

الاحكام القانونية للتجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)**The Legal Provisions of Electronic Commerce(A Comparative Study)**

م.م فراس مشهل عبدالجبار

كلية القانون - جامعة نينوى

firmeshhal@uoninevah.edu.iqAssist. Lecturer. Firas Mishhal Abdul-Jabbar
College of Law, University of Nineveh

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

المستخلص: في ظل المتغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم لم تعد الحياة المعاصرة تطيق الانتظار ولم يعد الإنسان المعاصر يقبل إلا بما يتماشى مع إيقاع السرعة والدقة والسهولة، ومن بين أبرز صور هذا التحول برزت التجارة الإلكترونية كإحدى الركائز الأساسية في تلبية متطلبات الأفراد والمؤسسات وفرضت نفسها كواقع اقتصادي جديد يتجاوز حدود الزمان والمكان فقد أصبح من الممكن التعاقد والشراء وتوزيع السلع والخدمات في بيئة إلكترونية افتراضية لا تتطلب الحضور الفعلي ولا المعاينة المباشرة، ويتناول هذا البحث مفهوم التجارة الإلكترونية مع التركيز على أبرز خصائصها ومزاياها العملية التي تميزها عن التجارة التقليدية، كذلك الفروق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية ونظيرتها التقليدية، مروراً بالتحديات القانونية التي تواجه التجارة الإلكترونية، ومن خلال هذا الطرح نسعى إلى تقديم رؤية متكاملة تجمع بين الجانب العملي والبعد القانوني للتجارة الإلكترونية تأكيداً على الحاجة الماسة لتحديث الأطر التشريعية بما يواكب التطور التكنولوجي ويحفظ التوازن بين الابتكار والضمان القانوني.

الكلمات المفتاحية: (التجارة الإلكترونية، العقود الإلكترونية، التجارة التقليدية، البيئة الافتراضية، المعاملات الرقمية، الوسيط الإلكتروني).

Abstract E-commerce represents one of the most prominent aspects of digital transformation in the modern era, fundamentally altering methods of commercial exchange and enabling faster and more efficient market access. This research focuses on the concept of e-commerce, highlighting its key features and advantages that have enabled it to surpass traditional commerce in terms of speed, cost, and global reach. It also addresses the legal aspects related to the formation of electronic contracts and the resulting obligations, while shedding light on the main legal and technical obstacles that may hinder its development. The study further distinguishes between e-commerce and traditional commerce in terms of legal structure, contract formation, and consumer protection. Through this analysis, the research aims to present an integrated vision that combines the practical reality of digital transactions with the need for a solid legal

framework—one that keeps pace with technological advancement and ensures legal certainty in a rapidly evolving commercial environment.

Keywords: (E-commerce, Electronic Contracts, Traditional Commerce, Virtual Environment, Digital Transactions, Electronic Intermediary).

المقدمة

أولاً: مدخل تعريفي بموضوع البحث شهد العالم تطوراً هائلاً في مجال التكنولوجيا وبنات الإنترنت الركيزة الأساسية لوسائل الاتصال الحديثة التي يصعب الاستغناء عنها وأصبح بإمكان أي شخص التواصل وإبرام الصفقات بسرعة فائقة من أي مكان، ففي هذا الإطار برزت التجارة الإلكترونية كعنصر محورياً في حركة التجارة المحلية والدولية وأصبحت تؤدي دوراً كبيراً في تسهيل تدفق السلع والخدمات عبر الحدود وفتحت آفاق جديدة لإبرام الصفقات بين الدول والأفراد، كما تعد اليوم احد الركائز الاقتصادية المهمة التي تسهم في نمو الاقتصاد العالمي لما توفره من فرص تسويقية متقدمة وكسر للحواجز الجغرافية وتسريع إنجاز العمليات التجارية، وتواجه التجارة الإلكترونية تحديات ملموسة وعلى رأسها الإشكاليات القانونية والتنظيمية التي تعيق تطورها في بعض الدول وخاصة في العالم العربي حيث تختلف مستويات البنية التحتية والإطار التشريعي، ومن هنا تأتي أهمية هذا البحث الذي يهدف إلى تسليط الضوء على مفهوم التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها وتمييزها عن التجارة التقليدية فضلاً عن بيان اهم المعوقات التي تواجهها وسبل معالجتها.

ثانياً: أهمية البحث تعد التجارة الإلكترونية من المواضيع التي تحظى بأهمية متزايدة، خاصة في ظل التقدم التقني المتسارع الذي يشهده العالم، والذي يؤثر بشكل مباشر على الاقتصاد وأساليب العمل وتبرز أهمية البحث بشكل خاص في العراق حيث ما زالت هذه الظاهرة تحتاج إلى مزيد من الدراسة والرعاية القانونية والتنظيمية لضمان استفادة المجتمع والقطاع التجاري منها، والعمل على تقديم حلول فعالة للتغلب عليها وإزالة المخاوف والشكوك التي قد تحيط بهذا النوع من التجارة وتعزيز الثقة فيه مما يشجع على تبنيه وتطويره بما يتوافق مع متطلبات العصر الحديث.

ثالثاً: مشكلة البحث تكمن مشكلة البحث في تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في العراق وتحليل التحديات القانونية التي تحيط بها وبيان أوجه القصور التشريعي وإيجاد السبل الكفيلة لسد هذا الفراغ بما يحقق التوازن بين حماية الحقوق وتشجيع الاستثمار الالكتروني، وتثير مشكلة البحث العديد من التساؤلات ونسعى من خلال البحث الإجابة عنها وهي:

- ١- هل يُعد قانون التوقيع الإلكتروني العراقي كافياً لتنظيم الجوانب المتعددة للتجارة الإلكترونية؟
- ٢- ما هي أبرز الجوانب القانونية التي أغفلها المشرع العراقي في التعامل مع التجارة الإلكترونية؟
- ٣- كيف تعاملت التشريعات المقارنة مع ظاهرة التجارة الإلكترونية، وما الذي يمكن الاستفادة منه في التجربة العراقية؟
- ٤- ما هي أبرز الصعوبات التي يواجهها الأفراد والشركات في إبرام وتنفيذ العقود عبر الوسائل الإلكترونية داخل العراق؟

٥- الحاجة لوضع قانون خاص ينظم التجارة الإلكترونية بشكل مستقل عن القوانين التقليدية السارية؟

رابعاً: منهجية البحث اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التحليلي المقارن لتحليل الاحكام والنصوص المتعلقة بأحكام التجارة الإلكترونية استناداً الى قانون التجارة العراقي رقم ٣٠ لسنة ١٩٨٤ النافذ وما طرا عليه من تعديلات ومقارنتها مع موقف المشرع المصري في قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، فضلا عن بيان موقف الفقه القانوني والقضاء لغرض الوصول للحلول المناسبة لحسم مشكلة الموضوع.

خامساً: هيكلية البحث

المبحث الأول: التعريف بالتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية ومزاياها

المبحث الثاني: الاسس القانونية والعملية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: آلية إبرام العقد الإلكتروني

المطلب الثاني: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتقليدية

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية

المبحث الأول

التعريف بالتجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي شهدها العالم بسبب التطورات التكنولوجية، كما تشكل إحدى أهم صور التفاعل بين التكنولوجيا الحديثة والنشاط التجاري إذ أدت إلى تغيير جذري في مفهوم المعاملات التجارية التقليدية من خلال الانتقال من الأسواق الواقعية إلى البيئات الرقمية، وقد أصبح هذا النمط من التجارة وسيلة فعالة تسهم في تسهيل العمليات التجارية وتوسيع نطاقها عبر الحدود بفضل ما تنتجه من سرعة في الإنجاز وانخفاض في التكاليف والانفتاح على الأسواق العالمية، فضلاً عن أنها تعكس ملامح الاقتصاد المعرفي وتعزز من كفاءة الأداء التجاري وابتشار الإنترنت باتت التجارة الإلكترونية تحتل موقعاً مركزياً في الاقتصاد العالمي وتفرض نفسها كضرورة معاصرة تتطلب تأصيلاً قانونياً دقيقاً، للإحاطة والالمام بالموضوع قسمنا هذا المبحث الى مطلبين وعلى وفق الآتي:- **المطلب الاول: مفهوم التجارة الإلكترونية**

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية ومزاياها

المطلب الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

تُعد التجارة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة التي نشأت نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع في مجال الاتصالات والمعلومات ولمعرفة أبعادها القانونية لابد لنا من الوقوف على تعريفها في اللغة والاصطلاح الفقهي والقانوني، ومن

ثم بيان اهميتها المتزايدة في مختلف مجالات الحياة على اعتبارها ركيزة أساسية في المعاملات التجارية، وللإلمام بذلك سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى فرعين وعلى وفق الآتي:- الفرع الاول: تعريف التجارة الالكترونية
الفرع الثاني: أهمية التجارة الالكترونية

الفرع الاول

تعريف التجارة الالكترونية

للقوف على تعريف جامع مانع لمصطلح التجارة الإلكترونية وهذا ليس بالأمر السهل وذلك لكثرة التعاريف التي قيلت من جانب الفقهاء وتباين وجهات النظر فيها، ولبيان تعريف التجارة الإلكترونية يتطلب الأمر منا تعريفها في الاصطلاح اللغوي والقانوني والفقهي وعلى وفق الفقرات الآتية:-

اولاً: التجارة الالكترونية لغة: أصبح مصطلح التجارة الإلكترونية متداولاً بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية والتجارية مؤخراً، ومن اجل الوقوف على مفهوم التجارة الالكترونية لابد من بيان معناها في اللغة للوصول الى مدلولاته بدقة سنبحثها وفق الآتيين:-

- التجارة لغة: ان مصطلح التجارة يرجع من الفعل أُنجر، تجارة، متاجرة، ويقال انها حرفة البيع والشراء، وتقليب المال لغرض الربح ومن يقوم بذلك يسمى تاجر^(١)، بينما يذهب الاخرين بالقول بانها ممارسة البيع والشراء، وهي حرفة التاجر الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف^(٢).

- الإلكترونية لغة: كلمة أصلها الاسم (إلِكْتُرُون) في صورة مثلى وجذرها (الكترون)، يقال تبادل المراسلات الكترونياً اي من خلال الوسائل الالكترونية، وتدل على أن التجارة تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة المعالجة إلكترونياً^(٣).

وبعد ان بينا تعريف التجارة الالكترونية لغة، نستنتج ان التجارة الالكترونية في اللغة تعني: (بيع وشراء السلع أو تبادل المنافع باستخدام الوسائل التقنية الحديثة)، وتعريفنا هذا يبين جوهر التجارة الإلكترونية بانها تقوم على تحقيق الربح من خلال تبادل تجاري يتم عبر الوسائل الإلكترونية مما يمنحها طابعاً متطوراً يتجاوز أساليب التجارة المعهودة.

ثانياً: التجارة الالكترونية في الاصطلاح القانوني: بالرجوع الى قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ النافذ، فأنا لم نجد فيه تعريف للتجارة الإلكترونية وحسناً فعل لان وضع التعريف ليس من مهام المشرع انما من مهام الفقهاء يوردونه في احكامهم القضائية ومؤلفاتهم كما يشاؤون ومن الصعوبة وضع تعريفاً جامعاً ومانعاً وذلك لتقدم اساليب التجارة الالكترونية وتعدد صورها وتطورها بمرور الزمن ولم يكن معروف في العراق في قانون التجارة ١٩٨٤، اذ ظهرت حديثاً في العراق وازدادت اهميتها بداية عام ٢٠٢٠ واصبحت حاجة ملحة في جميع مجالات الحياة المختلفة،

(١) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي، القاموس المحيط، ط١، ج١، دار الكتب العلمية، بيروت، ١٤١٣هـ، ص ٢١٤.

(٢) منصور القاضي، معجم المصطلحات القانونية، ط٢، مجد المؤسسة الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ٢٠٠٩، ص ١٨٩.

(٣) ابراهيم انيس وعبدالله الحليم، المعجم الوسيط، ط٤، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ٢٠٠٨، ص ٥١٢.

وبينت المادة (٣) من قانون التجارة العراقي بان: (التجارة بشكل عام بأنها نشاط اقتصادي يجب ان يقوم على أساس من الثقة والأمانة والالتزام الدقيق بقواعد القانون، ومن لا يلتزم بذلك يكون معرضاً للمسؤوليتين المدنية والجزائية)، وبالرجوع الى قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ العراقي لم نرى فيه تعريف للتجارة الإلكترونية على الرغم من تنظيمه للكثير من الجوانب المتصلة بهذه التجارة واكتفى بتعريف المعاملات الإلكترونية في المادة (١) وعرفها: (بأنها الطلبات والمستندات والمعاملات التي تتم بوسائل الكترونية).

اما عن موقف القوانين المقارنة فنجد ان قانون التجارة المصري قانون رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩ لم يعرف فيه المشرع المصري التجارة الإلكترونية بل لم يعرف التجارة بشكل عام خلاف المشرع العراقي الذي اعطى صورة واضحة عن معنى التجارة ولكن بالرجوع الى قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٤ فيعتبر هذا اول تشريع في مصر لتنظيم احكام المعاملات الإلكترونية ويشمل المعاملات المدنية والتجارية والإدارية مما يساعد على رفع كفاءة العمل الإداري وتفعيل التجارة الإلكترونية بما يتفق مع إيقاع العصر.

ثالثاً: التجارة الإلكترونية في الاصطلاح الفقهي هنالك العديد من التعريفات الفقهية التي قيلت بصدد التجارة الإلكترونية، وعرفت التجارة الإلكترونية بأنها: (ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات)^(١)، ويأخذ على هذا التعريف انه لم يحدد أي نوع من الاتصالات، هل هي الاتصالات الإلكترونية ام الاتصالات العادية.

وعرفها جانب اخر بانها: (تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين بائع ومشتري وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الانترنت وذلك دون الحاجة لانقال الطرفين أو لقائهما بل يتم التوقيع الكترونياً على العقد)^(٢)، وهذا التعريف بين مفهوم التجارة الإلكترونية بشكل واسع واكثر توضيح، وبين نوع الوسيلة التي تتم من خلالها التجارة الإلكترونية والتي هي الحاسوب الإلكتروني وعبر شبكة الانترنت.

ومما تقدم يمكننا ان نعرف التجارة الإلكترونية بانها: (عملية بيع وشراء السلع والخدمات وتسويقها وتوزيعها عن طريق الأجهزة الإلكترونية المتصلة بشبكة الانترنت).

ونرى أن هذا التعريف هو الأكثر انسجاماً مع واقع التجارة الإلكترونية للأسباب التالية: (لأنه حدّد جوهر العملية التجارية بوضوح من خلال التركيز على البيع والشراء كعنصرين أساسيين، وتوسّع في بيان الأنشطة المرتبطة بالتجارة كالتسويق والتوزيع مما يعكس طبيعتها الشمولية في العصر الرقمي، واخيراً ربط

(١) د.مجددي احمد السيد الجعبري، الإطار النظري للحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، ط١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٦، ص ١٨

(٢) د. محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين تحديات وفرص النمو، ط١، دار شتات للنشر، القاهرة، مصر، ٢٠١٧، ص ١٩٧.

هذه الأنشطة بالوسائط الإلكترونية وشبكة الإنترنت وهو ما يميز التجارة الإلكترونية عن غيرها من صور التبادل التقليدي).

الفرع الثاني

اهمية التجارة الإلكترونية

تكتسب التجارة الإلكترونية أهمية متزايدة في العصر الحديث، لما أحدثته من تحوّل جوهري في طبيعة العلاقات التجارية، بحيث لم تعد المعاملات رهينة للزمان أو المكان، بل أصبحت تُدار عبر وسائط إلكترونية تتيح التفاعل والتبادل بين الأطراف في بيئة افتراضية مفتوحة، وقد ساهم هذا التحوّل في تعزيز مبدأ حرية التعاقد، حيث أصبح من الممكن إبرام العقود وتنفيذها إلكترونياً دون الحاجة إلى الحضور المادي أو الإجراءات التقليدية، مما سهّل الوصول إلى الأسواق وسرّع من وتيرة المعاملات^(١). ولم تتوقف أهمية التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، بل امتدت لتشمل البُعد الاقتصادي من خلال خفض الكلف التشغيلية التي كانت تثقل كاهل التاجر التقليدي، مثل مصاريف الإنشاء والتخزين والوساطة وهو ما فتح المجال أمام المشروعات الصغيرة والمتوسطة لدخول المنافسة على قدم المساواة مع الكيانات الكبرى، في ظل بيئة رقمية تقوم على تكافؤ الفرص لا على قوة النفوذ المالي أو الجغرافي^(٢)، كما أنها تعتمد على وسائل إلكترونية موثقة تسهم في ترسيخ مفاهيم الشفافية والثقة بين المتعاملين، ووفّر بيئة يمكن فيها التتبع والإثبات بسهولة أكبر مما يعزز من الحماية القانونية للأطراف ويقلل من فرص التلاعب أو الإنكار وبهذا أصبحت التجارة الإلكترونية مطالبة بتحديث أدواتها ومفاهيمها لمواكبة هذا النموذج الجديد من التبادل التجاري مما أدى إلى نشوء اتجاهات قانونية حديثة تعيد صياغة العلاقة بين التكنولوجيا والقانون في المجال التجاري^(٣).

المطلب الثاني

خصائص التجارة الإلكترونية ومزاياها

بفعل التطورات الراهنة وانتشار العولمة الإلكترونية أحدثت التجارة الإلكترونية تحولاً عميقاً في شكل المعاملات التجارية ليس فقط من حيث الوسيلة بل من حيث طبيعة الأداء والمزايا المترتبة عليها^(٤)، فقد أصبحت بيئة رقمية قائمة بذاتها تتميز بخصائص تجعلها أكثر كفاءة وتنوعاً من التجارة التقليدية، فضلاً عن ما توديه هذه التجارة من امتيازات عملية واقتصادية للتاجر والمستهلك على حد سواء، وتتميز التجارة الإلكترونية بجملة من الخصائص والعديد من المزايا سنبين أهمها في الفرعين الآتيين:-

(١) د. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر القانوني، الاسكندرية، ٢٠٠٢، ص ١٦٣.

(٢) د. محمد عبيد الكعبي، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٤٧.

(٣) عبد الصبور عبد القوي علي، التجارة الإلكترونية والقانون، ط ١، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠١٠، ص ٢٧.

(٤) د. اسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، ط ١، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠١٩، ص ٢٤.

الفرع الاول

خصائص التجارة الالكترونية

من اجل الوقوف على اهم وابرز خصائص التجارة الالكترونية لابد لنا من تناولها في النقاط الاتية:-

اولاً- السرعة في انجاز العملية التجارية: أن الأمر المهم في التجارة الالكترونية هو السرعة في انجاز عملية البيع والشراء، حيث تؤمن شبكة الانترنت السرعة في التعاقد، فالشخص الذي يسعى الى التعاقد باستخدام الوسيلة الإلكترونية فأن هذا العمل لن يكلفه سوى بضع من الدقائق واحياناً ثواني معدودة لأبرام العقد^(١).

ثانياً- زيادة للمنافسة ورفع جودة المنتجات: أن التعامل الإلكتروني يؤدي إلى رفع المنافسة بين الشركات والمؤسسات الإنتاجية عبر العالم، حيث يطمح كل منتج إلى استقطاب رضا وثقة أكبر عدد ممكن من العملاء في منتجاته وتفضيلها على المنتجات أو الخدمات المشابهة لها والمعروضة بالموازات معها، وهو ما يؤدي إلى جودة الإنتاج وزيادته لأن الكل سيعمل على إبراز ما لديه من قدرات إبداعية ومقومات تكنولوجية^(٢).

ثالثاً- تسليم المنتجات إلكترونياً: ان شبكة الإنترنت تتيح إمكانية تسليم بعض المنتجات الكترونياً أي التسليم المعنوي للمنتجات، مثل برامج الحاسب التسجيلات الموسيقية، افلام الفيديو الكتب، الابحاث والتقارير الإلكترونية، الى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية، حيث تختلف طرق التسليم الإلكتروني باختلاف طبيعة المبيع، فعلى سبيل المثال اذا كان المبيع مثلاً قطعة ثياب او جهاز كهربائي ففي هذه الحالة يتم تسليمه مادياً أي بيد المشتري عن طريق شركات التوصيل أي ما يسمى بلغة الانترنت او التعامل الإلكترونية بـ (المندوب)، اما اذا كانت البضاعة التي يرغب بالحصول عليها بحث علمي او كورس أو دورات تعليمية، أو حتى استشارات طبية فتسلم الكترونياً عن طريق ارسالها الى البريد الإلكتروني الخاص بالمشتري او تطبيقات الهاتف الذكي مثل: (تليجرام، واتساب، فايبر، واي صفحة له على مواقع التواصل الاجتماعي) حسب اختياره او اتفاهه مع البائع^(٣).

رابعاً- غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية: خاصية اخرى تضاف للتجارة الإلكترونية حيث انه بالإمكان إتمام صفقة تجارية كاملة بمختلف مراحلها بدءاً من التفاوض وحتى عملية التسليم من دون تبادل مستندات ورقية^(٤).

خامساً- وجود الوسيط الإلكتروني: يُعد جهاز الحاسوب (الكومبيوتر) أو أي وسيلة إلكترونية مشابهة بمثابة الوسيط الأساسي في التعاقد الإلكتروني إذ يتولى هذا الجهاز نقل التعبير عن الإرادة بين الطرفين المتعاقدين من خلال شبكة

(١) هبة ثامر محمود عبدالله، عقود التجارة الإلكترونية، ط١، مكتبة السنهوري، بغداد، ٢٠١١، ص ٦٧.

(٢) د. ليندة بو محراث، تسوية منازعات التجارة الإلكترونية، ط١، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، ٢٠١٩، ص ٧٠.

(٣) د. خالد ممدوح إبراهيم، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة، ط٢، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٢٠، ص ٣٧.

(٤) محمد عمر، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط١، دار زهران، ليبيا، ٢٠١٣، ص ٤٦.

الاتصالات الدولية بحيث يتم تبادل القبول والإيجاب في اللحظة ذاتها رغم التباعد المكاني الكبير بين الطرفين^(١)، ويُضفي وجود هذا الوسيط طابعاً غير تقليدي على العملية التعاقدية إذ لم يعد التفاوض أو التعاقد بحاجة إلى مجلس عقد بالمعنى التقليدي وإنما يتم عبر بيئة افتراضية لحظية، كما أن هذا الوسيط لا يقتصر دوره على النقل فقط بل قد يتدخل أحياناً بتنفيذ أو تسجيل العقد أو بتقديم نماذج جاهزة للاتفاق مما يثير تساؤلات قانونية دقيقة حول دور الذكاء الاصطناعي والأنظمة المؤتمتة في إنشاء الالتزامات ومدى إمكانية مسائلتها أو الاعتداد بها قانوناً^(٢).

سادساً- الطابع العالمي: تتبج التجارة الإلكترونية للشركات عرض المنتجات والخدمات في موقعها الإلكتروني على الشبكة العالمية التي تتخطى الحدود الجغرافية^(٣)، حيث تصل خدماتها إلى مختلف دول العالم في نفس الوقت ويستطيع المستهلك أن يتجول في الأسواق الإلكترونية بكل حرية، ويُعد هذا الاتساع الجغرافي من أبرز ما يميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية حيث لم يعد الوصول إلى المستهلك مرتبطاً بموقع المتجر أو موقع السوق كما أن هذا الامتداد العالمي أوجد بيئة تجارية أكثر انفتاحاً وتنافساً، وألزم التشريعات بايجاد حلول قانونية تجاوز الإطار المحلي نحو تنظيم دولي منسجم.

الفرع الثاني

مزايا التجارة الإلكترونية

ان للتجارة الإلكترونية مزايا عديدة جعلتها متصدرة عن التجارة التقليدية بشكل كبير ويمكن تلخيص اهم مزايا التجارة الإلكترونية في الفقرات الآتية:-

أولاً: انخفاض التكلفة المادية للمشروع: من أهم مزايا التجارة الإلكترونية هو انخفاض التكلفة المادية للبدء في المشروع، حيث أن إنشاء المتجر الإلكتروني لا يحتاج إلى تكاليف عالية كما هو الحال عند إنشاء متجر تقليدي. فيمكننا من خلال رأس مال بسيط البدء في النشاط التجاري الإلكتروني، حيث لا نحتاج إلى إيجار معرض لعرض المنتجات، ولا نفقات للموظفين وعمال، انما يتم اعلان السلع وترويجها عبر مختلف شبكات الانترنت^(٤).

ثانياً: دخل مستمر طوال اليوم: ان اهم مزايا المتاجر الإلكترونية انها تبقى مفتوحة طوال اليوم، حيث يمكن للمشروع جذب العملاء طوال اليوم على مدار الساعة سواء نهاراً أو ليلاً، وذلك يتم من خلال إعلانات المتجر الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك أو جوجل، وبقية المواقع الإلكترونية وعلى مدار اربعة وعشرون ساعة^(٥).

(١) د. فاروق ابراهيم جاسم، الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، دار السنهوري، بغداد، ٢٠١٦، ص ١٣٠.

(٢) هبة ثامر محمود عبدالله، مصدر سابق، ص ٦٤.

(٣) د. محمد سعيد احمد إسماعيل، أساليب تداول المعاملات التجارية الإلكترونية، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ٢٠٠٩، ص ٦٥.

(٤) للمزيد من التفاصيل زيارة الموقع الإلكتروني <https://mheistae.com> تاريخ الزيارة ٢٠٢٥/١/٢.

(٥) محمد احمد ابو القاسم، التسويق عبر الانترنت، ط ١، دار الامين للنشر، مصر، ٢٠٠٢، ص ٥٩.

ثالثاً: سهولة عرض المنتجات الأكثر مبيعاً: تتم عمليات التجارة الإلكترونية من خلال عرض المنتجات الأكثر مبيعاً عبر المتجر الإلكتروني بكل سهولة، وهذا يتم اختياراً بناء على آراء وتقييمات العملاء والتجارب التسويقية التي تساعد كثيراً في عرض قائمة المنتجات الأكثر مبيعاً لجذب عملاء جدد^(١).

رابعاً: سهولة إتمام العملية التجارية: ان من أهم مميزات التجارة الإلكترونية هي سهولة التوصل بين العملاء وعن طريق تداول السلع يتم تحديد ومعرفة احتياجات الجمهور وهذه الميزة تساعد في تطوير المنتجات والخدمات ذات الطلب الكبير ويتم ذلك عن طريق تحديد اختيار المنتج إلكترونياً بطريقة أبسط من المتاجر الإلكترونية، كما يمكن الدفع إلكترونياً فقط يتم توصيل المنتج للعميل عبر شركة الشحن^(٢).

خامساً: توفير الوقت والجهد: في التجارة التقليدية يحتاج المستهلك إلى الذهاب إلى المتجر التنقل بين الأقسام، وربما الانتظار في الطوابير لدفع الفاتورة، وكل ذلك يتطلب وقتاً وجهداً بدنياً، أما في التجارة الإلكترونية، فيكفي أن يستخدم المستهلك جهازاً متصلاً بالإنترنت- مثل الهاتف أو الحاسوب- ليقوم بالبحث عن المنتجات قراءتها ومقارنتها وشرائها في دقائق قليلة وممن أي مكان سواء كان في المنزل أو العمل أو حتى أثناء التنقل، وهذا ما يجعل عملية التسوق أكثر سهولة ومرونة خصوصاً للأشخاص المشغولين أو ذوي الاحتياجات الخاصة أو من يسكنون في مناطق بعيدة عن مراكز التسوق^(٣).

المبحث الثاني

الاسس القانونية والعملية للتجارة الإلكترونية

ان التجارة الإلكترونية تتفق مع التجارة التقليدية من حيث الية ابرام العقد وتوافر اركانه كونه عقد الكتروني يعقد بتطابق الارادتين ولكنه يختلف عن العقد التقليدي بالالية التعبير عن الارادة والتي تتم عبر تقنيات الاتصالات الحديثة والتي تقوم على دعائم الكترونية، فضلاً عن ان التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية من عدة جهات، وعلى الرغم من تداولها وشيوعها في الوقت الحالي كثيراً وفي مختلف المجالات والمعاملات اليومية الا انها تواجه العديد من المعوقات، وهذا ماسنبيته في المطالب الاتية:-المطلب الاول: آلية ابرام العقد الالكتروني

المطلب الثاني: التمييز بين التجارة الالكترونية والتقليدية

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية

المطلب الاول

آلية ابرام العقد الالكتروني

ان التطورات التجارية الحديثة في مختلف مجالات الحياة ادت الى ظهور العديد من العقود التي تبرم عن بعد وعبر مختلف وسائل الاتصال الحديثة لما تحققة هذه العقود من سرعة وسهولة ودقة وهذا يتناسب مع طبيعة العمل التجاري

(١) للمزيد من التفاصيل زيارة الموقع الالكتروني: [https:// safola com](https://safola.com) تاريخ الزيارة ٢٠٢٥/١/٣.

(٢) اسراء عبد الله مؤيد، التسويق الالكتروني، بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد ٢، ٢٠٠٨، ص ٩٤.

(٣) د. محمد سعيد احمد إسماعيل، مصدر سابق، ص ٨٧.

فالتعاقد بين الطرفين التاجر والمشتري يكون غالباً عبر مختلف المواقع الالكترونية في الدخول بالمفاوضات العقدية للاتفاق على الثمن ومكان التسليم وغيرها من التفاصيل، لذا اقتضت الضرورة البحث في اركان العقد الالكتروني وهذا ماسنينه في الفروع الاتي:- الفرع الاول: التراضي في العقد الالكتروني الفرع الثاني: المحل في العقد الالكتروني

الفرع الثالث: السبب في العقد الالكتروني الفرع الرابع: الشكلية في العقد الالكتروني الفرع الاول

التراضي في العقد الالكتروني

لكي يتم العقد يجب أن يكون للشخص إرادة ذاتية يعتد بها قانوناً، ويجب التعبير عنها ولا يعتد بها إلا إذا ظهرت للعالم الخارجي والقاعدة أن للشخص الحرية في التعبير عن إرادته بالطريقة التي تحلو له مثلما نصت المادة (٧٩) من القانون المدني العراقي بقولها: (كما يكون الإيجاب أو القبول بالمشافهة يكون بالمكاتبة وبالإشارة الشائعة الاستعمال ولو من غير الأخرس وبالمبادلة الفعلية الدالة على التراضي وبتخاذ أي مسلك آخر لاتدع ظروف الحال شكاً لدلالته على التراضي)^(١)، فالإيجاب يعد التعبير البات الصادر من أحد المتعاقدين والموجه الى الطرف الآخر بأنه تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية، ويتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة^(٢).

ويعتبر الرضا قوام اي تصرف ارادي ويتطلب أبرام اي عقد توفر التراضي اي توافق الارادتين، فالإيجاب هو الإرادة الأولى الذي تظهر في العقد ولذلك يمتاز بأنه يكون صادراً عن نية باتة في التعاقد كما يمكن أن يكون متضمناً لجميع العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه بحيث يتم العقد بمجرد أن يقترن بقبول مطابق له كما أنه لايشترط في الإيجاب الالكتروني شكلاً معيناً^(٣). فقد يكون لإيجاب خاص موجه إلى أشخاص محددين وهو الذي يتم غالباً بواسطة البريد الالكتروني أو عن طريق برامج المحادثة وقد يكون إيجاباً عاماً موجهاً إلى أشخاص غير محددين أو إلى جميع زائري الموقع عبر صفحات الويب والقوائم الإخبارية، والمتاجر الافتراضية وبما أن شبكة الانترنت تمتاز بالصفة الدولية فإن الإيجاب الموجه عبرها يكون هو الآخر دولياً أي موجهاً إلى كل زائري الموقع بغض النظر عن دولته ومكان تواجده ومع ذلك يجوز أن يكون الإيجاب محددًا بنطاق مكاني أي النطاق الذي يشمل الإيجاب بالنص على ذلك صراحة غير أنه يجب أن يتضمن الموقع التجاري الشيء المبيع من حيث مقداره ونوعه وكميته وثنمه، وطريقة أداء الثمن، وغير ذلك من الأمور التي يعدها صاحب الموقع ضرورية، والقبول باعتباره الإرادة الثانية فيتم التعبير عنه بالرسائل الالكترونية وهذا ما يضيف على العقد نوع من الثقة والطمأنينة للمتعاقدين^(٤).

(١) المادة (٧٩) من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١، تقابلها المادة (٩٩) من القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨.
(٢) د. عدنان السرحان، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية الالتزامات دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة والنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠، ص ٧٥.

(٣) محمد امين الرومي، اثبات المحرر الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٦، ص ٤٧.

(٤) د. مصطفى كمال طه، وسائل الدفع الالكتروني، مكتبة الوفاء للنشر، الاسكندرية، ٢٠١٦، ص ١٤٥.

وعن صحة التراضي فيشتترط في التاجر ان يكون كامل الاهلية، ويعتبر الشخص كامل وفقاً للقانون العراقي عند إتمام سن الثامنة عشر من العمر دون ان يعترضه عارض من عوارض الاهلية، اما بالنسبة لمن بلغ عمر الخامسة عشر من العمر وكان مأذون بالتجارة فحقه في ابرام مثل هذه العقود يكون بحدود طبيعة الاذن هل هو مطلق ام مقيد، فاذا كان مطلقاً جاز له ابرام العقد الالكتروني اما اذا كان مقيد فينظر الى حدود الاذن^(١). اما بالنسبة الى من بلغ سن الخامسة عشر من العمر وتزوج بأذن المحكمة فموجب المادة (١٣/ ف١) من قانون رعاية القاصرين العراقي رقم ٧٨ لسنة ١٩٨٠ يعد كامل الاهلية وبالتالي يكون من حقه ان يبرم عقود تجارية الالكترونية، وعلى الرغم من المزايا التي تقدمها الا ان هذع العقود لازالت لاتتمتع بالثقة الكافية في التعامل خاصة في الصفقات التجارية الكبيرة نظراً لما تثيره من خلاف وصعوبة لاثبات العقد.

الفرع الثاني

المحل في العقد الالكتروني

يعد المحل ركناً جوهرياً من أركان العقد، إذ لا يقوم التزام تعاقدى صحيح إلا إذا انصب على محل مشروع، موجود أو ممكن الوجود، ومعيّن أو قابل للتعيين، وقابل للتعامل فيه، وقد نص القانون المدني صراحة على ضرورة أن يكون لكل التزام ناشئ عن العقد محل يُضاف إليه، وأن يكون هذا المحل قابلاً لحكم القانون^(٢). ومن حيث المبدأ تفرض البيئة الرقمية خصوصيات ينبغي مراعاتها فعقود البيع أو تقديم الخدمات عبر الإنترنت تُنشئ التزامات متبادلة بين الأطراف يكون محلها في الغالب مالاً كبيع سلعة أو منتج رقمي أو منفعة كاشتراك في خدمة إلكترونية وقد يكون عملاً كتصميم موقع إلكتروني أو تقديم دعم تقني أو حتى امتناعاً عن عمل كعدم إفشاء معلومات أو الامتناع عن التعاقد مع طرف معيّن^(٣)، كما هو الحال في العقود التقليدية اذ يجب أن يتوافر في محل العقد الإلكتروني الشروط الأساسية وهي:

١. أن يكون موجوداً أو ممكن الوجود: كأن يتم التعاقد على منتج متوافر في المخزون أو قابل للإنتاج خلال مدة معقولة.
٢. أن يكون مشروعاً: فلا يصح التعاقد على منتجات محظورة قانوناً أو مخالفة للنظام العام.
٣. أن يكون مقدوراً على تسليمه: سواء كان التسليم مادياً (كما في المنتجات الملموسة) أو رقمياً (كما في البرامج والملفات).
٤. أن يكون معيّن أو قابلاً للتعيين: وهذا يتحقق من خلال تحديد نوع المنتج أو الخدمة ومواصفاتها بشكل واضح في المنصة الإلكترونية أو عبر العقد المبرم إلكترونياً^(٤).

(١) د. رشا العطار وهشام الشاهين، التشريعات المالية والصرفية، ط١، دار البركة للطباعة والنشر، عمان، ٢٠٠١، ص١٥٢.

(٢) تنظر: م/ (١٢٨) من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١، م/ (١٣٣) من القانون المدني المصري.

(٣) د. محمود عبد الرحيم، التراضي في تكوين العقد الالكتروني، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١، ص١٣٠.

(٤) محمد امين الرومي، مصدر سابق، ص١٠٩.

وهكذا فإن محل العقد في التجارة الإلكترونية يحتفظ بذات الأسس القانونية المعروفة في العقود التقليدية، مع مراعاة الخصوصيات التقنية والإجرائية التي تفرضها البيئة الرقمية مما يستوجب توخي الحذر في صياغة العقود وتحديد محالها بدقة لضمان صحة الالتزامات الناشئة عنها وسهولة تنفيذها.

الفرع الثالث

السبب في العقد الإلكتروني

يعد السبب ركناً أساسياً من أركان العقد إلى جانب الرضا والمحل إذ يتمثل السبب في الغاية أو الدافع المشروع الذي من أجله أبرم العقد ولا ينعقد العقد صحيحاً إلا إذا كان له سبب موجود ومشروع غير مخالف للنظام العام أو الآداب العامة^(١)، وفي عقود التجارة الإلكترونية يكتسب ركن السبب أهمية خاصة نظراً للطبيعة غير التقليدية للبيئة التي تُبرم فيها هذه العقود فقد يكون السبب في التعاقد شراء منتج أو الاشتراك في خدمة رقمية أو الحصول على ترخيص لاستخدام برنامج معين ومهما اختلفت صور العقد الإلكتروني فإن صحة هذا العقد تظل رهناً بوجود سبب مشروع يدفع أحد طرفيه إلى إبرامه^(٢).

والعقد الإلكتروني يكون باطلاً إذا انعدم سببه أو كان سببه غير مشروع كما لو كان التعاقد بغرض ترويج برامج ضارة أو بيع منتجات محظورة أو الاحتيال المالي عبر الإنترنت وبالتالي فإن الرقابة على مشروعية السبب في هذا النوع من العقود تكتسب بعداً إضافياً يرتبط بمراقبة المحتوى الرقمي ومراعاة التشريعات الخاصة بحماية المستهلك وجرائم المعلوماتية^(٣)، وعليه فإن السبب في العقد الإلكتروني لا يقل أهمية عن أي ركن آخر ويجب التحقق من وجوده ومشروعيته لضمان سلامة العقد وصحة آثاره القانونية في البيئة الرقمية.

الفرع الرابع

الشكلية في العقد الإلكتروني

الأصل في العقود أنها تقوم على مبدأ الرضائية، أي أن انعقادها لا يتطلب شكلاً معيناً ما دام هناك توافق بين الإرادتين، غير أن هناك استثناءات يفرض فيها القانون أن يتم التعبير عن هذا الرضا في شكل معين يُعرف بالشكلية، وفي العقود الشكلية يجب أن يُفرغ الرضا في شكل محدد حدده المشرع - غالباً ما يكون الكتابة - سواء كانت كتابة رسمية أو عرفية وإلا فإن العقد لا يكون له أثر قانوني ولا يمكن الاستناد إليه قانوناً^(٤). ويمثل هذا الشكل قيلاً على حرية الإرادة في اختيار وسيلة التعبير عنها، إذ يُلزم الأطراف باتباع طريقة معينة للتعاقد، وإلا كان العقد باطلاً أو غير منتج لأثره ومع تطور وسائل التجارة الحديثة، أصبحت الكثير من العقود تبرم باستخدام وسائل

(١) تنظر: م/ (١٣٢) من القانون المدني العراقي ، م/ (١٣٦) من القانون المدني المصري.

(٢) نجوى رافت محمد محمود، النظام القانوني لمجلس العقد الإلكتروني، بحث منشور في مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، مصر، العدد (٥) السنة ٢٠٢٠، ص ٣٧٣.

(٣) نجوى رافت محمد، مصدر سابق، ص ٣٩٩.

(٤) د. علاء محمد، التراضي في العقود الإلكترونية، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤، ص ٩٠.

إلكترونية مما يتطلب وجود شكل جديد للتعبير عن الرضا يتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية. وفي هذا السياق، لم يعد المقصود بالكتابة الشكل التقليدي على الورق بل امتد المفهوم ليشمل الكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، والتي تُجزر عبر وسائط إلكترونية (دعائم إلكترونية) تختلف عن الدعائم الورقية المعروفة^(١).

كما اقرت العديد من التشريعات الحديثة أن الكتابة الإلكترونية لها الحجية القانونية ذاتها التي تتمتع بها الكتابة الورقية ما دامت تتوافر فيها شروط معينة، مثل إمكانية حفظها واسترجاعها وأن تكون بياناتها قابلة للتحقق^(٢)، كما انها اعترفت بالتوقيع الإلكتروني كوسيلة موثوقة لإثبات هوية الموقع وموافقته على مضمون العقد بشرط أن يكون التوقيع آمناً ومعتمداً وفقاً للضوابط القانونية وبالتالي فإن الشكلية في العقود لم تلغى ولكنها تطورت لتستوعب المتغيرات التكنولوجية وأصبح التعبير عن الإرادة في العقود الإلكترونية يخضع لأشكال إلكترونية معترف بها قانوناً.

المطلب الثاني

التمييز بين التجارة الإلكترونية والتقليدية

ان الواقع المعاصر قد أفرز شكلين متباينين من المعاملات التجارية أحدهما تقليدي عرفته البشرية لقرون والآخر إلكتروني نشأ نتيجة الثورة الرقمية، ورغم أن الغاية واحدة في كلاهما وهي تبادل السلع والخدمات، إلا أن الوسائل والبيئة القانونية والاقتصادية المحيطة بهما تختلف جذرياً كما إن التحول من السوق المادي إلى الفضاء الرقمي لم يكن مجرد نقلة فنية بل أعاد تشكيل المفاهيم القانونية ذاتها، ومن هنا تبرز الحاجة إلى التمييز بين التجارة الإلكترونية والتقليدية ليس فقط من حيث الشكل والمضمون لفهم التحديات والفرص التي تطرحها كل منهما وسنبينها في الفقرات الآتية:-

أولاً: من حيث التكلفة: تُعتبر التجارة الإلكترونية فعالة للغاية من حيث التكلفة إذ لا توجد تكلفة للوسطاء ويتم الارتباط بشكل مباشر بين العميل والشركة دون الحاجة إلى وكلاء أو موزعين، أما في التجارة التقليدية فإن تكلفة الوسطاء تُحسب ضمن سعر المنتج سواء من خلال العمولة أو تكاليف النقل والتخزين والتوزيع مما يزيد العبء على المستهلك^(٣)، كما أن إلغاء الوساطة في التجارة الإلكترونية لا يقلل التكاليف فحسب بل يساهم أيضاً في تسريع عملية التعاقد وتقليل احتمالات التلاعب أو التأخير وهذا الانخفاض في التكلفة يعزز من قدرة الشركات على المنافسة في السوق، ويوفر للمستهلك خيارات أوسع بأسعار أفضل مما يجعل هذا النموذج أكثر جذباً في البيئة الاقتصادية الحديثة^(٤).

(١) د. محمود عبد الرحيم، مصدر سابق، ص ١٤٨.

(٢) تنظر: م(٥) من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢.

(٣) زهية بشاطة، التقييس ودوره في حماية الانتاج وحماية المستهلك، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية- جامعة البليدة، ٢٠٠٤، ص ٨٢.

(٤) محمد احمد ابو القاسم، مصدر سابق، ص ٤١.

ثانياً: من حيث امكانية معاينة المبيع: في التجارة التقليدية يتمتع المشتري بإمكانية الفحص والمعاينة المادية للبضائع قبل إتمام عملية الشراء مما يوفر له ضماناً فعلية تقلل من احتمالات الغش أو الاحتيال فوجود السلعة أمامه يُمكنه من التحقق من جودتها ومواصفاتها ومطابقتها لما هو معروض، أما في التجارة الإلكترونية فإن هذه الإمكانية تغيب كلياً حيث يعتمد المشتري على الصور والوصف الإلكتروني وهي وسائل قد تكون أحياناً مضللة أو غير دقيقة الأمر الذي يفتح المجال أمام تزايد حالات الخداع التجاري، ومع ذلك فإن درجة الاحتيال تختلف باختلاف نوعية المنتجات إذ تكون أعلى في السلع المادية الملموسة وأقل في السلع والخدمات الرقمية غير الملموسة " كسواء تطبيق أو كتاب إلكتروني" حيث تكون طبيعة الخدمة واضحة وثابتة مما يقلل من فرص التلاعب^(١)، ومن هنا تبرز أهمية تطوير آليات قانونية خاصة بحماية المستهلك الإلكتروني توازي تلك التي يتمتع بها في الأسواق التقليدية.

ثالثاً: من ناحية هوية المتعاقدين: في التجارة التقليدية نتمكن من معرفة هوية المتعاقدين بشكل مباشر بما في ذلك المعلومات الأساسية مثل الشكل والعمر والجنس والسلوك الأدبي وذلك من خلال المعاينة الشخصية والتفاعل الحسي أثناء عملية التعاقد، وهذه المعرفة تتيح تقييم أهلية الطرف الآخر ومصداقيته قبل إبرام العقد وهو ما يمنح المتعاقد نوعاً من الأمان القانوني والنفسي^(٢). أما في التجارة الإلكترونية فالأمر مختلف تماماً حيث يتم التعاقد في بيئة افتراضية غالباً ما تكون مجهولة الهوية مما يصعب التحقق من شخصية المتعاقد أو قدراته المالية وأهليته القانونية كما أن استخدام أسماء مستعارة أو حسابات غير موثوقة قد يؤدي إلى إبرام عقود مع أطراف وهمية أو قُصّر دون علم الطرف الآخر^(٣)، وهذا الخلل في تحديد الهوية يُعد من أبرز التحديات القانونية في التجارة الإلكترونية، مما يستدعي ضرورة وجود نظم تحقق إلكتروني موثوقة وتدخل تشريعي واضح لتنظيم وسائل التوثيق الإلكتروني وضمان سلامة التعاقد.

رابعاً: من حيث ساعات العمل: تقتصر التجارة التقليدية على عدد ساعات محددة وتتم غالباً في النهار، بينما في التجارة الإلكترونية فيكون العمل عليها خلال ٢٤ ساعة من دون أي توقف أو تحديد لساعات العمل فالتعامل بالبيئة الافتراضية يكون أسهل بالنسبة للطرفين وهذا الفرق له جانب إيجابي للمشتري بحيث يتاح له إمكانية الشراء والتسوق في أي وقت كان سواء في النهار أو أي ساعة متأخرة من الليل^(٤).

ومما تقدم يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية لا تختلفان في العناصر المتعلقة بالبيع والشراء ولكن يختلفان في كيفية التنفيذ وإبرام العقد وتحديد مكان وزمان التسوق وإن التجارة الإلكترونية تعتمد على

(١) فاضل فهيمه، التجارة الإلكترونية في ظل القانون الجزائري، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ٨ ماي-الجزائر، ٢٠١٨، ص ١٩.

(٢) د. ماجد محمد سليمان، العقد الإلكتروني، ط١، مكتبة الرشد، الرياض، ٢٠٠٩، ص ٣٨.

(٣) خديجة بن تواتي، التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الشهيد حمة الخضرم، معهد العلوم الإسلامية، الجزائر، ٢٠٢١، ص ٢٢.

(٤) فاضل فهيمه، مصدر سابق، ص ٣٢.

أسلوب غير تقليدي في الوصول الى المستهلكين في كافة انحاء العالم، وانها تحقق عائداً ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث

المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية

بالرغم من الزيادة المطلقة في عدد مستخدمي الانترنت في العراق ومصر وما رافقها من نمو وتطور محتوى المواقع العاملة على شبكة الانترنت لاتزال تحتل مستويات متواضعة على النطاق العالمي وان تدني حجم وإمكانات التجارة الإلكترونية في العراق يعود الى وجود عقبات وتحديات تحول دون ازدهارها وتهيئة الظروف المناسبة لها، لذلك سنحاول التطرق الى المعوقات والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية نذكر اهمها في الاتي:-

أولاً- الخصوصية والأمان: تعاني شبكة الانترنت من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة الى عمليات الدفع الإلكترونية، حيث قد يستغل بعضهم رقم بطاقة ائتمان المشتري او قد يتم التعامل مع جهات غير موجودة في الواقع فقد لا يوجد مستهلك حقيقي او شركة حقيقية أن هذا المعوق بإمكانه ابعاد المستخدم عن التسوق الإلكتروني بسبب عدم ضمان مصير بيانات بطاقته الإلكترونية^(١)، الا ان هذا المعوق يحل عن طريق التوعية بوجود بوابات دفع مربوطة مع شركات عالمية مثل فيزا أو ماستر كارد التي لا تسمح بإتمام عملية الدفع الا من خلال كتابة رمز الأمان الذي يصل الى هاتف المستخدم وكذلك بالاطلاع على شروط واتفاقية الاستخدام في أي موقع للتسوق الإلكتروني من شأنه دفع الخوف.

ثانياً- الأمية المعلوماتية: ان الجهل باستعمال أجهزة الحاسوب والتقنيات المرتبطة به تعتبر حاجز امام الافراد للإقبال على هذه النوعية من التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يفوت على العملاء الاستفادة من مزايا التجارة الحديثة خاصة في الجزئية المرتبطة بربح الوقت والجهد^(٢)، يمكن حلها بأعداد ورش العمل والندوات العلمية لاطلاع الجمهور على اهم المسائل المتعلقة بها ومعلوماتها.

ثالثاً- الإطار القانوني: يلعب العامل القانوني دوراً هاماً في وجه تطور التجارة الإلكترونية، حيث هناك غياب للتشريعات المناسبة والمختصة حول تنظيم عمل التجارة الإلكترونية كل هذا يؤثر سلباً على مدى انتشار واستخدام التجارة الإلكترونية، وأن ضعف توافر الاطار القانوني، وغياب الإجراءات التنظيمية التي تحكم حل النزاعات في تعاملات التجارة الإلكترونية كان لها تأثير مهم في ضعف استخدام المستهلكين لتعاملات التجارة الإلكترونية، وجعل الناس تتخذ مواقف حذرة من التعامل بالتجارة الإلكترونية^(٣).

(١) اسراء عبد الله مؤيد، مصدر سابق، ص ٩٧.

(٢) جمعة نبيل، دراسة عن التجارة الإلكترونية في العالم العربي وهم المعوقات التي تحد من تطويرها، جامعة محمد بوضياف، مجلة افاق علوم الإدارة والاقتصاد، العدد ٤، ٢٠١٨، ص ٢٨٩.

(٣) هبة ثامر محمود عبدالله، مصدر سابق، ص ١٧٦.

رابعاً- **البنية التحتية الإلكترونية:** يقصد به بنية قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي تشمل شبكة الاتصال السلكي واللاسلكي، أجهزة الاتصالات الحواسيب الآلية، وبرامج التطبيقات والتشغيل، وغيرها من المكونات التي توفر بنية تحتية إلكترونية حيث ان مازالت الدول ومنها العراق تعاني من جملة مشكلات في هذا المجال وخاصة من حيث الثمن المرتفع نسبياً لموجات التردد وبطء الإنترنت^(١).

خامساً- **قصور الكوادر البشرية المدربة:** قصور الكوادر البشرية المؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وتطوير التجارة الإلكترونية حيث تتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة ومختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية^(٢). يتبين لنا من العرض السابق ان هناك تأخر في استخدام التجارة الإلكترونية في الدول العربية ومنها العراق، لعدم توفر معظم مقوماتها حيث ان هناك مجموعة من النقاط يتعين على الدول العربية مراعاتها حتى تستطيع استخدام التجارة الإلكترونية بشكل أكثر فاعلية، وتتركز في اهم النقاط الآتية:-

١- تحسين البنية التحتية للإنترنت العربي عن طريق إيجاد شبكة انترنت وطنية قوية وتحسين الشبكات الهاتفية.

٢- التشجيع على اكتساب الثقافة الإلكترونية بين الافراد عن طريق تخفيض أسعار الهاتف وتبني مبادرات وطنية لمحاربة الأمية المعلوماتية ووضع مشاريع تدريب على المستوى الوطني^(٣).

٣- تحسين البيئة التشريعية والتنظيمية عن طريق تشريع القوانين.

الخاتمة

بعد أن انتهينا من كتابة بحثنا هذا توصلنا إلى جملة من النتائج والتوصيات التي نعدها خلاصة لما تم التوصل إليه ونأمل أن تسهم في تطوير مجال التجارة الإلكترونية واهمها مايلي:

أولاً: النتائج

١- لم يعرف المشرع العراقي التجارة الإلكترونية في قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤، وكذلك قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٨٧) لسنة ٢٠١٢ على الرغم من وجود تعريفات فقهية عديدة في مجال التجارة الإلكتروني كما عرفت أيضاً منظمة التجارة العالمية وعليه تمكنا من تعريف التجارة الإلكترونية: (بأنها عملية بيع وشراء للسلع والخدمات عن طريق الأجهزة الإلكترونية المتصلة بشبكة الانترنت).

(١) قائد اسعد، اتجاهات ومعوقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية، أطروحة الدكتوراه مقدمة الى جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ٢٠١٦، ص ٤٦.

(٢) محمد علي الخليفة، التحديات والمعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير مقدمة كلية الدراسات العليا عمادة التطوير والجودة- الى جامعة السودان، ٢٠١٥، ص ٥٦.

(٣) د. عائشة عبد السلام، التجارة الإلكترونية بين الواقع والتحديات عربياً ومحلياً، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة، المجلد ٣٠، ٢٠١٠، جامعة بنغازي- ليبيا، ص ١٥.

٢ - ترجع ضرورة اعتماد التجارة الإلكترونية في العراق الى الخصائص التي يمكن ان يستفيد منها الفرد والمجتمع والاقتصاد الوطني بشكل أوسع، منها السرعة في انجاز العملية التجارية، زيادة المنافسة ورفع جودة المنتجات تسليم المنتجات إلكترونياً وغياب المستندات الورقية ووجود الوسيط الإلكتروني والطابع العالمي.

٣ - هنالك فروق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية من حيث التكلفة والتحقق ومن ناحية هوية المتعاقدين ومن حيث ساعات العمل.

٤ - ان إبرام العقد يتم بصورة الكترونية من خلال مواقع الانترنت بالاستناد الى دعائم مادية والكترونية.

٥ - وجود الكثير من المعوقات والتحديات التي تقف امام التجارة الإلكترونية منها الخصوصية والأمان والأمية المعلوماتية والإطار القانوني والبنى التحتية الإلكترونية وقصور الكوادر البشرية المدربة.

ثانياً: التوصيات

١- إن الهدف الأساسي من إبرام عقود التجارة الإلكترونية يتمثل في اختزال الوقت وتسريع إجراءات التبادل التجاري، وذلك نظراً لكونها من الأساليب الحديثة التي فرضتها متغيرات التكنولوجيا المعاصرة والظروف الاقتصادية الراهنة ومن هذا المنطلق ندعو المشرع العراقي إلى الإسراع في تنظيم أحكام هذه العقود ضمن إطار قانوني واضح ومتكامل يواكب التطورات الرقمية ويحمي أطراف العلاقة التعاقدية.

٢- ندعو المشرع العراقي إلى اشتراط حصول التاجر الإلكتروني على ترخيص رسمي بمزاولة التجارة، شأنه في ذلك شأن التاجر التقليدي، إضافة إلى ضرورة التحقق من توفر الكفاءة التقنية والمعلوماتية لدى الطرفين المتعاقدين، لضمان سلامة التعاملات الإلكترونية وكفاءتها وللمحد من حالات الغش أو الخداع الإلكتروني.

٣- نظراً لأهمية الشكليات في العقود التجارية الإلكترونية، بوصفها أداة توفر الحماية القانونية للأطراف المتعاقدة، وتسهم في تخفيف عبء الإثبات عند النزاع، فإننا ندعو المشرع إلى اعتماد الشكليات الإلكترونية كركن لازم لصحة العقد ونقترح ان يكون النص وفق الآتي: (لا تُعدّ العقود التجارية الإلكترونية صحيحة إلا إذا تم إبرامها بصيغة مكتوبة إلكترونياً، وبما يتوافق مع وسائل التوثيق المعتمدة قانوناً).

٤- نظراً لاتساع نطاق التعاملات الإلكترونية وعبورها للحدود الجغرافية، فإننا ندعو المشرع العراقي إلى وضع تشريعات خاصة بتحديد الاختصاص القضائي والقانون الواجب التطبيق على العقود الإلكترونية بما يضمن حماية الأطراف في حال نشوء نزاع ويحد من تعقيدات التنازع القانوني في البيئة الرقمية العابرة للحدود.

المصادر

أولاً: كتب اللغة

- ١- ابراهيم انيس وعبدالله الحليم، المعجم الوسيط، ط٤، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ٢٠٠٨.
- ٢- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي، القاموس المحيط، ط١، ج١، دار الكتب العلمية، بيروت، ١٤١٣هـ.
- ٣- منصور القاضي، معجم المصطلحات القانونية، ط٢، مجد المؤسسة الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ٢٠٠٩.

ثانياً: الكتب القانونية

- ١- د. اسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، ط١، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠١٩.
- ٢- د. خالد ممدوح إبراهيم، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة، ط٢، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٢٠.
- ٣- د. رشا العطار وهشام الشاهين، التشريعات المالية والصرفية، ط١، دار البركة للطباعة والنشر، عمان، ٢٠٠١.
- ٤- عبد الصبور عبد القوي علي، التجارة الإلكترونية والقانون، ط١، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠١٠.
- ٥- د. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر القانوني، الاسكندرية، ٢٠٠٢.
- ٦- د. عدنان السرحان، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية الالتزامات دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة والنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠.
- ٧- د. علاء محمد، التراضي في العقود الإلكترونية، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤.
- ٨- د. ليندة بو محراث، تسوية منازعات التجارة الإلكترونية، ط١، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، ٢٠١٩.
- ٩- د. ماجد محمد سليمان، العقد الإلكتروني، ط١، مكتبة الرشد، الرياض، ٢٠٠٩.
- ١٠- د. مجدي احمد السيد الجعبري، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، ط١، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٦.
- ١١- محمد احمد ابو القاسم، التسويق عبر الانترنت، ط١، دار الامين للنشر، مصر، ٢٠٠٢.
- ١٢- محمد امين الرومي، اثبات المحرر الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٦.
- ١٣- د. محمد سعيد احمد إسماعيل، أساليب تداول المعاملات التجارية الإلكترونية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ٢٠٠٩.
- ١٤- د. محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين تحديات وفرص النمو، ط١، دار شتات للنشر، القاهرة، مصر، ٢٠١٧.
- ١٥- د. محمد عبيد الكعبي، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٠.
- ١٦- محمد عمر، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط١، دار زهران، ليبيا، ٢٠١٣.
- ١٧- د. محمود عبد الرحيم، التراضي في تكوين العقد الإلكتروني، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.
- ١٨- د. مصطفى كمال طه، وسائل الدفع الإلكترونية، مكتبة الوفاء للنشر، الاسكندرية، ٢٠١٦.
- ١٩- هبة ثامر محمود عبدالله، عقود التجارة الإلكترونية، ط١، مكتبة السهوري، بغداد، ٢٠١١.

ثالثاً: رسائل الماجستير والاطاريح

- اطاريح الدكتوراه

- ١- قائد اسعد، اتجاهات ومعوقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية، أطروحة الدكتوراه مقدمة الى جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ٢٠١٦.

- رسائل الماجستير

- ١- خديجة بن تواتي، التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة الشهيد حمة الخضرم، معهد العلوم الإسلامية، الجزائر، ٢٠٢١.

- ٢- زهية بشاطة، التقييس ودوره في حماية الانتاج وحماية المستهلك، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية- جامعة البليدة، ٢٠٠٤.
 - ٣- فاضل فهيمة، التجارة الإلكترونية في ظل القانون الجزائري، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ٨ ماي- الجزائر، ٢٠١٨.
 - ٤- محمد علي الخليفة، التحديات والمعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير مقدمة كلية الدراسات العليا عمادة التطوير والجودة- الى جامعة السودان، ٢٠١٥.
- رابعاً: البحوث المنشورة

- ١- اسراء عبد الله مؤيد، التسويق الالكتروني، بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد ٢، ٢٠٠٨.
- ٢- جمعة نبيل، دراسة عن التجارة الإلكترونية في العالم العربي واهم المعوقات التي تحد من تطويرها، جامعة محمد بوضياف، مجلة افاق علوم الإدارة والاقتصاد، العدد ٤، ٢٠١٨.
- ٣- د. عائشة عبد السلام، التجارة الإلكترونية بين الواقع والتحديات عربياً ومحلياً، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة، المجلد ٣٠، ٢٠١٠، جامعة بنغازي- ليبيا.
- ٤- نجوى رافت محمد، النظام القانوني لمجلس العقد الالكتروني، بحث منشور في مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، مصر، العدد الخامس، ٢٠٢٠.

رابعاً: القوانين

- القوانين العراقية

- ١- القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١.
- ٢- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤
- ٣- قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢.

- القوانين المصرية

- ١- القانون المدني المصري رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨.
- ٢- قانون التجارة المصري رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩.
- ٣- قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٤.

خامساً: المواقع الإلكترونية

- ١- الموقع الالكتروني: <https://mheistae.com>، تاريخ الزيارة ٢٠٢٥/١/٢.
- ٢- الموقع الالكتروني: <https://safola.com>، تاريخ الزيارة ٢٠٢٥/١/٣.