

# أسباب التكيف القانوني للمحل التجاري الإلكتروني

(دراسة مقارنة)

م.م. نبأ ابراهيم فرحان

جامعة البصرة/كلية القانون

## THE CAUSATION OF LEGAL ADAPTATION OF THE ELECTRONIC COMMERCIAL SUBJECT-MATTER

(A COMPARATIVE STUDY)

Assist. Lecturer. Nabaa Ibrahim Farhan

University of Basra/College of law

### المقدمة

أولاً: جوهر فكرة البحث:

ادى انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة ومنها شبكة الانترنت إلى جعل العالم قرية واحدة وظهرت العديد من المواقع الالكترونية التي تمارس نشاطاً تجارياً عن طريق الترويج والاعلان عن منتجاتها والتسويق لها عبر الشبكة العنكبوتية لما توفره هذه الشبكة من سهولة عرض المنتجات وسهولة الوصول لأكبر عدد من الزبائن واخذت هذه المواقع الالكترونية بالتطور حتى اخذت شكل المحلات التجارية ليس بصفقتها التقليدية وانما محلات تجارية الالكترونية.

لذا بدأ الاهتمام بهذه المحلات التجارية الالكترونية التي اشتملت على معالم وعناصر مادية اضافة إلى معالم معنوية ابرزها عنصر الاتصال بالعملاء وبدأت تأخذ حيزاً واسعاً من نشاط التجارة الدولية الالكترونية.

## ثانياً: أهمية موضوع البحث وأسباب اختياره:

تتداخل أهمية موضوع التكيف القانوني للمحلات التجارية الالكترونية مع

أسباب اختياره ويمكن إجمالها بالآتي:

١. تبرز أهمية الموضوع لان المحل التجاري الالكتروني يلعب دوراً مهماً في ممارسة النشاط التجاري الالكتروني خصوصاً بعد التطور الحاصل الحياة التجارة الالكترونية اذ جعل المحل التجاري الالكتروني أو التقليدي يكتسب قيمة اقتصادية ومالية كبيرة ويؤثر على اقتصاد الدول المختلفة.

٢. تبرز اهميته كذلك كون الموقع الالكتروني الذي هو في الحقيقة تجسيد للمحل التجاري الالكتروني الذي يسهل للزبون أو المستهلك لبيحت ويقارن بين المنتجات والعروض المختلفة للأنشطة التجارية ليشتري عبر شبكة الانترنت بصورة مباشرة.

٣. ان للمحلات التجارية احكاماً خاصة وطبيعة قانونية متميزة ومختلفة عن المحلات التجارية التقليدية الأمر الذي يقتضي البحث والتعمق في دراسة التكيف القانوني للمحلات التجارية الالكترونية بيان تلك الأحكام والتنظيم المتوقع له.

## ثالثاً: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث حول امكانية وجود المحل التجاري الالكتروني من الناحية القانونية خصوصاً ان المشرع العراقي لم يفرد في قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ نصوصاً خاصة تنظم المحلات التجارية التقليدية سوى اشارة في المادة (٢٤) من القانون اعلاه هذا من ناحية ومن ناحية اخرى عدم مواكبة النصوص التشريعية التطور الحاصل في التجارة الالكترونية، سواء اكان ذلك في القانون العراقي أو القوانين المقارنة فحتى مع وجود قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ العراقي الا ان هذا القانون لم يعالج

العديد من الاشكاليات الخاصة بالتجارة الالكترونية لذا وضعنا هذه البحث من أجل معالجة الاشكاليات الآتية:

١. ماذا يقصد بالمحلات التجارية الالكترونية، وهل هذه المحلات يمكن ان توجد بمعزل عن الواقع المادي؟

٢. هل هذه المحلات التجارية الالكترونية تمتلك عناصر كمثيلتها المحلات التجارية التقليدية؟ وإذا ما امتلكت عناصر فهل هذه العناصر تختلف عن العناصر في المحلات التجارية التقليدية؟

٣. مدى امكانية تطويع النصوص القانونية الخاصة بالمحلات التجارية التقليدية على المحلات التجارية الإلكترونية؟

١. ما طبيعة القانونية للمحلات التجارية الالكترونية؟

#### رابعاً: نطاق البحث:

يهدف البحث إلى دراسة القواعد التي تحدد الطبيعة القانونية للمحلات التجارية الالكترونية من جانب قانوني من حيث: مفهوم المحلات التجارية الإلكترونية وبيان عناصرها ويحث النظريات القانونية التي وضعت لتحديد الطبيعة القانونية للمحلات التجارية الالكترونية.

ويختص بحثنا بدراسة التشريع العراقي من خلال قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ وقانون الشركات رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ ومقارنتها بالتشريع المصري والقانون الاردني.

#### خامساً: منهج البحث وهيكلته:

سنعتمد في دراستنا لموضوع التكيف القانوني للمحلات التجارية الالكترونية على المنهج التحليلي المقارن.

وسنقوم بتوزيع دراسة هذا الموضوع على مباحث ثلاثة. نخصص المبحث الأول منه لبيان مفهوم المحلات التجارية الالكترونية وسنوزع الدراسة فيه على

مطلبين يتناول المطلب الأول تعريف المحلات التجارية الالكترونية، والمطلب الثاني لبيان خصائص المحلات التجارية الالكترونية. أما المبحث الثاني سنبحث فيه عناصر المحلات التجارية الالكترونية من خلال مطلبين: الأول للتعرف العناصر المادية، وسيكون المطلب الثاني للعناصر المعنوية للمحلات التجارية الالكترونية. اما المبحث الثالث من هذا البحث فسنتناول به الطبيعة القانونية للمحلات التجارية الالكترونية وذلك من خلال ثلاثة مطالب يكون المطلب الأول لبيان نظرية المجموع القانوني والمطلب الثاني لبحث نظرية المجموع الواقعي اما المطلب الثالث والاخير فسيكون لبحث نظرية الملكية المعنوية. وسننهى بحثنا هذا بخاتمة نوجز فيها أهم النتائج والمقترحات التي سنتوصل اليه.

## المبحث الأول

### مفهوم المحل التجاري الالكتروني

ادى انتشار الانترنت وتزايد عدد مستخدميه إلى ظهور عدد كبير من المواقع الالكترونية التجارية التي تمارس نشاطها التجاري من خلال الشبكة العنكبوتية سواء اكان من خلال الدعاية والاعلان والترويج للبضائع أو تبادل المعلومات التجارية أو من خلال الاتجار عبر الانترنت والذي قابله بالمثل ازدياد اعداد المتسوقين عبر الشبكة العنكبوتية سواء على المستوى الداخلي للدولة أو الخارجي اذ اصبح العالم قرية واحدة، وان احتراف التاجر للأعمال التجارية غالباً ما يحتاج إلى اداة تتلاءم مع طبيعة وحجم الاعمال التي يمارسها ويتخذها حرفة معتادة له، وهذه الاداة التي يمارس من خلالها التاجر الاعمال التجارية هي المحل التجاري أو كما يطلق عليه في بعض التشريعات المتجر<sup>(١)</sup>.

(١) كما في قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ وقانون التجارة الاردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

وبهدف تحديد مفهوم المحل التجاري الإلكتروني فإن الامر يتطلب تعريفه أولاً ومن ثم بيان أهم الخصائص المميزة له، وهذا ما سنبحثه في مطلبين:

## المطلب الأول

### تعريف المحل التجاري الإلكتروني

يعرف المحل التجاري بصفة عامة بأنه " مجموعة من الاموال المادية وغير المادية التي تخصص لمزاولة مهنة تجارية" وبالرجوع لقانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ نجد انه لم يعرف المحل التجاري بل لم ترد الاشارة للمحل التجاري الا من خلال المادة(٢٤ - ثانياً) عندما اشار بانه لا يجوز التصرف بالاسم التجاري بصورة مستقلة عن المحل التجاري<sup>(١)</sup>، في حين عرف المشرع المصري المحل أو المتجر في المادة ٣٤ من قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ بأنه " مجموعة من الاموال المنقولة التي تخصص لمزاولة تجارة معينة ويجب ان تتضمن عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية"<sup>(٢)</sup>.

فتعريف المشرع المصري اعلاه جعل المحل أو المتجر قاصر على الاموال المادية دون المعنوية و اشار كذلك إلى العناصر اللازم توفرها ليكون محلاً تجارياً بالمفهوم القانوني.

وكذلك عرف المشرع الاردني المحل التجاري بمفهومه التقليدي في المادة ٣٨ من قانون التجارة رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦ بأنه "مجموعة عناصر مادية وغير مادية تختلف بحسب الاحوال وهي خصوصاً الزبائن والاسم والشعار وحق الايجار والعلامات الفارقة والاجراءات والاجازات والرسوم ..."<sup>(٣)</sup>.

(١) انظر المادة (٢٤ - ثانياً) من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤.

(٢) المادة ٣٤ من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.

(٣) المادة ٣٨ من قانون التجارة الاردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

فالمحل التجاري وفقاً لتعريف المشرع الاردني مجموعة من الاموال المنقولة تتضمن حتماً أموال منقولة معنوية كالاتصال بالعملاء والعنوان التجاري وحق الايجار وتضم في ذات الوقت اموالاً منقولة مادية مثل البضائع والاثاث والآلات الصناعية وغيرها.

وعرف كذلك بانه " مال منقول معنوي يشمل اتصال التاجر بعملائه واعتيادهم التردد على المتجر نتيجة عناصر الاستغلال التجاري"<sup>(١)</sup>.

وهذه التعاريف اعلاه سواء اكانت التشريعية منها ام الفقهية لم تعرف المحل التجاري الالكتروني وانما عرفت المحل التجاري التقليدي.

والمحل التجاري الالكتروني لا يختلف عن المحل التجاري بمفهومه التقليدي من حيث الهدف الذي يسعى اليه التاجر الا وهو ممارسة العمل التجاري فالتاجر في كل المحليين يقوم بعرض منتجاته وخدماته على الجمهور الا انه في المحل التجاري الالكتروني يهدف إلى نشر نشاطه بصورة أوسع وعرضه على اكبر عدد ممكن من الجمهور ويتم تحقيق ذلك من خلال الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت تلك الشبكة العنكبوتية التي اصبحت الوسيلة الاكثر استخداماً وشيوعاً والتي تتيح انتشار النشاط التجاري في شتى انحاء العالم بشكل اسرع.

ويشكل المحل التجاري الالكتروني الحجر الاساس في النشاط التجاري الالكتروني والذي يمكن ان نعرفه بانه "مجموعة من العناصر التي تتكامل مع بعضها البعض لممارسة النشاط التجاري عبر الانترنت"<sup>(٢)</sup>.

ونلاحظ على التعريف اعلاه انه ركز على عناصر المحل التجاري التي تكمل احدي الاخرى والتي من خلالها يتم ممارسة النشاط التجاري عبر شبكة

(١) عاشوري هيبية، تقديم المحل التجاري كحصة في الشركة المساهمة، رسالة ماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٦، ص ١١.

(٢) انظر د. حنان مليكة، التصرفات القانونية الواردة على المتجر الالكتروني، بحث منشور في مجلة جامعة البعث، المجلد ٣٩، العدد ٤٤، ٢٠١٧، ص ١٣.

الانترنت الا انه لم بين ماهيه هذه العناصر وهل تختلف عن عناصر المحل التجاري التقليدي ام هي ذاتها.

وفي تعريف اخر للمحل التجاري الالكتروني بانه " مجموعة من العناصر التي تتميز بقدرتها على جذب الزبائن للخدمات التجارية التي يقدمها عبر مواقع الانترنت ويشترط فيه ان يكون مشتملاً على عناصر المحل التجاري التقليدي لاسيما عنصر الاتصال بالعملاء وهو المكافئ للمحل التجاري التقليدي"<sup>(١)</sup>.

ونلاحظ على هذا التعريف انه قد ذكر اهم عناصر المحل التجاري الالكتروني وهو عنصر جذب الزبائن بالإضافة إلى ضرورة اشتماله على عناصر المحل التجاري التقليدي

وفي ضوء ما تقدم نجد ان المحل التجاري الالكتروني لا يختلف عن المحل التجاري بمفهومه التقليدي الا من خلال استخدامه العالم الافتراضي للظهور للعالم التجاري وبناء على ذلك يمكن ان نعرف المحل التجاري الالكتروني بانه " مجموعة من الاموال المنقولة التي تخصص لمزاولة تجارة معينة عبر شبكة الانترنت ولها اسماً تجارياً لتمييزها عن غيرها من المحلات التجارية".

## المطلب الثاني

### خصائص المحل التجاري الالكتروني

من خلال تعريف المحل التجاري الالكتروني وجدنا انه يتمتع بعدة خصائص

وهي:

#### الفرع الأول: المحل التجاري الالكتروني مال منقول

ان اعتبار المحل التجاري الالكتروني مالاً منقولاً لأنه يستمد طبيعته هذه من طبيعة العناصر الداخلة في تكوينه والتي لا تخرج في جميع الاحوال عن كونها

(١) محمد مجيد كريم الابراهيم، اشكالية حماية الاسم التجاري للمحلات التجارية عبر الانترنت في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة جامعة ذي قار، المجلد ١٣، العدد ٣، ٢٠١٨، ص ٥٤.

عناصر ذات طبيعة منقولة سواء أكانت عناصر مادية أو عناصر معنوية، وان العنصر الجوهري الذي لابد من توافره في المحل التجاري الالكتروني ليكتسب وجوده القانوني هو عنصر الاتصال بالعملاء والذي يعد مالا منقولاً فمن الطبيعي إذاً ان يتسم المحل التجاري الالكتروني بهذه الخصيصة اذ انه يؤثر تأثيراً فعالاً في طبيعة المحل التجاري الالكتروني اذ يستمد خاصيته المنقولة منه<sup>(١)</sup>.

ويضاف إلى العنصر اعلاه العناصر الاخرى للمحل التجاري الالكتروني والتي تعد جميعها مالا منقولاً وهذا ما يؤكد تميز المحل التجاري الالكتروني بهذه الخصيصة ويترتب على اعتبار المحل التجاري الالكتروني مالا منقولاً وخضوعه بالتالي للأحكام الخاصة بالمنقولات العديد من النتائج، فالمحل التجاري الالكتروني يخضع لأحكام الخاصة بالمنقول ولا تسري عليه القواعد القانونية الخاصة بالعقار، فهو لا يمكن ان يكون موضوعاً لرهن عقاري بل يمكن ان موضوعاً لرهن حيازي وتسري عليه الاحكام الخاصة بالرهن الحيازي هذا من ناحية ومن ناحية اخرى لا تسري عليه احكام حقوق الارتفاق وان بيع المحل التجاري الالكتروني أو رهنه لا تخضع لإجراءات التسجيل العقاري أو للقواعد الرهن العقاري فهو يخضع للإحكام والقواعد القانونية التي تحكم الاموال المنقولة<sup>(٢)</sup>.

### الفرع الثاني: المحل التجاري الالكتروني مال معنوي

يعد المحل التجاري الالكتروني منقولاً معنوياً وان كان يضم بعض العناصر المادية لان هذه الاخيرة ليست من مستلزماته ومن الجائز وجود المحل مجردا منها فالمحل هو ذاته مالا معنوياً يمثل مجموع مكوناته المادية والمعنوية بوصفه مجموعة من الاموال لها خصائصها المختلفة عن خصائص كل عنصر من

(١) عاشوري وهيبه، مصدر سابق، ص ٦٤.

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٢٢٥.

عناصره فهو يكتسب صفة المنقول المعنوي من طبيعة غالبية عناصره رغم وجود العناصر المادية كالمعدات والآلات والبضائع<sup>(١)</sup>.

ان أهم ما يمتاز به التاجر على محله التجاري الإلكتروني ان موضوع الحق يرد على شيء غير مادي له ذاتية متميزة عن عناصره، وان محل هذا الحق هو الاحتفاظ بالعملاء والعمل على زيادتهم وهذا الحق هو عبارة عن منقول معنوي لا يدرك بالحس<sup>(٢)</sup>، اذ ان للملكية المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني لها جانبان: يقصد بالجانب الأول حق التاجر بالاتصال بالعملاء واستمراره في مزاولته نشاطه التجاري في ظل ظروف المنافسة المشروعة، اما الجانب الثاني فيراد به ان لا يكون لصاحب المحل التجاري الإلكتروني حق الاستئثار بالعملاء ومنعهم من التردد على محل تجاري آخر بل عليه ان يتحمل نتائج المنافسة المشروعة، وما ينجم من تردد العملاء على محل تجاري منافس بسبب جودة منتجاته مثلاً، اذ تقتصر حماية ملكية المحل التجاري الإلكتروني على حماية الملكية عند الاعتداء عليها بسبب استعمال المنافسة غير المشروعة التي يترتب عليها ترك العملاء للمحل التجاري الإلكتروني والتردد على المحل المنافس<sup>(٣)</sup>.

ويترتب على تمتع المحل التجاري الإلكتروني بهذه الخصيصة (مال معنوي) مجموعة من النتائج، اذ لا تنطبق عليه بعض القواعد الخاصة بالمنقولات المادية كقاعدة الحيازة في المنقول بحسن نية وسند صحيح سند الملكية المنصوص عليها في المادة (١١٦٣-فقرة ١) من القانون المدني العراقي<sup>(٤)</sup> اذ يشترط لسريانها التسليم المادي وهو مال لا يمكن تصوره في المحل التجاري الإلكتروني وكذلك لا يكون المحل التجاري الإلكتروني محلاً لهبة يدوية لأنه مال منقول معنوي وبالتالي لا

(٣) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، المصدر اعلاه، ص ٢٢٥.

(١) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، المصدر اعلاه، ص ٢٢٦.

(٢) د. عزيز العكيلي، الوسيط في شرح التشريعات التجارية، ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨، ص ٨٧.

(٣) انظر المادة (٩٧٦ فقرة ١) من القانون المدني المصري المادة (١١٨٩) من القانون المدني الاردني

تتطبق عليه قواعد الهبة والوديعة كما لا يمكن ممارسة حق الحبس عليه لان الحبس يقوم على فكرة الحيابة<sup>(١)</sup>.

### الفرع الثالث: المحل التجاري الالكتروني ذو صفة تجارية

الصفة التجارية في المحل التجاري الالكتروني صفة اساسية لاكتساب وجوده القانوني، وتجريد المحل التجاري الالكتروني من هذه الصفة يؤدي إلى خروجه من نطاق المحلات التجارية حتى وان اشتمل على العناصر التي يتكون منها المحل التجاري الالكتروني كعنصر الاتصال بالعملاء والحق في الايجار والاثاث والمعدات<sup>(٢)</sup>.

اذ يلزم في المحل التجاري الالكتروني ان تثبت الصفة التجارية لنشاطه هذا من ناحية ومن ناحية اخرى يجب ان يمارس مستغل المحل التجاري الالكتروني نشاطه على وجه الاحتراف حتى يكتسب الصفة التجارية وعلى العكس من ذلك اذا كان النشاط مديناً لا يكون هناك محل تجاري إلكتروني ولا يكتسب مستغله الصفة التجارية فهناك اختلاف كبير بين ما يعد محلاً تجارياً الكترونياً وبين غيره الذي لا يعد محلاً تجارياً الكترونياً وهو تآلف واتحاد عناصر المحل لجذب العملاء إلى المتجر ذاته من اجل الاستفادة من الطبيعة التجارية لنشاطه دون اعتمادهم كثيراً على شخصية مستغل المحل التجاري الالكتروني بدليل استمرارهم في التعامل مع المحل التجاري الالكتروني حتى ولو تم التنازل عنه لمستغل جديد، في حين ان عنصر الاتصال بالعملاء لا يجوز التنازل عنه للغير في حال التنازل عن المحال غير التجارية الالكترونية لان العملاء في هذا النوع من المحلات يرتبطون بشخص القائم بالنشاط لمهارته والثقة في شخصه اكثر من اعتمادهم على العناصر التي تتألف منها محالهم<sup>(٣)</sup>.

(٤) د. عزيز العكلي، الوسيط في شرح التشريعات التجارية، مصدر سابق، ص ٨٨.

(١) عاشوري وهيبه، مصدر سابق، ص ٧١.

(٢) د. عزيز العكلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص ٢٢٦.

## المبحث الثاني

### عناصر المحل التجاري الإلكتروني

المحل التجاري الإلكتروني يتكون من مجموعة من العناصر، والتي يمكن تقسيمها إلى عناصر مادية وعناصر معنوية وهذا ما سنبحثه من خلال المطالبين التاليين:

#### المطلب الأول

#### العناصر المادية للمحل التجاري الإلكتروني

ان العناصر المادية التي يتكون منها المحل التجاري الإلكتروني لا تختلف عن العناصر المادية للمحل التجاري التقليدي، فهو وان كان التعامل في المحل التجاري الإلكتروني يتم من خلال شبكة الانترنت والعالم الافتراضي والمحل الإلكتروني يأخذ صيغة معينة أو موقع الإلكتروني من خلال العالم الافتراضي يمارس من خلالها التاجر عرض بضاعته والترويج لها بشكل اوسع الا انه لا بد من توافر عناصر مادية لهذه التجارة الإلكترونية كالبضائع والمعدات اللازمة لإيصال هذه البضائع للزبائن، وهذه العناصر هي:

#### الفرع الأول: البضائع

وهي المنقولات المعدة للبيع سواء أكانت سلعة كاملة الصنع أو سلعة نصف مصنعة أو مواد اولية ويشترط لاعتبار هذه المنقولات من البضائع ان تكون مملوكة للتاجر الذي يستغل المحل التجاري الإلكتروني وتعد البضائع أقل العناصر استقراراً في المحل التجاري الإلكتروني ذلك لان وجودها مسألة مؤقتة لأنها معدة لغرض بيعها فهي ليست عنصراً دائماً في المحل التجاري الإلكتروني<sup>(١)</sup>.

وللبضائع أهمية كبيرة سواء اكان في تجارة الجملة أو في تجارة التجزئة فبدون هذه البضائع لا يمكن القيام بعملية التجارة الإلكترونية اذ انها هي موضوع

(١) د. أكرم ياملكي، القانون التجاري، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، دون سنة، ص١٩٦.

التجارة الالكترونية، وبالرجوع إلى القوانين التجارية موضوع المقارنة التي نظمت المحل التجاري التقليدي نجد انها نصت على البضائع باعتبارها احد العناصر الذي يتكون منها المحل فقد نصت المادة (٣٤ - ٣) من القانون المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ على جواز ان يتضمن المحل التجاري البضائع والاثاث والآلات والاجهزة والمعدات وغيرها من المهمات اللازمة لاستغلال المحل التجاري وكذلك نصت المشرع التجاري الاردني على البضائع باعتبارها احد العناصر التي يتكون منها المتجر في المادة ٣٨ من قانون التجارة رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦<sup>(١)</sup>، اما المشرع العراقي فلم ينص على احكام خاصة بالمحل التجاري سوى اشارة في المادة ٢٤ من قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ عندما نصت على عدم جواز بيع الاسم التجاري مستقلا عن المحل التجاري (كما ذكرنا ذلك سابقاً).

وتعد البضائع بالنسبة لبعض المحلات التجارية القيمة الاساسية الا ان هذه القيمة تقل اهميتها في المحلات التجارية التي تقتصر على تقديم الخدمات كالفنادق ومؤسسات النقل، والبضائع لا يمكن عداها عقارا بالتخصيص ويترتب على ذلك بأن تكون مشمولة في البيع الذي يرد على المحل التجاري الالكتروني ويكون للبائع حق الامتياز عليها حتى وان كان العقار الذي يجري فيه استغلال المحل التجاري مملوكاً للبائع<sup>(٢)</sup>.

### الفرع الثاني: العدد الصناعية

تشمل العدد الصناعية كافة المنقولات المخصصة للاستغلال التجاري كالآلات والمعدات التي تستخدم في صنع المنتجات وتصليحها وكذلك سيارات النقل المخصصة لخدمة المحل التجاري الالكتروني<sup>(٣)</sup>.

(١) انظر المادة (٣٤ - ٣) من القانون المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ والمادة ٣٨ من قانون التجارة الاردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

(٢) د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦، ص ١٨٨.

(٣) د. فوزي محمد سامي، مصدر سابق، ص ١٨٨.

وينبغي ان نلاحظ ان الاشياء التي تكون من طبيعة واحدة قد تعد من البضائع بالنسبة لبعض المحلات التجارية الالكترونية وفي ذات الوقت تعد من العدد الصناعية بالنسبة محلات تجارية الالكترونية اخرى، فالسيارات تكون من العدد الصناعية اذا كانت مخصصة لخدمة المحل التجاري الالكتروني كما لو كانت مخصصة لنقل منتجات المحل التجاري، وقد تكون من البضائع اذا كانت معروضة للبيع في المحل التجاري الالكتروني، فمعيار التفرقة بين ما اذ كانت هذه المنقولات تعد من قبل البضائع أو من قبل العدد الصناعية هو الغرض الذي يخصص له هذه المنقولات، فاذا كان معداً للبيع كان من البضائع اما اذا كان يستخدم لخدمة اغراض المحل التجاري الالكتروني عد من العدد الصناعية، وينبغي على ذلك اذا كان المحل التجاري محلاً لتصرفات قانونية كالببيع أو الرهن فإن العدد الصناعية تكون مشمولة بهذا البيع أو الرهن باعتبارها من عناصر المحل التجاري الالكتروني<sup>(1)</sup>.

## المطلب الثاني

### العناصر المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني

اضافة للعناصر المادية التي يتكون منها المحل التجاري الالكتروني هناك عناصر معنوية لا بد من توفرها ليكتسب المحل صفة المحل التجاري الالكتروني الا وهي العناصر المعنوية وهي تلك الاموال المنقولة المعنوية التي تستغل في النشاط التجاري، وهذه العناصر هي:

#### الفرع الأول: الاتصال بالعملاء

ويقصد به الاشخاص الذين يتعاملون مع المحل التجاري الالكتروني من أجل الحصول على الحاجات أو الخدمات سواءً أكان بصفة اعتيادية أو عرضية، والعبارة بالعملاء الذين يتعاملون مع المحل التجاري في المستقبل فهم الذين يكون لهم شأن

(1) د. أكرم ياملكي، مصدر سابق، ص ١٩٧.

في تحديد قيمة المحل التجاري الإلكتروني، ويعد عنصر الاتصال بالعملاء من العناصر الجوهرية للمحل التجاري فبقية العناصر كالاسم التجاري، والعلامة التجارية جميعها تهدف إلى غاية واحدة وهي توثيق العلاقة الرابطة بين المحل التجاري والعملاء<sup>(١)</sup>.

ان عنصر الاتصال بالعملاء يبدو اكثر وضوحاً في المحل التجاري الإلكتروني من نظيره المحل التجاري التقليدي اذ ان كل موقع تجاري الإلكتروني يحتوي على جدول احصائي يسمح وبشكل دقيق معرفة عدد العملاء الفعليين للموقع ومعرفة كذلك عدد زائري المحل التجاري الإلكتروني، غير ان الامر يختلف بحسب ما اذا كان المحل التجاري الإلكتروني يقدم خدمات الدعاية التجارية أو يقدم خدمات التسوق الإلكتروني، فاذا كان المحل التجاري الإلكتروني يقدم خدمات الدعاية الإلكترونية فإن العملاء بالنسبة له هم الشركات التي تربطهم به عقود الوكالة بغية قيامه بالدعاية لهما ما الاشخاص الذي يقومون بزيارة الموقع بغية الحصول على خدمات مجانية فهؤلاء لا يعتبرون من العملاء، اما بالنسبة للمحلات التجارية الإلكترونية التي تقدم خدمات تسوق عبر الانترنت فإن جميع الاشخاص الذين يقومون بالتعاقد مع الموقع أو المحل من اجل الحصول على البضائع يعتبرون عملاء للمحل التجاري الإلكتروني بغض النظر عن تعاقداتهم سواء اكانت بصورة عرضية ام دائمية، فتلك المحلات التجارية الإلكترونية قد اضفت على مواقعها طابعاً تفاعلياً يمكن للزبون من خلاله شراء احتياجاته فوراً من خلال ملاء نماذج عقد معدة سلفاً<sup>(٢)</sup>.

وغالباً ما يحرص التاجر على استمرار علاقته بالعملاء ويعمل دائماً على تميمتها بكل الوسائل المشروعة لكي يحقق الاقبال المنشود على محله الإلكتروني، غير انه لا بد من ملاحظة ان اعتبار عنصر الاتصال بالعملاء عنصراً في المحل التجاري الإلكتروني لا يعطي الحق لصاحب المحل بأن يكون له حق ملكيه على

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص ٢٢٨.

(١) محمد مجيد كريم الابراهيمي، مصدر سابق، ص ٥٣.

عملائه اذ ليس هناك ما يلزم العملاء بالاستمرار في التعامل معه فقد ينصرف العملاء عنه لأي سبب، حتى وان لم يقع من التاجر خطأ كما لا يحظر على عملاء محل معين ان يكونوا عملاء لمحل تجاري الكتروني اخر فهم غير ملزمين على التعامل مع محل تجاري الكتروني معين<sup>(١)</sup>.

ويذهب اتجاه إلى ان حق الاتصال بالعملاء لا يعتبر حقاً ولكنه فائدة تنتج من الروابط المحتملة أو الممكنة التي تنشأ مع العملاء ويكون لها قيمة اقتصادية تراعى في تقدير قيمة المحل التجاري الالكتروني اذ ان ليس للمحل التجاري الالكتروني وجود الا بتوفر عنصر الاتصال بالعملاء، لذا فإن كل ما يملكه التاجر لحماية عنصر الاتصال بالعملاء هو حق الاطمئنان إلى استمرار جميع علاقاته واتصالاته بزيائنه وحمايتها من المساس بها أو بتجديدها في المستقبل، ويكون أي عمل غير مشروع يستوجب مسؤولية فاعله عندما تترتب عليه إنقاص قيمة المحل التجاري الالكتروني وذلك عن طريق تعويض الضرر الذي أصاب مستغل المحل التجاري، كما لو سعى تاجر منافس بطرق غير مشروعة إلى اجتذاب عملاء الغير، وتحويلهم عن المحل التجاري الذين اعتادوا التعامل معه، ففي هذه الحالة يكون لمستغل المحل رفع دعوى المنافسة غير المشروعة من أجل المطالبة بتعويض الضرر الذي أصابه من جراء نقص قيمة المحل التجاري الالكتروني بسبب إضعاف عنصر من عناصره<sup>(٢)</sup>.

### الفرع الثاني: الاسم التجاري

الاسم التجاري هو احد عناصر المحل التجاري الالكتروني فهو كل اسم يختاره الشخص لتمييز النشاط الذي يزاوله لكي لا يختلط بغيره من الانشطة التي يزاولها الاخرون<sup>(٣)</sup>.

(١) عاشوري وهبية، مصدر سابق، ص ١٨.

(2) Françoise DEKEUWER-DéFOSSEZET et Edith BLARY-Clément, op. cit, p242

(٣) د. لطيف جبر كومانى، موجز القانون التجاري، البرق للطباعة، ٢٠١٣، ص ١٥١.

ولم يعرف المشرع العراقي وكذلك المشرع المصري الاسم التجاري وانما اشار فقط إلى طرق صياغته بخلاف المشرع الاردني اذ عرفت المادة الثانية من قانون الاسماء التجارية رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ الاسم التجاري بأنه "الاسم الذي يختاره لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً ومع اي اضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه"<sup>(١)</sup>.

فالاسم التجاري لا بد من وجوده سواء أكان للتاجر الفرد ام للشركة وتبعاً لذلك تختلف صياغته فبالنسبة للتاجر فإن الاسم التجاري يتكون من اسمه الثلاثي أو اسمه ولقبه أو اي تسمية اخرى ملائمة<sup>(٢)</sup> اما الاسم التجاري للشركة فيتكون من أية تسمية مبتكرة مع بيان نوع الشركة وطبيعة النشاط الذي تزاوله مع اضافة اي اسم احد الشركاء اذا كانت الشركة من شركات الاشخاص واطافة كلمة مختلطة اذا كانت الشركة مختلطة<sup>(٣)</sup> ونصت كذلك المادة (١) من قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥٥ على من يملك بمفرده محلاً تجارياً ان يتخذ اسمه الشخصي عنصراً اساسياً في تكوين اسمه التجاري<sup>(٤)</sup>.

ولخصوصية المحل التجاري الالكتروني الذي يختلف بطبيعته عن المحل التجاري التقليدي فإن مفهوم الاسم التجاري له خصوصية معينة؛ ففكرة الاسم التجاري بالنسبة للمحل التجاري الالكتروني ترتبط بفكرة اسم النطاق أو الدومين والذي "هو عبارة مجموعة من الحروف والارقام أو العبارات تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع حاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو اعتباري على شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الاخرى"<sup>(٥)</sup> ويتكون من ثلاثة

(١) انظر المادة ٢ من قانون الاسماء التجارية رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ الاردني.

(٢) انظر المادة ٢٢ من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤.

(٣) انظر المادة (١٣ - اولاً) من قانون الشركات العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل

(٤) انظر المادة (١) من قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥٥.

(٥) محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق (دراسة مقارنة بين التشريعين الاردني والجزائري) بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، المجلد ١٥، العدد ٢٠١٨، ص ١٠٧.

مقاطعها: المقطع الأول يحدد طبيعة الجهة التي يتم الاتصال بها وهو (<http://www>) والمقطع الثاني يمثل نطاقات المستوى الثاني ويرمز له بالرمز (SLD) وهو يحدد الاسم المختار اما المقطع الثالث فهو يمثل نطاقات المستوى العالي ويرمز له بالرمز (TLD) وهو يحدد الخادم المصنف مثال ذلك (COM) و (Org) فاسم النطاق هو عنوان للمشروعات التجارية التي تجري عبر الانترنت ويعد من اكثر العناصر التي تجذب العملاء لمحل تجاري الكتروني<sup>(١)</sup>.

ويعتبر اسم النطاق (الدومين) النسخة المطورة من الاسم التجاري فاذا كان قانون التجارة العراقي يسمح بتسجيل الاسماء المشابهة أو تلك المتطابقة وذلك متى ما كان النشاط مختلفاً وهذا يفهم من مفهوم المخالفة لنص المادة (٢٤) من قانون التجارة العراقي<sup>(٢)</sup> اما الاسم التجاري للمحل التجاري الالكتروني (اسم النطاق) فمن المستحيل تسجيل اسمين متطابقين وذلك لأسباب تقنية واسم النطاق يخضع لذات الاحكام الاسم التجاري بصورته التقليدية فيشترط به ما يشترط بالاسم التجاري من حيث الوضوح اذ لا بد في اسم النطاق (الدومين) ان يكون واضحاً في دلالته على طبيعة النشاط التجاري اذ لا يمكن تسجيل الاسماء المضللة للجمهور حول حقيقة المحل التجاري الإلكتروني أو طبيعة النشاط الذي يزاول، وان لا يكون مخالفاً للنصوص القانونية أو النظام العام والآداب وان يكون منسجماً مع الذوق العام والبيئة الاجتماعية المحيطة وان يراعى عند صياغته استخدام العربية أو اللغات الاخرى المستخدمة في العراق<sup>(٣)</sup>.

وكان الاجدر بالمشرع العراقي عدم تقييد صياغة الاسم التجاري باللغة العربية أو العراقية وان يطلق النص ليشمل اللغة الانكليزية كذلك لعالمية هذه اللغة هذا من

(١) وسام عامر شاكر سوداح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، رسالة ماجستير جامعة النجاح الوطنية، في نابلس فلسطين، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٦، ص ١٧.

(٢) تنص المادة (٢٤-اولاً) من قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ على "من قيد في السجل التجاري اسماً تجارياً وفقاً لأحكام هذا القانون فلا يجوز استعماله من قبل شخص آخر في نوع التجارة الذي يزاوله صاحب الاسم ضمن حدود المحافظة أو المحافظات التي قيده فيها"

(٣) محمد مجيد كريم الابراهيم، مصدر سابق، ص ٥٧.

ناحية ومن ناحية اخرى اذا ما قسنا تطبيق الشروط الخاصة بالاسم التجاري على اسم النطاق الاسم الإلكتروني فإن شرط اللغة العربية والعراقية لا يمكن تطبيقه لان اسماء النطاق تسجل على شبكة الانترنت بالأحرف اللاتينية حتى وان كان اسم المحل التجاري الإلكتروني باللغة العربية فإنه سوف يكتب باللغة اللاتينية لذا ندعو المشرع العراقي ان يوسع من مفهوم النص ويدخل اللغة الانكليزية كإحدى اللغات التي تستخدم لكتابة الاسم التجاري الإلكتروني في حال صدور تشريع خاص ينظم المحلات التجارية الإلكترونية أو ان يدخل التعديل على نصوص قانون التجارة بحيث تتسع لتشمل المحلات التجارية الإلكترونية.

### الفرع الثالث: العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية احد عناصر المحل التجاري الإلكتروني ووقد عرفها المشرع العراقي في المادة (١) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل بانها "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من الكلمات والامضاءات والحروف والارقام والرسوم والعناوين والتصاویر والنقوش أو اي مجموع منها اذا استعمل أو طلب استعماله لبضاعة ما أو كان له تعلق بها للدلالة على تلك البضاعة تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو انتاجها أو الاتجار بها أو عرضها للبيع"

وعرفها كذلك المشرع المصري في نص المادة ٦٣ من القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بانها "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً سلعة كانت أو خدمة عن غيره ويشمل على وجه الخصوص الاسماء المتخذة شكلاً مميزاً والاداءات والكلمات والحروف والارقام والرسوم والرموز ناوين المجال والملفات والاختام...".<sup>(١)</sup>

اما المشرع الاردني فقد عرفها في المادة (٢) من قانون العلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ بانها "أي اشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها اي

(١) المادة ٦٣ من القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.

شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

فمن خلال التعريفات التشريعية اعلاه للعلامة التجارية نجد انها وسيلة التاجر لتمييز منتجاته التي تباع في محله التجاري الإلكتروني عن المنتجات التي تباع في المحال التجارية الاخرى المماثلة أو المشابهة

وعادةً ما يسعى مالك المحل التجاري الإلكتروني إلى اجتذاب العملاء إلى منتجاته وسعيه في تفضيلها على سلع ومنتجات المحلات التجارية المنافسة عن طريق اتقان الصنع لكي تقترن العلامة في ذهن العملاء والمستهلكين بمعنى ضمان الجودة والالتقان ويلجأ التاجر إلى الدعاية واستخدام وسائل الاعلان المختلفة من اجل ثبات العلامة التجارية التي ينتجها في ذاكرة المستهلك<sup>(١)</sup>.

والعلامة التجارية من اهم الوسائل التي يلجأ اليها التاجر لتمكين المستهلك بالتعرف على منتجاته التي تحمل علامته التجارية اينما وجدت وهي ضمان كذلك لعدم تضليل الجمهور مما يدفعه إلى بذل اقصى جهده في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الانتاج ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة فهي وسيلة للإعلان عن المنتجات والخدمات المقدمة سواء من التجار ام من الشركات من خلال المحلات التجارية الإلكترونية خصوصاً بعد ازدياد وانتشار عرض السلع والمنتجات عبر شبكة الانترنت ومن اجل تحقيق الحماية الكافية للعلامة التجارية بوصفها احد العناصر المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني فلا بد من تسجيلها إلكترونياً باتباع الالية الإلكترونية إذ يقدم الطلب إلكترونياً ويتم التوقيع بصورة الإلكترونية<sup>(٢)</sup>.

ونظراً للمزايا التي يقدمها التسجيل الإلكتروني نجد اتجاه اغلب دول العالم إلى اعتماد التسجيل الإلكتروني كالقانون الأمريكي لذا ندعو المشرع العراقي إلى

(١) د. عزيز العكلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص٢٣٦.  
(٢) عطاء الله سمية، حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٤، ص٢٦.

اعتماد التسجيل الالكتروني للعلامة التجارية للمحلات التجارية الالكترونية وان كان قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ قد عالج في جزئية منه المعاملات الالكترونية الا انه ما يزال قاصراً عن مواكبة التطور الحاصل في ميدان التجارة الالكترونية.

### الفرع الرابع: حقوق الملكية الفكرية والصناعية

#### اولاً: حقوق الملكية الفكرية والفنية

وهي الحقوق التي تقرر للمؤلفين الادبيين أو الفنيين على مصنفاتهم المبتكرة وتأخذ هذه الملكية أهمية كبيرة في بعض انواع المحلات التجارية الالكترونية كدور النشر والمسارح ودور السينما وكذلك استغلال برامج الحاسوب نظراً لحماية هذه البرامج تحت مظلة حقوق المؤلف<sup>(١)</sup>.

#### ثانياً: براءة الاختراع

براءة الاختراع هي الشهادة التي تمنح للمخترع والتي تعد سنداً للحماية القانونية لاختراعه تمنح المخترع حقاً يسمح له باحتكار استثمار اختراعه أو الاذن باستثماره وهي عنصراً من عناصر المحل التجاري الالكتروني فهي جزء من رأسمال المشروع الصناعي الذي يتولى استثمار براءة الاختراع وعادة ما تمنح البراءة لكل ابتكار جديد قبل للاستغلال الصناعي سواء أكان متعلقاً بمنتجات صناعية جديدة أو بطرق أو وسائل صناعية جديدة للحصول على انتاج صناعي قائم أو نتيجة صناعية موجودة<sup>(٢)</sup>.

وتعد براءة الاختراع عنصراً جوهرياً من عناصر المحل التجاري الالكتروني اذا كان نشاط المحل ينحصر في استثمار واستغلال البراءة صناعياً لذلك اذا ماتم بيع المحل التجاري الالكتروني الذي يستثمر براءة الاختراع فإن البيع يشمل بيعاً للبراءة ايضاً والتي يجب ان تسجل باسم المشتري للمحل في السجل الخاص

(١) عاشوري وهيبية، مصدر سابق، ص ٣١.

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص ٢٣٩.

بتسجيل الملكية الصناعية اذ ان دون انتقال براءة الاختراع مع المحل التجاري الإلكتروني عند بيعه تنتفي فكرة المحل لا استمرار وجود براءة الاختراع هو الذي يمكن المحل من الاحتفاظ بعملائه<sup>(١)</sup>.

### ثالثاً: الرسوم والنماذج الصناعية

يعرف الرسم بانه كل تنسيق جديد للخطوط على سطح المنتجات يضيف عليها رونقاً جميلاً ويكسبها طابعاً متميزاً كالرسوم الخاصة بالمنتجات والوانى الخزفية ولا اهمية للوسيلة التي تستخدم في الرسم فقد تكون الية كالطباعة أو يدوية كالتطريز أو حفر النقوش على الخشب أو قد تكون كيميائية كما في صنع المنسوجات<sup>(٢)</sup>.

اما النموذج الصناعي فهو القالب الخارجي الجديد الذي يتخذه حجم المنتجات فيعطيه رونقاً مبتكراً ويميزها عن المنتجات المتماثلة كنماذج الازياء ولعب الاطفال وهياكل السيارات<sup>(٣)</sup>.

وتعد الرسوم والنماذج الصناعية من عناصر المحل التجاري الإلكتروني المعنية التي تسهم في جذب العملاء فاذا ما تم بيع المحل التجاري الإلكتروني فيجوز ان يشمل البيع هذه الرسوم والنماذج الصناعية بناء على الاتفاق بين البائع والمشتري فعندئذ تسجل باسم المشتري لتكون مشمولة بالحماية التي يقرها لها القانون<sup>(٤)</sup>.

## المبحث الثالث

### الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني

قبل الولوج في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني فإنه يثار

- (١) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص٢٣٩
- (٢) أمنة بن قيراط سارة، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، رسالة ماجستير جامعة قلمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٦، ص١٧.
- (٣) امنة بن قيراط سارة، مصدر سابق، ص١٧.
- (٤) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص٢٤٠.

تساؤل عن مدى امكانية اعتبار المحلات التجارية بصورتها التقليدية محلات تجارية الكترونية اذا ما امتلكت موقعاً الكترونياً تفاعلياً على شبكة الانترنت ومارست من خلالها نشاطها التجاري ؟

ان الاجابة عن هذا التساؤل يكون بأن المحل التجاري التقليدي الذي يمتلك موقعاً الكترونياً يمارس من خلاله عمليات التسوق الالكتروني، لا يعد محلاً تجارياً الكترونياً لان هذا الموقع الالكتروني يكون تابع له ويدخل هذا الموقع الالكتروني للمحل التجاري التقليدي كأحد العناصر المكونة للمحل التجاري التقليدي وليس هو المكون للمحل التجاري، اي ان هذا المحل التجاري بصفته التقليدية انما استخدم هذا الموقع الإلكتروني لتسويق منتجاته ولتسهيل عرضها على الجمهور وليس ان هذا الموقع هو المكون للمحل التجاري، أما الموقع التجاري الالكتروني الذي يقدم خدماته فقط عبر الانترنت فإنه يعد بذاته محلاً تجارياً وان موقعه يكون محدد تحديداً معنوياً في الفضاء المعلوماتي وبإمكانه ان يستعين بشركات متخصصة تتولى ادارة المستودعات والمخازن كما الحال بالنسبة لشركة امازون<sup>(١)</sup>.

وبما ان المحل التجاري الالكتروني يتكون من مجموعة عناصر مادية واخرى معنوية وان هذه العناصر قد لا تجتمع كلها في المحل التجاري، اذ يختلف تكوينها حسب نشاط المحل التجاري الإلكتروني وان كان عنصر الاتصال بالعملاء عنصراً لازماً في كل محل تجاري سواء أكان تقليدي أو الالكتروني - كما ذكرنا ذلك سابقاً - وان الخلاف الذي ثار حول تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري التقليدي هو ذاته بالنسبة للمحل التجاري الالكتروني وقد ظهرت عدة نظريات وهي:

## المطلب الأول

### نظرية المجموع القانوني

ظهرت هذه النظرية في المانيا اذ يرى الفقه الالمانى ان المحل التجاري يعد مجموعاً قانونياً من الاموال يشتمل على الحقوق والديون الناشئة عن النشاط

(١) محمد مجيد كريم الابراهيمى، مصدر سابق، ص ٥٤.

التجاري للمحل التجاري سواء أكان تقليدي أو الكتروني وان لهذا المحل ذمة مالية مستقلة عن ذمة مالك المحل التجاري، بل ان جانب من الفقه يعترف ويضفي الشخصية المعنوية المستقلة للمحل عن شخصية مالك المحل التجاري اذ يرون ان للتاجر مالك المحل التجاري الالكتروني ذمة مالية وانها تتضمن في شق منها مجموعاً قانونياً من الاموال اتحدت بسبب تخصيصها المشترك لغرض تجاري وانها تكون في مجموعها المحل التجاري الالكتروني وبسبب ذلك يعد المحل التجاري ذمة مالية مخصصة وكنتيجة لذلك فإن اموال هذه الذمة ضامنة لديونها الناشئة عن استثمار المحل التجاري الالكتروني<sup>(١)</sup>.

وبناء على ذلك فإن التشريع الالمانى اخذ بنظرية المجموع القانوني واجاز تعدد الذمم وخصص كل منها لعمليات معينة فقد يكون للشخص الواحد ذمة زراعية تخصص لاستغلال الزراعي وذمة مالية ثانية تجارية ترصد لمزاولة النشاط التجاري وهكذا فإن لكل ذمة مالية كيان خاص ووجود مستقل عن غيرها فتسأل كل ذمة عن ديونها فقط<sup>(٢)</sup>.

وتطبيقاً لهذه النظرية فإن دائنو المحل التجاري الالكتروني ينفردون بالتنفيذ عليه دون مزاحمة من الدائنين الاخرين لمالك المحل التجاري (التاجر) اذ ان ليس للدائن ضمان عام الا على اموال الذمة المالية التي يقع عليها الدين، فالمحل التجاري الالكتروني وفقاً لهذه النظرية له ذمة مالية مستقلة لها اصولها وخصومها فهو وحدة قانونية قائمة بذاتها اذ تظهر مقومات الشخصية المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني من خلال امتلاكه اسماً تجارياً وعنواناً تجارياً وكونه محلاً للتصرفات القانونية<sup>(٣)</sup>.

(١) خالد ابراهيم التلاحمة، الوجيز في القانون التجاري، المعتمز للنشر والتوزيع،

عمان، ٢٠٠٣، ص ٨٥.

(٢) حورية بورنان، تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، بحث منشور في مجلة المفكر، العدد الثالث، دون سنة ص ٩٩.

(٣) د. حورية بورنان، مصدر سابق، ص ١٠٠.

على ان نظرية المجموع القانوني أو الذمة المخصصة لا تتفق مع التشريع العراقي الذي يأخذ بمبدأ وحدة الذمة المالية بمقتضى المادة ٢٠٦ من القانون المدني العراقي<sup>(١)</sup>، وكذلك كل من التشريعين المصري والاردني اللذين يأخذان بنفس المبدأ<sup>(٤)</sup>.

فاذا باشر التاجر نشاطه التجاري عن طريق محله التجاري الالكتروني لا تنشأ له ذمة مالية جديدة تختص بالآثار القانونية الناتجة عن هذا النشاط مستقلة عن ذمته المالية مخصصة لحياته المدنية تضم حقوقه والتزاماته، وهذه النظرية لا تتفق ايضاً واحكام الافلاس في القانون العراقي التي تقضي بانه متى ما توقف التاجر عن دفع ديونه في مواعيدها المستحقة وجب تصفية ذمته المالية كلها لسداد ديونه جميعها<sup>(٢)</sup>.

## المطلب الثاني

### نظرية المجموع الواقعي للمحل التجاري الالكتروني

مضمون هذه النظرية فإن للمحل التجاري الالكتروني مجموع واقعي من الأموال تنشأ من مجرد ضم العناصر التي تخدم الاستغلال التجاري بعضها إلى بعض، والنظر إليها على أنها تكون في مجموعها وحدة شاملة ومالاً متميزاً<sup>(٣)</sup>. إذ يبقى كل عنصر محتفظاً بكيانه الخاص إلا أنه تنتج من تآلف هذه العناصر واجتماعها مالاً مستقلاً ومتميزاً وله ذاتيته الخاصة التي تختلف عن كل عنصر من عناصره، ويخضع لأحكام قانونية خاصة تختلف عن الأحكام التي يخضع لها كل عنصر من عناصره الداخلة في تكوينه و، دون أن يعد هذا المال الجديد ذمة مالية مستقلة لها عناصرها الإيجابية والسلبية؛ بل هو عنصر من

(١) انظر المادة ٣٦٥ من القانون المدني الاردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.

(٢) انظر المادة (٥٦٦-١) من قانون التجارة رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ الملغي.

(3)Alexandre Braud, l'essentiel du droit commercial et des affaires, 2édit, Lextenso Editions paris, 2010, p79.

عناصر ذمة مالك المحل؛ فإذا تنازل عن المحل التجاري الإلكتروني للآخرين فإن الحقوق والديون لا تعد مشمولة بهذا التنازل ما لم ينص على خلاف ذلك<sup>(١)</sup>.

وينتج عن اتحاد عناصر المحل التجاري الإلكتروني مال معين ذو طبيعة خاصة متميز ومستقل عن العناصر المختلفة التي يتكون منها، ومن قال بهذا الرأي يبرر رأيه بأن التصرفات التي ترد على المحل التجاري الإلكتروني كالبيع أو الرهن لا تكون واردة على كل عنصر من عناصره على حدة بل ترد عليه بوصفه مجموعة فعلية من خلق الواقع المتمثل في تالف عناصره في اعتبار للمتعاقدين وهو في ذات الوقت ما يبرر استمرار المحل التجاري الإلكتروني على الرغم من تبدل بعض عناصره كما يبرر خضوعه عند بيعه أو رهنه إلى نظام قانوني يختلف عن النظام القانوني الذي يخضع له بيع أو رهن كل عنصر من عناصره<sup>(٢)</sup>.

وهذه النظرية لم تلق قبولاً من غالبية الفقهاء وتعرضت لعدة انتقادات فهي لم تنجح في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني إذ ان مصطلح المجموع الواقعي أو الفعلي ليس له أي دلالة قانونية محددة مما يتعارض وما يتمتع به المحل التجاري الإلكتروني من نظام قانوني خاضع لنظام الذمة المالية لصاحبه والتي تعد ضماناً لحقوق الدائنين<sup>(٣)</sup>.

## المبحث الثالث

### نظرية الملكية المعنوية

يأخذ الرأي الراجح في الفقه المعاصر بنظرية الملكية المعنوية في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني والمتمثلة في حق الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية، إذ تقوم هذه النظرية أساساً على ضرورة التفرقة بين المحل التجاري باعتبار وحدة مستقلة، وبين عناصره المختلفة الداخلية في تكوينه وأن حق

(١) د. حورية بورنان، مصدر سابق، ص ١٠٠

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص ٢٢٣

(٣) د. حورية بورنان، مصدر سابق، ص ١٠١

التاجر على محله ليس إلا حق ملكية معنوية يرد على أشياء غير مادية مثله في ذلك مثل حقوق الملكية الصناعية والفنية ويختلف بالتالي عن حقه على كل عنصر من عناصر المحل التجاري<sup>(١)</sup>.

وبمقتضى هذه النظرية يكون للتاجر حق الانفراد في محله التجاري والاحتجاج به على الكافة، وله ان يدافع عن حقه في استمرار الاتصال بالعملاء غير ان ذلك لا يعني ان له حق احتكار العملاء ومنعهم من التردد على محل تجاري الالكتروني اخر، اي ان لصاحب المحل التجاري الالكتروني حق حماية محله في حالة الاعتداء عليه وذلك نتيجة استعمال اساليب المنافسة غير المشروعة من منافس له، كتقليد علامة تجارية أو براءات الاختراع ففي هذه الحالة تحميه دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>(٢)</sup>.

وفي الحقيقة وان كانت هذه النظرية هي الافضل في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني الا انه مع ذلك ظهر خلاف بين الفقهاء المؤيدين لنظرية الملكية الفكرية وهو هل الملكية حق الاتصال بالعملاء؟ ام ان الملكية الفكرية هي ملكية المحل التجاري الالكتروني بجميع عناصره؟ وقد ظهر اتجاهاً في تحديد الملكية المعنوية وهما:

الاتجاه الأول يذهب إلى القول بأن المحل التجاري الالكتروني وعنصر الاتصال بالعملاء وجهين لعملة واحدة وان المحل التجاري الالكتروني ليس الا عنصر الاتصال بالعملاء على اعتبار بقية العناصر سواء أكانت مادية ام معنوية تسهم جميعها في جذب اكبر عدد ممكن من العملاء، فكلمة المحل التجاري الالكتروني تكاد تكون مرادفة لعنصر الاتصال بالعملاء اذ لاوجود للمحل التجاري بصورة عامة (تقليدي ام الالكتروني) من غير وجود العملاء فعنصر العملاء اذن

(١) د. حورية بورنان، مصدر سابق، ص ١٠٢.

(٢) عاشوري وهيبة، مصدر سابق، ص ٥٩.

هو العنصر المنشأ لملكية المحل التجاري الإلكتروني ومتى وجد العملاء نشأت للتاجر ملكية فكرية معنوية تسمى المحل التجاري<sup>(١)</sup>.

اما الاتجاه الثاني فيرى ان عنصر الاتصال وان كان العنصر الرئيسي الذي يدور مع المحل التجاري الإلكتروني وجوداً وعدمياً فإنه لا يتصور وجود هذا العنصر دون ان يكون مستنداً إلى عنصر رئيسي اخر أو اكثر يجذب العملاء إلى المحل التجاري الإلكتروني اذ لا يمكن القول ان العملاء يجذبون إلى لا شيء وبالتالي فإن الملكية المعنوية هي ملكية المحل التجاري الإلكتروني بجميع عناصره وليست ملكية حق الاتصال بالعملاء<sup>(٢)</sup>.

ونحن نؤيد ما ذهب اليه الاتجاه الثاني في ان الملكية المعنوية هي ملكية للمحل التجاري الإلكتروني بجميع عناصره ومن ضمنها عنصر الاتصال بالعملاء وان كان هذا العنصر هو العنصر الاساسي الذي تنطوي تحته بقية عناصر المحل التجاري الا انه مع ذلك تبقى الملكية الفكرية أو التجارية للمحل التجاري الإلكتروني فقط.

ومن خلال ما تقدم نجد ان هذه النظرية هي الافضل في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني عما سبقها من نظريات (نظرية المجموع القانوني ونظرية المجموع الواقعي) لأنها تتسجم مع موقف المشرع العراقي باعترافه بالحقوق المعنوية التي ترد على اشياء غير مادية اذ تنص المادة (٧٠) من القانون المدني العراقي على " الاموال المعنوية هي التي ترد على شيء غير مادي كحقوق المؤلف والمخترع والفنان".

وهو ايضا ما أخذ به المشرع الأردني حين يعترف في المادة ٧١ من القانون المدني الأردني بالحقوق المعنوية الواردة على أشياء غير المادية تنظمها قواعد خاصة<sup>(٣)</sup> ، وما يؤيد ذلك موقف القضاء المصري اذ قررت محكمة النقض

(١) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، مصدر سابق، ص٢٢٤.

(٢) د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، المصدر اعلاه، ص٢٢٥.

(٣) انظر المادة (٧١) من القانون الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.



المصري في أحد المنازعات أو الطعون المرفوعة إليها، بما يفيد أن عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية وهما من صميم ملكية التاجر صاحب المحل التجاري وأنهما أساس المحل التجاري وعماده. بقولها " من المقرر قانوناً أن المتجر تشمل جميع عناصره من ثابت ومنقول، ومن مقومات مادية ومعنوية، وأن المقومات المعنوية هي عماد فكرته وأحد عناصره ولا تلزم توافرها جميعاً لتكوينه بل تكفي بوجود بعضها، وتتوقف تحديد العناصر والمكونات التي لا غنى عنها لوجود المحل التجاري على نوع التجارة التي يزاولها المحل، إلا أن العنصر الرئيسي والذي لا غنى عن توافره لوجود المحل التجاري والذي لا يختلف باختلاف نوع التجارة، هو عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية باعتبارهما المحور الذي تدور حوله العناصر"<sup>(١)</sup>.

(١) نقلاً عن عاشوري وهيبية، مصدر سابق، ص ٦٠.

## الخاتمة

لقد حاولنا من خلال هذا البحث تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني وقد تمخض عن موضوع البحث عدة استنتاجات ومقترحات يمكن إجمالها بالآتي:

### أولاً: الاستنتاجات:

١. ان المحل التجاري الإلكتروني يتميز باستخدامه العالم الافتراضي للظهور للعالم التجاري وقد عرفناه بأنه " مجموعة من الاموال المنقولة التي تخصص لمزاولة تجارة معينة عبر شبكة الانترنت".
٢. يتمتع المحل التجاري الإلكتروني شأنه في ذلك شأن المحل التجاري التقليدي بالعديد من الخصائص المميزة له ،فهو مال منقول لأنه يستمد طبيعته من الاموال أو العناصر الداخلة في تركيبه وهي اموال منقولة، وبالإضافة إلى ذلك فهو يحتوي على اموال معنوية لذلك فهو مال معنوي كذلك وهو كذلك ذو صفة تجارية وان تجريد المحل التجاري من الصفة التجاري يؤدي إلى خروجه من نطاق المحل التجاري الإلكتروني.
٣. للمحل التجاري الإلكتروني عنصران لا بد من وجودهما شأنه شأن المحل التجاري التقليدي وهما العناصر المادية والعناصر المعنوية .
٤. ان الاسم التجاري بالنسبة للمحل التجاري الإلكتروني يرتبط بفكرة اسم النطاق أو الدومين والذي " هو عبارة مجموعة من الحروف والارقام أو العبارات تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع حاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو اعتباري على شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الاخرى.
٥. تبين ان الموقع الإلكتروني للمحل التجاري بصفته التقليدية لا يعد محلاً تجارياً إلكترونياً وانما هو تابع للمحل التجاري التقليدي باعتباره احد

عناصره الداخلة في تكوينه وعلى العكس من ذلك فإن الموقع الإلكتروني الذي يمارس عمله فقط من خلال شبكة الانترنت دون ان يمتلك محلاً تجارياً تقليدياً هو محل تجاري الالكتروني.

٦. ظهر خلاف حول تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني وقد ظهرت العديد من النظريات التي تسعى إلى تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني ومنها نظرية المجموع القانوني التي تدعو إلى فصل الذمة المالية لمالك المحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري الالكتروني ذاته اي تقرر بوجود ذمتين ماليتين منفصلتين كل واحدة منها لها وظيفة خاصة.

٧. ظهرت كذلك نظرية المجموع الواقعي لتحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني اذ نظرت هذه النظرية للمحل على انه مجموعة واقعية من الاموال نشأت اتحاد العناصر المادية والمعنوية للمحل التجاري الالكتروني لتكون بمجموعها كيان مالي واحد، الا ان هذه النظرية لم تنجح في وضع معيار محدد لتحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني.

٨. تبين ان نظرية الملكية المعنوية هي افضل النظريات في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني لأنها تنسجم مع موقف المشرع العراقي باعترافه بالحقوق المعنوية التي ترد على اشياء غير مادية اذ تنص المادة (٧٠) من القانون المدني العراقي على " الاموال المعنوية هي التي ترد على شيء غير مادي ...".

#### ثانياً: المقترحات

من خلال بحثنا لتكييف القانوني للمحل التجاري الالكتروني وجدنا بأن له الكثير من الأحكام الخاصة والطبيعة الخاصة التي تميزه عن المحل التجاري التقليدي؛ لذا نأمل من المشرع العراقي أن يأخذ بالمقترحات الأتية:

١. ندعو المشرع العراقي ان يولي الأهمية للمحلات التجارية الإلكترونية وان ينظمها بتشريع خاص لما لها من احكام خاصة تميزها عن المحلات التجارية التقليدية ولان نصوص قانون التجارة العراقي لا يحتوي على نصوص خاصة تنظم المحلات التجارية خصوصاً بعد انتشار المواقع الإلكترونية التي تمارس نشاطاً تجارياً عبر شبكة الانترنت ولها العديد من الزبائن والزائرين وان يتم تنظيمها تنظيماً قانونياً لأنها اصبحت سمعة العالم المتحضر ومنعاً من حدوث اي خلافات أو نزاعات مستقبلاً.
٢. ندعو المشرع العراقي إلى اعتماد التسجيل الإلكتروني للعلامة التجارية للمحلات التجارية الإلكترونية وان كان قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ قد عالج في جزئية منه المعاملات الإلكترونية الا انه ما يزال قاصراً عن مواكبة التطور الحاصل في ميدان التجارة الإلكترونية.
٣. ندعو المشرع العراقي بعدم تقيد صياغة الاسم التجاري باللغة العربية أو العراقية وان يوسع من مفهوم نص المادة (٢١-٢١) من قانون التجارة رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ بالتعديل ويدخل اللغة الانكليزية كإحدى اللغات التي تستخدم لكتابة الاسم التجاري سواء أكان الإلكتروني ام تقليدياً.
٤. نقترح على المشرع العراقي اخيراً ان يصدر قانون خاص ينظم التجارة الإلكترونية لما لها من أهمية في وقتنا الحاضر خصوصاً وان قانون التجارة العراقي قاصر في بعض جوانبه عن مواكبة التطور الحاصل في الحياة التجارية الإلكترونية.

## المصادر

### المصادر العربية

#### أولاً- الكتب:

٤. د. أكرم ياملكي، القانون التجاري، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، دون سنة، ص١٩٦ ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.
٥. خالد ابراهيم التلاحمة، الوجيز في القانون التجاري، المعتر للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٣.
٦. د. عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥.
٧. د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦.
٨. د. لطيف جبر كوماني، موجز القانون التجاري، البرق للطباعة، ٢٠١٣.

#### ٩. ثانياً- البحوث:

١. د. حنان مليكة، التصرفات القانونية الواردة على المتجر الالكتروني، بحث منشور في مجلة جامعة البعث، المجلد ٣٩، العدد ٤٤، ٢٠١٧.
٢. د. حورية بورنان، تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، بحث منشور في مجلة المفكر، العدد الثالث، د.ت .
٣. محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق (دراسة مقارنة بين التشريعين الاردني والجزائري) بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، المجلد ١٥، العدد ٢٠١٨، ١.
٤. محمد مجيد كريم الابراهيم، اشكالية حماية الاسم التجاري للمحلات التجارية عبر الانترنت في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة جامعة ذي قار، المجلد ١٣، العدد ٢٠١٨، ٣.

#### ثالثاً: الرسائل والاطاريح:

١. امنة بن قيراط سارة، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، رسالة ماجستير جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٦.
٢. عاشوري هيبية، تقديم المحل التجاري كحصة في الشركة المساهمة، رسالة ماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٦.
٣. عطاء الله سمية، حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الالكتروني، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٤.

٤. وسام عامر شاكر سوداح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، رسالة ماجستير جامعة النجاح الوطنية، في نابلس فلسطين، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٦.

#### رابعاً: القوانين:

١. القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨ المعدل
٢. القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١.
٣. قانون الاسماء التجارية المصري رقم ٥٥ لسنة ١٩٥٥
٤. قانون التجارة الاردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.
٥. قانون التجارة العراقي رقم ١٤٩ لسنة ١٩٧٠ الملغي
٦. القانون المدني الاردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
٧. قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤.
٨. قانون الشركات العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٧ المعدل
٩. قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.
١٠. القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢
١١. قانون الاسماء التجارية رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ الاردني.
١٢. قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ العراقي

#### خامساً: المصادر الاجنبية:

13. Alexander Braud, l'essentiel du droit commercial et des affaire Lextenso Editions Paris, 2010 .
14. Françoise DEKEUWER-DéFOSSEZET et Edith BLA-Clément, op. cit.



## الملخص:

إن المحل التجاري الالكتروني يلعب دوراً مهماً في ممارسة النشاط التجاري الالكتروني خصوصاً بعد التطور الحاصل في الحياة التجارية الالكترونية اذ جعل المحل التجاري الالكتروني أو التقليدي يكتسب قيمة اقتصادية ومالية كبيرة ويؤثر على اقتصاديات الدول المختلفة، ولكون الموقع الالكتروني الذي هو في الحقيقة تجسيد للمحل التجاري الالكتروني الذي يسهل للزبون أو المستهلك لبيحث ويقارن بين المنتجات والعروض المختلفة للأنشطة التجارية ليشترى عبر شبكة الانترنت بصورة مباشرة ولم يفرد في قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ نصوصاً خاصة تنظم المحلات التجارية التقليدية سوى اشارة في المادة (٢٤) من القانون اعلاه.

## **ABSTRACT:**

The e-commerce subject-matter plays an important role in the practice of e-commerce activity, especially after the development of life in e-commerce by making the e-commerce or traditional subject-matter acquire great economic and financial value and affect the economies of different countries. The website, which is in fact the embodiment of the electronic business Which facilitates the customer or the consumer to search and compare various products and offers of commercial activities to buy directly through the Internet not specified in the Iraqi Trade Act No. 30 of 1984 special texts regulating typical subject-matter but only referred to in Article (24) of the above Act..