

منازعات التجارة الإلكترونية

المقدمة:

لقد ظهرت العديد من الوسائل الإلكترونية الحديثة التي قضت تماما على عنصري الوقت و المسافة و التي أدت إلى تخطي الحدود الفاصلة بين الدول و عبر القارات , حيث أصبح من السهل على أي شخص في أي مكان أن يحصل على جميع المعلومات التي قد يحتاج إليها في أي مجال من المجالات المختلفة عن طريق شبكة الإنترنت. و تعتبر التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين , و من تم فقد أصبحت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد , و احد الآليات الهامة التي تعتمد عليها عوامة المشروعات التجارية و الإنتاجية و أصبحت تحتل في الوقت الحاضر مكانة الدرجة الأخيرة من درجات سلم التطور التاريخي لموضوعات تقنية المعلومات , ذلك لأن العالم اليوم يعيش ثورة صناعية و هي ثورة معلوماتية. و هذا راجع لانتشار تكنولوجيا الاتصالات بصورة كبيرة حتى صار العالم قرية صغيرة تحلق في فضاء الكتروني, تتقلص فيه المسافات و تتلاشى فيه الحدود الجغرافية التقليدية و لم يعد البشر أسرى لمكانهم فوق كوكب الأرض و هو الأمر الذي كان له بالغ الأثر على مناحي الحياة الاقتصادية و الاجتماعية و العلمية و القانونية , وهذا ما أدى إلى بروز التجارة الإلكترونية حيث تحولت الأسواق العالمية إلى أسواق واسعة , هذا ما سمح بقيام علاقات تعاقدية بين الأطراف عن طريق قيام حوار متبادل بين الطرفين عبر الشبكة من خلال شاشات الحواسيب الآلية , هذا ما يعرف بالتعامل التجاري الإلكتروني التي أفضت بوجود نزاعات مختلفة أدت إلى خلق تساؤلات حول ما إذا كان هناك جهات مختصة لفض هذه النزاعات و ما إذا كان هناك قانون خاص يطبق عليها, و بالتالي فنطاق بحثنا يشمل التجارة الإلكترونية و التي تشهد نموا متصاعدا في الوقت الحالي مما جعلها تشكل نسبة كبيرة من حجم التجارة الدولية, و هذا راجع لما تتميز به هذه الأخيرة من سرعة و سهولة في الإبرام والتنفيذ حيث يمكن للشخص الوصول إلى ما يرغب فيه من خلال عروض متسعة الخيار بالضغط على لوحة المفاتيح الموجودة بجهازه الخاص المتصل بالانترنت دون الحاجة للانتقال.

منازعات التجارة الإلكترونية

و السبب في اختيار هذا المنحى هو ظهور التنازع القانوني الذي يقوم بنشوء مثل هذه المنازعات لأنه غالباً ما يكون أحد أطراف التعاقد في هذا المجال عنصر أجنبي.

و بالتالي اتسع نطاق بحثنا ليشمل نطاق الاختصاص والقواعد القانونية الواجبة التطبيق على منازعات التجارة الإلكترونية, وما إذا كان هناك وسائل بديلة لفض هذه المنازعات.

فدراسة هذا الميدان له أهمية عملية و علمية, على أن هذه الأخيرة ظهرت جليا في كون أن هذه المعاملات كان لها بالغ الأثر في انتشار التجارة و توسعها بشكل مذهل , و كذا نظرا لانخفاض التكاليف و النفقات , أصبحت تمثل مجال لممارسة عالمية شرسة بين عمالقة الاقتصاد , بالإضافة إلى تباين و اختلاف الأنظمة القانونية و عدم اتفاق الأطراف على القانون المختص .

و بالتالي فالمشكلة هنا تحوم حول دائرة الاختصاص والقانون الواجب التطبيق على منازعات التجارة الإلكترونية والتي تجعلنا نطرح عدة تساؤلات منها:

*كيف يمكن معالجة مشكل الاختصاص و القانون الواجب التطبيق الذي قد يقف عائقاً أمام محاولات حل نزاعات تتعلق بتعاملات تجارية إلكترونية؟

*هل هناك قواعد قانونية خاصة لحل مثل هذه المنازعات؟

*هل هناك محاكم تختص للنظر في مثل هذه المنازعات؟

*هل هناك وسائل تقاضي بديلة يمكن اللجوء إليها في هذه الحالات؟

و للإجابة على هذه التساؤلات نتبع الخطة التالية:

منازعات التجارة الإلكترونية

خطة البحث

المقدمة

- الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
- المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية و مجال سريانها
 - المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
 - الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية
 - الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية
 - الفرع الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية
- المطلب الثاني: مجال سريان التجارة الإلكترونية "عالم الانترنت"
 - الفرع الأول: تعريف الانترنت
 - الفرع الثاني: خصائص الانترنت
 - الفرع الثالث: مزايا و عيوب الانترنت
- المبحث الثاني: كيفية التعامل في بيئة التجارة الإلكترونية
 - المطلب الأول: التعاقد بطرق الكترونية
 - الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني
 - الفرع الثاني: خصائصه
 - الفرع الثالث: كيفية إبرامه

منازعات التجارة الإلكترونية

- المطلب الثاني: وسائل الدفع في بيئة التجارة الإلكترونية

- الفرع الأول: بطاقات الائتمان

- الفرع الثاني: بطاقات الوفاء

- الفرع الثالث: بطاقات الخصم الفوري

- الفصل الثاني: الاختصاص والقانون الواجب التطبيق ووسائل التقاضي البديلة

- المبحث الأول: الاختصاص و القانون الواجب التطبيق

- المطلب الأول: محاولات وضع قانون ينظم التجارة الإلكترونية و الاختصاص فيها

- الفرع الأول: التوصيات الدولية الأساسية

- الفرع الثاني: القواعد القانونية

- المطلب الثاني: اتجاهات النظم المقارنة والقضاء المقارن بشأن الاختصاص والقانون الواجب التطبيق

- الفرع الأول: اتجاهات الولايات المتحدة الأمريكية

- الفرع الثاني: اتجاهات الاتحاد الأوروبي

- الفرع الثالث: موقف المشرع الجزائري

- المبحث الثاني: الحالات القضائية التطبيقية ووسائل التقاضي البديلة لفض منازعات التجارة الإلكترونية

- المطلب الأول: الحالات القضائية التطبيقية

- الفرع الأول: حالات عدم وجود الارتباط الكافي

- الفرع الثاني: حالات الارتباط الكافي

- الفرع الثالث: حالات تتوقف عن الاستمرارية و الانتظام

منازعات التجارة الإلكترونية

-المطلب الثاني: وسائل التقاضي البديلة و أهميته.

-الفرع الأول: وسائل التقاضي البديلة

- الفرع الثاني: أهميتها بالنسبة لهذا النوع من المنازعات

- الخاتمة.

منازعات التجارة الإلكترونية

الفصل الأول : ماهية التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية و مجال سريانها.

يمكن لمنشآت الأعمال و الأفراد استعمال التجارة الإلكترونية لتقليل تكاليف الصفقات بتحسين تدفق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال, و بتقليل تكاليف البحث عن المعلومات حول المشتريين المحتملين والبائعين وزيادة عدد المشاركين المحتملين في السوق , فإن التجارة الإلكترونية يمكنها تغيير جاذبية التكامل الرأسي لكثير من المنشآت , و ليس واضحاً مع هذا ما إذا كان الخيار الواسع لانتشار التجارة الإلكترونية سوف يسبب تحول هياكل المنظمات المتدرجة إلى هياكلها السابقة على أساس السوق , ولكن من المؤكد أن هذا الاحتمال بارز¹

فلا شك أن النشاط التجاري الاقتصادي المعاصر لم يعد يقتصر النطاق الجغرافي الذي يلتقي فيه المتعاملون هذا المجال , بل امتد ليشمل الصفقات التجارية التي تتم عن بعد من خلال الاتصال غير المباشر بين المتعاملين عبر الإنترنت و قد تغير شكل السوق ومكانه في زمننا هذا , فبعد أن كانت المحلات تتوزع على الشوارع , أصبحت مراكز التسوق التجاري عبر الإنترنت هي البديل المربح للتسوق , و على ذلك فقد تأثرت عملية البيع التقليدية بظهور الإنترنت أو بمفهوم آخر بظهور التجارة الإلكترونية و يتضح ذلك من خلال مقارنة عملية البيع التقليدي و الشكل الحديث لعملية البيع.

أولاً: الشكل التقليدي لعملية البيع.

و يتمثل هذا الشكل في التداول العادي للسلع بدايةً من المنتج أو الموزع لها , و الذي يقوم بإمداد تجار الجملة أو تجار التجزئة بها, و يقوم هؤلاء الآخريين ببيعها للمستهلك أو في كل مرحلة من مراحل التداول السابقة يقوم كل طرف

¹ : د. طارق عبد العال حماد , التجارة الإلكترونية , الدار الجامعية , 2004-2005 , ص 48.

منازعات التجارة الإلكترونية

بإضافة هامش ربح على ثمن السلعة حتى تصل إلى المستهلك بسعر أو ثمن محدد يزيد عن السعر المحدد من قبل المنتج أو الموزع ولا شك أن التداول التقليدي للسلع يستغرق فترة زمنية طويلة نتيجة تعدد المراحل التي يتم فيها تداول السلع، وهذا فضلا عن تأثير هذا التداول بحركة الأسواق وانخفاض أو ارتفاع الأسعار.

ثانيا: الشكل الحديث لعملية البيع.

تأثر الشكل الحديث بعملية بيع السلع في أوائل السبعينيات وما صاحبها من تطبيق تحويلات الالكترونية للأموال وتبادل إلكتروني للبيانات وقد أدى ذلك كله إلى اختصار مراحل تداول السلعة ومن ثم انخفاض سعرها ووصولها إلى المستهلك بسعر ملائم لإمكانياته العادية . وعلى ذلك تقتصر التجارة الإلكترونية على المبادلات التي تتم بين التاجر والمستهلك، وهو المجال الذي تستحوذ فيه الكتب والاسطوانات المدججة وأجهزة وبرامج الكمبيوتر وخدمات السفر وحجز التذاكر والخدمات المالية على النصيب الأكبر من هذا القطاع²

-ارتباط ظهور التجارة الإلكترونية بخدمة الانترنت :

بدأ بالفعل استخدام شبكة الإنترنت في الأغراض التجارية عام **1992** عندما ظهرت شبكة " world wide

web " أو "www" و هي إحدى فروع شبكة الانترنت.

و تقوم خدمات شبكة " WWW " على تقديم البيانات في صورة قوائم و ملفات و استخدام الملونة وكذلك تقديم طرق البحث السهلة السريعة عن المواقع.

و قد ظهرت أولى المواقع التجارية على الشبكة عام **1993**، و اقتصرت هذه المواقع على تقديم إعلانات متعلقة ببعض السلع فقط. وإذا كان واقع شبكة الانترنت في بداية إطلاقها يعكس ميلاد مواقع النشر الالكتروني التي تتضمن معلومات عامة وتعريفية وإعلامية، فإن السائد في وقتنا الحاضر شيوع مواقع التجارة الالكترونية، فحتى المواقع المعلوماتية البحثية

² : د. عصام عبد الفتاح مطر ، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية ، الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2009 ، ص 10 .

منازعات التجارة الإلكترونية

أضافت إلى مواقعها مداخلة الأنشطة التسويقية والخدمات على الخط، ولا يكاد يخلو موقع من نشاط استثماري ومالي بشكل مباشر أو غير مباشر.

فوفقاً لمؤسسة "MEDIA MATRIX" فإن أكثر من 15 قطاع تعليمي استخدمها من حيث عدد الزائرين لم يكن يتضمن في عام 1996 أي خدمات تتصل بالتجارة الخارجية، إما في الوقت الحاضر فإن جميع المواقع التعليمية المشار إليها تعرض خدمات التجارة الإلكترونية (اتصالات، البريد الإلكتروني، أخبار عامة، خدمات ذات علاقة بالهاويات،.... الخ).

وبنظرة سريعة على أعمال الوساطة والسوسنة عبر الإنترنت يلاحظ أن الوسطاء تمكنوا من زيادة عدد عملائهم عن الربع الأول لعام 1998 بواقع 1,2 مليون وبلغت الزيادة في الاستثمارات 100 مليون دولار بزيادة يومية بلغت 49%³ كما أن البريد الإلكتروني عمليات الاتصال بين البائع والمشتري، وكذا عمليات المفاوضات حول سلعة معينة، وإتمام عمليات البيع والعقود الخاصة بالصفقات التجارية بين الشركات بصورة سريعة وغير مكلفة في نفس الوقت. و بصورة إجمالية فإن الإنترنت قد غيرت وجه عالم التجارة والأعمال، وساهمت في تحقيق الوجود الفعلي للكمبيوتر وهكذا أصبحت التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت في ازدهار و تزايد مستمر نتيجة للتطورات الهائلة في وسائل وشبكات الاتصال، و شبكة المعلومات وصناعة البرمجيات الخاصة بالتأمين والدفع الإلكتروني⁴

³: د. عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 11-13

⁴: د. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص

منازعات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

نتناول في هذا المطلب تعريف التجارة الإلكترونية , خصائصها و أنواعها.

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

الحقيقة انه ليس هناك تعريفا محدد لتجارة الالكترونية حتى الآن, وذلك للأسباب التكنولوجية الحديثة وللتوافق في

استخدامها في شتى المجالات الحياتية, ولعل أهم التعريفات:

* هي نوع من عمليات البيع والشراء بين المستهلكين والمنتجين, أو بين الشركات مع بعضهم البعض باستخدام

تكنولوجيا المعلومات والاتصال⁵

* هي مبادلة سلعة بمال أو خدمة بمال, ولا بد أن يتم وسيط الكتروني⁶

* هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين

الشركة والشركات الأخرى والشركاء والعملاء⁷

* هي عبارة عن إنتاج وترويج وبيع وتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات⁸

* هي تفيد كل ما يتصل بعملية شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية

الأخرى ويشمل ذلك :

⁵ : د. رأفت رضوان , عامل التجارة الإلكترونية , منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية , 1999 , ص 13 .

⁶ : د. محمد أمين الرومي , النظام القانوني للتحكيم الإلكتروني , دار الفكر الجامعي , الإسكندرية , ص 08 .

⁷ : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 13 .

⁸ : د. عبد الفتاح بيومي حجازي , المرجع السابق , ص 25 .

منازعات التجارة الإلكترونية

- الإعلانات السلع والبضائع والخدمات.
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عملية الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع.
- التفاعل و التفاوض بين البائع والمشتري.
- عقد الصفقات و إبرام العقود.
- سداد الالتزامات المالية و دفعها.
- عمليات توزيع و تسليم السلع و متابعة الإجراءات.
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن .
- تبادل البيانات الإلكترونية بما في ذلك كتالوجات الأسعار, الفواتير الإلكترونية , التعاملات المصرفية⁹
- * عرفت أيضا بأنها عملية البيع و الشراء عبر الشبكات الإلكترونية على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكمبيوتر و أنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية¹⁰
- * هي مجموعة متكاملة من عمليات الصفقات وتأسيس الروابط و توزيع وتسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية¹¹

⁹ : د. طارق عبد العال حماد , المرجع السابق , ص 08

¹⁰ : د. رأفت رضوان , المرجع السابق , ص 17 .

¹¹ : د. رأفت رضوان , المرجع السابق , ص 17

منازعات التجارة الإلكترونية

الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

إن لتعاملات التجارة الإلكترونية ستة خصائص تختلف فيها عن غيرها من التعاملات التجارية الإلكترونية

التقليدية, و هذه الخصائص هي:

1- **انتفاء الوثائق الورقية للمعاملات:** بحيث أنه لا ترتبط المعاملات الإلكترونية بوجود أي وثائق ورقية

متبادلة في إجراء وتنفيذ المعاملة , مما يشكل صعوبة في إثبات العقود و التعاملات وتصبح الرسالة الإلكترونية هي الدليل الوحيد للإثبات مما ينشأ عنه الإثبات القانوني و أثره كعائق أمام نمو التجارة الإلكترونية .

2- **المبيعات عبر العالم:** بمعنى إلغاء قيود الزمان و المكان التي تعترض المتعاملين في دائرة التجارة التقليدية

3- **الانفصال المكاني:** عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم التلاقي في ما

بينهما من خلال شبكة الاتصال , كما أنه يتيح للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي في العالم.

4- **صعوبة أو عدم إمكانية تحديد الهوية:** إن الأصل أن هوية أطراف التعامل التجاري لا يرى كل واحد

منهما الآخر و حتى أنهم لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض , كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية و هذا كله لعدم وجود علاقة بينهما , بغض النظر عن وجود الدرجة العالية من الفعالية على الشبكة و هذا ما يُمكن أحد الأطراف من التهرب الضريبي بعد التسجيل في دفاتر المحاسبة

5- **المنتجات الرقمية:** التنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على

الشبكة وذلك بخلاف أي من وسائل الاتصال السابقة و التي كانت تقف عاجزة عن التسليم أو تقوم بتسليم البعض كاستخدام الفاكس في التقارير المكتوبة في صورة نسخ غير أصلية إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستثمارات.

منازعات التجارة الإلكترونية

6- سرعة تغيير القواعد الحاكمة: رغم أنه لم يتم بعد وضع صياغة نهائية للقواعد بالنظام الضريبي

بالتعاملات التجارية الإلكترونية , إلا أن التشريعات الحاكمة لها و المحاولات المتعلقة بها تتغير بمعدلات مسارعة و من تم فإنه لا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة و قابل للتعديل.

الفرع الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

إنه و حسب طبيعة البائع و المشتري فلتجارة الإلكترونية عدة مستويات في الأسواق الإلكترونية منها:

1- مؤسسة أعمال-مؤسسة أعمال : business to business

و هو المجال الذي تتم فيه العملية التجارية فيما بين المؤسسات باستعمال الوسائل الإلكترونية و تمثل أيضاً عملية

الشركاء في عملية التجارة و يرمز أليها بالرمز B2B¹²

و يعد هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة شيوعاً في الوقت الحالي و ذلك باستخدام الوثائق الإلكترونية.

2- مؤسسة أعمال -مستهلك : business to consumer

وهي عملية تجارية تحدث بين المؤسسة والزبون (المستهلك) باستعمال وسائل الكترونية وهي غالباً تمثل العلاقة بين

أصحاب المشروعات والمستهلكين , ويرمز إليها بالرمز B2C كما تقدم كل أنواع السلع والخدمات وتسمح للمستهلك

باستعراض السلع المتاحة وتنفيذ عملية الشراء ويتم الدفع بطرق مختلفة كاستخدام بطاقة الائتمان أو الشيكات الإلكترونية

وهناك من يسميها بالتسويق الإلكتروني SHOPPING ELECTRONIC.

3- مؤسسة - حكومة : BUSINESS TO GOUVERNEMENT

¹² : د. رأفت رضوان , المرجع السابق , ص 30 .

منازعات التجارة الإلكترونية

هذا النمط يغطي كل المعاملات بين الشركات والهيئات الحكومية مثل ما تقوم به كندا من عرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت ,واليا يعتبر هذا النمط في مرحلة وليدة ,ولكن سوف يتوسع بسرعة كبيرة إذا قامت الحكومة باستخدام عملياتها بأسلوب التجارة الإلكترونية ويرمز لها بالرمز G2B

4-الحكومة –مستهلك: GOUVERNEMENT TO CONSUMEN

بدأ هذا الجزء يتطور ويتسع في الآونة الأخيرة ويتضمن العدد من الأنشطة كدفع الضرائب والرسوم وتقديم

تصريحات إلى مختلف إلهيا الإدارية التي يلتزم بها المستهلك اتجاه إدارته ويرمز لها G2C¹³

المطلب الثاني : مجال سريان التجارة الإلكترونية "عالم الانترنت"

لقد اشرنا سابقا أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن تبادل تجاري في عالم الكتروني وهو عالم الانترنت فما

المقصود إذا بالانترنت ؟.

الفرع الأول: تعريف الانترنت

الانترنت هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر مختلفة الأنواع والأحجام في

العالم وتكمن أهمية الانترنت التي تسمى أيضا الشبكة في كونها وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل

المعلومات¹⁴

ولتعريف آخر نطرح التساؤل من يمتلك هذه الشبكة ومن يتحكم بها ؟

¹³ : د. رأفت رضوان , المرجع السابق , ص31

¹⁴ : د. سعد غالب ياسين , د. بشير عباس العلق , التجارة الإلكترونية , دار المناهج للنشر و التوزيع , الطبعة الأولى , 2004 , ص 97 .

منازعات التجارة الإلكترونية

فبقول أن الإنترنت حصيلة جهود وإسهامات مشتركة لعدد كبير من المنظمات والمؤسسات والمعاهد التي تساهم بأنظمتها الحوسبية وبمواردها في خدمة وصيانة وتحديث هذه الشبكة وبناء عليه , لا يستطيع أي شخص أو مؤسسة (حكومية أو غير حكومية) أن يدعي ملكية الإنترنت أو يدعي السيطرة الكاملة عليها¹⁵

كما يعرف الإنترنت أيضا على أنه عالم بلا حدود , يستطيع فيها المستخدم التدخل إلى الشبكة من أي مكان في العالم , كما أن بنيتها التحديثية المتمثل بأنظمة الكمبيوتر الخادمة (servers) و الاتصالات قد تمتد إلى العديد من الدول , كما أن مكان ممارسة العمل الفعلي للشخص قد لا يكون هو المكان الذي تقدم من خلاله خدمة إطلاق الموقع على الشبكة¹⁶

الفرع الثاني: خصائص الإنترنت

للإنترنت خصائص كثيرة تتلخص أهميتها فيما يلي:

1- الخروج من محيط البلد الضيق إلى مساحة العالم الواسعة: تتيح الإنترنت للباحث القدرة على الحصول على

المعلومات من مختلف أنحاء العالم , وتسمح له بالإطلاع على جل ما كتب في بحثه ومسألته العلمية.

2- تعدد المصادر و التحديث المستمر: الإنترنت بوابة المعلومات , تسمح للباحث أن يجد ما يحتاجه من

مصادر مختلفة , ولا يعتمد على الكتب التي صدرت في بلد معينة مثلا , أو المجودة في مكتبة جامعية ما , وإنما أمامه بوابة , ما إن يفتحها حتى تقدم له ما يحتاجه.

3- سهولة الوصول للمعلومات و توفير وقت الباحث: إن وجود محركات البحث المتعددة والمتطورة بما فيها من

قدرة عالية وسهلة على البحث والتصفح, وتمكن أي باحث من البحث دون الحاجة الى مساعدة من احد إضافة إلى

تعدد هذه المحركات, وهذا لا يتيح البحث ي أكثر من محرك في ان واحد أو الانتقال من محرك إلى آخر عند عملية

¹⁵ : د سعد غالب ياسين , المرجع السابق , ص 100

¹⁶ : د سعد غالب ياسين , المرجع السابق , ص 100

منازعات التجارة الإلكترونية

البحث ,مما يؤدي إلى استحضار المعلومات المطلوبة من أكثر من مكان , كما أن تواجد محركات البحث تسمح للباحث أن يصل للمعلومة من خلال عدة مداخل ,عبر الكلمة أو الموضوع أو الكاتب أو جهة النشر أو الجامعة أو البلد أو غير ذلك.....الخ.

4- **حدثة المعلومات:** لعل أهم ما يميز الانترنت هو ما تتميز به من قدرة مثالية على تحديث معلوماتها , فلا

يستغرق الأمر سوى بضع دقائق يتم من خلالها تعديل المعلومة أو تحديثها أو إضافة معلومة جديدة

5- **عدم التقييد بساعات محدد أو أماكن بعينها:** معنى هذا أن المعلومة معروضة **24/24** سا ويمكن الحصول

عليها في أي مكان وزمان¹⁷

6- **فضاء لا يقوم على الأوراق:** تتم المراسلات في عالم الانترنت عبر وسائل تقنية عديدة مثل البريد الإلكتروني

والاتصال المباشر على واجهة الموقع على شبكة الويب ,أو الاتصال الصوتي عبر مواقع الانترنت أو الاتصالات المرئية

فيما يعرف بوسائل الائتمان عن بعد وغيرها ,وفي جميع هذه الحالات فإننا نكون أمام رسالة الكترونية عبارة عن (وثيقة)

الالكترونية موجودة داخل نضام الكمبيوتر ترسل عبر الشبكة إلى نظام كمبيوتر آخر¹⁸

الفرع الثالث : مزايا وعيوب الانترنت .

للانترنت كغيرها من وسائل التواصل لها مزايا كما لها عيوب نلخص منها ما يلي :

-مزايا الانترنت :

-استخدام البريد الإلكتروني لإرسال رسائل وملفات لشخص أو عدة أشخاص خلال ثواني والرد خلال ثواني .

-عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من اجل أهداف تجارية وأهداف أخرى .

¹⁷ الموقع الإلكتروني: <http://www.veecos.net>

¹⁸ الموقع الإلكتروني: <http://www.droit-com>

منازعات التجارة الإلكترونية

-تكوين موقع للمحادثة الآنية chat بحيث يتنافس عدة أفراد حول العالم أنيا للحصول على معلومات مطلوبة للأبحاث

-إمكانية البحث عبر الانترنت عن بضائع معينة .

-الحصول على شهادة دراسية عالية مثل البكالوريوس أو الماجستير عبر الانترنت .

-تسهيل الحصول على معلومات عن شركات أو أفراد مختلفين

-تحديث وعي الطالب الجامعي خاصة والمواطن عامة , كل في مجاله على اتجاهات السوق العالمي .

-الاشتراك مجاناً بمجلات الكترونية عبر البريد الالكتروني .

-توسيع أفق الطالب والتلميذ عن طريق تشجيعه للدخول في مدارس أكاديمية مع طلاب من دول أخرى .

-تسهيل إمكانية التعاون بين الأفراد والمؤسسات في الوطن الواحد وفي العالم اجمع¹⁹

عيوب الانترنت:

-استخدام الانترنت وخاصة الدردشة الجنسية تؤدي إلى التسريب الجنسي اليومي الذي ينشأ بين الشباب والفتاة دون علاقة حقيقية .

-كل العلاقات التي تتم عبر الانترنت بين الشباب والشابات علاقات مصطنعة وغير طبيعية وبالتالي علاقات مزيفة .

-يتيح الانترنت التخفي فيلعب الولد دور البنت والعكس ,وهذا يسمح باضطرابات .

-خلق جرائم عديدة كالقرصنة التي قد تمس امن الدولة .

¹⁹ -الموقع الالكتروني: <http://www.paldf.net>

منازعات التجارة الإلكترونية

-يسبب العزلة الاجتماعية ,ذلك لان الجلوس على الانترنت لساعات طويلة للتصفح أو الإطلاع على الأخبار يسبب العزلة الاجتماعية .

-انتهاك حرمة الأدبية الخ²⁰ .

المبحث الثاني : كيفية التعامل في بيئة التجارة الإلكترونية

أن هذه البيئة أي بيئة التجارة الإلكترونية يتم فيها التعامل كغيرها من المعاملات التجارية الأخرى العادية , من تعاقد ووسائل دفع وتسليم و تقديم الخدمات لكن في هذا المجال تكون بطرق إلكترونية , وبالتالي سنتناول في هذا المبحث كل ما يتعلق بالعقد الإلكتروني من تعريف وخصائص وكيفية إبرامه من جهة وبعض وسائل الدفع في هذه التعاملات التجارية الإلكترونية من جهة أخرى.

المطلب الأول : التعاقد بطرق الكترونية

يختلف عقد التجارة الإلكترونية عن العقد التقليدي لاحتوائه على عنصر ثالث يسمى بالوسيط الإلكتروني ,وهو الحاسوب الذي يمتلكه كل من المتعاقدين والذي من خلاله تقوم شبكة الاتصالات الدولية بنقل التعبير عن الإرادة لكل الأطراف المتعاقدة ,فسوف نتناول في هذا المطلب تعريف العقد الإلكتروني ,خصائصه وكيفية إبرامه .

الفرع الأول : تعريف العقد الإلكتروني

إن موضوع التجارة الإلكترونية قد أثار جدلا واسعا أمام فقهاء القانون و اختلفت وجهات نظرهم في تعريف العقود ولعل مرد هذا الإخلاف يرجع إلى تنوع هذه العقود , ذلك كونها قد تكون ضمن قائمة العقود المسماة أو غير المسماة .

²⁰ - الموقع الإلكتروني: <http://www.droit>

منازعات التجارة الإلكترونية

فحسب التعريف الفقهي هو عقد يتم إبرامه عبر شبكة الإنترنت بمعنى عقد عادي , إلا أنه يكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها²¹

كما عرفها البعض بأنها اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب و القبول بفضل التواصل بين الأطراف بوسائل مسموعة مرئية عبر شبكة دولية مفتوحة الاتصال عن بعد بمعنى ينشأ العقد من تلاقي الإيجاب مع القبول عن بعد بين الموجب والقابل دون الحاجة لانتقال الأطراف والتقاءهم في مكان معين , هذا بدوره يميز العقد الإلكتروني عن عقد البيع في الموطن

contrat de vente domicile أو ما يسمى السعي لإبرام العقد²²

كما عرفتها المادة **01 / 1** من مشروع اتفاقية التعاقد الإلكتروني : "بأنها العقود المرممة أو المكتتبة باستخدام رسائل البيانات²³

ومن خلال هذه التعريفات يتبين لنا :

- أ- من حيث النطاق والوسيلة: إن عقود التجارة الإلكترونية تتم من خلال تقنية الاتصال عن بعد **technique de communication à distance** دون الحاجة إلى حضور مادي للمتعاقدين, هذا ما يميزها عن العقود التقليدية , هذه الأخيرة تستلزم حضور متعاقدين و تبادل الإيجاب والقبول.
- ب- من حيث طريقة التعبير عن الإرادة: لا يختلف الإيجاب الإلكتروني من حيث المبدأ عن الإيجاب التقليدي ما دام أن الموجب قصد بإيجابه ترتيب أثر قانوني جدي بطريقة بائنة , لدى فالإيجاب يكون عامة موجه لكافة دول العالم و بهذه السمة الانفتاحية يصبح التعاقد متاحا للجميع.

²¹ : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 11

²² : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 12

²³ : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 12

منازعات التجارة الإلكترونية

ج- من حيث المحل: منها ما يتم كليتا على الخط on ligne دون الحاجة للانتقال الأطراف وهذا يحدث في العقود التي يكون محلها غير مادي و تكون متاحة على الخط كعقود الخدمات المصرفية والتعليمية, ومنها ما يتم إبرامه خارج الخط عندما تكون الأشياء المادية Hor ligne عندما تكون الأشياء مادية فهنا الشبكة تعتبر مجرد وسيلة للتعاقد²⁴

ومن حيث أهمية العقد الإلكتروني فإن تقنية العقود الإلكترونية توفر قدرة التعاقد على الشبكة في بيعتها والحصول على الخدمات والبضائع والمصنعات بأرخص الأسعار , فمن خلال قوائم الاختيار المعروفة والواسعة ومن أي موقع أو مصدر للموردين على الخط , كما تتيح للمورد تحديد التزاماته بوضوح وتحديد نطاق المسؤولية عن الخطأ والأضرار جراء التعاقد أو بسبب محل التعاقد بأخطاء البرمجيات ومشاكلها وتساهم في تسهيل القضاة بين الطرفين لما تقرره القواعد الشاملة بالنسبة للحقوق والالتزامات .

الفرع الثاني : خصائصها .

يتميز العقد الإلكتروني بعدة خصائص نذكر أهمها :

1- العقد الإلكتروني هو عقد مبرم بوسيلة الكترونية : إن أهم خاصية تميز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود هي أنه العقد مبرم بوسائل الكترونية تتمثل عادة في أنظمة الكمبيوتر المرتبطة بشبكات الاتصال السلكية واللاسلكية , ولا يمكن حصر جميع هذه الوسائل في الوقت الحاضر نظرا للتطور التكنولوجي السريع , غير أن أهمها يتمثل في المينتل , التلكس , الفاكس والهاتف المرئي , وهناك تعاقد عن تعاقد عن طريق شبكة الإنترنت ويتم استخدام عدة وسائل في التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت مثل الكمبيوتر , التجهيزات الذاتية والهاتف المحمول .

²⁴ : د. أسامة أحمد بدر , حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني, دار الكتب القانونية , مصر , بدون طبعة , ص 117

منازعات التجارة الإلكترونية

2- العقد الإلكتروني هو عقد مبرم عن بعد: أي أن هناك مسافة تفصل بين المتعاقدين , أو بمعنى آخر وجود بعد مكاني بينهما فيتصور أن يكون المستهلك في الجزائر والمنتج أو البائع في أمريكا , فالتعاقد الإلكتروني يعد التعاقد بين حاضرين حكماً , حيث أن هناك تباعد مكاني , فالمتعاقدين لا يجتمعهما مجلس عقد واحد حقيقياً , بحيث يكون حضور الأطراف حضوراً افتراضياً و إجراء حوار حول بنود العقد وتنفيذه في ذات الوقت.

3- الطابع التجاري للعقد الإلكتروني : التجارة الإلكترونية هي الطابع التجاري للعقد الإلكتروني , والمجال الذي يظهر فيه العقد الإلكتروني بصفة خاصة كون العقد الإلكتروني هو أهم وسيلة من وسائل هذه التجارة , مما يجعل للفقهاء يعبر عنها

بمصطلح التجارة الإلكترونية على العقود الإلكترونية تجاوزاً , ولا قصد بالتجارة الإلكترونية تلك التجارة في الأجهزة الإلكترونية , بل يقصد بها المعاملات التجارية التي تتم بين المتعاملين فيها من خلال استخدام أجهزة ووسائل إلكترونية مثل الإنترنت²⁵

- العقد الإلكتروني بين المساواة والإذعان: عقد الإذعان هو العقد الذي يقتصر فيه أحد الطرفين على قبول ما يفترضه الطرف الآخر من شروط دون مناقشة و بذلك يختلف عقد المساواة الذي يكون فيه للطرفين حرية مناقشة كل منهما من شروط , بحيث يرى الفقه الفرنسي أن العقود المبرمة عن طريق الإنترنت من قبل عقود الإذعان إذا كانت الشروط العامة للبيع المذكورة بموقع التاجر , بحيث لا يكون أمام زائر الموقع -المشتري المحتمل- إلا أن يقبلها أو لا يتعاقد مطلقاً.

²⁵ د. صالح المنزلاوي, القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية, جامعة المنصورة , الجامعة الجديدة للنشر, الإسكندرية , 2006 , ص

منازعات التجارة الإلكترونية

ومن الفقه المصري يرى أن المستهلك لا يملك فرصة كافية لمعاينة ذلك المنتج أو مواصفات الخدمة المطلوبة , كذلك لا يملك إمكانية التفاوض مع البائع أو المورد بحرية كافية , لذا فإن عقود التجارة الإلكترونية هي عقود إذعان بالنسبة للمستهلك , ومن خلال هذا يتبين أن الفقه الفرنسي و المصري اعتبرها عقود إذعان , بينما يرى البعض الآخر العكس²⁶ , ولقد أورد الدكتور صالح المنزلاوي في كتابه القانون الواجب التطبيق على عقد التجارة الإلكترونية يمكن أن تكون عقود إذعان و يمكن أن تكون عقد تفاوض وفقا لظروف كل عقد حدا²⁷

الفرع الثالث: إبرام العقد الإلكتروني.

إنه لانعقاد العقد الإلكتروني لا بد من توافر التراضي بين طرفي العقد , فالتراضي يلزم و يكفي لانعقاد العقد كقاعدة عامة , إذ نجد التراضي يتوقف على تلاقي إرادتين متطابقتين إلى التعاقد , وهذا ما يتوقف بدوره على صدور الإيجاب بالتعاقد وقبول هذا التعاقد من الطرف الآخر.

و الإيجاب قد يكون عاما غير موجه لأشخاص معينين , إلا أنه يكون محدد في بياناته أو نطاق مكاني و زماني وكميته, وقد يتمثل الأمر في مجرد دعوى إلى التعاقد.

وعليه حتى يكون الإيجاب الإلكتروني منتجا لأثاره القانونية لابد من أن يشمل العروض على عدة عناصر هامة وضرورية تتمثل في :

1-معلومات عن شخصية المورد وتشمل إثبات شخصية العارض واسم الشركة وأرقام الهاتف وعنوان مركز الإدارة وعنوان الإقامة .

2-معلومات عن سعر السلعة أو الخدمة شاملة جميع الضرائب المفروضة .

²⁶ : د- محمد أمين الرومي ,المرجع السابق ,ص 18

²⁷ : د- صالح المنزلاوي ,المرجع السابق,ص 28

منازعات التجارة الإلكترونية

3-معلومات عن المواصفات الخاصة في السلع والخدمات²⁸

4-معلومات عن مصاريف التسليم.

5-معلومات عن وسائل الدفع والتسليم والتنفيذ.

6-مدة صلاحية العرض.

7-مدة التعاقد للتوريد الدائم أو الدوري للسلع أو الخدمات .

8-حق إرجاع السلع أو استبدالها²⁹

وكما نجد أن المشرع التونسي أورد في القانون رقم 83 لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات وبالتجارة الإلكترونية, في

الباب الخامس منه ,والخاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية , إدراج شرط فسخ العقد إذا كان لمدة غير محدودة أو

تفوق السنة , أي أن مدة صلاحية العقد هي سنة في حالة السكوت وعدم تحديد المدة .

ومن هذا يتضح لنا جليا صورة الإيجاب في العقد الإلكتروني والذي هو عرض للسلع أو الخدمات , يتم بوسيلة

الاتصال عن بعد , وهذا العرض قد يكون محليا , وإذا كان نطاق على الإقليم الوطني, كما انه يعد دوليا إذا امتد

تنفيذه إلى العالم³⁰

ضف إلى ذلك , يمكن أن يكون هذا الإيجاب موجة على شخص معين ومحدد , ويتم عن طريق البريد الإلكتروني , وقد

يكون العرض موجها للجمهور عن طريق الويب , وعليه فالإيجاب الإلكتروني له صور عديدة نذكر منها :

28 : د- محمد حسين منصور , العقود الدولية, دار الجامعة الجديدة للنشر , بدون سنة , ص96

29 : د. طاهر شوقي مؤمن , عقد البيع الإلكتروني "بحث في التجارة الإلكترونية" , دار النهضة العربية , القاهرة , 2007 , ص 37 .

30 : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 51 .

منازعات التجارة الإلكترونية

1. العرض بالمراسلة الإلكترونية : هو اسم عام يطلق على كل رسالة تكون مهمتها عليها البريد الإلكتروني E-

mail ,وهنا يكون العرض موجهًا إلى شخص محدد ويكمن الحصول على البريد الإلكتروني مجانًا من خلال العديد

من المقرات الرئيسية على شبكة الانترنت

2. العرض على الشبكة "web": و بواسطة هذه الشبكة يمكن عرض السلع والخدمات بحيث يعتبر إيجابًا متى كان

محدد وشاملاً كافة المعلومات وهو عرض موجه للعمامة .

أما في ما يخص القبول ,فانه يتم بمجرد ملامسة أو الضغط على الآلة بطريقة حاسمة أو صدور ما يفيد تأكيد القبول

,ويشترط في القبول شرط واحد وهو صدوره مطابقاً للإيجاب في كل جوانبه,ويتم القبول للإلكتروني بأي وسيلة اتصال

عن بعد,فقد يتم عبر الهاتف أو الفاكس أو التلكس أو الانترنت³¹

وبهذا يرم العقد الإلكتروني لحظة تطابق الإيجاب مع القبول ,ولعل أول ما يتبادل إلى الذهن في هذا الشأن ,متى يعتبر

القبول قد تطابق مع الإيجاب بالشكل الذي يمكن فيه القول أن العقد تم إبرامه ؟.انه وقبل الإجابة على هذا التساؤل

لا بد من إبراز أهمية تحديد مكان وزمان انعقاد العقد والتي يمكن تحديدها في الأمور التالية :

1-بما أن العقد ينعقد في الوقت الذي يصل فيه القبول بعلم الموجب ,فان هذا يمنع من تحليل الأطراف عن التزاماتها

2-بما كان العقد ينعقد في الوقت الذي يصل فيه القبول بعلم الموجب فانه يتعين الرجوع إلى هذا الوقت لتحديد ما

إذا كان العقد قد انعقد خلال فترة الريبة ,التي تعد التصرفات التي يبرمها المفلس خلالها غير نافذة من مواجهة جماعة

الدائمين

3-يتعين الرجوع إلى هذا الوقت لتحديد ما إذا كان الطعن في الدعوى البوليسية جائزة أم لا³²

³¹ : د. طاهر شوقي مؤمن , المرجع السابق , ص 39-40 .

منازعات التجارة الإلكترونية

4- إن تحديد مكان انعقاد العقد له أهمية خاصة بالنسبة لتحديد القانون الواجب التطبيق وكذلك بنسبة للاختصاص القضائي, ونظرا للطابع الغير المادي الذي تمتاز به عقود التجارة الإلكترونية, فإنه يصعب تحديد مكان إبرام, ولذلك فقد وضع القانون النموذجي وكذلك القانون الاتحادي قاعدة لتحديد مكان إبرام العقد, وتتمثل في مكان إرسال الرسالة يتحدد بالمكان الذي يقع فيه مقر أعمال منشئ الرسالة ومكان الاستلام وهو المكان الذي يقع فيه مقر أعمال المرسل إليه, فإذا تعدد موطن أعمال طرفي الرسالة أو احدهما فإن مقر العمل الذي يعتمد به في هذه الحالة يتحدد بالمقر الذي يكون له علاقة أوثق بالمعاملة العينة, فإذا لم يكن لأي منهما علاقة أوثق من غيره فيعتدي حينها بمقر العمل الرئيسي أما إذا لم يكن لأحد الطرفين مقر عمل فإن العبرة تكون بمحل الإقامة المعتاد (م15 فقرة 3,4

33
(

ولقد أورد قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 80 لسنة 2001 في مادته 17 بأن تعتبر رسالة المعلومات قد أرسلت من وقت دخولها إلى نظام معالجة المعلومات وعليه فإن القانون الأردني قد اخذ بنظرية استقبال القبول والتي ينعقد العقد هذا في حالة عدم الاتفاق واخذ بنظرية علم الموجب بالقبول (نظرية العلم والتي لانعقد العقد إلا إذا وصل القبول إلى علم الموجب) في حالة اتفاق الأطراف على أن ترسل الرسالة إلى نظام معلومات وأرسلت إلى نظام آخر³⁴

المطلب الثاني: وسائل الدفع في بيئة التجارة الإلكترونية

³² : د. محمد أمين الرومي , المرجع السابق , ص 51 .

³³ : الموقع الإلكتروني: <http://www.unictral.org>

³⁴ : د. طاهر شوقي مؤمن , المرجع السابق , ص 45 .

منازعات التجارة الإلكترونية

وسيلة الدفع الإلكترونية هي الوسيلة التي تمكن صاحبها من الوفاء بالتزاماته المالية عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات و يتوقف نجاح التجارة الإلكترونية على مدى وجود أساليب و نظم للدفع و السداد تتلاءم و طبيعة التجارة الإلكترونية و متطلباتها , وقد ظهر العديد من وسائل الدفع الإلكتروني , نذكر أهمها في هذا المطلب³⁵

الفرع الأول: بطاقات الائتمان

و هذه البطاقة تخول حاملها الحق في الحصول على تسهيل ائتماني من مصدر هذه البطاقة , لحامل البطاقة , حيث يقدمها إلى التاجر و يحصل بموجبها على سلع و خدمات تسدد قيمتها من الجهة مصدرة البطاقة , ويجب على حامل البطاقة سداد القيمة للجهة مصدرة البطاقة خلال أجل متفق عليه , وبذلك فهي تمنح حاملها أجلا حقيقيا , و هو ذلك الأجل الذي اتفق على السداد خلاله مع الجهة مصدرة البطاقة³⁶

الفرع الثاني: بطاقات الوفاء

وتمنح هذه البطاقة حاملها وفاء قيمة السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق مع الجهة المصدرة لها, وذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب التاجر البائع ويتم ذلك بإحدى الطريقتين: الأولى غير مباشرة حيث يقوم عميل البنك المشتري بتقديم بطاقته التي تحتوي على اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها واسمه وتوقيعه ورقم البطاقة وتاريخ انتهاء العمل بها إلى التاجر الذي يقوم بتدوين تفاصيل عن مشتريات حامل البطاقة ومعلومات عن بطاقته على عدة نسخ يوقعها حامل البطاقة, ثم يقوم التاجر بعد ذلك بإرسال نسخة من هذه البيانات إلى الجهة المصدرة للبطاقة ليتم تسديدها, والتي بدورها تقوم بإرسال كشف إلى حامل البطاقة في ميعاد جوري محدد ليتم التسديد قيمة هذه المشتريات من قبله أو أن تقوم ببيع هذه المبالغ المستحقة

³⁵ : د. عصام عبد الفتاح مطر, المرجع السابق, ص 77

³⁶ : د. عبد الفتاح بيومي حجازي, المرجع السابق, ص 114

منازعات التجارة الإلكترونية

في حسابه إذا كانت الجهة المصدرة بنك. والثانية مباشرة وفيها يقوم العميل بتسليم بطاقته إلى محاسب المحل الذي يقوم بتمرير البطاقة على جهاز للتأكد من وجود رصيد كافٍ لهذا العميل في بنكه لتسديد قيمة مشتريات هذا العميل والذي لا يتم إلا بعد أن يدخل هذا العميل رقما سريا في الجهاز, فإذا قام العميل بإدخال هذا الرقم وفوض البنك بتحويل المبلغ المطلوب من حسابه إلى حساب التاجر, فإن عملية التحويل هذه تتم بشكل مباشر, وبذلك فإنها تكون بمثابة دفع فوري بواسطة ترحيل المبلغ من حساب العميل إلى حساب التاجر, أي أنها مقاصة إلكترونية³⁷

الفرع الثالث: بطاقات الخصم الفوري

هي نوع من البطاقات يستخدم كأداة وفاء فقط تعتمد على وجود رصيد بحساب حامل البطاقة قبل الموافقة على التعامل بالبطاقة ويلزم لإصدارها أن يقوم العميل بفتح حساب جاري, ويودع فيه مبلغا لا يقل عن الحد الأقصى المسموح به للتعامل بالبطاقة, وعند التعامل تخضم المبالغ المستحقة على حامل البطاقة فورا وقد يتعدى حامل البطاقة الحد المسموح به, فيجب أن يأخذ موافقة من قسم الائتمان الخاص بالبنك المصدر, وإذا تمت الموافقة يتم حساب باقي المبالغ على نظام بطاقات الائتمان³⁸

³⁷ : د. عصام عبد الفتاح مطر, المرجع السابق, ص81

³⁸ : د. عصام عبد الفتاح مطر, المرجع السابق, ص83

منازعات التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني: الاختصاص والقانون الواجب التطبيق ووسائل التقاضي

المبدلة

المبحث الأول: الاختصاص والقانون الواجب التطبيق

إن مسألة تحديد الاختصاص والقانون الواجب التطبيق بالنسبة لمنازعات التجارة الإلكترونية في ظل عدم وجود مستندات ورقية وانتقال العملية عبر الحدود , وتنوع جنسيات العلاقة العقدية وارتباطها بأكثر من دولة غالباً , هي عملية ضرورية وصعبة , و بالتالي ما سنتناوله في هذا المبحث هو ظهور محاولات وضع قانون ينظم التجارة الإلكترونية والاختصاص فيها , وذلك عن طريق التوصيات الدولية و بعض القواعد القانونية , بالإضافة إلى اتجاهات النظم المقارنة والقضاء المقارن للوصول إلى موقف المشرع الجزائري في هذا الشأن.

المطلب الأول: محاولات وضع قانون ينظم التجارة الإلكترونية والاختصاص فيها

إن مصادر القاعدة القانونية الدولية للتجارة الإلكترونية , يمكن حصرها في مصدرين: الأول وهو التوصيات الدولية الصادرة عن بعض المؤسسات الحكومية , ودراسات تم إعدادها في نطاق الجماعات الأوربية والمؤسسات الدولية الأخرى المعنية بشأن هذه التجارة , ومنها عرفت التجارة الدولية في باريس , والمصدر الثاني هو القواعد التعاقدية وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

الفرع الأول: التوصيات الدولية الأساسية

- 1- بناءً على التوصيات الدولية - في مجال التجارة الإلكترونية- عُدلت اتفاقية - فارس وفيلا - الموقعة في 1929/10/12 في شأن النقل الجوي , وذلك بالبروتوكول رقم (04) الذي وقع في (مونتريال) بكندا في 1975/09/25 , وذلك للاعتراف بالأدوات والمعطيات الإلكترونية في عملية النقل والشحن الجوي , و منذ هذا

منازعات التجارة الإلكترونية

التاريخ صارت القرارات المنظمة للتجارة الإلكترونية - خاصة بعد عام 1980 - تسمح باستخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من المستندات الورقية التقليدية .

2- قامت لجنة الخبراء , التابعة للمجلس الأوروبي بإعداد دراسة , صدرت بناءً عليها توصية لجنة الوزراء في المجلس الأوروبي عام 1981 , للدول الأعضاء , بتعديل تشريعاتها و التنسيق فيما بينها في شأن الإثبات المعلوماتي للكتب والسجلات الأوراق التي تقبل طبيعتها ذلك , على أن تُجرى مراجعة هذا الأمر كل 05 سنوات وقد كان لهذه التوصية فضلا في الاعتراف بالقيمة القانونية للتسجيلات المعلوماتية بوصفها وسيلة لإثبات المعلومات التجارية , الأمر الذي تطلب التنسيق الدولي في هذا المجال.

3- كذلك وفي عام 1981 أوصى مجلس الجمارك الأوروبي الدول الأعضاء وغيرها , بأن تسمح للشخص المعلن , وطبقا للشروط المحددة بواسطة سلطات الجمارك , بإمكانية إرساله إلى السلطات بالوسائل الإلكترونية أو أوتوماتيكية , الإعلانات عن البضائع المخصصة لكي³⁹ تعامل بطريقة آلية , وهذا الإرسال يمكن أن يتم بطريقة مباشرة من خلال تنظيم المعلومات في الجمارك أو من خلال البطاقات المعنطة إلكترونيا , أو بأي بطاقات ذات طبيعة مشابهة كما أعد مجلس الجمارك مشروعا للدول الأعضاء بخصوص اتفاقية التجارة في المعطيات التجارية والجمركية مستوحى من قواعد لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي.

والحقيقة أن المشكلة كما يراها جانب من الفقه في هذا الخصوص هي غياب اتفاقية أو معاهدة دولية تتعلق بالتجارة الإلكترونية, ولهذا ظهر مصدر توحيد هذه القواعد يسمى بالقانون الموحد (**soft law**) . ومن خصائص هذا القانون أنه ليس ملزما , إلا إذا اتجهت إليه الدول أو الأفراد بإرادتها لكي لا يفرض عليها , ومن ناحية أخرى فإن هذا المصدر تفرضه الجوانب العملية والعادات التجارية المرعية في هذا المجال , ولعل قواعده المستقرة بدأت تأخذ طريقها في صورة نماذج العقود التي اعتمدها مؤسسات ومنظمات دولية لاحقة⁴⁰

³⁹ : د. عبد الفتاح بيومي حجازي , المرجع السابق , ص 159-161

⁴⁰ : د. عبد الفتاح بيومي حجازي , المرجع السابق , ص 162

منازعات التجارة الإلكترونية

الفرع الثاني: القواعد القانونية

عدا فيما تقدم من توصيات , لم يكن هناك قواعد قانونية دولية تحكم التجارة الإلكترونية , لذلك قامت المنظمات الدولية ذات الصلة بإعداد قواعد تعاقدية هدفها تسهيل عمليات هذه التجارة من خلال الإستشارات بهذه القواعد. ومن أهم القواعد العقدية الإستشادية في مجال التجارة الإلكترونية-القواعد الموحدة للسلوك في مجال تعادل المعطيات التجارية بوسائل الاتصالات والتي وضعتها لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي وهي عبارة عن مجموعة من النصوص والقواعد العامة المخصصة للاستخدام المتعاملين في حق التجارة الدولية , و الذين يستخدمون أنظمة التجارة الإلكترونية في هذه المعاملات.

كذلك فإن هناك -مجموعة القواعد التي وضعتها اللجنة البحرية الدولية- دورة انعقادها **34** , وخلال الفترة ما بين **24-29 جويلية 1990** في صورة مشروع لقواعد تعاقدية تتعلق بسندات الشحن الإلكترونية .

كذلك وفي فرنسا ومن أجل تسهيل التعاقد عبر الإنترنت, فقد تمت صياغة العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية بين التجار والمستهلكين , والذي تم اعتماده من مكتب غرفة التجارة و الصناعة في باريس **30** أبريل **1998** , من اللجنة القانونية للجمعية الفرنسية للتجارة والمبادلات الإلكترونية **04 ماي 1998** وقد تمت صياغته ووضع نصوصه حسب القانون الفرنسي بطبيعة الحال. ومع ذلك فإنه ليس هناك ما يحول دون إمكانية تطبيق القواعد الواردة به أمام إحدى المحاكم الأجنبية إذا رأى القاضي أن هذه القواعد الاتفاقية تحقق للمستهلك حماية أكثر من تلك التي يحققه له القانون الوطني⁴¹

⁴¹ : د.محمد السيد عرفة , التجارة الدولية الإلكترونية عبر الإنترنت , كلية الشريعة والقانون , جامعة الإمارات العربية المتحدة , بدون سنة ,

منازعات التجارة الإلكترونية

ويلاحظ على هذا العقد النموذجي , وإن كان يقبل تطبيق القواعد العامة للعقد في القانون المدني عليه , إلا أنه يجب أن تُطوع هذه القواعد العامة حتى لا تتصادم مع التقنية الحديثة , ذلك أن اللجوء إلى الأدوات المعلوماتية والوسائل الإلكترونية في التعاقد , تُؤدي إلى استحداث بعض القواعد الخاصة التي يجب أن تحظى بالاهتمام الأكبر في هذا الشأن , هذا بالإضافة إلى تطبيق بعض القواعد الخاصة الموجودة سلفاً , والتي قد تنطبق على هذا التعاقد⁴²

فمثلاً , ولأن نشاط التجارة الإلكترونية -المتعلق به نموذج العقد المذكور- يدخل في نطاق معالجة البيانات الإلكترونية , فيجب أن يخضع لنصوص التشريع الفرنسي الصادر في **06 يناير 1978** والخاص بالمعلوماتية والحريات , كما أن تقديم العروض من خلال الشبكات , هو من قبيل خدمات الاتصالات المرئية المسموعة , والمنظمة بالقانون الصادر في **1956/09/30** في هذا الخصوص , و لذلك يجب على التاجر أن يُخطر النائب العام مسبقاً , قبل افتتاح موقعه على الشبكة⁴³

المطلب الثاني: اتجاهات النظم المقارنة و القضاء المقارن بشأن الاختصاص والقانون الواجب التطبيق

إذا تساءلنا عن القواعد القانونية التقليدية في حقل النزاع عما إذا كانت كافية لمواجهة منازعات التجارة الإلكترونية أم لا , فنرى أن هناك تدخلات عن طريق اتجاهات مختلفة أهمها : اتجاهات الولايات المتحدة و اتجاهات الإتحاد الأوروبي , أما عن المشرع الجزائري , فنلاحظ أنه و حتى الساعة لم يبادر بسن تشريع خاص بالتجارة الإلكترونية , وهذا ما سيتم تفصيله في هذا المطلب.

⁴² : د. محمد السيد عرفة , المرجع السابق , ص 21

⁴³ : د. عبد الفتاح بيومي حجازي , المرجع السابق , ص 165

منازعات التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: اتجاهات الولايات المتحدة

بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية وبوصفها تواجه مشكلة فض تعارض الاختصاص القضائي وتنازع القوانين بين ولايات وجدت مؤسساتها التشريعية أن الاقتصاد الرقمي الجديد استلزم تدخلاً تشريعياً يتيح وضع قواعد موحدة تمنع ما أمكن مشكلات التنازع فكان المدخل في ذلك إقرار القانون التجاري الموحد **UCC** و قد نص هذا القانون على أنه (عندما تكون للصفقة علاقة معقولة لهذه الولاية أو ولاية أخرى فيمكن للأطراف الاتفاق على أن القانون المطبق على الحقوق والواجبات أمام قانون هذه الولاية أو تلك) وبالتالي اعتُبر هذا القانون معيار العلاقة المعقولة أساساً لحرية الأطراف في اختيار القانون , والعلاقة المعقولة تقوم مثلاً في مكان إبرام العقد أو مكان تنفيذه أو جزء منه ومع ذلك فإن الصفقات التي تبرم عبر الإنترنت تبقى المشكلة قائمة لصعوبة تحديد مكان الانعقاد أو التنفيذ⁴⁴

ولمواجهة مثل هذه المشكلات بُدلت جهود تشريعية عديدة أبرزها إقرار القانون الموحد للمعلومات المتعلقة بصفقات الحاسوب (**ucita**) التي جرى اعتماده من قِبل المؤتمر الوطني لمندوبي الولايات المتحدة في عام **1999** , وقد أسقط هذا القانون معيار العلاقة المعقولة وأقر مبدأً أساسياً وهو أنه في غير عقود المستهلكين فإن الأطراف يحق لهم اختيار القانون الواجب التطبيق , واختيار القانون الواجب التطبيق أحد أهم وسائل حل منازعات التجارة الإلكترونية بيسر وسهولة , فهو يساهم في تسهيل التجارة الإلكترونية , ويمكن من تجاوز أحد أهم معيقاتها وذات القول يرد بحقل منازعات الملكية الفكرية , إذ أن حرية التعاقد واتفاق الأطراف على الاختصاص القضائي والولاية القانونية يساهم في توفير الثقة لدى الأطراف بالقدرة على حماية حقوقهم وبتيسر ابتداء مكنة إدراك مدى نطاق التزاماته .

أما في حالة غيار مثل هذا الاتفاق فإن القاعدة التي يقرها القانون المذكور الواردة ضمن القسم **109** ب تميز بين ثلاث حالات : الأولى بالنسبة للعقود المتضمنة التسليم الإلكتروني , فإنها محكومة بقانون المرخص عند إبرام العقد و الثانية

⁴⁴ : الموقع الإلكتروني: www.elj.warwick.ac.uk

منازعات التجارة الإلكترونية

الحالات التي تتطلب تسليم للنسخ أو المواد الرقمية في بيئة رقمية , فإن القانون الواجب التطبيق هو قانون مكان التسليم أو الذي يتعين أن يتسلم فيه النسخة , و الثالثة في غير الحالتين المشار إليهما فإن القانون المختص بالعلاقة هو القانون الذي تتوفر له علاقة أقوى بالصفقة , وفي إيضاح هذه القواعد جاء في دليل الإرشاد للقانون المذكور في الحالة الأولى أن اختيار القانون على أساس موقع المرخص يعزز مكان الباعين على الخط كبارا كانوا أو صغارا في سياق الشبكات الرقمية المنتشرة في العالم بأكمله عبر الإنترنت . أما الحالة الثانية التي يختار فيها القانون من جانب المستهلك فإن مبررها عدم مخالفة توقعات المستهلك من جهة , ولمعرفة المرخص بمكان التسليم الحقيقي الذي يتطلب من احترام قواعد حماية المستهلك الملزمة , أما الحالة الثالثة فتمثل رجوعاً إلى القواعد التقليدية التي تتيح للمحاكم مرونة أكثر في وزن عناصر الارتباط بين التصرف والمحكمة التي تنظر النزاع أو القانون الواجب التطبيق تبعاً لظروف كل حالة على حدة .

الفرع الثاني : اتجاهات الإتحاد الأوروبي

تحكم مسائل تنازع الاختصاص وتنازع القوانين في أوروبا اتفاقية بروكسل لعام 1968 التي يسري مفعولها في

12 دولة من دول المجموعة الأوروبية , وكذلك اتفاقية روم لعام 1980 المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على

الالتزامات التعاقدية , ومن أبرز ما يمكن الإشارة إليه في ميدان هتين الاتفاقيتين أن اتفاقية بروكسل تتيح للمستخدم

اللجوء إلى محكمة الدولة التي يقيم فيها أو إلى محاكم دولة المورد التي تعاقده معه بينما لا يمكن للمورد إلا اللجوء إلى

محاكم دولة المستخدم أو المستهلك مع عدد من الاستثناءات المتعلقة بطبيعة أنشطة المورد ونوع العقد⁴⁵

أما بالنسبة لاتفاقية روما فإنها تركز مبدأ حرية الأطراف في اختيار القانون الواجب التطبيق دون قيود , وفي غير هذه

الحالة فإن المادة الخامسة منها تقر خضوع العقود المبرمة إلى قانون الدولة التي يرتبط بها العقد لقانون الدولة التي يوجد

⁴⁵ : - المحامي يونس عرب , الاختصاص والقانون الواجب التطبيق وطرق التقاضي البديلة , المركز العربي للقانون والتقنية العالية , لبنان ,

2000 , تحت وصل : www.elj.warwick.ac.uk , personal jurisdiction j.t.westermeier-jilt v-98-3

منازعات التجارة الإلكترونية

فيها المركز الرئيسي للمورد أو قانون إقامة المستهلك , في حالة قيام المورد بتوجيه الإعلان خصيصا للمستهلك و قيام المستهلك بالأعمال الضرورية لإتمام العقد أو استلام المورد طلبية المستهلك في هذا البلد .

ويستفاد من هذه الأحكام فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية أن المورد أو عارض الخدمة على الإنترنت يمكنه إدراج شرط

يتعلق بتطبيق قانون بلده ضمن الشروط العقدية المقررة في العقد الإلكتروني الظاهر على الشاشة لمنع تطبيق القانون

الأجنبي , لكن هذا مقيد بقدرة المستهلك على الوقوف على هذه الشروط بسهولة كما أن البعض يرى أن مجرد الوجود

في موقع على الإنترنت يشكل اتصالا كافيا مع الجمهور يحقق مبدأ الارتباط المشار إليه في المادة الخامسة من اتفاقية روما

ضمن مسعى المجموعة الأوروبية و الإتحاد الأوروبي إلى تنظيم مسائل التجارة الإلكترونية والإنترنت , فقد اقترحت اللجنة

الأوروبية تنظيم مسائل الاختصاص والقانون الواجب التطبيق وتنفيذ الأحكام وتحديث قواعد القانون الدولي الخاص

للتوائم مع التجارة الإلكترونية وأصدرت اللجنة في عام **1999** اقتراحا لتنظيم الاختصاص وتنفيذ الأحكام القضائية في

الأمر التجارية والمدنية كبديل لميثاق بروكسل عام **1968** و البروتوكولات الملحقه به , والتنظيم المقترح من اللجنة

الأوروبية , يقسم الاختصاص إلى نوعين : اختصاص عام و اختصاص محدد أو مخصص يتعلق بعقود المستهلكين وعقود

العمل , وتنص المادة الثانية من هذا التنظيم المقترح على المبدأ المتعلق بالاختصاص العام , والذي يقرر معيار محل إقامة

الشخص في الدولة العضو , إذ يتيح هذا النص مقاضاة الشخص المقيم في نطاق محاكم الدولة المحامي يونس عرب ضو

, وفي حقل انتهاكات الملكية الفردية فإن للمدعي أن يرفع دعواه أمام محاكم الدولة التي حدث في نطاقها التصرف

المحدث للضرر أو التي ظهر فيها الضرر سواء بشكل جزئي أو شكلي ومع ذلك تبقى المشكلة قائمة في عالم الإنترنت

لصعوبة تحديد الدولة التي نشأ فيها نتيجة المسلك الخاطئ و ويمثل خبراء الملكية الفكرية على هذه المشكلة بالحالة التي

يكون المستخدم في دولة ما قد نقل عبر الإنترنت نسخة غير قانونية ومنتهكة لعمل محمي قانونا من موقع أجنبي آخر

على الإنترنت فهل يحدث الضرر في نطاق اختصاص محكمة المستخدم الذي قام بنسخ العمل و خزنه في ذاكرة كمبيوتره

أم في مكان المستخدم الآخري التي تم إنزال العمل إلى أجهزتهم , أم أن الضرر قد نشأ في الدولة الأجنبية حيث يقع

منازعات التجارة الإلكترونية

خادم الكمبيوتر المنشئ للموقع والتي تم منه تنزيل العمل المخالف للقانون , وكذلك في حال انتهاك العلامات التجارية على الإنترنت⁴⁶

الفرع الثالث: موقف المشرع الجزائري

كما أشرنا سابقاً أن المشرع الجزائري لم يبادر حتى الآن بسن تشريع خاص بالتجارة الإلكترونية بالرغم من وجود مثل هذه التشريعات في الدول العربية مثل تونس التي كانت رائدة في هذا المجال , فعلى أن نوجه لمشرعنا بعض التوصيات تتمثل فيما يلي :

* التفكير في الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية و إدخالها ضمن قواعد القانون التجاري و غيرها من القوانين المتصلة بها.

* تعديل القانون التجاري ليشمل باب خاص بالتجارة الإلكترونية ينظم فيها المبادئ العامة موضحاً نطاق تطبيق القانون وتعريف المصطلحات الخاصة بها .

* تعديل القانون المدني لتنظيم مسائل التعاقد بين الأطراف في التجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بالتحقق من الإيجاب والقبول عبر الوسائل الإلكترونية والمعلوماتية وشبكة الاتصال عن بعد .

* التفكير في قوانين لحماية المستهلك الجزائري وهذا تفادياً للتخويف من مخاطر التجارة الإلكترونية باعتباره الطرف الضعيف في العلاقات العقدية .

⁴⁶ : المحامي بونس عرب- المرجع السابق

منازعات التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: الحالات القضائية التطبيقية ووسائل التقاضي البديلة لفض المنازعات التجارة الإلكترونية

يتضمن هذا المبحث بعض الحالات التطبيقية التي تم تناولها في حقل التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى وسائل

التقاضي البديلة ومدى أهميتها بالنسبة لحل مثل هذه المنازعات.

المطلب الأول : الحالات القضائية التطبيقية

لقد عرضت العديد من الدعاوى التي تتعلق بالنزاعات المتصلة بالإنترنت أمام المحاكم الأمريكية تدور حول

الاختصاص والقانون الواجب التطبيق , فقد جاءت اتجاهات قرارات المحاكم متباينة مذكورة في ثلاث حالات يتم

تفصيلها كالآتي:

الفرع الأول : حالات عدم وجود الارتباط الكافي

القضايا التالية تعتبر أمثلة على عدم توفر الارتباط الكافي بين المدعى عليه غير المقيم ونطاق اختصاص المحكمة و

هو ما ينفي الاختصاص

1-القضية الأولى:

المدعي في هذه الدعوى شركة موجودة في اريزونا لخدمات الإعلان التجارية عبر الإنترنت والمدعى عليه شركة

من فلوريدا والتي تعرض خدمات إنشاء صفحات الإنترنت. المدعية ادعت أن المدعى عليها قد أخلت بالتسجيل

الاتحادي للعلامة التجارية ويجب أن تخضع للاختصاص الشخصي للمحكمة الاتحادية في اريزونا لان قانون الإنترنت بلا

حدود والموقع على الإنترنت ، مثل موقع المدعى عليها ، يقوم بالإعلان عن المنتجات والخدمات الضرورية للاستخدام

على أسس عالمية و واسعة. المدعى عليها قامت بإنشاء صفحة على الإنترنت

هي <http://www.cybsell.com/cybsell/index.htm> هذه الصفحة الرئيسية تحتوي على

منازعات التجارة الإلكترونية

شعار(شكل) كتب في بدايته (Cybersell) فوق تصميم على شكل الكرة الأرضية ، مع عنوان تحت⁴⁷ "الخدمات المهنية للشبكة العنكبوتية" ورقم هاتف محلي . وقد توسلت كذلك الاتصال بالموقع عن طريق البريد الإلكتروني. وعندما قامت المدعى عليها بتغيير اسم الشركة بناء على طلب من المدعية وجدت المدعية أن المدعى عليها لا تزال تستخدم "welcome to Cybersell" على صفحتها الرئيسية ومن ثم قامت برفع دعوى ضد المدعى عليها في أريزونا. المدعى عليها تقدمت بطلب رد الدعوى لعدم الاختصاص .

طبقت المحكمة المعايير الثلاثة التالية لتحديد لفحص ما إذا كانت محكمة المنطقة ستمارس اختصاصها المحدد على

المدعى عليها غير المقيمة (شركة فلوريدا):

- 1- على المدعى عليها غير المقيمة أن تبرم بعض التصرفات أو أن تحقق بعض الصفقات مع النطاق المكاني أو أن تبرم بعض التصرفات التي تنفيذها من امتيازات إدارة نشاطها في النطاق المكاني , بهذا فهي تستجلب المنفعة والحماية .
 - 2- الادعاءات يجب أن تكون ناتجة عن نشاطات المدعى عليها المتعلقة بهذا النطاق.
 - 3- ممارسة الاختصاص يجب أن يستند إلى أسس معقولة .
- وقد استنتجت المحكمة أن المدعى عليها لم تقم بإدارة أي نشاط تجاري عبر الإنترنت في أريزونا وكل ما وجد أن الشركة من فلوريدا قامت بتعيين صفحة رئيسية ضرورية على الإنترنت مستخدمة الاسم " Cybersell" وان أي شخص في أي مكان يستطيع أن يدخل هذه الصفحة الرئيسية ومن خلالها يعلم عن الخدمات التي تعرضها المدعى عليها ، وقد توصلت المحكمة إلى أن هذه الحقيقة وحدها غير كافية لإيجاد أن المدعى عليها متعمدة في توجيه عروض تجارتها نحو الجهات المقيمة في أريزونا .

⁴⁷ - : cybersell , Inc, v , cybersell , Inc,130f.3d 414(9th cir.1997 -
-1 cybersell , Inc, v , cybersell , Inc,130f.3d 414(9th cir.1997

منازعات التجارة الإلكترونية

في ظل هذه الظروف ، قررت المحكمة أن نشاطات المدعى عليها على الإنترنت غير كافية لتأسيس الارتباط

الكافي وبهذا الحكم لاحظت المحكمة ، انه إذا لم يكن هنالك متطلب لفائدة هادفة مجردة وراء إنشاء الصفحة الرئيسية

على الإنترنت فان كل شكوى تنشأ عن الإخلال بحقوق العلامة التجارية على الإنترنت سيكون نتيجة تلقائية

للاختصاص الشخصي أينما وقع المكان الرئيسي لعمل المدعي¹

2- القضية الثانية:

قررت المحكمة في هذه الدعوى عدم الاختصاص لنظر الادعاء ضد المدعى عليه لمجرد الزعم أن موقعه على

الإنترنت مزار إلكتروني من قبل مستخدمي الكمبيوتر في نيويورك . محكمة المنطقة أقرت بان **Goldberger** لم يمارس

العمل في نيويورك لمشابهة الموقع لإعلان في مجلة محلية. وأقرت المحكمة بأنه لا موقع **Goldberger ESQWIRE**

على الإنترنت ولا بريده الإلكتروني لنيويورك كافيين كي تمارس محكمة المنطقة اختصاصها الشخصي

على **Goldberger** . وقد أقام **Hearst** هذه الدعوى بموضوع انتهاك العلامة التجارية ضد **Goldberger**

بعد أن قام بإنشاء اسم للمجال وموقع على الإنترنت ، **ESQWIRE.COM** ولقيام **Goldberger** باستخدام

موقعه على الإنترنت ليعرض خدمات البنية التحتية للشبكات في مكاتب القانون الخاصة بالمحامين . وقد وجدت المحكمة

أن موقع **ESQWIRE** على الإنترنت مشابه لإعلان منشور محليا ولهذا فهو لا يقيم علاقة كافية لانعقاد الاختصاص

الشخصي . وقالت المحكمة أن البريد الإلكتروني مشابه للاتصالات الهاتفية أو رسائل الناس في نيويورك . هذا البريد

الإلكتروني منفردا لا يعتبر كافيا أيضا لانعقاد اختصاص شخصي . وان الإنشاء المجرد لموقع على الإنترنت لا يدعم

اختصاصا شخصيا في نطاق إقليم أجنبي⁴⁸ .

⁴⁸ : الموقع الإلكتروني , http://www.arablaw.org/Download/E-commerce_Diputes_Article.doc

:2 *Weber v. Jolly hotels, 977 F .sup p 327” d.n.j.1997*

منازعات التجارة الإلكترونية

3-القضية الثالثة:

المدعى عليها في هذه الدعوى مؤسسة إيطالية ، وكان المدعي قد تعرض لإصابة عندما كان نزيلا في احد فنادق

المدعى عليه في إيطاليا ، المدعى عليها لم تمارس أي عمل في نيوجيرسي . لكنها تقوم بعرض صور لغرف الفندق

وشروحات لمرافق الفندق ومعلومات عن عدد الغرف وأرقام الهواتف على الإنترنت.2

المحكمة وافقت على أن إعلانات كهذه على الإنترنت تقع ضمن طريقة الإعلان كإعلان في مجلة وطنية ولا تشكل

"اتصالا مستمرا وجوهريا " مع دولة النطاق المكاني ، ولهذا قررت المحكمة أن الإعلان على الإنترنت ليس معادلا في

توجيه النشاط الى انتهاز الفرصة بشكل مستهدف في نطاق مكاني خاص.

الفرع الثاني: حالات الارتباط الكافي.

1- القضية الأولى:

في هذه الدعوى وجدت محكمة كاليفورنيا أنها مختصة بنظر النزاع على شخص غير مقيم ، لان تسجيل الموقع على

الانترنت ومحتواه اظهر انه موجه بشكل مؤثر إلى كاليفورنيا.

Toeppner، وهو مقيم في الينوى ، سجل علامتين تجاريتين للمدعي كاسم مجال على الإنترنت ، واستخدم واحدا

منها 'Panavision.com' لتأسيس موقع لنشر مناظر خيالية ل الينوى **Toeppner** . عرض بيع حصصه

بأسماء المجال إلى **Pana vision**

منازعات التجارة الإلكترونية

1. توصلت المحكمة إلى أنها بالرغم من عدم امتلاكها اختصاصا عاما على Toeppner، فإن لها اختصاصا محددًا . وقد طبقت المحكمة المعايير الثلاثة المشار إليها في الدعوى رقم 1 من الطائفة الأولى، ووجدت أن ادعاء المدعي يتمثل بدعوى الضرر. وان التصرف المخل ل Toeppner تم في كاليفورنيا وأن الأذى وقع في كاليفورنيا ، المقر

الرئيسي لأعمال Pana vision لذلك ، تكون المحكمة مختصة باعتبار أن نشاطات Toeppner خارج كاليفورنيا كانت مقصودة ، وفعلا ، ألحقت ضررا في كاليفورنيا.⁴⁹

2- القضية الثانية:

هنا وجدت محكمة بنسلفانيا المنطقة أن Zippo Dot Com أفادت نفسها بجلاء في بنسلفانيا بفضل موقع Zippo Dot Com الفاعل على الإنترنت واتصاله ب3000 فرد و سبعة مزودي إنترنت في بنسلفانيا ساححة لهم بتحميل الرسائل الإلكترونية التي تشكل أسس القضية والمستخدم لإدارة التجارة الإلكترونية مع مقيمين بنسلفانيا ، المدعى عليها (شركة من كاليفورنيا) غير مقيمة وهي من قررت أن تفيد نفسها بجلاء من خلال ممارسة الأعمال في بنسلفانيا.

الفرع الثالث: حالات تتوقف على الاستمرارية والانتظام

1- القضية الأولى:

لقد تنازع الأطراف على ما إذا كانت إعلانات المدعى عليه على مواقع الإنترنت قد وصلت إلى المقيمين في أريزونا وان الإعلانات العلامة (park-plaza)، جلبت فائدة لهم . وقد سمحت المحكمة للمدعي أن يبدأ بحثا عن

⁴⁹ : *Panavision international, L.P. v. Toeppen , 141 F 3d 1316 (9th Cir. 1998*

منازعات التجارة الإلكترونية

أمور الاختصاص . المدعى عليه قدم استجوابا للمدعي يطلب منه تحديد مقيمي أريزونا الذين زاروا الموقع ، مدعى أن عناوين البريد الإلكتروني لا تحدد الأماكن الحقيقية و / أو الولاية حيث ينشأ البريد الإلكتروني . تأسيسا على ارتباطات أخرى مع أريزونا استنتجت المحكمة أن المدعى عليه وجه الفعل الضار في القضية للعلامة التجارية المزعم انتهاكها إلى أريزونا .

القضية الثانية:

أقرت محكمة المنطقة أن لها اختصاص شخصي على شركة Georgia المزودة لخدمة الإنترنت ورفضت أن تنقل القضية إلى محكمة ملائمة أكثر . قامت America Network برفع قضية انتهاك علامة تجاري على Access America تدعي فيها أن العلامة التي تستخدمها Access America ، 'AmericaNet' تنتهك العلامة التي تمتلكها American Networks ، 'American Net' إحدى الخدمات التي تقدمها Access America كانت تقدم عبر الولايات المتحدة الأمريكية⁵⁰

لـ **Access America 7500** زبون حمل العالم ، ستة منها في نيويورك . هذه الستة تدفع لـ Access America حوالي **150,00 &** في الشهر كليا Access America . ترسل برمجيات واتفاقات لتوقيعها إلى الزبائن . تأسيسا على هذه الاتصالات مع نيويورك فانه من المتوقع بالنسبة للمدعى عليه بأنه عند نشر العلامة التجارية المتعدية على موقعها ستحدث ارتباط بمنطقة نيويورك وان المدعى عليه منطقيا سيتنبأ بإحضاره إلى محكمة نيويورك . فهناك فائدة مرجوة في النطاق المكاني لنيويورك كجزء من السوق الواسعة في نطاق نيويورك . اعترفت المحكمة بان مجرد تملك الموقع في جورجيا ومستخدم من قبل النيويوركيين ليس كافيا لانعقاد الاختصاص الشخصي . هنا كانت توجد فائدة شخصية حققت ارتباطا مستمرا يبرر الاختصاص .

50 : المحامي يونس عرب - المرجع السابق.

منازعات التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: وسائل التقاضي البديلة و أهميتها.

كما سبق وأشرنا أن مجال سريان التجارة الإلكترونية هو عالم الانترنت , وأشرنا أيضا أن السبب الأكثر اعتماداً للتجار بطرق الكترونية هو ما تتميز به هذه الشبكة من سرعة في المعاملات , فعلى هذا الأساس قد يختار الأطراف المتعاقدين في هذا المجال الجانب القضائي الإلكتروني أيضا لحل منازعاتهم بدلا من الجانب القضائي العادي , ذلك ما يسمى وسائل التقاضي البديلة .

الفرع الأول: وسائل التقاضي البديلة .

المسألة المتعين الإشارة إليها في هذا المقام أن عالم الانترنت ومختلف المنازعات القانون المتصلة بتقنية المعلومات أظهرت الأهمية الاستثنائية للجوء إلى طرق التقاضي البديلة كالتحكيم والوساطة والمفاوضات لحل المنازعات المثارة في هذا الحقل ، إذ تساهم وسائل التقاضي البديلة بتجاوز مشكلات غياب القوانين المنظمة لهذه الموضوعات في عدد كبير من الدول ، وتتيح أيضا تحطيم مشكلات صعوبة تحديد الاختصاص والقانون الواجب التطبيق ومشكلات تنفيذ الأحكام التي تعتمد على توفر الشروط القانونية لصحة التنفيذ ، عوضا عن فعاليتها من حيث قدرة جهات التقاضي البديلة بنظر هذه المنازعات المنطوية على مسائل تقنية وإدارية معقدة والمنطوية أيضا على أدلة وبيانات قد لا تكون مقبولة في النظم القانونية التي تتبع إليها المحاكم القضائية فيما لو عرضت عليها بدلا من جهات التحكيم .

إن هناك اتجاهها دوليا متناميا نحو تطبيق وسائل التقاضي البديلة والتشجيع على اللجوء إليها سواء من حيث تشجيع إقامة مراكز فض المنازعات أو من حيث التدريب على وسائل التحكيم والوساطة والمفاوضات وغيرها أو من حيث اتخاذ تدابير تشريعية تساهم في تنظيم وسائل التقاضي البديلة وتتجاوز المعوقات أمام فعاليتها , وفي هذا الحقل احتل التوجه نحو تعميم مراكز التحكيم التجاري الدولي مكان الصدارة ، حتى أن احد أهم دعائم التنظيم التجاري الدولي العالمي أقر آلية لتسوية النزاعات التجارية الدولية ضمن اتفاقيات منظمة التجارة العالمية ، وفي حقل الملكية الفكرية اعتمدت المنظمة العالمية للملكية الفكرية آلية شاملة لتسوية المنازعات الفكرية التجارية تنطوي على نظام للوساطة وآخر للتحكيم

منازعات التجارة الإلكترونية

وثالث للتحكيم المعجل ورابع بشأن البنود التعاقدية والاتفاقيات الموصى بها للاحتكام والتي بدأ نفاذها جميعا اعتبارا من

الأول من تشرين الأول لعام 1994⁵¹

الفرع الثاني : أهمية وسائل التقاضي البديلة.

يمكننا فيما يلي إبراز أهم عناصر الدور الذي تلعبه طرق التقاضي البديلة في حقل منازعات التجارة الإلكترونية.

* أن طرق التقاضي البديلة تتيح اللجوء إلى أكثر الجهات خبرة للتعامل مع مسائل التجارة الإلكترونية التقنية المعقدة والقانونية المستجدة وتتيح الثقة بكفاءة الجهة التي تتولى البت في النزاع.

* طرق التقاضي البديلة في حقل التجارة الإلكترونية تحتاز مشكلات غياب النصوص القانونية في حقول العقود الإلكترونية وحجية الإثبات بالوسائل الإلكترونية ومشكلات المعايير والمواصفات ومسائل التعامل مع المصنفات الرقمية وعناصر الإخلال بالالتزامات وتفسير البنود العقدية خاصة في رخص الملكية الفكرية و عقود نقل التكنولوجيا وعقود الخدمات التقنية وغيرها .

* أن إيراد الشروط العقدية التي تقرر اللجوء لطرق التقاضي البديلة وتحديد الطريقة المقرر إتباعها عند النزاع وآلية اللجوء إليها والقوانين المتعين تطبيقها من قبل الجهة المتولية نظر النزاع سواء الموضوعية أو الإجرائية ومدى حجية القرار النهائي

الصادر في النزاع وتحديد الأحكام المتعلقة بحالات الامتناع عن اللجوء لهذه الوسائل لفض النزاع تتخذ جميعا أهمية

استثنائية وتتطلب التشجيع لاعتمادها أساسا في العقود الإلكترونية على شبكة الانترنت أو تلك المبرمة عبر الوسائل

الإلكترونية على أن تراعى دقة وشمولية مثل هذه الشروط وحكمها في حال إبطال التعاقد وان تراعى لدى وضعها

الأحكام القانونية التي قد تقيدها أو تحد من فعاليتها إلى غير ذلك من المسائل التي تكفل سلامة وفعالية شرط اللجوء إلى

طرق التقاضي البديلة ويجدر بالذكر هنا أن العديد من المنازعات القضائية قد أثرت بخصوص شروط اللجوء إلى التحكيم

⁵¹ : المحامي بونس عرب- المرجع السابق.

منازعات التجارة الإلكترونية

المقررة في النماذج العقدية الإلكترونية ، أو في رخص مصنفات الفكرية الإلكترونية تستلزم في الحقيقة دراسة معمقة لتحديد نماذج معيارية للشروط العقدية المتعلقة بهذا الخصوص يمكن في حال تعميمها المساهمة في فض منازعات التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية وبالعموم منازعات الانترنت⁵².

الخاتمة:

⁵² : المحامي يونس عرب- المرجع السابق.

منازعات التجارة الإلكترونية

لقد تسابقت دول العالم المتطور نحو استخدام التجارة الإلكترونية بشكل واسع , لكن اختلفت صورتها في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم , إذ نجد أن العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية قياسا بالدول المتقدمة .

ونظرا لما تُكِنه التجارة الإلكترونية من أهمية , وخصوصا في وقتنا الحالي بمزاياها المتعددة , إلا أنها لم تخلوا من العيوب كغيرها من الأساليب .

مزايا التجارة الإلكترونية:

يمكن إيجاز أهم المزايا المترتبة على التعامل بأسلوب التجارة الإلكترونية في ما يلي:

- إيجاد وسائل أبحار توافق عصر المعلومات , فقد مكنت التجارة الإلكترونية من حلق أمانط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري , كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية .
- سرعة إعداد المتاجر الإلكترونية بالمقارنة بالمتاجر التقليدية , فضلا عن انخفاض تكلفة المتاجر الإلكترونية عن نظيرتها التقليدية , بما يؤدي إلى انخفاض تكلفة أداء الصفة التجارية .
- تدعم التجارة الإلكترونية ما يسمى بديمقراطية التسوق و زيادة كفاءات أسواق المنافسة الكاملة على مستوى العالم , حيث تتيح الفرص المتكافئة أمام كافة المستويات الكبيرة والصغيرة على السواء لعرض منتجاتها أو عرض خدماتها البحرية دون تمييز أو قيود .
- تسمح التجارة الإلكترونية للعملاء و المستهلكين بتبادل الخبرات و الآراء بخصوص المنتجات و الخدمات عبر منتجات الإلكترونية على الانترنت (المنتديات مثلا) .
- تيسر التجارة الإلكترونية توزيع الخدمات العامة مثل الصحة و التعليم و الخدمات الاجتماعية بسعر منخفض و بكفاءة أعلى .
- تسهيل التجارة الإلكترونية لأداء المدفوعات الدولية المترتبة على الصفقات التجارية بواسطة النقود الإلكترونية مقبولة الدفع عالميا و خلال فترة زمنية قصيرة .
- توفير نفقات الاتصال التقليدية من بريد و فاكس و هاتف اللازمة لإتمام الصفقة .

عيوب التجارة الإلكترونية:

منازعات التجارة الإلكترونية

- تخوف المستخدم أو الزبون دائما من حقيقة وجود الموقع أو البضائع أو الخدمة .
- الشك دائما في مشروعية السلع و الخدمات المعروضة والمقدمة .
- الشك في حقيقة وجود الشخص أو الطرف الآخر في العقد , بمعنى عدم التأكد من صفة المتعاقد.
- التخوف دائما من حجية العقد الالكتروني أو القوة القانونية أو الإلزامية لوسائل التعاقد.
- احتمال نشوء بعض المشاكل المترتبة عن التعامل التجاري الالكتروني , كمشكل التخلف عن الدفع والمشكلات المرتبطة بوسائل الدفع التقنية مثلا.
- إثارة مشكلات تتعلق بالاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقات العقدية .

منازعات التجارة الإلكترونية

قائمة المراجع

-الكتب:

- د.أسامة أحمد بدر , حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني , دار الكتب القانونية , مصر , بدون طبعة.
- د.رأفت رضوان , عامل التجارة الالكترونية , منشورات المنظمة العربية والتنمية الإدارية , 1999.
- د.سعد غالب ياسين , د.بشير عباس العلق , التجارة الالكترونية , جامعة الزيتونة الأردنية , دار المناهج للنشر والتوزيع , الطبعة الأولى , 2004.
- د.شافع بلعيد عاشور العولمة التجارية والقانونية للتجارة الالكترونية , دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع, الجزائر , 2006,
- د.صالح المنزلاوي , القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الالكترونية , دار الجامعة الجديدة للنشر , 2006.
- د.طارق عبد العال حمال , التجارة الالكترونية , كلية التجارة , جامعة عين شمس , الدار الجامعية , 2005-2004 .
- د.طاهر شوقي مؤمن , عقد البيع الالكتروني "بحث في التجارة الالكترونية" , دار النهضة العربية, القاهرة , 2007.
- د.عبد الفتاح بيومي حجازي , النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية , دار الفكر الجامعي , الطبعة الأولى , 2006,
- د.عصام عبد الفتاح مطر , التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية , دار الجامعة الجديدة للنشر , 2009,

منازعات التجارة الإلكترونية

- د.محمد السيد عرفة , التجارة الدولية الالكترونية عبر الإنترنت , كلية الشريعة والقانون , جامعة الإمارات العربية المتحدة , بدون سنة.
- د.محمد أمين الرومي , النظام القانوني للتحكيم الالكتروني , دار الفكر الجامعي , الطبعة الأولى , 2006.
- د.محمد حسين منصور , العقود الدولية , دار الجامعة الجديدة للنشر , بدون طبعة.

المقالات:

- المحامي يونس عرب , الاختصاص والقانون الواجب التطبيق و طرق التقاضي البديلة , المركز العربي للتقنية والقانون , لبنان , 2000.

المواقع الالكترونية:

- www.arablaw.org
- www.droit.com
- www.elj.warwick.uk
- www.pdf.net
- www.unictral.org
- www.veecos.net

منازعات التجارة الإلكترونية

الفهرس

المقدمة....

- 01 -
- 03 - خطة البحث.
- 06 - - الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.
- 06 - -المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية و مجال سريانها.
- 08 - -المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.
- 09 - -الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.
- 10 - -الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية.
- 11 - -الفرع الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية.
- 12 - -المطلب الثاني: مجال سريان التجارة الإلكترونية"عالم الانترنت"
- 13 - -الفرع الأول: تعريف الانترنت.
- 14 - -الفرع الثاني: خصائص الانترنت.
- 15 - -الفرع الثالث: مزايا و عيوب الانترنت.
- 16 - -المبحث الثاني: كيفية التعامل في بيئة التجارة الإلكترونية.
- 16 - -المطلب الأول: التعاقد بطرق الكترونية.
- 16 - -الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني.
- 18 - -الفرع الثاني: خصائصه.
- 19 - -الفرع الثالث: كيفية إبرامه.

منازعات التجارة الإلكترونية

- المطلب الثاني: وسائل الدفع في بيئة التجارة الإلكترونية..... - 22 -
- الفرع الأول: بطاقات الائتمان - 23 -
- الفرع الثاني: بطاقات الوفاء..... - 23 -
- الفرع الثالث: بطاقات الخصم الفوري..... - 24 -
- الفصل الثاني:الاختصاص والقانون الواجب التطبيق ووسائل التقاضي البديلة..... - 25 -
- المبحث الأول: الاختصاص و القانون الواجب التطبيق..... - 25 -
- المطلب الأول: محاولات وضع قانون ينظم التجارة الإلكترونية و الاختصاص فيها..... - 25 -
- الفرع الأول: التوصيات الدولية الأساسية..... - 26 -
- الفرع الثاني: القواعد القانونية..... - 27 -
- المطلب الثاني: اتجاهات النظم المقارنة والقضاء المقارن بشأن الاختصاص والقانون الواجب التطبيق..... - 28 -
- الفرع الأول: اتجاهات الولايات المتحدة الأمريكية..... - 29 -
- الفرع الثاني: اتجاهات الاتحاد الأوربي..... - 30 -
- الفرع الثالث: موقف المشرع الجزائري..... - 32 -
- المبحث الثاني: الحالات القضائية التطبيقية ووسائل التقاضي البديلة لفض منازعات التجارة الإلكترونية..... - 33 -
- المطلب الأول: الحالات القضائية التطبيقية..... - 33 -
- الفرع الأول: حالات عدم وجود الارتباط الكافي..... - 33 -
- الفرع الثاني: حالات الارتباط الكافي..... - 35 -
- الفرع الثالث: حالات تتوقف عن الاستمرارية و الانتظام..... - 36 -
- المطلب الثاني: وسائل التقاضي البديلة و أهميتها..... - 38 -

منازعات التجارة الإلكترونية

- الفرع الأول: وسائل التقاضي البديلة..... - 38 -
- الفرع الثاني: أهميتها بالنسبة لهذا النوع من المنازعات..... - 39 -
- الخاتمة..... - 41 -