جامعـة عمــار ثليجي الأغـــواط

كليــة الحقوق والعلــوم السياسيـــة

قسم الحقـــــوق

# المتجر الإلكتروني

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية.

إعداد الطالبين:

- لشخم محمد أنيس.
- روقاب أحمد.

لجنة المناقشة:

الدكتورة: .....عكاكة فاطمة الزهراء..... رئيسا.

الدكتور: .....بطيمي حسين..... مشرفا.

الدكتور: .....بوزيد التجاني ..... عضوا مناقشا.

السنة الجامعية: 2020/2019.

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى:

{ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطأنا}

صدق الله العظيم

سورة البقرة: الآية 286.

# التشكرات

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير – بعد شكرنا لله عز وجل وحمده- للدكتور "بطيمي حسين"، الذي رافقنا بتوجيهاته طيلة المدة التي استغرقناها لإتمام هذه الدراسة.

كما نتوجه بالشكر إلى كل الأساتذة الذين أعانونا وشجعونا أثناء مشوارنا الدراسي.

كما لا يفوتنا في هذا المقام، أن نوجه عبارات الشكر والتقدير إلى الأساتذة المناقشين الذين قبلوا بمناقشة دراستنا المتواضعة هذه.

# إهداء

الحمد **لله** الذي تواضع لقدرته كل شيء والحمد لله الذي إستسلم لعظمته كل شيء والحمد لله الذي ذل لعزته كل شيء والحمد لله الذي خضع لملكه كل شيء، ربنا آمنا إنك انت السميع العليم.

أهدي ثمرة جهدي إلى نبع الحنان وإلى بلسم الشفاه وإلى القلب الأبيض "**أمي**" صاحبة القلب الطاهر والنفس الطيبة التي أفنت شبابها وعمرها من أجل إهدائي حياة أفضل والتي أطفئت شمعتها من أجل إنارة دربي، **أمي** التي لا يمكن أن أرد لك ربع ما قدمتي لي، أنت المعنى الحقيقي لحب خالص دون مقابل، إلى من قيل فيهما أعز من قال: (وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالولدين إحسانا).

أمي وأبي العزيزين حفظهما الله ورعاهما وإلى أفراد العائلة

إلى زوجتي الغالية وسندي في الحياة

إلى والدي الثاني وقدوتي في الحياة ***نذير سحلاوي*** كنت دوما شعارا للهيبة والوقار وجناحا يظلل عليا

طيب الله ثراك

وإلى من أناروا لي طريق النجاح من شاركوني الأحزان والأفراح

إلى كل من جمعتني بهم مقاعد الدراسة وكل من وسعهم قلبي ولم يدونهم

قلمي ولم تسمعهم ورقتي.

لشخم محمد أنيس.

# إهداء

الحمد **لله** الذي تواضع لقدرته كل شيء والحمد لله الذي إستسلم لعظمته كل شيء والحمد لله الذي ذل لعزته كل شيء والحمد لله الذي خضع لملكه كل شيء، ربنا آمنا إنك انت السميع العليم.

أهدي ثمرة جهدي إلى سيد الخلق وحبيب الخلق خاتم الأنبياء والمرسلين محمد صلى الله عليه وسلم

إلى منبع الوفاء الدائم والمحبة والصفاء الذي لازمه العناء والشقاء إلى من قيل فيهما أعز من قال:

(وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالولدين إحسانا).

أمي وأبي العزيزين حفظهما الله ورعاهما وإلى أفراد العائلة

وإلى من أناروا لي طريق النجاح من شاركوني الأحزان والأفراح

إلى كل من جمعتني بهم مقاعد الدراسة وكل من وسعهم قلبي ولم يدونهم

قلمي ولم تسمعهم ورقتي.

**روقاب أحمد.**

# مقدمة

يشهد هذا العصر ثورة معلوماتية هائلة وما يصحبها من تطورات في شبكة الاتصالات الرقمية، فأحدثت هذه التكنولوجيا تطورا كثيرا فقربت المكان واختصرت الزمان، وألغت الحواجز الجغرافية بين الدول، وما نتج عن هذه الثورة المعلوماتية شبكة اتصال عالمية يتم بموجبها تبادل المعلومات بين المتعاملين الاقتصاديين عبر شبكة الانترنت، وتطورت هذه الشبكة لتصبح شبكة اتصال دولية، وبعدها تم توجيه وجعل هذه التقنية نقطة تواصل وتلاقي الملايين من التجار والمستهلكين الذين يمتلكون هذه التقنية من أجل ترويج، السلع والخدمات بسهولة عبر المتجر الإلكتروني.

فموضوع المتجر الإلكتروني يعد اليوم من أكثر الموضوعات إثارة للجدل القانوني، وذلك من خلال أهمية المتجر الإلكتروني والتجارة الإلكترونية ككل، وهذا كونها آخر التطورات لموضوعات تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر، وهي جزء من منظومة الإنترنت المتطورة، التي تسعى إلى تسهيل الأعمال، وما تميز به المتجر الإلكتروني أنه يقوم بتوفير الوقت الكامل والجهد، وتوسيع الأسواق المحلية والدولية وقلة التكلفة والسرعة، والابتعاد عن الدعامة الورقية، فلقد برزت العديد من المحاولات القانونية على الصعيد الفقهي والقضائي والتشريعي للوقوف على هذا التعامل مع وضع الضوابط التي أولت به المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية.

زمن خلال ما سبق يتمثل موضوع مذكرتنا في المتجر الإلكتروني، والتي يتم عبر شبكة الانترنت بين التجار والمستهلكين، لذا سنحاول بيان ماهية التجارة الإلكترونية وتمييزها عن التجار والتقليدية، وتبين أشكال التجارة الإلكترونية وخصائصها، وبيان إبرام عقود التجارة الإلكترونية، واختصاصات منازعات التجارة الإلكترونية.

كما أن أهمية موضوع البحث تتمحور في ظهور التعامل بالوسائل التي أفرزها التطور التكنولوجي في مجال إبرام العقود الالكترونية حيث اتسعت وانتشرت هذه المعاملات عبر دول العالم العربي والغربي وأصبحت هذه المعاملات أمر ضروري وفعال مما استدعى مسايرة هذه الظاهرة الحديثة، وتتجلى دراسة الموضوع على أنه من المواضيع حديثة الساعة على الساحة القانونية والقضائية والفقهية والتشريعية فهي تهدف إلى بيان القواعد التي تحكم المتجر

الإلكتروني من خلال تحديد الطبيعة القانونية للمتجر الإلكتروني والقانون الواجب تطبيقه عليه، وكذا مدى إمكانية تطبيق القواعد المتصلة بالمتجر التقليدي على المتجر الإلكتروني.

وعليه تكمن أسباب إختيار الموضوع لأنه نظرا لإنتشار فيروس كورونا المستجد، مما ألزم الناس على إلتزام منازلهم وعدم الخروج إلا للضرورة القصوى، ظهرت المعاملات الإلكترونية والمتاجر إلكترونية وظهرت معها أهميتها البالغة وحداثتها إذ أصبحت حاجة ملحة تتطلب دراسات قانونية حول هذا الموضوع المستجد في القانون لمدى استجابة لمعطيات المعلومات في التجارة والمعاملات، وكذلك أن هذا الموضوع موضوع الساعة في التشريعات العربية والدولية.

وفي طريقنا لإنجاز هاته الدراسة واجهتنا بعض الصعوبات بسبب قلة المصادر والمراجع المتخصصة في الموضوع على الرغم من توفير المراجع العامة، وأيضا عدم وجود أحكام وقرارات قضائية يمكن الاستئناس بها في دراسة الموضوع، وكما لا ننسى إنتشار وباء فيروس كورونا مما أوجب علينا البقاء في المنزل، وغلق الجامعات والمكتبات الجامعية مما أثر سلبا على الإحاطة بجميع الجوانب القانونية.

ومما سبق نطرح الإشكالية التالية:

ما هي الطبيعة القانونية للمتجر الإلكتروني؟

ماهي الشروط الواجب توافرها في عقود التجارة الالكترونية؟

وهل يمكن بيع أو حجز المتجر الإلكتروني ضمانا لدين ما؟

فيما تتمثل الإختصاصات القضائية والتشريعية في نزاعات التجارة الإلكترونية؟

وأما بخصوص المنهج المتبع فتم إنجاز هذه الدراسة وفقا للمنهج التحليلي الوصفي الذي ميز هذا الموضوع وذلك من خلال عرض وتحليل النصوص القانونية الوطنية للدول الأجنبية والعربية.

وبغية الإجابة على إشكالية هاته الدراسة، تم تقسيمها إلى فصلين خصص **الفصل الأول** للتطرق إلى ماهية المتجر الإلكتروني ويشتمل على مبحثين إثنين، **فالمبحث الأول** تم التعرض فيه مفهوم التجارة الإلكترونية، فيما خصص **المبحث الثاني** لخصائص ومميزات المتجر الإلكتروني وأهم الإختلافات، أما **الفصل الثاني** والذي تطرقنا فيه الإطار القانوني للمتجر الإلكتروني ضمن مبحثين إثنين، حيث خصص **المبحث الأول** للتنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني أما **المبحث الثاني** فتناولنا من خلاله منازعات التجارة الإلكترونية.

# الفصل الأول

# ماهية المتجر الإلكتروني

## المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

إن موضوع التجارة الإلكترونية من بين المواضيع الأكثر رواجا في عصرنا الحالي لأهميتها البالغة في حياة المتعاملين الإقتصاديين على المستوى الوطني والدولي، مما جذب الباحثين والمهتمين إلى توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية وتبيان أشكالها، وهذا ما سأتطرق له في هذا المبحث إذ سأعرج إلى نشأة ومجالات التجارة الإلكترونية في **المطلب الأول** وإلى تعريف التجارة الإلكترونية في **المطلب الثاني**.

### المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية بدأت عبر العديد من المراحل والعقبات التاريخية لتصل إلى ماهي عليه اليوم غير أن هذه الأخيرة تكون علاقتها وتنظيمها بين المؤسسات والمستهلكين، مما يستدعي أن أجزئ هذا المطلب إلى فرعين تناول في **الفرع الأول** نشأة التجارة الإلكترونية وفي **الفرع الثاني** تتناول مجالات التجارة الإلكترونية.

#### الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية.

تعود أصول التجارة الإلكترونية إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبعدها إنتشرت في أنحاء العالم، كما بدأت الأنترنت من أمريكا وإنتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء المعمورة، وإن هذه الأخيرة لم تظهر فجأة بل كانت وليدة المراحل المختلفة التي مرت بها ثورة الإتصالات والمعلومات والنمو الطبيعي لإستخدام الشبكات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات العالمية المتوفرة في العالم وخصوصا شبكة الإنترنت[1]، فلقد ادى تطور تكنولوجيا المعلومات إلى إحداث تغيرات جوهرية في البنية الإقتصادية في دول العالم الصناعية، مما نتج عن هذا التطور نموذج إقتصادي لمعلومات، فبدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في فرنسا في السبعينيات من القرن الماضي، إلاّ أن الفرنسيين لم يعملوا على تطويرها للإستعمال الدولي، كما أخذت الحكومة

[1] خالد محمدوح أبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2006، ص21.

الأمريكية على عاتقها ومنذ ثلاثين عاما مهمة قيادة البحث العلمي لتنمية البنية التحتية وتطويرها من أجل إقامة نظام المتاجرة الإلكترونية.[1]

وفي بداية التسعينات كانت التجارة الإلكترونية على نظام واسع من التكنولوجيا لتبادل المعلومات إلكترونيا سميت "EDC" وهذا اختصارا لعبارة Electronic data inter change وذلك لتسهيل عملية الإتصال بين أطراف المبادلة التجارية وإختزال العمليات الورقية، وكذلك إختصار عدد الأفراد المتعاملين، نحو ثلث العدد من الشركات والمؤسسات المالية إلى التجارة الإلكترونية، عن طريق إرسال البريد الإلكتروني وشبكة الأنترنت والعمليات التي تتم على الشبكة العنكبوتية.[2]

### أولا/ لجنة الأونسيترال (UNICITRAL):

أنشأت الجمعية العامة لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسيترال) في عام 1966 المؤرخ 17 كانون الأول (ديسمبر 1966)، ولدى انشاء اللجنة، سلمت الجمعية العامة بأن التفاوت في القوانين الوطنية التي تنظم التجارة الدولية تضع عوائق أمام تدفق التجارة، واعتبرت أن اللجنة هي الوسيلة التي تستطيع بها الأمم المتحدة، القيام بدور أنشط في تقليل هذه العوائق وإزالتها، منحت الجمعية العامة اللجنة الولاية العامة لتعزيز المواءمة والتوحيد التدريجيين لقانون التجارة الدولية، وأصبحت اللجنة منذ إنشائها الهيئة القانونية الأساسية بمنظومة الأمم المتحدة في مجال القانون التجاري الدولي، وتتكون اللجنة من ستين دولة عضوا تنتخبها الجمعية العامة، وقد نظمت العضوية بحيث نكون ممثلة للأقاليم الجغرافية المختلفة في العالم ونظمه الاقتصادية والقانونية الرئيسية وينتخب أعضاء اللجنة لفترة ولاية مدتها ست سنوات، وتنتهي فترة ولاية نصف الأعضاء كل ثلاث سنوات.[3]

وقد حققت الأونسيترال العديد من الانجازات في هذا الميدان، أبرزها ابرام عدد من الاتفاقيات الدولية اشهرها اتفاقية فينا للبيع الدولية لعام 1980، والاتفاقيات الخاصة بالتحكيم

---

[1] هبة ثامر محمود، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2011، ص 29.

[2] عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2006، ص 33.

[3] الموقع الرسمي للأونسيترال، أنظر: http://www.uncitral.org/uncitral/ar/about/origin.html

التجاري الدولي وغيرها، وانطلاقا من إدراك الأونسيترال، أن التجارة الإلكترونية تختلف عن غيرها، في حاجتها إلى قواعد موحدة عالميا منذ البداية، فقد كانت الأونسيترال الأكثر وعيا لأهمية توحيد القواعد القانونية الناظمة للتجارة الالكترونية، ويسجل لها الريادة في التعامل مع هذا الهدف، ففي عام 1996، واستنادا الى دراسات شاملة – بدأ بعضها منذ عام 1985 – لواقع النظم القانونية ومواقفها من مسائل التعاقد عن بعد ومشكلات الاثبات في القوانين الوطنية، أطلقت الأونسيترال القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية مع دليل التشريع بقرار الجمعية العامة رقم 162/51 في 16 ديسمبر 1996، وهو يتكون من 17 مادة وينقسم إلى جزءين يحتوي الجزء الأول منه على مواد عن التجارة الإلكترونية عموما والجزء الثاني على التجارة الإلكترونية في مجالات معينة.

كما أن تحليل محتوى القانون النموذجي يظهر أن الأونسيترال تسعى الى إيجاد توازن بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، وتحديدا فيما يتعلق بأنشطة التحويل النقدي عبر الشبكات والتعاقد باستخدام وسائل التقنية، ويعالج القانون موضوع العقود وإبرامها ومسائل التواقيع الالكترونية ومعايير الأمن والحماية اللازمة للبيانات الشخصية وغيرها من الموضوعات، ويتعين الاشارة في هذا المقام أن قانون الأونسيترال النموذجي لم يتعرض لعدد من مسائل التجارة الإلكترونية، لما تثيره من تناقضات، بخصوص المعايير المتعين اعتمادها، كمسائل الاختصاص القضائي والملكية الفكرية وامن التعامل التجاري الإلكتروني وغيرها، إضافة إلى صياغة المفاهيم القانونية، المتعلقة بعدم التمييز والحياد التكنولوجي والتكافؤ الوظيفي حدد القانون النموذجي قواعد بشأن إنشاء وصحة العقود المبرمة بوسائل إلكترونية وبشأن إسناد رسائل البيانات والإقرار باستلامها و تحديد وقت ومكان إرسالها وتلقيها.[1]

وتجدر الإشارة إلى أن بعض أحكام القانون النموذجي قد غلت باتفاقية الخطابات الإلكترونية في ضوء الممارسات الأخيرة في مجال التجارة الإلكترونية، وعلاوة على ذلك، استكمل الجزء الثاني من القانون النموذجي، الذي يعالج موضوع التجارة الإلكترونية فيما يتصل

[1] قراءة في الأحكام الرئيسية للقانون النموذجي للتجارة الالكترونية والمادة 5 مكرر بصيغتها المعتمدة 1998 على الموقع:
http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/1996M odel.html

بنقل البضائع، بنصوص تشريعية أخرى، شملت اتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة بعقود النقل الدولي للبضائع عن طريق البحر كليا أو جزئيا ("قواعد روتردام).

وقد استمر تأطير لجنة الأونسيترال للتجارة الإلكترونية، حيث أصدرت عدة قوانين، منها اتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية سنة 2005.[1]

تستند اتفاقية الخطابات الإلكترونية إلى صكوك وضعتها اللجنة في السابق، وخصوصا قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية وقانون الأونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، ويرى الكثيرون أن هذه الصكوك نصوص تشريعية معيارية تحدد المبادئ الأساسية الثلاثة لتشريعات التجارة الإلكترونية التي تتضمنها الإتفاقية، ألا وهي عدم التمييز والحياد التكنولوجي والتكافئ الوظيفي.

**الفرع الثاني: مجالات التجارة الإلكترونية.**

تعد التجارة الالكترونية مجالا واسعا يشمل كل نشاط أو تعامل تجاري بين أطراف متعددة عبر الوسائل الالكترونية وأهمها شبكة الانترنيت، وعليه يمكن تقسيم التجارة الالكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كالأتي:

**أولا/ التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية:**

وهي تتضمن تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض، وهو غالبا ما يتم على المستوى الدولي في عمليات التصدير والاستيراد، ويعد هذا النوع من أقدم أنواع التجارة الالكترونية، حيث يتم فيه استخدام شبكة الانترنيت من خلال تقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسليم الفواتير، حيث تقوم وحدة الأعمال بتقديم طلبات الشراء إلى وحدة الأعمال الأخرى وبعد ذلك يتم تبادل البيانات والمعلومات حتى يتم التوصيل إلى اتفاق بينهما، وعندئذ يستطيع الطرفان إبرام عقد الكتروني لتوريد السلع والخدمات وتسليم

[1] تفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية سنة 2005
http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/2005Co nvention.h

الفواتير، ولسديد الدفعات الكترونية، أما التسليم فقد يكون الكترونيا أو ماديا حسب الاتفاق أو حسب طبيعة السلع والخدمات.

كما أن هذا النوع من التجارة الالكترونية تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل للمعلومات في مساحة سوقية الكترونية بين الشركات التجارية، ويشكل هذا النوع من المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال أغلب معاملات التجارة الالكترونية حيث تستحوذ على ما يقارب 80% من إجمالي حجم التجارة الالكترونية في العالم.[1]

**ثانيا/ التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك:**

هذا النوع من التجارة الالكترونية يتم فيه التعامل من بيع وشراء بين المؤسسات التجارية والأفراد أو المستهلكين، ويشمل هذا السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين عبر شبكة الإنترنت، ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الانترنيت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلا ثم بعد ذلك يحصل على السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم الكترونيا وبالرغم من أن هذا المجال من التجارة الالكترونية لا يزال محدودا مقارنة بالتجارة الالكترونية بين مؤسسات الأعمال التجارية إلا أن الاهتمام والخطط الإستراتيجية للشركات التجارية تتجه نحو الاستفادة من قطاع الأفراد والمستهلكين، سيما وأن الشركات الكبيرة ذات السمعة التجارية الحسنة تستطيع أن تكسب التعامل الالكتروني على مستوى الأفراد في كافة أنحاء العالم.[2]

**ثالثا/ التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية وحكومية:**

وهي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة شبكة الانترنيت، وهي

[1] بن حليمة ليلى، عشور سليم، خصوصية التحكيم الإلكتروني في حل منازعات التجارة الالكترونية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 4، العدد 01، 2019، ص 188

[2] المرجع نفسه، ص 189.

تشمل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنيت بحيث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء المعاملة الكترونيا.

كما أنها قد تتمثل تنفيذ بعض المعاملات المالية أيضا بصورة الكترونية مثل دفع الضرائب أو تسديد رسوم إحدى الخدمات الحكومية باستخدام شبكة الانترنيت.[1]

**رابعا/ التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك:**

وهنا يكون التعامل التجاري الالكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مسهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الانترنيت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للأخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد.[2]

## المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية.

يصعب وضع تعريف دقيق لمصطلح التجارة الإلكترونية مما نال جانب من الإهتمام لدى الباحثين والمهتمين، وسأتعرض إلى هذه التعريفات بالتفصيل في الفروع كالتالي:

### الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية.

**أولا/ حسب منظمة الأمم المتحدة:**

عرفت التجارة الإلكترونية على أنها نقل المعلومات إلكترونيا من حاسوب إلى آخر، باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات ف أرت اللجنة أن التعريف يعطي كل إستعمال المعلومات إلكترونيا في التجارة والتي يمكن أن يطلق عليها التجارة الإلكترونية.[3]

[1] بن حليمة ليلى، المرجع السابق، ص 189

[2] المرجع نفسه

[3] فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشوارت الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010، ص24.

**ثانيا/ حسب منظمة التجارة العالمية:**

يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات الإنتاج والتوزيع والترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونيا (الكتب، القطع الموسيقية، الأدوات الإلكترونية...).

وتأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية وهي:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عملية تسليم المشتريات. [1]

**ثالثا/ حسب المنظمات الدولية الأخرى:**

عرفت التجارة الإلكترونية على أنها "كل أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها للمشتري من خلال وسائط إلكترونية، وما يتبين من هذا التعريف إنه لا يحصر التجارة الإلكترونية في عملية شراء منتج ما، بل تتسع لتشمل اية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الأنترنت أو غيرها من وسائط الإتصال الإلكتروني.[2]

**الفرع الثاني: تعريف التجارة الالكترونية في التشريعات الدولية.**

**أولا/ التعريف الفرنسي:**

عرف القانون الفرنسي التجارة الإلكترونية على أنها تشمل مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض، أو بين المشروعات والمؤسسات الإدارية مما أصدر المشرع الفرنسي القانون 200/230 في شأن قانون الإثبات المتعلق

[1] بوباكور فارس، بومايلة سعاد، أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمانت، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، مارس 2004، ص 205.

[2] هبة ثامر محمود، مرجع سابق، ص53.

بالتوقيع الإلكتروني فبين هذا القانون على أنها تشمل الأنشطة البنكية باعتبارها أنها تساهم في إبرام المعاملات التجارية عن طريق أنظمة الدفع الإلكتروني.[1]

**ثانيا/ التعريف الإيطالي:**

يرى القانون الإيطالي على أن التجارة الإلكترونية تختلف عن البيع عن بعد إلا أنه صدرت عدة قوانين من طرف البرلمان والمجلس الأوربي سنة 1999 رقم 97/07 فيما يتعلق بحماية المستهلك في مجال العقود عن بعد، وإعتبر أن المستهلك يساهم في إعداد عقد البيع عن طريق بحثه عن الكتالوجات الخاصة بالمبيع واستجابته لدعوة التجارة للتعاقد.[2]

**ثالثا/ تعريف لكسمبورغ:**

عرفت التجارة الإلكترونية بأنها إستعمال لوسيلة من وسائل الإتصال الإلكترونية لتجارة السلع والخدمات باستثناء العقود المبرمة بطريقة إتصال تليفوني شفهي، أو باستخدام التصوير، وما يلاحظ أن هذا التعريف أبسط التجارة الإلكترونية لتشمل تجارة السلع والخدمات، وأنشئ كذلك العقود التي تبرم بطريقة المكالمة الهاتفية شفاهية، وذلك لعدم وجود دليل ثبوتي على تمامها.[3]

**رابعا/ التعريف تونسي:**

عرف القانون التونسي للمبادلات التجارية والإلكترونية لسنة 2000 في الفصل الثاني من الباب الأول على أنها "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية، وعرف المبادلات الإلكترونية في الفصل نفسه على أنها" المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية.[4]

---

[1] خالد محمدوح أبراهيم، مرجع سابق، ص81.

[2] عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص33.

[3] المرجع السابق، ص32.

[4] هبة تامر محمود، مرجع سابق، ص 57.

**خامسا/ التعريف مصري:**

لقد عرفت التجارة الإلكترونية في القانون المصري بأنها "معاملة تجارية تتم عن طريق وسيط إلكتروني وما يتضح من هذا التعريف على أنه تتم هذه التجارة الإلكترونية بوجود وسيط والذي هو الإنترنت وطرفي العقد.[1]

**الفرع الثالث: تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري.**

عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنها "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني، باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الإتصالات الإلكترونية.[2]

[1] فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص33.

[2] القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1430، الموافق ل10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية المادة 06، الجريدة الرسمية العدد28.

## المبحث الثاني: خصائص ومميزات المتجر الإلكتروني وأهم الإختلافات.

تتميز المتاجر الإلكترونية بالعديد من الخصائص والمميزات التي تميزها عن المتاجر التقليدية، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى أهم الخصائص والمميزات للمتجر الإلكتروني في المطلب الأول، كما سنعرج على أهم الإختلافات بين المتجر الإلكتروني والمتجر التقليدي في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: خصائص ومميزات المتجر الإلكتروني.

نظرا لتعدد تعريفات التجارة الإلكترونية وإختلافها من تشريع إلى آخر إلا أنه هناك خصائص ومميزات تميز المتجر الإلكتروني عن المتاجر التقليدية وهو ما سنتناوله في هذا المطلب من خلال توضيح خصائص المتجر الإلكتروني في الفرع الأول ومميزاته في الفرع الثاني على النحو التالي.

#### الفرع الأول: خصائص المتاجر الإلكترونية.

تتميز المتاجر الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المتاجر التقليدية سنتطرق إلى ذكر أهم هذه الخصائص كالتالي:

**أولا/ وجود وسيط إلكتروني:** إن الوسيط في المتجر الإلكتروني هو جهاز الحاسوب" Ordinateur" الذي غالبا ما يكون المتصل بشبكة الإنترنت "Internet " ويستعمل من أجل تنفيذ أجزاء أو إستجابة لإجراء يقصد إنشاء أو إرسال أو تسليم رسالة معلومات دون تدخل شخص الموجود لدى كل من طرف العقد، حيث يقوم كل من الأطراف المتعاقدة بالتعبير عن الإرادة لكل المتعاقدين في الوقت نفسه على الرغم من بعد المسافة.[1]

**ثانيا/ عدم الإعتماد على الوثائق الورقية:** من الخصائص التي تميز المتجر الإلكتروني هو أن كافة المعاملات والعمليات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون إستخدام أي ورق في إجراء وتنفيذ المعاملات، وبالتالي تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح

[1] هبة ثامر محمود، المرجع السابق، ص 62.

لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما، ولذلك فالهدف هو خلق مجتمع المعاملات اللاورقية، أي إحلال دعائم إلكترونية محل الدعائم الورقية.[1]

**ثالثا/ صعوبة تحديد هوية المتعاقدين:** تعمل شبكة الأنترنت للمنشآت التجارية على إدارة معاملاتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء، ولكن قد يترتب على هذا الإنفصال المكاني بين أطراف المعاملات الإلكترونية عدم معرفة كافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض، كما هو الحال في المعاملات التجارية التقليدية، فقد لا يعرف أي منهما درجة يسار الأخر أو مركزه المالي وعما إذا بلغ من الرشد أم ناقص الأهلية.[2]

**رابعا/ السرعة في إنجاز الصفقات التجارية:** تساهم المتاجر الإلكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة، إذ تتم الصفقات التجارية إبتداءا من مرحلة التفاوض وإبرام العقود وحتى الدفع الإلكتروني وإنهاءها بتسليم المنتجات والخدمات، دون حاجة إنتقال الطرفين والتقائهما في مكان معين وفي ذلك توفير للوقت والجهد والمال.[3]

**خامسا/ إتساع مجال العلاقات التجارية:** تتضمن المتاجر الإلكترونية التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بحيث يستطيع أحد أطراف المعاملة من إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لانهائي من المستقبلين في نفس الوقت ودون حاجة لإعادة إرسالها كل مرة وفي هذا توفر شبكة الإنترنت إمكانية بلا حدود للتفاعل الجماعي بين الأفراد وهي شيء غير مسبوق في أنه أداة تفاعلية سابقة.[4]

**سادسا/ الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية:** لا تعرف التجارة الإلكترونية الحدود المكانية أو الجغرافية، بمعنى أي نشاط تجاري يقوم بتقديم سلع أو خدمات على الإنترنت لن يكون بحاجة إلى الذهاب إلى منطقة ما، فبمجرد إنشاء موقع جغرافي من قبل أي شركة إنترنت

---

[1] فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص 40.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 43.

[3] المرجع نفسه، ص 45.

[4] فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص 40.

يمكنها الوصول إلى أسواق مستخدمي شبكة الأنترنت عبر العالم كله، ولكن الصفقة العالمية للتجارة الإلكترونية هي صفقة نظرية أو إحتمالية، فيكمن عقد تجارة إلكترونية في نفس الدولة.[1]

**الفرع الثاني: مميزات المتاجر الإلكترونية.**

إن لهذا النوع من المتاجر مميزات متعددة يتعلق بعضها بالأطراف المتعاملين والبعض الآخر لعوامل الزمان والمكان والوسائل، ويمكن أن نوجز هاته المميزات كما يلي:[2]

**أولا/ إنخفاض الأثمان:** فالتسوق من خلال شبكة الانترنت يوفر الكثير من النفقات، سواء من حيث سعر السلع الذي يكون عادة في المتاجر الإلكترونية أقل من المتاجر التقليدية، أو من حيث توفير مصروفات التنقل.

**ثانيا/ حرية الإختيار:** يستطيع المستهلك زيارة عدد كبير من المتاجر الإلكترونية الموجودة على شبكة الانترنت وإستعراض السلع ومقارنتها، سواء من حيث الجودة أو الأسعار، وذلك كله دون أن يتعرض لأي ضغوط من البائع أو من تزاحم المستهلكين، ويستطيع إختيار الأفضل والأنسب له من داخل منزله في الوقت الذي يختاره.

**ثالثا/ توفير الوقت والجهد اللازم للبيع والتسوق:** إذ أن التسوق من خلال المتاجر الإلكترونية لا يتطلب الذهاب إلى مكان هذه المتاجر، أو السفر إلى دولة أخرى لشراء سلعة معينة غير متوفرة في السوق المحلي، أو ليست بنفس الجودة، وإنما يستطيع المستهلك شرائها من داخل المنزل وفي أي وقت، إذ ليس لهذه المتاجر الإلكترونية وقت محدد، بل أنها مفتوحة بشكل مستمر، ويستطيع المستهلك شراء ما يريد بوقت قصير جداً، وكذلك دفع الثمن من داخل منزله من خلال حاسوبه الشخصي أو حتى هاتفه الذكي.

[1] هبة ثامر محمود، المرجع السابق، ص 62.

[2] البطوش منذر قاسم، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، جامعة مؤتة– الأردن، 2016، ص 16.

**رابعا/ التفاعل مع المستخدم:** إذ يستطيع المستخدم الاستفسار عن أي سلعة، وتتم الإجابة على استفساره؛ الأمر الذي يؤدي إلى نيل رضا المستخدم وإعطائه فرصة أكبر للمقارنة والاختيار.

كما تمكن المتاجر الإلكترونية من تسويق منتجاتها في كافة الأسواق العالمية وعلى مدار 24 ساعة، والتغلب على العقبات التي تعترض التجارة التقليدية، سواء الإدارية أو الاصطناعية مما يؤدي إلى سهولة وسرعة التبادل الدولي.[1]

## المطلب الثاني: الإختلاف بين المتجر الإلكتروني والمتجر العادي.

بعد ظهور الإنترنت ظهر نوع جديد من المتاجر وهو المتاجر الإلكترونية، إذ يقوم من يرغب ببيع سلعة معينة بعرضها على الموقع في شبكة الإنترنت، وتطور الأمر إلى أن تم إنشاء متاجر إلكترونية ضخمة ومشهورة على مستوى العالم مثل متجر أمازون وعلي إكسبرس العالميين، وواد كنيس في الجزائر، إذ أن البيع يعتبر من النشاطات اليومية للبشر، وهو أمر ضروري يمارس في الحياة اليومية، وهو من أهم وأقدم العقود التي عرفتها البشرية، إذ إنه الوسيلة الوحيدة لإمتلاك ما يريده الإنسان بطريقة مشروعة، وكذلك فإن من يرغب ببيع سلع معينة يقوم بفتح متجر يعرض ما يريد بيعه وجذب المستهلكين إلى هذا المتجر.

وعلى هذا الأساس سنعرج من خلال هذا المطلب إلى الفرق بين المتجر الإلكتروني والمتجر التقليدي في **الفرع الأول**، وإلى أهم العوائق التي تعترض التجارة الإلكترونية في **الفرع الثاني**.

### الفرع الأول: الفرق بين المتجر الإلكتروني والمتجر التقليدي.

يمكن القول إن المتجر الإلكتروني لا يختلف عن المتجر التقليدي خاصة من حيث الغرض من إنشاء كل منهما، ألا وهو بيع السلع والخدمات، وما عدا ذلك فإن بينهما العديد من الفروق والاختلافات، وهي كما يلي:

[1] رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، 1999، ص 37.

**أولا/ العنوان أو المكان:** إن المتجر الإلكتروني لا يحتاج إلى دراسة موقع المكان أو مدى ملائمته، فهو يحتاج إلى إختيار ما يعرف بالعنوان الإلكتروني (عادة ما ينتهي بحرفين أو ثلاث على حسب العنوان دولي أو وطني، مثل: FR، org، (com، الذي يتناسب مع إسم المتجر الإلكتروني، أما بالنسبة للمكان في المتجر التقليدي فيكون في مكان مستقر على أرض الواقع، كما إن الموقع له أهمية ودور في نجاح المتجر التقليدي، وقد يكون سبباً في نجاح المشروع أو فشله، وتتم دراسة الموقع عادة قبل إنشاء المتجر.[1]

**ثانيا/ عمليات الدفع:** تتم عمليات الدفع في المتاجر الإلكترونية من خلال بطاقات الدفع الإلكتروني أو الشيكات الإلكترونية أو التحويل الإلكتروني أو وسائل الدفع الإلكترونية...الخ، أما في المتاجر التقليدية فإنها تتم من خلال الدفع المباشر للبائع أو من خلال الشيكات، أو من خلال التحويلات البنكية أو من خلال البطاقات الائتمانية في بعض الأحيان

**ثالثا/ العمال:** يحتاج المتجر التقليدي إلى عدد من العمال لديهم معرفة ودراية بالعمل التجاري يتناسب مع حجم هذا المتجر للقيام بعمليات البيع والشراء، ويحتاج أيضاً إلى مشرف عام على هؤلاء العمال ليراقب مدى إلتزامهم بالعمل، في حين أن المتجر الإلكتروني يحتاج إلى عمالة أقل بل أن العمال قد يقومون بعلمهم من داخل منازلهم دون الحاجة إلى دوام كامل إذا كانوا محترفين ويتقنون إدارة المتاجر الإلكترونية، إلا أن العمال في المتجر الإلكتروني يجب أن يتوافر لديهم مهارات تقنية وإحترافية في العمل من خلال جهاز الحاسوب والإنترنت والسرعة في التواصل مع العملاء بمختلف اللغات.[2]

**رابعا/ التكلفة:** إن تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية قليلة جداً إذ لا حاجة لتوفر المكان الواقعي، وما يتطلبه من نفقات، كما أنه لا يحتاج إلى عدد كبير من العمال، وإنما تحتاج إلى تكاليف قليلة جداً، إذ تحتاج إلى بعض التطبيقات الإلكترونية وخدمة الانترنت وبعض الأجهزة والعمال المدربين على استخدامها، مقارنة بتكاليف المتجر التقليدي فعند البدء في إنشاء المتجر تقليدي، فإن ذلك يتطلب دراسة دقيقة تتضمن تكلفة البناء وفيما إذا كان مستأجراً أو مملوكاً

[1] رأفت رضوان، المرجع السابق، ص 349.

[2] مأمون إسلام، المعوقات التي تحد من نجاح التجارة الالكترونية في مصر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية للتعليم العالي، المملكة المتحدة، 2011/2010، ص 14.

للبائع، وكذلك ثمن البضائع، وأجور العمال وغيره، وبعد ذلك يتم بحث فيما إذا كان بالإمكان توفير هذه التكلفة أم لا.

**خامسا/ التأكد من وجود السلع:** يكون في المتاجر التقليدية من خلال البحث في السجلات الخاصة بالمستودعات، بينما يكون في المتاجر الإلكترونية من خلال البحث في نفس موقع المتجر من خلال قواعد البيانات.[1]

**سادسا/ الطلب:** يكون الطلب في المتاجر التقليدية بالتواصل المباشر مع البائع أو بالطلب الموثق، بينما يكون الطلب في المتاجر الإلكترونية من خلال الانترنت.

**سابعا/ الفاتورة:** يتم إصدار الفاتورة في المتاجر التقليدية على شكل مستند مطبوع، أما في المتاجر الإلكترونية فإنها تكون على شكل مستند إلكتروني.[2]

**الفرع الثاني: العوائق التي تعترض التجارة الإلكترونية.**

بالرغم من كل تلك الفروقات والمميزات إلا أنه هناك من العوائق ما يهدد هذا النوع من التجارة، ولذلك سنتعرض للعوائق التي تهدد التجارة الإلكترونية وإمكانية تجنبها كالتالي:

**أولا/ عائق المحافظة على سرية البيانات الشخصية:**

طوال السنوات الماضية ومنذ ظهور الإنترنت تزايدت عمليات نقل البيانات، وهو ما أثير معه مسألة كيفية توفير السرية لهذه البيانات وحمايتها، وهذه العوائق تتعلق بالنواحي الفنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، وهناك نقص واضح في الأمان والبروتوكولات التي تنظم عمل التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، وأيضا أدوات تطوير البرمجيات في حالة تغيير مستمر.[3]

[1] محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي، ط1، شركة الوسيط التجاري، 2005، ص51

[2] مأمون إسلام، المرجع السابق، ص 14

[3] إبراهيم أحمد سعيد زمزمي، القانون الواجب التطبيق في منازعات عقود التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، 2007، ص 54.

**ثانيا/ عائق إثبات حجية المستندات الإلكترونية:**

من أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية هو إثبات المستندات الإلكترونية، وذلك لاختلاف طبيعة المحرر الإلكتروني عن مثيله التقليدي، ومن المعلوم أن قواعد الإثبات إثنان: قواعد موضوعية وقواعد شكلية (إجرائية) ومن ثم المتفق عليه أن قواعد الإثبات الإجرائية تعتبر من النظام العام لأنها تتعلق بنظام التقاضي، أما قواعد الإثبات الموضوعية فبعضها يتعلق بالنظام العام بينما غالبية تلك القواعد ليست من النظام العام، لأنها موضوعة أصلا لحماية المتخاصمين، ولهذا يجوز الاتفاق مقدما على مخالفتها، ولا يجوز للمحكمة أن تقضي بها من تلقاء نفسها، وفي كثير من التشريعات تم الإقرار لحجية المحررات الإلكترونية ومساواتها بالمحررات التقليدية في الإثبات من خلال مبدأ التناظر الوظيفي، ويقصد به المساواة في الحجية ما بين الكتابة الإلكترونية والكتابة التقليدية، والمثال على ذلك ما ورد في القانون الفرنسي على أنه يعتد بالكتابة المتخذة شكل إلكتروني كدليل شأنها شأن الكتابة على دعامة ورقية بشرط أن يكون في الإمكان ضرورة تعيين الشخص الذي صدرت منه وأن تعد وتحفظ في ظروف من طبيعتها ضمان سلامتها.[1]

**ثالثا/ عائق الوثوق في هوية المتعاقدين وتوقيعاتهم الإلكترونية:**

يقصد بالوثوق في هوية المتعاقدين، تلك العملية التي يمكن خلالها التحقق من هوية الشخص الذي يمارس نشاطه عبر شبكة الإنترنت مع شخص أخر، فالطبيعي أن تكون التجارة محاطة بالثقة عند إبرام العمل التجاري لتسهيل التحقق من هوية الأطراف ومدى حجيتها، إلا أن هذه الثقة قد تكون محدودة أو مهددة بعدم الصحة عبر الوسائل الإلكترونية، الأمر الذي قد يتشكك منه المستهلك، فيلجأ إلى البحث عن كل حماية للطمأنينة بشأن مدى إمكانية تنفيذ الطرف الأخر لالتزامه القانوني، ومدى قدرة أمن الاتصالات الإلكترونية في تحقيق المصداقية.[2]

[1] عمرو عبد الفتاح يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني- دراسة مقارنة – بدون دار نشر، الطبعة الأولى، 2009، ص 590.

[2] المرجع نفسه، ص 595.

# الفصل الثاني

# الإطار القانوني للمتجر الإلكترونية

## المبحث الأول: التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني.

لقد سمحت التجارة الإلكترونية بإستحداث وسائل أكثر ملائمة لطبيعة المعاملات التجارية الإلكترونية والتي تتم في وسط إلكتروني بعيدة عن رقابة الهيئات الحكومية للدول، فظهرت بذلك أشكال كثيرة ومتعددة تتناسب مع إختيارات وإمكانيات العملاء من أجل لإرضائهم، فالرضى هو أساس إبرام التصرفات القانونية دون صبها في شكل معين وهذا بإنشاء ما ألزمته التشريعات إفراغه في شكل خاص، ومع ذلك تظهر أهمية إثبات تلك التصرفات القانونية عند نشوء أي نزاع وقد إختلفت الأنظمة القانونية في تحديد مبادئ الإثبات، ففقهاء القانون لم يتناولوا التكييف القانوني للمتجر الإلكتروني نظراً لحداثة هذا المصطلح الذي ظهر بعد منتصف التسعينيات من القرن الماضي، إذ إن شبكة الانترنت أوجدت نوعاً جديداً من المتاجر يعرف بالمتاجر الإلكترونية، وهي متاجر افتراضية غير مادية وغير ملموسة، كما إن العقود الإلكترونية التي تتم من خلال هذه المتاجر الإلكترونية لا تختلف من حيث البناء والشروط عن العقود التقليدية، ولذلك فإننا سنقسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، نتناول في **المطلب الأول** العقد الإلكتروني، وفي **المطلب الثاني** بيع وإيجار المتجر الإلكتروني، أما في **المطلب الثالث** سنتطرق إلى حجز ورهن المتجر الإلكتروني.

### المطلب الأول: العقد الإلكتروني.

تشهد العقود الإلكترونية نموا متزايدا حيث باتت تمثل نسبة هائلة من حجم التجارة الدولية والداخلية، وبصفة خاصة في دول الشمال نتيجة تطورها التكنولوجي الهائل، ويرجع السبب في ذلك إلى سهولة وسرعة إبرام هذه العقود، بل أن الأمر أكثر من ذلك حيث نجد المنشآت التجارية العالمية أصبحت ترفض التعامل مع أي عميل جديد لا يستخدم أسلوب التعاقد الإلكتروني أو التبادل الإلكتروني للبيانات، وسنتطرق من خلال هذا المبحث ماهية عقد التجارة الإلكتروني في **الفرع الأول** والتنظيم القانوني للعقد الإلكتروني في **الفرع الثاني**.

**الفرع الأول: ماهية العقد الإلكتروني.**

يجب أن نركز في تعريف العقد الإلكتروني على خصوصيته والتي تتمثل بصفة أساسية في الطريقة التي ينعقد بها، كما لا ينبغي على أي حال أن نغفل صفة هامة من صفاته وهو أنه ينتمي إلى طائفة العقود التي تبرم عن بعد، وبطبيعة الحال فإن العقد الإلكتروني يظهر أو يتواجد بوجود التجارة الإلكترونية، وهو ما سنتطرق له تاليا.

**أولا/ تعريف العقد الإلكتروني:**

**أ-في القانون الأمريكي:** قد أورد المشرع الأمريكي تعريفا للسجل الإلكتروني الذي هو بمثابة العقد الإلكتروني الذي يتم إبرامه بين الأطراف، حيث عرفه بأنه: "عقد أو أي سجل أخر يتم تخليقه أو تكوينه أو إرساله أو نقله أو استقباله أو تخزينه بأي وسيلة إلكترونية".[1]

**ب- قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية:** إن قانون الأونستيرال لم يعرف العقد عبر شبكة الإنترنت بشكل مباشر على الرغم من أن المادة 11 منه جاءت بعنوان "تكوين العقود وصحتها"، إلا أن المادة 2/أ منه عرفت مصطلح رسالة البيانات بما يلي: "يراد بمصطلح رسالة البيانات المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استخدامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية، أو البريد الإلكتروني، أو البرق، أو النسخ البرقي"، كما عرفت المادة 2/ب من القانون النموذجي مصطلح تبادل البيانات الإلكترونية بما يلي: "يراد به نقل المعلومات إلكترونيا من حاسوب إلى حاسوب أخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات".

مما سبق يتضح أن قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لم يعرف العقد عبر شبكة الإنترنت، إلا أنه عدد الوسائل المستخدمة في إبرام العقود الإلكترونية بشكل عام، وتوسع في هذه المسائل فأدخل إليها الفاكس والتلكس.[2]

[1] خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 136.

[2] مصطفى موسى العجارمة، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2010، ص 45.

ج- **في القانون التونسي:** جاء في القانون التونسي أنه: "ينشأ العقد الإلكتروني بعنوان البائع وفي تاريخ موافقة هذا الأخير على الطلبية بواسطة وثيقة إلكترونية ممضاة وموجهة للمستهلك ما لم يتفق الطرفان على خلاف ذلك"[1]، أي أن القانون التونسي اعتبر الوثيقة الإلكترونية بمثابة عقد إلكتروني يعتد بها في التعاقد بين الأطراف.

د- **في القانون الجزائري:** إن المشرع الجزائري هو الأخر اعتبر الكتابة في شكلها الإلكتروني وسيلة للإثبات بشروط وهذا من خلال نص المادة 323 مكرر 1 بقوله "ينتج الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".[2]

**ثانيا/ خصائص العقد الإلكتروني:**

من خصائص التي تميز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود الأخرى هو أن هذا العقد يمكن أن يشترك في بعض الخصائص الموجودة في العقود التقليدية، وذلك ما سنوضحه من خلال التطرق للخصائص التي يتميز بها العقد الإلكتروني عبر الإنترنت كالتالي:

أ- **العقد الإلكتروني من العقود التي تبرم عن بعد:** لا جدال في أن العقد الإلكتروني يتم عن بعد، وهو بذلك ينتمي لطائفة العقود عن بعد[3]، لأن الأصل في التعاقد أن يكون بين حاضرين في مجلس عقد واحد، إلا أنه لا يمنع من التعاقد بين غائبين (التعاقد عن بعد)، بمعنى أن تبرم العقود دون الحضور المادي المتعاصر لطرفي العقد، وذلك واقع تقره كثير من التشريعات[4].

---

[1] الفصل 28 من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم 83، لسنة 2000.

[2] الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم.

[3] هذا النوع من العقود يبرم بين أشخاص غير متواجدين مع بعضهما جسدياً أو مادياً في نفس المكان، أو شخصيا عن طريق وكلاء عنهم وذلك وقت إبرام العقد، فيطلق هذا التعريف على كل العقود المبرمة عن طريق البريد، أو التليفون، أو الإنترنت.

[4] المادة 67 من القانون المدني الجزائري الصادر بموجب الأمر رقم 59/75 الموافق 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم، "يعتبر التعاقد ما بين الغائبين قد تم في المكان وفي الزمان الذين يعلم فيهما الموجب بالقبول، ما لم يكن اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك".

وأهم ما يميز العقود عن بعد أ نها أعطت حماية للمستهلك، إذا انعقد العقد بين تاجر وطرف ثان لا يتعاقد في نطاق نشاطه المهني، وفي الحقيقة أن وضع مثل هذه القواعد الخاصة في التعاقد عن بعد له ما يبرره، وذلك لأن التعاقد بين حاضرين يسهل فهم المتعاقدين بعضهم البعض وخصوصا الطرف الضعيف منهم، حيث أن هذا الحضور يسمح لكل منهما التحقق من شخصية الأخر وتاريخ وساعة التعاقد وسلامة المستندات ومطابقتها للمواصفات المطلوبة، أما في حالة التعاقد عن بعد فلا يتمكن المتعاقد من التحقق من شخصية المتعاقد الأخر وأهليته، وما تثيره هذه المسألة من إشكاليات أخرى مرتبطة بانعقاد العقد عبر الإنترنت، ويترتب على ذلك أيضا عدم تمكن المشتري من معاينة السلعة التي ينوي شراءها معاينة شخصية ومباشرة.[1]

كما يمكن أن يتم العقد بواسطة وسائل الاتصال الحديثة والسريعة مثل التليفون والتليفزيون والفاكس والتلكس والكمبيوتر وما شابهه، وما يميز التعاقد عن طريق الإنترنت عن غيره من الطرق الأخرى كالتليفزيون سمة النشاط الحواري، والتي تسمح بتحقيق بعض الخدمات فورا على الشبكة كالحصول على المعلومات، كما يمكن التعاقد عبر الإنترنت من محو تلك الفترة الزمنية بين تعبير كل من المتعاقدين عن إرادته ووصول هذا التعبير للطرف الأخر[2].

ب- **العقد الإلكتروني عبر الإنترنت له طابع دولي:** العلاقات القانونية الناشئة عن التجارة الإلكترونية ليست قاصرة على مكان معين أو دولة محددة، ولكنها تنساب عبر حدود الدولة في حرية، وترفض الخضوع لأي سيطرة سياسية أو التقيد بحدود معينة، والعقد الإلكتروني يفترض انعدام الاتصال المادي بين طرفيه، إذ أن الموجب والموجب له قد يتواجدان في دولة واحدة أو أكثر، كما قد يتواجدان في دولتين مختلفتين، ومن الملاحظ أن هذا البعد المكاني بين طرفي العقد الإلكتروني لا يشكل عائقا في إبرام العقد وتنفيذه من خلال تبادل الرضا اللازم لذلك، ولا شك أن انتشار ظاهرة الإنترنت في معظم دول العالم وربط هذه الدول بشبكة واحدة سهل على الأشخاص في كل هذه الدول إجراء التعاملات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.

[1] أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2005، ص 41.

[2] عمرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون الدني، الطبعة الأولى، د.ن، 2009، ص 150.

وعلى الرغم من الطابع الدولي الذي تمتاز به كثير من العقود عبر شبكة الإنترنت، إلا أن ذلك لا يمنع من جواز قيام التعاقد عبر شبكة الإنترنت بين أطراف ينتمون إلى دولة واحدة، فيمكن أن يتم هذا التعاقد ضمن مفهوم وحكم العقد الداخلي، ولا يتسم بالطابع الدولي. [1]

ج- **العقد الإلكتروني عبر الإنترنت من عقود المساومة:** ذهب بعض الفقه إلى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية من قبيل عقود الإذعان إذا كانت الشروط العامة للبيع مذكورة بموقع البائع، بحيث لا يكون أمام المشتري إلا أن يقبلها أو أن لا يتعاقد مطلقا، حيث يكون قبوله بالضغط في عدد من الخانات المفتوحة أمامه في موقع البائع، على المواصفات التي يرغب فيها من السلعة وعلى الثمن المحدد سلفا، فلا يملك فرصة كافية لمعاينة المنتج، كما لا يملك مناقشة أو المفاوضة عليه مع المتعاقد الأخر، وكل ما يتاح له هو إما قبول العقد برمته أو رفضه كلية[2].

وبالإضافة إلى ذلك، فإن الشركات تضع شروطا مفصلة لا تجوز المناقشة فيها، وفي الغالب تكون لمصلحة المنتج، وتكون في مجموعها من التعقيد بحيث يصعب على المستهلك العادي فهمها، كما أن هذه الشركات قد تكون محتكرة للسلعة أو الخدمة عن طريق شبكة الإنترنت، ويكون المستهلك في احتياج لتلك السلعة بهذه الوسيلة، فلا يملك حرية الاختيار بين أكثر من شركة ولا يملك سوى التعاقد معها[3]، مما يجعل المستهلك الطرف الضعيف المذعن في هذا العقد، ومن خلال ذلك نطرح سؤال مفاده هل مثل هذه العقود التي يكون المستهلك طرفا فيها وتبرم عبر شبكة الإنترنت عقود إذعان أم عقود مساومة ؟

➢ **عقود الإذعان:** عرف عقد الإذعان بأنه "العقد الذي يسلم فيه القابل بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يسمح بمناقشة فيها، وذلك فيما يتعلق بمبلغ أو مرافق ضرورية، تكون

[1] عمرو عبد الفتاح علي يونس، المرجع السابق، ص 150.

[2] إيمان مأمون أحمد سليمان، الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة منصورة، 2006/2005، ص 53

[3] عبد الفتاح حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 238.

محل احتكار قانوني وفعلي، أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها"[1]، من خلال هذا التعريف نخلص إلى أنه يجب أن تتوافر ثلاثة شروط وهي:[2]

1. بالنسبة لشرط أن يسلم فيه أحد الطرفين أي المستهلك بشروط الطرف الأخر دون مناقشة، فإن عقد التجارة الإلكترونية يماثل عقد التجارة التقليدية وأن الاختلاف هو وسيلة إبرامه، والتي من نتائجها عدم الالتقاء المادي للطرفين، وبالتالي عدم قدرة المستهلك على معاينة المنتج معاينة دقيقة بشخصه، لكن هناك من الطرق ما يسمح للمستهلك بمعاينة المنتج، كأن يطلب المستهلك من المورد تصوير المنتج تصويرا ثلاثي الأبعاد، ومن خلاله تتضح مواصفات المنتج وأبعاده، وإذا كانت بعض السلع لا تتفق طبيعتها والتصوير ثلاثي الأبعاد لتحديد جودتها، فيكون للمستهلك أن يلجأ إلى وسيط لمراقبة الجودة والتأكد من مطابقة المواصفات المدرجة في بيان المورد، أما فيما يخص قبول المستهلك للعقد الإلكتروني دون مناقشة، فنرى أنه لا يوجد ما يمنع من لجوء المستهلك إلى مفاوضات ومناقشات مع المورد، إذ له حرية وإرادة للقبول أو الرفض كما يتم في العقد التقليدية.
2. فيما يخص شرط الضرورة، الذي يعتبر لا غنى للناس عنه، والتي لا تستقيم مصالحهم بدو نها بحيث يكونون في وضع يضطرهم إلى التعاقد بشأنها، ولا يمكنهم رفض الشروط التي يضعها الموجب ولو كانت جائرة وشديدة، فوصف الضرورة بهذه الحالة ليس من السمات الأساسية للتعاقد عبر شبكة الإنترنت والتي تعد بوابة يدخل من خلالها المستهلك إلى أسواق العالم، ومؤدى ما سبق أن شرط الضرورة لا يمكن أن يؤخذ كأساس يجب توافره في جميع أو معظم عقود المستهلك الإلكترونية.
3. أما شرط الاحتكار فهو أمر نادر، فكما نعلم أن شبكة الإنترنت هي شبكة عالمية وتجهل الحدود الجغرافية بين الدول، كما أ نها شبكة مفتوحة لكل مورد، وبالتالي من النادر أن يوجد احتكار لسلعة ما على مستوى العالم.

[1] عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء 1، نظرية الإلتزام بوجه عام، مصادر الإلتزام، المجلد 1، دار النهضة العربية، 1981، ص 293.

[2] إيمان مأمون أحمد سليمان، المرجع السابق، ص 60.

ما يمكننا استخلاصه مما سبق أن عقد التجارة الإلكترونية المبرم عبر الإنترنت من عقود المساومة وليس من عقود الإذعان، إلا أن العقد التجاري عبر الإنترنت قد يختلط مع بعض العقود التي تبرم أيضا من خلال الشبكة، وهو ما يحتاج إلى إزالة هذا الخلط الذي قد يحدث بين العقد الإلكتروني والعقود الأخرى.

**الفرع الثاني: التنظيم القانوني للعقد الإلكتروني.**

يخضع العقد الإلكتروني من حيث التنظيم القواعد والأحكام العامة لنظرية العقد، إلا أن طابعها الإلكتروني وتلاقي الإيجاب والقبول فيها إلكترونيا على شبكة الإنترنت ميزها عن العقود التقليدية، فتستمد هذه العقود مشروعيتيها وأحكامها من قوانين المبادلات والتجارة الإلكترونية، وفي حالة عدم كفاية هذه القواعد وعجزها عن إيجاد حمول تتم الإحالة القواعد العامة[1]، وسوف نتطرق في هنا إلى أركان العقد الإلكتروني وزمان ومكان إبرامه على النحو التالي:

**أولا/ أركان العقد الإلكتروني:**

يجب أن تتوافر في العقد المبرم عن طريق إحدى وسائل الإتصال الإلكترونية الأركان العامة للعقد وهي الرضا والمحل والسبب كالتالي:

أ- **الرضا في العقد الإلكتروني:** الرضا هو جوهر العقد وهو التعبير عن إرادة أطراف العقد للتعاقد بحسب ما تم الاتفاق عليه، ويتم التعبير عن الرضا في العقد الإلكتروني عن طريق رسالة المعلومات الإلكترونية وهي وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبول قانونا لإبرام الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء إلتزام تعاقدي.[2]

ب- **الإيجاب الإلكتروني:** تضمن البند 2/3 من مشروع العقد النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية والمعمق بالقانون النموذجي الصادر عن الأونسيترال ما يلي: " تمثل الرسالة إيجابا إذا تضمن إيجابا لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد أو أشخاص محددين ما داموا معروفين

[1] غادة جواد مسعودي، التنظيم القانوني للعقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة بير زيت-فلسطين، د.س.ن، ص 11.

[2] العتيبي محمد ذعار، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012-2013، ص 52.

عن نحو كاف وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب أن يلتزم في حالة القبول[1]، والإيجاب الإلكتروني قد يكون إيجابا خاصا موجيا إلى أشخاص محددين وهو الذي يتم عادة بواسطة البريد الإلكتروني وقد يكون إجابا عاما موجيا إلى جميع زائري الموقع الإلكتروني من خلال الموقع يختص الإيجاب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت بعدة خصائص أهمها: أنه يتم عن بعد، و يتم عبر وسيط إلكتروني، وهو إيجاب دولي، ولا يمنع أن يكون إقليميا أو محليا[2].

ج- **القبول الإلكتروني:** القبول الإلكتروني يتم التعبير عنه من خلال وسيلة إلكترونية، ويتطلب لإنعقاد العقد أن يتلاقى الإيجاب بقبول يطابقه، وقد عرفته اتفاقية فينا 1980 بشأن البيع الدولي للبضائع حيث تنص المادة 1/18 على "يعتبر قبولا أي بيان أو أي تصرف آخر صادر من المخاطب يفيد الموافقة عمى الإيجاب"[3]، ولكي ينتج القبول أثره لابد أن يتطابق تماما مع الإيجاب فإذا ما اختلف بشيء عن الإيجاب عد إيجابا جديدا يحتاج إلى قبول كي ينعقد العقد، ولابد أن يكون القبول صريحا، وقد يتم هذا القبول إما عن طريق البريد الإلكتروني يتم بقيام المرسل إليه (القابل) الذي وجه إلى بريده إلكتروني إيجابا من قبل المنشئ بإرسال قبوله على شكل رسالة إلكترونية متضمنة كافة العناصر اللازمة لإتمام التعاقد، أما القبول عن طريق المواقع الإلكترونية فيتم عن طريق الضغط أو بلمس الأيقونة المخصصة لإعلان القبول[4]، وبما أن المستهلك في العقود الإلكترونية لا يكون بوسعه الحكم الدقيق على المنتج فيو يتمتع بحق العدول ومن ثم تعميق إتمام العقد، ولقد أقرت العديد من التشريعات كالقانون الفرنسي والتوجيه الأوروبي والأمريكي أحقية المستهلك في العدول بشأن العقود الإلكترونية خلال فترة السماح وتختلف هذه المدة من قانون إلى آخر[5].

**ثانيا/ زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني:** ينعقد العقد عندما ينعقد الإيجاب بالقبول ويتم هذا التصرف في المكان والزمان الذي يتم الإتفاق عليه بين طرفي العقد.

---

[1] مخلوفي عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 88.

[2] المرجع نفسه، ص 93.

[3] زهرة مجد المرسي، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص 43.

[4] كاظم كريم علي، العقد الإلكتروني، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد1، جامعة بابل، 2009، ص 135.

[5] خالد ممدوح إبراهيم، ابرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 351.

أ- **زمان القبول الإلكتروني في حالة إفتراض أن التعاقد الإلكتروني يقع بين غائبين:** تكون هناك فترة زمنية تفصل بين الإيجاب والقبول وهذا يثير إشكالية تحديد زمان إنعقاد هذا العقد.

- **نظرية إعلان القبول:** ينعقد العقد في الزمان والمكان الذين يعلن فيهما القابل قبوله للإيجاب.
- **نظرية إرسال القبول:** ينعقد العقد عند إرسال القابل قبوله، ولا يكفي لإنعقاد العقد أن يعلن القابل قبوله، وانما يجب أن يرسل هذا القبول إلى الموجب.
- **نظرية تسلم القبول:** أن القبول قد تم في حالة تسلمه للموجب، وأن العقد ينعقد سواء من خلال تسلم رسالة البيانات أو النقر على المكان المخصص لذلك وقد أخذ قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية عام 1996 في المادة 15 بهذا القول.
- **نظرية العلم بالقبول:** ينعقد العقد على علم الموجب بالقبول، فلا يكفي إرسال رسالة وانما على الموجب فتحها وقراءتها ومعرفة مطابقتها للإيجاب.[1]

ب- **زمان القبول الإلكتروني في حالة إفتراض أن التعاقد الإلكتروني يقع بين حاضرين:**

- لحظة إنعقاد العقد عبر الويب الموجود على الشبكة تكون بمجرد الموافقة على العقد النموذجي، وطباعة كلمة موافق.
- لحظة إنعقاد العقد عبر البريد الإلكتروني فيختلف زمان إبرامه.
- ووفقا لنظرية إرسال القبول العقد ينعقد بقيام القابل بإرسال الرسالة الإلكترونية المتضمنة قبول، ويعد مبرما في اللحظة التي ينقر فيها على مفتاح الإرسال.

[1] يحي يوسف، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية- نابلس، 2007، ص 58-60.

- ووفقا لنظرية إستلام القبول العقد ينعقد عن طريق البريد الإلكتروني منذ لحظة وصول الرسالة التي تتضمن القبول إلى بريد الموجب وهذا آخذ به قانون الأونسيترال النموذجي في المادة 15.

ج- **مكان إبرام العقد الإلكتروني:** أشار قانون الأونسيترال النموذجي إلى أنه إذا لم يتفق أطراف العقد عمى مكان إبرام العقد فإن العقد يكون قد إنعقد في المكان الذي يقع فيه عمل المرسل إليه رسالة القبول، أما إذا تعددت هذه المواقع فإنه ينعقد في موقع العمل الأكثر صلة بموضوع العقد أو مقر العمل الرئيسي، أما إذا انعدم مقر العمل فإنه يتم اللجوء إلى محل الإقامة المعتاد بديلا عن مقر العمل. [1]

## المطلب الثاني: بيع وإيجار المتجر الإلكتروني.

إن المشرع السوري في المادة (15) من قانون التجارة أشار إلى أن الأهلية التجارية تخضع لأحكام الأهلية المدنية، وقد حدد المشرع سن الرشد ب18 سنة، وعد كل شخص أتم هذه السن متمتعاً بقواه العقلية، وغير محجور عليه لسبب ما حال دون التمتع بقواه العقلية أي كامل الأهلية لمباشرة حقوقه المدنية، ومما سبق يطبق على الأهلية التجارية مما يدفعنا للقول من حيث المبدأ أنه يمكن لمالك المتجر الالكتروني التصرف بمتجره طالما توافرت الأهلية المطلوبة[2]، ومن خلال هاته القراءة للمادة 15 من قانون التجارة السوري الذي إتخذناه نموذجا ننطلق بدايةً من الأحكام الخاصة بالمتجر التقليدي ونقوم بالقياس من أجل توضيح مدى انطباق تلك الأحكام على المتجر الالكتروني وذلك في كل من بيع المتجر الالكتروني في **الفرع الأول** وإيجار المتجر الالكتروني في **الفرع الثاني**.

### الفرع الأول: بيع المتجر الالكتروني.

من خلال ما تم التطرق إليه في مقدمة هذا المطلب فإن المشرع السوري وضع أحكاما خاصة ببيع المتجر في قانون التجارة، وأخضع فيما لم يرد به نص في هذا القانون للأحكام العامة للبيع، إذ يتم بيع المتجر التقليدي بتوافر الأحكام العامة لعقد البيع وهي الرضا والمحل

[1] يحي يوسف، المرجع نفسه، ص 61-63.

[2] حنان مليكة، التصرفات الواردة على المتجر الإلكتروني، مجلة جامعة البعث، المجلد 39، العدد 44، 2017، ص14.

والسبب، فعقد البيع عقد رضائي يتم بمجرد تلاقي إرادتين صحيحتين خاليتين من أي عيب من عيوب الرضا، ولا يختلف الأمر بالنسبة للمتجر الإلكتروني فكذلك الأمر يتطلب بيع المتجر الإلكتروني توافر الرضا كركن من أركان عقد البيع فقد يقع المشتري في الغلط عندما يظن أن الموقع الإلكتروني المخصص كمتجر إلكتروني يرتاده عدد كبير من مستخدمي الإنترنت مما يجعل إرادته مشوبة بعيب الغلط، كما قد يقع المشتري في التدليس إذا أخفى البائع أن الموقع الالكتروني المخصص للمتجر تم إلغاؤه لعدم دفع الرسوم المقررة من قبل جهة التسجيل المختصة. [1]

أما المحل في عقد بيع المتجر الالكتروني فهو مجموعة من العناصر المادية والمعنوية المكوِّنة له، كما هو الحال في المتجر التقليدي، فإذا ما عدنا إلى الأحكام الخاصة بذلك في المتجر التقليدي فإننا نجد أنه يمكن بيع المتجر بكامل عناصره وهذا ممكن بالنسبة إلى المتجر الالكتروني، وقد يقتصر البيع على بعض العناصر إلا أن بيع العناصر المادية لا يعد بيعا للمتجر في حين أن بيع العناصر المعنوية يعد بيعا للمتجر خاصة إذا كانت تمثل العنصر الأساسي الذي يؤدي إلى جذب الزبائن.[2]

فعند المقارنة وقياس الأمر على المتجر الإلكتروني فإننا نجد أن:

- إذا إعتبرنا الأثاث في المتجر الالكتروني يمثل الموقع الالكتروني المخصص كمتجر الكتروني بما فيه من صفحات منسقة على نحوٍ يؤدي إلى جذب الزبائن مما يدفعنا إلى القول إنه إذا تم بيع هذا العنصر فإن هذا يؤدي إلى بيع المتجر ككل لأنه يشكل عنصراً أساسيا في جذب الزبائن[3].
- فإذا اعتبرنا أن حق صاحب الموقع الالكتروني على هذا الموقع هو حق ملكية فإن بإمكانه بيع هذا الموقع خلال فترة إشغاله. وإذا ما إتخذ من هذا الموقع متجراً، فيمكنه

[1] أبو الشامات محمد فاروق، مكناس جمال الدين، الحقوق التجارية، منشورات جامعة دمشق، 2009/2008، ص 360، أنظر أيضا: حنان مليكة، التصرفات الواردة على المتجر الإلكتروني، المرجع السابق، ص 14.

[2] أنظر المادة 3/58 من قانون التجارة السوري، رقم 33، الصادر بتاريخ 9 ديسمبر من سنة 2007.

[3] رشا محمد تسيير حطاب، خصاونة مها يوسف، تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، العدد 46، جامعة الإمارات العربية المتحدة، أفريل 2011، ص 350.

بيع المتجر دون تلك المساحة التي تمثل الموقع الالكتروني، إنما ينتقل للمشتري مجرد حق إشغال الموقع الإلكتروني. وبهذا يتشابه مع المتجر التقليدي إذ أن مالك المتجر التقليدي إذا ما كان مالكا للعقار الذي اتخذ عليه متجره فإن بيعه للمتجر لا يشمل العقار إنما يشمل فقط حق الاستئجار.

- بالمقابل إذا ما كان حق صاحب الموقع الالكتروني هو حق مستأجر على عين مأجورة فإن بيع المتجر الالكتروني يشمل حق الاستئجار ألا وهو حق إشغال الموقع الالكتروني. وهنا يتشابه مع المتجر التقليدي فيما لو كان مالك المتجر التقليدي مستأجراً للعقار الذي اتخذ عليه متجره.[1]

كما تطبق الأحكام الخاصة بالمتجر التقليدي على المتجر الالكتروني كالتالي:

أ- فيما يتعلق بالبيع المستقل لأحد فروع المتجر التقليدي، وكذا الأمر بالنسبة لعدم شمول البيع للحقوق الشخصية الناجمة عن إستثمار المتجر والدفاتر التجارية.

**ب**- أما فيما يتعلق بإلتزامات بائع المتجر الالكتروني فيه يلتزم بنقل ملكية المتجر الإلكتروني إلى المشتري وتمكينه من إستعمال هذا المتجر وإستغلاله والتصرف به.

وهذا ما هو عليه الحال في المتجر التقليدي، كما يلتزم بالتسجيل في السجل التجاري الخاص به، كما تنطبق القواعد الخاصة بالمتجر التقليدي على المتجر الإلكتروني فيما يتعلق بالإلتزام بضمان التعرض الشخصي وضمان الاستحقاق وضمان العيوب الخفية، وبالمقابل يلتزم المشتري بدفع الثمن بالإضافة إلى دفع الرسوم المقررة من قبل الجهة المختصة بتسجيل الموقع الالكتروني.[2]

**الفرع الثاني: إيجار المتجر الالكتروني.**

بإمكان مالك المتجر تأجيره فيما لو كان تاجرا أراد بعد إعتزاله أن يحتفظ بملكية متجره، كما يؤول المتجر إلى شخص ممنوع من ممارسة العمل التجاري أو أنه لا يرغب في امتهان التجارة فيقوم بتأجير متجره، وقد تقوم إحدى مؤسسات الائتمان بتمويل شراء التاجر لمتجره،

[1] حنان مليكة، المرجع السابق، ص 15.

[2] المرجع نفسه، ص 15-16.

فتحتفظ بملكيته حتى ينتهي التاجر من سداد الديون الناشئة عن منح الائتمان، وهذا ما يطلق عليه الإيجار مع الوعد بالبيع أو التأجير التمويلي للمتجر[1]، فمالك المتجر التقليدي يؤجر ما يملكه والأمر نفسه ينطبق على المتجر الالكتروني فيما لو كان شاغله مالكا له وذلك خلال مدة التسجيل المتاحة له طالما أنه لم يخالف شروط التسجيل المقررة من قبل جهة التسجيل المختصة ذلك أن حق الاستئجار كعنصر معنوي في المتجر التقليدي إنما يقابله حق إشغال الموقع الالكتروني المخصص كمتجر الكتروني.

أما إذا تم تأجير المتجر التقليدي إكتسب المستأجر صفة التاجر، وخضع بالتالي للإلتزامات المترتبة على التجار كالتسجيل في السجل التجاري ومسك الدفاتر التجارية، ولنظام الإفلاس إذا ما توقف عن دفع ديونه المستحقة، وبالمقابل له أن يستفيد من نظام الصلح الواقي من الإفلاس. أما المؤجر فتزول عن صفة التاجر مالم يكن قد إكتسبها دون استثمار هذا المتجر، ويمكن أن يبقى مسجلاً في السجل التجاري وهذا ما أكدته المادة (97) من قانون التجارة.[2]

في حين إذا اعتبرنا أن شاغل الموقع الالكتروني لا يتمتع بحق ملكية على متجره القائم على هذا الموقع، فليس له أن يتصرف به بيعاً أو إيجاراً، كما تنطبق الأحكام السابقة بالنسبة للمتجر الإلكتروني أيضا.[3]

## المطلب الثالث: حجز ورهن المتجر الإلكتروني.

من خلال هذا المطلب سنقوم بتوضيح مدى إنطباق الأحكام الناظمة للمتجر التقليدي على المتجر الإلكتروني بالنسبة للمشرع السوري، خاصة فيما يتعلق بحجز المتجر الالكتروني في **الفرع الأول** وكذا رهن المتجر الإلكتروني في **الفرع الثاني**.

[1] أبو الشامات محمد فاروق، مكناس جمال الدين، مرجع سابق، ص 407.

[2] أنظر المادة 97 من قانون التجارة السوري، المرجع السابق.

[3] حنان مليكة، مرجع سابق، ص16.

**الفرع الأول: حجز المتجر الإلكتروني.**

لطالما أن كل من المتجر التقليدي والإلكتروني يعد مالاً خالصاً للمتاجر، فالمشرع السوري ومن خلال قانون أصول المحاكمات المدنية نظم أحكام الحجز على المتجر احتياطيا أو تنفيذيا وهذا بالإضافة إلى الأحكام الخاصة الواردة في قانون التجارة السوري، وبالتالي يمكن الحجز عليه من قبل الدائن ضماناً لإستيفاء دينه من التاجر المدين.[1]

أما بخصوص المتجر الإلكتروني فتطبق عليه ذات الأحكام المطبقة على المتجر التقليدي، وهذا لأن التاجر في التجارة التقليدية يستطيع إستثمار متجره دون أن ينازعه أحد، ونفس الأمر في التجارة الإلكترونية إذ يمكن للتاجر أن يستثمر متجره كما يريد، فما أن يتم تخصيص الموقع الالكتروني المتخذ كمتجر إلكتروني، ومن ثم تسجيل العنوان الإلكتروني المميز للمتجر الإفتراضي على شبكة الإنترنت، حتى يستأثر التاجر بإستثمار متجره دون أن يتعرض له أحد، فيترتب حقه في المتجر الالكتروني منذ تخصيصه بالموقع الالكتروني المُتخذ كمتجر إلكتروني، ويستمر هذا الحق طالما أنّه لم يخل بإلتزاماته بأداء الرسوم الدورية للجهات صاحبة الصلاحية، ولم يخالف القواعد القانونية المرعية ومبادئ النظام العام.[2]

فعند النظر إلى المادة (56) من قانون التجارة السوري يتضح أن الحق في المتجر التقليدي هو حق ملكية، فذات المادة إشترطت تسجيل كل من تاريخ دخوله في ملكية صاحبه أو استثماره منه في سجل المتجر، وإشارة الدعوى المتعلقة بملكية المتجر أو الحقوق المتفرعة عن الملكية أو أحد عناصر المتجر غير المسجلة في سجل خاص[3]، وعليه فإن التاجر في المتجر الإلكتروني يتمتع بحق ملكية على متجره، فيه إذ يمارس نشاطه التجاري في متجره ويتصل بزبائنه من خلال هذا المتجر والذي لا يمثل فقط مجرد موقع إلكتروني تم تسجيله من قبل التاجر لدى الجهة المختصة إنما هو مجموعة من العناصر المتكاملة مع بعضها البعض

[1] حنان مليكة، مرجع سابق، ص 17.

[2] المرجع نفسه.

[3] أنظر المادة 56، قانون التجارة السوري، مرجع سابق.

بغية ممارسة عمله التجاري، فإن إشغاله للموقع الإلكتروني ما هو إلا عنصر من تلك العناصر المكوّنة لمتجره، والذي يقابل في المتجر التقليدي عنصراً معنوياً هو حق الاستئجار.

كما يؤكد ذات المشرع ومن خلال المادة 62 من قانون التجارة، على أن حقّ إستئجار العقار المتخذ مقرا لمتجر ينتقل حكما إلى من إنتقل إليه المتجر وان إحتوى عقد الإيجار على نص مخالف، على أن يفي بجميع الإلتزامات الناشئة عن عقد الإيجار، وعليه يمكن تطبيق الأحكام الناظمة للحجز على المتجر التقليدي على المتجر الإلكتروني طالما أن حق التاجر على متجره الإلكتروني هو حق ملكية كما هو الحال بالنسبة لحق التاجر على متجره التقليدي، وذلك حتى يصار إلى التنفيذ على المتجر الإلكتروني وبيعه بالمزاد العلني الذي يمكن أن يتم بشكل إلكتروني من خلال الموقع الالكتروني المخصص له.[1]

**الفرع الثاني: رهن المتجر الالكتروني.**

إن بإمكان التاجر في المتجر التقليدي رهن متجره تأمينا وتطبيقا لرهن المنقولات الخاضعة للتسجيل في سجلات خاصة بها، ويمكن تطبيق ذلك بالنسبة للمتجر الإلكتروني طالما أن رهن المتجر لا ينال من حيازة مالكه له وإستثماره على الرغم من رهنه بإشارة الرهن المسجلة في السجل الخاص بذلك، والتي تحفظ حق الدائن المرتهن.

أما إذ لم يتم تبيان العناصر التي يشملها الرهن في العقد فإنه لا يرد إلا على الشعار وحق إشغال الموقع الإلكتروني في المتجر الإلكتروني، وحق الاتصال بالزبائن وهي عناصر معنوية تدخل في تكوين المتجر، بالإضافة إلى التجهيزات الصناعية والأثاث الذي يتجسد في كل ما يلزمه الموقع الالكتروني من تصميم وتنسيق بغية جذب أكبر عدد ممكن من مستخدمي الانترنت، في حين يتجسد الأثاث والتجهيزات الصناعية التي هي عناصر مادية أساسية في المتجر التقليدي والتي نجدها في المتجر الإلكتروني المجهز بتجهيزات صناعية تتواجد في الواقع المادي.[2]

[1] أنظر المادة 62، قانون التجارة السوري، مرجع سابق.

[2] حنان مليكة، مرجع سابق، ص 18.

فعند النظر إلى المادة 69 من قانون التجارة السوري وجدنا أنه في حالة ما إذا اشتمل الرهن على العنوان التجاري أو على العلامة التجارية أو براءة الاختراع أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية والتي يمكن أن نجدها كعناصر معنوية في كل من المتجر التقليدي والمتجر الالكتروني، فإن ذلك يحتاج إلى نص صريح في العقد، وإذا ما كان الرهن يشمل براءات الاختراع فإن البراءة الإضافية تخضع لهذا الرهن، وفيما لو كان المتجر يتضمن مركزاً رئيساً وفروع متعددة فإن الرهن القائم على المركز الرئيس لا يشمل الفروع إلا إذا ورد ذلك في نص صريح في العقد، وتستبعد البضائع من الرهن التأميني على المتجر بإعتبارها من العناصر المادية المعدة للبيع والتي تخضع بدورها إلى الرهن الحيازي.[1]

مما سبق نجد أنه يمكن رهن المتجر الالكتروني رهناً تأمينياً كما هو الحال في المتجر التقليدي من خلال تسجيل إشارة الرهن في السجل الخاص بالمتجر، ذلك أن حق التاجر في ملكية متجره التقليدي يقابله حق التاجر في إستخدام موقعه الالكتروني كمتجر الكتروني، وهذا الحق مستمر طالما أن التاجر يستثمر متجره، ذلك أن وجود المتجر يرتبط باستثماره من قبل التاجر وقيامه بنشاطه التجاري وفقاً للصفة التجارية المرتبطة بالمتجر، "فحق التاجر على متجره من الحقوق الفكريّة أو الملكيّة غير الماديّة الواردة على منقول غير ماديّ، وأن وجود المتجر مرتبط بإستثماره الفعلي، وتعامل صاحبه مع زبائنه، فإذا انتفى هذا التعامل، انتفى المتجر، كمالٍ مستقل وتحوّل إلى كتلة من الأموال المستقلة لا تنطبق عليها أحكام المتجر كمجموعة"[2]، ذلك أن حق الملكية المترتب للتاجر في التجارة الالكترونية على متجره، يرتب بدوره بعض التصرفات القانونية كالبيع والإيجار والحجز والرهن، فما إنْ تثبت الملكية بإحدى الطرق القانونية كالإرث أو الوصية أو البيع أو الهبة حتى يتمكن التاجر من ممارسة عمله التجاري ويستثمر متجره أو أنه يقوم بالتصرف بهذا المتجر للغير وفق الأصول القانونية.[3]

[1] أنظر المادة 69، قانون التجارة السوري، مرجع سابق.

[2] جاك يوسف الحكيم، الحقوق التجارية، الأعمال التجارية والتجار والمتجر، ج1، منشورات جامعة دمشق، 2011/2010، ص 331.

[3] حنان مليكة، مرجع سابق، ص 20.

## المبحث الثاني: منازعات التجارة الإلكترونية.

عند الحديث عن التجارة الإلكترونية وخاصة الدولية منها فإن أول ما يثار هو القانون الذي تخضع له هذه العلاقة والقضاء المختص بالنظر للمنازعات الناشئة عنها، وخاصةً إذا ما علمنا أنه لا يوجد تشريع دولي خاص بالتجارة الإلكترونية، وإنما توجد تشريعات وطنية مختلفة قد تكون متناقضة أحياناً، وأعراف نشأت في بيئة التجارة الإلكترونية، وعلى هذا الأساس سنتطرق إلى الإختصاص التشريعي لمنازعات التجارة الإلكترونية في **المطلب الأول**، بالإضافة إلى الإختصاص القضائي لمنازعات التجارة الإلكترونية في **المطلب الثاني**.

### المطلب الأول: الإختصاص التشريعي.

إن القانون الأردني قد حدد ضوابط الإختصاص القانوني للعقود سواء أكانت وطنية أم دولية، وهذا بنص المادة (1/20) من القانون المدني الأردني[1]، إذ أن المشرع رتب ضوابط الإسناد على النحو التالي: ضابط إسناد أصلي وهو خضوع الإلتزام التعاقدي للقانون الذي إتفق عليه المتعاقدان وذلك عندما أورد عبارة: "ما لم يتفق المتعاقدان على غير ذلك"، وضوابط إسناد احتياطية يتم اللجوء إليها في حال عدم اتفاق المتعاقدين على القانون الذي تخضع له العلاقة التعاقدية، وهذه الضوابط هي: قانون الموطن المشترك للمتعاقدين إذ اتحدا موطنا، وقانون الدولة التي أُبرم فيها العقد في حال إختلف موطن المتعاقدان.[2]

#### الفرع الأول: ضابط إسناد أصلي (قانون الإرادة).

إن الإرادة هي التي تنشئ العقد وهي التي تحدد أثاره فالأصل في العقود أنها تخضع لمبدأ سلطان الإرادة [3]، فالأنظمة القانونية الوطنية قد أخذت بمبدأ سلطان الإرادة بشكل واسع، وسنتطرق هنا إلى التشريعات الدولية وكذا العربية كالتالي:

---

[1] تنص المادة (1/20) على أنه: "يسري على الإلتزامات التعاقدية قانون الدولة التي يوجد فيها الموطن المشترك للمتعاقدين، إذا اتحدا موطنا، فإن اختلفا سرى قانون الدولة التي تم فيها العقد، هذا ما لم يتفق المتعاقدان على غير ذلك."

[2] أبو الهيجاء، محمد إبراهيم، عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2005، ص89.

[3] الضمور ريم محمد، الإختصاص التشريعي والقضائي بمنازعات عقود التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، 2008، ص28.

**أولا/ في التشريعات الدولية:** إن العديد من الإتفاقيات الدولية أخذت بضابط قانون الإرادة، فقد أخذت به اتفاقية لاهاي لسنة (1955) بشأن البيوع الدولية للمنقولات المادية إذ نصت في المادة (1/2) على أنه: "يسري على البيع القانون الداخلي للبلد الذي تحدده إرادة الأطراف"، كما نصت اتفاقية روما الموقعة بتاريخ 19 جوان سنة 1980م بشأن القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية في المادة (1/3) على أنه: "يسري على العقد القانون الذي اختاره الأطراف"، وأيضاً أخذ القانون النموذجي الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة بشأن التحكيم التجاري الدولي في (1985/6/22) إذ نصت المادة (1/18) منه على أنه:" تفصل هيئة التحكيم في النزاع وفقاً للقانون المختار بواسطة الأطراف".[1]

**ثانيا/ في التشريعات العربية:** نجد أن القانون المدني الأردني أخذ بهذا المبدأ في المادة (1/20) السابقة الذكر، أما المادة (62) من القانون رقم (97) لسنة (1988) من القانون الدولي الخاص التونسي التي تنص على أن: "العقد يحكمه القانون الذي سماه الأطراف"، وأما القانون المدني المصري فنجد المادة (19) وتنص على أنه: "يسري على الإلتزامات التعاقدية قانون الدولة يوجد فيها الموطن المشترك للمتعاقدين إذا اتحدا موطناً، فإن اختلفا موطنًا سرى قانون الدولة التي تم فيها العقد، هذا ما لم يتفق المتعاقدان، أو تبين من الظروف أن قانوناً أخر هو الذي يراد تطبيقه".[2]

ومن خلال نصوص الاتفاقيات السابقة يتبين لنا أنها جميعها أخذت بمبدأ قانون الإرادة إذا اتفق المتعاقدان على القانون الواجب التطبيق على العقد.

**الفرع الثاني: ضوابط الإسناد الفرعية.**

**أولا/ ضابط الموطن المشترك للمتعاقدين إذا اتحدا موطناً:** أخذت بعض التشريعات العربية بهذا الضابط وقدمته على ضوابط الإسناد الفرعية الأخرى، ومن هذه التشريعات التشريع الأردني في المادة (20/1) من القانون المدني الأردني، والتشريع المصري في المادة (19)

[1] أبو الهيجاء، محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص 113.

[2] صالح المنزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2006، ص 264.

من القانون المدني، كما أخذت به إتفاقية روما لسنة (1980) بشأن القانون الواجب التطبيق على الإلتزامات التعاقدية في المادة (4/2) منها، وبالتالي يتضح لنا من النصوص السابقة أنه في حال عدم اتفاق طرفي عقد التجارة الدولي على تحديد القانون الذي يخضع له العقد فإنه يخضع لقانون الموطن المشترك للمتعاقدين إذا اتحدا موطناً.

**ثانيا/ ضابط مكان إبرام العقد:** يتم اللجوء إلى هذا الضابط في حال إختلاف موطن المتعاقدين كما لو كان موطن أحدهما في عمان والأخر في العراق وتم العقد في سوريا ففي هذه الحالة يخضع العقد للقانون السوري إذ أنه قانون محل إبرام العقد، والسبب في إخضاع العقد لقانون مكان إبرامه ما يلي:[1]

- تحقيق وحدة القانون الذي ينظم العقد.
- وجود صلة حقيقية وجادة بين القانون والعقد.
- يضمن للمتعاقدين العلم المسبق بالقانون الذي يطبق على العقد.

وبالرغم من هذه المزايا إلا أنه هناك مجموعة من السلبيات لهذا الضابط والتي تتمثل في:

- إن مكان إبرام العقد قد يتحدد بالإستناد إلى ظروف عارضة كالشخص الذي يتعاقد من خلال كمبيوتره الشخصي وهو ينتقل من دولة إلى أخرى، وبالتالي عدم قيام أربطة حقيقية بين العقد والقانون الذي ينظمه.[2]
- يتم التعاقد في التجارة الإلكترونية في الغالب من خلال الانترنت مما لا يسمح بتركيز تلك المعاملات تركيزاً مكانياً بعكس العقود التقليدية التي يكون مكان التعاقد فيها هو مجلس العقد.[3]
- بالرغم من أن العقد ينعقد بتلاقي إرادة الموجب والقابل، إلا أن ألفقه اختلف في تحديد وقت ومكان العقد بين الغائبين، إذ توجد أربع نظريات في ذلك وهي: إعلان القبول، تصدير القبول، إستلام القبول والعلم بالقبول، مما يسبب صعوبة الانسجام بين النظم

[1] ديب فؤاد، القانون الدولي الخاص، جامعة دمشق، 1986، ص 323.

[2] صادق هشام، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية، منشأة المعارف الدولية، الإسكندرية، 1995، ص 418.

[3] صالح المنزلاوي، مرجع سابق، ص 328.

القانونية. ومما تجدر الإشارة إليه أن المشرع الأردني أخذ بنظرية إعلان القبول في المادة (101) من القانون المدني.[1]

- إن الأخذ بهذا الضابط قد يؤدي إلى الإخلال بالأمن القانوني الذي يسعى إليه أطراف العقد، إذ إنه لا يساعد على تحديد القانون الواجب التطبيق بسهولة، فالتعاقد من خلال شبكة الانترنت يفترض فيه إتصال العقد أثناء إبرامه بكافة الدول المتصلة بالإنترنت.[2]

**ثالثا/ ضابط إسناد العقد لقانون بلد التنفيذ:** لقد أخذت بعض التشريعات الوطنية للقانون الدولي الخاص بهذا الضابط، مثل التشريع الفرنسي والتشريع الألماني، إذ تأخذ هذه التشريعات بهذا الضابط عند عدم إتفاق طرفي العقد على القانون الواجب التطبيق على العقد الدولي.[3]

كما أخذت بعض الإتفاقيات الدولية بهذا الضابط، ومنها إتفاقية بروكسل لسنة (1968) في المادة (1/5) منها والتي أعطت للمدعي الحق في رفع دعواه أمام محكمة محل إقامته إذا اتحد مع محل إقامة المدعى عليه، في حال كان تسليم الأشياء أو تقديم الخدمات أو مكان تنفيذ الإلتزام الأساسي للصفقة يقع في دائرة إختصاصه، كما نصت اتفاقية روما لسنة (1980) في المادة رقم (2/20) منها على هذا الضابط.[4]

ومن الصعوبات التي يثيرها ضابط إسناد العقد لقانون بلد التنفيذ عند تطبيقه على عقود التجارة الإلكترونية وخاصة التي يتم تنفيذها أيضاً على الخط أي تنفيذ الالتزامات من خلال الانترنت مباشرة، مثل التصاميم والرسومات الهندسية وبرامج الحاسب التي يتم إرسالها مباشرة من خلال شبكة الانترنت، إذ يصعب تحديد مكان تنفيذ العقد، أما بالنسبة للعقود التي تنفذ خارج الخط فإن تحديد مكان التنفيذ لا يثير أية صعوبة.[5]

---

[1] ملكاوي بشار عدنان، الوجيز في شرح نصوص القانون المدني الاردني– نظرية العقد، ط1، دار وائل للنشر عمان، 2004، ص 30.

[2] صالح المنزلاوي، مرجع سابق، ص 429.

[3] الضمور ريم محمد، مرجع سابق، ص 42.

[4] صالح المنزلاوي، مرجع سابق، ص 330.

[5] المرجع نفسه، ص 370.

**رابعا/ ضابط إسناد العقد لقانون دولة محل إقامة المدين بالأداء المميز للعقد:** يرى جانب من الفقه أنه في حالة عدم اختيار الأطراف سواء صراحةً أو ضمناً للقانون الواجب التطبيق على العقد، فإنه يتحدد بالاستناد إلى ضابط الأداء المميز، أي المكان الذي ينفذ فيه الإلتزام الرئيسي[1]، وبالتالي فإنه يعد أداءاً مميزاً التزام البائع بتسليم المبيع أو التزامه بنقل الملكية للمشتري، والتزام المورد بتوريد الخدمة في عقود المقاولة على أساس أن هذه الإلتزامات تمثل الثقل الاقتصادي في العلاقة التعاقدية[2]، وقد أخذت بعض التشريعات بهذا الضابط، ومنها القانون الدولي الخاص الألماني لسنة (1986) في المادة (28) والتي نصت على أنه:

- عند سكوت إرادة المتعاقدين عن إختيار القانون الذي يحكم العقد يسري على هذا الأخير قانون البلد الأوثق صلة به.
- وتعتبر تلك الصلة موجودة في البلد الذي فيه الإقامة العادية للطرف المدين بالأداء المميز، أو مركز إدارته الرئيسي إذا كان شخصاً معنوياً.

كما أخذت بعض الإتفاقيات الدولية بهذا الرابط، إذ نصت إتفاقية روما لسنة (1980) بشأن القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية، في المادة (4) منها على أنه:

- عند سكوت المتعاقدين عن اختيار القانون الواجب التطبيق على العقد، يسري على هذا الأخير قانون الدولة التي له بها أكثر الروابط وثوقاً.
- وتعتبر تلك الروابط موجودة في الدولة التي يوجد بها محل الإقامة المعتادة للطرف الملتزم بتقديم الأداء المميز وقت إبرام العقد، فإذا كان هذا الطرف شخصاً معنوياً وكان قد أبرم العقد أثناء ممارسته لنشاطه المهني، فإن قانون الدولة التي بها المنشأة الرئيسية لهذا الشخص يكون هو الواجب التطبيق على العقد، وإذا كان الأداء المميز للعقد سيتم عن طريق شركة أخرى بخلاف الشركة الرئيسية فإن قانون الدولة التي يتواجد بها مقر تلك الشركة هو الذي يحكم العقد.[3]

[1] صادق هشام، المرجع السابق، ص 425.

[2] صالح المنزلاوي، المرجع السابق، ص 337.

[3] المرجع نفسه، ص 342.

كما أخذت بهذا الضابط إتفاقية لاهاي بشأن القانون الواجب التطبيق على البيوع الدولية للمنقولات المادية لسنة (1955)، إذ نصت في المادة (1/3) على أنه: "في حالة عدم اختيار الأطراف للقانون الذي سيحكم العقد، فإن البيع يكون محكوماً بالقانون الداخلي للدولة التي يوجد بها محل الإقامة المعتادة للبائع وقت تسلمه الطلب، ومع ذلك إذا كان تسليم الطلب بواسطة منشأة البائع، فإن البيع يكون محكوماً بالقانون الداخلي للدولة التي يوجد بها مقر تلك المنشأة.[1]

ومما سبق يمكن القول أن الاعتماد على قواعد الإسناد التقليدية الخاصة بتحديد القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية الدولية، والخاصة بقانون الإرادة أو القواعد الأخرى في حال سكوت إرادة الأطراف عن إختيار القانون الواجب التطبيق على عقد التجارة الإلكتروني الدولي، كضابط مكان إبرام العقد، أو موطن البائع، أو مكان تقديم المدين للأداء المميز، يثير العديد من الصعوبات والتي تتلاءم مع طبيعة المعاملات التي تتم من خلال شبكة الانترنت التي تعتبر مكاناً افتراضياً غير ملموس، وبالتالي فإنني أرى ضرورة الاتفاق صراحةً على إختيار القانون الذي يحكم عقد التجارة الإلكترونية المبرم عبر الانترنت.

## المطلب الثاني: الاختصاص القضائي.

إن الاختصاص القضائي الدولي هو مجموعة القواعد التي تحدد ولاية محاكم الدولة في المنازعات التي تتضمن عنصراً أجنبياً إزاء غيرها من محاكم الدول الأخرى، وذلك بالمقابلة لقواعد الاختصاص الداخلي التي تحدد اختصاص كل محكمة من محاكم الدولة إزاء غيرها من محاكم نفس الدول[2]، وبالتالي فإن إبرام العقود الإلكترونية عبر شبكة الانترنت يثير موضوع تنازع الاختصاص القضائي لدى حدوث نزاع بين طرفي العقد، ولذلك فإنه يتم اللجوء إلى مجموعة من الضوابط لتحديد المحكمة المختصة بالنظر لمنازعات التجارة الدولية، ففي حال قيام هذا التنازع يتم تحديد الإختصاص بناءاً على مجموعة من الضوابط العامة، وهي إما أن تكون ضوابط أصلية تتمثل في إختصاص محكمة موطن أو محل إقامة المدعى عليه، وضوابط

[1] صادق هشام، المرجع السابق، ص 455.

[2] المرجع نفسه، ص 457.

إحتياطية تتمثل في إختصاص محكمة محل إبرام أو تنفيذ العقد بالإضافة إلى ضابط اتفاق الأطراف على الخضوع الاختياري لمحاكم دولة أجنبية، ولمواجهة الصعوبات التي تعترض ضوابط الاختصاص التقليدية فقد تم البحث عن آليات جديدة لتسوية منازعات التجارة الإلكترونية مثل التحكيم الإلكتروني[1]، وسنتناول من خلال هذا المطلب أهم الإختصاصات القضائية وهذا من خلال الفروع التالية:

**الفرع الأول: إختصاص محكمة موطن أو محل إقامة المدعى عليه.**

إن كافة دول العالم تأخذ بهذا الضابط كأساس للاختصاص الدولي لمحاكمها، فهو من أهم الضوابط التي يقوم عليها الإختصاص القضائي الداخلي والدولي للمحاكم، إذ أن المدعى عليه أولى بالرعاية من المدعي ولذلك عليه أن يسعى للمدعى عليه لمقاضاته أمام محكمته[2]، كما أن محكمة موطن المدعى عليه هي الأقدر على إلزامه بالحكم الصادر عنها، لما لها من سلطة فعلية عليه، كما إنها الأقدر على إتخاذ الإجراءات التنفيذية في مواجهته، وكذلك القدرة على التنفيذ على أمواله إن كان له أموال في الدولة التي يتوطن فيها.[3]

فالمشرع الأردني وفي المادة (27) من قانون أصول المحاكمات المدنية[4] أخذ بهذا الضابط، يتضح لنا من خلال نص المادة (27) السالفة الذكر أن المشرع الأردني أعطى للمحاكم الأردنية اختصاص النظر بكافة المنازعات التي يكون أحد أطرافها من مواطنيها، كقاعدة عامة تعني إختصاص المحاكم بأي نزاع يكون أحد أطرافه أردني أو أجنبي، فالقاعدة

[1] البعطوش منذر قاسم، مرجع سابق، ص 78.

[2] القصبي عصام الدين، تنازع الاختصاص القانوني والقضائي الدوليين في مجال التجارة الالكترونية، بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة ما بين 10-12 مايو 2003، مجلة الشريعة والقانون، ص1633.

[3] الطراونة والحجايا، الإختصاص القضائي الدولي بمنازعات المسؤولية التقصيرية الموضوعية الناشئة في بيئة الفضاء الالكتروني كدراسة في التشريع الأردني، ص187.

[4] تنص المادة 27 من قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني على أنه: "تمارس المحاكم النظامية في المملكة الأردنية الهاشمية حق القضاء على جميع الأشخاص في المواد المدنية باستثناء المواد التي يفوض فيها حق القضاء إلى محاكم دينية أو محاكم خاصة بموجب أي قانون أخر".

أن يكون له موطن أو محل إقامة في المملكة الأردنية الهاشمية، وسواء أكان هذا الشخص شخصاً طبيعياً أم إعتبارياً.[1]

**الفرع الثاني: ضابط الخضوع الإختياري.**

يعد ضابط الخضوع الإختياري من الضوابط العامة في إختصاص المحاكم الداخلي والخارجي، والإتفاق على الإختصاص القضائي قد يكون سابقاً على النزاع أو لاحقاً عليه، كما أنه قد يكون صريحاً كأن يتفق الأطراف عليه في العقد المبرم بينهما أو في وثيقة مستقلة على إختصاص محكمة معينة، وقد يكون ضمنياً كأن يرفع المدعي دعواه أمام محكمة معينة ولم يتمسك المدعى عليه بعدم إختصاصها قبل الدخول في الموضوع، إلا إذا كان عدم الاختصاص من النظام العام فإن المحكمة تتصدى له من تلقاء نفسها.[2]

وقد أخذ المشرع الأردني بمبدأ الخضوع الإرادي للمحاكم الأردنية في الفقرة الثانية من المادة (27) من قانون أصول المحاكمات المدنية[3]، ويتبين لنا من خلال هاته المادة أن المشرع أوجب توافر عدة شروط غي الاتفاق على إعطاء الاختصاص لمحاكم دولة معينة وهي[4]:

- قبول الخصم صراحة أو ضمناً على إعطاء الاختصاص للمحاكم الأردنية في الفصل في النزاع.
- يجب أن تكون المحاكم الأردنية غير مختصة بنظر النزاع، إذ أنها لو كانت مختصة بنظر النزاع وفقاً لقواعد الاختصاص الواردة في قانون أصول المحاكمات الأردنية، فلا يجوز عندها سلب اختصاصها.

فالمشرع الأردني في ذات المادة نص صراحة على جلب الإختصاص للمحاكم الأردنية باتفاق طرفي النزاع صراحةً أو ضمناً في حال عدم اختصاصها، إلا أنه لم ينظم مسألة اتفاق

---

[1] الزعبي عوض أحمد، شرح قانون أصول المحاكمات المدنية، ط1، دار وائل للنشر، عمان 2003، ص 212.

[2] الضمور ريم محمد، الرجع السابق، ص 101.

[3] تنص المادة 27 من قانون أصول المحاكمات المدنية على أن أنه: "تختص المحاكم الأردنية بالفصل في الدعوى وإن لم تكن داخلة في اختصاصها إذا قبل الخصم ولايتها صراحةً أو ضمناً".

[4] الطراونة والحجايا، الاختصاص القضائي الدولي بمنازعات المسؤولية التقصيرية الموضوعية الناشئة في بيئة القضاء الالكتروني كدراسة في التشريع الأردني، ص 199.

أطراف النزاع على سلب الاختصاص من المحاكم الأردنية في حال كانت مختصة بنظر النزاع، وبما أن المشرع الأردني سكت عن هذه الحالة ولم ينظمها فإنه يتعين علينا الرجوع إلى أحكام القضاء لمعرفة موقفه من هذه المسألة.[1]

**الفرع الثالث: دور التحكيم الإلكتروني في حسم منازعات التجارة الإلكترونية.**

نتيجة للصعوبات التي تعترض تطبيق ضوابط الاختصاص القضائي الدولي في منازعات التجارة الإلكترونية ظهرت آليات جديدة لتسوية هذه المنازعات لتتلاءم مع طبيعة هذه المنازعات وبنفس الطريقة التي تتم بها المعاملات الإلكترونية أي تسوية هذه النزاعات من خلال شبكة الانترنت (التحكيم الإلكتروني)، وهو لا يختلف عن نظام التحكيم التقليدي إلا في طريقة التحكيم.[2]

يعرف التحكيم بأنه: "نظام خاص للتقاضي ينشأ من الاتفاق بين الأطراف المعنية على العهدة إلى شخص أو أشخاص من الغير بمهمة الفصل في المنازعات القائمة بينهم بحكم يتمتع بحجية الأمر المقضي"[3]، ويتميز التحكيم الإلكتروني بالإضافة إلى المزايا التي يحققها التحكيم التقليدي كأسلوب بديل لفض منازعات التجارة الدولية، بالاقتصاد في كلفة التحكيم وتوفير الوقت، كما أن إجراءات التحكيم الإلكتروني تسير بشكل أسرع من إجراءات التحكيم التقليدي، إضافةً إلى أن المحكمون في التحكيم الإلكتروني تتوافر لديهم الخبرة والمعرفة المتخصصة في منازعات التجارة الإلكترونية، كما أن معظم منازعات التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر منازعات تتعلق بالمستهلك، وذات قيمة مالية بسيطة لا يتناسب تسويتها بالطرق التقليدية المرتفعة الكلفة ولذلك فإن التحكيم الإلكتروني هو الأنسب لتسويتها.[4]

---

[1] الحجايا نور حمد، الاتفاق على اختيار المحكمة المختصة في المنازعات ذات الطابع الدولي دراسة في التشريع الأردني، مجلة الحقوق، العدد1، المجلد33، جامعة الكويت، 2006، ص287.

[2] الرومي محمد أمين، النظام القانوني للتحكيم الالكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 110.

[3] السيد حفيظة حداد، الموجز في النظرية العامة في التحكيم التجاري الدولي، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004، ص 44.

[4] الطراونة والحجايا، التحكيم الإلكتروني، مجلة الحقوق، العدد 1، المجلد2، جامعة البحرين، 2005، ص 201-213.

أما بالنسبة إلى المحكمة الإلكترونية المختصة بفض منازعات التجارة الإلكترونية فقد ظهرت مراكز متخصصة في فض منازعات التجارة الإلكترونية ومن هذه المراكز، محكمة التحكيم الإلكترونية التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) حيث وضعت قواعد خاصة لحسم منازعات تسجيل واستخدام المواقع الإلكترونية، أيضاً مركز (Square Trade) وهو مركز لا يتقاضى أجور من المستهلك، وإنما من الشركات التي تدخله في التفاوض أو الوساطة لفض النزاع وقد أثبت قدرته على حل النزاعات من خلال الوساطة والتفاوض في منازعات سوق المزاد العلني المشهور مركز (E bay).[1]

كما يقوم نظام المحكمة الإلكترونية على المبادئ التالية: مبدأ التقيد بقواعد النظام العام، مبدأ السرية ومبدأ المواجهة، ونهائية القرار الصادر بتسوية النزاع وهي ذات المبادئ التي يقوم عليه التحكيم التقليدي، أما الإجراءات المتبعة أمام المحكمة الإلكترونية فقد نصت المادة (24) من قانون التحكيم الأردني على أنها تخضع لإرادة أطراف النزاع[2]، كما نصت إتفاقية النيورك لسنة (1958) وكذلك القانون النموذجي للتحكيم التجاري الدولي على خضوعها لقانون إرادة الطرفين.[3]

وبالنسبة للمحكمة الإلكترونية فإن قواعد القانون الذي يطبق على إجراءات التحكيم الإلكتروني فإنها تخضع للقانون الذي يتفق على اختياره طرفي النزاع، وفي حال عدم اتفاق طرفي النزاع على القانون الواجب التطبيق على إجراءات التحكيم الإلكتروني، ولكون المحكمة الإلكترونية غير مرتبطة بمكان مادي فإن ذلك يثير بعض الصعوبات، ولذلك فإن واضعي نظام المحكمة الإلكترونية يدعون إلى خضوعها إلى عادات وأعراف التجارة الإلكترونية.[4]

---

[1] البطوش منذر قاسم، مرجع سابق، ص 86.

[2] المرجع نفسه،87.

[3] انظر المادة (36/أ/4) من القانون النموذجي للتحكيم التجاري الدولي والمادة (5) من إتفاقية النيورك لسنة (1958).

[4] البطوش منذر قاسم، المرجع السابق، ص 88.

# خاتمة

وختاما لهاته الدراسة المتواضعة يمكننا القول أن التجارة الإلكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الاساسي له، وتمثل القطاع الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي، وقد أصبحت واقعا ملموسا" في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال، وتستخدم التجارة الالكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الإتصال والتبادل بين الشركات، ونمط الإتصال والتبادل بين الشركة والزبائن، وغيرها من الأنماط التي تتطور باستمرار.

وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية والزيادة في معدل مستخدمي الانترنت إلى إنتشارها المتاجر الإلكترونية، وإحداث تطور في حجم التجارة الالكترونية على المستوى العالمي، المتجر الإلكتروني يشكل اللبنة الأساسية في النشاط التجاري الإلكتروني، وهو يتفق مع المتجر التقليدي من حيث الهدف الذي يسعى إليه التاجر ألا وهو ممارسة العمل التجاري.

وتتمثل أهم النتائج التي توصلنا إليها في:

- يختلف المتجر الإلكتروني عن المتجر التقليدي وهذا في أن المحل التجاري الإلكتروني موجود في الفضاء الإلكتروني، أي أنه غير مادي وغير ملموس وإنما إفتراضي، والعنصر الجوهري فيه يتمثل في قدرته على جذب العملاء أو الزبائن من شتى أنحاء العالم.
- لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تحديد الطبيعة القانونية للمتجر الإلكتروني وإكتفى قانون التجارة الإلكترونية الذي يعاني من نقائص عديدة سواء من الجانب القانوني أو القضائي، عكس بعض الدول العربية كالأردن وسوريا ومصر التي قامت بحديد الضوابط القانونية للمتاجر الإلكترونية سواء فبي العقود أو غيرها من الإجراءات القانونية التي تحمي البائع والزبون.

- عدم وجود إطار قانوني خاص بالمتجر الإلكتروني ينظم هذا المتجر وينظم حقوق مالكه سواًء في التشريعات الوطنية أو الدولية، وكذلك عدم وجود نظام قانوني دولي ملزم خاص بالتجارة الإلكترونية، وإنما هناك تشريعات وطنية واتفاقيات دولية وأعراف نشأت في بيئة التجارة الإلكترونية لمحاولة تنظيمها.
- يعتبر المحل التجاري الإلكتروني عبارة عن مجموعة من حقوق الملكية الفكرية التي تشكل في مجموعها مال معنوي منقول وهو المحل التجاري الإلكتروني.

# قائـــمة المراجـع

## I. المراجع باللغة العربية:

### أولا: الكتب.

1-أبو الشامات محمد فاروق، مكناس جمال الدين، الحقوق التجارية، منشورات جامعة دمشق، 2009/2008.

2-أبو الهيجاء، محمد إبراهيم، عقود التجارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2005.

3-أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2005

4-جاك يوسف الحكيم، الحقوق التجارية، الأعمال التجارية والتجار والمتجر، ج1، منشورات جامعة دمشق، 2011/2010

5-خالد محمدوح أبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، .2006

6-خالد ممدوح إبراهيم، ابرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.

7-ديب فؤاد، القانون الدولي الخاص، جامعة دمشق، 1986.

8-الرومي محمد أمين، النظام القانوني للتحكيم الالكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.

9-الزعبي عوض أحمد، شرح قانون أصول المحاكمات المدنية، ط1، دار وائل للنشر، عمان 2003.

10- زهرة مجد المرسي، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، مصر، 2008

11- السيد حفيظة حداد، الموجز في النظرية العامة في التحكيم التجاري الدولي، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004.

12- صادق هشام، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية، منشأة المعارف الدولية، الإسكندرية، 1995.

13- صالح المنزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2006، ص 264.

14- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء1، نظرية الإلتزام بوجه عام، مصادر الإلتزام، المجلد 1، دار النهضة العربية، 1981

15- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، .2006

16- عبد الفتاح حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002

17- عمرو عبد الفتاح علي يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون الدني، الطبعة الأولى، د.ن، 2009

18- عمرو عبد الفتاح يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني- دراسة مقارنة – بدون دار نشر، الطبعة الأولى، .2009

19- فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشوارت الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، .2010

20- محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي، ط1، شركة الوسيط التجاري، 2005.

21- مصطفى موسى العجارمة، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، .2010

22- ملكاوي بشار عدنان، الوجيز في شرح نصوص القانون المدني الاردني- نظرية العقد، ط1، دار وائل للنشر عمان، 2004.

23- هبة ثامر محمود، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، .2011

## ثانيا: المقالات والمجلات.

1-بن حليمة ليلى، عشور سليم، خصوصية التحكيم الإلكتروني في حل منازعات التجارة الالكترونية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 4، العدد 01، 2019.

2-بوباكور فارس، بومايلة سعاد، أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمانت، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، مارس 2004.

3-الحجايا نور حمد، الاتفاق على اختيار المحكمة المختصة في المنازعات ذات الطابع الدولي دراسة في التشريع الأردني، مجلة الحقوق، العدد1، المجلد33، جامعة الكويت، 2006.

4-حنان مليكة، التصرفات الواردة على المتجر الإلكتروني، مجلة جامعة البعث، المجلد 39، العدد 44، 2017..

5-رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، 1999.

6-رشا محمد تسيير حطاب، خصاونة مها يوسف، تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، العدد 46، جامعة الإمارات العربية المتحدة، أفريل 2011

7-الطراونة والحجايا، الاختصاص القضائي الدولي بمنازعات المسؤولية التقصيرية الموضوعية الناشئة في بيئة القضاء الالكتروني كدراسة في التشريع الأردني.

8-الطراونة والحجايا، التحكيم الإلكتروني، مجلة الحقوق، العدد 1، المجلد2، جامعة البحرين، 2005.

9-القصبي عصام الدين، تنازع الاختصاص القانوني والقضائي الدوليين في مجال التجارة الالكترونية، بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون،

كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة في الفترة ما بين 10-12 مايو 2003، مجلة الشريعة والقانون.

10- كاظم كريم علي، العقد الإلكتروني، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد1، جامعة بابل، 2009.

**ثالثا: الرسائل والمذكرات.**

1-إبراهيم أحمد سعيد زمزمي، القانون الواجب التطبيق في منازعات عقود التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، 2007.

2-إيمان مأمون أحمد سليمان، الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة منصورة، 2006/2005

3-البطوش منذر قاسم، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الحقوق، جامعة مؤتة-الأردن، 2016.

4-الضمور ريم محمد، الإختصاص التشريعي والقضائي بمنازعات عقود التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، 2008

5-العتيبي محمد ذعار، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012-2013

6-غادة جواد مسعودي، التنظيم القانوني للعقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة بير زيت-فلسطين، د.س.ن،

7-مأمون إسلام، المعوقات التي تحد من نجاح التجارة الالكترونية في مصر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية للتعليم العالي، المملكة المتحدة، 2011/2010.

8-يحي يوسف، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية- نابلس، 2007.

## رابعا: النصوص القانونية.

1-الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم.

2-الفصل 28 من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم 83، لسنة 2000.

3-القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1430، الموافق لـ10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية المادة 06، الجريدة الرسمية العدد28.

4-قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني.

5-قانون التجارة السوري، رقم 33، الصادر بتاريخ 9 ديسمبر من سنة 2007.

6-القانون النموذجي للتحكيم التجاري الدولي.

7-إتفاقية النيورك لسنة (1958).

## II. المراجع على الإنترنت.

الموقع الرسمي للأونسيترال، أنظر:

http://www.uncitral.org/uncitral/ar/about/origin.html

قراءة في الأحكام الرئيسية للقانون النموذجي للتجارة الالكترونية والمادة 5 مكرر بصيغتها المعتمدة 1998 على الموقع:

http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/1996M odel.html

تفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية سنة 2005

http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/2005Co nvention.h

# فهرس العناوين

| العنوان | الصفحة |
|---|---|
| **التشكرات** | |
| **الإهداء** | |
| **مقدمة** | أ-ب |
| **الفصل الأول: ماهية المتجر الإلكتروني** | |
| المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية. | 4 |
| المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية | 4 |
| الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية. | 4 |
| الفرع الثاني: مجالات التجارة الإلكترونية. | 7 |
| المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية. | 9 |
| الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية. | 9 |
| الفرع الثاني: تعريف التجارة الالكترونية في التشريعات الدولية. | 10 |
| الفرع الثالث: تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري. | 12 |
| المبحث الثاني: خصائص ومميزات المتجر الإلكتروني وأهم الإختلافات. | 13 |
| المطلب الأول: خصائص ومميزات المتجر الإلكتروني. | 13 |
| الفرع الأول: خصائص المتاجر الإلكترونية. | 13 |
| الفرع الثاني: مميزات المتاجر الإلكترونية. | 15 |
| المطلب الثاني: الإختلاف بين المتجر الإلكتروني والمتجر العادي. | 16 |
| الفرع الأول: الفرق بين المتجر الإلكتروني والمتجر التقليدي. | 16 |
| الفرع الثاني: العوائق التي تعترض التجارة الإلكترونية. | 18 |
| **الفصل الثاني: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية** | |
| المبحث الأول: التنظيم القانوني للمتجر الإلكتروني. | 21 |

| | |
|---|---|
| المطلب الأول: العقد الإلكتروني. | 21 |
| الفرع الأول: ماهية العقد الإلكتروني. | 22 |
| الفرع الثاني: التنظيم القانوني للعقد الإلكتروني. | 27 |
| المطلب الثاني: بيع وإيجار المتجر الإلكتروني. | 30 |
| الفرع الأول: بيع المتجر الالكتروني. | 30 |
| الفرع الثاني: إيجار المتجر الالكتروني. | 32 |
| المطلب الثالث: حجز ورهن المتجر الإلكتروني. | 33 |
| الفرع الأول: حجز المتجر الإلكتروني. | 34 |
| الفرع الثاني: رهن المتجر الالكتروني. | 35 |
| المبحث الثاني: منازعات التجارة الإلكترونية. | 37 |
| المطلب الأول: الإختصاص التشريعي. | 37 |
| الفرع الأول: ضابط إسناد أصلي (قانون الإرادة). | 37 |
| الفرع الثاني: ضوابط الإسناد الفرعية. | 38 |
| المطلب الثاني: الاختصاص القضائي. | 42 |
| الفرع الأول: إختصاص محكمة موطن أو محل إقامة المدعى عليه. | 43 |
| الفرع الثاني: ضابط الخضوع الإختياري. | 44 |
| الفرع الثالث: دور التحكيم الإلكتروني في حسم منازعات التجارة الإلكترونية. | 45 |
| **خاتمة** | 47 |
| **قائمة المراجع.** | |