



Available online at <http://jgu.garmian.edu.krd>



Journal of University of Garmian

<https://doi.org/10.24271/garmian.2023.10243>

## التجارة الإلكترونية ومشاكلها القانونية في إقليم كردستان/ العراق

ايمان صفاء الدين جلال

قسم التقنية الإدارية، كلية التقنية الإدارية، جامعة السليمانية التقنية، إقليم كردستان – عراق

| Article Info                                                  |             | الملخص:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Received:                                                     | March, 2022 | أن التجارة الإلكترونية شكل من الأشكال التبادل التجاري عن طريق استخدام شبكة الاتصالات، أي بمعنى آخر هي أسلوب التجاري يعتمد على التبادل الكترونيا بدلا من التبادل المادي المباشر والتعاقد الفوري بين شخصين، وهو ما يثير العديد من الإشكاليات حول مدى اعتراف القانون، وتحديد قواعد التعاقد بهذه الآليات الجديدة للتعبير عن الإيجاب والقبول وبناء عناصر التعاقد. وهو ما يدعو لضرورة البحث في قانونية التعاقد بالطرق الالكترونية . تهدف هذه الدراسة الموسومة:(التجارة الالكترونية ومشاكلها القانونية في إقليم كردستان/ العراق) الى التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية والأطلاع على أهمية التجارة الالكترونية في عصرنا هذا (الإيجابيات والسلبيات)، وبيان الأنواع الرئيسية للتجارة الإلكترونية، والأطلاع على القوانين والتعليمات التي يتخذها المتاجر الإلكتروني أساساً لعملهم، وكذلك وتقييم القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان. |
| Revised:                                                      | April, 2022 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Accepted:                                                     | May, 2022   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Keywords                                                      |             | وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي للإجابة عن السؤال الرئيسي: كيف يمكن توفير بيئة مناسبة لتطوير التجارة الالكترونية وتطبيق الحماية القانونية اللازمة وملء فراغاتها التشريعية والتنظيمية في إقليم كردستان/ العراق؟. وبناء على ذلك، توزعت الدراسة الى مبحثين، يتناول المبحث الأول مدخل التجارة الالكترونية، والمبحث الثاني متطلبات التجارة الالكترونية وقوانينها الدولية والمحلية ومن خلال تحليلنا لمختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وقوانينها المطبقة في إقليم كردستان/ العراق. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها:<br>1. لاتوجد التوعية التشريعية بالتجارة الالكترونية لإيجاد الثقة تجاه التعاملات الالكترونية.<br>2. لا يوجد قانون خاص بفرض ضريبة على التجارة الالكترونية وتنظيم احكامها تحقيقاً للمساواة بين الافراد امام الاعباء العامة.                                                                                   |
| التجارة الإلكترونية، المشاكل القانونية، إقليم كردستان/ العراق |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Corresponding Author                                          |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Ema.2020@yahoo.com                                            |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### المقدمة:

تعد التجارة الإلكترونية نموذجاً ونوعاً متطوراً من التوجهات الاقتصادية الحديثة، حيث برز هذا التوجه بعد إنتشار الشبكات العالمية والمحلية المربوطة بتطور التكنولوجيا الحديثة ويعد نمط التكنولوجيا المتعلق بالتجارة الإلكترونية إحدى أهم خطوات وخصوصيات الإقتصاد الحديث، الذي هو في الأساس نموذج منطقي وعلمي للتصورات الجديدة في ميدان المعلومات وهذا النموذج الجديد سجل كلفة مهنية واقعية، حيث من خلالها يختصر الجهد والوقت (عفيف، بدون السنة، ص1). حيث إن التطور الكبير الحاصل في أنظمة الاتصالات والمعلومات كان له تأثيره بصورة كبيرة على القواعد والقوانين التقليدية. فالتعاملات والتوقيعات الإلكترونية تتميز بمميزات خاصة تكون مختلفة اختلافاً جذرياً عن التعاملات التقليدية ولقد سخرت هذه التكنولوجيا الجديده في ميادين البحث والمعرفة وتقديم خدمات متنوعة وخصوصاً في مجال ميدان التجارة والأعمال فأصبح التسوق يتم عبر مواقع إلكترونية في شكل سوق افتراضية، فنتيجة للتطورات العلمية والتكنولوجية والتحولات التي يعرفها العالم المعاصر، خاصة في ميادين الإتصالات ونقل المعلومات واستخدام الإنترنت والوثائق والسندات الإلكترونية (مجد، 17 مايو 2021، من بريد الإلكتروني: <https://democraticac.de>).

نتناول في هذا البحث التجارة الإلكترونية ومشاكلها القانونية في إقليم كردستان/ العراق في مبحثين: أتناول في المبحث الأول مدخل التجارة الإلكترونية ونقسمه الى ثلاثة مطالب: في المطلب الأول ماهية التجارة الإلكترونية، وفي المطلب الثاني مجال التجارة الإلكترونية، وفي المطلب الثالث مزايا التجارة الإلكترونية، وفي المبحث الثاني أتناول متطلبات التجارة الإلكترونية وقوانينها الدولية والمحلية ونقسمه الى ثلاثة مطالب، في المطلب الأول متطلبات التجارة الإلكترونية، وفي المطلب الثاني: الحماية القانونية للعلاقات التجارية الإلكترونية على الصعيد الدولي، وفي المطلب الثالث الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان/ العراق، كما أتناول في الخاتمة أهم النتائج والتوصيات التي تم التوصل اليها من خلال بحثنا.

### الإطار المنهجي للبحث

#### أولاً: أهمية البحث:

1. ان هذا البحث الذي يدرس التجارة الإلكترونية ومشاكلها القانونية ويقيّمها بموجب القانون يعتبر بحثاً نادراً من حيث النوعية.
2. يتطرق البحث الى المشاكل التي يواجهها تاجر المتجر الإلكتروني في إقليم كردستان.
3. يشكل البحث عاملاً إيجابياً لمراجعة وإعادة تنظيم التجارة الإلكترونية في إقليم كردستان وصياغة العقد الخاص بذلك.

#### ثانياً: مشكلة البحث:

من أهم التحولات لتعاملات التجارة الإلكترونية والرقمية هو تطوير القوانين المحلية والدولية التي تشرع وتنظم هذه التجارة الإلكترونية لتجسيد حقوق المنتج والمستهلك ويجب أن تحدد هذه القوانين عقوبة كل من يستعمل هذا التطور في التزوير والتلاعب بحقوق المستفيدين وخدماته وهذا بالتركيز على (الخصوصية، حقوق الملكية الفكرية، الإثبات الإلكتروني) وأيضاً تتطلب إعادة النظر في المفاهيم الأساسية للقانون التجاري وتطبيقاته، فمشكلة هذا البحث ان المتاجر الإلكترونية تعاني من المشاكل القانونية أثناء عملها، ويواجه المشتري أيضاً مشاكل أثناء عملية الشراء عن طريق التجارة الإلكترونية، فاختارت الباحثة هذا الموضوع للبحث عن المشكلات القانونية التي تواجه التجارة الإلكترونية في إقليم كردستان/ العراق، وتسعى الدراسة الى الاجابة عن السؤال الرئيسي: كيف يمكن توفير بيئة مناسبة لتطوير التجارة الإلكترونية وتطبيق الحماية القانونية اللازمة وملء فراغاتها التشريعية والتنظيمية في إقليم كردستان/العراق؟

#### ثالثاً: فرضيات البحث:

1. يعاني المتاجر الإلكتروني من المشاكل القانونية أثناء عمله.
2. يواجه المشتري المشاكل أثناء عملية الشراء عن طريق التجارة الإلكترونية.
3. هناك ضرورة لسن قوانين لتنظيم التجارة الإلكترونية ومشاكلها القانونية في إقليم كردستان/ العراق.

#### رابعاً: أهداف البحث:

يهدف هذا البحث الى:

1. الاطلاع على أهمية التجارة الإلكترونية في عصرنا هذا (الإيجابيات والسلبيات).
2. بيان الأنواع الرئيسية للتجارة الإلكترونية.
3. الاطلاع على القوانين والتعليمات التي يتخذها المتاجر الإلكتروني أساساً لعمله.
4. تقييم القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان.

#### خامساً: منهجية البحث

وللوصول الى اهداف الدراسة انتهجنا المنهج الوصفي، الذي يقوم على أساس وصف الحالة وتحليل الفكرة، حيث تمت دراسة المبادئ والأحكام التي تتعلق بالقواعد الخاصة بالتجارة الإلكترونية من خلال الرجوع الى العديد من التشريعات التي وضعت احكاماً خاصة بالتجارة الإلكترونية.

#### سادساً: مصطلحات البحث:

**التجارة الإلكترونية:** عملية الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع (الباساكر، 2015، ص9).

**العقد التجاري الإلكتروني:** انه اتفاق بين طرفين عن بعد عبر وسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة. للعقد التجاري الإلكتروني عدة ميزات تفوق ما تتمتع به العقود التجارية بوجه عام الا انه على الرغم من هذه المزايا لايزال ابرام هذا النوع من العقود ينتابه بعض العيوب ولاسيما من حيث الإثبات. (شاكر- الأنباري، 2021، ص20).

**التوقيع الإلكتروني:** حسب قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 78 لسنة 2012، يعرف التوقيع الإلكتروني في المادة (1/ رابعاً) على أنه: "علامة شخصية تتخذ شكل حروف او ارقام او رموز او اشارات او اصوات او غيرها وله طابع منفرد يدل على نسبته الى الموقع ويكون معتمداً من جهة التصديق". كما نصت المادة (14/أولاً) على انه: "يعد التوقيع الإلكتروني صحيحاً وصادراً من الموقع اذا توافرت وسائل لتحديد هوية الموقع والدلالة على موافقته لما ورد في المستند الإلكتروني وبحسب الاتفاق الموقع والمرسل اليه حول كيفية اجراء المعاملة الإلكترونية".

#### المبحث الأول: مدخل التجارة الإلكترونية

#### المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية إحدى نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشهدها العالم حالياً، ولقد لعبت لتقنيات الحديثة دوراً هاماً في تغيير معالم الإقتصاد والتنمية والإدارة والتعليم والأمن القومي والمنظومة القانونية وغير ذلك من المجالات.

والتجارة الإلكترونية تعد مؤشرا لبداية الانضمام الى الاقتصاد العالمي وفتح الباب على مصراعيه لأداء الأعمال عبر الحدود الإقليمية واتساع حلبة المنافسة بين الدول وتخطي حاجز الزمان والمكان، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا لا بد من كافة دول العالم المتقدم منه والنامي، ومن أجل الإسراع بخطى تحقيق التنمية والتقدم الاقتصادي وجذب الإستثمارات في ظل النظام العالمي الجديد (حلمي، بدون السنة، ص11).

نشأت الأسواق الرقمية كمواقع تلاقى لشركات مختلفة إذ تربط مجموعة كبيرة من المصنعين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات الإنتاج في صناعة أو نشاط بشبكة معلومات واحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية وإستثمارها في عقد الصفقات بينهم. ظهرت شركات التجارة (دوت كوم Dot Com) كمواقع مستقلة متخصصة في التجارة الإلكترونية ليست تابعة لشركات الإنتاج أو شركات البيع تخصص في عرض تجميع منتجات منتجين ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلالها، وتحصل المواقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلالها. ظهرت بطاقات الإئتمان الذكية لتحل محل بطاقات الإئتمان العادية وتتيح سرية التعاملات المالية عبر الشبكة، ويعتقد أن هذه البطاقة قد تصبح أهم مقومات التجارة الإلكترونية. أدركت المؤسسات التجارية أهمية الإنترنت ويمكن إدراك مدى أهمية الإنترنت بالنسبة للشركات التجارية من أن نسبة 76% من عدد المشتركين الجدد في الإنترنت هي من نصيب الشركات والمؤسسات التجارية. في البداية واجه مجتمع الإنترنت الشركات التجارية بالعداء بسبب إنتماء معظم المشتركين القدامى لطائفة الباحثين والعلماء، لكن التطور شجع الشركات على الدخول في مجال البيع والتجارة والخدمات وسرعان ما تجاوزت معها قطاعات عريضة من المستخدمين (جامعة الملك سعود، بدون السنة، ص3).

تتطلب التجارة الإلكترونية لتحقيق آثارها الاقتصادية المرجوة إيجاد منظومة تشريعية متكاملة من أجل تأمين وتسهيل المعاملات على الشبكة والتصدي للجرائم المعلوماتية والأنشطة غير القانونية وتحديد الجهات التي يعهد القانون إليها بالتصديق على التوقيعات الإلكترونية ووضع التنظيم القانوني الملازم لعملها، التعاقد القانونية في التجارة الإلكترونية تشكل العمود الفقري في تحقيق أهدافها على خريطة الاقتصاد العالمي (الحلمي، بدون السنة، ص ص11-12).

وللتعرف على (التجارة الإلكترونية) نتطرق الى مجموعة من التعاريف لمجموعة من الباحثين والهيئات والمنظمات العالمية:

على الرغم من أن مصطلح التجارة الإلكترونية نشأ في أوائل التسعينيات، فلا يوجد حتى الآن تعريف مقبول عموماً وعالمي لماهية التجارة الإلكترونية بالضبط، يمكن إعطاء سببين لوجود تعريفات متعددة مع نطاقات مختلفة:

أولاً: طبيعتها، التجارة الإلكترونية متعددة التخصصات للغاية وتشمل علوم الكمبيوتر، التسويق للتمويل، نظم المعلومات الإدارية، سلوك المستهلك، والاقتصاد، وأمور أخرى.

ثانياً: تغيرت التجارة الإلكترونية بسرعة وتتضمن المزيد من مجالات الاقتصاد فضلاً عن التقنيات التي تجعل من الصعب تحديدها.

تتضمن التعريفات العريضة "أي شكل من أشكال النشاط الاقتصادي الذي يتم عبر الاتصالات اللاسلكية وتبادل المعلومات عبر الشبكات الإلكترونية، في أي مرحلة من مراحل التوريد (وزارة التجارة والصناعة البريطانية)، بما في ذلك أنشطة ما بعد البيع وما قبل البيع. من ناحية أخرى، يعرف الآخرون مفهوم التجارة الإلكترونية بشكل أكثر تقييداً بأنها "عمليات شراء أو بيع أو تبادل الخدمات والمنتجات أو المعلومات عبر شبكات الكمبيوتر أو يمثل ببساطة "شراء وبيع البضائع عبر الإنترنت علاوة على ذلك، غالباً ما يتم استخدام مصطلحات التجارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بشكل تبادلي، في حين أن الأخيرة هي مجموعة فرعية من السابق تتبع هذه الدراسة التعريف الأوسع من قبل. (الأمين - اسماعيل - السايح، 2019، ص3).

وعرفت منظمة التجارة العالمية OMC للتجارة الإلكترونية: "التجارة الإلكترونية هي كل عمليات البيع والشراء والسلع والخدمات التي تتم بالاعتماد على شبكات حاسوبية باستخدام أساليب صممت خصيصاً لذلك" ويشمل التعريف بالتالي خمسة أنواع من الأنشطة المتعلقة بالمعاملات التجارية (مجد-نبيل، 2018، ص38):

- الإعلان عن السلع والخدمات والتي يتم عرضها عبر الشبكة من خلال متاجر افتراضية أو محال بيع على الإنترنت.
  - تبادل المعلومات والتفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري من خلال الشبكة.
  - عقد الصفقات وإبرام العقود من خلال الشبكة.
  - سداد الالتزامات المالية من خلال وسائل الدفع الإلكترونية.
  - عمليات توزيع وتسليم السلع والخدمات والمعلومات ومتابعة الإجراءات.
- ومن أهمية التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية من وجهات نظر مختلفة، على صعيد التشريعات فقد اكتفى قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم 78 لسنة 2012، بتعريف المعاملات الإلكترونية بأنها "الطلبات والمستندات والمعاملات التي تتم بوسائل الكترونية". أما على الصعيد الفقهي فهناك الاتجاه "الضيق" الذي عرف المفهوم على أنه جميع الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها من خلال الشبكة الدولية للمعلومات. أما الاتجاه "الموسع" فيذهب الى أنها "كافة المعاملات المتعلقة بانتقال الأموال وتبادل السلع والخدمات التي تنفذ بوسائل الكترونية". (جاسم، 2017/12/21، من بريد الإلكتروني: <http://www.baytalhikma.iq/News>).

إذن، وكما أشرنا الى اقوال المختصين: يعتبر التجارة الإلكترونية كل معاملة تجارية بين بائع ومشتري عن طريق شبكة الانترنت بصفة كلية أو جزئية، فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية

### المطلب الثاني: مجال التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية مفهوماً واسعاً يشمل أي نشاط أو تعاملات تجارية تتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية وأهمها شبكة الإنترنت، لذلك فإن أي نموذج للتجارة الإلكترونية يشتمل على الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري، وعليه يمكن تقسيم التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كالآتي:

1. التعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى – B2B (Business to Business) تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا

المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال هذه التكنولوجيا، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي (العوضي، 2010، ص170)، تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل للمعلومات في مساحة سوقية إلكترونية (Market space) بين الشركات التجارية. وبشكل هذا النوع من المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال (B2B) أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث يستحوذ على ما يقارب 80% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم. وتشير بعض مراكز الأبحاث إلى أنه من المتوقع أن يبلغ حجم عوائد التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية على مستوى العالم إلى نحو 7.2 تريليون دولار بحلول عام 2004م، ويعزى هذا التوقع في ارتفاع حجم التجارة بين القطاعات التجارية إلى تحول هذه القطاعات إلى وسائل إلكترونية لإنجاز معاملاتها عوضاً عن وسائلها التقليدية، حيث إن استخدام تقنية المعلومات في التعاملات التجارية أثبت مقدرته في تخفيض التكاليف وتسريع إنجاز معاملاتها، إضافة إلى ذلك فإن القطاعات التجارية الكبيرة لديها خبرة في التعاملات الإلكترونية باستخدام تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات- (Electronic Data Interchange (EDI) - لأغراض المبادلات التجارية فيما بينها بشكل آمن عبر ما يسمى بشبكات القيمة المضافة (VAN - Value added network) (العبدلي، بدون السنة، ص12).

2. التعامل بين الشركة أو المؤسسة التجارية والمستهلك (Business to Consumer (B2C): تركز هذه التطبيقات على إنشاء المتاجر الإلكترونية واستخدامها من قبل الزبائن للتعرف على المنتجات والخدمات والتحقق من مواصفاتها وشراؤها. والمتجر هو سوق إلكتروني يلتقي فيه البائعون والمشترون ويتبادلون المنتجات والخدمات والنقود والمعلومات. وتمثل شبكة الإنترنت Internet الوسيط اللازم للتفاعل بين الجهات البائعة والمشتري (منتديات جامعة القدس المفتوحة، بدون السنة، ص10، من بريد إلكتروني: <https://elibrary.mediun.edu>).
3. التعامل بين المؤسسة التجارية والحكومة - Business to Government (B2G) - وهذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحله الأولية في معظم الدول، كما أن أغلب هذا النشاط يتركز على التفاعل الإلكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية مثل عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها، بالإضافة إلى ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً (العبدلي، بدون السنة، ص ص13-14).
4. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين C2C أو Consumer-to-Consumer باللغة الإنجليزية. في هذا النوع من التجارة الإلكترونية، تتم جميع المعاملات الإلكترونية للسلع أو الخدمات بين المستهلكين. حيث يتم إجراء هذه المعاملات من خلال طرف ثالث يوفّر منصة أو نظاماً يمكن المستهلكين من إتمام هذه المعاملات بالفعل (ريادة الأعمال، 2021، من البريد الإلكتروني: <https://www.for9a.com/learn>). وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك و مستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد. وهناك أيضاً تعاملات إلكترونية بين الأفراد والمؤسسات الحكومية، وهذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الأفراد والحكومة. ويمكن اعتبار التعامل ما بين المؤسسات الحكومية من جهة والأفراد والمؤسسات التجارية من جهة أخرى، جزءاً من مفهوم الحكومة الإلكترونية (Electronic Government) (العبدلي، بدون السنة، ص ص13-14).
5. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الشركات C2B وهي اختصار لكلمة Consumer-to-Business باللغة الإنجليزية. هذا النوع من التجارة الإلكترونية شائع على وجه الخصوص في المشاريع القائمة على التعهيد الاجتماعي أو الـ crowdsourcing حيث يقوم عدد كبير من الأفراد بعرض خدماتهم ومنتجاتهم للبيع للشركات التي تبحث عن هذه الأنواع من الخدمات والمنتجات على وجه التحديد (ريادة الأعمال، 2021، بدون الصفحة).
6. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الإدارة C2A وباللغة الإنجليزية Consumer-to-Administration، حيث ينطوي هذا النوع من التجارة الإلكترونية على جميع المعاملات الإلكترونية بين الأفراد والإدارات الحكومية، مثل: التعليم: التعليم عن بعد، نشر المعلومات... الخ. الضمان الاجتماعي: نشر المعلومات المتعلقة بهذا المجال، عمليات الدفع... الخ (ريادة الأعمال، 2021، بدون الصفحة).
7. التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الإدارة B2A: يتضمن هذا النوع من التجارة الإلكترونية المعروف بـ Business-to-Administration باللغة الإنجليزية، توسع النشاط التجاري لوحدات الأعمال، أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية (الحكومية) (العوضي، 2010، ص170).

### المطلب الثالث: مميزات التجارة الإلكترونية

بعد أن تم التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية ومجالاتها، من المهم الاطلاع على أهم مزاياها وجوانب القوة فيها إضافة إلى سلبياتها ونقائصها، وذلك حتى تتمكن بعدها من اتخاذ قرارك حول ما إذا كنت ستدخل هذا العالم أم تبقى متمسكاً بالتجارة التقليدية، يدرك رجال الأعمال أن التجارة الإلكترونية تجعلهم في وضع أفضل للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات. فعند مقارنة الخصائص الأساسية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت (التي تمنحها القدرة على تحويل وتبديل الممارسات التجارية) مع خصائص الهاتف العادي نجد أن الهاتف هو تكنولوجيا وسيطة ولها وصول عالمي، لكن التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت تخلق فرصاً لا يستطيع الهاتف العادي أو التلفزيون أو البريد العادي ولا حتى وسائل الاتصال المعروفة الأخرى تحقيقها. كما أن خصائص التجارة الإلكترونية تغير الطريقة التي يتم بها تنفيذ العملية التسويقية وتسحب البساط من تحت أرجل المسوقين واعطائه إلى المستهلكين. فالتجارة الإلكترونية أحدثت تغييرات في النشاط التسويقي بعدد من الطرائق، (إحسان، 2012، ص8)، تتسم التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية وتتطلب وضع تنظيم قانوني خاص للتعامل بها وبما يضمن نموها وتحقيق آثارها الإقتصادية المرجوة. ويمكن إيجاز أهم هذه المميزات فيما يأتي (حلمي، بدون السنة، ص16):

- 1- العلاقة المباشرة بين طرفي العملية التجارية و إلغاء دور الوسيط بينهما حيث يتم التلاقي بين طرفي العملية التجارية عن طريق شبكة الأنترنت، مما يخلق درجة عالية من التفاعل بينهما بغض النظر عن وجود الطرفين او عدمه في نفس الوقت على الشبكة.
- 2- عدم وجود وثائق ورقية متبادلة في أجراء و تنفيذ المعاملات، لأن جميع عمليات التفاعل تتم إلكترونياً
- 3- إمكانية التعامل مع أكثر من مصدر واحد في ذات الوقت، حيث يمكن لأي من أطراف هذه العملية أن يقوم بأرسال رسالة إلكترونية الى عدد غير محدود من المستقبلين في ذات الوقت، و بذلك تتوفر أماكن بلا حدود للتفاعل الجمعي أو المتوازي، و هو أمر غير مسبوق. (إحسان، 2012، ص8)
- 4- توفر التجارة الإلكترونية فرصة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنت. وهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، حول مواصفاتها وأسعارها وصيانتها ومقارنتها بغيرها من السلع المتاحة وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي .
- 5- يوجد على الانترنت العديد من المؤسسات التي تباع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالمواقع التقليدية، وذلك لأن التسويق على الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسويق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن، ولأن الإلكتروني تدخل في بطاقة عمليات الخصم الكبيرة التي تعلنها معظم الشركات، فيما يتيح بعض الشركات فرص التخاطب بين المستهلك والبائع والمنتج والمستهلكين السابقين.
- 6- تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة علاقة مباشرة ووثيقة بين الشركات وعملائها ومورديها، وهذا يتيح حصول الشركات على خدمات أفضل وأسرع وأرخص من مورديهم وبخاصة عندما تستعمل الشركات نظم التبادل الإلكتروني للبيانات، فهذه النظم تسمح بالإدخال الفوري والمباشر والأوتوماتيكي للرسائل المتبادلة بين الشركات إلى نظم معالجة المعاملات أو الصفقات وذلك دون تدخل من الموظفين (فطيمة- حياة، 2012، ص33)
- 7- تشكل التجارة الإلكترونية عامل محفز للشركات التي تتعامل بها كي تبقى في تطور مستمر لخدماتها التجارية وذلك لأن الشركات مع تزايد الأسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في نفس الوقت وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق مما يجعل لها خافزا في تطوير قدراتها التنافسية، كما ان بإمكان التجارة الإلكترونية من عرض جميع منتجاتها في الأسواق.
- 8- من السمات الأساسية من التجارة الإلكترونية هو عدم التوازن في انتشارها حيث تسيطر على الجزء الأكبر من الإقتصاديات المقدمة (عباس- علي، بدون السنة، ص61).

### المبحث الثاني : متطلبات التجارة الإلكترونية وقوانينها الدولية والمحلية

#### المطلب الأول : متطلبات التجارة الإلكترونية

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الإنترنت متاحة في أي مجتمع فإنه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها. وفي هذا القسم سوف نتناول، بإيجاز، هذه المتطلبات وفق التقسيمات الآتية:

**أولاً: المتطلبات المالية العامة:** تشمل المتطلبات المالية العامة (4) قضايا هامة تتمثل في (فطيمة- حياة، 2012، ص43):

1. قضية الرسوم الجمركية والضرائب: وهي أهم موارد الدولة السياسية، تمكنها من تحقيق التوسع وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية والاستثمار.
2. قضية التحول إلى نظم السداد والدفع الإلكتروني.
3. قضية جهة إقرار المعاملات المالية الإلكترونية.
4. قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين: وهي أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين .

ثانياً: التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:

قبل التطبيق تحديد الإطار القانوني الذي يقر بالتحويل الإلكتروني، وأثناء التطبيق أي تكملة للنقائص والفراغ القانوني اللازم، وبعد التطبيق وضع قواعد قانونية ضامنة لأمن المعاملات الإلكترونية وتحديد الإجراءات العقابية الخاصة بفئة المتورطين في جرائم الإدارة الإلكترونية (صليحة، 2019-2020، ص33).

لذلك ان التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز يتم من خلال : (مجد، 17مايو 2021، بدون الصفحة).

1. تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد.
2. تنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية من سرعة في إتمام المعاملات.
3. تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم للفصل في القضايا وتوفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة، وهذا بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول

ثالثاً: المتطلبات الاجتماعية:

إن تغير معايير النجاح والتميز في المنتج في إطار التجارة الإلكترونية وإختلاف قياسها عما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب إعداد (عباس- علي، بدون السنة، ص180) :

1. برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته بكل الجوانب التي تحتويها التجارة الإلكترونية من ميزات وأخطار.
2. إعداد برامج ودورات تدريبية لقطاعات الأعمال، لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية.
3. إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الأنترنت.

4. تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وذلك بالقيام بفتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية، كتخصص قائم بحد ذاته

رابعاً: متطلبات تقنية:

1. متطلبات البيئة الأساسية للإتصالات وشبكات المعلومات.

2. متطلبات تنظيم محتوى البيانات والمعلومات وصفحات الأنترنت.

3. متطلبات معايير ومقاييس التقنية.

خامساً: تفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة:

ويتم ذلك بمشاركة القطاع الخاص في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الإلكترونية والمساندة المباشرة وغير المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الإلكترونية، إضافة إلى توفير وإتاحة المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم (كردي، 2012، من البريد الإلكتروني: <https://kenanaonline.com>).

### المطلب الثاني: الحماية القانونية لعلاقات التجارة الإلكترونية على الصعيد الدولي

أولاً: مشروع منظمة الأمم المتحدة لقانون التجارة الإلكترونية:

1. لجنة قانون التجارة الدولية (اليونسسترال) (1996):

لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة، وتُعرف اختصاراً باسم (اليونسسترال) هي لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية، سيكون أكثر فعالية للدول المعنية بتحديث تشريعاتها، إذا توفرت معلومات خلفية وإيضاحية للأجهزة التنفيذية التابعة للحكومات والهيئات التشريعية تساعدها على استخدام القانون النموذجي، وكانت اللجنة مدركة أيضاً لاحتمال استخدام القانون النموذجي في عدد من الدول ذات الاطلاع المحدود على نوع تقنيات الاتصال التي يتناولها القانون النموذجي، وتعد أهداف القانون النموذجي، التي تتضمن إتاحة أو تيسير استعمال أسلوب التجارة الإلكترونية وتوفير معاملة متساوية لمستعملي المستندات الورقية ومستعملي المعلومات الحاسوبية، أهدافاً أساسية لزيادة الإقتصاد والفعالية في التجارة الدولية، ويمكن أن تستحدث الدولة التشريعات بيئة محايدة من حيث الوسائط وذلك بإدراج الإجراءات المبنية في القانون النموذجي ضمن تشريعاتها الوطنية فيما يتعلق بالحالات التي تختار فيها الأطراف استعمال وسائل الإتصال الإلكترونية (الأمم المتحدة، 2000، ص 15-17).

تنص المادة السادسة- الفقرة 1 من القانون النموذجي لليونسسترال، انه حيثما يشترط القانون وجود توقيع من شخص يعد ذلك من اجله رسالة البيانات في ضوء كل الظروف بما في ذلك أي اتفاق ذي صلة. الاشتراط مستوفى بالنسبة إلى رسالة البيانات إذا استخدم توقيع الكتروني موثوق به بالقدر المناسب للغرض الذي انشئت أو أبلغت، نلاحظ من خلال هذه المادة انه يشترط توافر شرطين في التوقيع الالكتروني حتى يمتلك الحجية القانونية للإثبات: التأكد من هوية الموقع- طريقة التوقيع موثوق بها.

2. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:

أشار الباحثون الى المؤتمر العالمي للتجارة الإلكترونية الذي عقد في الفترة من 7-9 أكتوبر 1998 في مدينة أتاوا، (عباس- الببلاوي، بدون السنة، ص26) ان من أبرز أنشطة منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في ميدان التجارة الإلكترونية؛ حيث حضره نحو ألف مندوب يمثلون الدول الاعضاء في المنظمة وشارك فيها الوزراء وكبار المسؤولين عن التجارة والاقتصاد في هذه الدول وممثلو الاتحادات النوعية التجارية والصناعية، وممثلو مجموعات المستهلكين، والمنظمات غير الحكومية الاقتصادية والاجتماعية. ناقش المؤتمر مسائل بناء الثقة لدى الزبائن والمستخدمين، وتحديد معايير وقواعد حماية الخصوصية والبيانات الشخصية المخزنة في النظم والمتبادلة بين شبكات المعلومات، ومسائل أمن المعلومات التجارية على الخط وسياسات التشفير لمعلومات وبيانات القطاعين الخاص والعام، ومسائل حماية المستهلك وتحديد قواعد الاختصاص القضائي وحل المنازعات وحقوق الاعلان على الانترنت والحماية من الأنشطة غير القانونية والزائفة، وتناول المؤتمر المسائل التي من شأنها أن تجعل التجارة الإلكترونية، عبر تنظيمها القانوني المحكم مشابهة تماماً للتجارة التقليدية وما تركز ضمنها من قواعد كفلت قبولها والثقة فيها.

ثانياً: اتفاق منظمة التجارة العالمية والتجارة الإلكترونية:

انعقد في هافانا مؤتمر دولي ضم ثلاثاً وعشرين دولة، من أجل عقد اتفاقية عالمية تقبل الاقتصاد الرأسمالي من عثراته، فقد أصدرت منظمة التجارة العالمية في بداية عام 1998 الدراسة الخاصة حول التجارة الإلكترونية ودور المنظمة في هذا الميدان وتناولت هذه الدراسة التي حملت عنوان: آليات التجارة الإلكترونية، وما يتعلق بمباشرتها باستخدام الانترنت، وتوصلت الى اعتبار التجارة الإلكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها

عليها الاتفاقية الدولية الخاصة بالتجارة في الخدمات.

ثالثاً: التجارة الإلكترونية في ظل التشريعات التي صدرت عن الاتحاد الأوروبي:

ان الدور المميز الذي يلعبه الاتحاد الأوروبي ومجلس أوروبا في صياغة قواعد موحدة للدول الأوروبية يظهر بشكل رئيس في ميدان التشريعات التجارية والاقتصادية، ويمتاز هذا الدور بأنه يمارس بالاستناد الى دراسات واسعة لجهات خبرة مميزة، وقد اطلقت كافة الدول منفردة وضمن النشاط الاقليمي لاوروبا استراتيجيات وخططاً بشأن التجارة الإلكترونية تمهيداً لاصدار التشريعات القانونية المناسبة، وتنطلق دول أوروبا من الحاجة للعديد من التشريعات السابقة على التجارة الإلكترونية لتغطية المسائل ذات العلاقة بأمن المعلومات وتدفقها وحماية الخصوصية وحماية استخدام الكمبيوتر والشبكات. (زكي، 2016/1/3، من بريد الإلكتروني: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp>). دخل توجيه التجارة الإلكترونية الخاصة بالاتحاد الأوروبي حيز التنفيذ في 17 يوليو عام 2000 وأصبح منذ نفاذه لازماً على الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي تطبيقه بحلول 17 يناير من عام 2002، وقد كان الهدف من إصداره هو ضمان حرية حركة المعلومات والخدمات المعلوماتية وتنشيط حركة ونمو التجارة الإلكترونية بين الدول الأعضاء. طبقاً لهذا التوجيه يجب على الدول الأعضاء الاعتراف بالصفة القانونية ونفاذية العقود الالكترونية، مع إضافة بعض التشريعات

المقارنة قوانين خاصة بها للتعاملات الالكترونية بعد دخول هذه الوسائل الحديثة كافة مجالات الحياة وأصبح من الضرورييات وهو ما أدى بهذه الدول إلى الاعتراف بالتوقيع الالكتروني نصا في قوانينها (مجد، 17 مايو 2021، بدون الصفحة)

### المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان/ العراق:

سرعة التنامي في مجال التسويق الالكتروني وانتقال الأموال خارج الحدود جعل الحكومات تسعى في إيجاد تقنين واضح لتنظيم العلاقة بين البائع والمشتري والوسيط في عمليات البيع عبر الانترنت، حيث تمتاز هذه العلاقة بالتعقيد من الناحية القانونية لاختلاف أماكن وجنسيات أطرافها في أغلب الأحيان، بالإضافة إلى صعوبة تعقب أطرافها بسبب القيود وشروط الخصوصية التي تفرضها أغلب مواقع الانترنت، وبذلك تواجه أغلب الدول مشاكل جمة في النزاعات التي تنتج عن التسويق عن طريق الانترنت، ففي العراق وإقليم كردستان/العراق، لم تصدر تشريعات إلى حد الآن تنظم آلية وطريقة عمل شبكات الانترنت سوى قانون التوقيع الالكتروني رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ والذي يعد قاصرا في مواجهة التطور المتسارع في الاعتماد على وسائل التسويق الالكترونية والبيع عبر الانترنت (موسى، 11 أيار 2020، من البريد الإلكتروني: <https://alnesoor.com/posts>).

مع ما تتمتع به التجارة الإلكترونية من مزايا وأهمية اقتصادية، فإنها تواجه عددا من المعوقات ولعل مرد ذلك إلى حداتها وتطورها السريع وعدم اتخاذ الإجراءات المناسبة التي تتواءم وهذا التطور، ومن بين أهم هذه المعوقات، غياب الأطر القانونية المتفق عليها لتنظيم التعامل الدولي بهذه التجارة، ذلك إن القانون التجاري لا يشمل معاملات التجارة الإلكترونية، أي أنه يمكن أن ترتكب جرائم تجارية، وإن تواجه صعوبات في تسوية النزاعات، وبالحاجة إلى التركيز على النظم والسياسات الأمنية لضمان الوفاء بأمن وسرية التعاملات واثبات الهوية والقضاء على الاختراقات وتأمين حماية الخصوصية وسرية البيانات، وإيجاد الوسائل الفعالة للتحقق من سلامة الوثائق وتوفير الضمانات اللازمة لإبرام العقود والوفاء بالتزاماتها (خليل، بدون السنة، ص 5). وعدم إيجاد طرق آمنة للتوقيع الالكتروني وحماية شبكات المعلومات من محاولة التزوير وسرقة أرقام بطاقات الاعتماد وإرسال الفيروسات وانتشار الغش التجاري وعدم إدراك الشركات لمخاطر الاقتصاد الالكتروني، فكثير من الشركات تواجه صعوبات في إدراك المخاطر الناجمة عن الاقتصاد الإلكتروني (ياسين- العلاق- مجد، بدون السنة، ص 50).

من الأفعال التي ينبغي تجربتها داخل إطار التجارة الالكترونية هو استخدام بطاقة الائتمان الالكترونية التي قد يساء استخدامها من قبل الحامل الشرعي لها أو من قبل التاجر أو من قبل الغير، إذ إن الحامل قد يستخدم البطاقة بعد انتهاء مدة صلاحيتها أو يستخدمها من أجل سحب الأموال متجاوزاً لرصيده أو أن يستخدمها بعد إلغائها من قبل البنك أو المؤسسة المالية المصدرة له. (ميمد- خلف، 2010، بدون الصفحة).  
تعتبر وسائل التوثيق الإلكتروني، كجهات التصديق الإلكتروني والكتب العدل الإلكتروني، من أهم الوسائل القانونية التي يمكن أن تساعد التجارة الإلكترونية على تجاوز المعوقات التي تواجهها، مع ملاحظة أن قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي لم يشر إلى وجود أو عدم وجود الكاتب العدل الإلكتروني، (مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، ٢٠١٧، ص 693).

هناك بعض المخاطر التي تصاحب العمليات المصرفية الالكترونية منها مخاطر التشغيل والسعة والمخاطر القانونية وغيرها، مما أدى إلى ضرورة وجود رقابة على هذه العمليات شأنها شأن العمليات التقليدية. (طعمة، 2017/12/21). وجوب خضوع العمل الالكتروني للضريبة كما يخضع العمل التقليدي لها، لكن هناك إشكاليات للضريبة تنوعت بين الجدوى وتحديد المكلف واسلوب فرض الضريبة وآلية فرضها في الدول الاتحادية كالعراق. إن المشرع العراقي لم يحدد الوعاء الضريبي في دستور 2005 (فاضل، 21/12/2017). إن التجارة الالكترونية تتيح للأشخاص حينما وجدوا إمكانية الاطلاع على السلع والخدمات المعلن عنها بوسائل الاتصال الحديثة واستخدام ذات الوسائل في التعاقد بغية الحصول على احتياجاتهم من السلع والخدمات مما ساهم في استحداث وسائل دفع جديدة كالبطاقات المصرفية (بطاقات الدفع والائتمان والسحب النقدي)، إن قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي لم يضع تعريفا لعملية النقل المصرفية الالكترونية إلا أنه أكد صراحة على جواز تحويل الاموال بوسائل الكترونية بالمادة 24 منه (كشكول، 2017/12/21، من بريد الإلكتروني: <http://www.baytalhikma.iq/News>).

وإن القواعد العامة في القانون الدولي الخاص والمرتبطة بتحديد الاختصاص القضائي الدولي والقانون واجب التطبيق، غير كافية في إطار التجارة الإلكترونية. تباينت مواقف القوانين المقارنة في تحديد الاختصاص القضائي الدولي في منازعات التجارة الإلكترونية، فقد اعتبر المشرع العراقي أن المستندات الإلكترونية مرسلة من مقر عمل المرسل، ليتجاوز بذلك إشكالية عدم معرفة مكان الإرسال الحقيقي، كما اعتبر أن الرسالة قد أُسْتُلمت في مقر عمل المرسل إليه، وفي حالة تعدد أماكن عمل الأطراف فيؤخذ بالمقر الأقرب للمعاملة وإلا اعتبر المقر الرئيس هو الأقرب لها، وفي حالة عدم وجود مقر عمل فيحل محله مقر الإقامة، كما يجوز للأطراف الأخذ بمبدأ الخضوع الاختياري (مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، ٢٠١٧، ص 685-686)، وذلك في المادة ٢١ (من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية) والتي تنص على أنه أولاً- تعد المستندات الإلكترونية قد أُرسلت من المكان الذي يقع فيه مقر عمل الموقع وإنها أُسْتُلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه وإذا لم يكن لأي منهما مقر عمل يعد محل الإقامة مقراً للعمل ما لم يكن الموقع والمرسل إليه قد إتفقا على غير ذلك. ثانياً- إذا كان للموقع أو للمرسل إليه أكثر من مقر عمل فيعد المقر الأقرب صلة بالمعاملة هو مكان الإرسال أو التسليم.

مع التفسيرات المذكورة أعلاه، يمكن الإشارة إلى أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية في إقليم كردستان، والتي أوضحها عدد من الخبراء والمحامين في المحاكم في إقليم كردستان كن خال مقابلات أجرتها الباحثة، وكما يأتي:

1. تطرق دكتور هيبو علي حسين، (مدرب القانون التجاري في الجامعة السليمانية) إلى أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية كالآتي:  
1. ضرورة التوعية التشريعية والاجتماعية والتنقيف بالتجارة الالكترونية لايجاد الثقة تجاه هذا النوع من التعاملات التجارية وعدم وجود نص قانوني خاص واضح يصف مفهوم التجارة الإلكترونية.
2. ضعف المهارات الإدارية في مجال التجارة الإلكترونية، ضرورة وجود بني تحتية ووسائل متطورة لاجراء هكذا نوع من التعاملات.
3. الدعوة الى سن قانون خاص بفرض ضريبة على التجارة الالكترونية وتنظيم أحكامها تحقيقاً للمساواة بين الافراد امام الأعباء العامة، عدم إمكانية فرض الضرائب والجمارك على المبيعات بشكل كلي، حيث تكون أغلب الشركات خارج سيطرة السلطات الحكومية.
4. ضعف الدعم الحكومي لهذا النوع من التجارة في إقليم كردستان وعدم الإستقرار السياسي والوضع الأمني.

5. المصرفية ليست منتشرة بما فيه الكفاية والبنوك ليست إلكترونية، ولا يثق التجار بالمؤسسات المالية مفضلين نظام الحوالة غير الرسمي وغير المنظم، فإن الدفع عند التسليم هو وسيلة الدفع المفضلة لدى المستهلكين أكثر من أي وسائل دفع إلكترونية، وأدوات الدفع الإلكتروني مثل (فيزا وماستركارد) ليست مألوفة لدى الناس ولا يزال الناس على دراية بوثائق العمل والأشياء التقليدية، ثم لا يوجد نظام منتشر لمتابعة هذا النظام.
6. ليس لدى الناس ثقافة الانخراط في التجارة الإلكترونية (وعندهم الحق)، على سبيل المثال، في بعض الأحيان تتعامل مع حقيبة يتم إحضارها إلى المنزل بشكل مختلف تماماً عما طلبته (الصورة شيء، أما اللون، الميزات، البيانات، المستوى فهو شيء آخر في الإعلان، هناك ما يجعل الناس غير مقتنعين.
7. بعض المشاكل تعتمد على قوة السوق، فالسوق الإلكتروني محدود لأن الناس لا يستطيعون المجازفة أو التأكد من النظام، فلا يوجد لدى الجميع نظام كمبيوتر (سواء كان لدى 40% إلى 50% أجهزة كمبيوتر). المبيعات والمعاملات الإلكترونية، لذا فالثقة هي الثقة الإلكترونية التي لاتزال تعاني من ضعف كبير (أعتقد أن هذه واحدة من مشاكل التجارة الإلكترونية والآفاق آخذة في التوسع، ولكن بخطوات صعبة في الواقع) كما اشار (سركوت فاتح مدير قسم الادارة في جامعة التقنية السليمانية/كلية التقنية) إلى أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية: بأن مشكلة اللغة وعدم الوعي بوسائل التجارة الإلكترونية وضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات، عدم إيجاد طرق آمنة لحماية الشبكات والمعلومات في محاولة التزوير (فاتح، مدير الإدارة في الجامعة التقنية السليمانية- كلية التقنية الإدارية، مقابلة شخصية). وهي من أبرز التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية ومدى قدرة القواعد القانونية على تحقيق مقتضيات الامان القانوني بالشكل الذي يبث الطمأنينة ويكفل لهم حقوقاً لدى المتعاملين، ومن أهم هذه المعوقات لدى الامان الالكتروني (الطابع الخاص للتجارة الالكترونية من حيث عدم الاتصال المادي بين المتعاملين وغياب التأييد الورقي، في انشاء المعاملات الالكترونية ضمن الطبيعة الفنية للوسائل المستخدمة).
- وفسر القانوني (كارزان طارق جامباز) إلى المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية : القانون الوحيد المطبق على التجارة في إقليم كردستان هو القانون التجاري رقم 30 لسنة 1984 يستخدم بشكل عام في المعاملات التجارية سواء كانت عادية او الكترونية ولكن في جمهورية العراق الاتحادية يوجد قانون آخر يضاف الى هذا القانون وهو قانون (التوقيع الالكتروني) رقم 78 لسنة 2012 معاصر إلى حد ما لغرض العقود والاتفاقيات التجارية أو المدنية، لذلك نواجه في محاكم كردستان العديد من مثل هذه القضايا التي يتعين علينا اللجوء إلى القوانين التجارية وإثبات أن هذا القانون قديم ومع التطورات الحالية لا يوجد مجال للعديد من القضايا التي تؤدي في النهاية إلى فقدان أحد الأطراف لحقوقه بسبب نقص الأدلة لأنه مثل المستندات الرقمية (البريد الإلكتروني أو واتس اب أو وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام...) من الصعب جداً إثباتها كدليل في المحكمة، سواء كانت مدنية أو جنائية، ليس هناك شك في أن أي مطالبة في المحكمة تتطلب إثباتاً (البينة على من ادعى واليمين على من أنكر) هذا نص قانوني، المشكلة برهان لأنه لا يوجد نص قانوني للتجارة الإلكترونية لحل مشاكل التجارة الإلكترونية والمعاملات الإلكترونية، لذلك يجب تعديل قواعد الإثبات والتجارة وسن قانون خاص بالتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان(جامباز، محام، مقابلة شخصية). في الباب الثاني من الفصل الأول (رقم 107 لسنة 1979) من قانون الإثبات، ينص على أن وسائل الإثبات على الطريقة الحصرية لا تشمل أي إجراءات إلكترونية (هنا، عندما يقدم المدعي وسيلة أخرى غير تلك المشار إليها في القانون، عندما تقول المحكمة أن التثبت بدون قانون، فهذا ليس إجراءً قانونياً)، ولدينا ثمانية إجراءات إثبات موصوفة في قانون الإثبات هذه هي الطريقة التي تثبت بها، ذلك أن هذا قد تم العقد بينهما لأن عقدك عقد إلكتروني غير موقع وبحسب القانون العراقي إذا كان المبلغ أكثر من 500 دينار لن يتم إثباتك من قبل الشهود، يجب أن يكون هناك اتفاق مكتوب بينهما.
- يعتبر نظام التشفير الإلكتروني من أهم الوسائل التقنية التي يمكن اللجوء إليها لتوفير الحماية للتجارة الإلكترونية، لتجاوز مخاطر الأخطاء العمدية باتباعها والهدف منها توفير الأمان للمعاملات الإلكترونية، بحيث تصبح غير مفهومة للمخترقين، ومن ثم عدم قدرتهم على التلاعب بمضمونها، في إقليم كردستان بسبب عدم وجود محكمة متخصصة للتجارة، فقط يوجد قسم من خلال محكمة الاستئناف للنظر في الدعاوى الحكومية والتجارية والتجارة الإلكترونية، لكن هناك محكمة تجارية مستقلة في بغداد دون التدخل في المحاكم الأخرى.
- ولكن حسب ما اشار اليه (جلال محمد امين) عضو برلمان كردستان/العراق (من اللجنة القانونية)، من ضمن المقابلات التي أجرتها الباحثة ، "ما هو موجود في قوانين إقليم كردستان الآن هو القانون المدني وقانون الإثبات والقانون التجاري الذي ينظم هذه المسألة لا يوجد حالياً قانون للتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان، فقط الحكومة العراقية لديها قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 78 لسنة 2012، تخطط حكومة إقليم كردستان الآن لإرسال القانون إلى البرلمان العراقي لإعطائه درجة النفاذ.
- وبهدف تقييم ومناقشة عدد من الملاحظات القانونية عن مقترح قانون (تنفيذ وتعديل تطبيق القانون الاتحادي للتوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية)، رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢ في إقليم كردستان - العراق، بإشراف رئيسة برلمان كردستان قام مركز البحوث في برلمان كردستان ورشة عمل، لعرض ومناقشة مشروع قانون المعاملات الإلكترونية في إقليم كردستان، وقد جرت ورشة العمل بحضور ممثلي بعض الوزارات والنقابات وأساتذة جامعيين، وخبراء ومتخصصين، وعدد من المستشارين القانونيين للبرلمان، وتمت قراءة مضمون المشروع القانوني المذكور بمواده وفقراته، ثم أبدى الحضور ملاحظاتهم على المشروع برمته، فضلاً عن مواد وفقراته، والأسباب الموجبة لتشريعه، للأخذ بها وإدراجها ضمن التقرير النهائي، وتقررت إعادة صياغة المشروع بعد الأخذ بتلك الملاحظات، ويرفع حينئذ إلى رئاسة البرلمان، لاتخاذ الإجراءات القانونية بصده، وتجرى القراءة الأولى له. وأيضاً بهدف تقييم ومناقشة عدد من الملاحظات القانونية عن مقترح قانون تنفيذ وتعديل تطبيق القانون الاتحادي للتوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية في إقليم كردستان - العراق، لجنة الشؤون القانونية ناقشت مواد المقترح القانوني وفقراته، ومن ثم توجيهه إلى رئاسة البرلمان، لإدراجه ضمن برنامج عمل جلسات البرلمان، بغية إجراء القراءة الثانية له، وتشريعه كقانون نافذ في المستقبل (برلمان كردستان، مشاريع القوانين، 2021-2022، من البريد الإلكتروني: <https://www.parliament.krd/arabic-news>).

### الخاتمة

ومن خلال تحليلنا لمختلف الجوانب المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، وقوانينها مطبقة في إقليم كردستان/العراق، أمكننا الوصول إلى النتائج والتوصيات الآتية:

### الاستنتاجات:

1. لاتوجد التوعية التشريعية بالتجارة الالكترونية لايجاد الثقة تجاه التجارة الالكترونية
2. لا يمكن للزبائن شراء المنتجات في حال تعطيل أو انهيار الموقع الالكتروني وهذا من أسوأ سلبيات التجارة الإلكترونية وهو عدم قدرة أي شخص على شراء منتجاتك في موقع متجرك الإلكتروني.

3. في إقليم كردستان/العراق، لم تصدر تشريعات الى حد الان تنظم العمل على شبكات الانترنت سوى قانون التوقيع الالكتروني رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ والذي يعد قاصرا في مواجهة التطور المتسارع على وسائل التسويق الالكترونية والبيع عبر الإنترنت.
4. لا يوجد قانون خاص بفرض ضريبة على التجارة الالكترونية وتنظيم احكامها تحقيقاً للمساواة بين الأفراد

### التوصيات:

1. ضرورة بث الوعي والثقة في المستهلكين من خلال ندوات وبرامج حول أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في التنمية.
  2. تنظيم التجارة الإلكترونية من خلال سن القوانين لحماية حقوق البائعين والمستهلكين في إقليم كردستان/العراق.
  3. توصي الباحثة للباحثين الجدد القيام بإجراء بحوث علمية في هذا المجال وخاصة في مجال القوانين المطبقة للتجارة الإلكترونية في إقليم كردستان/العراق ومشاكلهم الفعلية في المحاكم الكوردية.
- في هذا الإطار نجد أن إقليم كردستان/العراق يبذل جهودا لازمة لتطوير بيئة الأعمال الالكترونية من خلال تطوير البنية التحتية ومتطلباتها في الوسائل التكنولوجية الحديثة وتضمن الإطار القانوني والتشريعي الملأئم لعمليات التجارة الالكترونية لكن لحد الآن لم ترق هذه الجهود إلى المستوى المطلوب في ظل تزايد الفجوة الرقمية.

### قائمة المصادر

1. الباساكر، صابرة، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية دراسة حالة الزائر، 2015.
2. شاكور، رشا كيلان – الأنباري، زيد رياض، إبرام العقود التجارية الإلكترونية، 2021.
3. عباس، عفاف – الببلاوي، مي، التجارة الإلكترونية وتحديات عصر المعلومات، مصر.
4. قانون الإثبات رقم 107 لسنة 1979
5. قانون التوقيع الإلكتروني، رقم 78 لسنة 2012.
6. القانون النموذجي للاونيسترال 1996
7. اتفاق منظمة التجارة العالمية والتجارة الالكترونية.
8. التشريعات التي صدرت عن الاتحاد الأوروبي.
9. مقابلة أجرتها الباحثة مع جلال محمد أمين، عضو برلمان كردستان/العراق (من اللجنة القانونية)
10. مقابلة أجرتها الباحثة مع سركوت فاتح، مدير قسم الإدارة في جامعة التقنية بالسليمانية/كلية التقنية الإدارية.
11. مقابلة أجرتها الباحثة مع كارزان طارق جامباز، محام-ماجستير في القانون.
12. مقابلة أجرتها الباحثة مع هيو علي حسين، مدرس القانون التجاري بكلية القانون/جامعة السليمانية.
13. إحسان، باسمه علي، التجارة الإلكترونية مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 32، 2012.
14. الأمم المتحدة، قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع 1996 ومع المادة الإضافية 5 مكررا بصفتها المعتمدة في عام 1998، نيويورك، 2000.
15. الأمين، حميتي محمد-اسماعيل، معطاء الله-السايح، جروني، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الجزائر، 2019.
16. جامعة الملك سعود، كلية إدارة الأعمال، التجارة الإلكترونية، بدون السنة.
17. حلمي، خالد سعد زعلول، التجارة الإلكترونية "الآثار الاقتصادية والحماية القانونية"، مجلة الكويت الاقتصادية، العدد السابع عشر، السنة الثامنة، بدون السنة.
18. خليل، ستار جبار، الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية وإمكانية تطبيقها في العراق، بدون السنة.
19. عباس، محسن خضي-علي، مصطفى راشد، تحليل أثر التجارة الإلكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية، مجلة دنابر، العدد 22، بدون السنة.
20. العبدلي، عابد بن عابد، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية (الواقع-التحديات-الآمال)، للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي الذي تنظمه كلية الشريعة – جامعة أم القرى مكة المكرمة، بدون السنة.
21. عفيف، غوار، التجارة الإلكترونية واقتصاد المعلومات، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، الجزائر، بدون السنة.
22. العوضي، أحمد عبدالله، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، الكويت، العدد 6، 2010.
23. فطيمة، مقراني-حياة، لعجال، التجارة الإلكترونية أساسياتها وتركيباتها وواقعها في العالم والوطن العربي، الجزائر، 2012.
24. مجلة المحقق الحل للعلوم القانونية والسياسية معوقات التجارة الالكترونية ومتطلبات النظام القانوني لمواجهتها (دراسة مقارنة)، العدد الثاني/السنة التاسعة، 2017.
25. محمد، سيد طنطاوي-ماجستير في القانون الدولي العام وباحث دكتوراه، مشاكل التجارة الالكترونية وحجيتها في الاثبات، المركز الديمقراطي العربي 17 مايو 2021. الصفحة الرئيسية من البريد الإلكتروني: <https://democraticac.de>.
26. محمد، طرشي-نبيل، بوفليخ، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 14، العدد 19، 2018.
27. ميميد، حسن حماد – خلف، جاسم خريبط، إساءة استخدام بطاقة الائتمان الالكترونية الملغاة، مجلة جامعة بابل/العلوم الإنسانية، المجلد 18، العدد 2، 2010.
28. منتديات جامعة القدس المفتوحة، أسس التجارة الإلكترونية ومفاهيمها، بدون السنة، من البريد الإلكتروني: <https://elibrary.mediun.edu>.
29. ياسين، غالب سعيد-العلاق، بشير عباس-محمد، شيماء، التجارة الإلكترونية، بدون السنة.
30. احصائيات عن التجارة الإلكترونية والإنترنت في العراق، 24 فبراير 2021: <https://www.amnaysmag.com>.
31. ريادة الأعمال، مقدمة حول التجارة الإلكترونية: مفهومها، وأنواعها ومميزاتها، 2021، من البريد الإلكتروني: <https://www.for9a.com/learn>.
32. زكي، محمد عادل، العولمة وتطورات العالم المعاصر (التجارة الإلكترونية)، الحوار المتمدن-العدد: 5033 - 1 / 1 / 2016 - 3 - 02:20 من بريد الإلكتروني: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp>.
33. في رحاب كلية القانون / الجامعة المستنصرية، اقام قسم الدراسات القانونية في بيت الحكمة يوم الخميس، الموافق 2017/12/21 في الساعة العاشرة صباحا، حلقة نقاشية بعنوان (التجارة الالكترونية ومشاكلها القانونية). <http://www.baytalhikma.iq/News>.
34. \*جاسم، فاروق ابراهيم، ساهم بورقة بحثية بعنوان "التجارة الالكترونية و الامان القانوني".
35. \*طعمة، سهام سوادى، "الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الالكترونية".
36. \*فاضل، محمد عزت، "المعالجات القانونية للضريبة على التجارة الالكترونية".
37. \*كشكول، رباب حسين، "تطور ادوات الدفع في التجارة الالكترونية".
38. كردي، أحمد السيد، المتطلبات العامة لتطبيق التجارة الإلكترونية، 12 يونيو 2012، من البريد الإلكتروني: <https://kenanaonline.com>.