

تقييم تأسيس الشركات الإلكترونية *

ثامر عبد الجبار عبد العباس السعيد¹ ، أ.د. باسم علوان طعمة العقابي²

المخلص

كان للتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات، وانتشاره المتزايد في شتى المجالات الحياة المتعددة، السبب في ظهور اقتصاد جديد وحديث ينمو إلى جانب الاقتصاد التقليدي، ألا وهو الاقتصاد الرقمي، وأمسى لهذا الاقتصاد الحديث دورٌ كبيرٌ في إحداث تغييرٍ في المعاملات الاقتصادية الحديثة من النواحي القانونية والتنظيمية، كالقواعد المنظمة للتعاقد الإلكتروني والقواعد المنظمة للدفع الإلكتروني، وهذا كله يعزى إلى ظهور وسائل الاتصالات الإلكترونية الحديثة، والدور الكبير الذي بسببه عززت البنية التحتية للتجارة الحديثة، ولاسيما عمليات البيع والشراء والإنتاج والتوزيع والتسويق، ومن بين هذه المعاملات التجارية الحديثة الشركات الإلكترونية، التي يُعدّ التعامل معها وسيلةً حديثةً للتعاقد عن بعد، ولكن هنالك من يرغب في تأسيس الشركات الإلكترونية عبر الإنترنت؛ لمسوغاتٍ تدفعه إلى ذلك، وهنالك من يمتنع عن ذلك لوجود معوقات تمنعه عنه.

الكلمات المفتاحية: الشركات الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، الاقتصاد الرقمي، التعاقد الإلكتروني

Evaluating the Establishment of Electronic Companies

Thamer Abdel-Jabbar Abdel-Abbas Al-Saeedi¹ , Prof. Dr. Bassem Alwan
Tohme Al-Aqabi²

Abstract

The tremendous development in the field of information technology, and its increasing spread in various sciences and various fields of life, was the reason for the emergence of a new and modern economy that grows alongside the traditional economy, which is the digital economy, and this modern economy has played a major role in bringing about a change in modern economic transactions in terms of Legal and regulatory, such as the rules regulating electronic contracting and the rules regulating electronic payment, and all of this is attributed to; Due to the emergence of modern electronic means of communication, and the great role due to which the infrastructure of modern trade has been strengthened, especially buying and selling, production, distribution and marketing, and among these modern commercial transactions are electronic companies, dealing with which is a modern means of remote contracting, but there are those who wish to establish companies online electronically; There are justifications that push him to do so, and there are those who refrain from doing so because there are obstacles that prevent him. Therefore, we will divide this research into two requirements. In the first requirement, we will discuss the definition of electronic companies, and in the second requirement, we will examine the justifications and obstacles for establishing electronic companies.

Keywords: Electronic Companies, Electronic Commerce, Digital Economy, Electronic Contractin

المقدمة

الإلكترونية، وتزايد متطلبات التوجه الدولي، المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات، سهولة التنافس التجاري عبر الإنترنت أيضًا، قياسًا بالمنافسة التجارية التقليدية، ومن المعلوم إن النظام التكنولوجي به حاجة إلى نظام قانوني لتنظيمه، فمن أهم صفات القاعدة القانونية، إتصافها بالمرونة، على نحو يجب فيه أن

يشير الواقع إلى وجود كثير من المواقع الإلكترونية على الإنترنت، متخصصة في عمليات البيع التجاري والاستيراد والتصدير والنقل والصناعة، وغيرها من الأعمال التجارية التي تظلم القيام بها الشركات التجارية الإلكترونية؛ نتيجةً للتطور الحداثوي التكنولوجي، وثورة الاتصالات، وتنامي حجم التجارة

انتساب الباحثين

¹ كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، كربلاء، 56001

² وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة أهل البيت، العراق، كربلاء، 56001

¹ alsede1972@gmil.com

² Dr.basim1976@gmail.com

¹ المؤلف المراسل

معلومات البحث

تاريخ النشر: كانون الاول 2024

Affiliation of Authors

¹ College of Law, University of Karbala, Iraq, Karbala, 56001

² Ministry of Higher Education and Scientific Research, Ahl al-Bayt University, Iraq, Karbala, 56001

¹ alsede1972@gmil.com

² Dr.basim1976@gmail.com

¹ Corresponding Author

Paper Info.

Published: Dec. 2024

وشركته في البيع والميراث أشركه شركة ، والشريك يعني المشارك⁽⁵⁾ وشركت فلان في الأمر شركاً وشركه بمعنى كان لكل منهما نصيب منه فهو شريك، وأشركه في أمره بمعنى أدخله فيه، وإشترك فلان في كذا بمعنى دفع أجراً مقابل الإنتفاع به ، وإشترك الرجلان كان كل منهما شريك الآخر⁽⁶⁾، وقد قال الله تعالى في محكم كتابه الكريم (وأشركه في أمري)⁽⁷⁾.

أما في شأن كلمة (الإلكترونية) فهي مشتقة من مصدر اللفظ (إلكترون)⁽⁸⁾، وتطلق على الشحنات الكهرومغناطيسية التي تمثل الأساس في نقل المعلومات عبر الحواسيب⁽⁹⁾، وهي كلمة معربة إلى اللغة العربية للكلمة الإنكليزية (Electron)⁽¹⁰⁾.

ثانياً : التعريف الإقتصادي

أما في الإصطلاح الإقتصادي⁽¹¹⁾ فقد وردت تعاريف متعددة للشركات الإلكترونية ، فقد عرّفها بعضهم بأنها " الوحدة المكونة من عاملين موزعين جغرافياً يتقاسمان العمل ويتصلان بوسائل إلكترونية مع القليل إذا وجد من الإتصال المباشر وجهاً لوجه "⁽¹²⁾. وعرّفها آخر أنها " التي تقوم بالأعمال في الفضاء السبيرياني⁽¹³⁾ حيث إن العاملين يتصلون بالوسائل الإلكترونية مما يجعل الشركة بدون حدود "⁽¹⁴⁾.

وعرّفها آخر أنها " نوع من عمليات البيع والشراء مابين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات "⁽¹⁵⁾.

وعرّفها بعضهم أنها " تحالف مؤقت للشركات التي تجتمع معاً لتبادل المهارات أو الكفاءات الأساسية والموارد من أجل الاستجابة بشكل أفضل لفرص العمل، التي يدعم تعاونها بوساطة شبكة الإنترنت "⁽¹⁶⁾.

وعرّفها آخر أنها " مجموعة من الأشخاص أو المنظمات التي تستعمل تقنية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نطاق واسع نسبياً ، على نحو يقلل من الحاجة إلى وجودها المادي "⁽¹⁷⁾.

وعرّفها آخر بأنها " نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضها وبعض باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات "⁽¹⁸⁾، وعرّفها بعضهم بأنها " وحدة بلا حدود من حيث المكان والتنظيم والقدرات، تعمل على أساس شبكي؛ لتقاسم المعلومات بما يمكن من تحقيق ميزة تنافسية، من خلال بيع وشراء السلع والخدمات، أو الإعلان عنها، أو عمليات التمويل المصرفي "⁽¹⁹⁾.

تواكب التطور التقني ، في أسلوب وطريقة التعاقد للمعاملات القانونية، الأمر الذي يستدعي تقييم تأسيس الشركات الإلكترونية، وما يستدعيه هذا التقييم من معرفة مسوغات تأسيس الشركات الإلكترونية ومعوقاتهما ، الأمر الذي يعني بضرورة البحث في هذا الموضوع الحديث؛ لتكوين رؤية قانونية واضحة عنه ؛ لذلك سنبحث هذا الموضوع ضمن مطلبين ، نتناول في المطلب الأول تعريف الشركات الإلكترونية ، ونبحث في المطلب الثاني مسوغات تأسيس الشركات الإلكترونية ومعوقاتهما .

المطلب الأول

التعريف بالشركات الإلكترونية⁽¹⁾

تعد الشركات الإلكترونية من تطبيقات التجارة الإلكترونية الحديثة ضمن ما يسمى بالإقتصاد الرقمي⁽²⁾، بل ربما الأحدث نشأة ، وقد ظهرت التجارة الإلكترونية اعتماداً على توفر نوعين من التكنولوجيا هما: تكنولوجيا الإتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، اللتان أفرزتا ضمن إندماجهما البنية التحتية "الإنترنت" التي أوجدت بدورها القاعدة الإقتصادية والإجتماعية لنشر التجارة إلكترونياً بين الناس⁽³⁾، ولأجل تعريف الشركات الإلكترونية سنبحث هذا المطلب ضمن فرعين نبيّن في الفرع الأول التعريف اللغوي والإصطلاحي للشركات الإلكترونية ، ونبيّن في الفرع الثاني خصائص الشركات الإلكترونية .

الفرع الأول

تعريف الشركات الإلكترونية

إن البحث في تعريف الشركات الإلكترونية، يستلزم الوقوف على هذا التعريف من الناحية اللغوية ، وفي الإصطلاح الإقتصادي، والإصطلاح القانوني ؛ لأجل أن يتسنى لنا الإمام بمعرفته من نواحٍ متعددة ؛ ولأجل الوصول إلى معرفة خصائصها، ومن ثم معرفة أحكامها ، وسنتطرق إلى هذه الموضوعات ضمن الفقرات الآتية .

أولاً : التعريف اللغوي

تعرف الشركة الإلكترونية لغويًا بالفصل بين كلمتي (الشركة) و(الإلكترونية)، فمن الناحية اللغوية فإن معنى كلمة (شركته) في الأمر، أي صرّث له شريكاً، وجمع الشريك شركاء، وشركت بينهما في المال تشريكاً، وأشركته في الأمر والبيع، أي جعلته لك شريكاً⁽⁴⁾ والشركة تعني مخالطة الشريكين، ويقال إشتراكنا بمعنى تشاركنا، وقد إشتراك الرجلان وتشاركوا وشارك أحدهما الآخر، وشاركت فلاناً أي صرت شريكه، وإشتراكنا وتشاركنا في كذا

ثالثاً : التعريف الفقهي القانوني

نتيجةً لقلّة البحوث العلمية والكتابات القانونية بشأن موضوع الشركات الإلكترونية ؛ لم نجد في نطاق الفقه القانوني تعريفاتٍ متعددةٍ ؛ لذلك كانت التعريفات نادرةً وقليلةً جداً .

عرّف بعضهم الشركة الإلكترونية بأنها "عقدٌ يبرم بين طرفين أو أكثر على إنشاء مشروعٍ تجاريٍّ معينٍ، هدفها تحقيق الربح وتتمارس نشاطها بواسطة رسائلٍ إلكترونيةٍ تتم عبر شبكة الإنترنت العالمية"⁽²⁰⁾.

وعرّفها آخر أنها " ذلك العقد الذي يبرم بين شخصين أو أكثر سواءً كانا طبيعيين أو معنويين عن بعد لإنشاء مشروعٍ تجاريٍّ، بهدف تحقيق الربح ، على أن تتمارس نشاطها عبر الوسائط الإلكترونية ، ولا سيما الإنترنت "⁽²¹⁾.

من الملاحظ على هاذين التعريفين ، إنه تم التوصل اليهما بالإستدلال من نص المادة 11 من قانون الأونسترال النموذجي لسنة 1996 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية ؛ إذ أشار النص على عبارة (تكوين العقود) على نحوٍ عام يشمل جميع أنواع العقود وبضمنها عقد الشركة الإلكترونية⁽²²⁾.

وعرّفها آخر أنها " أسلوبٌ من أساليب التجارة الحديثة في تقريب وجهات النظر؛ لإتمام المفاوضات والتعاقد وإنشاء هذه الشركات عبر شبكة الإنترنت"⁽²³⁾، ومن الملاحظ على هذا التعريف إنه أشار إلى المفاوضات والتعاقد وإنشاء الشركات بإسلوبٍ إلكترونيٍّ حديثٍ فقط ، دون الإشارة إلى الهدف من إنشاء الشركة الإلكترونية.

أما في نطاق التشريعات المقارنة فلم نجد في بحثنا تعريفاً قانونياً للشركات الإلكترونية من الناحية القانونية، على المستوى التشريعي في التشريع العراقي، أو في التشريعات العربية ، أو التشريعات الأجنبية موضع المقارنة ، وعلى الرغم من أن تعريف المصطلحات القانونية هو ليس من مهمة المشرّح ؛ ولعل لذلك أسبابٌ متعددةٌ منها :

- 1- يخشى المشرع من جمود النص التشريعي في حال ذكر تعريفٍ للمصطلح القانوني.
- 2- الخوف من عدم مواكبة النص التشريعي لما يستجد من حالاتٍ مستقبلاً.
- 3- إن ذكر المشرع تعريفات كثيرة في التشريع هو أمرٌ قد يشغل القاضي في البحث عن مضمون كل تعريفٍ ؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى سهو القاضي عن الدخول في المحور الأساسي للنص التشريعي ، ألا وهو الحكم القانوني.

بيد إن سببَ عدم ذكر تعريفٍ للشركات الإلكترونية في هذه التشريعات؛ لا يعود إلى ما ذكرناه من أسبابٍ أنفأ ، بل يعود إلى عدم وجود نظامٍ قانونيٍّ للشركات الإلكترونية من لدن المشرع العربي عامةً ، والعراقي خاصةً، ومع ذلك من الممكن الرجوع الى تعريف الشركات التجارية التقليدية، ومن ثم الإستدلال منه والتوصل إلى تعريفٍ للشركة الإلكترونية؛ إذ إن الإختلاف الأساسي بينهما هو استعمال الوسائل الإلكترونية في التعامل والتعاقد مع الشركة الإلكترونية.

عرّف قانون الشركات العراقي النافذ والمعدل رقم 21 لسنة 1997، الشركة في المادة 4/ أولاً منه بأنها " عقدٌ يلتزم به شخصان أو أكثر بأن يساهم كلٌ منهما في مشروعٍ إقتصاديٍّ بتقديم حصةٍ من مالٍ أو من عملٍ؛ لإقتسام ما ينشأ عنه من ربحٍ أو خسارةٍ "، وقد عرف المشرع العراقي العقد الإلكتروني في المادة 1/ عاشرًا من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ رقم 78 لسنة 2012 بأنه " إرتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر على وجهٍ يثبت أثره في المعقود عليه، الذي يتم بوسيلةٍ إلكترونيةٍ "، ومن التعريفين المذكورين أنفأ يمكن أن نستشف التعريف التالي للشركة الإلكترونية بأنها :

(عقدٌ قد يبرم بوسيلةٍ إلكترونيةٍ أو تقليديةٍ ، يلتزم به شخصان أو أكثر ، بأن يساهم كلٌ منهم في مشروعٍ إقتصاديٍّ مستقلٍّ بذاته ، بشكلٍ علنيٍّ على موقعٍ إلكترونيٍّ عبر الإنترنت، بتقديم حصةٍ من مالٍ أو عملٍ ؛ لإقتسام ما ينشأ عن هذا المشروع من ربحٍ أو خسارةٍ، وتتمارس نشاطها بوسيلةٍ إلكترونيةٍ).

يلاحظ بحسب تقديرنا أن من مميزات هذا التعريف أننا اشرنا إلى ما يأتي :

- 1- قد يبرم عقد الشركة إلكترونيًا، الأمر الذي يتمخض بضرورة المطابقة بين الإيجاب الإلكتروني والقبول الإلكتروني ، وقد يبرم على نحوٍ تقليدي .
- 2- إن التعامل مع الشركة الإلكترونية، يتم بوسيلةٍ إلكترونيةٍ عبر الإنترنت.
- 3- إن تأسيس الشركة الإلكترونية يتم بشكلٍ علنيٍّ .
- 4- إن إنشاء المشروع يؤدي إلى نشوء كيانٍ مستقلٍّ، قائمٌ بذاته ، لا علاقة له بشخصية الشركاء المكونين له .
- 5- إن الحصص التي يقدمها الشركاء في الشركة الإلكترونية، من الممكن أن تكون مألًا منقولًا أو عقارًا أو عملاً .
- 6- إن هدف الشركاء من عقد الشركة الإلكترونية هو إنشاء مشروعٍ إقتصاديٍّ ؛ وإقتسام نتيجة هذا المشروع من ربحٍ أو خسارةٍ .

الفرع الثاني

خصائص الشركات الإلكترونية

إستناداً إلى ما ذكرناه آنفاً في الفرع السابق من تعريفٍ للشركة الإلكترونية وفقاً للإصطلاح القانوني، الأمر الذي عبره نستطيع أن نتعرف على الخصائص التي تتسم بها الشركات الإلكترونية، كنظامٍ قانوني يختلف عن غيره من الأنظمة والتصرفات القانونية الأخرى، وتتميز بها من الشركات التقليدية، نبيها على النحو الآتي:

1- تُعدّ الشركات الإلكترونية من قبيل المعاملات الإلكترونية⁽²⁴⁾ وذلك نظراً إلى الوسيلة والبيئة التي تتم عبرها، فالإنترنت هو الوسيلة الإلكترونية الأحدث من بين وسائل الاتصالات القائمة على التقنيات الإلكترونية، والتي تستعمل أجهزة الحاسوب وكلاهما يعتمد تقنياتٍ تكنولوجيةً مبنيةً على وصلاتٍ سلكيةٍ أو لاسلكيةٍ ذات رموزٍ رقميةٍ⁽²⁵⁾، تشكل بياناتٍ سمعيةٍ أو صوتيةٍ أو أحرفٍ أو أرقامٍ؛ لذلك تمارس الشركات الإلكترونية نشاطها عن بعد عبر عالم الإنترنت الافتراضي⁽²⁶⁾؛ إذ يتسم التعاقد في الشركات الإلكترونية الذي يتم عبر الإنترنت، بأنه تعاقدٌ إلكترونيٌّ بالمعنى الفني والقانوني؛ تنعدم فيه العلاقة المباشرة بين الشركة الإلكترونية والآخر، ويتم بلا وجود مادي لأطرافه، من خلال وسيطٍ إلكترونيٍّ والذي يتمثل ببرنامجٍ أو نظامٍ إلكترونيٍّ يجمع بين الأطراف في الفضاء الإلكتروني⁽²⁷⁾.

كما يكون التعاقد في الشركات الإلكترونية افتراضياً (لامادياً)، بمعنى أن التعاقد ينعقد بلا مستنداتٍ ولا مرتكزاتٍ ولا وثائقٍ ماديةٍ ولا ورقيةٍ؛ فينعقد العقد في الفضاء الإلكتروني بلا وجود للمستندات الورقية فيه⁽²⁸⁾، بل يتم التعاقد والتوثيق عبر مستنداتٍ إلكترونيةٍ رقميةٍ، وهذه الصفة تخفف مشكلة خزن الأوراق والمستندات التي تُكتب باليد تقليدياً؛ إذ بلغت كمية الوثائق الورقية حداً هائلاً، وذلك في أثناء استبدال المستندات الإلكترونية⁽²⁹⁾ بها.

2- يتسم التعاقد عبر الشركات الإلكترونية بأنه تعاقدٌ إستهلاكيٌّ لأنه غالباً ما يتم بين تاجرٍ أو مهنيٍّ مع مستهلكٍ، أي إن أحد أطراف التعاقد هو مستهلكٌ، وأول ما يتطلع لمعرفة في التعاقد الإلكتروني، هو البيانات والمعلومات التي تتصل بالخصائص الأساسية والسمات الجوهرية للمنتج الذي يسعى إلى الحصول عليه، لأنه تعاقدٌ عن بعد ولا تكون السلعة تحت يده كما هو الحال في التعاقد التقليدي⁽³⁰⁾.

3- تُعدّ الشركات الإلكترونية من قبيل المعاملات التجارية الإلكترونية؛ إذ نصت المادة 5/ من قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم 30 لسنة 1984⁽³¹⁾ بأنه "تعدّ الأعمال الآتية أعمالاً تجارية إذا كانت بقصد الربح ويفترض فيها هذا القصد مالم يثبت عكس ذلك، وهذا يعني أن الشركة متى ما احترفت أي من الأعمال التجارية المذكورة في المادة 5/، فتعدّ شركةً تجاريةً؛ إذ إن الذي يحدّد تجارية أعمال الشركة الإلكترونية هو مزاولتها للعمل التجاري احتراماً، وبصيغة المشروع التجاري، وعلى نحوٍ منظمٍ⁽³²⁾.

أما المادة 3/ أولاً من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي النافذ رقم 78 لسنة 2012 فقد نصّت على أنه "تسري أحكام هذا القانون على: أ- المعاملات الإلكترونية التي ينفذها الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون ب- المعاملات التي يتفق أطرافها على تنفيذها بوسائل إلكترونية...."، وإن المشرع العراقي أورد الأعمال التجارية على سبيل الحصر في قانون التجارة النافذ والمعدل رقم 30 لسنة 1984، إذ شملت جميع الأعمال التي ترد ضمن التصور المعقول⁽³³⁾، فمن الممكن أن يعدّ التعامل في الشركات الإلكترونية تعاملًا تجاريًا ومن تطبيقات التجارة الإلكترونية، مصداقاً لما نصت عليه المادة 5 من قانون التجارة العراقي⁽³⁴⁾.

4- يتسم التعاقد في الشركات الإلكترونية بخاصيةٍ مزدوجةٍ فقد يكون التعاقد وطنياً، وقد يكون التعاقد دولياً، ما دام التعاقد يتم بوسيلةٍ إلكترونيةٍ لا تتقيد بموقعٍ جغرافيٍّ محددٍ؛ لشراء السلع والبضائع والخدمات؛ نتيجة لسهولة الاتصال عبر الإنترنت بين الشركة والمستهلك، لذلك كان التعاقد يتم بين شخصين يسكنان في بلدٍ واحدٍ، كان التعاقد عبر الشركات الإلكترونية وطنياً، أما دوليةً التعاقد في الشركات الإلكترونية، فالفيصل في تحققها توافر أحد معيارين قانونيٍّ وإقتصاديٍّ، وبمقتضى المعيار الأول يكون التعاقد دولياً إذا كان المتعاقدون ينتمون إلى دولٍ مختلفةٍ، وبمقتضى المعيار الثاني يكون التعاقد دولياً متى ما تعلق بمصالح التجارة الدولية⁽³⁵⁾.

بيد أن رأياً فقهيًا يرى أن البعد الدولي هو الغالب على الشركات الإلكترونية أيًا كان نوعه، إذ يُعدّ الإنترنت تجسيداً لفكرة العولمة، وما ينتج عن ذلك من صعوبة توطين هذه الشبكة أو توطين المعاملات القانونية التي تجري عبرها، ولا خلاف في دولية التعاقد عبر الشركات الإلكترونية بتوافر المعايير المطلوبة، ووجود أطراف التعاقد الإلكتروني

الإلكترونية سندا عاديًا من نوع خاص؛ وذلك لتوفر شروط السند العادي فيه وهي الكتابة والتوقيع⁽⁴²⁾، فالكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وفقًا لتوافر شروط معينة، لهما حجية في إثبات التعاقد عبر الشركات الإلكترونية⁽⁴³⁾، إذ يجب أن تنشأ المستندات الإلكترونية بطريقة جديرة بالإثبات وتخزن بالطريقة نفسها بهدف حماية معلوماتها لتعول عليها في الإثبات⁽⁴⁴⁾.

6- صار التنظيم الهيكلي للشركات الإلكترونية أقل هرمية؛ إزيل كثير من المستويات الإدارية في داخل الشركة الإلكترونية، مع إعطاء صلاحيات واسعة للموظفين في إتخاذ القرارات من غير الرجوع إلى المسؤولين؛ إذ يتسم التنظيم الهيكلي للشركات التجارية التقليدية بوجود كثير من المستويات الإدارية موزعة لمديري الفروع والأقسام والشعب والوحدات، خلافاً للشركات الإلكترونية والتي تتسم بوجود عدد أقل من المستويات الإدارية؛ نتيجةً لإختزال هذه المستويات لإنتفاء الحاجة إليها؛ بسبب قلة المواقع المادية (البنيات) للشركة الإلكترونية، خلافاً للشركات التقليدية، التي تتسم بكثرة المواقع المادية وضرورة وجود ملاك وظيفي متكامل لكل موقع؛ إذ تحتاج الشركة التجارية التقليدية إلى بناية لموقع الشركة الرئيس، وكذلك بنايات لكل فرع من فروعها، وكل بناية يجب أن تتوفر فيها عدد كافٍ من الغرف؛ للموظفين ليقوموا بأعمالهم اليومية المكلفين بها، ولكن في الشركة الإلكترونية ربما تحتاج إلى موقع واحد فقط، ويحتوي هذا الموقع على عدد أقل من الغرف؛ بسبب قلة عديد الموظفين الذين يعملون فيها نسبيًا ومقارنةً مع الشركات التقليدية، الأمر الذي يوفر الوقت ويزيد من كفاءة الموظفين والشركة بشكل عام⁽⁴⁵⁾.

وتأسيسًا على ما تقدم بيانه وذكره من التعريفات المتعددة للشركات الإلكترونية، ونقدها، وتحليلها، ووضع تعريف خاص للشركة الإلكترونية، وبيان خصائصها، فإن هذا النظام القانوني هنالك كثير من المسوّغات التي تدفع الأعضاء من جهة إلى تأسيس الشركات الإلكترونية، وتدفع الزبائن من جهة أخرى إلى التعامل مع الشركات الإلكترونية، وعلى الرغم من هذه المسوّغات فهناك كثير من المعوقات التي تعيق من عملية تأسيس الشركات الإلكترونية، وهذا ما سنبحثه في المطلب القادم من البحث.

في دولٍ مختلفة، إذ شكلت الشبكات الإلكترونية العالمية تلافياً ومع مرور الزمن نظاماً خاصاً بها، لا ينظر فيه إلى الحدود الجغرافية، فالعنوانات الإلكترونية لا تنتمي إلى دولة معينة، وإنما هي عنوانات عالمية⁽³⁶⁾، ويرفض بعضهم فكرة تقسيم التعاقدات الإلكترونية على وطنية ودولية، إذ لا يمكن إعمال هذه التفرقة في ظل حمل الشخص جهاز الحاسوب أو الهاتف اللاسلكي الخاص به، والتنقل بين دولٍ متعددة، وهو يبرم تعاقدًا عبر الشركات الإلكترونية، سواءً أكان من طريق هاتفٍ لاسلكي، أم بريدٍ إلكتروني أم شبكة إنترنت، وقد يكون في مكانٍ لا يخضع فيه لسيطرة أي دولة كعالي البحار ولا المحيطات ولا في الفضاء الخارجي⁽³⁷⁾، ونرى إن هذا الرأي هو الراجح، فعملياً يصعب توطين التعاقدات الإلكترونية وبضمنها التعاقد عبر الشركات الإلكترونية، إذ من الممكن التعاقد عبر الإنترنت، وبذلك يغلب على هكذا تعاقدات الطابع الدولي.

5- يتم الوفاء بالالتزامات في الشركات الإلكترونية بوسائلٍ إلكترونية، فالإلتزامات المستهلك والمتمثلة بدفع النقود التي بذمتها للشركة، وإلتزامات الشريك في دفع حصته أو قيمة أسهمه، فإنه يغلب فيها أن تتم بوسائل السداد الإلكتروني⁽³⁸⁾، إذ ينبغي لعملية السداد أن تكون سريعةً وأنيباً وتتسم بالسريّة والخصوصية والقابلية على التحويل والنقل بصورةٍ تسمح للقيام بالوفاء بالبدل المالي عبر الإنترنت، سواءً أكان عبر الدفع المباشر، أم غير المباشر⁽³⁹⁾.

أما بالنسبة للوفاء من جانب الشركة الإلكترونية، الذي يتمثل بالتسليم فقد يكون التسليم تقليدياً يحتاج إلى وقتٍ لتنفيذه، ويحدّد هذا الوقت طبقاً لما يتفق عليه، أو حسب طبيعة التعامل، وقد يكون إلكترونياً فوراً بعد التعاقد مع الشركة الإلكترونية؛ لأن الإنترنت أتاح إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، مثل أفلام الفيديو والتسجيلات الموسيقية وبرامج الكمبيوتر والكتب والأبحاث الإلكترونية والتقارير الإلكترونية إلى جانب بعض الخدمات مثل تقديم الإستشارات المالية والقانونية والطبية، وبعض الخدمات التي يتعاقد عليها عبر الإنترنت، مثل حجز تذاكر السفر وحجز الفنادق⁽⁴⁰⁾، أو منحه الصلاحية للدخول إلى موقع معين وإستعراض المادة المحملة أو المخزنة محل التعاقد⁽⁴¹⁾، ولما كان التعاقد عبر الشركات الإلكترونية من طريق المستندات الإلكترونية، لذلك استناداً إلى المفهوم الواسع لشرطي الكتابة والتوقيع في ظل المفاهيم الحديثة في الإثبات، والتي أخذت بها كثير من التشريعات المقارنة والإتفاقيات الدولية يمكن أن تُعدّ السندات

المطلب الثاني

مسوّغات تأسيس الشركات الإلكترونية ومعوقاته

يلجأ بعضهم إلى تأسيس الشركات الإلكترونية، وإن لاختيار الشركاء لهذا النظام القانوني، ما يسوّغه من حجج ودوافع وتقديرات يقدرونها هم بأنفسهم، وتختلف المسوّغات لكلٍ منهم بحسب موقعه في عملية التعاقد، فلشركاء أسباب تختلف عن مسوّغات من يتعامل معها من الآخر، وعلى الرغم من وجود كثير من الأسباب التي تدفع أيًا منهم لتأسيس الشركة الإلكترونية، فإن هنالك معوقات كثيرة تعيق تأسيسها، وهذه المعوقات، أيضًا، تختلف تبعًا للعديد من الأمور والأحوال، ولأجل تقييم الشركات الإلكترونية؛ نبحت هذا المطلب ضمن فرعين، نتناول في الفرع الأول مسوّغات تأسيس الشركات الإلكترونية، ثم نتناول في الفرع الثاني معوقات تأسيس الشركات الإلكترونية.

الفرع الأول

مسوّغات تأسيس الشركات الإلكترونية

لتأسيس الشركات الإلكترونية مسوّغات تختلف باختلاف الأطراف المتعاقدة من الشركاء والآخرين، فكل طرف له مسوّغاته التي تدفعه في اختيار هذا النظام القانوني والسعي لتأسيس الشركة الإلكترونية، وسوف نبين هذه المسوّغات ضمن الفقرتين التاليتين:

أولاً: مسوّغات التأسيس للأعضاء

للشركة الإلكترونية كتاجر ومهني، مسوّغات تدفع الأعضاء فيها إلى اختيار هذا النظام القانوني عبر الإنترنت، وهذه المسوّغات يمكن أن نبينها على النحو الآتي:

1- زيادة العائدات المالية للشركة الإلكترونية؛ نتيجةً من سهولة الوصول للزبائن بالإنترنت؛ إذ استطاعت الشركات الإلكترونية أن تصل إلى عددٍ أكثرٍ من الزبائن سواءً أكانوا أفرادًا أم شركات، بطريقةٍ تتسم بالفعالية وتمكنها من التجارة بكمياتٍ كبيرةٍ من البضائع أو السلع أو الخدمات⁽⁴⁶⁾.

2- تخفيض التكلفة المرتفعة للوسطاء؛ إذ تتمكن الشركة الإلكترونية من الوصول إلى الزبائن ونقودهم بسهولة، وذلك عبر عرض السلع أو الخدمات مباشرةً، بدلاً من الحاجة للوسطاء ذي التكلفة المرتفعة، مقارنةً بتكلفة المنتجات بتجار التجزئة، أو بالطرائق غير الإلكترونية، لما يتطلبه الأمر من عمليات التخطيط، وعمليات التنظيم، والتنسيق، وتخفيف الموظفين على العمل، والمراقبة، وضبط الموظفين والعمال⁽⁴⁷⁾.

3- الوصول إلى الأسواق العالمية؛ إذ تستطيع الشركة الإلكترونية أن تقوم بعرض منتجاتها أو خدماتها عبر الأسواق العالمية، بغض النظر عن الموقع الجغرافي، دون انتظار السماح لها بالدخول إلى هذه الأسواق من أي سلطةٍ كانت، والوصول إلى عددٍ أكبرٍ من الزبائن في أي مكانٍ من العالم⁽⁴⁸⁾.

4- وضع أسعارٍ مناسبةٍ للسلع؛ إذ يتسنى للشركة الإلكترونية، أن تستفيد من المعلومات المتاحة على الإنترنت في شأن الأسعار؛ الأمر الذي تستطيع من طريقه وضع الأسعار المناسبة للسلع والخدمات التي تقدمها⁽⁴⁹⁾.

5- السهولة؛ إذ تتمكن الشركة الإلكترونية إذا كانت متخصصة في البيع مثلاً، من بيع كمياتٍ كبيرةٍ من السلع والبضائع غير المباعة والمتروكة، وبشكلٍ سريعٍ؛ لأجل الحصول على سيولة نقديةٍ يمكن استثمارها في مشاريعٍ تجاريةٍ أخرى⁽⁵⁰⁾.

6- تخفيض تكاليف التشغيل التي تتمثل في تكلفة تأجير أو شراء أرضٍ يقوم عليها مشروع الشركة التقليدية، وتأثير هذا الموقع، ومصروفات الموظفين والعمال، والصيانة، أما في الشركات الإلكترونية، فعلى الرغم من ضرورة وجود موقعٍ مادي يتضمن تواجد الشركاء، إلا أنه صغير نسبياً قياساً بما هو عليه الحال في الشركة التقليدية، وعليه فإن خفض مصاريف التشغيل يعدّ من أهم المسوّغات التي تحفّز الشركاء على تأسيس الشركات الإلكترونية، وتشجعهم على تقديم خدماتها عبر الموقع الإلكتروني في الإنترنت⁽⁵¹⁾.

7- علاقاتٍ أفضل مع الزبائن؛ إذ تتوفر فرصٌ كثيرةٌ للطرفين للتواصل، وتبادل المعلومات، مما يخلق نوعاً من ولاء الزبون التجاري تجاه الشركة الإلكترونية التي يتعامل معها دائماً، حتى يصبح عميلاً تجارياً، الأمر الذي يزيد من العلاقات الإجتماعية القوية بين الطرفين، مما يؤدي لزيادة فعالية وكفاية التجارة الإلكترونية، فإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات)⁽⁵²⁾، جاتس⁽⁵³⁾، تريبس⁽⁵⁴⁾، تسعى إلى تحرير التجارة في السلع والخدمات⁽⁵⁵⁾، فإن التجارة الإلكترونية حققت ذلك بلا حاجةٍ إلى المؤتمرات والمفاوضات والاتفاقيات⁽⁵⁶⁾.

8- توفير العمل على مدار الساعة؛ إذ تتمكن الشركة الإلكترونية من عرض منتجاتها وخدماتها عبر موقعها على الإنترنت، وعلى مدار الساعة؛ ليتسنى للزبائن إشباع حاجاته التجارية، وتقديم طلبه في أي وقتٍ في أثناء اليوم⁽⁵⁷⁾.

ثانياً- المسوّغات بالنسبة للزبائن(58)

سلوك الأجنبي ، أو ربما للبحث عن الجودة ، أو التميّز من الآخرين ، كما في اتجاه ورغبة الزبائن في الدول النامية عموماً⁽⁶⁴⁾.

يتضح مما أوردناه أن هنالك مسوّغات كثيرة تدفع الشركاء إلى تأسيس الشركة الإلكترونية ؛ لزيادة أرباحها وعائداتها ، والتخلص من كلفة الوسطاء ، والوصول للأسواق العالمية، وتخفيض التكاليف، وإن هنالك مسوّغات تدفع الزبائن الى التعاقد مع الشركة الإلكترونية وسيلةً لإشباع حاجاتهم، ومنها سرعة التعاقد ، والحصول على السلع النادرة ، والأسعار المنخفضة، لكن على الرغم من وجود كثير من المسوّغات لتأسيس الشركات الإلكترونية ، فثمة معوقات تعيق هذا التأسيس ، وتختلف طبيعة هذه المعوقات باختلاف مجموعة من الأحوال كما سيرد ذكره ضمن الفرع الآتي.

الفرع الثاني

معوقات تأسيس الشركات الإلكترونية

ثمة مجموعة من المعوقات التي تعيق عملية تأسيس الشركات الإلكترونية، والتي تختلف باختلاف مجموعة من الأحوال ، أو العوامل المالية، أو القانونية، أو الأخلاقية سنبينها على النحو الآتي:

أولاً- معوقات مالية

قد توجد معوقات مالية كثيرة تعيق تأسيس الشركات الإلكترونية ، ويمكن إجمالها على النحو الآتي :

- 1- تكلفة معدات تأسيس الشركات الإلكترونية أو تعاقد الآخرين معها ؛ إذ يحتاج الزبائن إلى أجهزة كومبيوتر، أو إلى أجهزة هاتفٍ لاسلكي ؛ لتمكّنهم من التعاقد مع الشركات الإلكترونية، ويحتاجون إلى اشتراكٍ للدخول إلى الإنترنت أيضاً، وهذه المتطلبات قد تكون مكلفةً وغالبيةً بعض الشيء، بالنسبة لبعض الزبائن، الأمر الذي يقلل من عديد المتعاقدين مع الشركات الإلكترونية⁽⁶⁵⁾.
- 2- تكاليف إنجاز الطلبات ؛ فقد يضطر الزبون إلى دفع تكاليفٍ إضافية بعد إتمام الصفقة التجارية، التي يستلزم دفعها لشحن السلعة، أو البضاعة، أو التأمين عليها ، وتزيد هذه التكاليف إذا كان التعاقد دولياً، وهو غالباً ما يكون كذلك، إذ إن عملية التعاقد الإلكتروني تتصف بالعالمية⁽⁶⁶⁾.
- 3- الافتقار إلى نظم الدفع والسادد الإلكتروني ، فغالباً ماتفتقر المؤسسات المصرفية إلى النظم القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عبر الإنترنت، أو بواسطة بطاقات الإئتمان، إذ

للزبائن مسوّغات كثيرة تدفعهم إلى إشباع رغباتهم وإقتناء حاجاتهم عبر الشركات الإلكترونية ، الأمر الذي يعد عاملاً مهماً ودافعاً أساسياً ؛ يحفز الشركاء ويشجعهم على تأسيس الشركات الإلكترونية، وهذه المسوّغات نبينها على النحو الآتي:

- 1- يحقق تأسيس الشركات الإلكترونية رضا الزبائن؛ إذ إن الشركة الإلكترونية عبر موقعها الإلكتروني على الإنترنت، توفر ميزةً مهمةً ، ألا وهي الإجابة عن جميع إستفسارات العملاء أو الزبائن، وعلى وجه السرعة، عبر وجود أيقونةٍ على واجهة الموقع الإلكتروني للاتصال أو إرسال رسالةٍ نصيةٍ يبين فيها الزبون شكواه ، أو مقترحاته⁽⁵⁹⁾.
- 2- إنخفاض الأسعار؛ إذ توفر الشركات الإلكترونية للعميل التجاري، بضائعٍ وسلعاً بثمنٍ منخفضٍ نسبياً، فبدلاً من الشراء بأسعارٍ ثابتةٍ ، قياساً بثمنها المرتفع نسبياً من الشركات التقليدية، لاسيما إذا كان الشراء في المواسم التي ينخفض فيها النشاط التجاري، أو في الأوقات التي يكون فيها شراء الأشياء بعيداً من تفكير الناس مثل شراء أشياء الشتاء في فصل الصيف أو بالعكس⁽⁶⁰⁾.
- 3- الملاءمة الزمانية والمكانية ، فمن طريق الشركات الإلكترونية، يستطيع الزبائن المتاجرة من أي مكانٍ وفي أي وقتٍ ، وحتى من طريق أجهزتهم الهاتفية اللاسلكية، مما يشكّل بيئةً مناسبةً للراغبين في التعاقد مع الشركات الإلكترونية⁽⁶¹⁾.
- 4- تجنب الضرائب على المبيعات، ففي كثيرٍ من الدول لا تخضع أعمال التجارة الإلكترونية للضرائب، وتأسيساً على ذلك يختار المواطنون التعامل مع الشركات الإلكترونية، من غير أن يجبر على دفع ضرائب⁽⁶²⁾.
- 5- السرعة ؛ إذ من طريق التعامل مع الشركات الإلكترونية يستطيع الزبون الحصول على البضاعة بسرعةٍ ، إذ يتمكن بعد إتمام الصفقة، أن يرسل البضاعة له بسرعةٍ ، إذا كانت من المنتجات الرقمية مثل، الكتاب الإلكتروني، أو الموسيقى الإلكترونية⁽⁶³⁾.
- 6- خصائص معينة في المنتج تحفز الزبائن ؛ وذلك لتمييز المنتج أو السلعة أو الخدمة ، بخاصيةٍ معينةٍ تجذبه إلى شرائها، فمن جانبٍ قد يكون المنتج صناعةً محليةً وطنيةً ويدفعه الحس الوطني إلى تفضيل السلعة الوطنية لإقتناء المنتج المحلي ، وهذا ما يجبر المنافس الأجنبي على تطوير ميزات منتجاته، ومن جانبٍ آخر قد يقّض المستهلك المنتج المعروضة في شركاتٍ إلكترونيةٍ أجنبيةٍ؛ لأسبابٍ تفاخريةٍ ، أو ربما لتقليد

الشركة الإلكترونية ذاته بثمن باهض، إذا أبدت الشركة الإلكترونية رغبتها في إنشاء موقع جديد بعلاماتهم التجارية، وهذه الإشكالية ناشئة من خلافٍ تشريعي في شأن معنى العلامة التجارية، واسم النطاق على الإنترنت والعلاقة بينهما⁽⁷¹⁾، إذ قد تتشابه العلامة التجارية الموجودة سواءً في اسم الموقع أم تلك الموجودة في مضمونه مع اسم النطاق على الإنترنت، وهذا ما يطلق عليه مشكلة انتهاك العلامة التجارية عبر الإنترنت⁽⁷²⁾.

في واقع الأمر إن بيع العناوين الإلكترونية بأثمان مبالغ فيها لأصحابها الحقيقيين، أصبح ظاهرة خطيرة، وواقعاً لا يمكن إنكاره، الأمر الذي أدى إلى نشوء سوقٍ إلكتروني متخصصٍ بذلك؛ إذ هنالك كثير من المواقع عبر شبكة الإنترنت، مخصصةٌ ببيع العناوين الإلكترونية؛ إذ يكتب العنوان وملحقاً به الثمن⁽⁷³⁾، وتسمى هذه العملية بالقرصنة الإلكترونية⁽⁷⁴⁾.

3- معوقاتٌ تتعلق بتسليم السلعة؛ إذ تثار مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الاتفاق وعدم قدرة المستهلك على تحديد نوعية العنصر عن بعد، فلا يتمكن المستهلك أن يتخسس، ولا يلمس البضاعة قبل أن يشتريها، الأمر الذي لا يمكنه من أن يلاحظ مثلاً وضوح قطعة من الذهب ونوعها أو حجر ثمين، أو يتثبت من لون السيارة التي يقرر شراءها، وبذلك فإن المستهلكين لن يتقبلوا فكرة الشراء عبر الإنترنت بسهولة؛ لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلع، ورغبتهم في فحصها قبل الشراء، والتحقق من ملاءمتها لذوقهم، وإنها ستصل إليهم وفقاً لذوقهم ورغبتهم⁽⁷⁵⁾.

4- معوقاتٌ تتصل بحماية الزبون؛ إذ لاشك إن الخطر الذي يتعرض له الزبون في إطار التجارة الإلكترونية أكبر من الخطر في التجارة التقليدية؛ لأن نطاق الأولى أوسع وأشمل، فمن المهم تحديد المواقع التي يمكن التسوق عبرها، وتقديم النصائح للزبون وتبصيره وإعلامه بجميع البيانات المتصلة بالسلعة؛ لكيلا يتضايق من تعامله على شبكة الإنترنت ويشعر بصعوبتها⁽⁷⁶⁾.

5- معوقات التنظيم القانوني، فبالرغم من صدور قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي ذي الرقم 78 لسنة 2012 النافذ، إلا إنه جاء خالياً من تنظيم تأسيس الشركات الإلكترونية على نحوٍ خاص، الأمر الذي يترك فجوةً في توفير الحماية القانونية لأطراف التعاقد ونقصاً تشريعياً لا بدّ للمشرع العراقي من تلافيه.

يُعدُّ أسلوب الدفع بوساطة بطاقات الائتمان عبر الإنترنت من أكثر أشكال السداد ارتباطاً بالتسويق الإلكتروني؛ لتمتعها بالمقبولية عالمياً وسهولة حملها واستعمالها، وإن المصارف تحصل على عوائد مالية وعمولاتٍ مقابل تسهيل عملية السداد الإلكتروني.

4- عدم الثقة بوسائل الدفع الإلكتروني؛ إذ مازالت عملية تسديد مبالغ شراء المنتجات عبر الإنترنت غير آمنة، فهناك بعض وسائل الدفع الإلكتروني غير آمنة على الإطلاق؛ بسبب أنها تنفذ في بيئة غير مشفرة، الأمر الذي يتيح إمكانية سرقة أرقام بطاقات الائتمان عبر عملية الدفع المالي الإلكتروني، في حين على العكس تماماً هنالك وسائل دفع إلكتروني أخرى، تنفذ بين شركة تجارية إلى شركة تجارية أخرى، تنماز بالحماية والأمن العالي⁽⁶⁷⁾، الأمر الذي أدى إلى عدم الثقة، واللجوء إلى استعمال التشفير، أو الترميز لحماية مواقع التعاقد مع الشركات الإلكترونية من الإعتداءات ومنع اختراقها⁽⁶⁸⁾.

ثانياً- معوقات قانونية

هنالك مجموعة من المعوقات القانونية، تحد من عملية تأسيس الشركات الإلكترونية وهي:

1- معوقات الإثبات الإلكتروني، فهناك معوقاتٌ تتعلق بمبدأ ثبوت الكتابة، وإمكانية الإسترجاع الأمن لها، واستعمال التوقيع الإلكتروني المناسب والصحيح، ومدى تطابقه والتشفير الصحيح، فمشكلة المعاملات الإلكترونية هي مشكلة إثبات في المقام الأول، إذ يجب أن يكون الدليل الإلكتروني مدوناً وموثقاً على دعامة إلكترونية؛ ويمكن تحريف بياناته، أو تغييرها دون أن يترك أثراً لذلك⁽⁶⁹⁾، ولمواجهة مثل هذه المعوقات يتعين على الزبون في الوقت الراهن أن يحتفظ بجميع الأدلة للعمليات التي يقوم بها عبر الويب التجاري كطبع الشاشة الأولى التي تعرف ب" الكومبيوتر المضيف للويب"، وعنوان البلد المقيم فيه، وطبع نسخة من البريد الإلكتروني يحتوي على الفاتورة الإلكترونية⁽⁷⁰⁾.

2- معوقات حماية العلامة التجارية؛ إذ يمارس بعض محترفي السرقة الإلكترونية بالتسجيل المبكر للعلامات التجارية لموقع شركة إلكترونية ما، في سجلات نطاق الإنترنت ضمن الأسماء ذات العلامات الممتازة تجارياً، ثم يبيعها لموقع

موافقةً ، فضلاً عن إساءة الاستعمال غير المتعمد نتيجة لأخطاء البشر⁽⁸⁰⁾.

4- صورية التعاقد مع بعض الشركات الإلكترونية ، فقد تكون الشركة مصرفاً إلكترونياً مثلاً ، ويتعاقد معه بعض العملاء على نحو غير مشروع ، بشكل يتسم بالصورية، كغسيل الأموال، أو التهريب أو أي تجارة غير مشروعة⁽⁸¹⁾، ومن الجدير بالذكر أن المادة 1/16 من التوجيه الأوربي ذي العدد 31 لسنة 2000 الخاص بالتجارة الإلكترونية، قد أشارت إلى وضع مدونات لقواعد السلوك ؛ لتنفيذ مواد هذا التوجيه تنفيذاً سليماً ؛ ولحماية القُصّر من طريق الجمعيات والمنظمات، وفقاً لأعراف التجارة الإلكترونية وتقاليدها ، وإقترحت على الدول الأعضاء تنظيمها في مدوناتٍ على المستوى الوطني، أو على مستوى الدول الأوربية ، وإمكانية الوصول إليها بلغات الجماعة المختلفة بالوسائل الإلكترونية⁽⁸²⁾.

5- معوقاتٌ تتعلق بالوقت وهي :

أ- الحاجة إلى الوقت للإرشاد ؛ إذ يمكن للزبون استعمال برنامج الوكيل الإلكتروني ، للإرشاد ولتحديد الثمن، ولكن في حالاتٍ أخرى عليه أن يحدد ذلك بنفسه، مما يؤدي لإضاعة الوقت والفرصة لإتمام الصفقة التجارية⁽⁸³⁾.

ب- معوقات الثقافة واللغة ؛ إذ إن إنتشار الأمية والجهل بالقراءة والكتابة، والأمية المعلوماتية، وضعف الإلمام باللغة الإنكليزية ، وعدم المعرفة بكيفية إجراء المعاملات التجارية عبر الإنترنت ، يُعَدّ من محددات إنتشار التجارة الإلكترونية عامةً ، والتعامل مع الشركات الإلكترونية خاصة⁽⁸⁴⁾، إذ تؤدي الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دوراً مهماً في انتشارها وتطورها ، ولاسيما بين المؤسسات التجارية والإنتاجية⁽⁸⁵⁾، وبذلك تعدّ اللغة والثقافة من أهم التحديات التي تعيق التفاعل بين كثيرٍ من العملاء ، وبين عدد من المواقع الإلكترونية ، إذ إن نظام معالجة المعلومات في كثيرٍ من مواقع الشركات الإلكترونية العالمية ، يعتمد أساساً على اللغة الإنكليزية التي عادةً ما توضع بها البرامج وتوجه بها الأوامر والتعليمات إلى أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالإنترنت⁽⁸⁶⁾.

ويجب نشر الوعي الثقافي والعلمي للمجتمع العربي ، وتثقيفهم بمفاهيم التجارة الإلكترونية وتقنياتها ، فالثقافة هي جوهر الاقتصاد المعرفي⁽⁸⁷⁾ الذي يعتمد أساساً على المعارف بوصفها ثروةً أساسيةً ؛ إذ لا يعتمد الاقتصاد الجديد على وفرة الموارد الطبيعية أو المالية فقط ، بل على المعرفة التي تغرز الاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وهذا ماسبقنا إليه كثير من الدول

6- معوقاتٌ تتصل بالأهلية ، ومن هذه المعوقات صعوبة التثبت من أهلية الطرفين حين تعاقد الشركاء لتأسيس الشركة الإلكترونية ، أو حين تعاقد الآخر مع الشركة ، فمن المفروض أن يكون المتعاقد شخصاً كامل الأهلية ، فمن الممكن أن يكون هنالك شخصٌ ناقص الأهلية، أو عديمها ويتعاقد مع الشركات الإلكترونية، وهنالك مشاكلٌ تتصل بتأثير الموت أيضاً ، أو فقد الأهلية على تأسيس الشركات الإلكترونية عن طريق الإنترنت ، وهنالك مشاكلٌ تتصل بضرورة أن يكون الرضا خالياً من العيوب التي من الممكن أن تعترى الإرادة في أثناء التعاقد مع الشركات الإلكترونية⁽⁷⁷⁾.

ثالثاً- معوقاتٌ أخرى

هنالك معوقاتٌ أخرى تعيق وتحد من تأسيس الشركات الإلكترونية نبينها على النحو الآتي :

1- خصوصية المعلومات تمثل تحدياً أخلاقياً يتمثل في الحفاظ على الخصوصية للزبائن، إذ يشعر الزبون بالخوف من تسرب معلوماته الشخصية وبيعها للآخرين ، ولاسيما إنه يفترض الحصول على بعض البيانات المتعلقة به مثل الإسم، والنوع، والجنس، والعنوان، وطريقة السداد ، وأرقام بطاقة الإنتمان وغيرها، الأمر الذي يستوجب استعمال برامج إلكترونية خاصة؛ للحفاظ على السرية، وتأمين الصفقات التجارية والدفع الإلكتروني الذي يتم عبر الإنترنت⁽⁷⁸⁾.

2- احتمالية الإحتيال والخداع ، فالسلع أو الخدمات قد تكون فريدةً ونادرةً ، وبسبب عدم قدرة الزبون من معاينة هذه العناصر وتحسسها ، فمن الممكن أن يحصل على سلعٍ معطوبة ، أو مغشوشةً فضلاً عن ذلك ، فقد يتوقع أن يكون الإحتيال عكسياً ، بأن يقوم الزبائن بعملية الإحتيال على الشركة الإلكترونية ، وذلك بإنكارهم تسلّم البضاعة ومن ثم رفضهم لدفع الثمن المستحق عليهم⁽⁷⁹⁾.

3- اختراق مواقع الشركات الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها، فمن الممكن إختراق موقع الشركة الإلكترونية ومن ثم التلاعب بالمعلومات أو البيانات ، الأمر الذي يشكّل خطراً وتهديداً حقيقيين ، فإن أي عملٍ تجاريٍّ إذا سرقت معلوماته، أو أفسدت سيكلاً خطراً قد يؤثر سلباً في التاجر الذي قد يكون شخصاً طبيعياً أو شركةً تجاريةً، وقد تتعرض البيانات للتخريب، أو التحوير، أو تبديلها، أو إنزالها على الموقع بدون

، كما تمنع الزبائن من التعاقد ضمن هذا النظام القانوني عن بعد

ثانياً : المقترحات

- 1- نقترح على المشرع العراقي أن ينظم الأحكام القانونية المتعلقة بالشركات الإلكترونية، ضمن قانون مستقل مستقبلاً بإسم (قانون الشركات الإلكترونية)؛ لسد النقص التشريعي في هذا المجال ؛ لأن الشركات الإلكترونية تُعد نظاماً قانونياً مختلفاً وحديثاً؛ إذ لا يكفي لمتابعته الاعتماد على قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي النافذ ذي العدد 78 لسنة 2012، والرجوع إلى القواعد العامة في قانون الشركات العراقي ذي العدد 21 لسنة 1997 النافذ والمعدل.
- 2- ينبغي للمشرع العراقي وضع الخطط ، والأفكار الكفيلة لإزالة معوقات تأسيس الشركات الإلكترونية ووضعها في منزلة التطبيق العملي الواقعي ، الأمر الذي يزيد من مكانة الشركات الإلكترونية ، وثقة أفراد المجتمع بها .
- 3- نقترح على المشرع العراقي أن يعدل قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية ذي العدد 78 لسنة 2012 النافذ ، بما يتلاءم والتطور التكنولوجي الذي نعيشه في جميع مفاصل الحياة .
- 4- نقترح على المشرع العراقي تعديل قانون الشركات النافذ ذي العدد 21 لسنة 1997، بما يتلاءم والتطور التكنولوجي والثورة الإلكترونية ، التي نعيشها في جميع مفاصل الحياة .

الهوامش

- (1) بحث مستل من أطروحة دكتوراه في كلية القانون / جامعة كربلاء/ فرع القانون الخاص / القانون التجاري، بعنوان (التنظيم القانوني للشركات الإلكترونية).
- (2) يقصد بالإقتصاد الرقمي " التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة، وبين الإقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى بما يحقق الشفافية الفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الإقتصادية المساندة لجميع القرارات الإقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما " ، ينظر :
- جمال حود مويصة، الإقتصاد الرقمي ومتطلبات إستجابة البنوك إلى التحديات الجديدة ، بحث منشور في مجلة

المتقدمة⁽⁸⁸⁾، إذ نتيجةً لتطور الوعي الثقافي بتقنيات التجارة الإلكترونية فإن أكبر الشركات الدولية الإلكترونية وأشهرها هي " eBay International " قد أقامت مقرها العام على بعد مسافةٍ قريبةٍ من مقر الإتحاد البريدي العالمي ببرن في سويسرا ، وأصبحت في غضون عشر سنواتٍ فقط ، المركز المحوري المرجعي للتجارة الإلكترونية⁽⁸⁹⁾.

يتضح مما ذكرناه آنفاً، إن هنالك بعض المعوقات التي تختلف على وفق أحوال وعواملٍ متعددةٍ ، تسبب عوائق ، أو موانع تحد من تأسيس الشركات الإلكترونية ، التي ينبغي لنا مواجهتها بوضع الخطط ، والأفكار الكفيلة في إزالتها ووضعها في منزلة التطبيق العملي الواقعي ، الأمر الذي يزيد من مكانة الشركات الإلكترونية ، وثقة أفراد المجتمع بها ، وتعدد أنواعها ، وإختلاف طبيعتها القانونية .

الخاتمة

ونحن على عتبة انتهاء بحثنا الموسوم " تقييم تأسيس الشركات الإلكترونية " ، نختمه بقطف ثماره ، التي تمثلت ببعض الإستنتاجات التي توصلنا إليها في شأن موضوع البحث ، ومن ثم وضع بعض المقترحات ، وذلك ضمن الفقرتين التاليتين .

أولاً : الإستنتاجات

توصلنا في أثناء هذا البحث إلى النتائج الآتية :

- 1- تعد الشركات الإلكترونية نظاماً قانونياً حديثاً من أنظمة التجارة الإلكترونية، وتُعد من قبيل المعاملات التجارية الإلكترونية ، وذلك نظراً الى الوسيلة والبيئة التي تتم عبرها في العالم الافتراضي .
- 2- يتصف التعاقد في الشركات الإلكترونية بأنه تعاقدٌ استهلاكيٌّ لأنه غالباً ما يتم بين تاجرٍ ومستهلك ، ويتصف التعاقد فيها بأنه تعاقدٌ مزدوجٌ ؛ إذ قد يكون تعاقدًا دولياً، وقد يكون تعاقدًا وطنياً حسب الأحوال ، وقد يتم وفاء الإلتزامات فيها عبر وسائل الدفع الإلكترونية الحداثوية المتعددة.
- 3- هنالك مسوّغات متعددة تدفع الأعضاء لتأسيس الشركات الإلكترونية ، كما أن هنالك مسوّغات تدفع الزبائن للتعاقد عبر الشركات الإلكترونية من بعد .
- 4- هنالك عدد من المعوقات المالية والقانونية وبعض المعوقات الأخرى التي تمنع الأعضاء من تأسيس الشركات الإلكترونية

- د. صفاء متعب الخزاعي ، أستاذنا د. حيدر حسين الشمري ، التنظيم القانوني للتركة الرقمية ، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية، القاهرة، مصر، 2022 ، ص28.
(9) ينظر مجمع اللغة العربية ، معجم المعاني المعاصر ، مصر ، القاهرة ، ط5، 2011، ص188 .

(10) عرفت م12/1 من التوجيه الأوروبي رقم 17 لسنة 2004 والخاص بإجراءات الشراء في قطاعات المياه والطاقة والنقل والخدمات كلمة الكتروني بأنها" إستخدام المعدات الألكترونية للتجهيز بما في ذلك الضغط الرقمي والتخزين وإستخدام البيانات والتي تنقل بطريقة راديوية أو بصريّة أو كهرومغناطيسيّة " والنصّ بالفرنسيّة هو :

"est un moyen utilisant deséquipements électroniques de traitement "ycompris la compression numérique" et de stockage de données qui utilisentladiffusion, l'acheminement et la réception par fils, par radio, par moyens optiques ou par d'autres moyens électromagnétiques".

(11) يرتبط قانون التجارة بالإقتصاد إرتباطاً وثيقاً ؛ إذ تعد التجارة نشاطاً إقتصاديّاً متخصصاً ومن قطاعات الإقتصاد الوطني ينظر بذلك :

- الأسباب الموجبة لقانون التجارة العراقي النافذ رقم 30 لسنة 1984، وكذلك المواد (1،2،3،4) منه .

(12) نجم عبود نجم ، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004، ص256

(13) يعرف الفضاء السيبراني Cyperspace بأنه "عالم الحاسوب الافتراضي، أو الوسيلة الإلكترونية المستخدمة لتسهيل التواصل عبر شبكة الإنترنت" ، ويشمل الفضاء السيبراني شبكة حاسوب كبيرة مكونة من عدة شبكات حاسوب فرعية منتشرة في جميع أنحاء العالم ، ويعتمد الفضاء السيبراني على بروتوكول عالمي خاص ؛ لتسهيل تبادل البيانات والملفات، والتواصل بفاعلية بين مجموعة كبيرة من المستخدمين، وتتيح لهم تبادل المعلومات والأفكار؛ والمشاركة في مختلف المناقشات؛ أو المنتديات الاجتماعية؛ وممارسة الألعاب؛ من خلال وسائط سهلة الاستخدام. ينظر بخصوص هذا الموضوع:

الواحات ،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة غرداية ، الجزائر ، العدد 10 ، 2010، ص77.

(3) ضرغام محمد صالح ، أساسيات التجارة الألكترونية ، بدون دار نشر ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2005 ، ص37.

(4) أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير ، كتاب الشين ، مكتبة لبنان ، لبنان ، بيروت ، 1987 ، ص118.

(5) ينظر إبن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الأفيريقي المصري ، لسان العرب ، باب الشين ، دار المعارف ، مصر ، القاهرة ، بدون سنة نشر ، المجلد الرابع ، الجزء 36 ، ص2248 .

(6) مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، باب الشين، مكتبة الشروق الدولية ، مصر، القاهرة ، ط4، 2004 ، ص480 .

(7) سورة طه ، الآية 32 .

(8) يعرف الإلكترون (Electron) بأنه جسيم دون ذري كروي الشكل تقريبا مكون للذرة ويحمل شحنة كهربائية سالبة، ولم يكن معروفا في بادئ الامر لانه يعد أصغر اكتشاف يمثّل مكونات أو جسيمات الذرة ، لذلك عد بأنه جسيم أولي دون وصفه بشيء، وبعد ذلك اكتشف دوره في نقل الشحنات الكهربائية، وضعت نظرية الشحنة الإكترونية غير القابلة للتجزئة في الكيمياء، فكانت بدايتها سنة (1838) على يدعالم الطبيعة البريطاني (ريتشارد لامنج)، ومن ثم وضع الفيزيائي الإيرلندي (جورج ستوني)، أطلق اسم إلكترون على أصغر وحدة في الطاقة الكهربائية وذلك سنة (1894)، وانتقل هذا المصطلح بعد ذلك الى مجال القانون؛ لوصف كل الجوانب القانونية التي تتعلق بالتصرفات والوقائع التي يكون محلها الطاقة الكهربائية والكهرومغناطيسية أو الضوئية و غيرها من مظاهر التكنولوجيا الحديثة القائمة على الطاقة الكهربائية، ينظر بذلك :

- كيندال آل هيفن، قصة أعظم 100 اكتشاف علمي على مر الزمن ، ترجمة د.جكر عبد الله الربكاني ، دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا ، دمشق، ط1 ، 2010 ، ص155-157.

(19) عبد الستار حمد أنجاد ، الضريبة على الشركات الإلكترونية ، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك ، 2م ، 6ع ، 2013 ، ص184 .
(20) ينظر بخصوص ذلك :

- د. زينة غانم عبد الجبار الصفار ، الشركات الإلكترونية وطبيعتها القانونية ، بحث منشور في مجلة الرافدين ، تصدر عن كلية الحقوق / جامعة الموصل ، العراق ، 11م ، 39ع ، 2009 ، ص121 .

Dr. Farouq Ahmad Faleh Al Azzam , Dr. Mueen Fandi Nhar Alshunnaq, The Nature of E Companies and Their Legal Regulations, International Journal of Business and Social Science Vol. 10 • No. 7 • July 2019 doi:10.30845/ijbss.v10n7p186.

(21) أسامة مجدوب، غنية باطلي، عقد الشركة الإلكترونية، بحث منشور في مجلة العلوم السياسية، جامعة خنشلة، الجزائر ، 9م ، 1ع ، 2022 ، ص976 .

(22) نصت المادة 11 من قانون الأونسترال النموذجي لسنة 1996 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية " في سياق تكوين العقود وما لم يتفق الأطراف على خلاف ذلك يجوز استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد ولا يفقد العقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك الغرض".

(23) إبراهيم المنجي ، التنظيم القانوني لعقد نقل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية ، ط1، منشأة المعارف، الإسكندرية ، مصر، 2002 ، ص255 .

(24) عرفت المادة 1/سادساً من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي النافذ رقم 78 لسنة 2012 المعاملات الإلكترونية بأنها "الطلبات والمستندات والمعاملات التي تتم بوسائل الكترونية".

(25) إن الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الحاسوب لا تفهم إلا رمزا هما : الصفر والواحد ، ويسمى هذا بالنظام الثنائي ويتسم بسهولة تنفيذه مباشرة في البوابات المنطقية والإلكترونيات الرقمية ، وبموجب هذا النظام يقوم الحاسوب بتنفيذ الأوامر البرمجية التي تعطى له ، من خلال تحويلها للنظام الثنائي 0،1 . ينظر في هذا الموضوع وكيبديا الموسوعة الحرة ، نظام العد الثنائي ، مقالة متوفرة على الرابط التالي والذي تمت زيارته بتاريخ 2022/5/3 :

- "Cyberspace", techopedia, 30/9/2020, Retrieved 9/11/2021. Edited.

ويتوفر هذا البحث في الرابط التالي والذي تمت زيارته بتاريخ 2022/5/4 :

<https://www.techopedia.com/definition/2493/cyber-space>

(14) نجم عبود نجم ، مصدر سابق ، ص357 .

(15) نهلة أحمد قنديل ، التجارة الإلكترونية : المرشد للمدير العصري : رؤيةً تسويقيةً ، جامعة قناة السويس ، القاهرة ، مصر، 2004 ، ص17 .

(16) النص باللغة الإنكليزية هو :

"A virtual enterprise is a temporary alliance of enterprises that come together to share skills or core competencies and resources in order to better respond to business opportunities, and whose cooperation is supported by computer networks ". looking at this topic :

L.M. Camarinha-Matos, H. Afsarmanesh (EDs.), "Infrastructures for Virtual Enterprises Networking industrial enterprises" Kluwer Academic Publishers, Sept 1999, p04.

(17) النص باللغة الفرنسية هو :

"Un groupe de personnes ou d'organisations qui utilisent la technologie de l'information et de la communication de façon relativement élevée, de ce fait, ils réduisent la nécessité de leurs présences physiques". looking at this topic :

-OUARFA Hafida, L'entreprise Virtuelle: Dimension Ou Structure Organisationnelle, Institut Des Sciences Economiques, Département D'informatique Université De Blida, Sans Date, P02.

(18) د. رأفت عبد العزيز غنيم ، دور الجامعة العربية حول تيسير التبادل التجاري ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول لجامعة الدول العربية للتبادل التجاري ، 2000 .

(36) د. صالح المنزلاوي ، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، مصر ، 2008 ، ص36-37.

(37) المصدر ذاته ، ص38.

(38) أجاز المشرع العراقي في المادة 24 من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ رقم 78 لسنة 2012 تحويل الأموال بوسائل إلكترونية .

(39) د. ممدوح محمد خيرى هاشم ، مشكلات البيع الإلكتروني عن طريق الأنترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 2000 ، ص102.

(40) د. محمد عبد الحليم عمر ، التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي ، بحث مقدم إلى جامعة الأزهر ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامي ، القاهرة ، مصر ، 2000 ، ص10.

(41) مخلوفي عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2012 ، ص164.

(42) د. عباس العبودي ، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني ، الدار العلمية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2002 ، ص151

(43) ينظر نصّ المادة 5/ وكذلك المواد/13- 14- 15 من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم 78 لسنة 2012 النافذ.

(44) J.A,Oyaizabal(Mario),International Electronic Contracs,University of Miami Amer ica Law (3) Review, Summe,2004,P518,R314.

(45) د. خضر مصباح الطيبي ، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2008 ، ص27-29 .

(46) د. محمد نور صالح الجداية ، د سناء جودت خلف، تجارة الكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012 ، ص 188.

(47) المصدر ذاته ، ص188 – 189 .

(48) د. خيرى مصطفى كنانة ، التجارة الإلكترونية ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2009 ، ص71.

(49) د. محمد نور صالح الجداية ، د.سناء جودت خلف ، مصدر سابق ، ص188.

(50) د. خضر مصباح الطيبي ، مصدر سابق ، ص188.

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85_%D8%B9%D8%AF_%D8%A%D9%86%D8%A7%D8%A6%D9%8A

(26) د. عمر خالد زريقات ، عقد البيع عبر الأنترنت (دراسة تحليلية)، سلسلة عقد التجارة الإلكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2007 ، ص66-67 .

(27) بهاء شاهين ، العولمة والتجارة الإلكترونية ، دار الفاروق الحديثة ، القاهرة ، مصر ، ط 1 ، 2000 ، ص75.

(28) ينظر بخصوص ذلك :

- أكرم عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية أسرع الطرق إلى النجاح والثروة ، مكتبة ابن سينا ، مصر ، 2004 ، ص45.

- سمير اللقمانى ، منظمة التجارة العالمية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2003 ، ص101.

(29) د. فائق محمود الشماع ، التجارة الإلكترونية ، بحث منشور في مجلة دراسات قانونية ، قسم الدراسات القانونية ، بيت الحكمة ، السنة الثانية ، العدد الرابع ، كانون الأول ، بغداد ، العراق ، 2000 ، ص38.

(30) مناني فراح ، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، 2009 ، ص42.

(31) تم تعديل قانون التجارة العراقي النافذ بموجب قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم 105 في 1992/4/6 والذي أصدر بموجبه(قانون تعديل قانون التجارة العراقي ذي الرقم 30 لسنة 1984) رقم 10 لسنة 1992 ، وتضمن هذا القانون مادتين فقط ، تضمنت المادة الأولى منه إلغاء الفقرة الثالثة من المادة 175 من قانون التجارة ، وتضمنت المادة الثانية منه إن القانون يصبح نافذاً بعد مضي مدة ستة أشهر من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية، وقد تم نشره في جريدة الوقائع العراقية ذي العدد 3402 بتاريخ 1992/4/20 .

(32) د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري ، المكتبة القانونية للنشر ، بغداد ، العراق ، 2006 ، ص57.

(33) تنظر الأسباب الموجبة لقانون التجارة العراقي النافذ رقم 30 لسنة 1984.

(34) ينظر نص المادة 5 من قانون التجارة العراقي النافذ رقم 30 لسنة 1980.

(35) د. إلياس نصيف ، العقد الإلكتروني في القانون المقارن ، سلسلة العقود الدولية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ط 1 ، 2009 ، ص44.

(55) بيتر فان دان بوش ، تسوية النزاعات في التجارة العالمية ، بحث مقدم في مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية ، منظمة التجارة العالمية ، الأمم المتحدة ، 2003، ص6-7.

(56) د. خيرى مصطفى كنانة ، مصدر سابق ، ص73.

(57) Philip Kotler & Armstrong "Principles of marketing" New Jersey, Prentice-Hall. Inc. 1999 .P. 520.

(58) أطلق المشرع العراقي لفظ (العميل) ويقصد به المشتري أو المستهلك المعتاد، في قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم 30 لسنة 1980 في المادتين 167، 238، في حين إختار لفظ (زبون) في قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ رقم 78 لسنة 2012 في المواد 1، 25، 26.

(59) مهدي سماونة وآخرون ، أسباب تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الجمعية العلمية الملكية ، مركز تكنولوجيا المعلومات، عمان، الأردن ، 2004، ص9.

(60) جيل ت فريز، التسوق بذكاء عبر الأنترنت ، ترجمة مركز التعريب والترجمة ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، لبنان ، ط1، 2001 ، ص200.

(61) د. خضر مصباح الطيبي ، مصدر سابق ، ص189.

(62) د. خيرى مصطفى كنانة ، مصدر سابق ، ص75.

(63) منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، الطبعة القانونية، للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي للنشر ، الإسكندرية، مصر، 2006 ، ص178

(64) حسين شنيبي، التجارة الإلكترونية كخيار إستراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية، أطروحة دكتوراة مقدمة إلى كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014، ص63-64.

(65) د. خضر مصباح الطيبي ، مصدر سابق ، ص192 .

(66) د. محمد نور صالح الجداية ، د. سناء جودت خلف ، مصدر سابق ، ص193.

(67) د. خضر مصباح الطيبي ، مصدر سابق ، ص190.

(68) د. خالد مصطفى فهمي ، النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص248.

(69) د. علاء حسين مطلق التميمي ، الدليل الإلكتروني في الإثبات المدني ، دار النهضة العربية ، القاهرة، مصر ، ط2، 2010 ، ص4.

(51) منير محمد الجنبهي ، ممدوح محمد الجنبهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص15.

(52) أنشأت اتفاقية الجات عام 1994 بعد ميثاق هافانا الخاص بتحرير التجارة الدولية في مجال السلع ، إذ دعت إلى تنظيمها الولايات المتحدة الأمريكية في جنيف عام 1947 خوفاً من إنشاء منظمة تجارة دولية تؤثر على مصالحها التجارية الدولية، وبدأت هذه الإتفاقية مؤقتة لحين التوقيع على ميثاق هافانا، وبشكل ثنائي إستمرت الدول بتقديم تسهيلات كمركبة على السلع المختلفة ، ثم بعد ذلك تم تجميع الإتفاقيات الثنائية لتشكل فيما بعد إتفاقية الجات ، وقد تضمنها الملحق 1/ أ من إتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO). لمزيد من التفصيل ينظر : ليث محمود حسن خطاطبة ، قضايا منظمة التجارة العالمية وإنعكاساتها على الأردن والدول العربية ، بحث مقدم إلى برنامج كرسي منظمة التجارة العالمية ، الجامعة الأردنية ، الأردن، 2011، ص14-15.

(53) نظمت إتفاقية جاتس الدولية عام 1995، وكانت نتيجة لمفاوضات جولة الأورغواي عام 1986 ومن إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) المختصة بتسوية المنازعات والمشمولة بالإتفاقيات الفردية (السلع، الخدمات، والجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية) ، وتضمنها الملحق 1/ ب من إتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) ، والعراق عضو مراقب في هذه الإتفاقية . لمزيد من التفصيل ينظر : د. نهلة عبد الكريم أحمد العبيدي ، جولة أورغواي وإنعكاساتها على الإقتصادات العربية ، بحث منشور في مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، جامعة تكريت، صلاح الدين ، العراق، المجلد6، العدد 18 ، 2010 ، ص150.

(54) تهدف إتفاقية تريس إلى تحرير التجارة العالمية من خلال توفير معايير حقوق الملكية الفكرية ونطاقها وإستخدامها ، وضمان أن لاتصبح تدابير إنفاذ حقوق الملكية الفكرية حواجز أمام التجارة المشروعة ، ونظمت بتاريخ 1/1/1995 وقد تضمنها الملحق 1/ ت من إتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO). لمزيد من التفاصيل ينظر : د. عبد الفتاح بيومي حجازي ، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، مصر ، ط1 ، 2005، ص11.

organisations, designed to contribute to the proper implementation of Articles 5 to 15;

(b) the voluntary transmission of draft codes of conduct at national or Community level to the Commission;

(c) the accessibility of these codes of conduct in the Community languages by electronic means;

(d) the communication to the Member States and the Commission, by trade, professional and consumer associations or organisations, of their assessment of the application of their codes of conduct and their impact upon practices, habits or customs relating to electronic commerce;

(e) the drawing up of codes of conduct regarding the protection of minors and human dignity.

(83) الوكيل الإلكتروني هو " برنامج الكتروني مهمته البحث عن معلومات يطلبها منه المستخدم ويقوم برنامج الوكيل بجمع المعلومات وإظهارها للمستخدم بناءً على تعليمات يزودهم بها ومن ثم تتوقف نتيجة عمل الوكيل على قدر ودقة المعلومات التي زود بها المستخدم الوكيل " ولمزيد من التفاصيل ينظر : - د. شريف محمد غنام ، دور الوكيل الإلكتروني في التجارة الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر، 2012، ص31-32 .

(84) د. محمد إبراهيم ابو الهيجاء ، عقود التجارة الإلكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1، 2005 ، ص33.

(85) د. نعيمة يحيوي ، التجارة الإلكترونية وأثارها على إقتصاديات الأعمال العربية ، بحث منشور في مجلة الإقتصاد الجديد، الجزائر ، ع2، 2010، ص232.

(86) د. خالد ممدوح إبراهيم ، أمن الحكومة الإلكترونية ، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2010 ، ص331-332.

(87) يقصد بالإقتصاد المعرفي " الإقتصاد الذي يكون للتطور المعرفي والإبداع العلمي الوزن الأكبر في نموه ، ويقوم على

(70) د. خيرى مصطفى كتانه ، مصدر سابق ، ص79.

(71) المصدر ذاته ، ص79.

(72) فانتن حسين حوى ، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن ، ط1، 2010 ، ص107.

(73) د. شريف محمد غنام ، حماية العلامات التجارية عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، مصر ، 2007 ، ص105.

(74) يقصد بالقرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني " أن يقوم شخص أو مشروع لا يملك أي حق على علامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الأنترنت؛ وذلك بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد إعادة بيع العنوان الإلكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه " ولمزيد من التفاصيل ينظر : المصدر السابق ، ص102.

(75) جيل ت فريز ، مصدر سابق، ص186.

(76) د. يوسف حسن يوسف ، الإقتصاد الإلكتروني ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، مصر ، ط1 ، 2012 ، ص66.

(77) حمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، ط1، 2007، ص99.

(78) Carl.Chapiro " Will E – Commerce Erode Liberty "Harvard Business Review ,may – june 2000.P.194.

(79) د. خضر مصباح الطيبي ، مصدر سابق ، ص191.

(80) د. يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية ، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة ، مصر ، ط1 ، 2011 ، ص104.

(81) د. زينة غانم عبد الجبار الصفار، مصدر سابق ، ص124.

(82) النصّ باللغة الإنكليزية هو:

Article 16/Codes of conduct/1. Member States and the Commission shall encourage:

(a) the drawing up of codes of conduct at Community level, by trade, professional and consumer associations or

- د. باسم محمد صالح ، القانون التجاري ، المكتبة القانونية للنشر ، بغداد ، العراق ، 2006.
- بهاء شاهين ، العولمة والتجارة الإلكترونية ، دار الفاروق الحديثة ، القاهرة ، مصر ، ط1 ، 2000 .
- جيل ت فريز ، التسوق بذكاء عبر الأنترنت ، ترجمة مركز التعريب والترجمة ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2001 .
- حمد حسن رفاعي العطار ، البيع عبر شبكة الأنترنت ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، ط2007.
- د. خالد مصطفى فهمي ، النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2007.
- د. خالد ممدوح إبراهيم ، أمن الحكومة الإلكترونية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2010.
- د. خضر مصباح الطيبي ، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2008.
- د. خيرى مصطفى كنانة ، التجارة الإلكترونية ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2009.
- د. شريف محمد غنام ، حماية العلامات التجارية عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2007 .
- د. شريف محمد غنام ، دور الوكيل الإلكتروني في التجارة الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2012.
- د. صالح المنزلاوي ، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2008 .
- د. صفاء متعب الخزاعي ، أستاذنا د. حيدر حسين الشمري ، التنظيم القانوني للتركة الرقمية ، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية ، القاهرة ، مصر ، 2022 .
- ضرغام محمد صالح ، أساسيات التجارة الإلكترونية ، بدون دار نشر ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2005.
- د. عباس العبودي ، الحجية القانونية لوسائل التقدم العلمي في الإثبات المدني ، الدار العلمية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2002.
- د. علاء حسين مطلق التميمي ، الدليل الإلكتروني في الإثبات المدني ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، ط2 ، 2010 .
- تنمية الموارد البشرية (عمال المعرفة) علمياً ومعرفياً كي تتمكن من التعامل مع التقنيات الحديثة والمتطورة ، معتمداً على المعرفة التي يمتلكها العنصر البشري كمورد استثماري ، وكسلع إستراتيجية ، وكخدمة وكمصدر للدخل القومي " ، ينظر :
- محمد أنس أبو الشامات ، اتجاهات إقتصاد المعرفة في البلدان العربية ، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية ، دمشق ، سوريا ، المجلد 28، العدد الاول ، 2012، ص597.
- (88) د. كريم سالم حسين الغالبي ، محمد نعمة الزبيدي ، الإقتصاد المعرفي ودوره في التنمية الإقتصادية ، بحث منشور في مجلة العلوم الإقتصادية والتي تصدر من كلية الإدارة والإقتصاد ، جامعة القادسية ، القادسية ، العراق ، العدد 24 ، المجلد السادس ، 2009، ص56 .
- (89) ربال لبلان ، ملك البيع على الأنترنت ، مقال منشور في مجلة التجارة الإلكترونية ، مؤسسة الإتحاد البريدي العالمي ، الأمم المتحدة ، 2007، ص24.

المصادر

أولاً : القرآن الكريم

ثانياً : الكتب

- إبراهيم المنجي ، التنظيم القانوني لعقد نقل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية ، ط1 ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، مصر ، 2002 .
- ابن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الأفريقي المصري ، لسان العرب ، باب الشين ، دار المعارف ، مصر ، القاهرة ، بدون سنة نشر ، المجلد الرابع ، الجزء 36.
- أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ ، المصباح المنير ، كتاب الشين ، مكتبة لبنان ، لبنان ، بيروت ، 1987.
- أكرم عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية أسرع الطرق إلى النجاح والثروة ، مكتبة ابن سينا ، مصر ، 2004. سمير اللقمانى ، منظمة التجارة العالمية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2003 .
- د. إلياس نصيف ، العقد الإلكتروني في القانون المقارن ، سلسلة العقود الدولية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2009 .

- د. عمر خالد زريقات ، عقد البيع عبر الانترنت (دراسة تحليلية)، سلسلة عقد التجارة الالكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ط1، 2007.
- فاتن حسين حوى ،المواقع الألكترونية وحقوق الملكية الفكرية ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان،الأردن ، ط1، 2010..
- كيندال آل هيفن، قصة أعظم 100 إكتشاف علمي على مر الزمن ، ترجمة د.جكر عبد الله الريكاني ، دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا ، دمشق، ط1 ، 2010 .
- مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، باب الشين، مكتبة الشروق الدولية ، مصر، القاهرة ، ط4، 2004 .
- مجمع اللغة العربية ، معجم المعاني المعاصر ، مصر، القاهرة ، ط5، 2011.
- د. محمد إبراهيم ابو الهيجاء ،عقود التجارة الألكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1، 2005 .
- د. محمد عبد الحليم عمر ، التجارة الألكترونية من منظور إسلامي ، بحث مقدم إلى جامعة الأزهر ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامي ، القاهرة ، مصر ، 2000.
- د. محمد نور صالح الجداية ، د سناء جودت خلف، تجارة الكرونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع ،عمان ، الأردن ، ط2، 2012 .
- د. ممدوح محمد خيرى هاشم ،مشكلات البيع الألكتروني عن طريق الأنترنترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 2000 .
- منير محمد الجنبهي ، ممدوح محمد الجنبهي،الشركات الألكترونية، دار الفكر الجامعي،الإسكندرية، مصر، 2008.
- مهند سماونة وآخرون ، أسباب تطبيق التجارة الألكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الجمعية العلمية الملكية ، مركز تكنولوجيا المعلومات، عمان، الأردن ، 2004.
- منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، الطبعة القانونية للعقد الألكتروني، دار الفكر الجامعي للنشر ، الإسكندرية، مصر، 2006 .
- مناني فراح ، العقد الألكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، 2009.
- نجم عبود نجم ، الإدارة الألكترونية، الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004.
- نهلة أحمد قنديل ، التجارة الألكترونية : المرشد للمدير العصري : رؤيةً تسويقيةً ، جامعة قناة السويس ، القاهرة ، مصر، 2004.
- د. يوسف حسن يوسف، التجارة الألكترونية وأبعادها القانونية الدولية ، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة ، مصر ، ط1، 2011 .
- د. يوسف حسن يوسف ، الإقتصاد الألكتروني ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، مصر ، ط1 ، 2012.
- **ثالثاً: الأطاريح والبحوث**
- أسامة مجدوب، غنية باطلي، عقد الشركة الألكترونية، بحث منشور في مجلة العلوم السياسية، جامعة خنشلة،الجزائر ، م9، ع1، 2022.
- بيتر فان دان بوش ، تسوية النزاعات في التجارة العالمية ،بحث مقدم في مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية ، منظمة التجارة العالمية ، الأمم المتحدة ، 2003.
- جمال حود مويسة،الإقتصاد الرقمي ومتطلبات إستجابة البنوك إلى التحديات الجديدة ، بحث منشور في مجلة الواحات ،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة غرداية ، الجزائر ،العدد 10 ، 2010.
- حسين شنيبي، التجارة الألكترونية كخيار إستراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية، أطروحة دكتوراة مقدمة إلى كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014.
- د. رأفت عبد العزيز غنيم ، دور الجامعة العربية حول تيسير التبادل التجاري ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول لجامعة الدول العربية للتبادل التجاري ، 2000 .
- ربال لبلان ، مَلِكُ البيع على الأنترنترنت ، مقال منشور في مجلة التجارة الألكترونية ، مؤسسة الإتحاد البريدي العالمي ، الأمم المتحدة، 2007.
- د. زينة غانم عبد الجبار الصفار ، الشركات الألكترونية وطبيعتها القانونية ، بحث منشور في مجلة الرافدين ، تصدر عن كلية الحقوق / جامعة الموصل ، العراق ، م11، ع39 ، 2009 ، ص121.

- قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي النافذ رقم 78 لسنة 2012.
- قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم 105 في 1992/4/6 والذي أصدر بموجبه (قانون تعديل قانون التجارة العراقي ذي الرقم 30 لسنة 1984) رقم 10 لسنة 1992 .
- قانون الأونسترال النموذجي لسنة 1996 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- التوجيه الأوربي رقم 17 لسنة 2004 والخاص بإجراءات الشراء في قطاعات المياه والطاقة والنقل والخدمات.

خامساً : المواقع الإلكترونية

- <https://www.techopedia.com/definition/2493/cyberspace>
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85_%D8%B9%D8%AF_%D8%AB%D9%86%D8%A7%D8%A6%D9%8A

سادساً : المصادر الأجنبية

- L.M. Camarinha-Matos, H. Afsarmanesh (EDs.), "Infrastructures for Virtual Enterprises Networking industrial enterprises" Kluwer Academic Publishers, Sept 1999, p04.
- "Cyberspace", techopedia, 30/9/2020, Retrieved 9/11/2021. Edited.
- Philip Kotle & Armstrog "Principles of marketing" New Jersey, Prentice-Hall. Inc. 1999 .P. 520.
- Carl.Chapiro " Will E – Commerce Erode Liberty "Harvard Business Review ,may – june 2000.P.194.
- Dr. Farouq Ahmad Faleh Al Azzam , Dr. Mueen Fandi Nhar Alshunnaq, The Nature of E Companies and Their Legal Regulations, International Journal of Business and Social

- عبد الستار حمد أنجاد ، الضريبة على الشركات الإلكترونية ، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية ، جامعة كركوك، 2م ، 6ع، 2013 .
- د. عبد الفتاح بيومي حجازي ، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، مصر ، ط1 ، 2005.
- د. فائق محمود الشماع ، التجارة الإلكترونية ، بحث منشور في مجلة دراسات قانونية ، قسم الدراسات القانونية ، بيت الحكمة ، السنة الثانية ، العدد الرابع ، كانون الأول ، بغداد ، العراق ، 2000 .
- د. كريم سالم حسين الغالبي ، محمد نعمة الزبيدي ، الإقتصاد المعرفي ودوره في التنمية الاقتصادية ، بحث منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والتي تصدر من كلية الإدارة والإقتصاد ، جامعة القادسية ، القادسية ، العراق ، العدد 24 ، المجلد السادس ، 2009.
- ليث محمود حسن خطاطبة ، قضايا منظمة التجارة العالمية وإنعكاساتها على الأردن والدول العربية ، بحث مقدم إلى برنامج كرسي منظمة التجارة العالمية ، الجامعة الأردنية ، الأردن، 2011.
- محمد أنس أبو الشامات ، إتجاهات إقتصاد المعرفة في البلدان العربية ، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، دمشق ، سوريا ، المجلد 28، العدد الاول ، 2012.
- مخلوفي عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت ، إطرحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2012.
- د. نعيمة يحيوي ، التجارة الإلكترونية وأثارها على إقتصاديات الأعمال العربية ، بحث منشور في مجلة الإقتصاد الجديد، الجزائر ، 2ع ، 2010، ص232.
- د. نهلة عبد الكريم أحمد العبيدي ، جولة أورغواي وإنعكاساتها على الإقتصادات العربية ، بحث منشور في مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، جامعة تكريت، صلاح الدين ، العراق ، المجلد6، العدد 18 ، 2010 .

رابعاً: القوانين

- قانون التجارة العراقي النافذ والمعدل رقم 30 لسنة 1984.

Science Vol. 10 • No. 7 • July 2019
doi:10.30845/ijbss.v10n7p186.

- OUARFA Hafida, L'entreprise Virtuelle: Dimension Ou Structure Organisationnelle, Institut Des Sciences Economiques, Département D'informatique Université De Blida, Sans Date, P02.
- J.A,Oyaizabal(Mario),International Electronic Contracs,University of Miami Amer ica Law (3) Review, Summe,2004,P518,R314.