التجارة الالكترونية
وابعادها القانونية الدولية

مفهوم التجارة الإلكترونية - مشاكل التجارة الإلكترونية - خطة العمل للتحول إلى التجارة الإلكترونية - العناصر المؤثرة على قرار إنشاء مقر معلومات على شبكة الإنترنت - اتجاهات الوطن العربي نحو التجارة الإلكترونية - استخدام الانترنت في الوطن العربي - الاشتراك في الإنترنت في الوطن العربي والعالم - حجم التجارة الإلكترونية في العالم والوطن العربي - مفهوم الشركة في الإسلام والقانون والشركات الالكترونية - جرائم الكمبيوتر وأنشطة إساءة استخدام التقنية

الدكتور

يوسف حسن يوسف

الطبعة الأولى

2011

المركز القومي للإصدارات القانونية

54 ش علي عبد اللطيف - الشيخ ريحان - بجوار وزارة الداخلية

Mob: 0115555760 - 0102551696 - 0124900337

Tel: 00202-27959200 00202-27964395 Fax: 00202-25067592

Email: Walied_gun@yahoo.com law_book2003@yahoo.com

Website: www.publicationlaw.com

الموضـــــــوع	الصفحة
مقدمة	7
الفصل الأول: التجارة الإلكترونية.....	9
المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.....	10
المطلب الأول: عرض عام لكل التعريفات	11
المطلب الثاني: وسائل وأنظمة الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية.....	13
المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية وأشكالها ومستوياتها.....	15
المطلب الرابع: دوافع التجارة الإلكترونية.....	18
شكل (1): صور التجارة الالكترونية	20
الشكل (2): (نماء حجم التجارة الالكترونية الأمريكية)	29
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD).....	40
الأمم المتحدة – لجنة اليونسترال (NICITRAL)	42
منظمة التجارة الحرة الأمريكية - نافتا	44
غرفة التجارة الدولية (ICC)	44
قائمة التشريعات الوطنية في حقل التجارة الالكترونية والتواقيع الرقمية.....	49
الجدول رقم (2) التدابير التشريعية ومحتوى الاستراتيجيات في حقل التجارة الالكترونية	49
الشكل رقم (3).....	77

الموضـــــــوع	الصفحة
المسح التشريعي لجهود المنظمات والتدابير التشريعية في حقل التجارة الالكترونية	
4 – التحديات القانونية للتجارة الالكترونية – الإطار القـانوني للتجارة الالكترونية.....	77
4–1 المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية..	78
شكل رقم(4): أطار توضيحي للتحـديات القانونيـة للتجـارة الالكترونية.....	82
شكل (5) نموذج إيضاحي للعقد الالكتروني على الانترنت	88
الموقف القانوني من الرّسائل الإلكترونية.....	97
المطلب الخامس: مشاكل التجارة الإلكترونية.....	100
أ– مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة.....	100
ب– التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم.....	101
جـ– مشكلات أداة الوفـاء – بطاقـات الائتمـان (النقـود الإلكترونية)	101
د– المستهلك وحمايته في التجارة الإلكترونية.....	103
هـ– اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها.....	104
المبحث الثاني: خطة العمل للتحول إلى التجارة الإلكترونية.....	105
المطلب الأول: مراحل التحول إلى عالم التجارة الإلكترونية	106
أجندة المشرع العربي في حقل تنظيم التجارة الالكترونية.....	107
المطلب الثاني: العناصر المؤثرة علـى قـرار إنـشاء مقـر معلومات على شبكة الإنترنت.....	108

الموضـــــــوع	الصفحة
المطلب الثالث: تحديد حجم الاستثمار في إقامة مقـر للـشركة على شبكة الأنترنت	109
المطلب الرابع: تحديد تكاليف التشغيل لمقر معلومات الـشركة على شبكة الانترنت	112
المبحث الثالث: المتطلبات اللازمة لإقامة تجارة إلكترونية على المستوى القومي	113
المطلب الأول: المبادئ الأساسـية الحاكمـة لنجـاح التجـارة الإلكترونية	113
المطلب الثاني: المتطلبات العامة لتطبيق التجارة الإلكترونية	115
المطلب الثالث: متطلبـات حمائيـة للحفـاظ علـى التجـارة الإلكترونية	119
المطلب الرابع: متطلبات تقنية	120
خلاصة الفصل الأول	121
الفصل الثاني: اتجاهات الوطن العربي نحو التجارة الإلكترونية	122
المبحث الأول: استخدام الانترنت في الوطن العربي	123
المطلب الأول: الاشتراك في الإنترنت في الوطن العربي والعالم	124
أ- الاشتراك في الإنترنت في أوربا	124
جدول رقم (1): الإنترنت في الدول الأوروبية الكبرى	124
ب/- الاشتراك في الإنترنت في الدول العربية	124
جدول رقم(2): تطور أعداد المشتركين في الأنترنت في الدول العربية	125

الموضـــــوع	الصفحة
المطلب الثاني: استخدام الإنترنت في الوطن العربي	126
جدول رقم (4) : أعداد مستخدمي الأنترنت في الدول العربية، نسبتهم إلى عدد السكان في أفريل 1999	127
جـ- أعداد مستخدمي الأنترنت في بعض دول العالم	127
جدول رقم (5): أعداد مستخدمي الأنترنت في بعض دول العالم ونسبتهم إلى عدد السكان	128
المطلب الثالث: حجم التجارة الإلكترونية في العـالم والـوطن العربي	129
أ- حجم التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية	129
جدول رقم (6): حجم التجارة الإلكترونية في العـالم والـوطن العربي	129
ب- حجم التجارة الإلكترونية في آسيا واليابان	129
جدول رقم (7): توزيع التجارة الإلكترونية في آسيا	129
جدول رقم (8): تطور التجارة الإلكترونية في اليابان	130
جـ- حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي	130
جدول رقم (9): حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي	130
تحليل عام للجداول	131
المبحث الثاني: دراسة سلوك مجتمع الأعمال العربـي نحـو التجارة الإلكترونية	132
المطلب الأول: موقف الشركات العربية من استخدام الأنترنت ...	133
المطلب الثاني: القيام بصفقات تجارية إلكترونيا	133

الموضـــــــوع	الصفحة
المطلب الثالث: المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية في العالم العربي	134
المبحث الثالث: توجه مجتمع الأعمال العربي نحو التجارة الإلكترونية.....	136
خلاصة الفصل الثاني.....	137
الفصل الثالث: مفهوم الشركة في الإسلام والقانون والشركات الالكترونية.....	138
تعريف الشركة في الإسلام	138
تعريف الشركة وحكمها ودليل مشروعيتها.....	139
تعريف الشركة في اللغة	140
تعريف الشركة في اللغة وفي إصطلاح الفقهاء.....	140
دليل مشروعية الشركة.....	142
أولاً: القرآن الكريم.....	142
ثالثاً: الإجماع.....	143
تعريف الشركة في القانون.....	143
الفصل الرابع: منازعات التجارة الإلكترونية	159
التدابير القانونية لتنظيم التجارةالإلكترونية ببلوغرافيا للبحث.....	164
اتجاهات الولايات المتحدة.....	183
وسائل التقاضي البديلة دورها في منازعات التجارة الالكترونية	202
تأثير التجارة الالكترونية على الملكية الفكرية والأمن الالكتروني.....	205

الموضـــــــوع	الصفحة
شكل(1): العلاقات والقواعد والتشريعات القانونية المتأثرة بتقنية المعلومات	211
جرائم الكمبيوتر وأنشطة إساءة استخدام التقنية	208
وسائل الأمن الالكتروني	212
أ) البصمة الإلكترونية	212
شكل (2) البصمة الإلكترونية	213
ب) التوقيع الرقمي (Digital Signature)	214
شكل (3) التوقيع الإلكتروني	215
شكل رقم (4) : التجارة العالمية للمنتجات الرقمية في عام 1996	225
شكل رقم (5) : السرعة والتكاليف لإرسال وثيقة بالطرق المختلفة (نيويورك الى طوكيو)	226
شكل رقم (6) : عدد الخطوط التليفونية الأساسية لكل 100 من المقيمين 1997	227
اتفاقية الجات وتحولها إلي منظمة التجارة العالمية	228
مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية «الانتكاد»	232
دورة أورجواي للمفاوضات المتعددة الأطراف	236
المنظمة العالمية للتجارة	238
الاتفاقية العامة حول تحرير وتجارة الخدمات «جاتز»	240
أولا : مبدأ الدولة الأولى بالرعاية	242
ثانيا : مبدأ المعاملة الوطنية	243

الموضـــــــوع	الصفحة
ثالثا : مبدأ حرية الدخول إلى الأسواق دون عوائق.....	244
الاتفاقية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية « تريبس».....	248
الخاتمة.....	259
قائمة المراجع.....	261
الفهرس	307

تم بحمد الله وتوفيقه