

عناصر المحل التجاري التقليدي والإلكتروني

عبد العزيز بن سعيد الجهني

طالب ماجستير القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية
abdulazizssmj@gmail.com

عبد الرزاق جاجان

أستاذ مشارك، كلية الحقوق، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

ملخص البحث

كتبت في هذا البحث عن عناصر المحل التجاري التقليدي والإلكتروني في الأنظمة السعودية. وإيضاح ماهية المحل التجاري بشقيه التقليدي والإلكتروني. ومن ثم كتبت عن عناصر المحل التجاري التقليدي، وقسمتها إلى عناصر المادية والمعنوية. وختاماً في جزئية المحل التجاري التقليدي تكلمت عن العناصر المادية والمعنوية المستبعدة والمختلف فيها ورجحت فيما اختلف فيه. بعد ذلك تناولت خصوصية المحل التجاري الإلكتروني، وذكرت كلمة خصوصية لكي اذكر مفاهيم المحل التجاري الإلكتروني الخاصة فيه وعدم التكرار وإحالة المفاهيم المشتركة بينه وبين التقليدي إلى موضوعات المحل التجاري التقليدي. وصفت العناصر المادية والمعنوية للمحل التجاري والإلكتروني، وذكرت مفاهيم بما يتناسب مع المحل الإلكتروني، ولم اکتف بالوصف، بل كذلك حللت النصوص النظامية والمراجع. وختاماً ذكرت النتائج والتوصيات. من اهم النتائج التي توصلت إليها هي: أن المنظم في مشروع نظام المعاملات التجارية عد الحقوق والديون من عناصر المحل التجاري المادية. ومن أهم التوصيات في هذا البحث: أن يتدارك المنظم السعودي التعارض الذي ذكرته بين نظام الأسماء التجارية " ولا يشمل التصرف في المحل اسمه التجاري ما لم يتفق على ذلك كتابة" وبين مشروع نظام المعاملات التجارية " يجوز التصرف في المتجر، ويكون التصرف شاملاً كل عناصر المتجر".

الكلمات المفتاحية: عناصر المحل التجاري التقليدي، عناصر المحل التجاري الإلكتروني.

Elements of the Traditional and Electronic Commercial Store

Abdul Aziz bin Saeed Aljuhni

Master of Private Law Student, Faculty of Law, King Abdulaziz University, Kingdom of Saudi Arabia
abdulazizsmj@gmail.com

Abdulrazzaq Jajan

Associate Professor, Faculty of Law, King Abdulaziz University, Kingdom of Saudi Arabia

Summary

In this research, I wrote about the elements of traditional and electronic commercial stores in Saudi laws. Explaining the nature of the commercial store, both traditional and electronic. Then I wrote about the elements of the traditional commercial store and divided them into Tangible and moral elements. In conclusion, I talked about the material and moral elements that are excluded and disputed in the traditional commercial store, and I mentioned what is correct in the disputed elements. After that, I wrote about the privacy of the electronic commercial store - and I mentioned the word privacy in order to mention the concepts of the electronic commercial store, and not to repeat the common concepts between electronic and traditional, and not to delve into the similarities between them. I described the Tangible and moral elements of the commercial and online store and mentioned the appropriate concepts for the online store. I did not limit myself to the description, but I also analyzed texts and regulatory references. Finally, the results and recommendations were mentioned. One of the most important findings of the draft commercial transactions law is that rights and debts are considered material elements of the store. One of the most important recommendations in this research is that the Saudi legislator must rectify the conflict that I mentioned between the trade names law, "dealing in a store that does not include its trade name unless it is agreed upon in writing," and the draft commercial transactions law. "It is permissible to dispose of the warehouse and disposal includes everything in the warehouse.

Keywords: Elements of the Traditional Store, Elements of the Electronic Store.

المقدمة:

أصبحت فكرة "المحل التجاري" دارجة في المجتمع السعودي، وكثرة المحلات التجارية وازديادها يومًا بعد يوم، حتى أنك تمر على أرصفة الشوارع فتجد المحل والمحلين والثلاثة، ولأهمية الموضوع أتى مشروع نظام المعاملات التجارية على تخصيص أكثر من ثلاثة عشرة مادة تتناول أحكام المحل التجاري وأطلق عليه لفظ "المتجر".

حدود البحث:

سأتطرق – بإذن الله – لعناصر المحل التجاري بحدود الأنظمة التجارية السعودية، والأجنبية، والفقهاء التجاريين.

منهجية البحث:

سأتبع – بإذن الله – المنهج التحليلي في جانب الأنظمة السعودية واستخراج المواد النظامية ووضعها في المكان المناسب لها. وفي حال خلو النظام السعودي من بعض الأحكام فإنني سأتطرق إلى الأنظمة الأخرى والفقهاء التجاريين من باب سد النقص بما أعتقد أن المعلومة وفق التوجه العام للنظام السعودي.

إشكالية البحث:

هل عناصر المحل التجاري التقليدي تختلف عن عناصر المحل التجاري الإلكتروني؟

أهداف البحث:

- بيان ماهية المحل التجاري.
- بيان نوعين من المحل التجاري التقليدي والإلكتروني.
- بيان العناصر المادية والمعنوية للمحل التجاري التقليدي والإلكتروني.

المطلب التمهيدي: ماهية المحل التجاري

قبل الدخول إلى عنوان البحث "عناصر المحل التجاري" لا بد أن أتطرق إلى تعريف المحل التجاري وخصائصه حتى يستطيع القارئ أن يستوعب عناصر المحل التجاري.

أولاً- تعريف المحل التجاري وخصائصه:

أ- تعريف المحل التجاري:

بما أن البحث يتطرق إلى نوعين من المحل التجاري لا بد أن أفرق في تعريف النوعين إلى:

1- المحل التجاري التقليدي:

كما هو واضح ومعروف أن المحل التجاري لا نستطيع أن نذكر له تعريف قانوني رسمي لخلو الأنظمة السعودية من ذكر التعريف سواء في الأنظمة الحالية أو حتى في مشروع نظام المعاملات التجارية لذا سأخذ التعريفات من الأنظمة العربية

وذكر المنظم المصري في نظام التجارة لسنة 1999م:

"المتجر مجموعة من الأموال المنقولة تخصص لمزاولة تجارة معينة..."

وكما نلاحظ أن المنظم المصري ذكر لفظ "المتجر" وهو ما يعبر عن المحل التجاري وهذا اللفظ اتخذه المنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية¹

وهناك تعريف أدق من تعريف المنظم المصري: "منقول معنوي يتضمن مجموعة من العناصر المعنوية والمادية المكونة له لغرض مزاولة التجارة..²"

2- المحل التجاري الإلكتروني:

قد ذكر المنظم السعودي تعريف المحل التجاري الإلكتروني: "منصة إلكترونية تتيح لموفر الخدمة عرض منتج، أو بيعه، أو تقديم خدمة، أو الإعلان عنها أو تبادل البيانات الخاصة بها."³

وقد أحسن المنظم السعودي في ذكر التعريف حتى يتضح لنا ما هو المحل التجاري الإلكتروني وهذا ليس بغريب على المنظم السعودي لاهتمامه بالجانب الرقمي في شتى المجالات. والمنظم السعودي في التعريف لم يكتف بمجال واحد "عرض منتج أو بيعه" بل ذكر مجالات أخرى مثل "تقديم خدمة" وكذلك "الإعلان عنها" وأخيراً "تبادل البيانات الخاصة بها". لكن لم يذكر المنظم السعودي عناصر المادية والمعنوية في التعريف السابق، وأحاول أن أستخرج العناصر من المفاهيم والأحكام في مواد الأنظمة وسأذكرها عندما أتقدم بالبحث.

¹ مشروع نظام المعاملات التجارية. منصة استطلاع.

² سعيد يحيى، "الوجيز في النظام التجاري السعودي"، (ط7، الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 2004م)، ص336.

³ نظام التجارة الإلكترونية، م. رقم (م/126) ت 7/11/1440 هـ.

ب- خصائص المحل التجاري:

- 1- المحل التجاري مال منقول:** من أهم خصائص المحل التجاري أنه مال منقول، فهو من حيث المبدأ مال متقوم له قيمة¹، وبناء على ذلك فإن المحل التجاري ليس كظاهر الاسم بأنه "محل" فقد يتبادر على الذهن أنه مادي وليس معنوي وأنه يتعلق بالعقار. والجدير بالذكر أن هذا يشمل المحل التجاري الإلكتروني فإنه يتبع المحل التقليدي من ناحية القانون لأن المحل التقليدي والإلكتروني يتشاركان في أن كليهما يمتلكان البضائع أو يوزعانها.
- 2- المحل التجاري مال معنوي:** ومعنى هذا أن المحل التجاري من قبيل الحقوق المعنوية، والحق المعنوي: هو سلطة مباشرة للشخص على شيء غير مادي² وبالتالي فإن المحل التجاري - بشقيه التقليدي والإلكتروني - يطبق عليه أحكام الأموال المعنوية.
- 3- الصفة التجارية للمحل التجاري:** ويعد بنظري أهم خصيصة من خصائص المحل التجاري حتى نستطيع فهم المحل التجاري وأي حكم نطبق عليه وأي محكمة مختصة تتولى الدعاوى التي تتعلق بالمحل التجاري وذكر المنظم في مشروع نظام المعاملات التجارية حيث نص: "يتكون المتجر من مجموع العناصر الداخلة في تجارة التاجر والمخصصة لتحقيق غاياته من العمل التجاري.."³ لكن كما نص ذات النظام "ليس للمتجر شخصية منفردة عن شخصية التاجر ولا ذمة مستقلة عن ذمته..." ولا شك هذه الخاصية تشمل المحل التجاري الإلكتروني ويمكن أن تطبق النصوص النظامية التي ذكرت قبل قليل على المحل التجاري الإلكتروني لعمومية النص. ويمكننا أيضاً أن نستخرج أن المحل التجاري الإلكتروني له صفة تجارية من نصوص نظام التجارة الإلكترونية - وإن كان لم ينص عليه صراحة-، نص نظام التجارة الإلكترونية: "على التاجر أن يُقيّد محله الإلكتروني في السجل التجاري وفقاً لنظام السجل التجاري، وتحدد اللائحة الضوابط اللازمة لذلك."⁴ والقيد في السجل التجاري دلالة واضحة على صفة التجارية للمحل الإلكتروني التجاري.
- 4- المحل التجاري الإلكتروني واقع إلكتروني:** ما سبق من الخصائص تشمل في الأصل المحل التجاري بشقيه التقليدي أو الإلكتروني. للمحل التجاري الإلكتروني خصيصة تخصه لسبب يعود إلى طبيعته وهي أن المحل الإلكتروني عبارة عن بيع وشراء إلكتروني في الأصل وكذلك الدفع يكون بوسائل إلكترونية وكذلك مكانه إلكتروني وافتراضي لا وجود له في الواقع.

¹ عمر محمود حسن، "المحل التجاري في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة" (ط1)، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، ت 2015م) ص115.

² حسن الرحيلي. مقالة "العوامل المؤثرة في تحقيق التزام البائع بنقل ملكية المحل التجاري وتسليمه للمشتري" العدد 208، 1445هـ- للمجلة الجامعية الإسلامية للعلوم الشرعية ص116.

³ منصة استطلاع، <https://istitlaa.ncc.gov.sa/ar/Trade/mci/CTL/Pages/default.aspx>

⁴ م.د 15 من نظام التجارة الإلكترونية. م.ر رقم (م/126) ت 7/11/1440هـ.

ثانيا- الطبيعة القانونية للمحل التجاري:

نصت المادة من مشروع نظام المعاملات التجارية "ليس للمتجر شخصية منفردة عن شخصية التاجر ولا ذمة مستقلة عن ذمته، ولا يحول وجوده دون دخول عناصر ذمة التاجر الشخصية غير التجارية في ضمان التزاماته التجارية"¹ وبناء على ذلك فنستطيع القول أن المنظم السعودي اتبع "نظرية المجموعة الواقعية (الفعلية)". ويقصد بهذه النظرية: "يذهب أصحاب هذه النظرية إلى أن المتجر لا يعتبر كيانا مستقلا له ذمة مالية..."².

المبحث الأول: عناصر المحل التجاري التقليدي.

المنظم السعودي لم يرتب أحكاما خاصة للمحل التجاري التقليدي، ولكن من خلال القواعد العامة القانونية والفقهية وكذلك مشروع نظام المعاملات التجارية التي نص على كثير من الأحكام الخاصة عن المحل التجاري. وسأقسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب:

الأول يتحدث عن العناصر المادية.

والثاني يتحدث عن العناصر المعنوية.

والثالث يتحدث عن العناصر المستبعدة والمختلف فيها.

المطلب الأول: العناصر المادية

وسأقسم هذا المطلب إلى فروع، وكل فرع أذكر فيه عنصر أو عدة عناصر من العناصر المادية.

قبل أن تُسرد، أنبه إلى أن المنظم في مشروع نظام المعاملات ذكر جميع العناصر المادية في المادة 2/17: "وتعد من العناصر المادية: البضائع والآلات والأدوات والتحسينات والأثاث والحقوق والديون..."³.

الفرع الأول: البضائع:

أذكر التعريف أولا حتى يتضح للقارئ ما هذا العنصر (وهو من أهم العناصر):

تعريف البضائع: هي السلع المعدة للتسويق تأجيرا أو بيعا وكذلك المواد الأولية المعدة للتصنيع وهي قابلة للزيادة أو النقصان⁴. وعرف المنظم السعودي البضائع في نظام الجمارك: "كل مادة طبيعية أو منتج

¹ منصة استطلاع، مرجع سابق.

² جاجان، عبدالرزاق. م.ج بحوث القانونية، العدد 38 لعام 2004.

³ منصة استطلاع، مرجع سابق.

⁴ جاجان، عبدالرزاق. م.ج بحوث القانونية، العدد 38 لعام 2004.

حيواني أو زراعي أو صناعي أو فكري"¹. وعندما نذكر التعريف قد يتبادر إلى الذهن تساؤل مهم، ما هو الفرق بين البضائع عن العدد الصناعية؟ والإجابة:

"وتختلف البضائع عن العدد الصناعية في الغاية التي أعدت لها وليس في ماهية الأشياء، فإن كانت الغاية التسويق فهي بضائع وإن كانت للثمن والاستغلال التجاري فهي معدات صناعية..."². ويمكن أن يستخرج من التعريف الأول كون البضائع معدة للبيع أن تكون الغاية من المعدات البيع وتكون مؤهلة لذلك. وكذلك تكون قابلة للزيادة أو النقصان وبناء على ذلك فيمكن القول أنها "لا تكون مشمولة بالرهن المحل التجاري"³ (3) وهذا الأصل إلا إذا تم تعيينه. ويمكن القول كذلك أن العبرة بكمية البضائع وثمنها عند انتقال الحيازة للمشتري.

ويمكن أن نستخرج مما سبق أن البضائع عنصر مادي ومنقول وهذا لا شك فيه.

الفرع الثاني: المنقولات المكملة:

المنظم في مشروع نظام المعاملات التجارية ذكر جميع العناصر المادية في المادة 2/17: "وتعد من العناصر المادية: ..الألات والأدوات والتحسينات والأثاث..."⁴. هذه الأربع عناصر المذكورة تشترك بأنها منقولات مادية مساعدة للمحل التجاري. والمنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية ذكرها كعناصر المحل التجاري ولم يتطرق إلى تعريف هذه العناصر واعتقد أنه لا حاجة لذكر تعاريف لها لأنها معروفة عرفاً. واعتقد أن المنظم في مشروع عندما ذكر العناصر وعدد كثير منها أن المقصود أي عنصر يخدم المحل التجاري فيعتبر من عناصر المحل التجاري. المنظم السعودي ذكر عنصر "تحسينات" وهذا العنصر كلفظ يعتبر واسع فيشمل أي تحسين بالمحل التجاري فهو داخل من عناصره.

قد يتبادر إلى الذهن تساؤل هل العناصر التي سبق ذكرها تعتبر مالا منقولا أم عقارا بالتخصيص؟ بنظري أن هذا سؤال مهم ومعقد لأن المفهومين قريبان من بعضهما وكثير منا يخلط بينهما، فلذلك لا بد أن أوضح ما هو العقار بالتخصيص.

العقار بالتخصيص: عرفه المنظم السعودي: "الذي يضعه مالكة في عقار له رسداً على خدمة العقار أو استغلاله على سبيل الدوام ولو لم يكن متصلاً بالعقار اتصال قرار"⁵. والنقطة الجوهرية في التعريف السابق "خدمة العقار" فلذلك العناصر التي ذكرتها تخدم المحل التجاري وليس العقار. وسأوضح إن شاء الله أن العقار ليس له ارتباط مع المحل التجاري. والجدير بالذكر أن المعروف فقيها ونظاماً أن من شروط

¹ قانون الجمارك الموحد لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، م.ر رقم م/14، ت 1423 هـ.

² جاجان، عبدالرزاق. مرجع سابق.

³ مذكرة القانون التجاري، مهند ضمرة، جامعة الملك سعود، ت 1442.

⁴ مرجع سابق. منصة استطلاع.

⁵ -نظام ضمان الحقوق بالأموال المنقولة. م.ر رقم م/94 ت 15/04/1441 هـ.

اعتبار الشيء ضمن العقار بالتخصيص: علاقة التخصيص بين المنقول والعقار¹. (2) وهذا ليس له وجود في المحل التجاري والله أعلم.

الفرع الثالث: الحقوق والديون

المنظم في مشروع نظام المعاملات التجارية ذكر جميع العناصر المادية في المادة 2/17: "وتعد من العناصر المادية:.....الحقوق والديون..."². لا بد من المنظم السعودي ألا يطلق لفظ "الحقوق" دون ذكر ما هي الحقوق المقصود بها لأن الحقوق لها أنواع عديدة، ويهمنا في المادة أن المنظم في المشروع عد الحقوق والديون من عناصر المحل التجاري وهذا يخالف كثيرا من الآراء الفقهية الراجحة عند أهل العلم، بل وخالف رأي بعض أهل العلم من وضع الحقوق والديون ضمن العناصر لكن وضعها ضمن العناصر المعنوية، ولم أطلع على دراسات من أهل العلم أن الحقوق والديون من العناصر المادية وبناء على ذلك يثير تساؤل صعب لماذا المنظم السعودي عد الحقوق والديون من ضمن عناصر المادية؟

والجدير بالذكر إني اطلعت على ملف رسمي في منصة الاستطلاع قسم " النتائج والقرارات" وردود وزارة التجارة على ملاحظات العامة على مشروع نظام المعاملات التجارية، ولم يتراجعوا عن ان الحقوق والديون تعد من عناصر المادية وانتهت مدة إعطاء الملاحظات والردود فيدل على أن في الأغلب أن المادة لن تتغير³. وبعد أن ذكرنا عناصر المادية ذكر مشروع نظام المعاملات التجارية المادة 18: "يلزم لنشوء المتجر توافر عنصر غير مادي واحد على الأقل إذا كان ذلك كافيًا بالنظر إلى طبيعة العمل التجاري"⁴

المطلب الثاني: العناصر المعنوية

نص مشروع نظام المعاملات التجارية على:

"وتعد من العناصر غير المادية: السمعة والشهرة التجارية والاسم التجاري وحقوق الملكية الفكرية والرخص والحق في الإجارة والموقع الإلكتروني"⁵.

سأفصل العناصر المعنوية في عدة فروع.

¹ المحاضرة الثامنة. تقسيمات الأشياء. كلية القانون جامعة الأنبار. ت 2020.

² مرجع سابق. منصة استطلاع.

³ منصة استطلاع. النتائج والقرارات.

⁴ مرجع سابق. منصة استطلاع.

⁵ مرجع سابق. منصة استطلاع.

الفرع الأول: العناصر التي تتعلق بالملكية الفكرية

أ- الاسم التجاري:

"هو الاسم الذي يميز محل التاجر عن المحلات التجارية الأخرى المشابهة له، ويضمن عدم الخلط بين محل التاجر ومنافسيه..."¹. "ويعتبر الاسم التجاري عنصراً جوهرياً في المحل التجاري يستخدمه التاجر في لوحة المحل وعلى الفواتير والمراسلات..."²

ونص المنظم السعودي في نظام الأسماء التجارية على "المادة الثامنة: لا يجوز التصرف في الاسم التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المحل التجاري، ولا يشمل التصرف في المحل اسمه التجاري ما لم يتفق على ذلك كتابة"³

وبناء على المادة السابق ذكرها يظهر لنا تعارض مع مشروع نظام المعاملات التجارية الذي ينص "يجوز التصرف في المتجر..... ويكون التصرف شاملاً كل عناصر المتجر ما لم يتفق الأطراف صراحة على خلاف ذلك."⁴ لا بد من المنظم أن يتدارك هذا التعارض.

ب- العلامة التجارية:

عرف (قانون) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج بأنها: "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات. ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية."⁵

والأهم في هذا التعريف أن الغاية هي "تمييز" فهي الغاية للعلامة التجارية، فكم من علامة تجارية تكون مشهورة ومميزة وقد يكون المشتري لا يعرف ما هو اسم المحل لكن يميزه بالعلامة التجارية. وعندما يختار صاحب المحل التجاري علامة تجارية مميزة تساعد على جذب الزبون والعملاء فهي أداة تسويقية ونشاهد في الواقع أنها أداة فعالة. وقد نصت اتفاقية التريبس على إجازة التصرف بالعلامة التجارية دون المحل

¹ عبدالهادي الغامدي، "الملكية الفكرية"، ص 397.

² عدنان صالح العمر، "التنظيم القانوني للمحل التجاري في النظام السعودي"، مجلة الإدارة العامة ع 4 ت 2014 ص 764.

³ نظام الأسماء التجارية م.ر رقم م/15 ت 12 / 8 / 1420.

⁴ منصة استطلاع. مرجع سابق.

⁵ المادة الثانية، قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، م.ر رقم (م/51) ت 26 / 7 / 1435.

- التجاري أو معه "الصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التي تنتمي إليها العلامة التجارية"¹. وقانون (نظام) العلامات التجارية التعاون لدول الخليج نص على ذلك أيضاً².
- ونصت المادة الثالثة من نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج على محظورات من العلامات التجارية: لا تعد علامة تجارية أو جزءاً منها، ولا يجوز أن يسجل بهذا الوصف ما يأتي:
- 1- العلامة الخالية من أية صفة مميزة، أو العلامات المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على السلع والخدمات، أو الرسوم المألوفة والصور العادية للسلع.
 - 2- التعبيرات أو الرسوم أو العلامات التي تخل بالآداب العامة أو تخالف النظام العام.
 - 3- الشعارات العامة والأعلام والشارات العسكرية والشرفية والأوسمة الوطنية والأجنبية والعملات المعدنية والورقية وغيرها من الرموز الخاصة بأي من دول المجلس أو أي دولة أخرى، أو بالمنظمات العربية أو الدولية أو إحدى مؤسساتها، أو أي تقليد لأي من ذلك.
 - 4- رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة، وكذلك العلامات التي تكون تقليدا لها.
 - 5- العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية المحضة.
 - 6- الأسماء والبيانات الجغرافية إذا كان من شأن استعمالها أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمصدر أو أصل السلع أو الخدمات.
 - 7- اسم الغير أو لقبه أو صورته أو شعاره، ما لم يوافق هو أو ورثته مقدماً على استعماله.
 - 8- البيانات الخاصة بدرجات الشرف أو الدرجات العلمية التي لا يثبت طالب التسجيل استحقاقه لها قانوناً.
 - 9- العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور، أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن منشأ أو مصدر السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى وكذلك العلامات التي تحتوي على اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور.
 - 10- العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يكون التعامل معهم محظوراً وفقاً لقرار صادر في هذا الشأن من الجهة المختصة.

¹ المادة 21، من اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة المعروفة باسم "TRIPS"
² المادة 27 و28، المرجع السابق.

- 11- أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين عن ذات السلع أو الخدمات أو عن سلع أو خدمات ذات صلة إذا كان من شأن استعمال العلامة المطلوب تسجيلها أن يولد انطباعاً بالربط بينها وبين سلع أو خدمات مالك العلامة المسجلة أو أن يؤدي إلى الإضرار بمصالحه.
- 12- العلامات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض السلع أو الخدمات الحط من قيمة السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة السابقة.
- 13- العلامات التي تشكل نسخاً أو تقليدًا أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة أو لجزء منها مملوكة للغير لاستعمالها في تمييز سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعمل العلامة المشهورة لتمييزها.
- 14- العلامات التي تشكل نسخاً أو تقليدًا أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة مملوكة للغير، أو لجزء جوهرية منها، لاستعمالها في تمييز سلع أو خدمات غير مماثلة أو غير مشابهة لتلك التي تميزها العلامة المشهورة، إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يدل على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وبين العلامة المشهورة وأن يكون من المرجح إلحاق ضرر بمصالح مالك العلامة المشهورة.
- 15- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات الآتية: امتياز "ذو امتياز"، مسجل أو "رسم مسجل" أو حقوق الطبع أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.¹

ج- براءة الاختراع:

براءة الاختراع: "هي شهادة تمنحها الدولة للمخترع ويكون له بموجب هذه الشهادة حق احتكار اختراعه واستغلاله ماليا وإضفاء الحماية القانونية من الاعتداء عليه لمدة محددة وبضوابط معينة"². والجدير بالذكر "أن الاختراع القابل للحماية هو القابل للتطبيق الصناعي وليس المبتكر العلمي المحض"³

الفرع الثاني: حق الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية

رأى البعض أنه لا فرق بين الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية وأنهما يتشاركان في المفهوم لكن يختلفان من ناحية اللفظ ومن باب التنوع اللفظي مثل الزبون/العميل. والبعض الآخر رأى أن الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية يختلفان من ناحية اللفظ والمفهوم، فالمقصود من الاتصال بالعملاء بمعنى أن الزبون أو العميل يأتي لأجل صاحب المحل -وهو التاجر- بسبب أمانته وصدقه وحسن معاملته، أما الشهرة

¹ المادة الثالثة، مرجع سابق.

² عبدالرحيم عنتر عبدالرحمن، "براءة الاختراع ومعايير حمايتها" (ط1، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ت2009) ص14-16.

³ عبدالرزاق جاجان. مرجع سابق. ص122.

التجارية فالمقصود منها أن العميل يأتي لأجل البضائع الجيدة أو المعدات الطيبة من ناحية الحداثة والتميز والموقع يكون مناسب للكثير والمحل يطبق معايير السلامة وجمال المحل التجاري. ومشروع نظام المعاملات التجارية لم يذكر الاتصال بالعملاء وذكر "السمعة والشهرة التجارية"¹. وأنا أذهب إلى رأي التفريق بين الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية من ناحية المفهوم لكن لا يشدد في الأمر، والأمر راجع إلى عرف البلد أو عرف التجار واعتقد أنها من المواضيع البسيطة التي لا تشكل أي أثر قانوني إذا لم نفرق بين اللفظين. وكما ذكر المنظم "السمعة والشهرة التجارية" فيدخل فيها عنصر الاتصال بالعملاء وعنصر السمعة التجارية.

الفرع الثالث: الرخص الإدارية والحق في الإجارة

أ- الرخص الإدارية:

رخص من الدولة تتعلق بالمتجر- وليس الشخص - على حسب نشاط المتجر وقد تختلف الرخص من متجر لمتجر بحسب النشاط وهناك رخص مشتركة. ومن أهم الرخص رخص البلدية والأمانة العامة ووزارة التجارة وجهات كثيرة أخرى لأنه في حال عدم طلب الرخص قد يكلف صاحب المحل مخالفات مالية أو إغلاق المحل تماما. وأنا أرى أن عنصر الرخص الإدارية من أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري ويعتبر تحدي واقعي جديد ليس له وجود في الزمن السابق وهو تحدي لأن ما يرى من معاناة التجار في بعض الأوقات بكثرة المخالفات التي تأتي على المتجر بسبب عدم استخراج الرخصة أو عدم مطابقة تعليمات الرخصة. والنقطة المهمة تكمن في الرخص التي تعتبر من العناصر هي الرخص المرتبطة بالمتجر وليس التاجر.

ب- الحق في الإجارة:

الحق في الإجارة: "حق صاحب المحل التجاري في الانتفاع بالمكان الذي يزاول فيه تجارته بموجب عقد إيجار"². هذا العنصر يرتبط باستئجار التاجر-المستأجر- عقار من صاحب العقار-المؤجر-. فإذا كان صاحب المحل-التاجر- هو مالك العقار فلا يدخل ضمن عناصر المحل التجاري. والان بعد التطور التقني الحاصل في المملكة العربية السعودية توجد منصة "إيجار" تشرف على العقود التجارية، وهذا يعطي العقود صيغة تنفيذية بحيث يستطيع أحد الأطراف الذهاب الى محكمة التنفيذ دون أن يمر على المحاكم. وهذا يسهل إثبات العقد، والقاضي له صلاحية للدخول إلى منصة "إيجار" بكل سهولة. وذكرت منصة "إيجار" أن من صلاحيات المستأجر التأجير بالباطن.³

¹ منصة استطلاع. مرجع سابق.

² مذكرة القانون التجاري، مرجع سابق.

³ منصة إيجار. <https://www.ejar.sa/ar/page/1394>

الفرع الرابع: الموقع الإلكتروني

الموقع الإلكتروني أداة عرض وتسويق قوية في هذا العصر التقني المتطور. ونص المنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية أن الموقع الإلكتروني من عناصر المحل التجاري، وهذه سابقة قانونية للمنظم السعودي.

الموقع الإلكتروني: مكان إتاحة البيانات على الشبكة المعلوماتية من خلال عنوان محدد.¹ والموقع الإلكتروني قد يكون مرجع للمحل التجاري عن ماذا يبيع وما هي الخدمات ومن هو التاجر لكي يصل إلى عملاء أكثر وتوسيع نطاق المحل التجاري فهو يتسع لدولة كاملة أو عدة دول، ولا يقتصر على مدينته فقط، أو الحي الذي فيه متجره.

وهذا يثير تساؤل لدي: في حال وجود محل تجاري تقليدي مع وجود موقع الكتروني متصل ويكون فيه شراء وبيع كما في التقليدي، هل هذا يخرج لنا نوع ثالث جديد من المحل التجاري وهو المحل التجاري المختلط؟

المطلب الثالث: العناصر المستبعدة والمختلف فيها

العناصر المختلف فيها في اعتبارها من العناصر المستبعدة هي: ملكية العقار. والعناصر المختلف فيها: الدفاتر التجارية والحقوق والديون. سأفصلها على عدة فروع.

الفرع الأول: العناصر المستبعدة

ملكية العقار: حسم المنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية ان العقار ليس من عناصر بلفظ صريح " لا يدخل ضمن عناصر المتجر- في جميع الأحوال- ملكية العقار الذي يستضيف الأنشطة التجارية العائدة إلى التاجر".²

الفرع الثاني: العناصر المختلف فيها

الدفاتر التجارية: عبارة عن دفاتر ذات صفحات مرقمة يمسكها التاجر؛ لبيان مركزه المالي على الوجه الذي يتطلبه النظام.³

والمنظم السعودي لم ينص صراحة على نفي أو إثبات هل الدفاتر من عناصر المحل التجاري-مثل ملكية العقار:- "تكون عناصر المتجر مادية وغير مادية، وتعد من العناصر المادية: البضائع والآلات والأدوات

¹ نظام مكافحة جرائم المعلوماتية، م.ر رقم م/17 ت 8 / 3 / 1428.

² منصة استطلاع. مرجع سابق. المادة 17.

³ كريم، زهير. ومخولف، د. أحمد، ت 1441. المدخل الى النظام التجاري السعودي. ط1. مركز الدراسات معهد الإدارة العامة.

والتحسينات والأثاث والحقوق والديون، وتعد من العناصر غير المادية: السمعة والشهرة التجارية والاسم التجاري وحقوق الملكية الفكرية والرخص والحق في الإجارة والموقع الإلكتروني¹. والغريب أن المنظم السعودي سكت عن ذلك في مشروع نظام المعاملات التجارية لوجود خلاف مشهور بين فقهاء القانون. وانا أرى أن الدفاتر التجارية من التزامات التجار لكنه لا يرتبط بالمحل التجاري كعنصر من عناصره. والدفاتر التجارية حماية للتاجر ويحتفظ فيها لمدة معينة طويلة فإن قلنا تعتبر من عناصر المحل التجاري فهذا يعني أن الأصل تنتقل الدفاتر التجارية للمشتري - في حال بيع المحل التجاري -، فهذا منافٍ لأصل الدفاتر التجارية وهي إثبات وحماية للتاجر المكتسب للصفة التجارية.

المبحث الثاني: خصوصية عناصر المحل التجاري الإلكتروني

المطلب الأول: العناصر المادية

المطلب الثاني: العناصر المعنوية

بعد أن ذكرت عناصر المحل التجاري التقليدي وفصلت فيه؛ سأنتقل في هذا المبحث لذكر عناصر المحل التجاري الإلكتروني، لكن منعا للتكرار والحشو سأذكر التعاريف والأحكام التي تتعلق بخصوصية المحل التجاري الإلكتروني. بمعنى آخر الأصل عدم ذكر التعاريف والأحكام التي ذكرتها من قبل لكن سأذكر مفاهيم وأحكام خاصة بالمحل التجاري الإلكتروني. سأتناول في هذا المبحث مطلبين: العناصر المادية والعناصر المعنوية. وأذكر العناصر على عدة فروع والله الموفق.

المطلب الأول: العناصر المادية

وهي لا تختلف عن العناصر المادية للمحل التقليدي لكن تختلف في مضمون العناصر بحسب طبيعة المحل التجاري الإلكتروني.

الفرع الأول: البضائع

البضائع في المحل الإلكتروني تنقسم الى صنفين:

1. صنف يعتمد على التخصص في بضاعة معينة يكون هو منتجها ويقوم بعرضها ويكون لهذا البضائع وجود مادي².
2. صنف يقتصر على وضع أوراق افتراضية لمجموعة من البضائع دون أن يكون التاجر متوفرا على وجود فعلي لهذه البضائع.. حيث ينحصر الدور على العرض والتوزيع³.

¹ منصة استطلاع. مرجع سابق.

² المحل التجاري الافتراضي وأحكامه في التشريع، رسالة ماجستير. كلية الحقوق. جامعة الإبراهيمي، ت2023/2022

³ المرجع السابق.

الفرع الثاني: المعدات والآلات

المعدات في المحل التجاري الإلكتروني تساعد على جذب العملاء حيث تستخدم التطورات التقنية والتي تتميزها بالسرعة والضمان. "لا يعد المكان مقر عمل لمجرد أنه يضم المعدات والتقنية الداعمة لنظام المعلومات الذي يستخدمه موفر الخدمة في إبرام العقد، أو يمكن فيه لأطراف أخرى أن تصل إلى نظام المعلومات المعني." وهذا النص من نظام التجارة الإلكترونية¹.

وبناء على ذلك لا يعني مكان المعدات هو المقر، فالعبرة من المقر هو ما ذكره التاجر في سجل التجاري.

المطلب الثاني: العناصر المعنوية

العناصر المعنوية للمحل التجاري الإلكتروني لا تختلف كثير عن المحل التقليدي من ناحية الألفاظ لكن موضوع العنصر قد يختلف. سأتناول العناصر المعنوية على عدة فروع.

الفرع الأول: السمعة والشهرة التجارية

يختلف هذا العنصر بالمحل الإلكتروني عن التقليدي في عدة نقاط:

1. قلة الأسئلة من العميل الافتراضي بسبب وجود تعليمات كافية في أغلب المحلات الإلكترونية، والواقع العملي في أغلب المحلات الإلكترونية وجود خدمة تسمى "الأسئلة الشائعة" فيها الكثير من الأسئلة والأجوبة غالباً تدور بذهن العميل، وذكرت وزارة التجارة من التزامات التاجر الإلكتروني "توفر المحادثة الفورية والأسئلة الشائعة"².
2. العميل الافتراضي يهتم كثير بشكل المحل التجاري الإلكتروني بحيث كل ما تقدم المحل تقنياً وتوفير التسهيلات فإنه يبدي إعجابه والتكرار بالدخول إلى المحل.
3. المحل الإلكتروني يأخذ وقت أقل في الإنشاء.

الفرع الثاني: العلامة التجارية والاسم التجاري

"العلامة التجارية تمثل العنوان التجاري في التسمية المبتكرة أو العلامة المميزة التي يضعها مالك الموقع الافتراضي لتمييز موقعه بالنسخ للمواقع الافتراضية وبقيّة المحلات التجارية الافتراضية عبر مواقع الإنترنت، وكل من يملك موقع إلكتروني على الشبكة الدولية للمعلومات"³.

¹ المادة 3 من نظام التجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

² وزارة التجارة، الدليل الإرشادي للمتاجر الإلكترونية، 2023.

³ عبدالله فطيمة، فارس ابتسام، مرجع سابق، ص 24.

"فهذا الارتباط بين العلامة التجارية والعنوان الافتراضي يترك أثره الجيد في نفس المستهلك ويربطه بعنوان المشروع ويشبه دور العنوان الإلكتروني في هذه الوظيفة، الدور الذي تقوم به عناصر الملكية التجارية الأخرى العلامة والاسم والعنوان التجاري"¹.

ذكرت الهيئة الملكية الفكرية في مقالة "نرى أهمية صدور تشريعات تلزم المنصات الإلكترونية التجارية باتخاذ إجراءات صارمة، لضمان الحد من التعديلات على العلامات التجارية فيها. ومن المؤكد أنه ليس متوقعًا من جميع المنصات التجارية الإلكترونية أن تحذو حذو شركة أمازون في نظامها المعتمد على تقنيات في غاية التقدم، لما يترتب على ذلك من تكلفة عالية قد لا يستطيع كثير من المنصات الإلكترونية تحملها، ولكن ينبغي إلزام المنصات بأخذ تدابير تتناسب مع حجم مواردها المالية والبشرية. فعلى سبيل المثال، من الممكن إلزام هذه المنصات في أقل الأحوال باتخاذ وسائل معينة للتحقق من هوية البائعين في المنصة، وخاصة إذا كان لمنتجاتهم أثر صحي. فهذا يعد إجراءً أساسيًا واستباقيًا حيث يؤكد إمكانية تحميل البائعين المخالفين في المنصة المسؤولية القانونية، ويسر إجراءات التبليغ على مخالفتهم، ومن ثم محاسبتهم عليها. ومثل هذه الإجراءات عمومًا يحقق مصالح عامة، سواء للمنصات نفسها من ناحية رفع موثوقيتها، أو لملاك العلامات التجارية بحماية مصالحهم، أو للمستهلكين من حيث عدم وقوعهم في الغش التجاري المبني على تقليد العلامات التجارية"².

الفرع الثالث: الرخص الإدارية

توجد خدمة في المملكة العربية السعودية وتسمى "توثيق التجارة الإلكترونية"

-تعريف الخدمة: "نظام يخدم أصحاب المهن الحرة والسجلات التجارية الذين يمارسون أعمال التجارة الإلكترونية، بحيث يسمح لهم بتوثيق المنصات الإلكترونية التي يزاولون من خلالها عمل التجارة الإلكترونية، ويتم توثيق الحساب بناءً على وثيقة سارية (سجل تجاري أو وثيقة عمل حر) مع حساب بنكي تجاري مرتبط بالوثيقة"³

متطلبات الخدمة:

-وجود سجل تجاري أو وثيقة عمل حر سارية المفعول.

-وجود حساب بنكي تجاري.

-وجود حساب مفعّل في أبشر.

-ألا يقل العمر عن 18 سنة.

¹ محمد عرفة. الأهمية الاقتصادية للعنوان التجاري الإلكتروني وحمايته قانونياً. جريدة العرب الاقتصادية. ت 2009.

² الهيئة الملكية الفكرية. مقالة. <https://www.saip.gov.sa/ar/articles/1468/>

³ المنصة الوطنية الموحدة. <https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/servicesDirectory/serviceDetails/1199>

-أن يكون سعودي الجنسية

الفرع الرابع: حقوق الملكية الأدبية والفكرية

"تشكل الملكية الفكرية الأدبية والفنية من عنصرين رئيسيين هما:

أولاً: حق الملكية للمؤلف والحقوق المتصلة به.

ثانياً: حقوق الملكية الصناعية¹

أ- تدخل ضمن حق المؤلف والحقوق المتصلة به: "مثل برامج الحاسوب وقواعد البيانات الموجودة على الصورة الرقمية، سواء على أجهزة الكمبيوتر أو المنشورة أيضاً على شبكة الإنترنت والموجودة بالصور الرقمية والإلكترونية"²، "أما الحقوق المجاورة فتتمثل في حقوق التسجيلات الصوتية وحقوق دور النشر والموجودة أيضاً بالصورة الرقمية والإلكترونية"³.

ب- الملكية الصناعية: مثل استغلال أسماء المواقع الإلكترونية والعناوين كذلك.

الخاتمة

في هذه الصفحة وصلت لنهاية بحثي، وما فيه من صواب فمن الله وحده، والخطأ مني ومن الشيطان. البحث أتى ليوضح ماهية المحل التجاري وعناصره المادية والمعنوية وترجيح المختلف وتحليل ما يحتاج الى تحليل وإدخال المحل التجاري الإلكتروني مع التقليدي واستخدام مشروع نظام المعاملات التجارية في ذكر نقاط جديدة وتحليل المواضيع، آملاً أن يحوز على إعجاب قارئه.

النتائج:

- أتى مشروع نظام المعاملات التجارية على تخصيص ثلاثة عشرة مادة تتناول أحكام المحل التجاري وأطلق عليه بلفظ "المتجر".
- المحل التجاري لا نستطيع أن نذكر له تعريف قانوني رسمي لخلوا الأنظمة السعودية من ذكر التعريف سواء في الأنظمة الحالية أو حتى في مشروع نظام المعاملات التجارية.
- ذكر المنظم السعودي تعريف المحل التجاري الإلكتروني: "منصة إلكترونية تتيح لموفر الخدمة عرض منتج، أو بيعه، أو تقديم خدمة، أو الإعلان عنها أو تبادل البيانات الخاصة بها."

¹ مذكرة لنيل الماجستير، المحل التجاري الإلكتروني، كلية الحقوق بجامعة احمد دراية ادرار. 2021/2020.
² رشا إبراهيم، مقال: استغلال الملكية الفكرية بوسائل إلكترونية، مؤتمر حماية حقوق الملكية الفكرية، جامعة النجاح، فلسطين سنة 2006، ص 9.
³ مذكرة لنيل الماجستير. المرجع سابق.

- من أهم خصائص المحل التجاري أنه مال منقول ومعنوي.
- "ليس للمتجر شخصية منفردة عن شخصية التاجر ولا ذمة مستقلة عن ذمته...".
- مشروع نظام المعاملات التجارية ذكر عناصر المحل المادي والمعنوي.
- وتختلف البضائع عن العدد الصناعية في الغاية التي أعدت لها وليس في ماهية الأشياء، فإن كانت الغاية التسويق فهي بضائع وان كانت للثمن والاستغلال التجاري فهي معدات صناعية.
- المنظم السعودي ذكر عنصر "تحسينات" وهذا العنصر كلفظ فهو واسع يشمل أي تحسين بالمحل التجاري فهو داخل من عناصره.
- أن المنظم في المشروع عد الحقوق والديون من عناصر المحل التجاري.
- والمنظم السعودي لم ينص صراحة على نفي أو إثبات هل الدفاتر من عناصر المحل التجاري. ورجحت أنها ليست من العناصر.
- نص مشروع نظام المعاملات التجارية على: "وتعد من العناصر غير المادية: السمعة والشهرة التجارية والاسم التجاري وحقوق الملكية الفكرية والرخص والحق في الإجارة والموقع الإلكتروني".
- والجدير بالذكر أن الاختراع القابل للحماية هو القابل للتطبيق الصناعي وليس المبتكر العلمي المحض".
- ومشروع نظام المعاملات التجارية لم يذكر الاتصال بالعملاء وذكر "السمعة والشهرة التجارية".
- ونص المنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية أن الموقع الإلكتروني من عناصر المحل التجاري، وهذا سابقة قانونية للمنظم السعودي.
- الرخص التي تعتبر من العناصر هي الرخص المرتبطة بالمتجر وليس التاجر.
- حسم المنظم السعودي في مشروع نظام المعاملات التجارية ان العقار ليس من عناصر بلفظ صريح "لا يدخل ضمن عناصر المتجر- في جميع الأحوال- ملكية العقار الذي يستضيف الأنشطة التجارية العائدة إلى التاجر".
- المعدات في المحل التجاري الإلكتروني تساعد على جذب العملاء حيث تستخدم التطورات التقنية والتي تميزها بالسرعة والضمان.
- توجد خدمة في المملكة العربية السعودية وتسمى "توثيق التجارة الإلكترونية".

التوصيات

- أوصي المنظم أن يذكر تعريف المحل التجاري التقليدي.
- أوصي المنظم أن يفصل في أحكام عناصر المحل التقليدي.
- أوصي المنظم أن يتدارك التعارض الذي ذكرته بين نظام الأسماء التجارية " ولا يشمل التصرف في المحل اسمه التجاري ما لم يتفق على ذلك كتابة" وبين مشروع نظام المعاملات التجارية " يجوز التصرف في المتجر,,,,, ويكون التصرف شاملاً كل عناصر المتجر".
- أوصي المنظم أن لا يسكت عن الدفاتر التجارية ويصرح بها كما فعل بالملكية العقار.
- أوصي المنظم بأن يعرف ما المقصود من الحقوق في مواد المشروع التي تتعلق بالمتجر
- أوصي المنظم أن يذكر عناصر المحل الإلكتروني بصراحة.
- أوصي المنظم أن يذكر الرخص الإدارية بصراحة وان يهتم فيها أكثر وان يحصرها.

قائمة المراجع:

أ – القرآن الكريم

ب- المصادر الرسمية:

1. نظام (قانون) الجمارك الموحد لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية م. رقم م/41 ت 3 / 1423/ 11.
2. مشروع نظام المعاملات التجارية. منصة استطلاع.
3. نظام التجارة الإلكترونية، م. رقم (م/126) ت 7/11/1440 هـ.
4. نظام ضمان الحقوق بالأموال المنقولة. م. رقم م/94 ت 15/04/1441 هـ.
5. نظام الأسماء التجارية م. رقم م/15 ت 12 / 8 / 1420.
6. قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، م. رقم (م/51) ت 26 / 7 / 61435.
7. اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة المعروفة باسم ترابس.
8. نظام مكافحة جرائم المعلوماتية، م. رقم م/17 ت 8 / 3 / 1428.

9. منصة إيجار.
10. وزارة التجارة، الدليل الإرشادي للمتاجر الإلكترونية. ت2023.
11. موقع الهيئة الملكية الفكرية. مقالات.
12. المنصة الوطنية الموحدة.

ج- المراجع

1. سعيد يحيى، "الوجيز في النظام التجاري السعودي"، (ط7، الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 2004م)
2. عمر محمود حسن، "المحل التجاري في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة" (ط1، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية. ت2015م)
3. حسن الرحيلي. مقالة "العوامل المؤثرة في تحقيق التزام البائع بنقل ملكية المحل التجاري وتسليمه للمشتري" العدد 208، 1445هـ للمجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية
4. جاجان، عبدالرزاق. العناصر المعنوية للمتجر. م. ج بحوث القانونية، العدد 38 لعام 2004.
5. مذكرة القانون التجاري، د. مهند ضمرة، جامعة الملك سعود. ت1442.
6. المحاضرة الثامنة. تقسيمات الأشياء. كلية القانون جامعة الأنبار. ت 020.
7. عبدالهادي الغامدي، "الملكية الفكرية".
8. عدنان صالح العمر، "التنظيم القانوني للمحل التجاري في النظام السعودي"، مجلة الإدارة العامة ع 4 ت2014 ص 764
9. عبدالرحيم عنتر عبدالرحمن، "براءة الاختراع ومعايير حمايتها" (ط1، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ت2009).
10. كريم، زهير. ومخلوف، د. احمد، ت 1441. المدخل الى النظام التجاري السعودي. ط1. مركز الدراسات معهد الإدارة العامة.
11. المحل التجاري الافتراضي وأحكامه في التشريع، رسالة ماجستير. كلية الحقوق. جامعة إبراهيمي، ت2023/2022.
12. محمد عرفة. الأهمية الاقتصادية للعنوان التجاري الإلكتروني وحمايته قانونيا. جريدة العرب الاقتصادية. ت 2009.

-
13. مذكرة لنيل الماجستير، المحل التجاري الإلكتروني، كلية الحقوق بجامعة احمد درابة ادرار.
2021/2020
14. رشا إبراهيم، مقال: استغلال الملكية الفكرية بوسائل إلكترونية، مؤتمر حماية حقوق الملكية
الفكرية، جامعة النجاح، فلسطين سنة 2006.