابرام فرض النظام عليه التزامات او متطلبات قانونية عديدة واجب الالتزام بها من قبله ،وتخضع هذه البيانات الموضوعية للمراقبة من وزارة التجارة للتحقق من التزام التاجر بالنظام، وقد نصت المادة (13) من النظام على التزامات التاجر الإلكتروني قبل الابرام منها التسجيل في غرفة التجارة ثم تعيين الاسم التجاري وتسجيله من خلال تقديم طلب يروم فيه التاجر الإلكتروني تسجيل الاسم التجاري مع ضرورة حصول الأخير على وثيقة يتم الاثبات فيها عدم تسجيل هذا الاسم التجاري مسبقا ، واذ تم الحصول على التأييد او الوثيقة يقوم التاجر بأرفاقه مع المستمسكات المطلوبة منها (بطاقة السكن والبطاقة الوطنية ) ، مع توفر بيانات التاجر الإلكتروني من حيث اسمه وعنوانه وغيرها ، مع إعطاء الوصف الدقيق للمنتجات المعروضة في المتجر ، ما هو اجمالي السعر المشتمل على الأجور والضرائب والتكاليف ان وجدت ، كيفية اليه الدفع الإلكتروني ، وما هو موعد التسليم ، وفي حال هناك خطأ في الطلب هل يمكن تصحيحه او الغاءه ، في حالة توصيل الطلب وكان الطلب غير مطابق كيفية الاسترجاع ، وبعد توفر هذه البيانات جميعها في المتجر ، وعند طلب الزبون وتأكيد طلبه يرسل التاجر رسالة لهذا الزبون يتضمن كافة البيانات المذكورة سابقا .

ففي حالة موافقة الزبون لهذه البيانات وارسال تأكيد يعد العقد مبرما بينهما ،وبعد ذلك يقوم التاجر الإلكتروني بجمع البيانات الضرورية عن الزبون كاسمه وعنوانه وغيرها واعلامه بهذه البيانات وما الغرض من جمعها، ويتم بعدها تدقيق هذه البيانات من قبل التاجر ، مع التأكيد على عدم السماح بنقل بيانات الزبون ونقلها الى شخص ثالث الا بموافقتة، لكن لو تم حصول خرق لبيانات الزبون وتم اضراره من ذلك هل يعفى التاجر الإلكتروني من مسؤوليته رغم عدم تقصيره في الاحتفاظ بهذه البيانات فعند الرجوع للمادة (17) من النظام التي نصت على انه في حالة حدوث خرق لبيانات الزبون السرية وادى هذا الخرق الى الاضرار به من حيث افشاء بياناته وانتهاك حرياته فيجب اعلام الزبون أولا ، وبعد ذلك الوزارة ، مع تقديم كافة تفاصيل الخرق لهذه البيانات من اجل المعالجة ، لكن رغم ذلك لا يتم اعفاء التاجر من المسؤولية لان المسؤولية هنا مسؤولية

عقدية تترتب عند عدم تنفيذ التزام التاجر على الوجه المتفق عليه، من حيث عدم الإفشاء ببيانات الزبون من أجل ممارسة العملية التجارية بأمان من قبل الزبون، من خلال اتخاذ وسائل فنية كتشفير البيانات التي تحجب المعلومات في التجارة الالكترونية عن أي شخص يرغب بالاطلاع عليها، كتحويلها الى رموز او إشارات وغير ذلك (34).

اما في حالة عدم مطابقة المنتجات المعروضة في المتجر هل يجوز للزبون فسخ العقد فعند الرجوع الى المادة (14) من النظام التي نصت على حالات فسخ العقد الا انها اشترط لا يتم الفسخ الا في حالة كانت البيانات يوجد عيبا فيها او كانت غير متطابقة للمواصفات التي بينها التاجر الالكتروني في متجره .

وقد نصت المادة (7) من النظام على التزامات إضافية للتاجر الالكتروني ، منها يجب على التاجر الالكتروني توفير المعلومات كافة عنه وعن المنتجات التي يعرضها وذلك لضمان حقوق الزبون، منها اسمه الكامل مع ضرورة توفر عنوانه، ورقم الاجازة الممنوحة من الوزارة اليه لممارسة التجارة الالكترونية ، وماهي الوسائل المتاحة للاتصال ، وهل هناك خصوصية لبياناته ، وفي حال وجود شكوى كيف يتم اتخاذ الإجراءات والمعالجة ، مع وجود صفحة تخصص لأسئلة الزبون عند وجود استفسار لديه ، وغير ذلك من البيانات ، لكن يجب على التاجر اشعار الزبون باي تغيير في الخصوصية.

## الفرع الثاني

### الدفع الالكتروني

عندما نتكلم عن التجارة الالكترونية نلاحظ ظهور مصطلح الدفع الالكتروني عند انتشارها عبر شبكات الانترنت ، ويقصد به مجموعة من الأنشطة تنفذ المعاملات المشروعة بوسائل الكترونية ينظمها البنك المركزي بالتوافق ما بين شركة منظمة مخصصة لهذا الغرض هذا ما اصدره نظام خدمات الدفع الالكتروني للأموال رقم (2) سنة 2024 الذي كان الهدف منه اجراء كافة المعاملات المالية المتعلقة بالبيع والشراء الكترونيا، وتعد من اهم الأسباب التي أدت الى استخدامه سهولة وسرعة انجاز التعاملات الالكترونية ، لاسيما ان التوسع في التبادل التجاري عبر الانترنت يسهم في تقليل او تقليص الحاجة الى وسائل الدفع التقليدي لازدهار التجارة الالكترونية ، خصوصا ان هذه الوسائل لا تصلح بعد في التعاملات التجارية التي تتم عن بعد حيث تتوارى التعاملات الورقية (35).

فالدفع الالكتروني يعد بمثابة العمود الفقري لأي عملية تحدث داخل مواقع البيع الالكتروني ، فبدونه لا تكتمل عملية التجارة الالكترونية ، اذ انه من الوسائل القانونية الحديثة المتاحة للتاجر الالكتروني عند ممارسة التجارة الالكترونية بالنسبة للمواقع والتطبيقات الالكترونية وهذا ما نصت عليه المادة (7/ز) من قانون التجارة الالكترونية ، لذا يعد حلقة وصل ما بين التاجر والمستهلك او الزبون (36) ، اذ يمكن للمستهلك من شراء المنتجات التي يحتاجها والدفع يتم باستخدام البطاقة الائتمانية كالبطاقة المصرفية او المحافظ الرقمية ، اما التاجر يمكنه تحصيل هذه الأموال من المستهلك وتحويلها على حاسبة بكل سهولة .

ومن أشهر بوابات الدفع الإلكتروني في العراق شركة كي كارد (qi) التي كانت أول بطاقة ائتمان قدمت منذ عقود مضت، حيث أنها تمكن التاجر من ربط مواقعهم بقبول الدفع عبر الإنترنت ، إذ تقدم هذه الشركة حل للتجارة الإلكترونية من خلال تمكين التجار من قبول المدفوعات من أي مكان في العالم من خلال هذه البوابة، وتوفر هذه البوابة للتاجر والمستهلك أو الزبون معايير عالمية في مجال الأمان وذلك لضمان البيانات المدخلة والهجمات السيبرانية (37).

وتعرف البطاقة الائتمانية على أنها عقد يتم بين مصدر البطاقة الذي يتعهد بفتح اعتماد بمبلغ محدد والمستهلك حامل البطاقة بحيث يتم الوفاء بقيمة المشتريات لدى المحلات التجارية المرتبطة مع مصدر البطاقة بعقد<sup>38</sup>، وسميت بالبطاقة المتجددة لأن يتم تجديد البطاقة لحاملها (39) ، أو تعرف على أنها بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل يصدرها البنك لزبائنه من أجل حملها بدلا من النقود الورقية ، تتميز بانها تحمل اسم وشعار المؤسسة التي أصدرتها ، ورقمها ، واسم حاملها وتاريخ انتهاء صلاحية ، وقد تحتوي كذلك على شريحة لحماية البطاقة من الاختراق والانتحال ، وتحتوي على كافة معلومات الزبون المخفية ، وهناك شريط مغناطيسي يوجد في الجزء الخلفي للبطاقة يستخدم للعمليات التي تتم عن طريق الصراف الآلي كالماستر كارت أو الفيزا كارت (40) ، حيث إن هذا البطاقة يتم إصدارها من البنك بناء على العلاقة أو الاتفاق التي تربطه مع الشركة المخصصة ، ولا يكون الزبون طرف في هذه العلاقة إنما هو مجرد زبون يوطن راتبه على مصرف ما من أجل الحصول على الخدمات المعروضة التي توفرها كالحصول على القروض وغيرها .

وتتميز بعدة مميزات منها :

- 1- الطبيعة الدولية: تتميز البطاقة الائتمانية بالطبيعة الدولية لأنها وسيلة مقبولة في الدولة كافة ، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التجارية بين المستخدمين عن بعد .
- 2- يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية المحفوظة إلكترونياً التي تتميز بانها وحدات نقدية عادية لكن الوفاء بها يتم إلكترونياً .

لكن هنا تساؤل قد يثار ماذا لو تم ادخال البطاقة وسحب المبلغ المالي المحدد وبعدها تم حصول عطل فيها أدى الى سحب مبلغ مالي مرة أخرى ؟

لكثرة الحالات التي يتم فيها هذا الخطأ الذي يوجد بكثير في واقعنا العملي نلاحظ ان نظام الدفع الإلكتروني لا يوجد به نص قانوني ينص على هذه الحالة، علماً ان هذه الحالات شائعة جداً في الواقع العراقي لكن من وجهة نظرنا يتم حل هذه الإشكالات بالاتصال مع المصرف المتوفر في بطاقة الماستر ثم إبلاغه بالمشكلة المعروضة بعدها يتم التدقيق من قبل البنك بواسطة سجلات المعاملات التي تمت هل تم سحب المبلغ بشكل خطأ مرتين ام لا ، ثم يقرر اما ارجاع المبلغ الزائد ام معالجته بطرق أخرى، فتوفر هنا للزبون الثقة بالمصرف المنشأ للبطاقة .

خلاصة القول ان تنظيم التجارة الإلكترونية يتم ذلك من خلال استحصال إجازة قانونية عن طريق وزارة التجارة عبر منصة إلكترونية من أجل ممارسة التجارة الإلكترونية والعمل على تنظيم وسائل الدفع الإلكتروني ، الا ان تنظيم التجارة الإلكترونية لا يتم الا بالإعلان الإلكتروني الذي يعد من الوثائق المهمة المكتملة الملزمة لأبرام العقد بين اطراف التجارة الإلكترونية ،

وقد حدد هذا النظام بيانات يجب تضمينها في هذا الإعلان منها اسم التاجر الالكتروني أولاً ، واسم المنتج المعلن عنه ، ويجب تضمين هذا الإعلان بانه مادة إعلانية ، ويجب تدوين وسائل التواصل بالتاجر الالكتروني<sup>41</sup> ، وقد اشترط النظام على التاجر الالكتروني بعدم خداع الزبون وذلك من خلال منعه من الإعلانات الكاذبة ، او من الإعلانات التي تضلل بصيرته وتدفعه الى شراء المنتج المعلن كانتحال علامة تجارية مشهورة وغيرها .

## الخاتمة

وفي ختام دراستنا لموضوع التجارة الالكترونية وفق قانون رقم 4 لسنة 2025 توصلنا الى عدة نتائج ومقترحات نعرضها في النقاط الآتية :

### أولاً / الاستنتاجات :

1- ان منصات التجارة الالكترونية برامج تعمل على تمكين الافراد والشركات كافة من بيع المنتجات المعروضة عبر شبكات الانترنت ، لان المبيعات تحتاج الى برامج عدة لإدارة العمليات الخاصة بالتجارة الالكترونية ، كإدارة الطلبات والمخزونات وغيرها ، فلذا تعمل هذه المنصات على جميع هذه العمليات من اجل تقديم برنامج واحد متكامل ، الا ان التجارة الالكترونية لا تقتصر على عمليات البيع فقط ، انما تتضمن عمليات عدة منها الإعلان التجاري وتبادل البيانات الكترونياً والتسوق الالكتروني وغيرها

1- ان قانون رقم 4 لسنة 2025 يعد بداية جديدة للتجارة الالكترونية ، لان الهدف منه حماية المستهلك لمساعدته ورعايته لكي لا يقع فريسة الغش والخداع بسبب كثرة المواقع التجارية الالكترونية وزيادة المنافسة فيما بينها

2- ان ممارسة التجارة الالكترونية عبر الانترنت تمكن من تغيير مستقبل العراق في التحول الرقمي من خلال القضاء على التعاملات او المدفوعات النقدية الى المدفوعات الالكترونية في مؤسسات الدولة كافة .

3- تمكن التجارة الالكترونية من تحسين تجربة التسوق عبر الانترنت من خلال نقل التسوق من الممرات الى التطبيقات خلال دقائق قليلة بفضل تكنولوجيا المعلومات ، اذ اصبح بإمكان كافة المتسوقون التصفح في المواقع واختيار المنتجات المعروضة ومقارنة أسعار هذه المنتجات في مكان واحد ، واختيار المنتج المطلوب بوقت وجهد اقل

### ثانياً / المقترحات :

1- نقترح على المشرع العراقي تضمين قانون التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025 نصوص قانونية تحمي المستهلك عند الوقوع بعمليات الغش والاحتيال بشكل لا يؤدي الى ضياع حقوقه من خلال منحه حق العدول واسترجاع المبالغ المدفوعة من قبله او الغاء العقد بينه وبين الطرف الاخر الكترونياً عند اخلاله بالالتزامات العقدية التي نضمها القانون كوجود عيب في المنتجات المعروضة ولم يتم التصريح به من قبل التاجر او في حالة التأخير في توصيل المنتجات .

2-يلعب الذكاء الاصطناعي دورا محوريا في تطوير أنظمة ذات ذكاء قادرة على القيام بمهام عديدة يقوم الانسان فيها من أهمها تعزيز تدابير عديدة للأمن السيبراني في التجارة الالكترونية كتوفير اليات دفاع ديناميكية لتحديد التهديد او التنبؤ به لضمان جعل من البيئة التسويقية اكثر امانا للمستهلكين والشركات ، لذلك نوصي باستخدام الذكاء الاصطناعي في التجارة الالكترونية لما يسهم من تعزيز الدفاع من خلال التحليل والمراقبة للمجموعات لتحسين خدمات التسوق عبر الانترنت بشكل اسرع .

3-لاحظنا ان اغلب نصوص قانون التجارة الالكترونية هي نصوص إجرائية وليست موضوعية ،لذا فان التجارة الالكترونية الا ما استثنى بنص -تخضع الى القواعد العامة الواردة في القوانين المرتبطة بالموضوع كقانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية والقانون التجاري وقانون حماية المستهلك وقانون الشركات، لذا ندعو المشرع العراقي الى تضمين القانون بنصوص تنظم كافة المسائل المتعلقة بالتجارة الالكترونية بشكل يغني عن الرجوع الى القوانين الأخرى .

4-عند الرجوع الى القانون نلاحظ انه لا يحتوي على توعية للبيئة الالكترونية للطرفين المستهلك والتاجر عند الاستعلام عن حقوقهم وواجباتهم خصوصا ان التوعية بالبيئة الرقمية تعد من الركائز الأساسية لنجاح التجارة الالكترونية ،لان نجاح هذا القانون يعتمد على البرامج التوعوية لكل من المستهلك والتاجر ،لذا ندعو المشرع العراقي الى تضمين برامج تثقيفية وتوعوية تساعد في الالتقاء الى التجارة الالكترونية .

5- نرجو من أساتذة الجامعات الحكومية والأهلية الاكثر من الندوات والدورات التي تهتم بالتجارة الالكترونية، من حيث ماهيتها ومتطلباتها والعواقب التي تتردع مخالفيها .

## - الهوامش:

- 1 <https://share.google/qVc5DJcw0XIrS2paJ> يوم السبت المصادف 2025/8/23 الساعة 2:29 مساء
- 2 هشام مخلوف ، محمد وجدي يوس واخرون ، التجارة الالكترونية "الحاضر وفاق المستقبل" ، القاهرة ، 2003 ، ص 48.
- 3 <https://share.google/y1aZuLHtETPYcq3km> يوم الاحد المصادف 2025/8/24 الساعة 7:30
- 4 وفاء فوزي ، التجارة الرقمية في العراق التحديات والفروض ، بحث منشور في مركز البيان للدراسات والتخطيط ، 2023 ، ص 9.
- 5 محمد عبد الله شاهين محمد ، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو ، دار حميثرا للنشر والترجمة، 2017، ص 32-33.
- 6 محمد عمر منصور الشويرف ، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 ، ص 28.
- 7 دنوال عبد الكريم الاشهب ، التجارة الالكترونية ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان -الأردن ، 2015، ص 125.
- 8 دبسد التكريتي ، ديبشير العملاق ، الاعمال الالكترونية ، دار المناهج ، ط1، عمان ، ص 223.
- 9 هبة ثامر محمود عبد الله ، عقود التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)، مكتبة السنهوري ، ط1، 2011، ص 62.
- 10 د.عامر محمود الكسواني ، التجارة عبر الحاسوب ، دار الثقافة النشر والتوزيع ، ط2، عمان -الأردن ، ص 21.
- 11 د.دياسم احمد المبيضين ، التجارة الالكترونية واثرها على الاداء الاستراتيجي ، دار جليس الزمان ، ط1، عمان ، 2010، ص 26.

12 <https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce> يوم الاحد المصادف 2025/8/24 الساعة 7:19 مساء

13 ضروري التفارقة بين الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية ، فالأعمال الالكترونية تعني استخدام التقنيات الالكترونية لتطوير أنشطة الاعمال الإدارية والمالية والإنتاجية وغيرها من الاعمال ، لكن ضمن أنشطة افتراضية ، بينما التجارة

الإلكترونية فتعني استخدام الوسائل الإلكترونية لإنجاز كافة العمليات لتبادل البضائع والخدمات والمنتجات ، لذا فنستنتج ان الاعمال الإلكترونية أوسع نطاقا من التجارة الإلكترونية، لأنها تقوم على فكرة أتمته الأداء الذي يعني انه يمتد لكافة الأنشطة الإدارية والمالية والخدماتية والإنتاجي وكذلك تمتد لعلاقة المؤسسة بوكلائها وموظفيها والرقابة على العمل وتقييمه ، لزهري بن سعيد ،النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ،دار الفكر الجامعي ،ط1،الإسكندرية ،2010، ص23.

14 لايد من التفرقة ما بين النظام والقانون ، فالقانون يعرف على انه مجموعة قواعد عامة مجردة يتم سنها من قبل مجلس النواب ويتم المصادقة عليه من قبل رئيس الجمهورية لتنظيم العلاقة ما بين الافراد او بينهم وبين الدولة ،اما النظام يتم سنه في مجلس شورى الدولة ويصادق عليه رئيس الوزراء لتطبيق احكام القانون وتنظيم تطبيقه

<https://www.alabbadilawfirm.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85/>

يوم الاثنين المصادف 2025/3/17 في الساعة 8 مساء .

15 <https://share.google/tZdAFKleLLBxfvgIf> يوم الثلاثاء المصادف 2025/8/26 الساعة 8 مساء

16 ENIS YAKUT , industry 4.0 and Global Businesses: A Multidisciplinary Investigation, emerald PUBLISHING ,first edition, uk,2022,p102.

17 <https://share.google/y1rTfBR0kS6aQGjoV> يوم الاثنين المصادف 2025/8/26 الساعة 7 مساء

18 د. مها مهدي الخفاف ، د. منيرة عبدالله مفلح ، ريم عوني المطرمي ، التجارة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان ، 2016 ، ص 100.

19 <https://share.google/QDm8CfQ3nakFhu2sg> يوم الاثنين المصادف 2025/8/26 الساعة 6 مساء

20 ENIS YAKUT ,op, cit,p103-104.

21 Maryam Husain Almahdi, Social Commerce: A Concept Explication , متاح على الرابط التالي

[https://www.researchgate.net/publication/351949176\\_Social\\_Commerce\\_A\\_Concept\\_Explication](https://www.researchgate.net/publication/351949176_Social_Commerce_A_Concept_Explication)

22 د. محمد عبد حسين الطائي ، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، ط1، دار الثقافة ، عمان ، 2010 ، ص 24.

23 د.هاني وجيه العطار ، التجارة الإلكترونية ، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع ، 2021 ، ص 21.

24 د.محمد الفاتح محمود المغربي ، التجارة الإلكترونية ، دار الجنان للنشر والتوزيع ، 2016 ، ص 37.

25 د. محمد الفاتح محمود المغربي ، مرجع سابق ، ص 38.

26 د.ايهاب خليفة ،البلوك تشين (الثورة القادمة في عالم الاعمال والادارة ، بحث منشور ،مركز المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة ، ابو ظبي ،العدد3 ،2018، ص 1.

27 د. عبد الفتاح بيومي حجازي ،التجارة الإلكترونية العربية ،دار الفكر القانوني ،2004، ص172.

28 المادة (3) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025.

29 <https://uxwritingar.com/ux-writing/21145> الساعة 10:00 يوم الاحد المصادف 16 مارس 2025

30 المادة (19/اولا /ثانيا ) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025.

31 المادة (8/ثالثا) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025.

32 المادة (19/ثانيا ) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025.

33 المادة (1/رابعا) من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم (4) لسنة 2025.

34 د.عبد الفتاح بيومي حجازي ،التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية ،دار الفكر القانوني ،2006، ص591-592.

35 د.السعيد بريكة ،فوزي شوق ،تحديات وسائل الدفع الإلكتروني ، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية ،العدد الثاني،ديسمبر/2014، ص57-58.

36 الأصل استخدام لفظ زبون حسب قرار مجلس قيادة الثورة المنحل المعدل رقم 160 لسنة 1983 ،بينما نلاحظ ان لفظ المستهلك او العميل من الالفاظ العامية التي تدل على الدقة والاحتراف في العلاقات ،بينما لفظ الزبون تدل على المشتري للسلع الذي لا تربطه أي رابطة مع البائع .

37 فاروق سيد حسين ، التجارة الإلكترونية وتأمينها ، ط1 ، هلا للنشر والتوزيع ، 2001 ، ص 23.

38 نوال بن عمارة ، وسائل الدفع الإلكتروني (الافاق والتحديات)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة ورقلة ، 2013، ص

30

- 39 خولة فرحات ، اثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الالكتروني ، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الحاج لخضر -باتنة ، الجزائر ، 2007-2008، ص 71.
- 40 د. السعيد بريكة ، فوزي شوق ، مرجع سابق ، ص 59.
- 41 انظر المادة (20/سادسا) من نظام تنظيم التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025.

## المصادر

- القران الكريم .

أولا/ الكتب باللغة العربية :

1. الاشهب ، نوال عبد الكريم ، (2015)، لتجارة الالكترونية ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان -الأردن.
2. بن عمارة ، نوال ، (2013)، وسائل الدفع الالكتروني (الافاق والتحديات)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة ورقلة .
3. التكريتي ، سعد ، العملاق ، بشير ، (بلا سنة نشر)، الاعمال الالكترونية ، دار المناهج ، ط1، عمان .
4. الحجازي ، عبد الفتاح بيومي ، (2004)التجارة الالكترونية العربية ، دار الفكر القانوني.
5. الحجازي ، عبد الفتاح بيومي ، (2006)التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية ، دار الفكر القانوني.
6. حسين ، فاروق سيد ، (2001)التجارة الالكترونية وتأمينها ، ط1، هلا للنشر والتوزيع ، .
7. الخفاف ، مها مهدي ، مفلح ، منيرة عبدالله ، المطرمي ، ريم عوني ، (2016) التجارة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان .
8. سعيد ، لزهة بن ، (2010)،النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، ط1، الإسكندرية.
9. الشويرف ، محمد عمر منصور ، (2013)، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان.
10. الطائي ، محمد عبد حسين ، (2010) التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، ط1، دار الثقافة ، عمان .
11. عبدالله ، هبة ثامر محمود ، (2011)، عقود التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)، مكتبة السنهوري ، ط1، .
12. العطار ، هاني وجيه ، (2021)، التجارة الالكترونية ، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع.
13. الكسواني ، عامر محمود ، (بلا سنة نشر)، التجارة عبر الحاسوب ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط2، عمان -الأردن .
14. المبيضين ، باسم احمد ، (2010)، التجارة الالكترونية واثرها على الاداء الاستراتيجي ، دار جليس الزمان ، ط1، عمان.
15. محمد ، محمد عبد الله شاهين ، (2017)، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو ، دار حميثرا للنشر والترجمة.
16. مخلوف ، هشام ، محمد وجدي يوس واخرون ، (2003)، التجارة الالكترونية "الحاضر وافاق المستقبل" ، القاهرة.
17. المغربي ، (2016)، محمد الفاتح محمود المغربي ، التجارة الالكترونية ، دار الجنان للنشر والتوزيع.

## ثانيا /الرسائل والاطاريح :

1. فرحات ، خولة ، (2007-2008)، اثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الالكتروني ، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الحاج لخضر –باتنة ، الجزائر.

## ثالثا /البحوث :

1. بريكة ، السعيد ،شوق ، فوزي ، (2014) ، تحديات وسائل الدفع الالكتروني ، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية ،العدد الثاني .
2. خليفة ، ايهاب ، (2018)،البلوك تشين (الثورة القادمة في عالم الاعمال والادارة ، بحث منشور ،مركز المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة ،ابوظبي ،العدد3.
3. فوزي ، وفاء ،(2023)،التجارة الرقمية في العراق التحديات والفروض ، بحث منشور في مركز البيان للدراسات والتخطيط.

## رابعا/ الكتب باللغة الانكليزية :

Yakut ,ENIS, ,(2022) industry 4.0 and Global Businesses: A Multidisciplinary Investigation, emerald PUBLISHING ,first edition, uk,

## خامسا / القوانين العربية :

1. قانون التجارة العراقي النافذ رقم (30)لسنة 1984.
2. قانون التوقيع والمعاملات الالكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012
3. نظام التجارة الالكترونية رقم (4)لسنة 2025.
4. نظام الدفع الالكتروني للأموال رقم (4)لسنة 2024.

## سادسا / المواقع الالكترونية :

1. <https://share.google/QDm8CfQ3nakFhu2s>
2. <https://share.google/qVc5DJcw0XIrS2paJ>
3. <https://share.google/y1aZuLHtETPYcq3km>
4. <https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce>
5. <https://www.alabbadilawfirm.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88->
6. <https://share.google/tZdAFKleLLBxfvgIf>
7. <https://share.google/y1rTfBR0kS6aQGjoV>
8. [https://www.researchgate.net/publication/351949176\\_Social\\_Commerce\\_A\\_Concept\\_Explication](https://www.researchgate.net/publication/351949176_Social_Commerce_A_Concept_Explication)
9. <https://uxwritingar.com/ux-writing/21145>

---

## Sources

### First /Books in Arabic:

1. Al-Mubaydeen, Basem Ahmad, (2010), E-commerce and its Impact on Strategic Performance, Dar Jalees Al-Zaman, 1st ed., Amman, 2010.∟
2. Al-Tikriti, Saad, and Al-Amlaq, Bashir, (no publication date) E-business, Dar Al-Manahij, 1st ed., Amman.
3. Al-Kaswani, Amer Mahmoud, (no publication date) Computer-Based Commerce, Dar Al-Thaqafa Publishing and Distribution, 2nd ed., Amman, Jordan.
4. Al-Hijazi, Abdel Fattah Bayoumi, (2004) Arab E-commerce, Dar Al-Fikr Al-Qanuni.
5. Al-Hijazi, Abdel Fattah Bayoumi, (2006) E-commerce and its Legal Protection, Dar Al-Fikr Al-Qanuni.
6. Hussein, Farouk Sayed, (2001) E-commerce and its Security, 1st ed., Hala Publishing and Distribution.
7. Saeed, Lazhar Ben, (2010) The Legal Framework for Electronic Commerce Contracts, Dar Al-Fikr Al-Jami'i, 1st ed., Alexandria.
8. Al-Maghribi, Muhammad Al-Fatih Mahmoud, (2016) Electronic Commerce, Dar Al-Jinan for Publishing and Distribution.
9. Al-Ta'i, Muhammad Abdul Hussein, (2010) Electronic Commerce: The Promising Future for Coming Generations, 1st ed., Dar Al-Thaqafa, Amman.
10. Al-Khaffaf, Maha Mahdi, Muflih, Munira Abdullah, Al-Matrami, Reem Awni, (2016) Electronic Commerce and Social Media Networks, Dar Wael for Printing, Publishing and Distribution, Amman.
11. Ben Amara, Nawal, Electronic Payment Methods (Prospects and Challenges), (2013) Faculty of Law and Economic Sciences, University of Ouargla.
12. Al-Ashhab, Nawal Abdul Karim, (2015) Electronic Commerce, Dar Amjad for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

- 
13. Al-Attar, Hani Wajih, (2021), E-commerce, Dar Al-Akademioun for Publishing and Distribution.
  14. Mahmoud, Heba Thamer, (2011), E-commerce Contracts (A Comparative Study), Al-Sanhouri Library, 1st Edition.
  15. Makhoul, Hisham, Youssef, Muhammad Wajdi, et al., (2003), E-commerce: The Present and Future Prospects, Cairo.
  16. Muhammad, Muhammad Abdullah Shahin, (2017), Arab E-commerce: Between Challenges and Growth Opportunities, Dar Humaithra for Publishing and Translation.
  17. Al-Shuwairif, Muhammad Omar Mansour (2013), E-commerce in Light of the New Global Trading System, Dar Zahran for Publishing and Distribution, Amman.

**Second /Theses and Dissertations:**

1. Farhat, Khawla, (2007-2008), The Impact of E-Commerce on Improving the Quality of Banking Services: A Case Study of E-Banking, Master's Thesis submitted to Hadj Lakhdar University – Batna, Algeria.

**Third/ Research :**

1. Khalifa, Ehab, (2018), Blockchain (The Next Revolution in the World of Business and Management), published research, Future Center for Advanced Research and Studies, Abu Dhabi, Issue 3.
2. Breika, Al-Saeed, Shawq, Fawzi, (2014), Challenges of Electronic Payment Methods, Journal of Economic and Financial Research, Issue 2.
3. Fawzi, Wafaa, (2023), Digital Commerce in Iraq: Challenges and Assumptions, published research, Al-Bayan Center for Studies and Planning.
4. Fourth: Books in English.  
Yakut, Enis, (2022), Industry 4.0 and Global Businesses: A Multidisciplinary Investigation, Emerald Publishing, First Edition, UK.

---

**Fifth/Legislation:**

1. The Iraqi Commercial Law No. (30) of 1984.
2. The Iraqi Electronic Signature and Transactions Law No. (78) of 2012.
3. The Electronic Payment System For the funds, No. (4) of 2024.
4. E-commerce System No. (4) of 2025.

**Sixth/ Websites:**

1. <https://share.google/QDm8CfQ3nakFhu2s>
2. <https://share.google/qVc5DJcw0XIrS2paJ>
3. <https://share.google/y1aZuLHtETPYcq3km>
4. <https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce>
5. <https://www.alabbadilawfirm.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88>
6. <https://share.google/tZdAFKleLLBxfvgIf>
7. <https://share.google/y1rTfBR0kS6aQGjoV>
8. [https://www.researchgate.net/publication/351949176\\_Social\\_Commerce\\_A\\_Concept\\_Explicitation](https://www.researchgate.net/publication/351949176_Social_Commerce_A_Concept_Explicitation)
9. <https://uxwritingar.com/ux-writing/21145>