



المعهد القومي للملكية الفكرية
The National Institute of Intellectual Property
Helwan University, Egypt

المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

العدد الخامس

سبتمبر ٢٠٢٢

الهدف من المجلة:

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

ضوابط عامة:

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقا لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

ألية النشر فى المجلة:

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزي على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: ymgad@niip.edi.eg
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.

مجلس إدارة تحرير المجلة	
أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة	أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود
أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة
سكرتير تحرير المجلة	أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث
أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه
أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. هناء محمد الحسيني
مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي
رئيس مجلس إدارة جمعية الامارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي
أستاذ القانون المدنى بجامعة جوته فرانكفورت أم ماين - ألمانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Alexander Peukert
أستاذ القانون التجارى بجامعة نيو كاسل - بريطانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Andrew Griffiths

المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان
جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٠٣٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg

"تحديات الملكية الفكرية في ظل التجارة الألكترونية"
نحو "مخاطر الإعتداء على الملكية الفكرية عبر المنصات الرقمية"
نبيل مصطفى عبد الرحيم علي

"تحديات الملكية الفكرية في ظل التجارة الإلكترونية"

نحو "مخاطر الإعتداء على الملكية الفكرية عبر المنصات الرقمية"

نبيل مصطفى عبد الرحيم علي

مقدمة:

لاشك أن الثورة المعلوماتية قد تركت أبعاداً في مختلف مجالات القانون وقد كان للقانون التجاري النصيب الأوفر من هذه الثورة ، فقد ظهرت التجارة الإلكترونية والتي تلبي متطلبات القانون التجاري إذ إنه أحد أهم المرتكزات التي يقوم عليها هو السرعة في التعامل وهو أمر ينسجم مع طبيعة التجارة الإلكترونية .

وتتمثل التجارة الإلكترونية في بيع أو شراء أو بيع المنتجات أو الخدمات ، باستخدام وسيط (إلكتروني) وهذه العملية تتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو الحواجز الجغرافية وقد أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاد البلدان وازدهار تجارتها الداخلية والخارجية ، وباتت أداة للمنافسة في تسويق السلع والخدمات للمستهلك لذا بدأت الدول بتهيئة اقتصاداتها ومؤسساتها وتشريعاتها للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي. وبظهور التجارة الإلكترونية تغير مفهوم السوق التقليدي المتعارف عليه بأنة المكان الذي يلتقي فيه عدد من البائعين لتبادل سلع أو خدمات معينة إلى مفهوم آخر أكثر اتساعاً حيث أصبح السوق يتصرف إلى مفهوم التنظيم أكثر منه إلى مفهوم الحيز المكاني أوالمادي فهو تنظيم لشبكة من

المبادلات بالنسبة للغالبية من السلع والتي يتم تبادلها في أماكن قد تكون بعيدة كل البعد من مكان إنتاجها وتكون منتشرة جغرافياً للدرجة التي لا يمكن أن تضع لها حدود (١)

مشكلة الدراسة :

قد يكون من مشاكل التجارة الإلكترونية قلة الوعي المعلوماتي وندرة أيضاً ثقافته المعلوماتية خاصة في الدول النامية والدول الأقل نمواً، ذلك أن تلك الثقافة هي القاعدة الأساسية التي تنطلق من خلالها ومنها التجارة الإلكترونية.

إلا أن سعي الدول لذلك يصطدم بعقبات قد تكون مرتبطة بالجانب القانوني تتمثل بعدم قدرة بعض القواعد القانونية على الانسجام مع طبيعة التجارة الإلكترونية منها القواعد التقليدية في القانون الدولي الخاص .

مما يعيق تحديد الاختصاص القضائي الدولي بمنازعات التجارة الإلكترونية من جهة وتحديد القانون واجب التطبيق عليها من جهة أخرى أو أن تكون العقبات تقنية تتمثل بالأعطال التقنية كالأعطال التي تصيب الأجهزة والبرامج .

د. خالد زغلول حلمي ، الاقتصاد السياسي ط٢ ، ٢٠٠٢م. الكويت^١

نتيجة لتعرضها لهجمات فيروسية أو نتيجة للظروف البيئية كالعواصف والأترية وغيرها ، أو مخاطر الأخطاء الغير متعمدة التي تكون نتيجة بعدم الخبرة في استخدام الوسائل التقنية الحديثة .

وأيضاً مخاطر الجرائم التقنية والتي باتت تتناسب طردياً مع وسائل الاتصال الحديثة ومنها السرقة المعلوماتية ،

المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية ومنها.

-عدم الوعي بوسائل التجارة الإلكترونية - ضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات

ويمكن وضع حلول لتلك المعوقات منها :

*وضع قواعد محددة لسياسات الإسترجاع والاستبدال والاعلان عنها بطريقة يسهل على العملاء رؤيتها مع ضرورة تجنب إدراج شروط صارمة منفرة .

* تحسين صورة المتجر الإلكتروني وذلك من خلال التقليل من الأخطاء الفنية التي قد تحدث بسبب عدم سرعة موقع المتجر .

* اختيار شركات نقل وشحن موثوقة تمنح العميل الثقة في المتجر .

* متابعة آراء العملاء للمنتجات المعروضة على الموقع عبر وسائل

التواصل الاجتماعي (1)

¹ ياسين واخرون، التجارة الإلكترونية ، ص ٦٠ .

أهمية الدراسة:

حماية حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة من الأهمية بمكان وكذلك حماية حقوق الملكية الفكرية في التجارة الإلكترونية بصفة خاصة من الأمور المهمة ذلك لأن حماية حقوق الملكية الفكرية (أدبية أو صناعية أو فنية) او تجارة عبر وسائل الإنترنت

يضمن لكل من البائع والمشتري حقوقه ومن ثم يؤدي إلى نمو وزيادة ذلك النوع من التجارة والعمل على تطورها وازدهارها وخاصة في الدول النامية كمصر ومن ثم يضمن النمو التجاري والاقتصادي والاستثماري المترتبة على انتهاك حقوق الملكية الفكرية في التجارة الإلكترونية ؟

٣- هل العقوبات كافية لتحقيق الردع ومنع التعدي ،

٤- وما مدى تأثير غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية

منهجية الدراسة:

تستخدم الدراسة كل من المنهج الاستنباطي والمنهج الاستقرائي. حيث تستخدم المنهج الاستنباطي في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهجيتها وتحديد المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية. ومراجعة الدراسات السابقة كما تستخدم المنهج الاستقرائي في تقدير حجم التجارة الإلكترونية وحجم المعاملات الدولية في التجارة الإلكترونية ووزنها النسبي في العالم والدول النامية ومصر.

ولما كان مجال البحث متعلق بحقوق الملكية الفكرية في ظل وجود التجارة الإلكترونية واسعة وممتدة ومتشعبة فقد أثرت الحديث بإجمال عن مبحثين

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية وأساسياتها ومميزاتها وعيوبها:

التجارة الإلكترونية :

هي أي معاملة أعمال تتم بواسطة اتصال يستعمل تكنولوجيا المعلومات ويستعمل النمط المستندي الإلكتروني بدل من النمط الورقي أي أنها لا تتعامل بأي ورقة بل تتم من خلال سلسلة من النبضات الكهربائية والنظرية أي أنها ليست شكلاً جديداً في التجارة بل وسيلة جديدة لنفس التجارة في البضائع والخدمات . (١)

ويذهب آخرون إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها كافة أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكات الاتصالات بما في ذلك التعاملات بين الشركات بعضها البعض وبين الشركات وعملاءها أو بين الشركات والإدارت الحكومية (٢)

وعرف المشرع التونسي التجارة الإلكترونية بأنها المعاملات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية وتتم باستعمال الوثائق الإلكترونية . (٣)

وأخيراً نستطيع القول أن : التجارة الإلكترونية هي المعاملات التي تنفذ بوسائل إلكترونية . (١)

¹ طلال أيبو غزالة ، التجارة الإلكترونية ، المستقبل القادم للثورة المعلوماتية ، مقال بجريدة القبس الإلكترونية ٢٠٠٢ م .

د. رأفت رضوان ، رشاد عوض وآخرون ، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية ، ص ١٠٠، ٢٠٠٠ م 2

القانون التونسي رقم ٨٣ الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية الفصل الثاني . 3

وعليه فإن مجال التجارة الإلكترونية يتسع اتساعاً كبيراً كل يوم عن سابقه حيث يشمل انشاء المواقع وتبادل البريد الإلكتروني بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية ومن ذلك تبادل المعلومات عن السلع والخدمات والمراسلات والتعاملات المصرفية والإلكترونية وإصدار الفواتير الإلكترونية والحرص على التفاوض على الصفقات التجارية بوسائلها الإلكترونية المختلفة كعقود البيع الفوري للسلع والخدمات وسداد الالتزامات المالية وتوزيع هذه السلع والخدمات (٢)

أهمية التجارة الإلكترونية : تتزايد أهمية التجارة الإلكترونية مع التراجع المستمر في تكلفة تقنية الاتصالات وانتشار البنية الأساسية لها بحيث تتجلى هذه الأهمية في :

أن التجارة الإلكترونية أصبحت مجالاً خصباً لتعزيز التخطيط الاستراتيجي لكافة أطراف العملية التجارية .

أن التجارة الإلكترونية تمثل واحدة من أهم الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة والمتوسطة القدرة على المشاركة الفعالة في حركة التجارة الدولية .

أنها تعطي قطاعات واسعة وعديدة من مستخدمي وسائل الاتصال الحديثة .

التجارة الإلكترونية تيسر على الشركات إجراء أعمالها التجارية العادية بطريقة أكثر كفاءة وأكثر وفرة . (٣)

1 قانون المعاملات الإلكترونية المؤقت رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ م .

2 عمرو نكي عبدالمتعال ، التجارة الإلكترونية والقانون في مصر

3 طلال أبو غزالة ، التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية ، المجمع العربي للملكية العربية

فوائد التجارة الإلكترونية وسلبياتها

بعد أن تعرّفت على مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها، من المهمّ لك الآن الاطّلاع على أهمّ مزاياها وجوانب القوّة فيها إضافة إلى سلبياتها ونقائصها. وذلك حتى تتمكن بعدها من اتخاذ قرارك حول ما إذا كنت ستدخل هذا العالم أم تبقى متمسكًا بالتجارة التقليدية. فيما يلي مجموعة من أهمّ هذه المزايا والسلبيات:

مزايا التجارة الإلكترونية :

أهم ما يميز التجارة الإلكترونية :هو

١ القدرة على الدخول إلى الأسواق لم تكن متاحة من قبل بسبب عدم إمكانية التعرف على احتياجاتها بشكل مباشر .

٢ الاتصال المباشر بين كافة أطراف العملية التجارية البائع والمشتري والموزع والمصنع .

٤ إمكانية التعرف على رد فعل الزبناء وقياس الرأي بشكل حي .

٥ إمكانية خلق فرص استثمارية جديدة كان من الصعوبة التعرف عليها من قبل

٦- مكان رائع لعملائك الانطوائيين!

٧-سهولة الوصول إلى بيانات العملاء والاستفادة منها

٨-مبيعات عالمية ٩-سهولة عرض المنتجات الأكثر مبيعا

١٠-دخول مستمر على مدار الساعة ١١-انخفاض التكلفة المادية

عيوب التجارة الإلكترونية

١ -فلسفة وثقافة التجارة الإلكترونية غير منتشرة في الوطن العربي،

- ٢ - فكرة الحسابات البنكية الإلكترونية غير واضحة نظراً لعدم وجود مؤسسه فعلية ممّكنه فى العالم العربي تربط البنوك الإلكترونية بالبنوك الواقعية.
- ٣ - الرقابة والمتابعة الحكومية وقوانين الإنترنت ليست مفعلة أو موجودة أصلاً بالشكل الذى يزيد من الثقة فى المواقع التجارية،
- ٤ - عمليات القرصنة وانتشار المتسللين والمخترقين تشكك فى وسائل الأمن والحماية نظراً لصعوبة متابعة الإنترنت وحظر هؤلاء،
- ٥ - لا ترى مؤسسة مسؤولة عن الإنترنت، ولا قانون يحكم العلاقات المالية، وفى حالات النصب لا تجد ما يقال لك تجاه ذلك إلا "القانون لا يحمى المغفلين".

-الخلاصة

كانت هذه بعض العوائق والعيوب، وكذلك المميزات المتعلقة بمجال التجارة الإلكترونية العربية على وجه الخصوص، ونتمنى تبني أفكار للتغلب عليها فى المستقبل القريب، نظراً لأن مجال التجارة الإلكترونية فى صعود وتطور مستمر .

المبحث الثاني

عوائق وفرص حماية حقوق الملكية الفكرية في المنتجات المباعة عبر الإنترنت:

تطرح التجارة الإلكترونية صعوبات وإشكالات تخص إبرام وتنفيذ العقود ومن ذلك مدى استيفائها للشروط الصحيحة التي يتطلبها القانون

- إن اثبات واقعة الغش التجاري وعدم الالتزام بالاتفاقيات والعقود المبرمة إلكترونياً من أحد الأطراف المتعاقدة وكذلك القرصنة والسراقات والتزوير عبر الإنترنت هل هي مخالفة أم جناية ، وكيف يمكن جلب المستند ضده أو المتهم إلى المحكمة ام سيحاكم عن طريق الإنترنت ؟؟؟

- إن القوانين الدولية لا تتضمن نصوصاً تتعامل مع الجريمة الإلكترونية وهناك صعوبات كبيرة في مجال اثبات هذه الجريمة .

- إن تحديد مكان وزمان التعاقد في حالة تبادل الإيجاب والقبول الإلكترونيين يطرح مشكل القانون الواجب التطبيق على التعاقد الإلكتروني .

- إشكالية تنازع القوانين عند الإحالة على هيئة التحكيم وكذلك في مرحلة تنفيذ حكم المحكمين .

- مدى حماية العناوين والأسماء التجارية المسجلة على شبكة الإنترنت .

كيفية حل المشاكل والمعوقات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية :

- تحتاج التجارة الإلكترونية في الأنظمة الجمركية إلى قيام ثورة في هذه الأنظمة تقلب جميع المفاهيم السائدة وذلك من مثل ماحدث في الولايات الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي من خلال الاعتماد على الشفافية وإزالة العراقيل والروتين .

- توفير الأراضية القانونية المناسبة لتطوير هذه التجارة وحماية أطرافها .
- إن لجنة الأمم المتحدة لقوانين التجارة الدولية قد أنجزت قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية عام ١٩٩٦ الذي عالج مسائل متعددة منها مسألة التوقيع الإلكتروني حيث نص القانون على قبول التوقيع الإلكتروني كوسيلة للتعاقد واثبات انعقاد العقد الإلكتروني ولم يحدد القانون النموذجي معنى معيناً للتوقيع الإلكتروني أو معياراً معيناً للمسائل الإجرائية بل اكتفى بالمبادئ العامة القائمة على فكرة إيجاد وسيلة تكنولوجية تحقق نفس المفهوم والغرض الذي يحققه التوقيع العادي .
- ينبغي تحديد الأهداف التي يهاجمها القرصنة سواء كانت نظماً أو بيانات أم شبكات من أجل حماية المعلومات الإلكترونية .
- الحاجة إلى بلورة مفهوم الوثيقة الإلكترونية .
- الحاجة إلى إطار قانوني جنائي لحماية التوقيع الإلكتروني من الإلتلاف والتزوير وسوء الاستعمال وضمان السرية المفروضة فيه .
- لمواجهة المشاكل الناجمة عن التجارة الإلكترونية تم خلق نظام التنظيم الذاتي وقد تم الاهتمام بتطوير التجارة الإلكترونية انطلاقاً من مؤتمر بون المنعقد في ٧/١٠/١٩٩٧م .
- في نفس الاتجاه هناك ما يعرف بأنظمة ضمان السلامة كما أن أنظمة التأمين تخدم التجارة الإلكترونية .

- نظراً لتأثر وسائل الأداء التقليدية بتطور التجارة الإلكترونية ظهرت أنظمة أداء جديدة في الدنمارك مثلاً . (١)

^١ محبوبي ، التجارة الإلكترونية في البيئة الاقتصادية الحديثة للمشروعات التجارية ، ص ١١١

المطلب الأول:**وسائل الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية :**

إن الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية لها أبعاد متعددة فهي تتطلب تنظيمًا قانونيًا لكافة مراحل التجارة الإلكترونية من أجل توفير الثقة والأمان في وسائل الاتصال المستخدمة في التجارة الإلكترونية ومنها :

١- حماية التوقيع الإلكتروني :

أصبح التوقيع الإلكتروني بمثابة وثيقة أساسية لإثبات هذه المعاملات كما أنه يحدد هوية المرسل والمستقبل إلكترونياً والتأكد من مصداقية الأشخاص والمعلومات والحفاظ على سرية المعلومات وعدم تداولها ، وتستخدم وسيلة لإثبات وجود العقد في حالة نشوب منازعة قضائية بين أطراف المعاملة التجارية .

وهو عبارة عن وحدة قصيرة من البيانات تحمل علاقة رياضية مع البيانات الموجودة في محتوى الوثيقة وذلك عن طريق التوقيع الرقمي أو الكودي أو استعمال عدة أرقام يتم تركيبها لتكون في النهاية كوداً يتم التوقيع به أو التوقيع بالقلم الإلكتروني . (١)

٢- حماية المعلومات والبيانات : تعد حماية المعلومات والبيانات من أهم مظاهر حماية التجارة الإلكترونية حيث انتشر الكثير من الفيروسات التي تؤدي إلى تلف المعلومات أو تغيير مضمونها ، وقد استطاع العلم أن يتوصل إلى برامج

^١ د. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة عبر الإنترنت ، دار النهضة العربية ٢٠٠٠ ، ص ٧٥

مكسادة للفيروسات كما توصل العلم إلى وسائل تمكن من تشفير البيانات مما يؤدي إلى حفظ سريتها في التجارة الإلكترونية .

٣- **حماية المستهلك**: التجارة الإلكترونية تتم عبر الإنترنت دون أن يلتقي المستهلك بالمنتج أو يعاين السلع محل العقد معاينة طبيعية وإنما عبر الوسائل الإلكترونية الأمر الذي يجعل المستهلك في وضع ضعيف يحتاج إلى حماية حتى لا يقع في شرك خديعة ، من أجل ذلك ذهبت الاتفاقات الدولية وقوانين التجارة الدولية إلى وضع شروط لتأمين المستهلك من الغش أو التدليس م أهمها : إلزام البائع بأن يقدم للمستهلك البيانات الجوهرية التي تتعلق بالشيء المباع وكذلك شروط للتعاقد والشحن .

٤- **حماية وسائل الدفع الإلكترونية**: هي الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بالعمليات الدفع المباشر بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات ويتوقع نجاح التجارة الإلكترونية على مدى وجود أساليب ونظم للدفع والسداد تتلاءم مع طبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية من أهم هذه الوسائل : استخدام البطاقات البنكية ، الدفع عن طريق التحويلات البنكية ، الدفع من خلال استخدام البطاقات الذكية ، والإنترنت المصرفي ، والشيكات الإلكترونية . (١)

^١ د. خالد زغول حلمي ، التجارة الإلكترونية (الآثار الاقتصادية والحماية القانونية) مجلة الكويت الاقتصادية ، العدد ١٧ السنة ٨ .

المطلب الثاني:**القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية :**

لقد قامت الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بوضع تصور حول الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية مما أدى إلى تبني القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية في يونيو ١٩٩٦ م وكان الهدف الرئيسي لهذا القانون هو انعاش وتطوير القواعد القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وذلك بتوحيد القانون التجاري الدولي من أجل رفع الحواجز بين المبادلات الدولية .

وقد اعتمدت اللجنة مشروع قانون الاونيسترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية في الدورة ٢١ التي انعقدت بنيويورك من ٢٨ إلي ٢٩ يونيو ١٩٩٦ م (١)

حيث أقرت بأنه على جميع الدول أن تولي نظرة إيجابية إلى هذا القانون وتعمل على تنقيح قوانينها بهدف توحيد القوانين الدولية الواجبة التطبيق على السندات الإلكترونية .

وهذا القانون عبارة عن جزئين :

الجزء الأول : يتعلق بالتجارة الإلكترونية في مجالات محددة ويرفق مع هذا النص التشريعي دليل للتشريع يهدف إلى مساعدة المشرعين ومستخدمي وسائل الإبلاغ الإلكترونية .

^١ بشير الصاحب ، التجارة الإلكترونية ، ص ١١

الجزء الثاني : ينص القانون على السماح للدول بتكثيف تشريعاتها المحلية حتى تتلاءم مع التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصالات المطبقة على القوانين التجارية أو قوانين البنوك والشركات مع الأخذ في الاعتبار وجود الفرق أو الاختلاف بين رسائل التبادل الإلكتروني للبيانات عن المستندات الورقية خاصة وأن المستندات الورقية تقرأ بالعين المجردة في حين أن رسائل التبادل الإلكتروني لا تقرأ بالعين إلا إذا تم اختزالها على ورق أو عرضت على شاشة الكمبيوتر .

*قانون حماية حق المؤلف المصري رقم - ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ والذي تم

استبداله بقانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ م

والشامل لكل حقوق الملكية الفكرية ولأئحته التنفيذية. (١)

المبحث الثالث : أنواع التجارة الإلكترونية :

أسئلة تتصدر محركات البحث بشكل يومي بعد الازدهار المذهل للتجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة، حيث نجد قطاع ضخم من الأفراد والتجار وأصحاب الأعمال يتوافدون للبحث والتعرف على أنواع التجارة الإلكترونية الأساسية في العمل والربح من الإنترنت.

ومن المتوقع أن لا يتوقف هذا الازدهار والنمو عند هذا الحد، حيث نجد موقع eMarketer يذكر لنا في أحد تقاريره، ارتفاع معدل مبيعات التجارة الإلكترونية بالتجزئة إلى ٢٨% بما يقدر بـ ٤ تريليون دولار وذلك على

^١ قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢

مستوى العالم، وذلك يرجع للعديد من المزايا والفوائد التي تنتج من وراء التجارة عبر الإنترنت ، مثل زيادة فرص الربح وكسب العديد من الأموال. وقد أعدنا هذا المقال لكافة الباحثين وراء التعرف على أنواع التجارة الإلكترونية وأنواع المواقع الإلكترونية ليسهل عليهم اختيار المناسب لبدء العمل والتجارة عبر الإنترنت، فهيا بنا..

التجارة الإلكترونية e commerce هي عبارة عن إتمام المعاملات التجارية عبر الإنترنت من بيع وشراء ودفع وتحويل الأموال، كافة هذه الإجراءات تتم عبر الإنترنت

ولكن مع مرور الوقت لم تقتصر التجارة عبر الإنترنت من خلال نوعها ال B2C فقط بل تطورت بشكل هائل وملحوظ وازدهرت باقي أنواعها المختلفة. والتي من أبرزها، تجارة ال C2C وال C2B و ال B2B، وفيما يلي باقي أبرز هذه الأنواع.

المطلب الثالث:

أنواع التجارة الإلكترونية:

ما هي أنواع التجارة الإلكترونية

١. تجارة ال B2B

Business to Business هكذا تدير أعمال هذا النوع من أشكال التجارة الإلكترونية، حيث تتم المعاملات التجارية بين طرفين يعملون بالفعل في الأعمال التجارية.

أي المقصود منها شركة توفر الخدمات والمنتجات لشركة أخرى تحتاج لشراء هذا النوع من الخدمات أو المنتجات لاستخدامها والاستفادة منها، هذا هو باختصار مفهوم تجارة الـ B2B، وهي تعد من أفضل أنواع التجارة الإلكترونية حسب استخدام الإنترنت في ٢٠٢٢.

٢. تجارة الـ B2C

تجارة الـ Business to customer هي العلاقة الكلاسيكية في النشاط التجاري والتي بدء خلالها العمل التجاري من الأساس. وتتم عملية البيع أو التجارة هنا بين طرفين، الطرف الأول هو الشركة أو العلامة التجارية التي توفر منتج أو خدمة ما للأفراد. وكما كانت من أشهر أنواع الأعمال الإلكترونية فهي تعد من أشهر أنواع التجارة الإلكترونية اليوم وذلك من خلال أن تتم عملية بيع المنتجات أو الخدمات عبر متجر إلكتروني أو أي وسيلة بيع إلكترونية عبر شبكة الإنترنت

٣. تجارة الـ C2B

تجارة الـ Customer to Business هي تجارة تتم على عكس نوع التجارة السابق، أي تتم من المستهلك إلى صاحب الأعمال. ويعد هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية غير مشهور بشكل كبير لأصحاب الأنشطة التجارية، ولكن أصبحت تخطو تجاه الانتشار والنجاح الآن، خاصة بعد نجاح مفهوم التجارة عبر الإنترنت .

٤. **تجارة الـ C2C** تعد فكرة التجارة الـ Customer to Customer جديدة ومختلف على مسمع المستهلك وأصحاب الأنشطة التجارية أيضًا ولكنها بدأت في الانتشار في الآونة الأخيرة مع زيادة عدد مستخدمين الإنترنت.

وهي علاقة تجارية تتم بين مستهلك ومستهلك آخر ولكن كيف هذا؟ مع انتشار ثقافة التجارة الإلكترونية والبيع عبر الإنترنت وانتشار شريحة كبيرة من المستهلكين العاشقين للتسوق عبر الإنترنت، كانت فرصة تدخل مجموعة من هؤلاء المستهلكين لإيجاد فرصتهم في الكسب من البيع بالعمولة لمستهلكين آخرين.

حيث من خلال الاتفاق عبر مواقع مخصصة للبيع بالعمولة، يمكن شراء وبيع بعض المنتجات والخدمات مقابل عمولة تقوم بتحديدها أنت فقط.

٥. **تجارة الـ B2G** Business to Government يتوقف هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية على الاتفاق بين طرفين أحدهما الحكومة والآخر شركة أو علامة تجارية ما.

٦. **تجارة الـ G2B** تتم المعاملات التجارية في هذا النوع من التجارة بين مؤسسات حكومية وشركات تجارية Government to Business، وأشهر المتاجر الإلكترونية

موقع أمازون

... "Amazon"

موقع إيباي

... .Ebay

موقع على اكسبريس

... .aliExpress

... .Sivvi موقع سيفي

موقع علي بابا

... .Alibaba

موقع جوميا

... .Jumia

... .Souq موقع سوق

النتائج والتوصيات :

هناك العديد من النتائج التي توصل إليها البحث منها :

- ١ بساطة وسهولة التعامل مع المزاد الإلكتروني مقارنة بالمزاد التقليدي .
 - ٢ إمكانية شراء المنتجات عن بعد .
 - ٣ صعوبة تحويل التسوق التقليدي إلى نظام التسوق الإلكتروني ولكن يكمن الحل في الانتقال التدريجي ونشر ثقافة التعامل مع التقنيات الحديثة وبذل جهد كبير لتأكيد الوثوقية في النظام الجديد .
 - ٤ سهولة تخزين المنتجات حيث لا تحتاج في النظام الإلكتروني إلى رسوم أرضية .
- أما عن التوصيات منها تك:
- إنشاء شبكة بنكية إلكترونية متكاملة وعالية السرية والسرعة لضمان سرعة وسرية عمليات التسوق .
 - يمكن الاستفادة من خصائص النظام في إنشاء سوق إلكتروني متكامل وذلك بالتعاون مع المؤسسات ذات العلاقة بالموضوع وترقيته بصورة تتناسب مع حجم الاتصالات المتاحة والعمليات التجارية الحالية .
 - زيادة التحوطات الأمنية الكافية من قبل الجهات الأمنية المختصة والتعامل بكل حزم وشدة مع المتجاوزين للقانون لحماية المتسوق بالنظام الإلكتروني من القرصنة الإلكترونية .
 - رفع وعي المستوى التقليدي بضرورة التقدم التكنولوجي وتعليم كيفية التعامل مع الأنظمة الحديثة .

- يجب أن تقرر الدولة القوانين واللوائح التي تنظم التعامل عن طريق البيع الإلكتروني .

المصادر والمراجع :

أولاً : المراجع العربية :

- (ياسين وآخرون، التجارة الإلكترونية ، ص ٦٠) .
- د. خالد زغول حلمي ، الاقتصاد السياسي ط٢ ، ٢٠٠٢م. الكويت
- بشير الصاحب ، التجارة الإلكترونية ،
- محبوبي وآخرون.، التجارة الإلكترونية في البيئة الاقتصادية الحديثة للمشروعات التجارية . ٢٠٠٤ .
- طلال أبو غزالة ، التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية ، المجمع العربي للملكية العربية .
- عمرو ذكي عبدالمتعال ، التجارة الإلكترونية والقانون في مصر
- طلال أبو غزالة ، التجارة الإلكترونية ، المستقبل القادم للثورة المعلوماتية ، مقال بجريدة القبس الإلكترونية ص ٧ ٢٠٠٢ م .
- د. رأفت رضوان ، رشاد عوض وآخرون ، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية ، ص ١٠ ، ٢٠٠٠م
- القانون التونسي رقم ٨٣ الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية الفصل الثاني .
- قانون المعاملات الإلكترونية المؤقت رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ م .

- د. هدى حامد قشقوش ، الحماية الجنائية للتجارة عبر الإنترنت ، دار النهضة العربية ٢٠٠٠ ، ص ٧٥

- د. خالد زغلول حلمي ، التجارة الإلكترونية (الآثار الاقتصادية والحماية القانونية) مجلة الكويت الاقتصادية ، العدد ١٧ السنة ٨.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- Shaat, Mohamed Osama. The impact of e-commerce on the external auditor work. 2013.
- El Gehani, Mohamed Saleh . potentiality Of Applying M-Commerce In Libya . 2007 .
- Mohamed ,M.Nadeem .the impact of eCommerce on Intellectusl Property. 2002