

الشركات الإلكترونية
”ماهيتها وتنظيمها القانوني وواقع تطبيقها في
القانون الأردني”

د. رشا بشار اسماعيل الصباغ
أستاذ القانون المساعد- كلية العلوم والدراسات الإنسانية- جامعة شقراء
E:Rashasabbagh39@gmail.com

الشركات الإلكترونية

”ماهيتها وتنظيمها القانوني وواقع تطبيقها في القانون الأردني“

د. رشا بشار اسماعيل الصباغ

الملخص:

هدفت هذه الدراسة لتوضيح وبيان كيفية تعامل المشرع الأردني مع الشركات الإلكترونية وكيفية تنظيمه لها، وقد استخدمت الباحثة المنهج التحليلي الاستقرائي وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها، ان هناك العديد من الدول العربية والأجنبية قد نظمت هذا النوع من التجارة تنظيمًا تشريعيًا لأهميتها، وإن الشركات الإلكترونية هي احد صور التجارة الإلكترونية والتي تؤسس لها مواقع افتراضية على شبكة الانترنت وليس لها مواقع حقيقية على الأرض، وينعقد عقد الشركة بتوفر الأركان الموضوعية العامة من تراض ومحل وسبب فضلا عن أركان موضوعية خاصة، كما ان للشركة الإلكترونية شخصية معنوية تتعقد بمجرد توثيق العقد بتوقيعه الكترونيا من قبل الشركاء إذ لا يوجد إمكانية لتسجيل العقد أمام جهة رسمية مختصة، وتتقضي الشركة الإلكترونية بذات الصور التي تنقضي فيها الشركات التقليدية، وقد اوصت الدراسة على ضرورة وضع تشريع قانون خاص في الاردن ينظم احكام الشركات الإلكترونية، بحيث توفر هذه التشريعات الضمان الحقيقي لأطراف العلاقة القانونية. وضرورة وضع استراتيجيات وطنية لعمل الشركات الإلكترونية نظرا لما توفره هذه الشركات من مزايا وسمات ايجابية، وترجمتها الى برامج عمل تنفذ تحت اشراف لجنة فنية مختصة في هذا المجال.

كلمات مفتاحية: الشركات الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، التشريعات الإلكترونية

الأردنية، المعاملات التجارية.

Electronic Companies
“What it is, its legal organization and the reality of its
application in Jordanian law”
Dr. Rasha Bashar Ismail Alsabbagh
Assistant Professor of Law
Faculty of Sciences and Humanities– Shaqra` University

Abstract:

This study aimed to clarify how Jordanian legislators deal with electronic companies and how to regulate them. The researcher- using the inductive analytical method- has reached to a number of results, the most important of which is that Many Arab and foreign countries have legislatively regulated this type of trade due to its importance, electronic companies are one of the e-commerce forms for which virtual websites are established and do not have real sites on the ground. The company's contract is convened by the availability of general objective pillars of consent, location and reason as well as special objective pillars. The electronic company also has a moral personality to contract as soon as the contract is documented by electronic signature by the partners as there is no possibility of registering the contract in front of a competent official authority, The electronic company is overruled by the same way as traditional companies legislation.

The study recommended the necessity to have a special law legislation in Jordan governing the governance of electronic companies, so that these legislations can provide a genuine guarantee to the parties in the legal relationship. The necessity of establishing a national strategy for the work of electronic companies in view of their positive advantages and features and translating them into programs of work carried out under the supervision of a technical committee competent in this area.

Key words: Electronic companies- E- Commerce- Jordanian Electronic Legislation- Commercial transactions

المقدمة

إن تطور الاتصالات وخصوصاً تكنولوجيا المعلومات أدى إلى تطور الحياة العصرية في مختلف المجالات وخصوصاً التجارة الإلكترونية وأصبح الإنترنت يختصر الزمان والمكان ويوفر الوقت والجهد وبتكاليف بسيطة^(١)، كما أن التجارة الإلكترونية هي عمل تجاري يتم من خلال تنسيق الكتروني يتم بين طرفين محلها عقد الصفقات والعقود بمجرد استخدام الحاسب الإلكتروني وتنفيذها فيما بعد بدون الحاجة إلى اللقاء المباشر ما بين المتعاقدين^(٢).

حيث ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية مع ظهور شبكة الإنترنت، حيث بدأت شركات أمريكية بتوظيف شبكات خاصة بها تربطها بعملائها وشركات أعمالها ومنها بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية مع التحولات الإلكترونية للأموال، وظهرت بعدها تقنية تبادل البيانات إلكترونياً التي طوعت نطاق التجارة الإلكترونية^(٣).

وقد أدى التطور المتسارع في عالم التجارة الإلكترونية إلى ظهور الشركات الإلكترونية حيث بدأ تداول هذا المصطلح واستعماله حديثاً، فماذا تعني هذه الشركة؟ وما هي خصائصها؟ وهل يسري عليها قانون الشركات التقليدي؟ وهل تحتاج هذه الشركات إلى بنية تحتية وتقنية وثقافية معاً؟ وما هي المشاكل والمعوقات التي تعترضها؟ وما مدى انتشارها واستخدامها في الأردن؟ وما هو القانون الذي يحكمها؟ خصوصاً أن هذه التجارة تتم عن طريق الحاسب الآلي والشبكة الدولية للاتصالات مما جعلها تحتاج لقواعد قانونية خاصة تتناسب مع هذه البيئة التجارية^(٤).

(١) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، ط١، دار أبو المجد، ٢٠٠٤، ص٧.

(٢) الجنيهي، منير محمد والجنيهي ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، ٢٠٠٥م، ص٨.

(٣) عيسى، قسايسية، التجارة الإلكترونية أية حماية؟، دفاتر السياسة والقانون، المجلد ١٥، العدد ١، ٢٠٢٣م، ص٢.

(٤) قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم ٨٥ لسنة؛ وايضاً قانون المعاملات الإلكترونية رقم ١٥ لسنة ٢٠١٥؛ وايضاً نظام الدفع الإلكتروني رقم ١١١ لسنة ٢٠١٧.

فعملت الدول على تنظيم قانوني خاص لهذه التجارة بهدف تسهيل المعاملات والتي تتم عبر هذا النوع من الشبكة وحماية المتعاملين بها ومن المخاطر التي قد يتعرضون لها^(٥)، ومن بينها القوانين والتشريعات الاردنية^(٦).

وتجدر الإشارة الى ان هناك عوامل ساعدت على ظهور الشركات الإلكترونية كتطور الخدمات المالية، وأصبحت من مقومات التقدم الاقتصادي لكل دولة والتي ساهمت في تطور التجارة وحولتها من تقليدية الى حديثة. وبرز هذه التطورات نشوء الشركات الإلكترونية التي لها مواقع افتراضية وليس لها موقع على الأرض وبإمكانها عن طريق الانترنت إنشاء وتأسيس شركة تأسيساً حكماً تتعامل مع الجمهور في المجال التجاري فتؤسس لها موقعاً على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء موقع على الارض يكلف جهدا ونفقات من اجل الوصول إلى باقي الشركاء وجمهور المستهلكين والمتعاملين في جهود بسيطة، ويكون التعامل عبر شبكة الانترنت في أي مكان^(٧) خلال شاشة الحاسب الآلي وإجراء المفاوضات والتعاقد والاستفسار عن المعاملات والعروض التي تقدمها الشركة الإلكترونية.

من هذا المنطلق سوف نتناول هذا البحث في ثلاثة مباحث: في المبحث الاول ماهية الشركات الإلكترونية. وفي المبحث الثاني التنظيم القانوني للشركات الإلكترونية. وفي المبحث الثالث واقع تطبيق الشركات الإلكترونية في الأردن.

أهمية البحث:

تتضح أهمية البحث في كونه يتناول موضوع هام من المواضيع التجارية وهو الشركات الإلكترونية وذلك نظراً لانتشار هذا النوع من الشركات في العصر الحالي الأمر الذي يتعين معه القاء الضوء على التنظيم القانوني لمثل هذا النوع من الشركات وذلك من خلال القاء الضوء على النقاط التالية:

^(٥) صدر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي قانون الأونسترال النموذجي الخاص بالتجارة الإلكترونية لسنة ١٩٩٦.

^(٦) ومن القوانين الأجنبية التي نظمت هذا النوع من التجارة القانون الفرنسي الخاص بتطويع قانون الإثبات للتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الإلكتروني رقم ٢٣٠ سنة ٢٠٠٠.

^(٧) المنجى، إبراهيم، عقد نقل التكنولوجيا، التنظيم القانوني لعقد نقل التكنولوجيا لعقد نقل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، منشأة المعارف، مصر، ٢٠٠٢، ص ٣١٥.

- ماهية الشركات الالكترونية.
- التنظيم القانوني للشركات الالكترونية.
- واقع تطبيق الشركات الإلكترونية في ظل القانون الأردني.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى بيان تعامل المشرع الأردني مع الشركات الإلكترونية وكيفية تنظيم مثل هذا النوع من الشركات من خلال بيان واقع الشركات الالكترونية في الأردن وكيفية تعامل المشرع الأردني مع هذا النوع من الشركات مع حدوثه.

إشكالية البحث وتساؤلاته:

تتمثل إشكالية البحث في بيان واقع الشركات الالكترونية في التشريع الأردني وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي وهو: ما هو واقع الشركات الإلكترونية في التشريع الأردني؟ وهل استطاع المشرع الأردني من وضع تنظيم قانوني مناسب لتلك الشركات؟

منهجية البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي الاستقرائي وذلك من خلال وصف المشكلة وتحليلها من خلال استقراء موضوع الشركات الالكترونية.

خطة البحث:

تتمثل خطة البحث فيما يلي:

المقدمة.

المبحث الأول: ماهية الشركات الإلكترونية

المطلب الأول- مفهوم الشركات الإلكترونية:

المطلب الثاني: مميزات الشركات الإلكترونية.

المطلب الثالث: مخاطر الشركة الإلكترونية

المبحث الثاني: تنظيم الشركات الإلكترونية

المطلب الأول- كيفية إبرام عقد الشركة الإلكترونية:

المطلب الثاني-أنواع الشركات الإلكترونية:

المطلب الثالث: الآثار التي تترتب على تأسيس الشركة الإلكترونية:

المطلب الرابع- طبيعة الشركة الالكترونية وانقضاءها قانونياً:

المبحث الثالث: واقع تطبيق الشركات الالكترونية في الأردن.

- الخاتمة.
- النتائج.
- التوصيات.
- قائمة المراجع.

المبحث الأول

ماهية الشركات الإلكترونية.

من المعلوم ان الشركات الالكترونية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتجارة الالكترونية، وهذا المفهوم للتجارة الالكترونية هو جديد يشرح عملية البيع والشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت، كما يعرف بانه مجموعة من العمليات التجارية المتكاملة التي تتعامل معها فعاليات المؤسسات والافراد كافة وتعتمد على المعالجة الالكترونية^(٨). فمن خلال التعريفات السابقة يمكن القول ان التجارة الالكترونية هي اداء العملية التجارية والخدمية الكترونياً بمعنى انها عمليات متبادلة سواء تجارية او خدمية ووجود أطراف تتعامل مع بعضها البعض عند استخدام هذه الطريقة بالإضافة الى وجود جانب تكنولوجي او الكتروني.

المطلب الأول

مفهوم الشركات الإلكترونية

الشركة الإلكترونية لا يوجد لها تعريف اصطلاحي محدد على الرغم من وجود قوانين واتفاقيات دولية نظمت عمليات التجارة الإلكترونية والمعاملات والنقود الإلكترونية، وبعض الفقه يرى أن الشركات الإلكترونية ما هي إلا نظام يدور في فلك التجارة الإلكترونية، غير أنه تبرز خاصتين رئيسيتين للشركة الإلكترونية أولهما عدم حاجتها لتجميع مجموعة من الأشخاص في موقع واحد كما هو الحال في الشركات التقليدية، ثانيهما اعتماد تلك الشركات على الوسائل الإلكترونية بشكل أساسي في عمليات تبادل وتقاسم المعلومات بين المواقع المتعددة^(٩).

(٨) رضوان، رأفت، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتربية الادارية، مصر، ١٩٩٩.

(٩) إسماعيل، إيهاب عبد الرحمن محمد، النظام القانوني للشركات الإلكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات

والذكاء الاصطناعي، المجلة القانونية، المجلد ١١، العدد ٨، ٢٠٢٢م، ص ٢٣٤٤.

يقصد بالشركات الإلكترونية هي تجميع أصحاب الشركات في معارض أو مراكز تجارية افتراضية من أجل عرض بضائعهم وخدماتهم وأسهم شركاتهم على الجمهور ويتم ذلك بواسطة خدمة الكترونية يتم الدخول إليها عبر شبكة الانترنت وهي مفتوحة لكل مستخدميها. ويمكن تقسيم الشركات الإلكترونية كمراكز افتراضية يمكن الى قسمين رئيسيين وهما:

١- شركات يمكن الدخول إليها دون الحاجة إلى إتباع تعليمات أو إجراءات معينة بحيث يسمح لزائر موقع الشركة أن يتجول فيه للاطلاع على السلع والخدمات دون أن يتمكن من شراءها، وهذا النوع من المراكز هو وسائل للدعاية الحديثة يتم من خلالها جذب العملاء كوسيلة من وسائل الشركات لزيادة حجم مبيعاتها^(١٠).

٢- شركات الكترونية تمارس نشاطها التجاري عبر الشبكة الإلكترونية بعرض منتجاتها وخدماتها من خلال الدخول إلى صفحات البيع والتعاقد على هذه المنتجات فيكون موقع الشركة الافتراضي ولا وجود لها على الأرض. إضافة الى أن تأسيس الشركة والاتفاق على إبرام العقد وتوثيقه وقبل ذلك إجراء المفاوضات بين مؤسسي الشركة كل ذلك يتم عبر هذه الشبكة الإلكترونية أو أن إبرام عقد الشركة الإلكترونية يتم بصيغته التقليدية المعروفة. وتتكون الشركة الإلكترونية من جزئين هما: (الشركة)^(١١).

وهي عقد يلتزم بموجبه شخصان أو أكثر يشتركون في تقديم حصة من مال أو عمل أو كلاهما لاقتسام الربح والخسارة الناجم عن هذا النشاط^(١٢). و(الإلكترونية) فهو توصيف لمجال أداء النشاط المذكور في المقطع الأول ويقصد به تحديداً النشاط التجاري باستخدام الوسائل الإلكترونية.

وتعرف الشركات الإلكترونية بانها نظام يعمل في مجال التجارة الإلكترونية، وعند الرجوع إلى الوصف التقليدي لعقد الشركة والذي مقتضاه أن الشركة هو عقد يمكن القول إن عقد الشركة الإلكترونية لا يختلف عن إبرام عقد أي شركة أخرى، لأن العقد هو مصدر التزام الشركاء ويكفي لمجرد انعقاده توافر إرادة صحيحة لدى الأطراف ويتلاقى

^(١٠) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، ط١، دار ابو المجد، مصر، ٢٠٠٤، ص١٥.

^(١١) انظر قانون الشركات الاردني رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته.

^(١٢) عطوي، فوزي، الشركات التجارية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية ص١٩، ٢٠٠٥.

الإيجاب بالقبول يتم التعبير عن إرادة الأطراف عبر شبكة الانترنت بواسطة الحاسب الآلي وعلى شكل رسائل الكترونية تتضمن الدعوة إلى التفاوض لإبرام عقد الشركة ضمن شروط معينة، أو تحتوي على إيجاب صادر من طرف وقبول صادر من طرف آخر، على الرغم من بعد المسافة بين الطرفين وانفصالهما عن بعض أي لا يوجد حضور مادي متعاصر بين الأطراف^(١٣).

وهناك من عرف الشركات الإلكترونية بأنها: "عقد بمقتضاه يلتزم شخصان طبيعيان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال أو نقد بهدف اقتسام الربح الذي قد ينتج أو تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي ذي منفعة مشتركة كما يتحملون الخسائر التي قد تتجر عن ذلك"^(١٤).

نستنتج من ذلك أن الشركة الإلكترونية: هي عقد يبرم بين طرفين أو أكثر على إنشاء مشروع تجاري معين هدفها تحقيق الربح وتمارس نشاطها بواسطة رسائل الكترونية تتم عبر شبكة الانترنت العالمية، وهذا ما دل عليه معنى النص الوارد في المادة (١١) من قانون الأونسترال النموذجي لسنة ١٩٩٦ والتي جاء فيها (في سياق تكوين العقود وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك يجوز استخدام رسائل بيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض وعند استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد لا يفقد العقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك الغرض).

ونظراً لورود عبارة (تكوين العقود) في المادة المذكورة في المادة ١١ من قانون الأونسترال النموذجي فإنه يدل دلالة مطلقة على كل أنواع العقود بما فيها عقد الشركة الإلكترونية. وقد تم تعريف^(١٥) الشركات الإلكترونية أيضاً بأنها أسلوب من أساليب التجارة الحديثة في تقرب وجهات النظر لإتمام المفاوضات والتعاقد وإنشاء هذه الشركات عبر شبكة الانترنت.

^(١٣) الاودن، سمير عبد السميع، العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، مصر، ٢٠٠٥، ص ٢٣.

^(١٤) عتيق، أسماء وبرحماني، محفوظ، البيئة القانونية للشركات الإلكترونية، مجلة الدراسات القانونية

والسياسية، المجلد ٨، العدد ١، ٢٠٢٢م، ص ٣٣.

^(١٥) المنجى، إبراهيم، مصدر سابق، ص ٢٥٥.

المطلب الثاني

مميزات الشركات الإلكترونية.

إن أهم مميزات الشركات الإلكترونية هي ميزة الخفض الكبير في التكاليف، فبعد أن كانت الشركة تقوم بتخصيص الكثير من الاموال لفتح فروع جديدة له في كافة المناطق من اجل التقرب الى العملاء اصبحت الان الشركة الإلكترونية اقرب ما يكون للعملاء بمجرد الضغط على كبسة زر لجهاز الحاسوب الموجود في المنزل او العمل ليتمكن من الوصول الى الشركة والتعرف على ما تقوم به من أنشطة وخدمات وكذلك الاسعار وكافة البيانات التي يحتاجها العميل، كما ان الشركة الإلكترونية اصبحت توفر الكثير من النفقات والتكاليف وفي نفس الوقت تقوم بتوفير الجهد للوصول الى اكبر عدد ممكن من العملاء، ويمكن القول ان للشركات الإلكترونية مميزات مفيدة للشركة ذاتها والمستهلك والمجتمع. واما بخصوص مميزات الشركة الإلكترونية بالنسبة للشركة ذاتها فهي تساعد على اتساع نطاق السوق الذي تتعامل فيه بحيث تتخطى مرحلة السوق الوطني إلى الأسواق العالمية حتى تتمكن من إيجاد شركاء لها ومستهلكين بصورة سهلة وسريعة^(١٦).

وبعبارة أخرى إن الشركات الإلكترونية تستطيع الوصول إلى قاعدة كبيرة من الجمهور، إذ يتم الاتصال بواسطة الاستخدام المكثف عبر شبكة الانترنت وهذا بدوره سيؤدي إلى تخطي حاجز الزمان والمكان في أن واحد فيتم التعامل بين الأطراف في لحظات من خلال الاتصال المرئي المسموع^(١٧).

واما مميزاتها بالنسبة للفرد والمجتمع بصفة عامة، فهذا النوع من الشركات وما يقدمه من سلع وخدمات عبر الشبكة الإلكترونية سيمكن المستهلك من أن يبرم الصفقة خلال دقائق ومن أي مكان على الأرض وخصوصا إذا كان المعروض من السلع والخدمات من قبل أكثر من شركة الكترونية وهذا يعطيه خيار المفاضلة لاختيار الأفضل بينما لا تتوفر هذه الإمكانيات في حالة الشركات بمعناها التقليدي إذ إن الأمر يتطلب زيارة كل موقع جغرافي للشركة للاختيار، كما ان عرض السلع والخدمات الأفضل في مواقع

(١٦) الجنبهي، منير محمد والجنبهي ممدوح محمد، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي

بدون سنة طبع، ص ١٧٦.

(١٧) منصور، محمد حسين، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، ٢٠٠٣، ص ٢٣.

الشركات الإلكترونية سيؤدي لا محال إلى ظهور نوع من المنافسة المشروعة لتقديم الأفضل وبما يشجع أصحاب الدخول المحدودة للتعامل مع هذا النوع من الشركات. وأن أبرز ما يميز هذا النوع من الشركات هو عدم وجود وثائق ورقية متبادلة في إجراء وتنفيذ الصفقات المبرمة بين الشركاء من جهة وبين الشركة وجمهور المستهلكين من جهة أخرى فتتم كل التعاملات الكترونياً دون الاستعانة بوثيقة ورقية فتصبح عندها الرسالة الإلكترونية بمثابة الدليل الكتابي والسند القانوني للإثبات في حالة نشوء النزاع^(١٨).

حيث تتسم الشركات الإلكترونية بجملة من الخصائص التي تنعكس بشكل إيجابي على ذات الشركة وعلى العملاء أيضاً، ومن الخصائص التي تتميز بها الشركات الإلكترونية عن الشركات التقليدية هي^(١٩):

١. سرعة إنجاز المعاملات التجارية:

فهي شركات تتميز بالسرعة في إنجاز المعاملات التجارية الأمر الذي يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها من خلال الوسائل الإلكترونية فيكون بمقدور العملاء الاطلاع على كافة السلع والخدمات المعروضة على موقع الشركة دون الحاجة للتوجه لمقر الشركة.

٢. العالمية:

فهذا النوع من الشركات يتيح للشركات العاملة على نطاق ضيق أو محلي من الانتشار والتوسع لاستهداف أسواق جديدة بحيث تستطيع من الوصول لأكبر قدر ممكن من العملاء.

٣. التكلفة المنخفضة:

فهي شركات تتميز بانخفاض تكاليف تشغيلها فهي ليست بحاجة لتخصيص جزء كبير من ميزانيتها لإنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، كما أنها ليست بحاجة لأية معاملات ورقية، فكافة ما تقدمه يكون عبر شبكة الانترنت لتي لا تتقيد بمكان أو زمان.

^(١٨) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، مصدر سابق، ص ١٨.

^(١٩) سويدان، هاشم ناصر الدين محمود، التنظيم القانوني للشركات الإلكترونية، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد ٨، العدد ٢، ديسمبر ٢٠٢٢م، ص ٢٦٤-٢٦٥.

المطلب الثالث**مخاطر الشركة الإلكترونية**

هناك عدة مخاطر تنشأ من عمل الشركات الإلكترونية أهمها العلاقة الموجودة فيما بين العميل والشركة الإلكترونية التي تتعامل معه، فتلك العلاقة وان كانت عادية في مظهرها إلا انها تعتبر الخطر الأكبر الذي يهدد تلك الشركة لأنها علاقة بيانات إلكترونية يتم تبادلها فيما بين العميل والشركة الإلكترونية دون ان يكون هناك أي مجال للتحقق من صحتها او من شخصية ذلك العميل الذي قد يقدم البيانات الصحيحة للشركة الإلكترونية وقد يقدم بيانات خاطئة لغرض ما يريده من جراء ادخال تلك البيانات الى الشركة وهو متيقن من ان الشركة لن تستطيع اكتشافها وتكون نتيجة ادخال تلك البيانات الغير صحيحة الى الشركة الإلكترونية انها قد توافق على القيام بعمل تجاري لصالح ذلك العميل بمبالغ كبيرة على اساس تلك البيانات الغير صحيحة وكذلك قد تتعرض الشركة الى عمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين يحاولون العمل معه بغرض النصب عليه والاستيلاء على مبالغ نقدية كبيرة، لذلك لا بد من تطوير التكنولوجيا اللازمة للحيلولة دون حدوثها^(٢٠).

كما ان هناك مشاكل ومخاطر تواجه الشركات الإلكترونية في تعاملها مع الجمهور وهو عدم تواجد أطراف العقد في مكان واحد وهذه المخاطر تنصرف إلى كلا الطرفين على حد سواء، فبالنسبة للشركة الإلكترونية عندما تتعامل مع المنضمين لها وتتعامل مع رسائل الكترونية يتبادلها الطرفين دون أن تتمكن الشركة من التحقق من صحة البيانات وشخصية المتعاقد ويكون الأخير متيقن من أن الشركة لن تستطيع كشف الحقيقة وهذا يعني إمكانية تعرض الشركة لأعمال الغش والاحتيال من قبل العملاء^(٢١)، وفي الوقت ذاته يرى بعض الفقه^(٢٢). أن التعامل مع هذه الشركات من قبل الجمهور قد يعرض الأخير لخداع أو خطأ من قبل الشركة المتعامل معها عندما تعلن وتروج بوسائلها الدعائية عن سلعة تختلف عن المواصفات لعدم وجود إمكانية الفحص والمعاينة للسلعة وان المستهلك غالباً ما يفترق للخبرة التي تمكنه من استيعاب شروط العقد، في حين يرى

(٢٠) الموقع الإلكتروني [https:// hr /hrdiscussion49414.html](https://hr/hrdiscussion49414.html)

(٢١) الجنبهي، منير محمد والجنبيهي ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية، مصدر سابق، ص ١٧.

(٢٢) حجازي، عبد الفتاح بجرمي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي،

جانِب آخر^(٢٣) انه من الصعب اعتبار المستهلك دائماً هو الطرف الضعيف في التعامل مع هذه الشركة طالما توجد مفاوضات تسبق التعاقد معها تمكنه من الاطلاع على كل شروط وجزئيات العقد.

وايضاً تثير التعامل في الشركات الإلكترونية أشكالا خطيرة مقنضاه تعرض الموقع الإلكتروني الخاص بها للاختراق والقرصنة بهدف الحصول على معلومات اقتصادية أو بيانات شخصية أو معرفة الموقف المالي لها مما يفقدها صفة الخصوصية فيتمكّن عندها اللصوص من ذوي الخبرة في هذا المجال من الاعتداء والدخول الى موقع الشركة الإلكترونية^(٢٤)، كما أن هذا النوع من الشركات قد تتعرض لمشكلة الفيروسات في برامج الحاسب الآلي التي تهاجم الشبكة وتحدث تخريباً وتدميراً في برامج الشركة الإلكترونية مما يؤثر على سمعة الشركة وثقة المتعاملين بها، الأمر الذي دفع الشركات في العالم باتخاذ إجراءات التأمين الإلكترونية للحد من هذه المسألة^(٢٥).

كما ان هناك مخاطر قانونية في حالة انتهاك القوانين والقواعد المقررة وخصوصا التي تهتم بحماية المستهلكين في بعض الدول او لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام الوسائل الإلكترونية، ويمكن القول ان التعامل مع الشركات الإلكترونية لها مخاطر تتمثل في صعوبة البحث عن القانون الواجب التطبيق على النزاع بين أعضائها أو المتعاقدين معها وكيفية إثبات التعاقد لاسيما التنظيم التشريعي في العديد من الدول والذي لم يتنبه بعضهم لهذا النوع من الشركات.

كما أن إساءة استخدام التعامل مع الشركات الإلكترونية والتي تتمكّن من استغلال معرفتها بتقنيات الانترنت من التعاقد مع هذه الشركات لتحقيق أغراض غير مشروعة وخارجة عن أهداف الشركة ونشاطها الحقيقي فانتشار ظاهرة العولمة سمح برفع القيود وتخطي الحدود ومن ثم زيادة الاستثمار الأجنبي الذي يحقق دور هام في توسيع النشاط الاقتصادي للدولة إذ أدت الظاهرة هذه إلى إلغاء كل القيود والحواجز والمسافات أمام حركة التجارة الدولية وحركة رؤوس الأموال تحت مظلة الاستثمار الأجنبي خاصة في الدول النامية والذي تقوم به منشأة ما بالاستثمار في مشروعات تقع خارج موطنها

(٢٣) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، مصدر سابق، ص ٢٢.

(٢٤) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، مصدر سابق، ص ٢٥.

(٢٥) الاودن، سمير عبد السميع، العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٨٩.

الأصلي يقصد المشاركة الفعلية وممارسة قدر من التأثير على عمليات تلك المشاريع^(٢٦).

وقد يتمثل نشاط الشركة الإلكترونية بمصرف الكتروني يقدم خدماته المصرفية للجمهور بعمليات الكترونية قد يستغلها البعض في تحقيق اهدافه غير المشروعة من خلال سحب نقود أو إيداع المبالغ الناشئة عن تجارة غير مشروعة أو تهريب بهدف التمويه عن مصدرها الحقيقي وهو ما يطلق عليه بغسيل الأموال، كما أن للمصارف الإلكترونية دورا في اجتذاب الاستثمارات الأجنبية وتقديم التسهيلات الائتمانية لها على أساس المكاسب التي يجنيها الاقتصاد الوطني خاصة في الدول النامية في الوقت الذي قد يستغل البعض متخفيا وراء الاستثمار للسيطرة والتحكم بهذا الاقتصاد لتحقيق أهداف اقتصادية معينة^(٢٧). واخيرا يمكن القول ان هناك مخاطر متعددة للشركات الالكترونية اولهما يتمثل بمخاطر التشغيل كعدم التامين الكافي للنظم وعدم ملائمة تصميم النظم او انجاز العمل او اعمال الصيانة واساءة الاستخدام من العملاء، وثانيهما يتمثل بمخاطر السمعة لعدم توفر وسائل الحماية الكافية للبيانات التي تحتفظ بها الشركة واقتحامها من قبل الغزباء مما يؤثر على سمعة الشركة، وثالثهما هي المخاطر القانونية في حالة انتهاك القواعد المقررة للشركة والعملاء.

المبحث الثاني

تنظيم الشركات الإلكترونية

من المعلوم ان الشركات التقليدية تسعى الى تحويل اعمالها الداخلية والخارجية إلى نظام الكتروني لتوسيع أعمالها وتوفير الوقت والجهد والتكاليف وحتى تستفيد من منافع ومزايا التجارة الالكترونية ولكن السؤال المطروح هو، ما هي الخطوات التي يجب اتباعها لتحقيق ذلك. للإجابة على هذا التساؤل يمكن القول ان هناك اجراءات وخطوات للقيام بهذه العملية اهمها:

^(٢٦) عبد السلام، صفوت، منظمة التجارة العالمية والاستثمار الأجنبي المباشر، دار النهضة العربية،

مصر، ٢٠٠٤، ص٧.

^(٢٧) بدوي، سيد طه، دور الشركات العابرة للحدود في اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول

النامية، دار النهضة العربية، مصر، ٢٠٠٥، ص٦٥.

- ١- اختيار الاسم او النطاق المناسب. وهو الاسم المناسب الذي يحقق هوية الشركة ويستطيع المستهلكين والشركات والزوار الوصول اليه بسهولة لشراء منتجاتها.
- ٢- بناء الموقع الشبكي. بعد الانتهاء من اختيار الاسم وتسجيله يتم بناء الموقع التجاري للشركة على الانترنت، وهذا الموقع هو الواجهة او المعرض التجاري للشركة وهو عبارة عن كتاب يحتوي على معلومات ونصائح التي يرغب العملاء والمهتمون بمعرفتها عن الشركة ومنتجاتها وخدماتها واسعارها كذلك يحتوي الكتاب على شهادات نجاح ذكرها عملاء وزبائن تعاملوا مع الشركة سابقاً وايضا يحتوي الكتاب على مكان للإجابة عن اسئلة العملاء وتلقي آرائهم ومقترحاتهم حتى يترك انطباعاً مميذا لجميع زوار موقع الشركة
- ٣- اختيار موقع الانترنت لاستضافة موقع الشركة. ان اختيار موفر الخدمة الانترنت يشبه اختيار الموقع الجغرافي لمقر ومكاتب الشركة، ويتم اختيار موفر الخدمة اما على خادم شبكي (web server) خاص بالشركة او خادم شبكي مشترك مع شركة اخرى، وتكمن اهمية الخدمات التي يقدمها موفر خدمة الانترنت هو استضافة المواقع الشبكية لتقديم مساحة على الحاسوب من اجل حفظ ملفات وصفحات الموقع الشبكي وتوفير مدخل للانترنت وادوات لإدارة الموقع والبريد الالكتروني وخدمات اخرى مساندة.
- ٤- امان الموقع. في العصر الحديث ازدادت انواع التهديدات الامنية للمواقع الالكترونية مثل التقمص (spoofing) والذي يتم فيه نسخ من صفحات من مواقع الشركات وبناء مواقع غير شرعية تتقمص واجهة الموقع الحقيقي للشركة من اجل خداع الزوار والاحتيال عليهم مثل التنصت (eavesdropping) الذي يتم في حالة عدم التشفير المعلومات ومثل التخريب المتعمد او تغيير المعلومات الذي يتم فيها تغيير بعض الصفحات والاساءة للشركة، لذلك يجب على الشركة قبل كل شيء ان تعمل على توثيق وتأمين مواقعها لسلامة وصيانة بياناتها وطمأنة العملاء بان بطاقتهم الائتمانية ومعلوماتهم الشخصية مصنونة وغير معرضة للاستخدام السيء^(٢٨).
- ٥- تسهيل عملية الدفع. تقوم الشركات الالكترونية بتسهيل عملية الدفع مقابل المنتجات والخدمات من خلال البطاقات الائتمانية وان تتم عملية الدفع بالطريق الالكترونية عن طريق برامج مخصصة ترتبط بالموقع الالكتروني للشركة تديرها مؤسسات مالية

(٢٨) كولن، سايمون، التجارة الالكترونية، ١٩٩٥.

متخصصة وتتولى عمليات التمويل بعد ان يقوم الزبائن بإخال بيانات الدفع وهي بيانات مشفرة عن طريق تقنية الاتصال بين متصفح الزبون وال خادم الشبكي الذي يحوي الموقع الالكتروني في الشركة.

وبعد هذه الخطوات لابد من تسويق واشهار الشركة الالكترونية من خلال الاعلان yahoo وطرق الاعلانات التلفزيونية والاذاعات والمجلات والصحف، وتجدر الاشارة الى ان هناك مدخلين للتسويق والاشهار عبر شبكة الانترنت هما التسويق باستخدام البريد الالكتروني والتسويق باستخدام شبكة الويب

المطلب الأول

كيفية إبرام عقد الشركة الإلكترونية

يمكن تأسيس الشركة الإلكترونية بطريقة تقليدية كباقي الشركات الأخرى بقاء يتم بين المؤسسين يوقعون على عقد تتوافر فيه بنود معينة، ومن ثم يتم ممارسة النشاط بالمجال الالكتروني بواسطة شبكة الانترنت، وتنشأ أيضاً الشركة الإلكترونية بواسطة ما يعرف بالعقد الالكتروني، أي الذي يكون حيز إبرامه شبكة الانترنت وهو عقد كسائر العقود يبرم بتوافر أركانه التقليدية المعروفة لكنه يوصف بالالكتروني انسجاماً مع الطريقة أو الوسيلة التي يبرم بواسطتها العقد، إذ ينشأ بتلاقي القبول بالإيجاب إذا ما حدث التواصل بين أطرافه بوسائل مسموعة ومرئية عبر الشبكة الدولية^(٢٩).

ولكن الاسئلة المطروحة هي كيفية إبرام العقد الإلكتروني، وهل هناك امكانية لتطبيق القواعد التقليدية لتأسيس الشركة بمفهومها المعروف وذات الوجود الواقعي على الأرض؟ أم أن هناك أساليب أخرى تؤسس الشركة الإلكترونية في ضوءها؟ للإجابة على هذه التساؤلات لابد من الرجوع إلى القوانين الوضعية للشركات حيث نجد أن تأسيس الشركة يستلزم عقداً يعده المؤسسون وموقع من قبلهم أو ممن يمثلهم^(٣٠).

ومفهوم تأسيس الشركة ينصرف قانوناً إلى مجموعة من الأفعال التي يستلزم خلق هذا الكيان القانوني على النحو الذي لا يتعارض مع إرادة المشرع وبما ينسجم مع

(٢٩) منصور، محمد حسين، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، ٢٠٠٣، ص ٨.

(٣٠) انظر (٤) من قانون الشركات الأردني رقم (٢٢) لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته.

النصوص التشريعية الحاكمة له وهذه الأعمال يقوم به مجموعة من الأشخاص يطلق عليهم اسم مؤسسو الشركة^(٣١).

ونظراً لخلو التشريعات الوضعية من تطرقها لهذا النوع من الشركات وتنظيمها في قوانين خاصة، يتوجب علينا الرجوع إلى القواعد التقليدية وبيان مدى إمكانية تطبيقها على الشركات الإلكترونية. فالشركة التجارية عموماً هي عقد يتطلب انعقاده وصحته توافر الأركان العامة لعقد الشركة وهي التراضي والمحل والسبب، فضلاً عن أركان موضوعية خاصة هي الأركان الشكلية الذي يستلزمه تأسيس عقد الشركة. وبناءً على ذلك فإن عقد الشركة الإلكترونية يتم بتبادل الأطراف التعبير عن الإرادة بنية إحداث أثر قانوني معين ألا وهو تأسيس الشركة، لذلك يجب توفر الإرادة لدى كل طرف عند إبرام العقد والتي يعبر عنها إما لفظاً أو كتابةً أو بالإشارة الشائعة للدلالة على التراضي^(٣٢).

ويمكن القول ان بإمكان مؤسسي الشركة الإلكترونية الراغبين بإنشاء مثل هذه لشركة تبادل الإيجاب والقبول ويسبق ذلك مداوالات ومفاوضات تجري بين الشركاء المؤسسين بواسطة رسائل بيانات مدون فيها كل المعلومات عبر شبكة الانترنت، لكون عملية التفاوض لها أهمية كبيرة لنجاح إبرام هذه الشركة حيث يتم خلالها التحضير والتهيئة لعقد الشركة من كافة جوانبه الفنية والمالية والإدارية والقانونية^(٣٣) والتعرف على المتعاقد الآخر وتحديد مضمون عقد الشركة من حيث نوعها وطبيعتها نشاطها ومدى مسؤولية الشركاء فيها، ولعل السؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال ما هي فائدة التفاوض في مثل هذه الشركات؟

للإجابة على هذا التساؤل نبين أن عقد الشركة الإلكترونية هو عقد يبرم عن بعد وليس بين طرفين حاضرين مما يثير الغموض بين الأطراف وعدم التيقن من شخصية المفاوض ومدى ائتمانه الحقيقي وسمعته المالية مما يدفع كل طرف راغب بالانضمام للشركة إلى طرح العديد من التساؤلات والتحفظات قبل الدخول فيها كما قد يستدعي تأسيس الشركة الإلكترونية الاستعانة بالخبرة الفنية والقانونية والمحاسبية لترصين الثقة

^(٣١) المصري، عباس مصطفى، الضوابط القانونية لنظرية الأعمال التجارية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٥، ص ١٣٢.

^(٣٢) عطوي، فوزي، الشركات التجارية، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ٢٠٠٥، ص ٢٢.

^(٣٣) الباني، نافع بحر سلطان، تنازع القوانين في منازعات التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير في القانون، جامعة بغداد، العراق، ٢٠٠٤، ص ١٤.

لتأسيسها، وقد أصبح معلوم لدينا أن التكنولوجيا الحديثة قد وفرت وسائل اتصال مباشر على درجة من التقدم وبفضل الأقمار الصناعية والألياف البصرية فيجري التفاوض بواسطة مؤتمرات مرئية ومقابلات شخصية عبر شبكة الانترنت وهذا يوفر عنصري الوقت والنفقات التي يستلزمها إبرام الشركات التقليدية^(٣٤).

فإذا توصل الأطراف إلى نجاح المفاوضات تحولوا إلى المرحلة التالية لذلك وهي انعقاد العقد بواسطة الرسالة الإلكترونية فيدل ذلك على أن الإيجاب والقبول ينسجم مع ما نص عليه القانون^(٣٥) من أن التعبير عن الإيجاب والقبول يكون بالكتابة^(٣٦)، وعندما يتفق الأعضاء يجب توثيق الاتفاق بعقد موقع من قبلهم، لكن كيف يتم التوقيع وكل عضو من أعضاء الشركة يوجد في دولة قد تبعد عن دولة أخرى مئات الأميال ولا يربطهم سوى شبكة الكترونية؟

الاجابة تكمن بالقول انه لا يشترط في التوقيع إلا أن يكون دالاً على صاحبه دلالة واضحة لا لبس فيها وان إرادته انصرفت إلى الالتزام بعقد الشركة، ولما كان تأسيس الشركات الإلكترونية يتم عبر شبكة الانترنت، فمن الصعوبة بمكان تصور استخدام التوقيع التقليدي المعروف بكتابة احد أطراف العقد اسمه بطريقة عادية أو برمز مميز لاستحالة تنظيم عقد تقليدي موقع عليه ضمن خطوط هذه الشبكة، لذلك استحدث العلم وسيلة تقنية حديثة تتناسب مع أعمال التجارة الإلكترونية وهو التوقيع الالكتروني الذي يتكون من حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات لها طابع منفرد تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع وتمييزه عن غيره ويتم اعتماده من الجهة المختصة^(٣٧).

لذلك نرى انه بالإمكان تأسيس شركة الكترونية باتفاق أطرافها والتوقيع عليها الكترونياً بمجموعة من الرموز أو الأرقام أو الحروف الإلكترونية التي تدل على شخصية

^(٣٤) منصور، محمد حسين، مصدر سابق، ص ٥٢.

^(٣٥) انظر قانون الشركات الاردني رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته.

^(٣٦) نصار، سمير، الشركات التجارية، القسم الثاني، ط١، المكتبة القانونية، دمشق، سوريا، ٢٠٠٤، ص ٤٤.

^(٣٧) الجنيهي، منير محمد والجنيهي، ممدوح محمد، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، مصدر سابق، ص ١٩٠.

الموقع دون غيره بصرف النظر عن صور هذا التوقيع أو أشكاله^(٣٨). ويرى جانب من الفقه^(٣٩) أن لهذا النوع من التوقيع ذات الحجية القانونية المقررة للتوقيع بشكله التقليدي وهذا ما قرره قانون الأونسترال النموذجي الصادر عن هيئة الأمم المتحدة، وهنا نصل إلى مرحلة تأسيس الشركة الإلكترونية بأركانها الموضوعية العامة من تراضي ومحل وسبب.

وبالرجوع إلى القواعد العامة الواردة في القانون المدني فيما يتعلق بقواعد الأهلية وصحة الإرادة وخلوها من العيوب وعوارض الأهلية وان يكون محل العقد لهذه الشركة مشروعاً وممكناً ومعيناً وسبب التعاقد فيها مشروع غير مخالف للقانون والنظام العام^(٤٠)، وأما فيما يتعلق بالأركان الموضوعية الخاصة لإبرام عقد الشركة الإلكترونية فتتحدد الأركان الموضوعية الخاصة لعقد الشركة: بتعدد الشركاء ونية المشاركة واقتسام الأرباح والخسائر بالإضافة إلى تقديم الحصص.

أما عن باقي مستلزمات التأسيس الأخرى كاتخاذ الشركة اسم تجاري لها أو علامة تجارية إذا كان نشاط الشركة ينصب على إنتاج سلعة معينة فلا مناص من إتباع القواعد التي رسمها المشرع في القوانين الخاصة بالأسماء التجارية كتسجيلها في الغرف التجارية والصناعية المخصصة لذلك، ولا ضير من قيد اسم الشركة التجاري وتوثيق العقد أمام جهات رسمية يحددها القانون الذي سينظم عمل الشركات الإلكترونية.

المطلب الثاني

أنواع الشركات الإلكترونية:

يمكن حصر أنواع الشركات الإلكترونية في ثلاثة أنواع هي الشركات الإلكترونية الدعائية والشركات الإلكترونية ذات الخدمات البسيطة والشركات الإلكترونية المتكاملة.

١- الشركات الإلكترونية الدعائية. وهي شركات تنتهج أسلوب الدعاية الإلكترونية ويكون لها موقع على الأرض لتمارس من خلال هذا الموقع الغرض الذي انشأت من أجله، لذا تتشأ على شبكة الانترنت كنوع من الدعاية الحديثة لتجلب زبائن أكثر دون ان

^(٣٨) للتوقيع الإلكتروني صور عديدة أهمها، الضغط على أحد مفاتيح لوحة الحاسب الآلي أو التوقيع بالرقم السري والبطاقة الممغنطة، أو باستخدام القلم الإلكتروني أو التوقيع باستخدام الخواص الذاتية للشخص، لمزيد من التفصيل انظر الاودن، عبد السمیع، مصدر سابق، ص ١٨١.

^(٣٩) الجنبيهي، منير محمد، والجنبيهي، ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية، مصدر سابق، ص ٣١.

^(٤٠) عطوي، فوزي، مصدر سابق، ص ٢٢.

يقدم هذا الموقع أي نوع من أنواع التعاملات الخاصة بالشركة، فهو فقط نوع من أنواع الدعاية الحديثة التي تقيمها الشركة كدعاية لمنتجاتها او خدماتها

٢- الشركات الالكترونية ذات الخدمة البسيطة. وهذه الشركات تحاول ان تحقق هدفين من موقعها على شبكة الانترنت اولهما الدعاية وثانيهما خدمات بسيطة للعملاء بحيث تسهل لهم باقي الاجراءات التي يجب ان ينتقلوا الى مقر الشركة على الارض لإتمامها مثل ملئ استمارات التعارف او الاستثمارات التي تبين غرض العملاء من التعامل مع تلك الشركة فقط.

٣- الشركات الالكترونية المتكاملة. وهذه الشركات الالكترونية تمارس نشاطها كاملا عن طريق شبكة الانترنت وليس لها فروع على الارض أي ان العملاء يستطيعون القيام بكافة اعمالهم مع تلك الشركة عن طريق موقعها على شبكة الانترنت، وهذه الشركة تمارس كافة اغراضها التي انشأت من اجلها عن طريق الانترنت دون ان تحتاج الى موقع تقليدي على الأرض^(٤١).

وتجدر الاشارة الى ان الشركات التي في القانون التجاري تقسم إلى قسمين رئيسين وهما شركات الأشخاص وشركات الأموال، فأما شركات الأشخاص فأساسها شخص الشريك والثقة المتبادلة بين الشركاء مما يعني أن الشريك لا يستطيع التصرف في حصته من دون رضا وموافقة الشركاء الآخرين وتنتهي عضويته بوفاته أو بالحجز عليه أو إفلاسه، إذا هي شركات قائمة على الاعتبار الشخصي للشريك، والمسؤولية عن ديون الشركة هي مسؤولية تضامنية شخصية غير محدودة^(٤٢)، ومن أنواعها (شركة التضامن والشركة البسيطة والمشروع الفردي).

بينما تكون العبرة في شركات الأموال بالاعتبار المالي فقط دون الشخصي، إذا هي شركات تكون المسؤولية فيها محدودة بقدر القيمة الاسمية للمساهمة برأس مال الشركة ومن أنواعها الشركات المساهمة وشركات المسؤولية المحدودة مثلاً. وبعد هذا الاستعراض السريع لبعض أنواع الشركات التجارية هناك تساؤل يفرض نفسه؛ تحت أي نوع تندرج الشركات الإلكترونية خصوصاً خلو التشريعات الوضعية المقارنة من تنظيم هذا النوع من الشركات؟ يمكنني القول انه بالإمكان تطبيق القواعد المتعلقة بأنواع الشركات التقليدية بما ينسجم مع طبيعة الشركات الإلكترونية سواء تأسست تحت مظلة

(٤١) الموقع الإلكتروني: <https://hrdiscussion.com/hr49412.html>

(٤٢) احمد، إبراهيم سيد، عقد الشركة فقها وقضاء، ط١، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣، ص ٦١.

شركات الأموال أم شركات الأشخاص^(٤٣)، إلا أنه هناك مسألة مهمة وفي غاية الخطورة وهي الطابع الشخصي الذي تقوم عليه شركات الأشخاص وان شخصية الشريك محل اعتبار وهذا يستلزم وجود علاقة وثيقة وائتمان متبادل بين أعضاء الشركات الأمر الذي يصعب تحقيقه إن لم يكن مستحيلاً في الشركات الإلكترونية التي قد لا ينتمي أعضاؤها إلى دولة واحدة، وإنما يفصل البعض عن البعض الآخر حدود ومسافات ومن الصعب تحقيق الوصول إلى هذه الثقة والمعرفة في هذه الشركات لان تعاقد الشركاء سيكون عن بعد، أي يوجد فاصل وحدود مكانية بين المتعاقدين وهذه تشبه العقود المبرمة عبر البريد العادي والتلكس والفاكس^(٤٤). كما أن موضوع انتقال حصة الشريك إلى غير أعضاء الشركة لا يمكن إلا استثناءً بموافقة جميع أعضاء الشركة وعدم معارضة باقي الشركاء وذلك استناداً للقواعد العامة في شركات الأشخاص.

أما بالنسبة لتأسيس شركة الكترونية بمسؤولية محدودة أي تحت نطاق شركات الأموال، فلا خطورة بالأمر طالما أن الشركة قائمة على الاعتبار المالي فقد يجهل العضو في الشركة معروفة الطرف الآخر ولا تربطه بالشركة سوى نصيبه من أسهم الشركة وهنا بالإمكان انتقال حصة المساهم للغير بدون شروط سوى تأشير ذلك في السجلات الإلكترونية العائدة للشركة فيما يتعلق بالتصرف بالأسهم.

وهذا الأمر يقودنا إلى القول ان الشركات الالكترونية يجب ان تندرج تحت نوع شركات الأموال طالما أن المسؤولية في هذه الشركة محدودة وغير تضامنية وتكمن أهمية ذلك عند إفلاس الشركة وعجزها عن سداد ديونها التجارية فلا خطر على مساهمي الشركة طالما أن الإفلاس لا يمتد إلى ذمتهم المالية الخاصة^(٤٥).

أما بالنسبة إلى الطريقة أو الكيفية التي تدار أعمال الشركة الإلكترونية بواسطتها فنجد من الضروري استعارة القواعد الخاصة بإدارة الشركة التقليدية وتطبيقها عليها خاصة فيما يتعلق بالمدير المفوض للشركة والهيئة العامة، فضلاً عن وجود مجلس الإدارة إلى جانب هذين الجهازين في الشركة المساهمة، وتدار شؤون الشركة بواسطة

^(٤٣) يتكون رأس مال شركات الأشخاص من (حصص) أما في شركات الأموال فرأسمالها يتكون من أسهم تطرح بالاكنتاب، البلداوي، كامل عبد الحسين، الشركات التجارية، دار الكتب للطباعة، ١٩٩٠- ص ٢٣.

^(٤٤) الباني، نافع بحر سلطان، مصدر سابق، ص ١٤.

^(٤٥) البلداوي، كامل عبد الحسين الشركات التجارية، دار الكتب للطباعة، ١٩٩٠، ص ١١٥.

شبكة الانترنت حتى بالنسبة لاجتماع الأعضاء في الهيئة العامة إذ يتم تحديد موعد الاجتماع والتبليغ به عبر الشبكة أيضاً، وفي ذلك اقتصاد للوقت والنفقات^(٤٦)، وعندها يجتمع الأعضاء عن بعد كل في مدينته أو دولته وذلك بقاء مغلق وبألية الكترونية يتبادلون الآراء والمقترحات ومناقشة جدول الأعمال ومن ثم التصويت على القرار المتخذ في هذا الاجتماع.

المطلب الثالث

الآثار التي تترتب على تأسيس الشركة الإلكترونية

بالرجوع إلى القواعد العامة في تأسيس الشركة التقليدية نجد أن استكمال إجراءات التأسيس وتوثيق العقد لدى مسجل الشركات الذي يقوم بدوره بإصدار شهادة تأسيس الشركة وعندها تكتسب الشركة الشخصية المعنوية^(٤٧)، إلا أن الأمر يكاد يكون مختلفاً في الشركات الإلكترونية إذ لا يوجد نص تشريعي صريح يبين كيفية تسجيل وإشهار هذه الشركة، لكن قد يسعفنا نص المادة الخامسة من قانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية (لا تفقد المعلومات مفعولها القانوني أو صحتها أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها في شكل رسالة بيانات) وهذا يعني أن مجرد توثيق العقد والتوقيع عليه إلكترونياً في رسائل بيانات سيكفي لاعتبار أن الشركة قد تأسست واشهرت للعالم الخارجي وبالتالي سنكتسب فيما بعد شخصية معنوية تجعل لها كيان مستقل عن كيان الأشخاص الأعضاء فيها. وعندها تكتسب الشركة الإلكترونية الشخصية المعنوية بمجرد اكتمال إجراءات التأسيس التقليدية أو الإلكترونية فتصبح كائناً قائماً بذاته على الرغم من عدم خضوعها لقانون دولة معينة كما هو الحال في الشركة التقليدية، حالها في ذلك حال الشركات التقليدية وتتمتع بكافة الحقوق الا التي تتعارض مع طبيعتها، وعليه يترتب على ذلك استقلالية الذمة المالية للشركات الإلكترونية عن ذمم الشركاء وان يكون لها اسم تجاري مستمد من نشاطها ويدل على نوعها مع مراعاة أحكام الاسم التجاري بالنسبة لشركات الأشخاص الذي يجب أن يتضمن الاسم التجاري فيها اسم أحد الشركاء على الأقل نظراً لطبيعة المسؤولية لهذه الشركات فيما لو كانت ضمن شركات الأشخاص.

(٤٦) عطوي، فوزي، مصدر سابق، ص ٢٥٠.

(٤٧) البلداوي، كامل عبد الحسين، مصدر سابق، ص ٣٧.

كما تتمتع الشركة الإلكترونية بأهلية قانونية في الحدود التي بينها عقد التأسيس والتي تنحصر في مجال النشاط الإرادي المعترف به لها لتحقيق الهدف الذي أنشأت من أجله^(٤٨).

أما بالنسبة للموطن أي المكان الذي يوجد فيه مركز إدارة الشركة فلا يمكن تصوره في الشركات الإلكترونية التي يكون موقعها افتراضي على شبكة الانترنت. وأما بالنسبة للجنسية فيرى البعض^(٤٩) أنه لا تثبت للشخص المعنوي الجنسية لأنها رابطة بين الفرد والدولة، إلا أننا نعتقد بضرورة اكتساب الشركة الإلكترونية للجنسية وتكمن أهمية الأمر في تحديد القانون الواجب التطبيق على المنازعات التي تنشأ بين أعضاء الشركة من جانب والمنازعات التي تنشأ بين الشركة والجمهور من جانب آخر. وتبدو الصعوبة في تحديد جنسية الشركة الإلكترونية إلى المعيار المتبع في ذلك لتحديده، فهناك المعايير التقليدية المتمثلة بمعيار محل التأسيس أو مركز الإدارة الرئيسي أو الرقابة أو السيطرة وكل هذه المعايير يستحيل العثور عليها في نظام تأسيس الشركات الإلكترونية لصعوبة تحديد أي معيار تحديداً دقيقاً لأن عمل الشركات يتمحور في شبكة عبر خدمة الانترنت، ومع هذه الصعوبة فقد ظهرت معايير وضوابط جديدة حول جنسية الشركة وهو معيار مركز القرار والذي بموجبه تكتسب الشركة جنسية الدولة التي يوجد فيها المركز الذي تصدر عنه القرارات الأساسية الخاصة بالشركة^(٥٠).

وتجدر الملاحظة ان حقيقة الشركات الإلكترونية عموماً والتي تتأسس عبر شبكة الانترنت بواسطة مخاطبات ورسائل الكترونية يكون أعضاؤها من جنسيات مختلفة يجب على الشركاء في هذه الحالة وتطبيقاً لقاعدة العقد شريعة المتعاقدين، الاتفاق على قانون الدولة الواجب التطبيق على نشاطها أو الاتفاق فيما بينهم على اللجوء إلى التحكيم على أن يتم الاتفاق بلغة صريحة وواضحة في بنود عقد تأسيس الشركة الإلكترونية^(٥١).

(٤٨) البلاوي، كامل عبد الحسين، مصدر سابق، ص ٤٢.

(٤٩) عطوي، فوزي، مصدر سابق، ص ٥٣.

(٥٠) رضا، يحيى عبد الرحمن، الجوانب القانونية لمجموعة الشركات عبر الوطنية، دار النهضة العربية،

مصر، ١٩٩٤، ص ٢٤٤.

(٥١) أبو العلا، علي أبو العلا النمر، مصدر سابق، ص ٣٠.

المطلب الرابع

طبيعة الشركة الإلكترونية وانقضاءها قانونياً

من خلال عرضنا للشركات الإلكترونية يتضح ان هناك تشابهاً بين الشخصية المعنوية للشركات والشخصية المعنوية في الشركات الإلكترونية ولا يختلفان إلا في طريقة تكوين العقد وأسلوب ممارسة نشاط الشركة لتحقيق الغرض الذي تأسست من أجله ويترتب على كل ما تقدم أن بمجرد اكتساب الشركة الإلكترونية للشخصية المعنوية فسيكون لها ذمة مالية واسم تجاري وجنسية وأهلية قانونية. وأما بخصوص انقضاء الشركات الإلكترونية يمكنني القول إن الاتفاق هو الطريق الأكثر شيوعاً لانقضائها، بالإضافة لأسباب انقضاء الشركات التقليدية وأهمها⁽⁵²⁾: انجاز الشركة للمشروع الذي تأسست من أجله أو استحالة التنفيذ واندماج الشركة أو تحولها إلى نوع آخر من الشركات وايضاً قرار الهيئة العامة بتصفية الشركة وحلها اضافة الى فقدان أو خسارة الشركة لنسبة معينة من رأس مالها، وهناك سبب آخر مقتضاه تعطل الشبكة أو الموقع الإلكتروني بصورة دائمة والذي تدير الشركة الإلكترونية من خلاله نشاطها.

المبحث الثالث

واقع تطبيق الشركات الإلكترونية في الأردن

ان واقع الشركات الإلكترونية في الاردن ما زال في مراحله الاولى، فالمبادلات التجارية من خلال الشركات الإلكترونية (البيع والشراء) هي عمليات محدودة، وتتم معظم هذه المعاملات عن طريق مبادرات شخصية من قبل القطاع الخاص بسبب غياب بعض عناصر البيئة التحتية اللازمة لتطوير التجارة الإلكترونية، وتحتاج الى رفع مستوى وتطوير تكنولوجيا المعلومات وذلك لضمان تامين ميزة تفضلية للاردن في الاقتصاد المستقبلي المبني على المعرفة.

اضف الى ذلك ان انتشار الكمبيوتر والانترنت في الاردن ما يزال محدوداً، كما ان درجة التوعية بخصوص الشركات الإلكترونية بسيطة، وهو ما يشكل اهم العوائق للشركات، وقد قامت الاسكوا⁽⁵³⁾ بإجراء مسح شمل ٣٠ شركة في الاردن تم من خلاله التعرف على ارائهم ومعرفتهم بالتجارة الإلكترونية بشكل عام وبالشركات الإلكترونية بشكل خاص فوجدوا ان هذا المفهوم ما زال غير واضح سواء للمستهلكين او التجار وان

(52) قانون الشركات الأردني رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته.

(53) trade facilitation and e-commerce in the ESCWA region, united nations

معظم المؤسسات التجارية في الاردن لها مواقع الكترونية ولكن معظمها موجهة لاجتذاب الزبائن وعمل دعاية وفي الغالب لا يكون هدفها البيع، الا ان اهم ما يميز الاردن في هذا المجال هو الموارد البشرية المتاحة في مجال تكنولوجيا المعلومات ولكن المشكلة تكمن بانه ليس هناك دور حقيقي وفعال للمؤسسات المعنية بترويج التجارة الالكترونية كغرفة صناعة عمان والغرف التجارية، فالنشاطات التي تقوم بها الغرف التجارية محدودة ولا ترقى للتنافس على المستوى الدولي بالرغم من ان المؤسسات الدولية في الاردن تلعب دوراً كبيراً في زيادة الوعي والترويج للتجارة الالكترونية اذ تقوم بتقديم الدعم المالي والفني لمؤسسات القطاع العام والخاص من اجل وصول البضائع الاردنية الى الاسواق العالمية عن طريق تفعيل عمل شركات الكترونية ويكون لها مواقع على الانترنت لتسويق هذه المنتجات، حيث قام الاتحاد الاوروبي بتمويل المشروع المقترح من غرفة صناعة عمان المتمثل في ازالة عوائق التجارة الالكترونية في الاردن خصوصاً الشركات.

وتجدر الاشارة الى ان المادة ٣ من قانون المعاملات الالكترونية الاردني حددت اهدافه: بانه يرمي الى تسهيل استعمال الوسائل الالكترونية في اجراء المعاملات وذلك مع مراعاة احكام أي قوانين اخرى ودون تعديل او الغاء لاي من هذه الاحكام الحقيقية بالوقوف على احكام القانون المسائل محل التنظيم.

ويمكن القول ان هدف هذا القانون يتمثل في الاعتراف بالوسائل الالكترونية في التعاقد والاثبات (السجلات، العقود، التوقيعات الالكترونية، حجية الاثبات، القبول لوسائل التعاقد والاثبات القائمة. كما يهدف هذا القانون الى توفير التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية بما يكفل الثقة بهما ويشجع انتشارها في الاسواق وهذا ينطبق على الشركات الالكترونية. واستناداً للمادة ٤ من قانون المعاملات الالكترونية الاردني فهو يسري على كافة المعاملات الالكترونية والسجلات الالكترونية والتوقيع الالكترونية واي رسائل معلومات الكترونية كافة ولا يختصر نفاذ احكامه على المعاملات التجارية وهذا يتطلب مهم لعمل الشركات الالكترونية.

واما بخصوص واقع شركات الخدمات الالكترونية في الاردن، أستطيع القول ان شركة تكسي كريم واوبر هما خير مثال على واقع الشركات الالكترونية التي تقدم خدمات. وتجدر الملاحظة ان هذه الشركات ليس اردنية الاصل وانما هي تتبع للشركة الام التي لها مركز رئيسي وفروع على مستوى المنطقة العربية وتقدم خدمة النقل للاشخاص من خلال اتصالاتهم بالشركة الالكترونية التي لها مواقع الكترونية على شبكة الانترنت.

وأخيراً نتمنى إن يكون لتطور اساليب الاتصالات وزيادة انتشارها في الاردن وتطوير استخدامها وخفض تكلفتها ان يؤدي الى تفعيل التجارة الالكترونية وخصوصاً عمل الشركات في البيئة التجارية الالكترونية ومعالجة مشكلاتها عبر قواعد وتدابير تشريعية ملائمة ومفهومة لجميع المستويات.

الخاتمة

في نهاية هذا البحث حول الشركات الالكترونية والذي تناول فيه ماهية وتنظيم الشركات الالكترونية وبيان ميزاتها وانواعها ومخاطرها والاثار التي تترتب على عملها، وواقع الشركات الالكترونية في الاردن، لابد أن نبين أهم النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها.

النتائج:

- ١- تعد التجارة الإلكترونية عمل تجاري محترف يتم عبر وسائل الكترونية وبواسطة رسائل بيانات الكترونية تتم بين أطراف العقد أي (تعاقد عن بعد).
- ٢- هناك العديد من الدول العربية والأجنبية قد نظمت هذا النوع من التجارة تنظيمًا تشريعيًا لأهميتها.
- ٣- إن الشركات الإلكترونية هي أحد صور التجارة الإلكترونية والتي تؤسس لها مواقع افتراضية على شبكة الانترنت وليس لها مواقع حقيقية على الأرض.
- ٤- هناك أنواع من الشركات الإلكترونية، شركات هدفها الإعلان والترويج عن بضائعها وخدماتها، وشركات تمارس نشاطًا تجاريًا محترفًا وتبرم الصفقات التجارية مع الجمهور.
- ٥- ينعقد عقد الشركة بتوفر الأركان الموضوعية العامة من تراض ومحل وسبب فضلًا عن أركان موضوعية خاصة.
- ٦- للشركات الإلكترونية مزايا أهمها انه يمكن الوصول إلى قاعدة عريضة من الجمهور بصورة سهلة وبنفقات بسيطة مما يسهل على المستهلك إبرام الصفقات معها كما أن ثمة مخاطر تتجسد في عدم إمكانية الشركة من التعرف عن كثب على شخصية العضو أو الشريك فيها وحتى التعامل معها الذي قد يقع في خطأ أو إيهام من قبل الشركة.
- ٧- يتم توثيق عقد الشركة الإلكترونية باستخدام التوقيع الإلكتروني الذي له ذات الحجية القانونية للتوقيع التقليدي.

- ٨- من الممكن أن تنشأ الشركات الإلكترونية تحت مظلة شركات الأموال أو شركات الأشخاص.
- ٩- تكتسب الشركة الإلكترونية الشخصية المعنوية بمجرد توثيق العقد بتوقيعه الكترونياً من قبل الشركاء إذ لا يوجد إمكانية لتسجيل العقد أمام جهة رسمية مختصة.
- ١٠- تنقضي الشركة الإلكترونية بذات الصور التي تنقضي فيها الشركات التقليدية.

التوصيات:

- ١- ضرورة تشريع قانون خاص في الأردن ينظم احكام الشركات الإلكترونية، بحيث توفر هذه التشريعات الضمان الحقيقي لأطراف العلاقة القانونية.
- ٢- ضرورة وضع استراتيجية وطنية لعمل الشركات الإلكترونية نظراً لما توفره هذه الشركات من مزايا وسمات ايجابية، وترجمتها الى برامج عمل تنفذ تحت اشراف لجنة فنية مختصة في هذا المجال.
- ٣- لتجنب المخاطر الناجمة عن التعامل في الشركات الإلكترونية بإمكان المشرع فرض قيود على تأسيس الشركة الإلكترونية لتوخي تعرض الموقع الخاص بالشركة للاختراق وكشف معاملاتها وأسرارها التجارية فضلاً عن فرض عقوبات مالية مجزية لكل من يهاجم الموقع بقصد تدميره بواسطة فيروسات الكترونية.
- ٤- لضمان جدية تأسيس الشركة ومنع التلاعب والغش في أموال الشركاء والمؤسسين فيها ينبغي تخصيص جهة رسمية يتم مفاتها بتأسيس الشركة بطلب مرفق به صورة من العقد كي تتأكد هذه الجهة من جدية ومشروعية نشاط الشركة بما ينسجم ومصصلحة الاقتصاد الوطني.
- ٥- بالإمكان تأسيس هيئات رقابية متخصصة في مجال الأعمال المصرفية كي لا تستغل هذه الشركات من قبل أصحاب الأموال غير المشروعة بهدف التمويه والتكتم على مصدرها الحقيقي عن طريق إدخالها في عمليات مصرفية الهدف منها غسل هذه الأموال.
- ٦- يفضل أن يحصر المشرع الاردني تأسيس الشركات الإلكترونية ضمن شركات الأموال القائمة على الاعتبار المالي وذات المسؤولية المحدودة وأن يستبعد تأسيسها كنوع من شركات الأشخاص ذات الاعتبار الشخصي والمسؤولية الشخصية التضامنية وغير المحدودة نظراً لخطورة العمل بها.
- ٧- ضرورة التأكد من البنية التحتية، وهل تسمح هذه البنية بتوسعة نطاق اعمال هذه الشركة
- ٨- الاستفادة من تجارب الدول التي خاضت هذا المجال مثل الدول الأوروبية.

المصادر والمراجع

١. أبو العلا، علي أبو العلا النمر، المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية، ط١، دار أبو المجد، ٢٠٠٤.
٢. احمد، إبراهيم سيد، عقد الشركة فقها وقضاء، ط١، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣.
٣. إسماعيل، إيهاب عبد الرحمن محمد، النظام القانوني للشركات الإلكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي، المجلة القانونية، المجلد ١١، العدد ٨، ٢٠٢٢م.
٤. الاودن، سمير عبد السميع، العقد الالكتروني، منشأة المعارف، ٢٠٠٥.
٥. الباني، نافع بحر سلطان، تنازع القوانين في منازعات التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، ٢٠٠٤.
٦. بدوي، سيد طه، دور الشركات العابرة للحدود في اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول النامية، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥.
٧. البلداوي، كامل عبد الحسين، الشركات التجارية، دار الكتب للطباعة، ١٩٩٠.
٨. الجنيهي، منير محمد وممدوح محمد الجنيهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٥.
٩. حجازي، عبد الفتاح بيومي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٢.
١٠. رضا، يحيى عبد الرحمن، الجوانب القانونية لمجموعة الشركات عبر الوطنية، دار النهضة العربية، ١٩٩٤.

١١. رضوان، رأفت، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتربية الادارية، مصر، ١٩٩٩.
١٢. سليمان، عبد العزيز، التبادل التجاري، الاسس، العولمة والتجارة الالكترونية، الاردن، ٢٠٠٤.
١٣. سهاونة، مهند، اسس تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات، الجامعة الاردنية، ٢٠٠٣.
١٤. سويدان، هاشم ناصر الدين محمود، التنظيم القانوني للشركات الإلكترونية، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد ٨، العدد ٢، ديسمبر ٢٠٢٢م.
١٥. عبد السلام، صفوت عوض الله، منظمة التجارة العالمية والاستثمار الأجنبي المباشر، دار النهضة العربية، ٢٠٠٤.
١٦. عتيق، أسماء وبرحمانى، محفوظ، البيئة القانونية للشركات الإلكترونية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد ٨، العدد ١، يناير ٢٠٢٢م.
١٧. عطوي، فوزي، الشركات التجارية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠٠٥.
١٨. عيسى، قسايسية، التجارة الإلكترونية أية حماية؟، دفاثر السياسة والقانون، المجلد ١٥، العدد ١، ٢٠٢٣م.
١٩. كولن، سايمون، التجارة الالكترونية، ١٩٩٥.
٢٠. المصري، عباس مصطفى، الضوابط القانونية لنظرية الأعمال التجارية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٥.
٢١. المنجي، ابراهيم، عقد نقل التكنولوجيا، التنظيم القانوني لعقد نقل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، ط١، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٢.
٢٢. منصور، محمد حسين، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٣.
٢٣. نصار، سمير، الشركات التجارية، القسم الثاني، ط١، المكتبة القانونية، دمشق، ٢٠٠٤.

القوانين والمواقع الالكترونية

١. قانون المعاملات الالكترونية الاردن رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١؛ وقانون المعاملات الالكترونية الاردني رقم ١٥ لسنة ٢٠١٥.
٢. نظام الدفع الالكتروني الاردني رقم ١١ لسنة ٢٠١٧.
٣. قانون اليونسترال النموذجي الخاص بالتجارة الالكترونية لسنة ١٩٩٦.
٤. القانون الفرنسي الخاص بتطويع قانون الاثبات لتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الالكتروني رقم ٢٣٠ لسنة ٢٠٠١.
٥. قانون الشركات الاردني رقم ٢٢ لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته.
٦. الموقع الالكتروني: <https://hrdiscussion.com/hr49412html>
٧. <https://hrdiscussion.com/hr49413html> الموقع الالكتروني
٨. <https://hrdiscussion.com/hr49414html> الموقع الالكتروني