



مفهوم شركات التوصيل (دراسة مقارنة)

The concept of delivery companies (a comparative study)

صبا ناصر شراد

Saba Nasser Sharad

أ. د سماح حسين الركابي

Prof. Dr. Samah Hussein Al-Rikabi

جامعة بابل/ كلية القانون

كلمات مفتاحية : شركات التوصيل , الشركات الخدمية , التكيف
القانوني

Keywords: Delivery companies, Service companies,
Legal framework

المستخلص :

شركات التوصيل هي نوع من الشركات الخدمية التي تختص بنقل الطرود، من مكان إلى آخر، سواء للأفراد أو لمؤسسات، ويتم تأسيسها عبر تقديم طلب لتأسيس الشركة، وتحديد نوع النشاط وتسجيل الاسم التجاري واختيار الشكل القانوني، ثم استكمال الإجراءات القانونية للحصول على اجازة الترخيص لممارسة نشاط التوصيل. على نطاق اقليمي او دولية سواء كانت وطنية ام فرع لشركة توصيل اجنبية، وعلى الرغم من اختلاف التكييف القانوني، والتبعية التنظيمية وجهة الترخيص لشركات التوصيل عن المنصات الالكترونية، الا ان خدمات التي تقدمها شركات التوصيل تتشابه مع خدمات التي تقدمها المنصات الالكترونية للتوصيل.

Abstract

Delivery companies are a type of service company specializing in transporting parcels from one place to another, whether for individuals or institutions. They are established by submitting a company registration application, specifying the type of activity, registering a trade name, choosing a legal structure, and then completing the legal procedures to obtain a license to operate delivery services. These companies can operate regionally or internationally, whether they are national or branches of foreign delivery companies. Although the legal classification, regulatory oversight, and licensing authority differ between delivery companies and electronic delivery platforms, the services they offer are similar to those provided by these platforms.

المقدمة

اولا: جوهرة فكرة الموضوع:

شركات التوصيل هي شركات تجارية، حيث تمارس نشاط نقل الطرود الذي يعتبر من قبيل الاعمال التجارية، وهي من الشركات الخاصة التي من الممكن ان تكون شركات توصيل وطنية، او فرعا لشركة توصيل اجنبية سواء كانت تمارس نشاطها على نطاق اقليمي او دولي ويشترط لممارسة نشاطها ان تكون شركات مرخصة من قبل الجهة الادارية المختصة، وان شركات التوصيل تتعامل مع عدة اطراف ومنها العميل او البائع والمستهلك المسلم الية الطرود، وتلتزم شركات التوصيل المرخصة بنقل الطرود، بأوزن معينة وباجر محدد، من قبل الجهة المرخصة لها. هذا وتتميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل كونها طرفا اصلي في تنفيذ الالتزام في خدمة التوصيل ولا يقتصر دورها على الوساطة او الربط ما بين العملاء كالمنصات الالكترونية لخدمات التوصيل.

ثانيا: اهمية الموضوع وسبب اختياره:

انتشرت ظاهرة توصيل الطرود، للمنازل والمحال التجارية بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة وغدى شعار شركات التوصيل المحلية "اتصل نصلك في الحال" وأصبح التنافس بينهم في تقديم خدمة التوصيل واقعا ملموسا، من اجل الحصول على اعلى نسبة من الأرباح ونظرا للتطور الكبير الذي اصاب التجارة التقليدية والالكتروني، انتشرت شركات التوصيل على مستوى عالي في السوق التجاري حتى غدى لا يستغني عن خدماتها اغلب الاشخاص فقد أصبحت خدمات التوصيل اليوم جزءا اساسيا من الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد سواء خاصة مع ازدياد الطلب على التسوق عبر الإنترنت وانتشار المتاجر الإلكترونية المحلية والعالمية، وتعد شركات التوصيل من الركائز الأساسية للتجارة الحديثة، لاسيما في التجارة الالكترونية اذ أسهمت في تسهيل حركة نقل الطرود وتقليل المسافة بين الاشخاص. وتسعى شركات التوصيل في العراق إلى تحسين كفاءتها وتوسيع نطاق خدماتها رغم التحديات التي تواجهها.

ثالثا: منهجية الموضوع:

اقتضت هذه الدراسة الجمع بين المنهج التحليلي والمقارن وذلك للوقوف على كل جزئية من موضوعها، لهذا فقد اعتمدنا في البحث على دراسة القوانين التي لها علاقة بالبحث وذلك بالمقارنة بين

القوانين العراقية ذات العلاقة بالموضوع كقانون النقل العراقي رقم 80 لسنة 1983 وقانون البريد العراقي رقم 97 لسنة 1973 بالإضافة الى القانون المدني المرقم 40 لسنة 1951 والتجاري رقم 30 سنة 1984 والشركات المرقم 21 لسنة 1997 ومقارنتها مع القانون البريد المصري رقم 16 لسنة 1970 وقانون النقل المصري رقم 88 لسنة 1980 وقانون البريد والاتصالات الالكترونية الفرنسية رقم 1063 سنة 2019 والنصوص التجاري الفرنسي وتعديلاته في قانون المدني الفرنسي ومدونة النقل الفرنسي رقم 73 سنة 2019، وغيرها من القوانين ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

رابعاً: خطة الدراسة:

سنبين ماهية شركات التوصيل من خلال مطلبين، سنتناول في المطلب الاول التعريف بشركات التوصيل، وفي المطلب الثاني سنتناول تمييز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل وكالاتي:

المطلب الأول:- التعريف بشركات التوصيل

الفرع الاول:- تعريف شركات التوصيل

الفرع الثاني:- أنواع شركات التوصيل

الفرع الثالث :- خصائص شركات التوصيل

المطلب الثاني:- تميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل

الفرع الأول :- تعريف المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل

الفرع الثاني:- انواع المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل

الفرع الثالث :- المعايير الأساسية لتمييز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل.

المبحث الأول

مفهوم شركات التوصيل

شهد العالم في العقود الأخيرة توسعاً كبيراً في النقل، وبرزت شركات التوصيل كإحدى أهم صور هذا التطور، خاصة مع انتشار التسوق الإلكتروني وتزايد الحاجة إلى نقل الطرود بسرعة وأمان عالية سنحاول التعريف بشركات التوصيل في المطلب الأول، اما في المطلب الثاني نتناول تميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل كالآتي:-

المطلب الأول

التعريف بشركات التوصيل

لإعطاء صورة واضحة عن شركات التوصيل، وبيان طبيعة نشاطها سنتناول هذا المطلب على ثلاثة فروع. الفرع الأول تعريف شركات التوصيل. اما الفرع الثاني مخصص للتعرف على أنواع شركات التوصيل من خلال الشكل القانوني الذي تتخذه. وسنحاول في الفرع الثالث البحث في اهمية شركات التوصيل وكالاتي:

الفرع الأول

تعريف شركات التوصيل

تعد شركات التوصيل من الشركات التجارية المهمة لما تمارسه من نشاط يهدف الى تحقيق الربح والمساهمة في توسيع الحركة التجارية في السوق وتسهيل انتقال الطرود. لذا سنقوم بتعريف الشركة بصورة عامة (تشريعياً وفقهياً)، ثم نتناول بعد ذلك تعريف شركات التوصيل على وجه الخصوص وذلك عبر فقرتين وكالاتي:-

أولاً: تعريف الشركة بصورة عامة :

إن الإحاطة الدقيقة بمفهوم شركات التوصيل وتكييفها القانوني تستلزم ابتداءً الرجوع إلى التعريف العام لشركة، بوصفه الأصل الذي تتفرع عنه كافة أنواع الشركات. وتنقسم الشركات بحسب شكلها او بحسب موضوعها إلى شركات مدنية وأخرى تجارية. فالشركة المدنية هي تلك التي تزاول اعمالاً مدنية (كالشركات الزراعية) والشركات الخاصة ببعض ذوي المهن المدنية كالأطباء أو المحامين(فروق، 2011، 38). اما عن الشركة التجارية فقد اهتمت التشريعات المقارن بتنظيمها على نحو خاص، لما لها

من دور محوري في الحياة الاقتصادية (اعتمد المشرع العراقي المعيار الموضوعي لتمييز بين الشركة التجارية والمدنية وفق قانون التجاري رقم 30 لسنة المعدل 1984 المادة الخامسة).

و**عرف المشرع العراقي** في الفقرة الأولى من المادة الرابعة في قانون شركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل الشركة التجارية هي "عقد يلتزم به شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع اقتصادي بتقديم حصة من مال أو من عمل لاقتسام ما ينشأ عنه من ربح أو خسارة".

في حين عرف المشرع المصري في قانونه المدني المصري رقم 131 لسنة 1948، في المادة (505) من هذا القانون الشركة على أنها "عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع يستهدف الربح، وذلك بتقديم حصة من مال أو عمل واقتسام ما قد ينشأ عن هذا مشروع مالي من ربح أو خسارة" هذا ويلاحظ انه وعلى الرغم من ان تعريف المشرع العراقي للشركة كان مشابه من تعريف المشرع المصري الا انه نجد ان المشرع العراقي موقفاً في الصياغة التعريف اكثر من المشرع المصري عندما نص على انه تكون المساهمة في مشروع اقتصادي، وعبارة المشروع الاقتصادي ادق من عبارة المشروع المالي وذلك لان المشروع الاقتصادي يشمل النشاط الإنتاجي والخدمي، بينما المالي يركز على التمويل فقط (اسيل، 2026).

اما بالنسبة للمشرع الفرنسي فقد عرف الشركة في المادة 1832 من قانونه المدني والتي نصت على " تشكل الشركة من قبل شخصين أو أكثر يتفقون بموجب عقد على تخصيص ممتلكاتهم أو صناعتهم لمشروع مشترك بهدف تقاسم الأرباح أو الاستفادة من أي وفورات قد تنتج عن ذلك، يجوز تشكيلها في الحالات المنصوص عليها في القانون، بفعل إرادة شخص واحد، ويتعهد الشركاء بالمساهمة في أي خسائر " (Article 1832) " La société est instituée par deux ou plusieurs personnes qui conviennent par un contrat d'affecter à une entreprise commune des biens ou leur industrie en vue de partager le bénéfice ou de profiter de l'économie qui pourra en résulter. Elle peut être instituée, dans les cas prévus par la loi, par l'acte de volonté d'une seule personne. Les associés s'engagent à contribuer aux pertes". متاح على الموقع التالي: تمت الزيارة 2026/1/2 [/https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000006444041](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000006444041)).

اما فقها فقد تم تعريف الشركة بصورة عامة على انها "وعاء كبير يحتوي على مجموعة من الأموال التي يتم توظيفها في تنفيذ مشروع اقتصادي معين، لا يمكن للإمكانات الفردية تحقيقه" (فاروق، 2011، 7). ومما يؤخذ على هذا التعريف انه اغلفه صفة الشخصية المعنوية ووصف الشركة بأنها مجرد "وعاء" يقلل من قيمتها القانونية، الى الاضافة الى انه لا يكون تعريفاً شاملاً للمفهوم الشركة التي تتأسس

من شخص واحد فالشركة في القانون ليست مجرد حصالة أموال بل هي شخص معنوي له ذمة مستقلة. اما جانب اخر من الفقه عرف الشركة على انها ان " اداة لممارسة النشاط التجاري الجماعي يتعاقد على تأسيسها اكثر من شخص واحد طبيعياً كان أم معنوياً بقصد تحقيق غرض مشترك يتمثل بالحصول على مردود ايجابي عن طريق القيام باستغلال مشروع اقتصادي وفقاً للشكل الذي يحدده القانون، وتمنح بعد اكتمال مستلزمات تأسيس الشخصية المعنوية والتي تجعلها مستقلة عن الأشخاص الذين اتفقوا وتعاقدوا على تأسيسها فالشركة من حيث التكييف القانوني عقد قائم بذاته" (الكرعاوي، 2025، 10)، ان اهم ما يؤخذ على هذا التعريف "عبارة الاداة" الذي استسهل بها التعريف و هو مصطلح اقتصادي أو وظيفي بحت، ولا يعتبر مصطلحاً قانونياً دقيقاً يصلح لتعريف ماهية الشركة وذكر عبارة "ويتعاقد على تأسيسها اكثر من شخص"، حيث توجد انواع من شركات لا تحتاج سوى شخص واحد لتأسيسها، فلفظ "التعاقد" تفترض بالضرورة وجود إرادتين أو أكثر، واهمل التعريف طبيعة شركات الأشخاص عندما ذكر عبارة "تجعلها مستقلة عن الأشخاص الذين تعاقدوا على تأسيسها"، وان كان ذلك الاستقلال يتناسب وطبيعة شركات الاموال لكن ذلك غير ممكن مع شركات الاشخاص، نظرا لان الذمة المالية للشركة تكون فيها متحدة مع ذمم الشركاء المؤسسين لها. واذا كان من الممكن إضفاء صفة العقد على الشركة عند ولادتها لكن لا يمكن هذا مع الاتجاهات التشريعية الحديثة التي تجيز تأسيس شركة المشروع الفردي وشركة محدودة المسؤولية ذات الشخص الواحد، وبالتالي يمكن ان تكييف الشركة على انها عبارة عن كيان قانوني مستقل (الفقى، 2007، 34). وبهذا التصور يمكن تعريف الشركة على "انها عبارة عن كيان قانوني مستقل وله ذمة مالية مستقلة يتأسس من قبل شخص واحد او عدة اشخاص للمساهمة في مشروع اقتصادي بقصد تحقيق الربح، وجوهرة ما يحتويه هذا الاتفاق هو اقتسام ما ينتج عن المشروع من ربح او خساره حيث يتحمل جميع مؤسسي الشركة الخسائر كما يستفادون من الأرباح، وينشا عنه شخص جديد يمتلك الشخصية المعنوية".

ثانياً: تعريف شركات التوصيل:

انتشرت ظاهرة توصيل الطرود (نص الدليل الإرشادي لعمل شركات البريد والتوصيل الصادر من قبل لجنة المنافسة ومنع الاحتكار وفق المادة (7) من قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم (14) لسنة 2010 على ان "الطرود هو وحدة من شحنات البريدية التي تحتوي على مواد أو سلع تم إرسالها عبر خدمة البريد، وتخضع لمجموعة من المعايير البريدية الدولية الخاصة بالنقل والتسليم. وفقاً لاتحاد البريدي العالمي (UPU) والمعايير البريدية العالمية متاح على الموقع التالي: تمت الزيارة بتاريخ، 2026/1/31، <https://cac.gov.iq/wp>)، للمنازل والمحال التجارية بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة وغدى شعار شركات التوصيل المحلية "اتصل نصلك في الحال" وأصبح التنافس بينهم في تقديم خدمة التوصيل واقعا ملموسا، من اجل الحصول على اعلى نسبة من الأرباح، ونظرا للتطور الكبير

الذي اصاب التجارة التقليدية والالكتروني، انتشرت شركات التوصيل على مستوى عالي في السوق التجاري حتى غدى لا يستغني عن خدماتها اغلب الاشخاص.

ولم يعرف المشرع العراقي شركات التوصيل وكذلك التشريعات المقارنة، وقد حاولت بعض الدراسات الفقهية الحديثة تعريف شركات التوصيل، استناداً إلى طبيعة نشاطها والدور الذي تؤديه، حيث عرفت شركات التوصيل على انها "هي الشركات المتخصصة في نقل المنتجات والبضائع، اما عن طريق البر او البحر او الجو، ومنها شركات متخصصة في التوصيل على نطاق الدولة، على خلاف أخرى يمتد نطاق خدماتها الى خارج حدود البلاد" (حميد، 2025، 31). يفهم من هذا التعريف ان شركات التوصيل هي شركات متخصصة في نقل المنتجات والبضائع، بمختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية سواء محلياً او دولياً، مما يبرز التمييز بين الشركات المحلية والدولية ولكن يؤخذ على هذا التعريف أكثر من ملاحظة، ومنها انه استعمل عبارة "المنتجات والبضائع" وكان الاجدر بيه استعمل لفظ الطرود كونه لفظ اكثر شمولياً من المنتجات والبضائع، وانه يخلط ما بين شركات التوصيل والتي تكون متخصصة في نقل الطرود فقط وضمن اوزان معينه، وما بين شركات النقل التي تختص بالنقل العام دون التقيد بأوزان معين، فضلاً عن اختلاف جهة الاشراف والترخيص كل من شركات النقل وتوصيل، وعرفت ايضاً على انها "الشركات المتخصصة بتقديم خدمة التوصيل الى المنازل، وتكون منفصلة عن محل البيع، وتقوم بنقل وتوصيل جميع الأشياء الى المنازل باسم صاحبها وهذا على نطاق محلي أي داخل الدولة، وقد تكون على نطاق أوسع فترسل من دولة الى دولة أخرى على العنوان الذي يريده الشخص" (حسين، 2013، 291)، ويتبين من هذا التعريف ان شركات التوصيل هي شركات متخصصة في تقديم خدمة توصيل الأشياء إلى المنازل وتعمل بصورة مستقلة ومنفصلة عن محل البيع أو التاجر بحيث تتولى نقل المنتجات باسم صاحبها ولحسابه الخاص، ويبرز استقلال شركات التوصيل عن البائع ودورها في توصيل المنتجات كحلقة تنفيذ الى المستهلك النهائي (عرفت المادة (1/ خامسا) من قانون حماية المستهلك المرقم (1) لسنة 2010 المستهلك هو "الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يتزود بسلعة او خدمة بقصد الافادة منها". متاح على الموقع التالي: <https://tinyurl.com/google-share-9WpE5>)، لكن يؤخذ على هذا التعريف انه مقتصر على تعريف شركات التوصيل الى المنازل، ولم يشمل تعريف شركات التوصيل بشكل عام وذلك لان نشاط التوصيل في الواقع العملي نشاط أوسع وهو التوصيل الى الشركات او المحال التجارية او العملاء. وهناك من عرفها باعتبارها مقدم خدمات توصيل بانها " شركة أو مؤسسة تُقدِّم خدمات نقل البضائع أو المنتجات من مكان إلى آخر. يلعب هؤلاء المُقدِّمون دورًا حاسمًا في صناعة سلسلة التوريد من خلال ضمان وصول المنتجات إلى العملاء في الوقت المناسب وبكفاءة. يمكن أن يختلف مُقدمو خدمات التوصيل في الحجم والنطاق، بدءًا من الشركات المحلية الصغيرة وحتى الشركات متعددة الجنسيات

الكبيرة. وهم يُقدِّمون مجموعة من الخدمات، بما في ذلك التوصيل في نفس اليوم والتوصيل في اليوم التالي، والتوصيل السريع، والتوصيل المُجدول" (اندرياس يوهانسون، ما هو مزود خدمة التوصيل تعريفه وبيان دوره في مجال تكنولوجيا المعلومات، بحث منشور في موقع اوبسيو الفرنسي). يعد هذا التعريف تعريفًا عمليًا معاصرًا يعكس واقع شركات التوصيل الحديثة، ولا سيما ارتباطها بالعمل عن بعد والأنشطة الإلكترونية ويقصد من هذا التعريف أن شركات التوصيل هي ذات طابع مبسط ومرن، تتمثل وظيفتها الأساسية في استلام وتسليم الطرود إلى أي عنوان يتم تحديده من قبل العميل، دون التقييد بنوع نشاط البائع، ويؤخذ على هذا التعريف أنه خلط ما بين نشاط التوصيل والتوريد، وذلك لان التوريد نشاط مرتبط بالبيع والملكية و يتمثل في توفير السلع أو المنتجات وبيعها، أما التوصيل فهو نشاط لاحق للبيع يقتصر على النقل فقط ويقتصر على نقل السلعة من المورد (نصت المادة (1/خامسا) من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2028 "المورد: كل شخص يمارس نشاطا تجاري، او صناعياً، او مهنيًا، او حرفياً، يقدم خدمة للمستهلك، أو ينتج سلعة أو يصنعها أو يستوردها، أو يصدرها أو يبيعهها أو يؤجرها أو يعرضها أو يتداولها أو يوزعها أو يسوقها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعامل أو التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق بما في ذلك الوسائل الإلكترونية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة. متاح على الموقع التالي: تمت الزيارة بتاريخ 2026/2/20. <https://elec.eecourts.gov.eg/assets/laws>.) إلى المستهلك مقابل أجر، دون التدخل في ملكية السلعة أو شروط بيعها. وعرفت شركات خدمات التوصيل على انها "شركات تقدم خدمات توصيل في المجتمع المحلي والعالمي وهي عبارة عن ارسال طلبات او توصيل حيث تتمثل فكرتها في قيام المستهلك بشراء منتج او غرض او شيء معين من متجر عن طريق شبكة الانترنت والاتفاق معها على توصيل طلباته او ارسالها الى عنوان معين" (سلمى، 1945، 36). مما يؤخذ على هذا التعريف أنه جاء وصفيًا وعمامًا، ولم يرق إلى مستوى التعريف القانوني الدقيق لشركات التوصيل، إذ اقتصر على بيان الوظيفة العملية لشركات التوصيل دون أن يحدّد طبيعتها القانونية. كما أنه خلط بين وسيلة تقديم الخدمة (شبكة الإنترنت) وبين ماهية الشركة، في حين أن استخدام الوسائل الإلكترونية لا يكفي بذاته لتمييز هذا النوع من الشركات قانونيًا.

ومن خلال ما تقدم يمكن تعريف شركات التوصيل على انها "شركات تجارية وطنيه كانت ام فرعا لشركة اجنبيه مرخصة من قبل هيئات البريد في نقل وتسليم الطرود من العميل إلى المستهلك وفق اوزان معينة و مقابل أجر محدد قانونا". ويمكن اجمال اهم الاستنتاجات من هذا التعريف على شركات التوصيل وكالاتي:

1. شركات التوصيل هي شركات تجارية لأنها تمارس نشاط نقل الطرود، الذي يعتبر من قبل الاعمال التجارية وفق المادة (5/ تاسعا) من القانون التجاري العراقي رقم 30 لسنة 1984 المعدل، والذي نصت

على "تعتبر الاعمال التالية اعمالا تجارية اذا كانت بقصد الربح، ويفترض فيها هذا القصد ما لم يثبت العكس: تاسعا : نقل الاشياء او الاشخاص".

2. انها شركات خاصة، من الممكن ان تكون وطنية، او فرعا لشركة اجنبية.
3. يشترط لممارسة نشاطها ان تكون شركات مرخصة من قبل الجهة المختصة.
4. ان شركات التوصيل تتعامل مع عدة اطراف ومنها العميل او البائع والمستهلك المسلم النية الطرود.
5. تلتزم شركات التوصيل المرخصة بنقل الطرود، بأوزن معينة وباجر محدد، من قبل الجهة المرخصة لها.

الفرع الثاني

أنواع شركات التوصيل المرخصة

في نطاق موضوع بحثنا تقسم شركات التوصيل من حيث نوعها وطبيعتها القانونية الى شركات عامة وشركات خاصة، فالشركات العامة هي التي يتم تأسيسها وفق قانون الشركات رقم (22) لسنة 1997 المعدل وتمتلك الدولة كامل رأس مالها، وتباشر نشاط التوصيل بوصفها مرفقا عاما او نشاطا ذا نفع عام وتخضع في تنظيمها وادارتها الى القوانين الخاصة بالمؤسسات وهيئات البريد العامة. اما شركات التوصيل الخاصة وهي الشركات الوطنية، التي يؤسسها الافراد او الاشخاص المعنويون من القطاع الخاص وتخضع الى الترخيص من الجهات الحكومية المتمثلة بالشركات وهيئات البريد العامة، وتهدف الى تحقيق الربح مقابل تقديم خدمات التوصيل. كما تقسم شركات التوصيل من حيث جنسيتها الى شركات وطنية وفرعا لشركات اجنبية، فالشركات الوطنية هي التي تؤسس وفقا لقانون الدولة التابعة لها اما شركات التوصيل الاجنبية تمارس نشاطها داخل الدول فرعا لشركة الام الاجنبية ويخضع هذا الفرع لأحكام القوانين الوطنية لهذا الدول من حيث التسجيل والترخيص وممارسة النشاط مع بقاء الشركة الام خاضعة لقانون الدولة التي تنتمي اليها. حيث تخضع هذه الشركات لأحكام المادة (14) من نظام رقم (2) لسنة 2017 الخاص بفروع الشركات الاجنبية في العراق فيما يتعلق بالترخيص والرقابة(وتنص على " اولاً: يحظر على الشركة الاجنبية ممارسة أي نشاط تجاري او فتح مقر لها في العراق إذا لم تمنح إجازة التسجيل وفقا لإحكام هذا النظام. ثانياً: على فروع ومكاتب الشركات الاجنبية الموجودة حالياً في العراق المسجلة وغير المسجلة ان تكيف أوضاعها القانونية مع احكام هذا النظام خلال سنة واحدة من تاريخ نفاذه. ثالثاً: تستثنى من حكم البند (اولاً) من هذه المادة الشركة الاجنبية المتعاقدة لتجهيز سلع او خدمات الا اذا تضمن اتفاق او عقد التجهيز تقديم خدمات من أي نوع كان داخل العراق لمدة لا تقل عن (1) سنة واحدة".) وتنقسم شركات التوصيل المرخصة من حيث شكلها القانوني الى شركات اشخاص وشركات اموال. لذا سنتناول هذا الفرع عبر ثلاثة فقرات نبحت في الفقرة

الأولى انواع شركات التوصيل وفق التشريع العراقي وفي الفقرة الثانية نتناول انواع شركات التوصيل وفق التشريع المصري وفي الفقرة الثالثة انواع شركات التوصيل وفق التشريع الفرنسي وكالاتي:
أولاً :- انواع شركات التوصيل وفق التشريع العراقي:

لم يتدخل المشرع العراقي في تحديد الشكل القانوني لشركات التوصيل، وإنما ترك سلطة ذلك الامر لمؤسسيها، حيث جاءه نص المادة(13/خامسا) من قانون البريد العراقي رقم 97 لسنة 1973 بشكل مطلق ولم يحدد شكلاً قانونياً محدد لشركات التوصيل عند ترخيصها والمطلق يجري على اطلاقه ، حيث نصت على انه " لمجلس اصدار التعليمات التالية: 5. فتح الوكالات البريدية الاهلية في اي موقع داخل الجمهورية العراقية". ولا بد لنا من الاشارة ان اجازة الترخيص سابقة كانت تسمى او عبارة عن وكالة تجارية تمنح من قبل مجلس ادارة البريد، والذي حله محله الشركة العامة للبريد والتوفير سنة 2019 (مقابلة مع السيد(منعم كاظم شراد) مدير قسم العقود في الشركة العامة للبريد والتوفير بتاريخ 2025/12/31). وبالتالي فإن اختيار الشكل القانوني يخضع لإرادته مؤسسي شركات التوصيل في حدود الأشكال التي أجازها قانون الشركات العراقي. وقد نظم المشرع العراقي هذه الأشكال في قانون الشركات رقم (21) لسنة 1997 المعدل. هذا وتقسم شركات التوصيل وفق الشكل القانوني الذي من الممكن ان تتخذه ابتداء من شركات الاشخاص وانتهاء بشركات الاموال كالتالي:

1- الشركة التضامنية: ينظم قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل شركة التضامن بوصفها أحد اشكال شركات الاشخاص، ويشترط لها عددا من الشركاء الطبيعيين لا يقل عن اثنين ولا يزيد عن خمسة وعشرون شخصا مع تقرير المسؤولية الشخصية وغير المحدودة للشركاء عن جميع التزامات الشركة (نصت المادة (6/ ثالثا) "لا يقل عدد الاشخاص الطبيعيين الذين يكونون شركة تضامنية، عن شخصين ولا يزيد عددهم على خمسة وعشرين شخصا ، يكون لكل منهم حصة في راس مال الشركة ، ويتحملون متضامنين المسؤولية الشخصية غير المحدودة عن جميع التزامات الشركة"). ويتم تأسيس شركة التضامن بين شخصين او اكثر طبيعيين، لكن من غير الممكن ان يكون احد شركاء من الأشخاص العامة لما تخضع له شركة التضامن من احكام الإفلاس ومنها الاشهار المفلس الامر الذي لا يتناسب مع طبيعة الأشخاص العامة على سبيل المثال البلديات (القليوبي، 2011، 16).

2- الشركة البسيطة: عرفتھا المادة 181 من قانون الشركات العراقي بانھا " شركة تتكون من الشركاء لا يقل عن اثنين ولا يزيد على خمسة يقدمون حصصاً في رأس المال أو يقدم واحد منهم أو أكثر عملاً

والآخرون مالا". واهم ما يميز الشركة البسيطة وهي من شركات الاشخاص عن شركة التضامن انها تتكون من نوعين من شركاء وهم الشركاء المتضامنون والشركاء الموصون (أصحاب الأموال) مما يترتب على ذلك اختلاف في مسؤولية كل من شركاء المتضامنون والتي تكون غير محدودة وبين مسؤولية الشركاء أصحاب الأموال التي تكون محدودة بحدود حصتهم المالية (السلماني، 2020، 11).

3- المشروع الفردي: نظم المشرع العراقي شركة المشروع الفردي في قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل حيث يشكل المشروع الفردي من شخص طبيعي واحد وذلك استثناء من الاصل حيث كانت الشركات تتكون من شخص او اكثر (العزاوي، 2007، 106)، وعرف المشروع الفردي في الفقرة رابعا من المادة السادسة من قانون الشركات العراقي المشروع الفردي "شركة تتألف من شخص طبيعي واحد يكون مالكا للحصة الواحدة فيها ومسؤولا مسؤولية شخصية وغير محدودة عن جميع التزامات الشركة" (المادة رابعا بعد التعديل وفق قانون رقم 64 لسنة 2004 والتي تنص على "تُعدّل الفقرة "ثانياً" من المادة 4 في القانون، ويُقرأ النص المعدل على النحو التالي: "باستثناء أحكام البند "أولاً" من هذه المادة: 1 - يجوز أن تتكون الشركة من شخص طبيعي واحد وفق أحكام هذا القانون، ويُشار لمثل هذه الشركة فيما بعد بـ "المشروع الفردي". 2 - يجوز تأسيس شركة محدودة المسؤولية من قبل مالك واحد وفقاً لنصوص هذا القانون"). ويقوم المشروع الفردي باعتباره احد انواع شركات الاشخاص، على المزج بين ذمة مالك المشروع وذمة المشروع الفردي كشخص معنوي ويلاحظ من ذلك تشديداً يفوق مسؤولية الشريك في شركة التضامنية، بسبب ان دائني الشركة التضامنية لا يمكنهم الرجوع على الشركاء الا بعد مطالبة الشركة بأداء الدين، لكن في المشروع الفردي يمكن للدائنين الرجوع مباشر على مالك المشروع (ملحم ، الطراونة، 2012، 307).

4- شركة المساهمة: شركة المساهمة كأحد اشكال التي من الممكن ان تتخذها شركات التوصيل تعرف بانها "شركة تتألف من شخصين او اكثر تكون فيها مسؤولية كل الشركاء محدودة بقيمة اسهمهم في راس مال الشركة المكونة من اسهم قابلة لتداول" (الشواري، د.ت، 140)، وتعد شركة المساهمة نوع من احد أنواع شركات الاموال التي تقوم على الاعتبار المالي دون الاعتماد بشخصية الشريك الامر الذي يجعلها شكلا قانونيا مناسباً لشركات التوصيل، التي تمارس نشاطها على نطاق واسع اذ يقوم هذا الشكل القانوني على تجميع رؤوس الاموال وتقسيمها الى اسهم متساوية القيمة قابلة للتداول مع استقلال الذمة المالية للشركة عن ذمم المساهمين واقتصار مسؤوليتهم على قيمة اسهمهم، وهو ما يوفر الاستقرار المالي

ويحد من المخاطر القانونية الناتجة عن طبيعة نشاط التوصيل القائم على كثرة العمليات وتعدد المتعاملين (العريني، 2007، 224).

ونظم المشرع العراقي شركة المساهمة بموجب قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل وفي الفقرة الأولى من المادة السادسة عرف الشركة المساهمة المختلطة او الخاصة، "شركة تتألف من عدد من الاشخاص لا يقل عن خمسة يكتب فيها المساهمون باسمهم في اكتاب عام ويكونون مسؤولين عن ديون الشركة بمقدار القيمة الاسمية للأسهم التي اكتتبوا بها".

5- شركة المحدودة المسؤولية: عرفت هذه الشركة بانها شركة تتأسس بين الشركاء لا يتمتعون بصفة التاجر ولا يسئلون الا بنسبة مقدماتهم. وتتمتع هذا الشركة بالشخصية المعنوية وتعتبر تاجرا وشركة المسؤولية المحدودة كأحد اشكال شركات التوصيل تعد من شركات الاموال اذ تقوم على الاعتبار المالي (فرحان، 2024، 2)، فقد نظم المشرع العراقي شركة المسؤولية المحدودة بموجب قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل وعدها من شركات الاموال التي تتميز بتحديد مسؤولية الشركاء بحدود حصصهم في راس المال وقد نصت الفقرة الثانية من المادة السادسة من قانون الشركات العراقي على "لا يزيد عدد الاشخاص الطبيعيين او المعنويين في الشركة المختلطة او في الشركة الخاصة محدودة المسؤولية عن خمسة وعشرون شخصا (25)، يساهم جميعهم في اسهمها ويتحملون مسؤولية ديونها بالقيمة الاسمية للأسهم التي ساهموا بها". وقد اضحى هذا الشكل القانوني من أكثر الاشكال استخداما في تنظيم المشروعات الخدمية الحديثة، ومنها شركات التوصيل لما يوفره من توازن بين متطلبات التمويل والادارة وحماية الشركاء من جهة وطبيعة نشاط التوصيل المتسم بالخطورة من جهة أخرى (عبد، 2019، 342).

6- الشركة محدودة المسؤولية ذات الشخص الواحد: تعد شركة محدودة المسؤولية ذات الشخص الواحد استثناء من الأصل اذ تتألف من شخص واحد معنوي او طبيعي بصورة مباشر او غير مباشره وتتميز بفصل الذمة المالية للمؤسس عن ذمة الشركة (الدحيات، 2019، 10)، ويمكن تعريف هذه الشركة بانها "شركة يمتلك راس مالها شخص طبيعي او معنوي واحد حيث يخصص جزء من ذمته المالية لمزاولة نشاط وتكون مسؤوليته محدودة بالقدر الذي خصصه للشركة دون ان يكون للدائنين القدرة على التنفيذ على ما لا يخصصه من ذمته المالية لهذا المشروع" (الدحيات، 2019، 10). نظم المشرع العراقي شركة محدودة المسؤولية ذات الشخص الواحد ضمن قانون الشركات باعتبارها شركة اموال، مع

الاعتراف بشخصيتها المعنوية المستقلة وتحديد مسؤولية المؤسس، هذا وقد نصت المادة الرابعة في الفقرة الثانية من قانون الشركات على انه "يجوز تأسيس شركة محدودة المسؤولية من قبل مالك واحد وفقا لنصوص هذا القانون".

ثانياً: - أنواع شركات التوصيل وفق التشريع المصري:

في ظل غياب تنظيم تشريعي خاص بشركات التوصيل في التشريع المصري، لم يضع المشرع شكلاً قانونياً محدداً لهذا النوع من الشركات، حيث جاءت المادة (1/ثانياً) من قانون البريد المصري رقم 16 سنة 1970 المعدل مطلق ولم تحدد شكلاً قانونياً محدد لشركات التوصيل ، وبذلك تصنف شركات التوصيل وفق للأشكال القانونية العامة المقررة تشريعاً بعد تحديدها من قبل مؤسسي هذه الشركات وكالتالي:

1- شركة المساهمة: نظم المشرع المصري الشركة المساهمة في قانون الشركات رقم 158 سنة 1981 المعدل وعرفها في المادة الثانية منه على انها "شركة ينقسم رأس مالها الى أسهم متساوية القيمة يمكن تداولها على الوجه المبين في القانون. وتقتصر مسؤولية المساهم على أداء قيمة الاسهم المكتتب فيها، ولا يسأل عن ديون الشركة الا في حدود ما اكتتب فيه من أسهم"، ويكون للشركة اسم تجاري يشتق من الغرض من إنشائها، ويجوز أن يتضمن الاسم التجاري للشركة اسماً أو لقباً لواحد أو أكثر من مؤسسيها (سرى الدين، 2002، 163).

2- شركة التوصية بالأسهم: نظم المشرع المصري هذا النوع من الشركات في المادة الرابعة من قانون الشركات المعدل والتي نصت على "هي شركة يتكون رأس مالها من حصة أو أكثر يملكها شريك متضامن أو أكثر. وأسهم متساوية القيمة يكتب فيها مساهم أو أكثر، ويمكن تداولها على الوجه المبين في القانون". ويسأل الشريك أو الشركاء المتضامنون عن التزامات الشركة مسؤولية غير المحدودة، أما الشريك المساهم فلا يكون مسؤولة الا بحدود الاسهم الذي اكتتب فيها. ويتكون عنوان الشركة من اسم واحد أو أكثر من أسماء الشركاء المتضامنون دون غيرهم.

3- الشركة المحدودة المسؤولية: نظم المصري شركة المسؤولية المحدودة بموجب قانون الشركات رقم 159 لسنة المعدل 1981 المعدل في المادة الرابعة وعرفها على انها "هي شركة لا يزيد عدد الشركاء فيها عن خمسين شريكاً ولا يكون كل منهم مسؤول الا بحدود حصته"، ويعتبر هذا النوع من الشركات

من المشاريع الاقتصادية المتوسطة التي لا يقبل فيها الشركاء المسؤولية المطلقة ولا يصل فيها رأس مالها الى الحد الأدنى اللازم (بهنساوي، 2007، 117).

4- شركة الشخص الواحد: استحدث المشرع المصري شركة الشخص الواحد ضمن قانون الشركات المعدل في قانون رقم (4) سنة 2018، مع تكريس مبدأ استقلال الذمة المالية وعدم امتداد التزامات الشركة الى اموال المؤسس الخاصة وهو ما يجعل هذا الشكل القانوني ملائماً لشركات التوصيل الفردية في مصر (د. سعاد، 2023، 941)، ولا سيما المشروعات الناشئة التي تعتمد على التطبيقات الالكترونية وتوسع الى العمل ضمن اطار قانوني منظم يوفر الحماية للمؤسس ويحقق الثقة لدى المستهلكين والمتعاملين. وعرفته المادة الرابعة مكرر من قانون شركات المصري المعدل على ان هي شركة " يمتلك رأس مالها شخص واحد، سواء كان طبيعياً أو اعتبارياً وذلك بما لا يتعارض مع اغراضها، ولا يسأل مؤسس الشركة الا بحدود رأس المال المخصص لها".

ثالثاً: - انواع شركات التوصيل وفق التشريع الفرنسي:

لم ينتهج المشرع الفرنسي مسلكاً مغايراً لتشريع العراقي والمصري، حيث انه لم يلزم شركات التوصيل باتخاذ شكلاً قانونياً معيناً، تاركاً للمؤسسي هذه الشركات حرية الاختيار وفق الاشكال القانونية العامة في القانون المدني الفرنسي (باب الشركات)، حيث جاءه نص المادة (L3) مطلقاً ولم يحدد شكلاً قانونية لشركات التوصيل عند ترخيصها من قبل الهيئة التنظيمية للبريد والاتصالات الالكترونية، حيث نصت على "تقدم الخدمات البريدية المتعلقة بالمراسلات الداخلية وعبر الحدود من قبل أي مقدم خدمات بريدية، شريطة الحصول على ترخيص صادر عن الهيئة التنظيمية للبريد والاتصالات الالكترونية وذلك وفقاً للشروط المنصوص عليها في المادة 1-5.L. ومع ذلك، لا يُشترط هذا الترخيص إذا كانت هذه الخدمات تقتصر على المراسلات الداخلية ولا تشمل عملية التوزيع." (نص المادة باللغة الفرنسية Les services postaux portant sur les envois de correspondance intérieure et transfrontière " sont offerts par tout prestataire de services postaux, sous réserve de l'obtention d'une autorisation délivrée par l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse dans les conditions prévues à l'article L. 5-1. Cette autorisation n'est toutefois pas requise si ces services se limitent à la correspondance intérieure et n'incluent pas la distribution") وبالتالي تقسم انواع شركات التوصيل كالتالي:

1- شركة التضامن (SNC): تستخدم عادة شركة التضامن في الأنشطة التي تقوم على الاعتبار الشخصي والثقة المتبادلة بين الشركاء، وغالبا ما تكون شركات عائلية أو صغيرة الحجم، وقد نصت المادة L.221-1 على "يكتسب جميع الشركاء في شركة التضامن صفة التاجر، ويكونون مسؤولين بصفة غير محدودة وبالتضامن عن ديون الشركة" (نص المادة باللغة الفرنسية: " Les associés en nom collectif ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales ").

2- شركة التوصية البسيطة (SCS): تتكون شركة التوصية من فئتين من الشركاء: "متضامنون" يكتسبون صفة التاجر ويسألون بصفة مطلقة عن الديون، و"موصون"، ولا يكتسبون صفة التاجر وتحدد مسؤوليتهم بقدر حصصهم فقط، وهي منظمة، وفق المادة L.222-1 على "يتمتع الشركاء المتضامنون بوضع الشركاء في شركة التضامن. أما الشركاء الموصون فلا يسألون عن ديون الشركة إلا في حدود مبلغ حصتهم. ولا يجوز لشركة التوصية البسيطة إصدار أوراق مالية قابلة للتداول" (نص المادة باللغة الفرنسية: " Les associés commandités ont le statut des associés en nom collectif. Les associés commanditaires répondent des dettes sociales seulement à concurrence du montant de leur apport. La société en commandite simple ne peut émettre de titres négociables ").

3- الشركة ذات المسؤولية المحدودة (SARL): وفق المادة L.223-1 "تؤسس الشركة ذات المسؤولية المحدودة من قبل شخص واحد أو أكثر، ولا يتحملون الخسائر إلا في حدود حصصهم. وتعين الشركة بتسمية تجارية، يجوز أن يُدرج فيها اسم شريك واحد أو أكثر..." (نص المادة باللغة الفرنسية: " La société à responsabilité limitée est instituée par une ou plusieurs personnes qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. La société est désignée par une dénomination sociale, à laquelle peut être incorporé le nom d'un ou plusieurs associés "). وتعد من أكثر الأشكال القانونية ملائمة للمشروعات الفردية الحديثة والشركات التجارية الصغيرة حيث تقوم على إمكانية تأسيس الشركة من شخص واحد، مع تمتعها بشخصية معنوية مستقلة ويبرز هذا الشكل من الشركات بوصفه اطارا قانونيا مناسباً لشركات التوصيل الحديثة الناشئة (نادية، 2024، 11).

4- الشركة المساهمة (SA): هي شركة الأموال التقليدية المناسبة للمشروعات الضخمة، ينقسم رأسمالها إلى أسهم قابلة للتداول، وتكون مسؤولية المساهمين محدودة بقيمة مساهماتهم، وتتطلب حداً أدنى لرأس المال (37، 000 يورو)، وقد نظمته الشركة المساهمة (SA) في المادة: L.225-1 وعرفت على أنها "شركة ينقسم رأسمالها إلى أسهم، وتتكون بين شركاء لا يتحملون الخسائر إلا في حدود

حصصهم. وتُعين الشركة بتسمية تجارية" (نصت المادة باللغة الفرنسية: " La société anonyme est une société dont le capital est divisé en actions et qui est constituée entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Elle est désignée par une dénomination sociale). وحيث يشترط القانون حدا ادنى لراس المال وعددا معيناً من المساهمين ويخضع الشركة لرقابة دقيقة من حيث الإدارة الأمر الذي ينسجم مع طبيعة نشاط التوصيل الحديث القائم على التنظيم والتقنية الحديثة (نصير، 2004، 33).

5- شركة الأسهم المبسطة (SAS): وتم تنظيم هذا النوع من الشركة في المادة L.227-1 والتي نصت على أنه "يجوز تأسيس شركة الأسهم المبسطة من قبل شخص واحد أو أكثر، ولا يتحملون الخسائر إلا في حدود ما قدموه من حصص، وتسري على شركة الأسهم المبسطة القواعد المتعلقة بالشركات المساهمة، بالقدر الذي تتوافق فيه مع الأحكام الخاصة المنصوص عليها في هذا الفصل"

(نص المادة باللغة الفرنسية: " La société par actions simplifiée peut être instituée par une ou plusieurs personnes qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leur apport. [...] Dans la mesure où elles sont compatibles avec les dispositions particulières prévues au présent chapitre, les règles concernant les sociétés anonymes... sont applicables à la société par actions simplifiée). وهي الشكل الحديث والمرن الذي يفضله مؤسسي شركات التوصيل، حيث تمنح الشركاء حرية واسعة في تحديد قواعد إدارتها ضمن النظام الأساسي بعيداً عن صرامة الشركة المساهمة، مع بقاء المسؤولية محدودة.

الفرع الثالث

مزايا شركات التوصيل

ازدادت الحاجة الى وجود نموذج شركات تقدم خدمات من شأنها تسهيل حركة الطرود على الافراد والمحال التجارية على حدا سواء. هذا وانطلاقا من الواقع العملي لشركات التوصيل تتميز هذا الشركات بالخصائص التالية:

أولا :- الرقابة والاشراف:

ينشئ الترخيص الصادر عن الجهة المختصة، وضعا قانونيا خاصا للشركات التوصيل المرخصة يميزها عن شركات النقل التقليدية، حيث تمارس نشاط بريدي في نقل الطرود فقط وضمن اوزان محددة مما يترتب على هذا الترخيص خضوع الشركة لنظام رقابي وتنظيمي خاص، والتزامها بقواعد تتعلق بسرية الطرود وسلامتها ومسئوليتها عن فقدانها أو تلفها، ومن ثم فإن هذا الترخيص يمنح الشركة صفة قانونية متميزة، ويكسبها ثقة قانونية وتجارية ناتجة عن خضوعها لنظام خاص، دون أن يصل ذلك إلى حد منحها امتيازات سيادية أو حصانات مطلقة.

ثانيا :- السرعة:

ان المنتج الحقيقي التي تباعه شركات التوصيل هو السرعة، فلم يعد العميل يشتري السلع فقط وانما يشتري زمن وصولها، وان من اهم الالتزامات شركات التوصيل وباعتبارها الطرف المسؤول عن النقل هي نقل وتوصيل الطرود في الميعاد المحدد فالسرعة في توصيل الطرود والالتزام بالمواعيد المحددة (عبابه، 2015، 245)، يزيد من معدل الطلب المتكرر على خدمة التوصيل من قبل العملاء.

ثالثا:- إدارة المخاطر:

تتميز شركات التوصيل بالقدرة على التعامل مع الظروف المتغيرة، حيث تقوم شركات التوصيل بإعادة التخطيط وذلك على سبيل المثال تغيير مسار عملية التوصيل عن طريق تغيير الطرق او تغيير الوقت المحدد لتنفيذ عملية التوصيل حسب الظروف الراهنة. وبالتالي فان شركات التوصيل تختص بالتوصيل السريع بين العميل والمستهلك المسلم الية الطرود المراد توصيلها، وتتخذ الإجراءات اللازمة لتجنب الخسائر والمحافظة على سلامة الطرود، وضمان وصول الطرود بالوقت المحدد مع المستهلك.

رابعاً: - الصفة المهنية:

تصنف شركات التوصيل "كالناقل"، وهذا ما يجعلها تخضع لالتزام قانوني صارم يسمى الالتزام بتحقيق نتيجة (عبد اللاه، 2019، 606)، فلا يكفي ان تقول الشركة "حاولنا اوصول الطرد"، بل تتحقق مسؤوليتها بمجرد عدم وصول الطرد او وصوله تالفا باستثناء الظروف الطارئة، وهذا ما يميز شركات التوصيل ويمنح الثقة للعميل فان شركات توصيل الطرود، مسؤولة عن عدم وصول الطرود وان استعانة بعمال التوصيل المستقلين عنها ولا تستطيع شركات التوصيل دفع المسؤولية عنها، عن طريق اثبات الخطأ من عامل التوصيل لا نها هي التي اختارته، دون تدخل من العميل فهي متضامنة في المسؤولية مع عامل التوصيل، وفق احكام المسؤولية القانونية، وهو ما اكدته اغلب القرارات القضائية ومنها قرار محكمة النقض المصرية وهذا ما يجعل من شركات التوصيل محطة ثقة كبيرة من قبل العملاء (قرار محكمة النقض المصرية، المرقم 9458، الصادر بجلسة 2020/6/9).

خامساً :- قلة اجور التوصيل:

في ظل المنافسة المشروعة ومنع الاحتكار أصدرت الجهات المسؤولة، ومنها الشركة العامة لبريد والتوفير تعليمات ملزمة تحدد فيه سعر خدمة التوصيل بين شركات التوصيل والعملاء داخل المحافظات بواقع " ستة الالف دينار عراقي" (الكتاب الصادر من الشركة العامة لبريد والتوفير بالعدد 12642، والصادر بتاريخ 2024/12/18). حيث تكون هذه الشركات ملزمة بهذه التسعيرة ومن ثم تتحمل التبعات القانونية خلاف ذلك. وتمكن شركات التوصيل العملاء من الحصول على تكاليف توصيل أقل وخدمات عالية الجودة، وتحسين القدرة التنافسية في السوق للشركات التوصيل.

سادساً :- الائتمان:

شركات التوصيل هي شركات متخصص بنقل الطرود وايصالها الى العملاء، ويمكن دورها برزم وحفظ الطرود، والمحافظة على سرية المراسلات، مما يجعلها شركة تتميز بالائتمان والثقة للمحافظة على منقولات العملاء وضمان خصوصية وحرمة المراسلات. وتكرس سرية البريد في نقل الطرود كضمانة قانونية واجبة الاحترام، يفرض على شركات التوصيل.

المطلب الثاني

تميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل

بعد التطور الحاصل في المنصات والاجهزة الالكترونية، ظهر في منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرون، ما يعرف بالاقتصاد التعاوني الذي يعرف على أنه ذلك النشاط الذي يسمح لمقدمي الخدمات أن يقياسون مواردهم وممتلكاتهم ومهاراتهم بشكل مؤقت أو دائم، ويتمثل التقاسم في استخدام الأفراد لمركباتهم الخاصة ووقت فراغهم لتنفيذ عمليات التوصيل عبر المنصات الإلكترونية بدلاً من اعتماد الشركة على أسطولها، هذا ولكل ما تقدم ولأهمية المنصات الإلكترونية باعتبارها نوع من أنواع التقنيات المتخصصة بخدمات التوصيل، اقتضى دراسة تميز شركات التوصيل عن المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل من حيث التعرف بالمنصات الإلكترونية لخدمة التوصيل في الفرع الأول من هذا المطلب وفي الفرع الثاني سنتناول انواع المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل، وفي الفرع الثالث نتناول المعايير الأساسية لتمييز شركات التوصيل عن المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل.

الفرع الاول

تعريف المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل

في ظل التحول الرقمي الذي يشهده عالم التجارة برزت المنصات الإلكترونية بوصفها احد الأدوات التقنية، التي ساهمت في تغير أساليب التجارة التقليدية. وتتم خدمات التوصيل عبر المنصات الإلكترونية عادةً بواسطة أجهزة وتقنيات الكترونية، إذ يتم طلب خدمة التوصيل من قبل العملاء من خلال تطبيقات أو مواقع إلكترونية مخصصة لهذا الغرض. وتعد المنصة الإلكترونية وسيطا الكترونية يربط بين مشغل الخدمة والعملاء (نصت المادة(2.3) من اللائحة الاطارية للمنصات والخدمات الرقمية، الصادرة من قبل هيئة الاعلام والاتصالات العراقية الصادرة سنة 2025 على "مزود الخدمة أي شخص طبيعي أو معنوي، محلي أو دولي يقوم بتشغيل منصة رقمية ويقدم خدمات رقمية للمستخدمين في العراق ويشمل مقدمو الخدمات وهي الجهات المسؤولة عن استضافة أو توزيع أو التحكم في الوصول إلى الخدمات الرقمية والكيانات المسؤولة عن إدارة وتشغيل هذه المنصات")، بما يتيح إبرام المعاملات وتبادل البيانات وتنفيذ الالتزامات بصورة إلكترونية، والمنصة الكترونية بهذا المعنى هي الوسيط التقني (نصت المادة (2/ثامنا) من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم 79 لسنة 2012 على الوسيط الالكتروني بأنه "برنامج أو نظام الكتروني لحاسوب أو أية وسيلة الكترونية أخرى تستخدم من اجل تنفيذ إجراء أو استجابة لا جراء، بقصد انشاء او ارسال او استلام رسالة معلومات" منشور في جريدة الوقائع العراقية العدد (4256) في 2012/11/5.) الذي ينظم عملية التبادل التجاري، والهدف الأساسي من المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل هو تسهيل المعاملات بين الشركات والتجار والمحال التجارية والمطاعم والافراد على حد سواء (ابراهيم، 2025، 185). وقد تعددت التعريفات والفقهية والقانونية للمنصات الإلكترونية تبعا لاختلاف زاوية النظر إليها، وعرفت المنصات الإلكترونية بصورة عامة على انها "مجموعة من الخدمات الإلكترونية

المتاحة عبر الانترنت تعمل على تسهيل التفاعل بين مجموعتين او أكثر من المستخدمين سواء كانت مؤسسات او افراد، وتشمل هذه الخدمات الاسواق، محركات البحث، وسائل التواصل الاجتماعي، المنافذ الإبداعية، وخدمات اقتصاد العمل الحر" (د. فطيمة، 2022، 52)، وذهب اتجاه اخر إلى اعتبارها، بنية تقنية تقوم على تجميع الأطراف المتعاقدة ضمن نظام الكتروني يتيح إدارة العلاقة التعاقدية، من لحظة الطلب الى إتمام التنفيذ، بينما عرفت المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل على وجه الخصوص على انها" وسيطا تقني الذي ينظم عملية التبادل و تسهيل المعاملات بين المؤسسات المختلفة (المطاعم والمتاجر) والافراد على حد سواء حيث انها تتوسط بين اطراف (البائع والمشتري) دون تناول او انتاج اي من المنتجات وان ادارتها مرتبط بمجالات التسعير والعوامل التعاقدية" (عبد النور، 2022، 56)، ويلاحظ هذا التعريف أنه أبرز الطبيعة التقنية للمنصة وميزها عن التاجر، من خلال تأكيده على أنها لا تنتج ولا تملك السلع، وإنما تقتصر على تنظيم عملية تبادل الطرود، غير أنه رغم ذلك، يظل تعريفا تقنيا، إذ لم يبين بشكل دقيق المركز القانوني للمنصة، ولا مدى مسؤوليتها عن تنفيذ الالتزامات التعاقدية، ولا طبيعة العلاقة التي تربطها بكل من البائع والعميل، وهو ما يظل عنصراً جوهرياً في التكيف القانوني لها.

وقد تناول المشرع العراقي المنصة الالكترونية ضمن احداث تشريعاته بموجب نظام تنظيم التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025 الصادر عن امانة مجلس الوزراء وأعتبرها وسيلة الكترونية يستخدمها التاجر الالكتروني لعرض منتجاته، او خدماته على الزبون سواء كانت تطبيقات الكترونية او مواقع الكترونية، وغيرها من التقنيات الحديثة التي تربط التاجر الإلكتروني بالعميل الالكتروني، هذا ولا بد من الإشارة هنا ان المشرع العراقي لم يعرف المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل بشكل خاص، وإنما عرف المنصات التجارة الالكترونية بشكل عام في المادة (2.19) من اللائحة الاطارية للمنصات والخدمات الرقمية، سنة 2025 على انها "المنصات الرقمية التي تسهل شراء وبيع السلع والخدمات عبر الانترنت، وتربط المستهلكين والشركات بميزات مثل معالجة الدفع وإدارة المخزون ودعم العملاء".

اما المشرع المصري عرف المنصة الالكترونية تحت مسمى المنصة الرقمية في المادة (1) /1/ ثامنا) من قانون تنظيم وتنمية استخدام التكنولوجيا المالية في الانشطة المالية غير المصرفية رقم 5 لسنة 2022 على انها " نموذج أعمال قائم على استخدام الوسائل التكنولوجية في مزاوله الأنشطة المالية غير المصرفية وفي عرض المنتجات والخدمات المرتبطة بها على الأشخاص الراغبين في الحصول عليها ويسمح بتبادل البيانات والمعلومات اللازمة لإتمام هذه المعاملات" انعكس هذا التعريف

على منصات خدمات التوصيل، إذ تقوم هذه المنصات على نموذج أعمال تكنولوجي يعتمد على الوسائل الإلكترونية في تنظيم النشاط وتقديم الخدمة، لا على التنفيذ المادي المباشر للتوصيل.

اما عن موقف المشرع الفرنسي لم يعرف المنصة الإلكترونية وإنما اكتفى بتعريف مشغل المنصة الإلكترونية، في قانون الاستهلاك (Code de la consommation)، حيث نصت المادة (L.7_111) منه على انه "يعد مشغلاً لمنصة إلكترونية كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم، بصفة مهنية (سواء بمقابل أو بدون)، خدمة اتصال للجمهور عبر الإنترنت تعتمد على: تصنيف أو فهرسة محتويات أو سلع أو خدمات مقدمة من أطراف ثالثة بواسطة خوارزميات معلوماتية. أو الربط بين عدة أطراف (Mise en relation) بغرض بيع سلعة، أو تقديم خدمة، أو تبادل أو مشاركة محتوى أو سلعة أو خدمة" (النص باللغة الفرنسية: " Est qualifié d'opérateur de plateforme en ligne toute personne physique ou morale qui fournit, à titre professionnel, à titre onéreux ou gratuit, un service de communication au public en ligne reposant soit sur le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers, soit sur la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service . (" .

ويتبين من ذلك ان المشرع الفرنسي قد حسم الجدل حول طبيعة المنصات الإلكترونية وتكييفها على انها كيان للربط بين الاطراف، مما يميزها قانونياً عن شركات التوصيل التقليدية التي تقدم خدمات التوصيل بنفسها. لكل ما تقدم و بناءاً على التعريف السابق للمنصات الإلكترونية العام، من الممكن ان تعرف المنصات الإلكترونية لخدمات التوصيل على "انها تطبيق إلكتروني أو بيئة رقمية تعمل بصفة وسيط إلكتروني وتهدف إلى الربط ما بين مقدم الخدمة (المطعم أو المتجر الإلكتروني) (ينظر المادة (1/سادساً)، من نظام تنظيم التجارة الإلكترونية في العراق رقم (4) لسنة 2025، والتي نصت على " ... سادساً - المتجر الإلكتروني : اي وسيلة الكترونية يستخدمها التاجر الإلكتروني لعرض منتجاته او خدماته على الزبائن سواء اكانت تطبيقات الكترونية ، او مواقع الكترونية ، او وسائل التواصل الاجتماعي ، او غيرها من التقنيات الحديثة التي تربط التاجر الإلكتروني بالزبون الكترونياً".) ، والمستهلك النهائي وتتولى إدارة طلبات النقل والتوصيل عبر وسائط مادية مقابل عمولة محددة، مع تحملها مسؤولية تضامنية عن أمن البيانات وصحة تنفيذ المعاملة الإلكترونية". وتتميز المنصات الإلكترونية بالاستقلالية ويقصد بها قدرة المنصات على مباشرة عملها دون ادنى تدخل بشري، او غيره من الوسطاء ويدخل في نطاق هذه الميزة ان تباشر المنصة التصرف



بشكل مستقل، وتبحث عن المعلومة ذات الصلة بتحقيق اهدافها وتبرم العقود من تلقاء نفسها (د. احمد، 2017، 68)، على سبيل المثال تختار المنصة الالكترونية للتوصيل تاريخ وصول او استلام الطرد للعميل بعد مراجعة جدول اعماله لتأكد من ان العميل ليس لديه الالتزام بتعارض مع هذا التاريخ (د. ربحي، 2022، 172)، فضلا على انها تتميز بالسرعة في تقديم خدمة التوصيل وعلى مدار اربع وعشرون ساعه مما يتيح لها قاعدة واسعة من العملاء.

الفرع الثاني

انواع المنصات الالكترونية

من الضروري التمييز بين نوعين من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل، الأولى تعتمد بشكل كامل على الذكاء الاصطناعي (نظم النقل الذكية)، والثانية تعتمد على الدمج ما بين الذكاء الاصطناعي والانسان (خدمات التوصيل المحلية)، في ابرام العقد وتنفيذه وان معيار التقسيم هذين النوعين من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل يكمن في ان النوع الأول تمتد فيه المسؤولية الى المنتج والمصمم للمنصات الالكترونية لخدمات التوصيل (الفتلاوي، 2022، 100)، بينما تكون المسؤولية في النوع الثاني من هذه المنصات مقتصره على الناقل او مشغل المنصة، وهذا ما سيكون محطة بحثنا في هذا الفرع من الدراسة وكالتالي:

أولاً :- المنصات الالكترونية التي تعتمد على نظم النقل الذكية:

ان ما يقصد بنظم النقل الذكية، تلك النظم الذي تعمل على تطبيق التكنولوجيا الحديثة بالكامل (الغامدي، 1442هـ، 421)، ولا سيما من خلال الاعتماد على منصات التوصيل الالكترونية التي تمثل الاداة التنفيذية لها، اذ تقوم هذه المنصات بأبرام العقد وتحدد أحكامه وتوجيه مندوب التوصيل اليها، وتتابع وتسهل الحركة المرورية وكذلك تسهم في المحافظة على سلامة الطرق وذلك عن طريق ارسال معلومات لمندوب التوصيل في الوقت المناسب دون اي تدخل بشري (القاضي، 2018، 2)، مما يزيد من كفاءتها التشغيلية الذي بدورها تساعد بشكل كبير على سرعة إبرام العقد وسهولة الحصول على خدمة التوصيل مقارنة مع شركات التوصيل التقليدية. وبذلك تعد هذا النوع من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل، وسيط تقني يعتمد كلياً على الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وادارة وتنظيم خدمة التوصيل.

أما عن موقف المشرع العراقي ان المشرع العراقي وان لم يضع نصوص تنظيمه خاصة لهذا النوع من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل، لكنه اعترف بالتعاقد الإلكتروني الذي ينظم عمل هذه المنصات وفق المادة (1/ عاشر) من قانون التوقيع والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2012، إذ اقر بصحة التعبير عن الإرادة اطراف العقد بوسائل إلكترونية، واعتبر المستندات والتوقيعات الإلكترونية ذات حجية قانونية. وبذلك فإن العقود التقنية التي تتم عبر منصات التوصيل الالكترونية، صحيحة ومنتجة لآثارها القانونية متى استوفت أركان العقد الاصلية. مما يعكس توجه المشرع العراقي نحو دعم التحويل الرقمي في خدمات التوصيل التقليدية (العراك، 2021، 77).

أما فيما يخص موقف المشرع المصري يمكن القول إن المشرع المصري نظم منصات التوصيل المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، من خلال اقرار المشرع لمشروعية "العقود الإلكترونية" التي هي الوسيلة الوحيدة لتشغيل منصات التوصيل الإلكترونية بعد تسجيلها وترخيصها قانوناً من قبل "هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات". وفق المادة (14) من قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004 حيث نصت "أن للتوقيع الإلكتروني ذات الحجية المقررة لتوقيع اليدوي". وهذا يعني أن "النقر" على زر الموافقة في منصات التوصيل الذكية، ينشئ عقداً صحيحاً وناظراً في حق العميل ومنصة التوصيل. كما ان قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 يتضمن حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية والتي تعرف على انها "كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستعمال وسيلة الإلكترونية وذلك حتى اتمام العقد" (عماد الدين، 2010، 21)، وفي الواقع ان التعامل مع هذا النوع من المنصات الإلكترونية صورة من صور التعاقد عن بعد.

اما فيما يخص موقف المشرع الفرنسي يستدل على موقف المشرع الفرنسي من منصات التوصيل التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، من خلال إرساء قواعد تنظيم العقود الإلكترونية والاتصال عن بعد (البطوش، 2016، 13)، حيث نص المشرع الفرنسي في القانون المدني الفرنسي (Code civil) وبالتحديد في المادة (1125) على انه "يمكن استخدام الوسيلة الإلكترونية لوضع الشروط التعاقدية او المعلومات المتعلقة بالسلع او الخدمات تحت التصرف" (النص باللغة الفرنسية: " La voie électronique peut être utilisée pour mettre à disposition des conditions contractuelles ou des informations sur des biens ou services."). ويمكن ادراج منصات التوصيل الذكية تحت مفهوم هذه المادة كونها تعد وسيلة من الوسائل الإلكترونية للتعاقد عن بعد، هذا وقد الزمة المشرع الفرنسي المنصات الإلكترونية بعد تسجيلها وترخيصها، بعرض شروط التوصيل بوضوح وبطريقة تسمح بحفظها واستنساخها وذلك في نص المادة (1-1127) من قانون المدني والتي نصت على "كل من يقترح، بصفة مهنية، عن طريق وسيلة إلكترونية، توريد سلع أو تقديم خدمات، يلتزم بأن يضع الشروط التعاقدية المطبقة تحت تصرف (المتعاقد الآخر) بطريقة تسمح بحفظها واستنساخها" (النص باللغة الفرنسية: " Quiconque propose, à titre professionnel, par voie électronique, la fourniture de biens ou la prestation de services, met à disposition les conditions contractuelles applicables d'une manière qui permette leur conservation et leur reproduction").

ثانياً: - المنصات الإلكترونية لخدمات لتوصيل المحلية:

ان هذا النوع من المنصات التوصيل الالكترونية، تقوم على الدمج بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والعنصر البشري، في كل مرحلة من مرحلة إبرام العقد و تنفيذه، ففي هذا النوع من المنصات الالكترونية يقتصر دور الأنظمة النقل الذكية على تقديم الدعم الفني والتنظيمي، كعرض الشروط و اسعار خدمات التوصيل واقتراح المسارات وإدارة الطلبات، في حين يظل التدخل البشري قائم في اتخاذ القرار النهائي وفي تنفيذ عملية التوصيل فعليا. الأمر الذي ينعكس على التكيف القانوني لهذا النوع من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل ويجعل منها منصات ذات تكيف هجين فهي وان كانت تقترب من طبيعة شركات توصيل التقليدية، لكنها ليس شركات توصيل وذلك كونها تعتمد في تنظيم وادارة عملها عبر الانترنت بشكل كامل، ولا يمكن تكيفها على انها وسيط الالكتروني وذلك نظر لدور البشري في ادارة هذه المنصات وتنفيذ عملية التوصيل.

اما عن موقف المشرع العراقي لم ينظم المشرع العراقي وكما تقدم ذكره المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل بشكل خاص، وكذلك الامر نحو تنظيم هذا النوع من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل وبالنظر لطبيعة نشاط هذا النوع من المنصات الالكترونية، والذي يعتبر صورة من صور انشطة التجارة الالكترونية (مهاوش، 2023، 333)، فيمكن القول ان المشرع العراقي نظم نشاط هذه المنصات وذلك في نظام التجارة الالكترونية رقم (4) لسنة 2025 حيث عرف التجارة الالكترونية في المادة (1/ ثالثا) منه التي نصت على انها "جميع الانشطة التجارية التي تتم عبر الانترنت، او اي وسيلة الكترونية اخرى وتشمل بيع وشراء السلع والخدمات، وتقديم العروض التجارية، والتسوق الالكتروني، وادارة المعاملات التجارية الالكترونية" هذا وان المنصات الالكترونية تعد من الوسائل الالكترونية التي يتم من خلالها بيع وشراء السلع والخدمات، حيث تقدم المنصات الالكترونية خدمات التوصيل ما بين المنتج والعميل.

اما عن موقف المشرع المصري يستند المشرع المصري إلى القواعد العامة في القانون المدني المرقم 131 لسنة 1948 وقانون المعاملات الالكترونية رقم 85 لسنة 2001، في تنظيم المنصات الالكترونية ويكيف المشرع المصري هذا النوع من المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل، باعتبارها "شركة مرخص لها" بتقديم خدمة التوصيل، وهي مسؤولة بالتضامن مع مندوب التوصيل عن سلامة الطرد مما يجعل العلاقات الناشئة عن ممارسة هذه المنصات لعملها اقرب الى المقابولة، من خلال طبيعة عملها التي تقتضي تعهد الناقل وهو مشغلي المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل بان يقوم

بعمل، وهو الالتزام بنقل الطرود الى مكان اخر، وفي ميعاد محدد ومقابل اجر محدد (د. محمد، 1962، 15).

وطالما أن المنصة الالكترونية تملك سلطة الرقابة والتوجيه والإشراف على مندوب التوصيل تترتب عليها مسؤولية تضامنية مع مندوب التوصيل عن اي خلل او ضرر يحدث اثناء عملية التوصيل(الهزايمة، 2021، 18).

اما عن موقف المشرع الفرنسي يتبنى المشرع الفرنسي موقفاً قانونياً متقدماً، تجاه منصات التوصيل الالكترونية التي تعتمد على التدخل البشري، حيث يرفض حصر دورها في كونها وسيط الالكترونى مستقل، وينظر إليها باعتبارها رب عمل يمارسه سلطة فعلية ومندوب التوصيل اجير. وقد رسخ المشرع هذا التوجه من خلال المادة (1-7341 L.) من قانون العمل ((code du travail في فرنسا والتي نصت على " يطبق هذا الباب على العمال المستقلين الذين يلجؤون لممارسة نشاطهم المهني، الى واحد او اكثر من المنصات الالكترونية للربط والتي تحدد الخدمة المقدمة او السلعة المباعة وتحدد سعرها" (النص باللغة الفرنسية : professionelle via une ou plusieurs plateformes électroniques de mise en relation qui déterminent le service fourni ou le bien vendu et en fixent le prix). فمتى كان للمنصة الالكترونية سلطة مباشرة وفعالية، انتقت صفة الوساطة البسيطة عنها وأصبحت المنصة ملزمة قانوناً بتحمل "المسؤولية الاجتماعية" تجاه مندوب التوصيل (من تأمين ضد حوادث العمل وغيرها). ويتعزز هذا الموقف التشريعي باجتهاد قضائي لمحكمة النقض الفرنسية يكرس مفهوم "التبعية القانونية"، حيث تعتبر الرقابة الالكترونية إدارة مباشرة للعنصر البشري، مما يجعل المنصة مسؤولة مسؤولية كاملة عن أعمال المندوب وسلامته.

الفرع الثالث

المعايير الاساسية لتميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل

لم تعد المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل مجرد وسيلة الكترونية لتبادل الطلبات، بل غدت إطاراً متكاملًا لتنظيم العلاقة التعاقدية وتنسيق عملية التوصيل، وتتبع الشحنات وتحديد الأسعار، وذلك باعتمادها الاساسي على شبكة الإنترنت والتقنيات الحديثة، حيث لم تعد هذه الخدمات مقتصرة تقديمها من قبل شركات التوصيل التقليدية المعروفة بل أصبحت تدار عبر أنظمة نقل ذكية، وعلى هذا الأساس برزت فروقات جوهرية ما بين شركات التوصيل التقليدية والمنصات الالكترونية لخدمات التوصيل من حيث الطبيعة القانونية، ومما ادى ذلك الى اختلاف في التبعية التنظيمية والترخيص لكلا الجهتين. لذا

سنتناول هذا الفرع عبر فقرتين، نتناول في الفقرة الأولى اختلاف الطبيعة القانونية ما بين شركات التوصيل والمنصات الالكترونية، وفي الفقرة الثانية نتناول اختلاف التبعية التنظيمية وجهة الترخيص ما بين شركات التوصيل والمنصات الالكترونية وكالتالي:

اولاً:- اختلاف الطبيعة القانونية ما بين شركات التوصيل والمنصات الالكترونية:

ان معيار التمييز بين الجهتين لا يقوم على الوسيلة المستخدمة، وإنما على مدى تدخل كل منهما في تنفيذ الالتزام محل عقد التوصيل، وتحمله للمخاطر والمسؤولية القانونية الناشئة عنه. فشركات التوصيل تكيف قانوناً على أنها طرف ثالث في عقد التوصيل، حيث تلتزم بمقتضاه بنقل الطرود من البائع الى العميل مقابل اجر محدد، حيث تكون حلقة وصل ما بين البائع والمستهلك مع تحملها مسؤولية المحافظة على الطرود وتسليمها في الزمان والمكان المتفق عليهما، وهو ما يخضعها لأحكام المسؤولية العقدية وبذلك تكون شركة التوصيل ملتزمة التزاماً أصلياً تجاه العميل، ولا يقتصر دورها على الربط أو الوساطة بين البائع والعميل(البزاز، 2022، 91). في مقابل ذلك توفر المنصات الالكترونية فضاء رقمي، يمكن البائعين من عرض منتجاتهم الى العملاء، دون ان تكون المنصة مالكة او منتجة للبضائع، ويكمن دورها بتقديم خدمات اخرى تتمثل بتوفير وسائل الدفع او الشحن مثل منصة (Etsy) (عبد الغني، 2025، 1443)، إذ تكيف المنصة في الأصل على أنها وسيط إلكتروني يقتصر دورها على إتاحة بيئة تقنية تجمع بين الاطراف المتعاقدة، وتنظيم عملية التعاقد إلكترونياً دون أن تكون طرفاً اصلياً في تنفيذ الالتزام المادي بالتوصيل. ويترتب على هذا التكيف أن المنصة لا تُسأل عن تنفيذ عملية التوصيل ذاتها، ما لم يثبت تدخلها في تحديد و فرض شروط عقد التوصيل أو التحكم في أجر، وفي هذه الحالة قد تتحول من مجرد وسيط إلى متعهد فعلي لتنفيذ خدمة التوصيل، مثال ذلك منصة (Amazon) ومن ثم تسال عن اي اخلال في الالتزامات تجاه العملاء (European, 2017, 2).

ثانياً:- اختلاف التبعية القانونية والترخيص بين شركات التوصيل والمنصات الالكترونية:

تختلف الجهات التنظيمية ونظم الترخيص القانونية بين شركات التوصيل التقليدية ومنصات الإللكترونية لخدمات التوصيل، نظراً لاختلاف طبيعة دورهما. حيث تصنف شركات التوصيل عادةً كمزودي خدمة توصيل، هذا ما يضعها تحت رقابة مؤسسات وهيئات البريد. أما المنصات الإللكترونية التي تعمل عبر تطبيقات الالكترونية، وترتبط بين البائعين و العملاء فإنها تُعامل غالباً ك وسيط الإللكتروني، وهي وسيلة الإللكترونية يستخدمها التاجر لعرض منتجاته او خدماته على العميل، وتشتترط

بعض التشريعات الحديثة ترخيصاً خاصاً للمنصات الرقمية ضمن إطار تنظيم الخدمات الإلكترونية ويتطلب ذلك تسجيل المنصة أو الحصول على ترخيص رقمي من هيئة تنظيم الاتصالات أو الاقتصاد الرقمي المتخصصة في الدول المختلفة.

في التشريع العراقي، لا بد من الإشارة الى ان الشركة العامة للبريد والتوفير الغت الترخيص للمنصات الالكترونية وفق الامر الاداري بتاريخ (2022/10/20) ، وحصرت الترخيص بتقديم خدمات التوصيل بشركات ومكاتب الترخيص التقليدية.

اما عن موقف التشريع المصري يشترط القانون أن تكون المنصات الإلكترونية كياناً قانونياً مسجلاً كشركة قبل ممارسة أي نشاط رقمي أو تقديم خدمات عبر الإنترنت، وتتص المادة 51 من قانون 180 لسنة 2018 لتنظيم الصحافة والإعلام على أنه "يشترط في مالك الوسيلة الإعلامية التي تزاول البث أو إعادة البث المسموع أو المرئي أو الإلكتروني أو الرقمي على شبكة المعلومات الدولية أن تتخذ شكل شركة من شخص واحد أو أكثر".

اما عن موقف التشريع الفرنسي، فقد وضع المشرع قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم 2004-575 الذي ينظم التجارة الإلكترونية، أساس حرية ممارسة النشاط دون اشتراط ترخيص إداري مسبق، مع الالتزام بالمسؤوليات القانونية تجاه العميل وشفافية المعلومات ونصت المادة (14) منه على "التجارة الإلكترونية هي النشاط الاقتصادي الذي يقوم من خلاله شخص ما بعرض أو تقديم السلع أو الخدمات عن بعد وبشكل إلكتروني. يشمل نطاق التجارة الإلكترونية أيضاً خدمات مثل توفير المعلومات عبر الإنترنت والاتصالات التجارية وأدوات البحث والوصول إلى البيانات واسترجاعها، والوصول إلى شبكة اتصالات أو استضافة المعلومات، بما في ذلك عندما لا يتم دفع ثمنها من قبل أولئك الذين يتلقونها. يعتبر الشخص مستقراً في فرنسا بالمعنى المقصود في هذا الفصل عندما يستقر هناك بطريقة مستقرة ودائمة تمكنه من ممارسة نشاطه بشكل فعال، بغض النظر عن موقع مكتبه المسجل في حالة الكيان القانوني" (النص باللغة الفرنسية: " Le commerce électronique est l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services Entrent également dans le champ du commerce électronique les services tels que ceux consistant à fournir des informations en ligne, des communications commerciales et des outils de recherche, d'accès et de liberté de pratique de la liberté de commerce électronique sous réserve de l'enregistrement.

الخاتمة

أولاً:- النتائج

عند التطرق لماهية شركات التوصيل ، بات من اللازم علينا ان نتطرق الى اهم ما توصلنا اليه من النتائج وما ينبغي طرحه من مقترحات وعلى النحو الاتي:

1. تعد شركات التوصيل من الشركات التجارية التي تختص بنقل الطرود وبأوزن محددة قانوناً، من مكان إلى اخر، سواء للأفراد أو لمؤسسات. وتمارس نشاطها على نطاق اقليمي او دولي.
2. تؤسس شركات التوصيل وفق الاجراءات تأسيس الشركات العامة في قانون الشركات العراقي المرقم 21 لسنة 1997.
3. ومع اختلاف اتجاهات التشريعات المقارن يمكن ان تكون شركات التوصيل في العراق عبارة عن فرع لشركة توصيل اجنبيه وذلك بعد استيفاء الشروط المقررة قانوناً.
4. يشترط لممارسة الشركات نشاط التوصيل ان تكون شركات مرخصة من قبل الشركة العامة للبريد والتوفير في العراق.
5. ان تميز شركات التوصيل عن المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل لا يقوم على الوسيلة المستخدمة في تقديم خدمة التوصيل، وإنما على مدى تدخل كل منهما في تنفيذ الالتزام محل عقد التوصيل، وتحمله للمخاطر والمسؤولية القانونية الناشئة عنه. فشركات التوصيل تكيف قانوناً على أنها طرف ثالث في عقد التوصيل، بينما تكيف المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل على انها وسيط الالكتروني دون ان تكون طرفاً في عقد التوصيل وذلك بالاستناد الى ما توصلت اليه التشريعات المقارنة.
6. تلتزم شركات التوصيل بنقل الطرود من البائع الى العميل مقابل اجر محدد، حيث تكون حلقة وصل ما بين البائع والمستهلك مع تحملها مسؤولية المحافظة على الطرود وتسليمها في الزمان والمكان المتفق عليهما، وبذلك تكون شركة التوصيل ملتزمة التزاماً أصلياً تجاه العميل، ولا يقتصر دورها على الربط أو الوساطة بين البائع والعميل كالمنصات الالكترونية.

ثانياً:- المقترحات:

1. انطلاقا من الفراغ التشريعي والتنظيمي لقطاع البريد في العراق ندعو المشرع العراقي الى التدخل تشريعا لتنظيم واقع الترخيص لشركات التوصيل، ووضع الية ادارية اكثر تنظيما وشفافية لتسجيلها وترخيصها لضمان حقوق العملاء وتشجيع الاستثمار.
2. ندعو المشرع العراقي الى تنظيم وبشكل صريح وثابتة الية تقديم الطلب على اجازة الترخيص ومدته ومن ثم تمكين الشركات المتقدمة الطعن في قرار رفض طلب الترخيص بعد ان يكون مسبب امام المحكمة المختصة بدال من الاعتماد على تعليمات ادارية متغير.
3. في ظل التحول الرقمي الذي يشهده عالم التجارة، ساهمت المنصات الالكترونية لخدمات التوصيل في تغير أساليب التجارة التقليدية، لما تتميز بيه من السرعة في تقديم خدمة التوصيل وعلى مدار اربع وعشرون ساعه وما يتيح لها ذلك من قاعدة واسعة من العملاء لذا ندعو المشرع العراقي الى اعادة النظر في قرار الشركة العامة للبريد والتوفير الذي يتضمن الغاء ترخيص المنصات الالكترونية في العراق واعادة تفعيلها اسوةً بالتشريعات المقارنة.

قائمة المصادر

أولاً: الكتب القانونية

1. أحمد، أ.ك. 2017. الطبيعة القانونية للوكيل الذكي على شبكة الإنترنت ط1. المركز القومي للإصدارات القانونية.
2. صالح، ب. م.، والعزاوي، ع. 2007. عنوان الكتاب غير مكتمل. [دار النهضة.
3. ملحم، ب. م.، والطراونة، ب. ح. 2012. الشركات التجارية ط1.
4. نادية، ح. 2024. النظام القانوني لتأسيس الشركات ذات المسؤولية المحدودة.
5. تبوب، ر.، وفاطمة الزهراء. 2022. قانون المعاملات الإلكترونية وفقاً لقانون 18-05 ط2. بيت الأفكار.
6. القاضي، س. ع. 2018. نظم النقل الذكية. جامعة الملك سعود.
7. نصير، س. 2004. الشركات التجارية ط1. المكتبة القانونية.
8. القليوبي، س. 2011. الشركات التجارية ط5. دار النهضة العربية.
9. بهنساوي، ص. 2007. الشركات التجارية. دار النهضة.
10. الفقي، ع. م. 2007. الشركات التجارية في القانون المصري. دار النهضة العربية.
11. السلماي، ع. ح. 2020. الوجيز في قانون الشركات التجارية. مطبعة طوبى.
12. الشواربي، ع. ح. د.ت. موسوعة الشركات التجارية.
13. الغامدي، ع. س. ع. د.ت. المفاهيم الأساسية في علم المرور. جامعة الرياض.
14. الدحيات، ع. 2019. النظام القانوني لشركة الشخص الواحد ذات المسؤولية المحدودة.
15. الفتلاوي، ع. ك.، والمشهدي، ع. ع. 2022. المسؤولية المدنية عن تقنية الذكاء الاصطناعي المعقدة. دروب المعرفة.
16. عماد الدين، ف. م. 2010. عقد التجارة الإلكترونية ط1. الحلبي الحقوقية.
17. جاسم، ف. إ. 2011. الموجز في الشركات التجارية. المكتبة القانونية.
18. العريني، م. ف. 2007. الشركات التجارية: المشروع التجاري الجماعي بين وحدة الإطار القانوني وتعدد الأشكال. كلية القانون، جامعة الإسكندرية.
19. شنب، م. ل. 1962. شرح أحكام عقد المقاوله. دار النهضة العربية.

20. عباينه، م. م. 2015. أحكام عقد النقل ط1. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
21. الكرعوي، ن. ج. م. 2025. محاضرات موجزة لشرح أحكام قانون الشركات التجارية وتعديلاته ط1. دار روافد - مكتبة الرياحين.
22. سري الدين، ه. ص. 2002. الشركات التجارية الخاصة في القانون المصري ط2. دار النهضة العربية.

ثانياً: الرسائل والأطاريح

1. البطوش، م. 2016. النظام القانوني للمتجر الإلكتروني رسالة ماجستير، جامعة مؤتة.
2. البزاز، ح. ح. ن. 2022. التنظيم القانوني لعقد التوصيل رسالة ماجستير، جامعة كربلاء.
3. حميد، ش. 2025. دور التسويق الفيروسي في نجاح خدمات التوصيل رسالة ماجستير.
4. الهزايمة، ص. ح. ع. ا. 2021. العلاقات القانونية الناشئة عن عقد النقل الذكي أطروحة دكتوراه، جامعة المنصورة.
5. سلمى، ع. 2025. دور العلاقات العلامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية لشركات خدمات التوصيل رسالة دكتوراه، جامعة 8 ماي 1945 قالمة.

ثالثاً: البحوث المنشورة

1. إبراهيم، أ. إ. 2025. العلاقة التعاقدية في عقد التوصيل التقني وآفاقه المستقبلية. مجلة النهريين للعلوم القانونية.
2. النوري، أ. ع. ح. د.ت.. مفهوم الشركة في القانون الخاص. بحث منشور.
3. عبد اللاه، آ. ز. 2019. عقد النقل البري للبضائع. مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية.
4. يوهانسون، أ. د.ت.. مزود خدمة التوصيل تعريفه وبيان دوره في مجال تكنولوجيا المعلومات. بحث منشور.
5. عبد، أ. ح. 2019. الإشكاليات القانونية في شركة الشخص الواحد محدودة المسؤولية. مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد.
6. عبد النور، ب. 2022. المنصة الإلكترونية منطلق لبعث التسويق الإلكتروني للتأمين. مجلة أبحاث ودراسات التنمية.
7. حسين، ج. ش. ح. ع. 2013. خدمة التوصيل إلى المنازل وأثرها في الفقه الإسلامي. مجلة حولية الدراسات العربية والإسلامية.



8. مهاوش، ح. ج. 2023. الطبيعة القانونية للنقل بواسطة التطبيقات الذكية. مجلة المعهد.
9. علي، س. ح. م. 2023. الطبيعة القانونية لشركة الشخص الواحد. مجلة روح القوانين.
10. عبد العزيز، ف. ب. 2022. المنصة الإلكترونية منطلق لبعث التسويق الإلكتروني للتأمين. مجلة أبحاث ودراسات التنمية.
11. عبد الغني، ك. ش. ح. 2025. التحديات القانونية للتجارة عبر المنصات الإلكترونية وتحليل مسؤولية المنصات. مجلة روح القوانين.
12. فرحان، ل. م. ص. 2024. الطبيعة الخاصة لشركات المسؤولية المحدودة.
13. العراك، ن. 2021. الوسيط الإلكتروني في التجارة الإلكترونية في القانون العراقي. مجلة الباحث العربي.

رابعاً: القوانين المقارنة

1. القانون المدني الفرنسي لسنة 1804.
2. القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948.
3. القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951.
4. قانون البريد المصري رقم 16 لسنة 1970.
5. قانون البريد العراقي رقم 97 لسنة 1973.
6. قانون النقل المصري رقم 88 لسنة 1980.
7. قانون النقل العراقي رقم 80 لسنة 1983.
8. القانون التجاري العراقي رقم 30 لسنة 1984.
9. قانون الشركات العراقي رقم 21 لسنة 1997.
10. قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم 14 لسنة 2010.
11. قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010.
12. قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 79 لسنة 2012.
13. نظام رقم 2 لسنة 2017 الخاص بفروع الشركات الأجنبية في العراق.
14. قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018.
15. قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي رقم 1063 لسنة 2019.



16. قانون النقل الفرنسي رقم 73 لسنة 2019.

17. قانون تنظيم وتنمية استخدام التكنولوجيا المالية في الأنشطة المالية غير المصرفية رقم 5 لسنة 2022.

18. نظام تنظيم التجارة الإلكترونية رقم 4 لسنة 2025.

19. اللائحة الإطارية للمنصات والخدمات الرقمية لسنة 2025.

خامساً: المصادر الأجنبية

1. European Commission. (2017). *Communication on Tackling Illegal Content Online – COM(2017) 555 final*.
2. AKD Benelux Lawyers. (n.d.). *Digital logistics platforms: What about their legal position?*