

حماية المستهلك في ظل عمليات تخفيض أسعار السلع والخدمات دراسة مقارنة

Consumer Protection in the Light of Price Reductions in Goods and Services: A Comparative Study

أ.م.د. ريبير حسين يوسف

كلية القانون - جامعة جيهان

Rebar.yousif@duhokchihan.edu.krd

ديمه ن رمضان إبراهيم

كلية القانون - جامعة دهوك

Diman.Ramadhan@dpu.edu.krd

تاريخ قبول النشر ٢٠٢٥/٩/١٥

تاريخ استلام البحث ٢٠٢٥/٧/١٠

الملخص:

ان الركيزة الأساسية الذي يقف نجاح عملية تخفيض الأسعار عليها تكمن في المستهلك الذي يقبل على شراء السلع أو تلقي الخدمات التي عرضها المؤسسة التجارية تحت عنوان التخفيضات و يبحث عن التنزيلات التي تجريها المؤسسات على سلعاتهم، لذلك كان هو المعرض الأول لمخاطر تخفيض الأسعار والمهدد مصالحه بالأضرار والحاق الاذى به، لذلك عمد التشريعات من خلال قوانين حماية المستهلك والقوانين المنظمة لعملية تخفيض الأسعار الى مراعاة مصالحه والحد من الأضرار، نظراً لتعلق العملية بشخصية المستهلك ووقوف مصالح المؤسسة في عملية التخفيض على ما يمكنها من نيل رضا المستهلك للوصول الى مراده، عمد التشريعات نحو فرض نوعين من المسؤولية في النطاق المدني، مسؤولية تقصيرية يتحملها المخفض عند اخلاله بواجباته القانونية فيكون من شأنه الحاق الاضرار بالمستهلك، وأخرى عقدية يقوم على الرابطة التي تربط المستهلك بالمخفض في نطاق القواعد العامة وفي القواعد المخصصة لحمايته.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، التخفيضات، المنافسة، المشروعة، الاسعار

Abstract:

The fundamental pillar upon which the success of the price reduction process depends lies the consumer, who accepts to purchase goods or receive services offered by the commercial establishment under the guise of discounts and seeks out the discounts offered by the establishments on their products. Therefore, they are the primary target of the risks of price reductions, and their interests are threatened with harm and damage. Therefore, legislation, through consumer protection laws and laws regulating the price reduction process, has sought to take into account their interests and prevent harm. Given that the process is linked to the individual consumer, and the establishment's interests in the price reduction process depend on what enables it to gain consumer satisfaction and achieve their goals, legislation has sought to impose two types of liability in the civil sphere: tort liability, borne by the discounter when they fail to fulfill their legal duties, which could harm the consumer, and contractual liability, based on the bond that connects the consumer to the discounter within the framework of general rules and within the rules designated for their protection.

Keywords: Consumer, Discounts, Competition, Legitimacy, Prices.



المقدمة

اولا: مدخل الى دراسة الموضوع: ان من بين الحوافر التجارية الذي نظمها التشريعات في صالح المستهلك المستفيد عملية تخفيض الاسعار بأقدام المؤسسات التجارية على تنزيل اسعار السلع والخدمات التي لديها الى سعر اقل من سعر شرائه او التكلفة او بالخسارة لغاية وقصد معين، عملية توافق المقدرة المالية للمستهلك ويعمل على تحقيق مصالحه، ونظرا لأهمية حماية هذه المصلحة وضرورة استبعادها من الاضرار عمد التشريعات نحو ايجاد قواعد قانونية خاصة تحقق الحماية الكافية لهذه المصالح من المخاطر المتوقعة وغير المتوقعة التي تنتج عن عملية تخفيض الاسعار ومن الاضرار الذي قد يلحق بالمستهلك جراء اقباله نحو عملية التعاقد بدافع التخفيض، فرتب على المخفض المسؤولية التقصيرية القائمة على تخلفه تنفيذ واجب قانوني يفرض عليه المشرع في نطاق التخفيضات، فضلا عن المسؤولية العقدية الذي يفرضه العقد المبرم بينه وبين المستهلك نتيجة اقبال الاخير نحو شراء السلع والخدمات التي لدى المخفض بدافع التخفيضات التجارية ودخوله رابطة عقدية معترف به قانونا.

تكمن اهمية دراسة حماية المستهلك في ظل عمليات تخفيض اسعار السلع والخدمات في قلة المصادر المتناولة لها ضمن صفوف المكاتب القانونية، فضلا عن خلو القانون العراقي والقانون في اقليم كردستان من وجود تنظيم قانوني مستقل لعملية التخفيض وقصور القواعد المنظمة لحماية المستهلك من تغطية هذه المخاطر وحماية مصلحة المستهلك من اضرارها.

ثانيا: مشكلة البحث: تكمن مشكلة الدراسة في الفراغ التشريعي الذي يعاني منها موضوع التخفيضات في القانون العراقي وقانون اقليم كردستان، واكتفاء المشرع بتناوله ضمن مادتين فقط في قانون المنافسة ومنع الاحتكار، لمعرفة مدى امكانية تغطية قواعد قانون حماية المستهلك والقواعد العامة في قانون المدني المخاطر التي يمكن ان تصيب المستهلك ومدى توفيرها الحماية اللازمة في هذه العملية، كما في التشريعات الاماراتية المنظمة لها قانون خاص.

ثالثا: فرضية البحث: تدور فرضية الدراسة حول مدى تحقيق القواعد القانونية المنظمة لحماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني من حماية مصلحة المستهلك من مخاطر التخفيضات التجارية في نطاق المنافسة غير المشروعة وحتى المشروعة، خصوصا وان المشرع العراقي والكوردستاني تناولوا موضوع التخفيضات ضمن ماديت فقط من قانون المنافسة ومنع الاحتكار.

رابعا: منهجية البحث: اتبعنا في كتابة موضوع بحثنا المنهج التحليلي من اجل تحليل الموقف القانوني للمشرع العراقي والمشرع في اقليم كردستان حول عملية التخفيضات ومن ثم تحليل الموقف القانوني للمشرع الاماراتي، وقمنا بعد ذلك باتباع الاسلوب المقارن للمقارنة بين موقف التشريعات العراقية والكوردستانية وموقف التشريعات الاماراتية للخروج بما يفيد لمعالجة مشكلة البحث.

خامساً: هيكلية البحث: قسمنا خطة بحثنا في نطاق المشكلة والاهمية على النحو التالي:
المقدمة

المبحث الاول: مفهوم تخفيض أسعار السلع والخدمات
المطلب الاول: تعريف تخفيض الأسعار وخصائصه
المطلب الثاني: مخاطر تخفيض اسعار السلع والخدمات
المبحث الثاني: الأساس القانوني لحماية المستهلك من مخاطر تخفيض أسعار السلع والخدمات
المطلب الاول: المسؤولية التقصيرية لمخفضي أسعار السلع والخدمات
المطلب الثاني: المسؤولية العقدية لمخفضي أسعار السلع والخدمات
الخاتمة

المبحث الأول: مفهوم تخفيض أسعار السلع والخدمات

يعتبر تخفيض الأسعار أو البيع بأسعار منخفضة أحد التصرفات التي تأخذها التجار والتاجر في المؤسسات التجارية من أجل تحقيق أهداف كثيرة، بغض النظر عن شرعية هذه الأهداف من عدم شرعيتها، حيث تقوم على تنزيل أسعار السلع والخدمات الى أقل من الاسعار السائدة في السوق أو بالخسارة لأسباب كثيرة تتعلق بعضها بسمعة المؤسسة التجارية أو بالسلع والخدمات التي تقدمها أو لكسب الربح أو لنقل المحل أو الاحتكار والمنافسة غير المشروعة أو للتخلص من المخزونات إلى غير ذلك من الأسباب. ونظراً لأهمية هذا التصرف وتأثيره الكبير على المنافسة في السوق سنتناول في هذا المبحث تعريف تخفيض الاسعار ونبحث عن أهم خصائصها وسماتها، والمخاطر التي ترتب على عملية تخفيض الاسعار على المستهلك و على السوق وذلك بتقسيم المبحث الى مطلبين على النحو التالي:

المطلب الأول: تعريف تخفيض الأسعار وخصائصه

سنتناول في هذا المطلب تعريف تخفيض الأسعار في الفرع الأول و بيان خصائصه في الفرع الثاني:

الفرع الأول: تعريف تخفيض الاسعار

تعريف الشيء هو تحديد معناه وتفسير المقصود به، سنبين في هذا الفرع تعريف تخفيض الأسعار من الناحية التشريعية ومن الناحية الفقهية:

فمن الناحية التشريعية لم يعرف المشرع العراقي مصطلح تخفيض الأسعار بالرغم من تناولهم لبعض التصرفات التجارية التي تشارك تخفيض الأسعار في النتيجة والمفهوم، فضلاً عن تناولهم لأحكام التخفيض في مواطن متفرقة في القوانين التجارية والقوانين المنظمة للمنافسة غير المشروعة والاحتكار والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك.

على عكس المشرع الإمارات الذي عرف التخفيضات التجارية في قانون اتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المستهلك في المادة (١) منها بأنه: ((عرض السلع بقصد بيعها بأسعار منخفضة أو تقديم الخدمات بأسعار أقل خلال فترة محددة بأي طريقة كانت))،



أما على الصعيد الفقهي، فإن هناك الكثير من التعريفات التي قيلت بصدد تخفيض الأسعار من قبل شراح القانون والفقهاء، ففي العراق عرفه جانب من شراح القانون بأنه "عبارة عن تنزيل أو إنقاص سعر السلع أو الخدمات من قبل البائع أو المؤسسة التجارية لغرض التخلص من الموجودات أو المخزونات أو بيعها بصفة سريعة"^(١).

كما وعرف أيضاً بأنه "بيع سلعة أو أداء خدمة بسعر يقل عن تكلفتها الفعلية بهدف عرقلة دخول المنشآت المنافسة السوق المعنية أو إقصائها منه أو تعرضها لخسائر بشكل يصعب معه الاستمرار في انشطتها"^(٢).

وعلى ما تقدم يتبين لنا أنه بالرغم من إيجاد المشرع والفقهاء القانوني تعريف لمصطلح تخفيض الأسعار إلا أن جميع هذه التعريفات محصورة في نطاق أو غاية معينة وفق الزاوية التي ينظرون من خلالها إلى التخفيض، لذلك لا يمكننا الاعتماد على أي منهما كتعريف جامع ومانع لتخفيض الأسعار، ومن أجل الحصول على ذلك سنعرف تخفيض الأسعار وفق ما يلي: تصرف قانوني يقوم على إنقاص قيمة السلعة أو الخدمة المعروضة المعروض من قيمتها الحقيقية إلى حدود قيمة التكلفة أو أقل من أجل تحقيق غاية معينة، بغض النظر عن مشروعية هذه الغاية من عدم مشروعيتها.

الفرع الثاني: خصائص تخفيض الأسعار

باعتبار تخفيض الأسعار من قبيل التصرفات القانونية القائمة على تنزيل أو إنقاص قيمة السلع أو الخدمة إلى قيمة التكلفة أو أقل فإنه بذلك يكسب العديد من السمات والخصائص التي يميزها عن غيرها من التصرفات القانونية التجارية الأخرى التي تشاركها في النتيجة أو الهدف أو المضمون، يمكن استخلاص هذه الخصائص من تعريفنا للتخفيض كما في التالي:

أولاً: ذات طابع مزدوج: يتمتع تخفيض الأسعار بطابع مزدوج يستخدم لممارسة المنافسة المشروعة في السوق كما يستخدم لممارسة المنافسة غير المشروعة وفق الغاية التي يهدف صاحب المشروع أو المحل إلى تحقيقه، فمن جانب قيام صاحب المشروع أو المحل التجاري بتخفيض أسعار بضاعته لأغراض مشروعة وفقاً للقواعد القانونية المقررة للتخفيض أو العادات والتقاليد المرعية في المعاملات التجارية أو قواعد الأخلاق وفق المعيار المتبع في قانون كل دولة فإنه بذلك يمارس منافسة مشروعة^(٣)، بعكس ذلك إذا ما لجأ التاجر أو صاحب المشروع إلى تخفيض الأسعار لأهداف وأغراض غير مشروعة منافية للقواعد القانونية أو العرف والعادات التجارية أو قواعد الأخلاق وفق المعيار المتبع فإنه بذلك يمارس منافسة غير مشروعة عبر تخفيض الأسعار^(٤).

ثانياً: ذات أثرين إما أن تؤثر على قيمة السلعة أو الخدمة أو تؤثر على جودته وقيمتها: بغض النظر عن غاية أصحاب السلع والخدمات في تخفيضهم لأسعار منتجاتهم والدوافع الكامنة من وراء ذلك، فإن نتيجة هذا التخفيض لا يخلو من أحد الأثرين، إما أن يؤثر التخفيض على قيمة السلع فقط أو أن يؤثر على قيمة السلع والخدمة مع جودته، ويكون لمشروعية الغاية والدافع أثر واضح على تحديد أحد

الاثرين، فكلما كان الغاية مشروعة كانت الأثر مقتصر على قيمة السلع فقط، وكلما كان الغاية أو الدافع غير مشروعاً كان الأثر مشمولاً القيمة والجودة، دون ان نعني بذلك على الدوام لأنه يمكن أن يكون الغاية غير مشروعة إلا أنه يقتصر أثره على قيمة السلع والخدمة فقط دون جودته^(٥)

ثالثاً: ينسجم مع قدرة أصحاب الدخل المحدودة: إن من شأن تخفيض الأسعار الانسجام مع قدرات أصحاب الدخل المحدود ومع القوة الشرائية لهذه الفئة، إذ إنها تساعد في إشباع حاجاتهم اليومية إذا ما تمت وفق الضوابط المقررة دون أي عائق، كما وتعتبر ضمن الوسائل القانونية المتخذة لحماية القدرة الشرائية لمتوسطي الدخل من المستهلكين، وبالأخص بالنسبة للسلع والخدمات الضرورية ذات الاستهلاك الواسع وشبه اليومي الذي يحتاجه الفرد^(٦).

رابعاً: محرك الاسواق التجارية: إن من بين السمات التي يتمتع بها تخفيض الأسعار في المعاملات التجارية أنها تعمل على زيادة القوة الشرائية في السوق وتنشط من حركتها، إذ إن للتخفيض أثر لامع على زيادة القوة الشرائية في السوق، سواء لدى أصحاب الدخل المتوسط كما في الخاصية السابقة أو لدى عامة الناس، فضلاً عن تنشيطها لحركة السوق في ظل الأوضاع الطارئة التي تصيب السوق وتصيب اقتصاد الدولة، لأنها تساهم في تحويل المدخرين الى مستثمرين وشراء بطلب هذه السلع والخدمات وتوفير قنوات سليمة تشبع حاجات الأفراد اليومية بأقل تكلفة^(٧).

خامساً: إجراء احتفاظي: يحافظ تخفيض الأسعار على بقاء المؤسسات التجارية والمحلات والتاجر والتجار في السوق والاستمرارية في اعمالها بسبب زيادة نسبة المبيعات التي تحققه المؤسسة بفضل تخفيضها لأسعار بضائعها وزيادة أرباحها المستقبلية فضلاً عن نموها في السوق، وأن يؤدي نتائجها إلى إلحاقها وتحملها الخسائر لأنها تضمن لها استمراريتها في السوق وبقائها في المنافسة في الأوضاع العادية والطارئة وإن تساوي أسعار بضائعها سعر التكلفة الكلية لأنها يمكنها إعادة رفع الأسعار فيما بعد^(٨).

سادساً: متعدد الاهداف: إن من أهم السمات التي يتمتع بها عملية تخفيض الأسعار، إنها تؤدي حتماً إلى تحقيق الأهداف والغايات التي تكمن وراء ممارسة التاجر والتاجر لهذه الوسيلة وعرضهم للبضائع والخدمات بسعر أقل من سعر التكلفة وإطلاق إنتاج كبير من بضاعة معينة في السوق، بغض النظر عن شرعية هذه الأهداف من عدمه^(٩).

سابعاً: حافز للمستهلكين: يعتبر تخفيض الأسعار من الحوافز التجارية التي تقدمه صاحب السلع والخدمات للأفراد المستهلكين قبل التعاقد واثناؤه بغية زيادة مبيعات مشروعه التجاري وتقوية مركزه التنافسي بين منافسيه في السوق، فهي حافز تتيح المجال لصاحب المشروع بان تنتج بضائع مماثلة أو بديلة بأسعار أقل من سعرها الحقيقي ليشجع الأفراد على شراء هذا السلعة أو الخدمة أو اداء التعامل معه ومن ثم زيادة حصته من العملاء في السوق والزيادة في تصريف بضائعه من السلع والخدمات المعينة التي تقدمه، ليشكل حافزاً للعملاء لدفع أسعار أقل في السلعة أو الخدمة المعروضة بأسعار أعلى في محل آخر^(١٠).



المطلب الثاني: مخاطر تخفيض اسعار السلع والخدمات

نتناول في هذا المطلب مخاطر التخفيض على المستهلك في الفرع الاول، وبيان مخاطر التخفيض على السوق في الفرع الثاني، وبيان مخاطر التخفيض على المؤسسة التجارية في الفرع الثالث، وذلك على وفق الآتي:

الفرع الأول: مخاطر التخفيض على المستهلك

يعتبر حماية المستهلك من المبادئ الأساسية التي راعتها التشريعات محل الدراسة عند السماح بممارسة البيع بالأسعار المنخفضة، إذ جعله مع المصلحة العامة في تنظيمه لأحكام هذه العملية، فجعل مصلحة المستهلك أساساً لترخيصه ممارسة التخفيضات والمصلحة العامة قاعدة في الحظر الذي يطرأ عليه، لذلك يتوجب مراعات هذه المصلحة عند ممارستها، ومن أشكال مراعاتها حماية المستهلك من مخاطرها الذي يمكن يتشكل على إحدى الصور التالية:

أولاً: التأثير النفسي في اتخاذ القرار: التأثير على نفسية المستهلك يعتبر من أهم المخاطر الذي قد يترتب على عملية تخفيض الأسعار، بغض النظر عما تهدفه المؤسسة التجارية من هذه العملية، لأن المستهلك في الأول والأخير هو الذي ينفذ العملية بشكل غير مباشر من خلال إقباله على شراء السلعة أو الخدمة التي عرضتها المؤسسة بسعر أقل من قيمتها الحقيقية أو بالخسارة، أو بسعر أقل من سعر شرائه وفق التعبير المشرع العراقي، لأن حصوله على السلع والخدمات شرط من شروط اكتسابه صفة المستهلك، لذا بدون المستهلك لا يمكن لعملية التخفيض تحقيق النجاح والإيصال إلى الأهداف المبتغاة، لذلك يكون للتخفيض بشكل أو بآخر أثر على نفسية المستهلك المقبل على شراء محله^(١١). وفي هذا الصدد يبرز تأثير التخفيضات على نفسية المستهلك من خلال دفعه لاتخاذ قرار الشراء وحمله على التعاقد بسبب أسعارها الرخيصة مقارنة بأسعار السلعة والخدمة داخل السوق وحجب الأنظار تجاه الجودة، لأنه سيركز على سعر السلعة أو الخدمة دون جودتها لأنها تغطي حاجاته اليومية في نطاق دخله المحدد، بالرغم من أنه قد يندم على إقباله نحوها فيما بعد، أو قد يستدرجه نحو شراء المواد رغماً عن عدم احتياجه لها مع غياب الوعي الاستهلاكي لدى غالبية المستهلكين، خاصة وعند لجوء المؤسسة نحو الإعلانات المضللة لتسير إجراءات التخفيض وتحقيق أهدافها^(١٢).

ثانياً: فقدان الثقة بالمؤسسات التجارية: إن من شأن التخفيضات التجارية التي تجربها المؤسسات على سلعتها وخدماتها المعروضة أن تسبب بفقدان الثقة لدى العملاء المستهلكين من المقبلين على عملية البيع معها تحت عنوان التخفيض أو من جمهور المستهلكين إذا كان من شأن التخفيض التأثير سلباً على مصالحه الشخصية في مرحلة ما بعد الشراء، لأن المستهلك في عملية الشراء عند التخفيض يبدي أولاً في تحديد حاجاته من السلع والخدمات المعروضة ومن ثم يجمع المعلومات عنها ويختارها باعتبارها الأنسب من حيث الأسعار فيتخذ قراره بالشراء، وعند ذلك يصبح عنده شعور تجاه نتائج البيع فيما إذا كان وفقاً لتوقعاته أو مغاير لتوقعاته الذي وضعه في عملية البيع، وفي حال عدم توقع النتائج فإنه بذلك يفقد الثقة بالمؤسسات التجارية التي تجري التخفيضات قياساً على ما عان منه في العملية الشرائية السابقة^(١٣).

ثالثاً: إلحاق الأضرار المادية بالمستهلك: لضمان المؤسسة التجارية نجاح عملية التخفيض لابد عليها أن تراعي رضا المستهلك ويحاول جاهداً إبعاده عن الأضرار المادية، بغض النظر عن سبب الأضرار، إذ لابد عليها أن تتوجه نحو حاجات المستهلك وفقاً لوجهة نظره وإن كان ذلك ليس بالهدف السهل بسبب عدم وعيه في حاجاته وصعوبة تحديدها أو تحديد العوامل التي تمكنه من إشباع حاجاته، لأن رضا المستهلك يبعد الأخير من الأضرار المادية، وسيجد ما يوافق حاجاته ورغباته عند إقدامه على الشراء في ظروف التخفيض، وهذا بحد ذاته ضمان لحماية مصلحة المستهلك ونجاح العملية التخفيضية في تحقيقها لأهدافها^(١٤)

على ما تقدم من المخاطر التي يمكن أن تصيب المستهلك جراء عملية التخفيض، فإنه تم مراعاتها وغيرها من المخاطر من قبل المشرع عند تنظيمه أحكام حماية المستهلك، ففي العراق نص المشرع في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ على الحماية المطلوبة للمستهلك جراء العمليات التجارية وتخفيض الأسعار منها عندما قضى بأنه: ((رابعاً: حماية المستهلك: الحفاظ على حقوق المستهلكين ومنع الأضرار عنهم))^(١٥).

كما وبين المشرع أهداف القانون في ضرورة حماية المستهلك من الممارسات غير المشروعة التي تسبب بإلحاق الضرر به ومنع كل عمل يخالف قواعد تسويق السلع أو تنقيص المنافع أو يسبب بتضليل المستهلك^(١٦)، وبالتالي فإذا كان التخفيض من شأنه خلق مخاطر على مصلحة المستهلك فإنه الأولى على المشرع حمايتها، كما في نص المادة (١٣) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار الذي عاقب المحل التجاري بعقوبة الحبس والغرامة فضلاً عن منح المستهلك المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر إذا خالف أحكام التخفيض في الحظر وفي الاستثناء الجائز^(١٧).

وفي الإمارات فكذلك لقي مصلحة المستهلك اهتماماً بالغاً من المشرع في تنظيمه قواعد حماية المستهلك وعملية تخفيض الأسعار، فنص ضمن حقوقه على حقه في التعويض العادل عن أي ضرر يلحق به أو بأمواله جراء شراء السلع والخدمات أو استخدامها^(١٨)، وعاقب المحل التجاري الذي يخالف أحكام التخفيض في صور منها بعقوبات سالبة للحرية مع الغرامة^(١٩).

الفرع الثاني: مخاطر التخفيض على السوق

إذا كان الأصل في التخفيضات التجارية أنها أداة لتحريك النشاط التجاري داخل الأسواق وزيادة إقبال العملاء والزبائن على عملية الشراء، فهذا لا يعني إنعكاس أثرها على السوق سلباً، بل أنه ممن الممكن أن يسبب التخفيضات المساس بضوابط السوق ويؤدي معه إلى عدم إستقرارها أو نشر الإضطراب في داخلها، فيكون السوق في هذه الحالة متضررة من ممارسة المؤسسة للتخفيض التجاري وإن كانت موافقة للشروط والضوابط المنظمة للتخفيض. ومن هذه المخاطر:

أولاً: الإخلال بالمنافسة المشروعة: إن من بين الغايات الأساسية التي تراعيها المشرعين عند تنظيمهم لعملية التخفيض وتعلق شرعيتها على مدى مراعاته تكمن في المنافسة المشروعة، إذ تحت الدول من خلال تشريعاتها المنظمة لهذه العملية على حماية هذه الغاية نظراً للمخاطر الذي تهددها في



هذه العملية نتيجة التطور الهائل الذي شهدته الحياة الاقتصادية والتناسب الظاهر في مراكزها بين أطراف التصرفات القانونية المترتبة على عملية التخفيض، وسعي بعض هذه الأطراف نحو السيطرة على المنافسة وترجيح كفه وقواه الاقتصادي على حساب الطرف الآخر، فضلا عن تعقيد السلع والخدمات وتبويبها وسيطرتها على حيات المستهلكين ورغباتهم المتعددة الذي لا يحصى ولا ينفصل عنهم، ما خلق ذلك معرفة وخبرة لدى بعض القوى الاقتصادية داخل السوق في مجال الخبايا واسرار السلع والخدمات وكيفية فك شفرها ليستغله بالتأثير على الطرف الضعيف الباحث عن كيفية إشباع حاجاته والأطراف الاقتصادية الأخرى التي تشاركه في المنافسة^(٢٠).

إن أي مؤسسة تجارية تلجأ إلى تخفيض أسعار سلعها وخدماتها بدافع غاية أو هدف معين، لا يخرج هذه الغاية أو الهدف من نطاق المنافسة، سواء المشروعة أو غير المشروعة، إذن لا يمكن إخفاء أثر التخفيض السلبي على السوق بإخلاله المنافسة إذا ما سلك طريقا غير مشروع يتوجب تجنبها، فكما يكون للتخفيض أثر ايجابي على المنافسة بتحسين جودة السلع والخدمات وتخفيض أسعارها، يكون لها أثارها السلبية ايضا، فيستحيل معها تحقيق المنافسة الكاملة وأعمال مبدأ العرض والطلب بشكل فعال في تحديد جودة السلع والخدمات ومستوى الأسعار دون التحكم بها وفرضها على بقية المؤسسات التجارية أو فرض الشروط المنافسة عليهم^(٢١).

ثانيا: عدم استقرار الأسعار: قد يؤدي تخفيض أسعار السلع والخدمات وإنقاصها إلى سعر أقل من سعر شرائه أو بالخسارة إلى إندلاع حرب الأسعار داخل الاسواق التجارية وإيصال المنافسة إلى حدته، فيقوم مؤسسة ما بتخفيض أسعارها من أجل حذو المنافسين حذوه يضطرون إلى اخفاض أسعارهم بنفس الحد أو يدفعهم إلى تخفيض أسعار بسعر أقل من سعر الذي خفضه منافسه من أجل إقصائه وتعرضه للخسارة، يكون في هذا الحرب فائز واحد متمثل بالمستهلك، لأن الحرب في الكثير من الأحيان لا تفيد المؤسسات التجارية المتورطة بها لأنها تقلل من ارباحها أو قد تهدد من بقائها داخل المنافسة والسوق أو استمراريتها فيه، وهذا بدوره يخلق اضطرابات بين التجار المنافسين تلحق بهم الأضرار^(٢٢).

وإثارة الحروب التسعيرية داخل الأسواق لا حرج سيكون لها عواقب وخيمة على المنافسين وعلى المستهلك ايضا وأن كان الأخير هو المستفيد الأول من هذا الحرب، لأن إستمرار الحرب بين المنافسين لا ضير سينفع بالمؤسسات إلى عرض سلع وخدمات ذات جودة سيئة للتخفيض من أجل ضمان بقائها في الحرب وعدم الخروج فيها منكسرا، لأن أي تعديل في الأسعار سيقابله ردود أفعال المنافسين تجاه هذه التعديلات، وهذا بدوره سيلحق بالمستهلك أضرارا ماديا يخالف توقعاته كما وسيخلق اجواء تنافسية حادة بين المنافسين^(٢٣).

ثالثا: الهيمنة على السوق: الهيمنة أو السيطرة على السوق إحدى المخاطر الأخرى الذي قد يترتب على عملية التخفيض إذا ما كان غاية المؤسسة التي نزلت من أسعار سلعها وخدماتها المعروضة ونتجت عن ممارسة غير مشروعة للتخفيض، لأن إيصال مؤسسة ما إلى الهيمنة بفضل مهاراتها الفائقة أو براءة إختراع ناتج من عملية التخفيض الذي اجرتها مؤسسة منافسة لا تعني الهيمنة المحظورة الذي

أوجبت التشريعات تجنبها^(٢٤)، لأن المنافسة تقضي بذل الجهود واستغلال المهارات والخبرة للوصول إلى الهدف المنشود وبالتالي لا يصبح المؤسسة المهيمنة في هذا الحالة في مركز احتكاري محظور وإن كان الوقوع في الاحتكار لا مفر منه لأن وقوعه في هذه الحالة موافق للمنافسة المشروعة.

لذلك حرصا من المشرعين في تجنب الآثار السلبية للمهيمنة غير المشروعة نصت على حظر إساءة استخدام هذه الهيمنة لإقصاء المنافسين ومنعهم من ادخال المنافسة والسوق بمنع ممارسة أي عمل من الأعمال المستهدفة لذلك، ومن ضمنها تخفيض سعر السلع والخدمات إلى أقل من سعر التكلفة أو بالخسارة، ما يعني ذلك أن التخفيض وسيلة فعالة للوصول إلى الهيمنة والحفاظ عليها أيضا لأنها من الممارسات الفعالة للمؤسسات المهيمنة تقوم على أساس التسعير^(٢٥).

الفرع الثالث: مخاطر التخفيض على المؤسسة التجارية

لا يقتصر آثار التخفيضات التجارية على المستهلك الذي يشارك في عملية البيع الناتج عنها، ولا السوق الذي يتم من خلالها ممارسة التخفيض، بل يمكن أن يمتد أثرها على المخفض نفسه أو على المؤسسات المنافسة المشاركة معها في نفس السوق أو النشاط أو أحيانا العملاء، لذلك حاول التشريعات جاهدة حماية المنافسة من أجل حماية المؤسسات التجارية وجعل من المنافسة معيار لإباحة التخفيض من حظره، ولإلزام بهذه المخاطر الذي تصيب المؤسسة التجارية، المخفض منها والمنافسة، سنقوم بتقسيم المطلب على وفق التالي:

أولاً: تخفيض قيمة العلامة التجارية: قد لا يقع في الإذهان من الوهلة الأولى أنه يمكن لتخفيض الأسعار التأثير على قيمة العلامة التجارية لمؤسسة من المؤسسات في ظل انتشار التجاوز غير المشروع على العلامات والماركات العالمية وبروز السلع والخدمات التقليدية لماركة معينة داخل الأسواق المحلية ومعرف العملاء المستهلكين بذلك وهيمنة العلامة المعينة وشهرتها دوليا ومحليا، ولكن مع ذلك فإنه لا يستبعد العلامة المعينة من فقدانها لقيمتها إذا ما كان السلع والخدمات المعروضة للتخفيض من إنتاجها وكان ثمة ثغرة أو عمل غير مشروع في عملية التخفيض تحول دون فقدانها لقيمتها أو الأضرار بها^(٢٦)، فلا يمكن اخفاء تأثير تخفيض الأسعار على قيمة العلامة التجارية^(٢٧)

ثانياً: التأثير على السمعة التجارية: قد تلجأ المؤسسة التجارية إلى تخفيض أسعار سلعتها وخدماتها في السوق بغية تحقيق أهداف معينة دون أن يضع في الحسبان أنه يمكن لها التأثير على السمعة التجارية للمؤسسة فيؤدي معه إلى فقدان العملاء، لأن السمعة التجارية والإتصال بالعملاء عاملان لوجهة واحدة إذ لا يمكن الإتصال بالعملاء والحفاظ عليهم ما لم يكن المؤسسة على سمعة طيبة، كما ولا يمكن أن يمتلك المؤسسة السمعة التجارية ما لم يكن هناك تعاملات بين العملاء والمؤسسة والاقبال على شراء سلعتها وخدماتها تحت عنوان التخفيض أو بدونها^(٢٨).

يظهر مخاطر التخفيض على السمعة التجارية للمؤسسة التي لجأت إلى تنزيل أسعار سلعتها وخدماتها عندما تتوجه نحو عرض سلع وخدمات رديئة لا يرقى إلى مستوى من الجودة أو يلجأ



المؤسسة إلى استخدام طرق احتيالية أو الغش للوقوع بالعميل أو استهداف غايات غير مشروعة في نطاق ما يؤثر على سمعته التجارية بين العملاء وبين المؤسسات التجارية المنافسة فتصبح مشهورا فيما بينهم بسمعته السيئة ليتهرب منها العملاء والزبائن وإن عمدت إلى التخفيض ونزل من أسعار سلعها وخدماتها إلى ما لا يطاق.

ثالثاً: تخفيض الجودة: يعتبر الجودة من العناصر الأساسية التي تتطلبها إدارة السلع والخدمات، تقوم على تحسين صلاحية السلعة أو الخدمة المقدمة بغية تحقيق مستوى تنافسي جيد والإحتفاظ بهذا المستوى بشكل مستمر، فهي المواصفات المحددة التي تميز السلعة أو الخدمة لمؤسسة ما عن سلع وخدمات منافسيه، وهي المعقولية، والاداء، والمتانة، والتسليم في الوقت المحدد، وهي المواصفات التي تمكن من ارضاء حاجات العميل ورغباتهم، لذلك تتخذ المؤسسات سبلها بغية الحصول على الحصة السوقية وزيادة هذه الحصة مع جذب العملاء وزيادتها وزيادة القدرة على المنافسة داخل الأسواق^(٢٩).

وإذا كانت الجودة بهذه الأهمية والدور فإن التهاون فيها يمكن أن يؤدي إلى التخفيض من قيمتها وبالتالي فقدان الكثير من العملاء والزبائن وتحول سمعتها من الطيبة إلى السمعة السيئة، لذلك لابد من الإحتفاظ على هذا العنصر عند اقبال المؤسسة إلى عملية تخفيض الأسعار للإحتفاظ على تواجدتها السوقي، ويظهر أثر تخفيض الأسعار على الجودة هذه عند لجوء المؤسسة التجارية إلى هذه العملية بغية الحفاظ على بقائها في السوق أو الهيمنة والسيطرة أو زيادة الحصة السوقية في ظل المنافسة الشديدة، كان يعرض مؤسسة ما السلع والخدمات الرديئة للجمهور بأسعار منخفضة أو سلع وخدمات سيئة الجودة من أجل تحقيق تلك الأهداف^(٣٠).

رابعاً: فقدان العملاء: يعتبر العميل من أهم عناصر المؤسسة التجارية ومن الركائز الأساسية التي تعتمد عليها ممارسة الأنشطة التجارية، فهو الطرف الفعال في إيصال المؤسسة إلى أهدافها وتحقيقها للأرباح، إذ لا يمكن لأي مؤسسة أو محل تجاري الاستغناء عن هذا العنصر مهما اختلف النشاط الذي تمارسه المؤسسة لأنه لا يوجد محل تجاري بدون العملاء، وبالتالي يكون وجود العملاء في عملية التخفيض شيء أكيد وحتمي، فليس للمؤسسة امكانية في تحقيق غاياتها ما لم يتواجد العملاء وإلا ما كان يعتبر الإعلان عن التخفيضات للجمهور إجراء إلزاميا على المخفض في ممارسته لعملية التخفيض^(٣١).

يظهر مخاطر التخفيض في فقدان العملاء عند تراجع جودة السلع والخدمات المعروضة للتخفيض أو فقدان المؤسسة لسمعته وسمعة علامتها التجارية^(٣٢) لسبب يتعلق بالتخفيض كإستعماله الاعلانات الكاذبة أو اللجوء إلى الغش والتضليل في عملية التخفيض أو عدم وفائه لإلتزاماته ما بعد عملية الشراء تحت عنوان التخفيض أو أي طريقة أخرى يكون الهدف منها الأضرار بالمستهلك العميل أو إلحاق الأذى بها أو حتى فقد ثقته بالمؤسسة وبالسلع والخدمات التي تقدمها من خلال تخفيضها لأسعار السلع والخدمات التي لديها.

على ما تقدم من ذكر المخاطر الذي يرتب على المؤسسة التجارية من عملية تخفيض الأسعار، يتبين لنا أن المحل التجاري وإن كان هو المخفض فإن العملية تحقق له غاية أو هدف معين، فإنه يمكن يؤثر سلباً من ممارستها للتخفيض ويلحقها الأذى والأضرار الكثيرة، أو يلحق غيرها من المؤسسات المنافسين الذين يشاركونه في السوق، وعند البحث عن هذه المخاطر ضمن القواعد القانونية محل الدراسة، فلم يتناولها القوانين بإعتباره مخاطر يصيب المؤسسة التجارية بشكل مباشر وإنما يستوحى من أحكامها ضمناً.

المبحث الثاني: الأساس القانوني لحماية المستهلك من مخاطر تخفيض أسعار السلع والخدمات

نظمت التشريعات التجارية محل الدراسة عملية التخفيض التجاري من أجل استفادة التاجر من آثاره الإيجابية في الوصول إلى غايته التي قصدها من العملية في نطاق المنافسة المشروعة، وإستفادة المستهلك من إشباع حاجاته اليومية من السلع والخدمات بأنسب الأسعار بما يتفق مع إمكانياته المالية، ونظراً للتعاملات التجارية التي يمكن أن يخالف المخفض ضوابط هذه العملية وتستهدف غاية خارج نطاق المنافسة المشروعة فيترتب على ذلك آثاراً سلبية تمس مصلحة المستهلك، المستفيد المباشر من العملية، مما تطلب الحاجة إلى وجود الحماية القانونية اللازمة بموجب النصوص القانونية التجارية تحول دون المساس بها.

ومن أجل ما تقدم لا بد وأن نبحث عن الأساس القانوني للحماية الممنوحة للمستهلك من مخاطر وأثار التخفيض السلبية بشكل عام وفي القوانين محل الدراسة بشكل خاص من خلال تقسيم المبحث إلى مطلبين على وفق التالي:

المطلب الأول: المسؤولية التقصيرية لمخفزي أسعار السلع والخدمات

تعتبر المسؤولية التقصيرية إحدى الأسس العامة التي يمكن بناء الحماية القانونية الممنوحة للمستهلك على أساسه، ومن الأسس التي يقوم عليها مسألة المخفض مسألة تقصيرية في نطاق الواجبات القانونية التي فرض عليه المشرع في نطاق حماية المستهلك عند اقباله على تخفيض الأسعار، لأن عملية التخفيض تمر بالتزامات قانونية قبل العقدية يمكن بالإستناد عليها لحماية المستهلك من مخاطر وأثار التخفيض التجاري، ومن أجل التعمق في هذا الأساس سنقوم بتقسيم المطلب إلى فرعين على وفق التالي:

الفرع الأول: أساس المسؤولية التقصيرية لمخفزي الأسعار

إذا كان الأصل في ممارسة تخفيض الأسعار مشروعة قانوناً إذا ما كان في نطاق المنافسة المشروعة ووفق الأصول القانونية، وابتعدت المؤسسة عن الممارسات الضارة المحظورة من التي تتعلق بالتخفيضات أو غيرها، كان تصرفها هذه موافقة للقانون وإستعمالها لمنحة التخفيض شرعية ولا تسأل عن الأضرار الذي يترتب عليها، وعلى عكس ذلك، إذا ما خالفت المؤسسة التجارية الأصول القانونية للتخفيض رتبت عليها المسؤولية التقصيرية وأصبحت مسؤولة عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك أو بالمؤسسات الأخرى^(٣٣).



ففي نطاق حماية المستهلك تظهر مسؤولية مخفضي الأسعار التقصيرية تجاه المستهلك في حالة إقبال المستهلك على السلع والخدمات لمؤسسة ما فتبين له عدم وجود التخفيضات أصلاً أو أنها أقدمت على التخفيض دون الحصول على الموافقات الأصولية وتسبب ذلك بالحاقه الأضرار أو إلى غير ذلك من المظاهر، فهنا يكون المؤسسة مسؤولاً أمام المستهلك بموجب المسؤولية التقصيرية وليس العقدية^(٣٤). على ما تقدم، يظهر لنا مدى إمكانية مسألة المؤسسة التجارية تقصيرها تجاه المستهلك وتجاه المؤسسات الأخرى عن عملية التخفيضات التي تجرّها إذا ما تسبب بإلحاق الأضرار بها، ولكي يحقق ذلك لابد من توافر أركان المسؤولية التقصيرية من خطأ وضرر وعلاقة سببية:

أولاً: الخطأ: يعتبر الخطأ الركن الأول من أركان المسؤولية التقصيرية وهو الفعل الضار أو المخل بالقانون الذي يصدر من المؤسسة التجارية في عملية التخفيض، أو هو إخلال المؤسسة التجارية بالتزام قانوني كان الواجب عليه اتيانه أو الإمتناع عن إتيانه إلا أنها قام بعكس ذلك، أو أنه الانحراف عن السلوك الواجب عليها مراعاته في تصرفها بعدم بذل العناية المطلوبة عليه من الحيطة والحذر لكي لا يسبب الأضرار للغير سواء عمداً أو بإهمال وتقصير منه^(٣٥).

ويشترط في الفعل الضار أو المخل الصادر من المؤسسة التجارية في عملية تخفيض الأسعار مخالفاً لواجب قانوني، و مصحوباً بقصد الأضرار بالمستهلك، كحالة التجاء المؤسسة التجارية إلى الإعلانات الوهمية أو الكاذبة حول التخفيضات للإيقاع بالمستهلك وجذب عملاء منافسيه بالشكل الذي يترتب عليه اضراراً كبيرة تستوجب مسالتها قانوناً^(٣٦)، والمعيار المتبع في تقدير الخطأ الصادر من المؤسسة التجارية في عملية التخفيض تكمن في التعدي والانحراف الذي لا يصدر من أقل الناس حرصاً في شؤونهم الخاصة، بمعنى آخر لكي يعتبر الخطأ الصادر من المتضرر انحرافاً وموجباً للمسؤولية التقصيرية أن لا يصدر من شخص حريص جداً ولا الشخص المهمل وإنما هو الشخص المعتاد الذي يقع فيه في شؤونه الخاصة^(٣٧).

ثانياً: الضرر: لا يكفي لمسألة المؤسسة التجارية تقصيرها عن اخلالها بالتزام قانوني ما لم يترتب على اخلاله الأضرار بالمستهلك أو المؤسسة المنافسة، فيقوم مع المسؤولية التقصيرية وجوداً وعدماً^(٣٨)، لأنه من جانب لا نكون أمام المسؤولية التقصيرية إلا بترتيب الأضرار، ومن جانب آخر لا يمكن للقاضي تعويض المستهلك أو المؤسسة إلا بقدر الأضرار الذي لحق بهم، سواء كان الضرر مادياً أو ضرراً معنوياً^(٣٩)، ولكي يكون الضرر الملحق بالمستهلك أو المؤسسة المنافسة موجباً للتعويض لابد وأن يكون مؤكداً واقعاً فعلاً أو متوقع الحدوث في المستقبل ويثبت المتضرر ما لحقه من ضرر، على أن لا يكون الضرر الملحق قد تم تعويضه لا سيما وأن هذا الضرر يكون ما قبل التعاقد ويمكن تغطيته مستقلاً منها، ويشمل الضرر ما لحق المضرور من خسارة مالية وغير مالية في الحدود المعينة^(٤٠).

ثالثاً: العلاقة السببية: يجب أن يكون هناك علاقة سببية مباشرة بين خطأ الصادر من المؤسسة التجارية والضرر الذي لحق بالمستهلك أو المؤسسة المنافسة، وبالتالي فإذا ما كان الضرر الذي لحق

بالمستهلك أو المؤسسة المنافسة لا يربطه أي صلة بفعل المؤسسة فلا يمكن حينئذ مسألة المؤسسة تقصيرها، كأن يوهم المستهلك بين السلعة والخدمة التي عرضت للتخفيض على أنه ذات علامة تجارية مشهورة لاقترب علامتها من العلامة التجارية المشهورة دون أن يكون المؤسسة قاصداً أو مقلداً لها وترتب عليه الأضرار المادية أو المعنوية، فانه لا يسأل المخفض عن هذه الأضرار^(٤١).

وعند البحث عن أساس المسؤولية التقصيرية لمخفض الأسعار في التشريعات محل الدراسة نجد ان المشرع الاماراتي في اثارته للمسؤولية التقصيرية يعتمد على ركن الضرر^(٤٢)، بينما المشرع العراقي ياخذ بركن الخطأ كأساس للمسؤولية التقصيرية، وبجرد الخطأ يقوم المسؤولية التقصيرية ولكن لا توجب الاثر المترتب عليه إلا بتوافر الضرر والعلاقة السببية بينهما^(٤٣).

الفرع الثاني: اثار المسؤولية التقصيرية

بتوافر أركان المسؤولية التقصيرية تكون المؤسسة التجارية مسؤولة أمام المستهلك أو المؤسسة المنافسة التي لحق بها اضراراً جراء اخلالها بالتزام قانوني في عملية تخفيض الأسعار وذلك بجبر هذا الضرر وتعويض المستهلك أو المؤسسة عن ما اصابه منها، لان التعويض هنا وسيلة لجبر الأضرار واصلاح النتائج المترتبة على الخطأ الصادر من المؤسسة التجارية^(٤٤).

نص قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ على هذا الضمان والزم المؤسسات التجارية التي تمارس الاعمال التجارية أن تحمل مسؤولية الأضرار التي تلحق بالمستهلك المتضرر في حقوقه بموجب احكام المادة (٨) منها^(٤٥)، وللمؤسسات المنافسة بموجب المادة (٢٠٤) من القانون المدني العراقي المطالبة، كما وقد الامارات العربية المتحدة منح المشرع المستهلك حق المطالبة بالتعويض عن ما لحقه من الأضرار جراء ممارسات المخفض التجارية بشكل عام وممارسة التخفيضات التجارية بشكل خاص من خلال المادة (١٦) من قانون حماية المستهلك رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠، فضلا عن احكام المادة (٢٨٢) من قانون المعاملات المدنية رقم ٥ لسنة ١٩٨٥ التي تتيح للمؤسسات المنافسة ايضا جنبا إلى جني المستهلك المطالبة بالتعويض^(٤٦).

وإذا كان التعويض وسيلة لجبر الضرر الناتج عن خطأ المخفض فانه يكون للمستهلك أو المؤسسة المنافسة التي لحقتها الضرر أن تطلب التعويض من المتضرر أو من وكيله، فإنه من الممكن أن يكون المتضررين اكثر من شخص كما يمكن أن يكون شخصا واحدا، فهنا يكون لكل شخص دعوى مستقلة يرفعها باسمه للمطالبة بالتعويض دون أن يتاثر بدعوى آخرين ، بصرف النظر عن الضرر الذي لحق كل منهم كان يكون ضررا مستقلا لكل مستهلك أو مؤسسة أو أنه نتيجة الضرر الذي اصاب الآخرين^(٤٧).

وفي هذا الصدد نص المشرع العراقي في المادة (٣٢٠) من قانون المدني رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ على أنه: ((التضامن ما بين المدنيين لا يفرض وانما يكون بناء على اتفاق أو نص في القانون))، فالاصل في التضامن بين المدنيين وجود اتفاق بين المدنيين أو نص قانوني تنص على مسؤولية المدنيين تضامنا، وعليه فان تم الاتفاق بين مؤسستين في صلب العقد أو باتفاق لاحق على التضامن في



المسؤولية يكون كلاهما مسؤولين امام المستهلك أو المؤسسات المنافسة^(٤٨)، وكذلك نصت المادة (٢١٧) من القانون صراحة على التضامن عن العمل غير المشروع واعطى المدين الذي دفع كامل التعويض الرجوع على الباقيين بنصيبهم وفق ما يحدده القاضي في نطاق جسامته التعدي الواقع من كل منهم أو بالتساوي عند تعذر ذلك^(٤٩).

نص المشرع الاماراتي في المادة (٢٩١) من قانون المعاملات المدنية رقم ٥ لسنة ١٩٨٥ على أنه: ((إذا تعدد المسؤولون عن فعل ضار كان لكل منهم مسؤولاً بنسبة نصيبه فيه وللقاضي أن يحكم بالتساوي أو بالتضامن أو التكافل فيما بينهم))، يظهر من خلال هذه المادة أن التضامن جوازي ومعلق على قرار القاضي وبالتالي يمكن أن يكون المؤسسات التجارية مسؤولة امام المستهلك أو المنافسين مسؤولية تضامنية إذا رأى قاضي ذلك والعكس صحيح^(٥٠).

ونتيجة ذلك، يلجأ المستهلك أو المؤسسة المنافسة إلى المحكمة المدنية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الذي لحقه جراء خطأ المخفض كما يمكن اقامتها امام المحكمة الجزائية إذا ما كانت تابعة لتلك الدعوى وكان الحق المدعي به ناشئاً عن الفعل الضار مباشرة^(٥١)، على أن يثبت الضرر الذي لحقه بجميع طرق الاثبات باعتبارها وقائع مادية فضلاً عن اثباته اركان المسؤولية التقصيرية، ويكون مقابل ذلك حق المخفض في نفي الخطأ التقصيري باثبات بذله العناية المطلوبة منه قانوناً^(٥٢)، وفي نفس الصدد على المتضرر من المستهلك والمؤسسة المنافسة اقامة دعواهم بالتعويض خلال المدة المحددة قانوناً والا لا تسمع الدعوى بانقضائه.

ففي التشريعات محل الدراسة حدد المشرع زمنين لمنع سماع دعوى التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية، احدهما عام ينتهي بمضي خمسة عشر سنة من تاريخ وقوع الفعل الضار، والثاني ينتهي يتمثل بمضي مدة ثلاث سنوات من تاريخ علم المستهلك أو المؤسسة المنافسة بحدوث الضرر وبمحدثه وذلك وفقاً لاحكام المادة (٢٣٢) من القانون المدني العراقي التي تقضي بأنه: ((لا تسمع دعوى التعويض الناشئة عن العمل غير المشروع بعد انقضاء ثلاث سنوات من اليوم الذي علم فيه المتضرر بحدوث الضرر وبالشخص الذي أحدثه ولا تسمع الدعوى في جميع الاحوال بعد انقضاء خمس عشرة سنة من يوم وقوع العمل غير المشروع))^(٥٣).

ومن هذا المنطلق، فإذا ما اقام المستهلك أو المؤسسة المنافسة دعواه بالتعويض عن الأضرار في الوقت المحدد قانوناً واثباته اركان المسؤولية التقصيرية، فإن القاضي هنا سيقضي له بالتعويض الذي يجبر الضر الذي لحقه من تاريخ وقوع الضرر وليس وقت صدور القرار^(٥٤)، والتعويض هنا يمكن أن يكون مبلغاً من النقود كان يحكم القاضي بتعويض المبالغ الذي صرفه المستهلك للانتقال إلى مكان المخفض أو الذي خسرها المنافس بسبب عرقلة دخولها السوق أو أي ترضية من جنس الضرر تعادل ما فات من المستهلك أو المؤسسة التجارية من كسب أو تعويضاً عينياً كان يتم تعويض المستهلك بالسلعة أو الخدمة المطابقة للاعلان بعد أن زوده المؤسسة بسلعة أو خدمة أخرى وفقاً لتقدير القاضي مع مراعاة الظروف الملازمة للواقعة لاعادة الحال إلى ما كان قبل الفعل المخل^(٥٥).

وتقدير التعويض في التشريعات محل الدراسة يقاس بتقدير الضرر الذي لحق بالمتضرر - أي المستهلك - وما فاتته من كسب جراء الضرر الذي لحق به شريطة أن يكون الضرر الحاصل نتيجة طبيعة للفعل الضار والا يحل العلاقة بين الخطأ والضرر ولا يمكن حينئذ اقامة المسؤولية التقصيرية الموجبة للتعويض، على أن يكون تعيين المحكمة للتعويض تبعاً للظروف كان يكون على شكل اقساط أو مرت أو بالنقد أو إلى غير ذلك^(٥٦).

المطلب الثاني: المسؤولية العقدية لمخفزي أسعار السلع والخدمات

لا يقتصر حماية المستهلك من الأضرار الذي تلحق به جراء التخفيضات التجارية على مسألة المخفض تقصيرياً عن اخلاجه بواجب والتزام قانوني متعلق بعملية التخفيض، وإنما يمتد ليشمل المسؤولية العقدية أيضاً نظراً لإرتباط المستهلك بالمخفض إرتباطاً عقدياً لاحقاً على تنفيذها لالتزاماتها القانونية لممارسة التخفيض ممارسة شرعية، وذلك ليكون المستهلك على مأمن من مخاطر التخفيض على مستويين العقدي والقانوني، ومن أجل الالمام بذلك سنقسم المطلب إلى عدة فروع وفقاً التالي:

الفرع الأول: أساس المسؤولية العقدية لمخفزي الأسعار

الأصل في عملية تخفيض الأسعار أنها من الإجراءات القانونية التي تسمح بها المشرع في حدود القواعد والشروط المبينة في القوانين الخاصة أو التعليمات الصادرة بشأنها، فلا يكون المؤسسة التجارية التي تنزل من أسعار سلعتها وخدماتها إلى سعر أقل من سعر شرائه أو بالخسارة مسؤولة قانوناً طالما أنها راعت الإجراءات المطلوبة وتوافرت لديها الشروط ولا تهدف من خلال العملية إلى الإخلال بالمنافسة المشروعة، لأنها بذلك تمارس عملاً مشروعاً قانوناً وإن تسبب ذلك بالإضرار إلى المستهلك أو المؤسسات التجارية الأخرى باكتساب عملائها فلا يعاقب على تلك الأضرار^(٥٧).

واتخاذ المؤسسة التجارية سبيل التخفيض وفق الشروط والإجراءات المطلوبة في نطاق المنافسة المشروعة وتوجيهها نحو المسار القانوني الصحيح لا يعني ذلك عدم ترتيب المسؤولية المدنية عليها نهائياً، لأنها وإن تجنبت المؤسسة المسؤولية المترتبة عليها قبل الانعقاد فإنها لا يمكنها التخلص من المسؤولية المترتبة عليها بعد الانعقاد في ظل العقود والاتفاقيات التي تبرمها مع المستهلكين المتقدمين إلى شراء السلع والخدمات نتيجة عملية التخفيض والالتزام الذي تفرض عليه القانون والمتمثل بالرد، ويسمى هذا العقد في بعض الدول بالبيع بأسعار منخفضة كالإمارات العربية المتحدة وقطر^(٥٨) والبيع بالخسارة في العراق^(٥٩) والبيع بالتخفيض الدوري أو الموسمي في تونس^(٦٠) والبيع بطريق التصفية في مصر^(٦١) وسوريا^(٦٢).

فضلاً عن ذلك فإنه وإن كان من آثار تخفيض الأسعار التوجه نحو إبرام العقود التخفيضية مع المستهلكين لأقدامهم على شراء السلع والخدمات المعروضة، فإنه بالمقابل يمكن أن يكون التخفيض أساساً ناتجاً عن عملية عقدية سابقة بين المؤسسة التي تجري تخفيضات على سلعتها وخدماتها وبين المؤسسات التجارية الأخرى داخل السوق الواحد دون أن يكون هذا العقد من الاتفاقيات المحظورة قانوناً،



لان التشريعات التجارية يحظر على المؤسسات التجارية اي اتفاق يكون من شأنها الاخلال بالمنافسة ومنع الاحتكار أو الحد منها أو منعها، والبيع بالخسارة من تلك الاتفاقيات المحظورة إذا ما أدى إلى عرقلة دخول المنافسين السوق أو تعريضها للخسارة الجسيمة أو الاقصاء عنها^(٦٣).

على ما تقدم، تجد المسؤولية العقدية لمخفضي الأسعار أساسه القانوني في العقود والاتفاقيات الناتجة أو المؤدية إلى عملية تخفيض الأسعار بين المؤسسة التجارية والمستهلك من جهة، وبين المؤسسة التجارية القائمة بالتخفيضات مع المؤسسات التجارية الأخرى من جهة أخرى، وهذه العقود من قبيل العقود الملزمة للجانبين ذات الطبيعة الخاصة الذي إذا تخلف أحد الأطراف في تنفيذ ما في ذمته ترتب عليه المسؤولية دون الانسحاب لان التخفيض لا يؤثر على لزوم العقد وإنما يكون أثرها المباشر على السوق والمنافسين^(٦٤).

وفي ظل خاصية الزامية العقد للجانبين فإنه وإمكانية قيام المسؤولية العقدية لمخفضي الأسعار تجاه المستهلك، لا بد أولاً أن يتوافر أركان العقد من التراضي والمحل والسبب في العلاقة العقدية الذي يتم بين المؤسسة والمستهلك أو المؤسسة والمستهلك الآخر للاعتراف بالتواجد القانوني للعقد الذي على أساسه تقوم المسؤولية، والتراضي في عقد البيع بالخسارة هو تطابق إرادة صاحب المؤسسة التجارية مع إرادة المستهلك المقبل عن طريق اقتران الإيجاب المعلن الصادر بالقبول الملحق المبني على الإعلان عن تخفيضات، إرادات سليمة صادرة من أصحاب الأهلية المطلوبة لا يعارضه أو يمانعه أو يعيبه شيء، لتقوم هذا التطابق على السلع والخدمات المعينة والمعرضة للتخفيض دون غيرها كمحل للعقد، تكمن السبب فيها في تحقيق الغايات المرجوة من عملية التخفيض من جهة المؤسسة، وأشباع الحاجات والرغبات من جهة المستهلك^(٦٥).

كما ولا بد من توافر أركان المسؤولية العقدية لإمكانية مسألة المخفض عقدياً من الخطأ والضرر والعلاقة السببية، إذ لا يمكن مسألة المخفض عقدياً إلا إذا أخل بأحد التزاماته العقدية بعدم تنفيذه لأحد التزاماته تعمداً أو إهمالاً أو بجهل أو تأخير تنفيذه، ويكون طبيعة الالتزام المخفض بذل عناية فيمتنع المؤسسة عن بذل العناية المطلوبة لتنفيذ ما يوجب عليه القانون، ويؤدي هذا الإخلال بالحق الضرر بالمستهلك في شخصه أو ماله ضرراً حالاً محقق الوقوع ومباشر ومتوقع الحدوث وقت إبرام العقد، يكون بين هذا الضرر والخطأ الصادر من المؤسسة في عملية تخفيض الأسعار علاقة سببية يكون الإخلال سبباً بتحقيق الضرر^(٦٦).

الفرع الثاني: دعاوي المسؤولية العقدية

إذا كان أساس المسؤولية العقدية لمخفضي الأسعار من المؤسسات والمحلات التجارية تستند على العقود التي تبرمها بسبب التخفيض أو كاشر للتخفيض، فإن المستهلك والمؤسسة المنافسة يملك من الأدوات والوسائل التي تمكنها من مسألة المخفض عقدياً وجبر الضرر الذي لحق به، ومن هذه الأدوات دعاوي التنفيذ العيني والدعاوي الناشئة عن عيوب الإرادة، نتناولها بشيء من التفصيل وفقاً التالي:

أولاً: دعوى التنفيذ العيني: تعتبر إحدى الأدوات القانونية التي تملكه المستهلك والمؤسسة المنافسة لحماية مصالحه وحقوقه من جراء إخلال وإهمال المخفض في تنفيذ التزاماته العقدية، وهي الدعوى الذي يقيمها المستهلك على المخفض عند تخلف المخفض في تنفيذ التزاماته مختاراً بإهمال منه أو تقصير يلجأ إليه الطرف الآخر من أجل اجبار المؤسسة المخلة على تنفيذ التزاماتها التي بذمتها بموجب عقد بالبيع بالخسارة أو عقد الاتفاق عينا والعودة إلى المسار الصحيح الذي تم الاتفاق عليه، وهي الخطوة الأولى من الخطوات التي تحمي به المستهلك مصالحه ولا يجوز التنازل عنه وطلب التنفيذ بالمقابل^(٦٧).

ويظهر دور الدعوى في عملية تخفيض الأسعار من جانبين، الجانب الأول في الالتزامات المفروضة على المخفض بموجب عقد البيع بالخسارة كإخلاله بالتزام الرد أو بالاعلان أو بالبيع، والالتزامات المفروضة عليه بموجب القواعد العامة للبيع وكالاتي:

١. نطاق التنفيذ العيني في الالتزامات الذاتية: إذا ما أقبل أحد المستهلكين نحو السلع والخدمات المعروضة للتخفيض وقام بعملية البيع على أساسها فانه يقع على عاتق المؤسسة أن ترد للمستهلك ما اشتراه من سلعة أو خدمة طوال مدة التخفيض بالتبديل أو اصلاح أو استرجاع ثمنها إذا ما كان غير مطابقاً للمواصفات التي تم الاتفاق عليه في عقد البيع بالخسارة أو كان السلعة أو الخدمة معيبة، ويكون للمستهلك حق الرجوع إلى دعوى التنفيذ العيني لاجبار المؤسسة على تنفيذ التزامه بالرد بأحد الأشكال الثلاث الآتية^(٦٨):

وقد تناول المشرع العراقي ايضاً حق المستهلك في إعادة السلعة والخدمة التي اشتراه بدافع التخفيض ويطالب المخفض بالتعويض عن ما لحقه من ضرر بشخصه أو ماله جراء إخلال المخفض لالتزامه هذا^(٦٩)، فنصت في الفقرة الثانية من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠ واعتبره حق لازم لحق المستهلك باعادة السلعة أو الخدمة متى ما لحقه الضرر، ويكون للمستهلك حق المطالبة بالتنفيذ الجبري عند اخلاله في تنفيذ الالتزام، كما وأشار المشرع الاماراتي الى هذا الحق من خلال المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ ومكن المستهلك من الرجوع إلى تنفيذ عيني جبري عن إخلال المؤسسة بتنفيذ التزامه برد السلعة أو اصلاحها أو طلب المقابل وفقاً للقواعد العامة للتنفيذ الجبري^(٧٠)، كما

٢. نطاق التنفيذ العيني في الالتزامات المفروضة بموجب القواعد العامة: باعتبار عقد البيع بالخسارة احد انواع عقود البيع في المجال التجاري فانه يطبق بشأنه احكام البيع في حدود ما يتفق مع طبيعة العقد ومتطلبات التجارة، لذلك يكون للتنفيذ العيني دور في الالتزامات التي تفرضه البيع على البائع، كالتزام المؤسسة بتسليم السلعة أو الخدمة الذي اشتراه المستهلك تحت عملية التخفيض بالحالة والوصف التي اتفقوا عليها عند الانعقاد أو وقت البيع، وبالتالي فاذا ما اخل المؤسسة بالتزامها بالتسليم كان للمستهلك حق اقامة دعوى التنفيذ العيني لاجباره على التسليم^(٧١).



إضافة إلى التزام المؤسسة بضمان العيوب الخفية في السلعة أو الخدمة المعروضة للتخفيض، إذ أنه يترتب على البائع - المؤسسة التجارية - أن يضمن السلع والخدمات من العيوب الخفية فيه، وبالتالي فإذا ما توافر في السلعة أو الخدمة التي اشتراها المستهلك تحت عنوان التخفيضات وظهر فيه عيب خفي فإنه يمكن للمستهلك اللجوء إلى تنفيذ العيني لأجبار المدين على تنفيذ التزاماته إذا لم يتم بذلك مختاراً وتوافر في العيب شروط العيب الخفي^(٧٢).

ففي العراق تناولت المشرع العراقي هذا الالتزام ضمن حقوق المستهلك بنص عام وذلك عندما نص في البند (د) من المادة (٦) من قانون حماية المستهلك التي تقضي بأنه "الضمان للسلع التي يستوجب طبيعتها مثل هذا الضمان وللمدة التي يتم الاتفاق عليها مع المجهز دون تحميلها نفقات إضافية"^(٧٣)، وفي سبيل وفاء المجهز بالتزامه بالضمان جعل الأخير مسؤولاً مسؤولية كاملة عن حقوق المستهلك وتبقي مسؤوليته قائمة طوال فترة الضمان في المادة أعلاه، وبذلك يكون العيوب الخفية في السلعة من الضمانات التي يستوجبها طبيعة السلعة لامكانية الاستفادة منها وبالتالي إذا ما خالف المؤسسة لهذا الالتزام يمكن للمستهلك اللجوء إلى تنفيذ الجبري لالتزامه على القيام بها أو المطالبة بالتعويض^(٧٤).

كما وفي الإمارات نص المشرع على التزام المخفض بضمان العيوب الخفية في السلع والخدمات التي لديها في قانون حماية المستهلك، بضرورة استردادها فوراً من السوق واستبدالها أو تصليحها أو صيانتها أو رد قيمتها عند شرائه من قبل المستهلك، وبالتالي فإذا ما اخل المخفض بالتزامه هذا فإنه يمكن للمستهلك اللجوء إلى تنفيذ العيني الجبري بناء على القواعد العامة لجبره على تنفيذ الالتزامات أو التعويض عنها^(٧٥).

ويضمن المؤسسة ضمان التعرض والاستحقاق^(٧٦)، حيث أنه في حال اقبال أحد المستهلكين نحو شراء سلعة أو خدمة معينة معروضة بالتخفيض فتعرضه المؤسسة أو الغير في ملكية السلعة أو الخدمة المعينة ولم يمكن من الانتفاع بها فإنه في هذه الحالة يكون للمستهلك طلب إزالة ما وقع مخالفاً للالتزام كان يطلب منه عينا رفع يده أو يد غيره على السلعة أو الخدمة الذي اشتراه للانتفاع بها، كحالة وضع المؤسسة التجارية أو الغير يده على سيارة معينة بعد أن اقبل المستهلك إلى شرائه تحت باب التخفيض وقارن قبوله بايجابه^(٧٧).

على ما تقدم فإنه يمكن مسألة المؤسسة التجارية عقدياً على الإخلال الذي صدر منها تجاه المستهلك أو المؤسسة التجارية في عقد البيع بالخسارة أو عقد الاتفاق وطلب تنفيذها للالتزامات المخلة عينياً وفق الأحكام أعلاه، إلا أنه يشترط القوانين والتشريعات المدنية بعض الشروط الذي يجب توافرها لامكانية استعمال هذه الأدوات، تكمن في التالي:

أ- يشترط في إقامة الدعوى والمطالبة بالتنفيذ العيني أن يكون تنفيذ المؤسسة للالتزام الذي أهمل أو اخل بتنفيذه ممكناً غير مستحيلاً^(٧٨).

ب- يجب أن لا يسبب التنفيذ العيني بأحداث أرهاق للمؤسسة ولا يصار إلى التنفيذ بمقابل ما لم يكن في العدول عنها أي ضرر جسيم بالمستهلك^(٧٩).

ج- يجب أن يطلب المستهلك عن طريق الدعوى الزام المؤسسة بتنفيذ التزاماتها المخلة أو المهملة في تنفيذها عينا، إذ لا يمكن فرض التنفيذ العيني على المدين بدون مقابل، وبالتالي فإذا ما توافرت فيه شرط الامكانية مع عدم وجود ارهاق أو مع وجوده ووجود ضرر جسيم فانه لابد على المؤسسة تنفيذها عينا دون العدول عنها واللجوء نحو التنفيذ المقابل^(٨٠).

د- لابد وان يكون امتناع المؤسسة عن تنفيذ التزاماتها عينا قبل لجوء المستهلك للتنفيذ العيني غير مشروعاً، بمعنى اخر يجب أن لا يكون امتناع المؤسسة عن تنفيذ التزاماتها يستند على أساس قانوني والا يصار إلى التنفيذ بالمقابل^(٨١).

هـ- يجب على المستهلك قبل اللجوء إلى تنفيذ العيني اعدار المؤسسة التجارية على ضرورة تنفيذها لالتزاماتها والا لا تقبل دعواه امام القضاء، ما لم يرفض المؤسسة تنفيذ التزاماته بعد الاعذار أو كان التنفيذ يتحقق بحكم القانون أو قامت المؤسسة مختاراً بتنفيذ التزاماتها فلا حاجة إلى الاعذار حينئذ^(٨٢).

عليه، فإذا ما توافرت الشروط المطلوبة اعلاه واصبح المستهلك امام اهمال في تنفيذ الالتزامات أو الاخلال بها قامت بدعوى المؤسسة لتنفيذ التزاماتها جبراً بعد اذارها، فإذا كان السلعة أو الخدمة موجودة دون هلاك أو عيب التزم بتسليمها للمستهلك، اما إذا كان معيبة أو مغشوش التزم بتسليم النوع التي تم الاتفاق عليه وإذا لم يقم المؤسسة بتنفيذ التزاماتها عينا جاز للمستهلك أن يحصل على السلعة أو الخدمة من النوع ذاته على نفقتها بعد الاستئذان من القاضي أو بدونه في حالة الاستعجال، فضلاً عن حقه في المطالبة بقيمة الشيء أو بارجاع ثمنه دون أن يخل ذلك بحقه في التعويض^(٨٣).

على ما تقدم ذكره فانه وبالرغم من امكانية حماية المستهلك عن اضرار التخفيضات التجارية من خلال دعوى تنفيذ العيني إلا أنه لا يعتبر دعوى خاصة به دون غيره، ما يعني ذلك حال المستهلك في هذه الدعوى حال غيره من الاشخاص فلا يتضمن أي إمتيازاً للمستهلك، ولكن مع ذلك فانه يمكن من خلاله حماية مصلحة المستهلك من الأضرار به.

ثانياً: الدعاوى الناشئة عن عيوب الارادة: أوجدت التشريعات المنظمة لحماية المستهلك اداة اخر يمكن للأخير حماية مصالحه في عقود البيع بالخسارة لتجنب الأضرار الذي يمكن أن تصيبه جراء تخفيض المؤسسة لسلعتها وخدماتها وعرضها بسعر اقل من سعر شرائه أو بالخسارة، تكمن في دعاوى الناشئة عن عيوب الارادة، وفي ظل العيوب المتعددة التي تصيب الارادة فاننا سنقتصر في الدعاوى التي تنشأ عن العيوب التي تثار في هذه العملية من الغبن والتغريب والاستغلال كما في التالي:

١. **الغبن الفاحش مع التغريب:** أن الغبن والتغريب عيبان من عيوب الارادة التي تصيب في ارادة احد اطراف العلاقة العقدية عندما يلجأ الطرف الاخر إلى استعمال طرق احتيالية من أجل ايهاهه وإيقاعه في الغلط فيدفعه ذلك نحو ابرام العقد بدفع ما لا يساوي الشيء الذي يحصل فيه، بحيث لو علم المتعاقد ذلك ما اقدم على التعاقد، ومعنى ذلك أن كل من الغبن والتغريب يصيبان في ارادة الشخص فيسيرانه نحو مسلك لا يريده هذا الشخص المسلك المسايير^(٨٤).



وإذا ما ربطنا هذه العيوب بعملية التخفيض فانه من الممكن أن تلجأ مؤسسة ما نحو استعمال طرق احتيالية لايهام المستهلك وإيقاعه في عملية التعاقد بحجة التخفيضات، فتؤدي بالنتيجة إلى دفعه ما لا يساوي السلع والخدمات التي يتحصله، كحالة لجوء المؤسسة إلى استعمال اعلانات مضللة أو كاذبة أو وهمية عن وجود تخفيضات أو نسب معينة أو في سلعة أو خدمة ذات جودة ونوعية معينة من أجل أن يقع بالمستهلك ليدفعه نحو التعاقد، فيكون في هذه الحالة للمستهلك اللجوء إلى هذه الدعوى والمطالبة بوقف التعاقد إذا ما توافرت الشروط المطلوبة^(٨٥).

وقد نظم المشرع العراقي ايضا احكام التغير مع الغبن في قانون المدني من خلال المواد (١٢١-١٢٤) وبين من خلالها في حال تغير احد المتعاقدين للآخر وتحقق في العقد غبنا فاحشا فانه يكون العقد موقوفا على اجازة المغبون ويكون للاخير حق المطالبة برفع الغبن امام المحكمة المختصة شريطة أن يكون الغبن مصحوبا بالتغير، وفي حال كان الغبن يسيرا أو فاحش ولكن لا يعلم العاقد الاخر ولا يسهل عليه معرفة أن المغبون اصابه غبن فاحش أو أن الشيء استهلك قبل العلم بالغبن أو هلك أو حدث فيه عيب أو تغير جوهري فانه يكون للمغبون حق المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر ويكون العقد نافذا^(٨٦).

وقد نظم المشرع الاماراتي احكام الغبن مع التغير في المواد (١٨٥-١٩٢) وبين من خلالها أن التغير المصحوب بالغبن يجعل من الارادة معيبا ويكون للمغبون المطالبة برفع الغبن إذا كان فاحشا، إلا أن المشرع الاماراتي يعطي الحق للمغبون سلطة فسخ العقد شريطة أن لا يتوفر فيه احد اسباب سقوط الحق كموت المغبون أو التصرف في المعقود عليه تصرفا يتضمن الاجازة أو الهلاك أو الاستهلاك أو بتعيبه أو زيادته^(٨٧).

عليه، ليتمكن المستهلك من الاستفادة من هذه الدعوى لابد وان يتوافر بعض الشروط، حددها التشريعات وفقا للقواعد العامة المنظمة للغبن والتغير، تكمن في الاتي:

- يجب أن يقع المستهلك في غبن، وليس اي غبن وانما الغبن الفاحش دون اليسير لان الاخير تعارف الناس على اجتنابه، وان يكون نتيجة ايقاع المستهلك في هذا الغبن استعمال الطرق الاحتيالية، اي التغير أو التدليس، فلا يمكن للغبن - إلا في حالات خاصة^(٨٨).

- يجب أن يرجع اقبال المستهلك نحو شراء السلعة أو الخدمة المعروضة للبيع بالتخفيض إلى الطرق الاحتيالية التي استعمله المؤسسة^(٨٩).

- لابد وان يكون المؤسسة على علم بالتغير والغبن الذي وقع للمستهلك أو كان من السهل عليه معرفته^(٩٠).
على ما تقدم، فإذا ما وقع المستهلك في غبن فاحش واستعمل المؤسسة التجارية طرق احتيالية في ذلك فان لجوء المستهلك إلى هذه الدعوى يترتب عليه ايقاف الدعوى على اجازة المستهلك، فان اجاز العقد استمر التنفيذ وان رفضها واعاد الحال إلى ما كان قبل التعاقد، دون أن يخل ذلك بحق المستهلك في التعويض عن ما لحقه من الأضرار^(٩١).

٢. **دعوى الاستغلال:** هي الدعوى الاخرى التي تقيمها المستهلك على أساس عيوب الارادة تتم عند استغلال المؤسسة التجارية طيش المستهلك أو عدم خبرته أو هواه أو حاجته أو عدم ادراكه ليدفعه نحو شراء السلع والخدمات التي عرض تحت عنوان التخفيضات، فتصيب ارادة المستهلك ويجعله اسيرا للمؤسسة إلى حد ظاهر أو فادح فيفقد معه التعادل في العقد^(٩٢).

ويظهر هذا العيب في عملية التخفيض في صور كثيرة، منها أنه يمكن يقع المؤسسة في استغلال المستهلك إذا ما لجأ إلى تخفيض أسعار سلعة أو خدمة معينة بعد أن احتكره مستغل لحاجة المستهلك، أو لجوء المؤسسة نحو استعمال الاعلان المضلل استغلالا لعدم خبرة المستهلك في السلع والخدمات أو ادراكه أو طيشه بسبب رغباته القوية على السلعة أو إلى غير ذلك ليقعه في صيد الشراء، فهنا يكون للمستهلك رفع دعوى الاستغلال امام المحكمة المختصة لرفع الغبن الذي لحق به^(٩٣).

على ما تقدم، فانه ليتمكن المستهلك من حماية نفسه من استغلال المؤسسات التجارية والافادة من احكام الاستغلال، لابد وان يتوافر لديه الشروط التالية:

أ- يجب أن يتم استغلال المستهلك في احد نقاط الضعف الذي لديه كان يكون طائشا أو عدم الخبرة أو لا يدرك أو حاجته للسلع والخدمات لاشباعه حاجة ضرورية أو إلى غير ذلك فيصبح المستهلك ضحية لتلك الحالة التي استغلت من قبل المؤسسة ويقبل نحو التعاقد^(٩٤).

ب- لابد وان يؤدي استغلال إلى التفاوت في المراكز وعدم التعادل بشكل فاحش خارج عن المألوف بين المستهلك والمؤسسة التجارية في ظل التوازن العقدي بين اطراف العلاقة العقدية، ويكون للقاضي السلطة التقديرية في تقدير فداحة الاختلال من عدمه^(٩٥).

ج- يجب أن يكون الاستغلال هو الدافع إلى التعاقد، لأن الدعوى مقامة على أساس وجود عيب تصيب الارادة وبالتالي فاذا ما كان هذه الارادة سليمة موجهة نحو شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع دون أن يكون محلا للاستغلال فلا يتصور حينئذ وجود الاستغلال^(٩٦).

د- لابد على المستهلك المطالبة برفع الغبن عن طريق دعوى الاستغلال خلال المدة المعينة قانونا، وهي سنة من تاريخ العقد وفقا للقانون العراقي والا ترد الدعوى^(٩٧).

عليه فاذا ما توافرت الشروط المطلوبة واقام المستهلك دعواه في الوقت المعين يقوم القاضي برفع الغبن عنه إلى حد المعقول ليعيد التوازن إلى المراكز العقدية ويزيل عدم التعادل الذي حصل سواء بانقاص التزامات المستهلك أو زيادة التزامات المؤسسة، وفي جميع الاحوال يكون للمستهلك حق المطالبة بالتعويض عند الحاقه اي ضرر جراء البيع بالخسارة في اي جزء منها^(٩٨).

على ما تقدم ذكره حول دعوى عيوب الارادة فانه يمكن من خلالها حماية مصالح المستهلك من مخاطر التخفيضات التجارية التي تجريها المؤسسات التجارية داخل الاسواق، إلا أنه مع ذلك يعتبر دعوى عامة لم يخصص للمستهلك اي امتياز فيها يكون مغايرا للأشخاص العاديين الاخرى في ظل مصلحته المعتمدة في تنظيم قواعد قانون حماية المستهلك.



الخاتمة

بعد انتهائنا من كتابة موضوع بحثنا الموسومة بـ (حماية المستهلك في ظل عمليات تخفيض أسعار السلع والخدمات) تمكن من الوصول الى مجموعة استنتاجات وتوصيات يعكس ما يتضمنه الدراسة من اشكاليات وقصور ويغطي ما يحتاجه لمعالجتها، يمكن استخلاص هذه النتائج والتوصيات على النحو التالي:

اولاً: الاستنتاجات

١. لا يوجد في العراق ولا في اقليم كردستان قانون خاص او تنظيم مخصص للتخفيضات التجارية يمكن الاعتماد عليها كمصدر تشريعي بعد الغائه التنظيم الموجود في قانون التجاري الملغي رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠، فيكتفى المشرع فقط بذكره في مادتين لا ثالث لهما في قانون المنافسة ومنع الاحتكار، مرة عند ذكر الممارسات الضارة المحظورة على المؤسسات الاتيان بها، ومرة مع الحالات الاستثنائية التي يجوز ممارستها بقيود محددة، ولا يرقى هذين المادتين الى مستوى تغطية جميع احكام التخفيضات، ناهيك عن شبه انعدام الانظمة والتعليمات المنظمة لها والمقصرة في تنظيمها عند الوجود، على خلاف المشرع الاماراتي الذي اشار في قانونها التجاري الى هذه العملية ضمن البيوع التجارية وكلف الامارات مهمة سن القوانين الخاصة بذلك.

٢. لم يتضمن القوانين العراقية اي تعريف للتخفيضات التجارية ضمن المواد المنظمة لها، على خلاف المشرع الاماراتي الذي عرفها في قانون اتحادي بشأن حماية المستهلك رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ والتي تعني عرض السعر بقصد بيعها بأسعار منخفضة او تقديم الخدمات بأسعار اقل خلال فترة محددة باي طريقة كانت.

٣. يتمتع التخفيضات التجارية بمجموعة سمات وخصائص خاصة لها دون غيرها يستوحي من ممارستها والنتائج المترتبة عليها، تكمن في الطبيعة الازدواجية للتخفيض والاثارين الذي يحققهما في حدود السعر والجودة، فضلاً عن انسجامها مع قدرة اصحاب الدخل المحدودة واعتباره المحرك للأسواق التجارية وحافز للمستهلكين واجراء تحفظي يساعد في معالجة المشاكل والاعاقات التي تصيب نشاط المؤسسة بسبب سمتها في تحقيق اهداف متعددة.

٤. لجوء المؤسسات التجارية الى عملية التخفيض وقيامها بتنزيل اسعار السلع والخدمات التي لديها لا يأتي من الفراغ، وانما يكمن ورائه الكثير من الدوافع المختلفة باختلاف اهداف المؤسسة، الا ان المستقر عليه واقعي ان هذه الدوافع لا يخرج من نطاق ثلاث، فهي اما بهدف تصريف السلع والخدمات الموسمية او لترويج اسم المحل التجاري وكسب الزبائن او يكون بداعي المنافسة التجارية، ومهما يكن الدافع فلا يجوز للمؤسسة ان يخرج من نطاق المنافسة المشروعة.

٥. منح التشريعات التجارية ممارسة التخفيضات وتحقيق الاخير للمصالح الثلاث لا يعني خلوها من المخاطر والاضرار، بل انه من الممكن ان يلحق باحد المصالح الاذى من ممارسة المؤسسة التجارية

للتخفيض وتعرضها للخطر، فمن ناحية المستهلك يمكن ان يؤثر التخفيض نفسا على قرار المستهلك او تسبب له بفقدان الثقة بالمخفض او تلحق الضرر المادي به، ومن ناحية السوق قد يسبب التخفيض بالاخلال بالمنافسة المشروعة او بحرب الاسعار وفقدان سلامتها او بزيادة الممارسات غير المشروعة او الهيمنة على السوق، ومن ناحية المؤسسة التجارية قد يكون التخفيض سببا بتخفيض قيمة العلامة التجارية او التأثير على السمعة التجارية او تسبب بتخفيض الجودة او فقدان العملاء.

٦. بسبب ازدواجية طبيعة التخفيض يكون اساس القانوني لمسؤولية المخفض تجاه المستهلك ازدواجي، مسؤولية تقصيرية قائمة على الخطأ والضرر والعلاقة السببية بالتعويض عن ما لحق المستهلك من ضرر جراء عملية التخفيض، واخرى عقدية قائمة على دعاوي المسؤولية العقدية من دعوى التنفيذ العيني والدعاوي الناشئة عن عيوب الارادة من الغبن مع التغيرير او الاستغلال لاجبار المخفض على تنفيذ التزاماته او وضع حد للعقد المبرم بينهم من التعويض.

ثانيا: التوصيات

١. نوصي المشرع العراقي والمشرع في اقليم كردستان الخروج من النطاق الضيق من احكام التخفيضات التجارية والاكتفاء بمواد محددة، والتوجه نحو سن تشريع خاص ينظم احكامها وتفاصيلها بسبب الحاجة الملحة لها لسد القصور التشريعي اولا ولمعالجة المشكلات الواقعية ثانيا دون الاعتماد الكلي على دور الجهات الادارية، ليصبح العراق من ضمن الدول المنظمة لهذه العملية بسبب اهميتها البالغة للمستهلك والمخفض الدولة في نطاق اقتصادها على ان يتنظم الاحكام الاتية.

٢. نوصي المشرع العراقي والمشرع في اقليم كردستان بضرورة ايجاد تعريف قانوني للتخفيضات التجارية ضمن النصوص التي يدونه لاحكامها، وان كانت تعريف المشرع للمصطلحات غير مرحب به، وذلك ليسهل من عملية تمييزها عن الانظمة المشابهة لها كالخصم والتنزيل والتصفية، على ان يكون التعريف كالآتي:

عرض السلع والخدمات بسعر اقل من سعر شرائه الحقيقي او بالخسارة خلال فترة محددة في الحدود المسموح به قانونا وفق المنافسة المشروعة.

٣. يقتصر حماية المستهلك من مخاطر التخفيضات التجارية على ما نظمه المشرع العراقي في القواعد العامة ضمن المسؤولية التقصيرية واخرى عقدية ولم يميز فيها بين المستهلك وغيره، لذا كان الاجدر على المشرع العراقي والمشرع في اقليم كردستان اعطاء امتياز للمستهلك في هذه الدعاوي اسوة بالامتياز الذي يتمتع به العامل في دعوى العمل ليكون مصلحته بمان من مخاطر الممارسات التجارية كافة.

٤. نوصي الجهات الادارية المعنية بحماية المستهلك في العراق وفي اقليم كردستان بضرورة مراجعة دوره في حماية المستهلك من مخاطر التخفيضات والتفعيل من دوره في السوق في ظل كثرة التخفيضات الجارية بين المؤسسات على الارض الواقع ليكون مصلحة المستهلك والمصالح العليا للدولة في نطاق المنافسة والاقتصاد بمان من مخاطر واضرار هذه العملية.



- (١) د. شيروان هادي اسماعيل، التنظيم القانوني لتخفيض الاسعار - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة القانون والسياسة، العدد ٢٠، السنة ٤، ٢٠١٦، مطبعة جامعة صلاح الدين، اربيل، ص ٢٦٥.
- (٢) د. محمد ابراهيم الشافعي، النظام القانوني لحماية المنافسة في القانون الاماراتي - مع الاشارة الى بعض التشريعات المقارنة، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية القانون - جامعة المستنصرية، المجلد ٤٠، العدد ٣، ٢٠١٦، ص ٣٤١.
- (٣) د. احمد عبدالحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة - دراسة في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون - جامعة بابل، العدد ٣، السنة ١٢، ٢٠٢٠، ص ٣٢٠.
- (٤) د. محمد انور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق - دراسة مقارنة بين الشريعة الاسلامية والقانون الوضعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٦٩.
- (٥) حنان بلخيري، التعسف في تخفيض الاسعار، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة عبدالرحمن ميرة بجاية، المجلد ١٤، العدد ٢، ٢-١٦، ص ٤٧٨-٤٧٩.
- (٦) مصطفى بن امينة، حماية القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري بين الاقتضاء والقانون، بحث منشور في مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق - جامعة بنها، مصر، المجلد ٧، العدد ٢، ٢٠٢٣، ص ١٨٢-١٨٣.
- (٧) سazan علاء الدين عمر، واقع السوق المالي في اقليم كردستان - العراق وعلاقته بالاستثمار - دراسة استطلاعية تحليلية، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية الادارة والاقتصاد - جامعة السليمانية، ٢٠١٩، ص ٢٧-٢٨.
- (٨) د. شيروان هادي اسماعيل، التنظيم القانوني لتخفيض الاسعار - دراسة مقارنة، مصدر سابق، ص ٢٦٦.
- (٩) د. ندى كاظم المولي، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون - جامعة بغداد، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠٠٥، ص ٢٣٤.
- (١٠) د. نكري محمد حسين وبهاء عبدالحسين مجيد، الحوافز التجارية المقدمة من التاجر - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون - جامعة بابل، العدد ١، السنة ٨، ٢٠١٦، ص ٥٢٢-٥٢٣.
- (١١) د. سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك واحكامه - دراسة مقارنة، ط ١، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١٦، ص ٥٣.
- (١٢) بشاير عبدالله السماري وعواطف زراة، جوانب حماية المستهلك من اشكال الاعلان المضلل - دراسة تحليلية في احكام القانون الاتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ في شان حماية المستهلك، بحث منشور في مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، جامعة باتنة ١ الحاج لخضر - الجزائر، المجلد ٨، العدد ٣، ٢٠٢١، ص ١٠٤١-١٠٤٢.
- (١٣) اميرة محمد اسماعيل عبدالرحمن الفقيهي د. محمد محمد ابراهيم ود. يارا محمد عبدالواحد، تأثير الثقة في العلامة التجارية على السلوك الشرائي - دراسة تطبيقية على المستهلك المصري، بحث منشور في المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية، كلية التجارة - جامعة مدينة السادات، المجلد ١٦، العدد ٣، ٢٠٢٤، ص ٤٣٩.
- (١٤) د. هدى معيوف، حماية حقوق المستهلك، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١٧، ص ٣١-٣٢.
- (١٥) ينظر المادة (١) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠.
- (١٦) ينظر المادة (٢) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠.
- (١٧) ينظر قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠؛ تقابله المادة (١٤) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار في اقليم كردستان - العراق رقم ٢ لسنة ٢٠١٣.
- (١٨) ينظر المواد (٤-٢٤) من قانون اتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ في شان حماية المستهلك الاماراتي.

- (^{١٩}) ينظر المواد (٢٩-٣٠) من قانون اتحادي في شأن حماية المستهلك الاماراتي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠.
- (^{٢٠}) د. ابراهيم عبدالعزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية - دراسة تحليلية مقارنة في ضوء نظريتي عقود الاذعان وعقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٤، ص ٨-٩.
- (^{٢١}) د. مهند ابراهيم علي، اثر العادات التجارية في مشروعية حق المنافسة - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الرافدين للحقوق، جامعة الموصل - كلية الحقوق، المجلد ١٥، العدد ٥٥، السنة ١٧، ص ٥٣-٥٤.
- (^{٢٢}) د. هشام فضلي، الاتجاهات الحديثة في نظم العقود التجارية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٣، ص ١٠١.
- (^{٢٣}) علي يوسف علي المياحي، محاضرات في التسويق والتجارة الالكترونية، جامعة المستقبل، دون مكان النشر، ٢٠٢٤-٢٠٢٥، ص ٦٦.
- (^{٢٤}) دليلة بعوش، المفهوم القانوني للتسرف في استغلال وضع الهيمنة على السوق، بحث منشور في مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، مخبر العقود وقانون الاعمال - كلية الحقوق - جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة - الجزائر، العدد ١، ٢٠١٦، ص ٧٦.
- (^{٢٥}) شذى كامل نعمة، اساءة استغلال المركز المسيطر في السوق المعنية، بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون - جامعة كربلاء، السنة ٦، العدد ٣، ٢٠١٤، ص ٣٠٧ وما بعدها.
- (^{٢٦}) للمزيد ينظر:
- MICHELLE KLOTZ, THE DANGERS OF DISCOUNTING AND WHAT YOU SHOULD BE DOING INSTEAD, ARTICLE PUBLISHED ON THE WEBSITE(INSIDE BE), ON THE ELECTRONIC LINK; INSIDEBE-COM.TRANSLATE.GOOG, DATE OF LAST VISIT 10/7/2025.
- (^{٢٧}) يقصد بالعلامة التجارية: كل اشارة او دلالة يضعها التاجر او الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها او صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة، للمزيد حول الموضوع ينظر: د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ١٠، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٤٦٩.
- (^{٢٨}) عصام حنفي محمود، القانون التجاري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٩٦-٢٩٧.
- (^{٢٩}) رافد فاضل مراد، اثر القدرات التكنولوجية في تحسين جودة المنتجات - دراسة استطلاعية في معمل الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف، رسالة ماجستير، قدمت الى كلية الادارة والاقتصاد - جامعة كربلاء، ٢٠١٧، ص ٤٨-٤٩.
- (^{٣٠}) ريمة بن بايرة، دراسة اثر الجودة على تكاليف المنتج - نموذج مقترح لمؤسسة صناعية "الشركة العامة للإسمنت العراقي" معمل اسمنت كركوك، بحث منشور في مجلة الابحاث الاقتصادية - جامعة البليدة، المجلد ٢، العدد ١٤، ٢٠١٦، ص ٢٣٥.
- (^{٣١}) كركاد فريد، الاتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري - دراسة مقارنة، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحوث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة بجاية، الجزائر، المجلد ١٧، العدد ١، ٢٠١٨، ص ١٦٤.
- (^{٣٢}) د. سعيد يحيى، الوجيز في النظام التجاري السعودي، ط ٧، مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، السعودية، ٢٠٠٤، ص ٣٣٩.
- (^{٣٣}) د. اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء احكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، بحث مقدم الى مؤتمر الكلية الاولى، كلية القانون والعلوم السياسية - جامعة ديالى، ٢٠١٠، ص ٥٦ وما بعدها.
- (^{٣٤}) مريم عبد الامير رشم ياس، التنظيم القانوني للبيع عن طريق التصفية الموسمية - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية القانون - جامعة كربلاء، ٢٠٢١، ص ٩٣.



- (٣٥) د. احمد عبد الدائم، شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزام، ج ١، مصادر الالتزام، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، حلب، ٢٠٠٣، ص ٢٦٥ وما بعدها.
- (٣٦) مريم عبد الامير رشم ياس، مصدر سابق، ص ٩٤-٩٥.
- (٣٧) د. عبدالحى حجازي، النظرية العامة للالتزام، ج ٢، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر، ص ٤٤٦-٤٤٧.
- (٣٨) د. سعدون العامري، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية، منشورات مركز البحوث القانونية، بغداد، ١٩٨١، ص ٧.
- (٣٩) احمد غازي ريشان، شروط الضرر القابل للتعويض وانواعه، رسالة دبلوم العالي، مجلس القضاء الاعلى - المعهد القضائي، العراق، ٢٠٢٤، ص ٥ وما بعدها.
- (٤٠) د. اشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك - دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، ط ١، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة، ٢٠١٦، ص ١٧١ وما بعدها.
- (٤١) راشد كاظم محمد الحداد، التعويض في المسؤولية التقصيرية، بحث منشور في مجلة الكوفة، العدد ٨، المجلد ١، ٢٠١٠، ص ٧٨.
- (٤٢) ينظر المادة (٢٨٢) من قانون المعاملات المدنية رقم (٥) لسنة ١٩٨٥؛ د. نادية ياس البياتي، مدى اشتراط الخطأ في المسؤولية التقصيرية في التشريع الاماراتي - دراسة مقارنة، بحث منشور في المجلة الاكاديمية العالمية للدراسات القانونية، الراية الالكترونية الدولية - الاردن، المجلد ٢، العدد ٢، ٢٠٢٠، ص ٩٧.
- (٤٣) ينظر المادة (٢٠٤) من قانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١؛ حسين عامر وعبدالرحيم عامر، المسؤولية المدنية التقصيرية والعقدية، ط ٢، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٩، ص ١٢٩-١٣٠.
- (٤٤) د. محمد عبد الظاهر حسين، مصادر الالتزام - المصادر الارادية وغير الارادية، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر، ص ٣٦٠.
- (٤٥) قاسم عواد نايف ذياب الدليمي ود. وليد خضر كافي فرج الله، الجزاءات المقررة للجرائم الواقعة على حقوق المستهلك، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، بغداد، العدد ٦١، المجلد ٣، ص ٤٣١.
- (٤٦) سامح عبدالواحد التهامي، ضمان الضرر الذي يصيب مستهلك الدواء المستمد من مصادر طبيعية - دراسة في القانون الاماراتي، بحث منشور في مجلة الدراسات لعلوم الشريعة والقانون، الجامعة الاردنية، المجلد ٤٣، العدد ٤، ٢٠١٦، ص ١٥١٥ وما بعدها.
- (٤٧) د. عبدالرزاق احمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، ج ١، نظرية الالتزام بوجه عام - مصادر الالتزام، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٣، ص ٧٧٥.
- (٤٨) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، القانون المدني واحكام الالتزام، ج ٢، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، دون سنة النشر، ص ٢٠٩.
- (٤٩) تنص المادة (٢١٧) من القانون المدني العراقي على انه "١- اذا تعدد المسؤولون عن عمل غير مشروع كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر دون تمييز بين الفاعل الاصلي والشريك والمتسبب. ٢- ويرجع من دفع التعويض بأكمله على كل من الباقيين بنصيب تحدده المحكمة وعلى قدر وجسامة التعدي الذي وقع من كل منهم، فان لم يتيسر تحديد قسط كل منهم في المسؤولية ويكون التوزيع عليهم بالتساوي".
- (٥٠) ينظر قانون المعاملات المدنية الامارات ٥ لسنة ١٩٨٥.
- (٥١) بتختةوقر صابر سعيد، احكام التعويض في الدعوى الجزائية - دراسة تحليلية تطبيقية، بحث ترقية القضاة، مجلس القضاء الاعلى، اربيل، ٢٠٢٤، ص ٧.

- (^{٥٢}) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، مصدر سابق، ص ٢٤٣ وما بعدها.
- (^{٥٣}) تقابله المادة (٢٩٨) من قانون المعاملات المدنية الاماراتي رقم ٥ لسنة ١٩٨٥ التي تنص على انه: ((١- لا تسمع دعوى الضمان الناشئة عن الفعل الضار بعد انقضاء ثلاث سنوات من اليوم الذي علم فيه المضرور بحدوث الضرر وبالمسؤول عنه. ٣... ولا تسمع دعوى الضمان في جميع الاحوال بانقضاء خمس عشرة سنة من يوم وقوع الفعل الضار))؛ للمزيد ينظر: فاضل مهدي سرهيد، موانع المسؤولية عن التعويض المجر للضرر، بحث منشور في مجلة القرار للبحوث العلمية المحكمة، العدد ٤، المجلد ٥، السنة ٢، ٢٠٢٥، ص ١٧٠-١٧١.
- (^{٥٤}) احمد غازي ريشان، مصدر سابق، ص ٦٠ وما بعدها.
- (^{٥٥}) مريم عبد الامير رشم ياس، مصدر سابق، ص ١٠٢-١٠٣.
- (^{٥٦}) ينظر المواد (٢٠٧-٢٠٩) من قانون المدني رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ العراقي؛ تقابله المواد (٢٩٢-٢٩٤-٢٩٥) من قانون المعاملات المدنية الاماراتي رقم ٥ لسنة ١٩٨٥.
- (^{٥٧}) د. شيروان هادي اسماعيل، مصدر سابق، ص ٢٥٨.
- (^{٥٨}) ينظر: قانون البيع بالأسعار المنخفضة الاماراتي رقم ٦ لسنة ٢٠١٦؛ قانون التجارة القطري رقم ٢٧ لسنة ٢٠٠٦.
- (^{٥٩}) ينظر: قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠؛ وقانون المنافسة ومنع الاحتكار في اقليم كردستان رقم ٣ لسنة ٢٠١٣.
- (^{٦٠}) ينظر: قانون رقم ٤٠ لسنة ١٩٩٨ يتعلق بطريق البيع والاشهار التجاري التونسي.
- (^{٦١}) ينظر: قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.
- (^{٦٢}) ينظر: قرار وزير التجارة الداخلية وحماية المستهلك السوري رقم ٤٥٩ لسنة ٢٠١٦.
- (^{٦٣}) د. نعيم جميل صالح سلامة، الاطار القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة تحليلية في ظل التشريعات السارية في فلسطين، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون - جامعة بغداد، العدد ٢، ٢٠١٩، ص ١٤٢.
- (^{٦٤}) ميساء احمد محمد ابو الرب، الاطار القانوني للبيع بخسارة في القانون الفلسطيني - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية الدراسات العليا - الجامعة العربية الامريكية، فلسطين، ٢٠١٩، ص ١٠-١٥.
- (^{٦٥}) د. عبدالرزاق احمد السنهوري، مصدر سابق، ص ١٤٢ وما بعدها.
- (^{٦٦}) د. رضا متولي وهدان، الوجيز في المسؤولية المدنية (الضمان) - دراسة مقارنة في ضوء الفقه الاسلامي، ط ١، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١١، ص ٢١ وما بعدها.
- (^{٦٧}) د. طلبة وهبه خطاب، احكام الالتزام بين الشريعة الاسلامية والقانون - دراسة مقارنة، ط ١، دار الفكر العربي، القاهرة، دون سنة النشر، ص ١٣ وما بعدها.
- (^{٦٨}) د. باسم علوان طعمة العقابي ومريم عبد الامير رشم، واجبات التاجر في البيع بالتصفية الموسمية - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، المجلد ١٣، العدد ٤، ٢٠٢٣، ص ٥٥٧.
- (^{٦٩}) حيدر زهير كاظم الجابري د. برويز باقر، حق مستهلكي البضائع في العقود الالكترونية في التعويض وفق القانون العراقي والايراني، بحث منشور في مجلة الكوفة، كلية القانون - جامعة الكوفة، العدد ٦١، ٢٠٢٥، ص ١٣٠٨ وما بعدها.
- (^{٧٠}) ينظر قانون حماية المستهلك الاماراتي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ المعدل بقانون رقم ٥ لسنة ٢٠٢٣.
- (^{٧١}) ابراهيم سيد احمد، العقود والشركات التجارية فقها وقضاء، ط ١، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ١٩٩٩، ص ٨٠.
- (^{٧٢}) د. ثروت عبد الحميد، العقود المدنية المسماة، الكتاب الاول، في عقد البيع، دون ناشر، منصورة، دون سنة النشر، ص ١٠٣ وما بعدها.



- (٧٣) تقابلها المادة (٥٥٨) من القانون المدني العراقي فيما يتعلق بضمان العيوب الخفية التي نظمها المشرع في عقد البيع عند وجود عيب في المبيع يحول دون الانتفاع من المبيع، عيب خفي ومؤثر وقديم، لا يمكن اكتشافها بالفحص العادي، حيث يمكن تطبيق قواعده في البيع التخفيضي.
- (٧٤) ينظر المادة (٨) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠.
- (٧٥) ينظر المواد (١٠-١١) من قانون حماية المستهلك الاماراتي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ المعدل بقانون رقم ٥ لسنة ٢٠٢٣.
- (٧٦) ينظر المادة (٥٤٩) من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ بشأن ضمان التعرض والاستحقاق القائم على ضمان البائع ما يعرض للمشتري في المبيع محل البيع فيحول دون الانتفاع به انتفاعا كاملا، سواء كان هذا التعرض صادرة منه او من الغير وسواء كان تعرضا قانونيا او ماديا، اذ يمكن تطبيق احكامه على البيع التخفيضي.
- (٧٧) د. اسماعيل غانم، مذكرات في العقود المسماة - عقد البيع، مكتبة عبدالله وهبه، القاهرة، ١٩٥٨، ص ١٦٩.
- (٧٨) د. محمد حسين منصور، النظرية العامة للالتزام - احكام الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٦، ص ١٣.
- (٧٩) د. محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزام - احكام الالتزام - دراسة مقارنة في القوانين العربية، دار الهدى، الجزائر، دون سنة النشر، ص ٢٢ وما بعدها.
- (٨٠) د. محمد حسين منصور، مصدر سابق، ص ٢٠.
- (٨١) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، مصدر سابق، ص ١٩.
- (٨٢) مريم عبد الامير رشم ياس، مصدر سابق، ص ٨٦.
- (٨٣) د. احمد السعيد الزقرد، احكام الالتزام، جامعة المنصورة، مصر، ٢٠٠٥، ص ١٣ وما بعدها.
- (٨٤) عزيز كاظم جبر الخفاجي، الغبن عيب في الرضا ام ذات العقد، بحث منشور في مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١، ٢٠١٧، ص ٣٧ وما بعدها.
- (٨٥) مريم عبد الامير رشم ياس، مصدر سابق، ص ٨٧.
- (٨٦) للمزيد ينظر: ايناس مكي عبد نصار، خيار الغبن - دراسة مقارنة بين الفقه الاسلامي والقانون المدني العراقي، بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية، كلية التربية - جامعة بابل، العدد ٢، المجلد ١١، ٢٠١٢، ص ١١٩ وما بعدها.
- (٨٧) يلوي عمر راشد المنصوري، حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام - دراسة تحليلية في القانون الاماراتي، رسالة ماجستير، قدمت الى كلية القانون - جامعة الامارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢، ص ٣٢.
- (٨٨) ينظر المادة (١٢٤) من قانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ المعدل.
- (٨٩) د. محمد جواد كاظم السلامي وزهراء جواد كاظم، الغبن الفاحش في القانون الوضعي - دراسة مقارنة في الفقه الاسلامي، بحث منشور في مجلة كلية الكفيل الجامعة، العدد ٤، ٢٠١٤، ص ١٢.
- (٩٠) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، مصدر سابق، ص ٨٧.
- (٩١) عبدالمجيد الحكيم، الموجز في شرح القانون المدني، ج ١، في مصادر الالتزام - مع المقارنة بالفقه الاسلامي، ط ٢، شركة الطبع والنشر الاهلية، بغداد، ١٩٦٣، ص ١٥٥ وما بعدها.
- (٩٢) د. سمير عبد السيد تناغو، مصادر الالتزام، ط ١، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٦٦ وما بعدها.
- (٩٣) عبد الرحمان الشرقاوي، القانون المدني - دراسة حديثة للنظرية العامة للالتزام في ضوء تأثرها بالمفاهيم الجديد للقانون الاقتصادي، ج ١، مصادر الالتزام - التصرف القانوني، دون ناشر، دون مكان النشر، دون سنة النشر، ص ١٦٢ وما بعدها.
- (٩٤) د. محمود عبدالرحيم الديب، الوجيز في مصادر الالتزام، ج ١، دون ناشر، الاسكندرية، ١٩٩٧، ص ٨٩-٩٠.

- (٩٥) عبد الرحمان الشرقاوي، مصدر سابق، ص ١٥٢-١٥٣.
- (٩٦) د. عدنان نجم عبود، عيوب الارادة واثرها في العقد الالكتروني، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، العدد ٤٦، المجلد ٣، ص ٤٤٥.
- (٩٧) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، مصدر سابق، ص ٩١ وما بعدها.
- (٩٨) مريم عبد الامير رشم ياس، التنظيم القانوني للبيع عن طريق التصفية الموسمية - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية القانون - جامعة كربلاء، ٢٠٢١، ص ٩٢-٩٣.

قائمة المصادر والمراجع

اولاً: الكتب القانونية

- (١) ابراهيم سيد احمد، العقود والشركات التجارية فقها وقضاء، ط ١، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ١٩٩٩.
- (٢) د. ابراهيم عبدالعزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية - دراسة تحليلية مقارنة في ضوء نظريتي عقود الاذعان وعقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٤.
- (٣) د. احمد السعيد الزقرد، احكام الالتزام، جامعة المنصورة، مصر، ٢٠٠٥.
- (٤) د. احمد عبد الدائم، شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزام، ج ١، مصادر الالتزام، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، حلب، ٢٠٠٣.
- (٥) د. اسماعيل غانم، مذكرات في العقود المسماة - عقد البيع، مكتبة عبدالله وهبه، القاهرة، ١٩٥٨.
- (٦) د. اشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك - دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، ط ١، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة، ٢٠١٦.
- (٧) د. ثروت عبد الحميد، العقود المدنية المسماة، الكتاب الاول، في عقد البيع، دون ناشر، منصور، دون سنة.
- (٨) حسين عامر وعبدالرحيم عامر، المسؤولية المدنية التقصيرية والعقدية، ط ٢، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٩.
- (٩) د. رضا متولي وهدان، الوجيز في المسؤولية المدنية (الضمان) - دراسة مقارنة في ضوء الفقه الاسلامي، ط ١، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١١.
- (١٠) د. سعيد يحيى، الوجيز في النظام التجاري السعودي، ط ٧، مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، السعودية، ٢٠٠٤.
- (١١) د. سعدون العامري، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية، منشورات مركز البحوث القانونية، بغداد، ١٩٨١.
- (١٢) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط ١٠، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٦.
- (١٣) د. سمير عبد السيد تناغو، مصادر الالتزام، ط ١، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، ٢٠٠٩.



- ١٤) د. سه نكه ر علي رسول، حماية المستهلك واحكامه - دراسة مقارنة، ط١، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١٦.
- ١٥) د. طلبة وهبه خطاب، احكام الالتزام بين الشريعة الاسلامية والقانون - دراسة مقارنة، ط١، دار الفكر العربي، القاهرة، دون سنة النشر.
- ١٦) د. عبدالحى حجازي، النظرية العامة للالتزام، ج٢، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر.
- ١٧) عبدالرحمان الشرقاوي، القانون المدني-دراسة حديثة للنظرية العامة للالتزام في ضوء تأثرها بالمفاهيم الجديد للقانون الاقتصادي، ج١، مصادر الالتزام-التصرف القانوني، دون ناشر، دون مكان النشر، دون سنة النشر.
- ١٨) د. عبدالرزاق احمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، ج١، نظرية الالتزام بوجه عام - مصادر الالتزام، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٣.
- ١٩) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، القانون المدني واحكام الالتزام، ج٢، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، دون سنة النشر.
- ٢٠) د. عبدالمجيد الحكيم وعبدالباقي البكري ومحمد طه البشير، الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، ج١، في مصادر الالتزام، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، ١٩٨٠.
- ٢١) د. عبدالمجيد الحكيم، الموجز في شرح القانون المدني، ج١، في مصادر الالتزام - مع المقارنة بالفقه الاسلامي، ط٢، شركة الطبع والنشر الاهلية، بغداد، ١٩٦٣.
- ٢٢) عصام حنفي محمود، القانون التجاري، ج١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.
- ٢٣) علي يوسف علي المياحي، محاضرات في التسويق والتجارة الالكترونية، جامعة المستقبل، دون مكان النشر، ٢٠٢٤-٢٠٢٥.
- ٢٤) د. محمد انور حامد علي، حماية المنافسة المشروعة في ضوء منع الاحتكار والاغراق - دراسة مقارنة بين الشريعة الاسلامية والقانون الوضعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ٢٥) د. محمد حسين منصور، النظرية العامة للالتزام - احكام الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٦.
- ٢٦) د. محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزام - احكام الالتزام - دراسة مقارنة في القوانين العربية، دار الهدى، الجزائر، دون سنة النشر.
- ٢٧) د. محمد عبد الظاهر حسين، مصادر الالتزام - المصادر الارادية وغير الارادية، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة النشر.
- ٢٨) د. محمود عبدالرحيم الديب، الوجيز في مصادر الالتزام، ج١، دون ناشر، الاسكندرية، ١٩٩٧.
- ٢٩) د. هدى معيوف، حماية حقوق المستهلك، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١٧.
- ٣٠) د. هشام فضلي، الاتجاهات الحديثة في تنظيم العقود التجارية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٣.

ثانياً: المجالات والدوريات

- (١) د. احمد عبدالحسين كاظم الياسري وحسن ضعيف حمود المعموري، الحماية القانونية من المنافسة غير المشروعة - دراسة في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون - جامعة بابل، العدد ٣، السنة ١٢، ٢٠٢٠.
- (٢) د. اسراء خضر العبيدي، المنافسة والممارسات المقيدة لها في ضوء احكام قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠، بحث مقدم الى مؤتمر الكلية الاول، كلية القانون والعلوم السياسية - جامعة ديالى، ٢٠١٠.
- (٣) اميرة محمد اسماعيل عبدالرحمن الفقهي د. محمد محمد ابراهيم ود. يارا محمد عبدالواحد، تأثير الثقة في العلامة التجارية على السلوك الشرائي - دراسة تطبيقية على المستهلك المصري، بحث منشور في المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية، كلية التجارة - جامعة مدينة السادات، المجلد ١٦، العدد ٣، ٢٠٢٤.
- (٤) امينة بن مصطفى، حماية القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري بين الاقتضاء والقانون، بحث منشور في مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق - جامعة بنها، مصر، المجلد ٧، العدد ٢، ٢٠٢٣.
- (٥) ايناس مكي عبد نصار، خيار الغبن - دراسة مقارنة بين الفقه الاسلامي والقانون المدني العراقي، بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية، كلية التربية - جامعة بابل، العدد ٢، المجلد ١١، ٢٠١٢.
- (٦) د. باسم علوان طعمة العقابي ومريم عبد الامير رشم، واجبات التاجر في البيع بالتصفية الموسمية - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، المجلد ١٣، العدد ٤٤، ٢٠٢٣.
- (٧) بشاير عبدالله السماري وعواطف زرارة، جوانب حماية المستهلك من اشكال الاعلان المضلل - دراسة تحليلية في احكام القانون الاتحادي رقم ١٥ لسنة ٢٠٢٠ في شان حماية المستهلك، بحث منشور في مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، جامعة باقة ١ الحاج لخضر - الجزائر، المجلد ٨، العدد ٣، ٢٠٢١.
- (٨) حنان بلخيري، التعسف في تخفيض الاسعار، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة عبدالرحمن ميرة بجاية، الجزائر، المجلد ١٤، العدد ٢، ٢٠١٦.
- (٩) حيدر زهير كاظم الجابري د. برويز باقر، حق مستهلكي البضائع في العقود الالكترونية في التعويض وفق القانون العراقي والايراني، بحث منشور في مجلة الكوفة، كلية القانون - جامعة الكوفة، العدد ٦١، ٢٠٢٥.
- (١٠) دليلة بعوش، المفهوم القانوني للتعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، بحث منشور في مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، مخبر العقود وقانون الاعمال - كلية الحقوق - جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة - الجزائر، العدد ١، ٢٠١٦.



- (١١) د. ذكري محمد حسين وبهاء عبدالحسين مجيد، الحوافز التجارية المقدمة من التاجر - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون - جامعة بابل، العدد ١، السنة ٨، ٢٠١٦.
- (١٢) راشد كاظم محمد الحداد، التعويض في المسؤولية التقصيرية، بحث منشور في مجلة الكوفة، العدد ٨، المجلد ١، ٢٠١٠.
- (١٣) رافد فاضل مراد، اثر القدرات التكنولوجية في تحسين جودة المنتجات - دراسة استطلاعية في معمل الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف، رسالة ماجستير، قدمت الى كلية الادارة والاقتصاد - جامعة كربلاء، ٢٠١٧.
- (١٤) ريمة بن بايرة، دراسة اثر الجودة على تكاليف المنتج - نموذج مقترح لمؤسسة صناعية "الشركة العامة للإسمنت العراقي" معمل اسمنت كركوك، بحث منشور في مجلة الابحاث الاقتصادية - جامعة البليدة، المجلد ٢، العدد ١٤، ٢٠١٦.
- (١٥) سامح عبدالواحد التهامي، ضمان الضرر الذي يصيب مستهلك الدواء المستمد من مصادر طبيعية - دراسة في القانون الاماراتي، بحث منشور في مجلة الدراسات لعلوم الشريعة والقانون، الجامعة الاردنية، المجلد ٤٣، العدد ٤، ٢٠١٦.
- (١٦) د. شذى كامل نعمة، اساءة استغلال المركز المسيطر في السوق المعنية، بحث منشور في مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون - جامعة كربلاء، السنة ٦، العدد ٣، ٢٠١٤.
- (١٧) د. شيروان هادي اسماعيل، التنظيم القانوني لتخفيض الاسعار - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة القانون والسياسة، العدد ٢٠، السنة ٤، ٢٠١٦، مطبعة جامعة صلاح الدين، اربيل.
- (١٨) د. عدنان نجم عبود، عيوب الارادة واثرها في العقد الالكتروني، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، العدد ٤٦، المجلد ٣.
- (١٩) عزيز كاظم جبر الخفاجي، الغبن عيب في الرضا ام ذات العقد، بحث منشور في مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١، ٢٠١٧.
- (٢٠) فاضل مهدي سرهيد، موانع المسؤولية عن التعويض المجر للضرر، بحث منشور في مجلة القرار للبحوث العلمية المحكمة، العدد ٤، المجلد ٥، السنة ٢، ٢٠٢٥.
- (٢١) فريد كركادن، الاتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري - دراسة مقارنة، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة بجاية، الجزائر، المجلد ١٧، العدد ١، ٢٠١٨.
- (٢٢) قاسم عواد نايف ذياب الدليمي ود. وليد خضر كافي فرج الله، الجزاءات المقررة للجرائم الواقعة على حقوق المستهلك، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية، بغداد، العدد ٦١، المجلد ٣.

- (٢٣) د. محمد ابراهيم الشافعي، النظام القانوني لحماية المنافسة في القانون الاماراتي - مع الاشارة الى بعض التشريعات المقارنة، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية القانون - جامعة المستنصرية، المجلد ٤٠، العدد ٣، ٢٠١٦.
- (٢٤) د. محمد جواد كاظم السلامي وزهراء جواد كاظم، الغبن الفاحش في القانون الوضعي - دراسة مقارنة في الفقه الاسلامي، بحث منشور في مجلة كلية الكفيل الجامعة، العدد ٤، ٢٠١٤.
- (٢٥) د. مهدي ابراهيم علي، اثر العادات التجارية في مشروعية حق المنافسة - دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة الرافدين للحقوق، جامعة الموصل - كلية الحقوق، المجلد ١٥، العدد ٥٥، السنة ١٧.
- (٢٦) نادية ياس البياتي، مدى اشتراط الخطأ في المسؤولية التقصيرية في التشريع الاماراتي - دراسة مقارنة، بحث منشور في المجلة الاكاديمية العالمية للدراسات القانونية، الراية الالكترونية الدولية - الاردن، المجلد ٢، العدد ٢، ٢٠٢٠.
- (٢٧) د. ندى كاظم المولي، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون - جامعة بغداد، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠٠٥.
- (٢٨) د. نعيم جميل صالح سلامة، الاطار القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية - دراسة تحليلية في ظل التشريعات السارية في فلسطين، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية، كلية القانون - جامعة بغداد، العدد ٢، ٢٠١٩.

رابعاً: الرسائل والاطاريح

- (١) احمد غازي ريشان، شروط الضرر القابل للتعويض وانواعه، رسالة دبلوم العالي، مجلس القضاء الاعلى - المعهد القضائي، العراق، ٢٠٢٤.
- (٢) بختخوة صابر سعيد، احكام التعويض في الدعوى الجزائية - دراسة تحليلية تطبيقية، بحث ترقية القضاة، مجلس القضاء الاعلى، اربيل، ٢٠٢٤.
- (٣) سazan علاء الدين عمر، واقع السوق المالي في اقليم كردستان - العراق وعلاقته بالاستثمار - دراسة استطلاعية تحليلية، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية الادارة والاقتصاد - جامعة السليمانية، ٢٠١٩.
- (٤) مريم عبد الامير رشم ياس، التنظيم القانوني للبيع عن طريق التصفية الموسمية - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية القانون - جامعة كربلاء، ٢٠٢١.
- (٥) ميساء احمد محمد ابو الرب، الاطار القانوني للبيع بخسارة في القانون الفلسطيني - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، تقدمت بها الى كلية الدراسات العليا - الجامعة العربية الامريكية، فلسطين، ٢٠١٩.
- (٦) يلوي عمر راشد المنصوري، حماية المستهلك في ضوء الالتزام قبل التعاقد بالإعلام - دراسة تحليلية في القانون الاماراتي، رسالة ماجستير، قدمت الى كلية القانون - جامعة الامارات العربية المتحدة، ٢٠٢٢.



خامسا: التشريعات

- (١) قانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١.
- (٢) قانون المعاملات المدنية الاماراتي رقم (٥) لسنة ١٩٨٥.
- (٣) قانون رقم ٤٠ لسنة ١٩٩٨ يتعلق بطريق البيع والاشهار التجاري التونسي.
- (٤) قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.
- (٥) قانون التجارة القطري رقم ٢٧ لسنة ٢٠٠٦.
- (٦) قانون المنافسة والامتنع الاحتكار العراقي رقم ١٤ لسنة ٢٠١٠.
- (٧) قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠.
- (٨) قانون حماية المستهلك المعدل بالقانون الاتحادي الاماراتي رقم ٧ لسنة ٢٠١١.
- (٩) قانون المنافسة ومنع الاحتكار في اقليم كردستان - العراق رقم ٣ لسنة ٢٠١٣.
- (١٠) القانون الاتحادي رقم ٦ لسنة ٢٠١٦ بشأن البيع بالأسعار المنخفضة الاماراتي.
- (١١) قرار وزير التجارة الداخلية وحماية المستهلك السوري رقم ٤٥٩ لسنة ٢٠١٦.
- (١٢) قرار مجلس الوزراء الاماراتي رقم (٦٦) لسنة ٢٠٢٣ بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم (١٥) لسنة ٢٠٢٠ في شأن حماية المستهلك الاماراتي.

سادسا: المراجع باللغات الاجنبية

- 1) Michelle klotz, the dangers of discounting and what you shuold be diyng instead, article published on the website(inside be), on the electrnic link; insidebe-com.translate.goog.