أثر الاقتصاد الرقمي على البنية القانونية للأصل التجاري: دراسة في التحولات القانونية الحديثة

The impact of the digital economy on the legal structure of a business asset: A study in modern legal transformations

Dr. Moulaye Ahmed Salem د. مولاي أحمد سالم
باحث في القانون الخاص
أستاذ متعاون بجامعة نواكشوط، الجمهورية الإسلامية الموريتانية
moulaye84@gmail.com

ملخص

تناول هذا البحث أثر الاقتصاد الرقمي على البنية القانونية للأصل التجاري في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة التي شهدها النشاط التجاري المعاصر، وقد تم استعراض مفهوم الأصل التجاري وعناصره وطبيعته القانونية في الإطار التقليدي، ثم بيان مفهوم الاقتصاد الرقمي وخصائصه وأبرز مظاهر التحول الرقمي في المعاملات التجارية، كما تناول البحث ظهور أصول رقمية جديدة، مثل المواقع الإلكترونية وأسماء النطاقات وقواعد البيانات والحسابات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي، ودورها في تكوين القيمة الاقتصادية للمشروع التجاري، وناقش مدى إمكانية اعتبار هذه العناصر جزءا من الأصل التجاري في ضوء الفقه والتشريعات المقارنة، كما أبرز التحديات القانونية المرتبطة بحماية الأصول الرقمية والتصرف فيها وإثبات ملكيتها، وانتهى البحث إلى أن الاقتصاد الرقمي فرض إعادة النظر في المفهوم التقليدي للأصل التجاري، مما يستدعي تطوير التشريعات التجارية لاستيعاب الأصول الرقمية ومنحها الحماية القانونية الملائمة.

الكلمات الافتتاحية: الأصل التجاري؛ التحولات القانونية؛ الأصول الرقمية؛ التجارة الالكترونية؛ التحول الرقمي

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

Abstract

This research examines the impact of the digital economy on the legal structure of commercial assets in light of the rapid technological transformations witnessed by contemporary commercial activity. The concept of commercial assets, their elements, and their legal nature within the traditional framework were reviewed. The concept of the digital economy, its characteristics, and the most prominent manifestations of digital transformation in commercial transactions were then explained. The research also addressed the emergence of new digital assets, such as websites, domain names, databases, and business accounts on social media platforms, and their role in creating the economic value of the commercial project. It discussed the extent to which these elements can be considered part of the commercial asset in light of jurisprudence and comparative legislation. It also highlighted the legal challenges related to protecting, disposing of, and proving ownership of digital assets.

Keywords: Business asset; legal transformations; digital assets; e-commerce; Digital transformation

مقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة بفعل الثورة الرقمية والتطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى بروز اقتصاد جديد قائم على المعرفة والبيانات والتقنيات الرقمية، يعرف بالاقتصاد الرقمي، وقد انعكست هذه التحولات بصورة مباشرة على مختلف الأنشطة الاقتصادية والتجارية، حيث انتقلت المعاملات التجارية من إطارها التقليدي إلى بيئة رقمية تعتمد على التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية والتطبيقات الذكية وقواعد البيانات، الأمر الذي أفرز أنماطا جديدة من الأصول ذات القيمة الاقتصادية والتجارية.

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يتناول موضوعا حديثا يجمع بين القانون والتكنولوجيا، ويسلط الضوء على أثر الاقتصاد الرقمي في إعادة تشكيل المفاهيم القانونية التقليدية للأصل التجاري، كما تبرز أهميته من الناحية العملية في تنامي القيمة الاقتصادية للأصول الرقمية داخل المشروعات التجارية، وما يثيره ذلك من إشكالات قانونية تتعلق بالحماية والتصرف والإثبات والانتقال، فضلا عن أهمية الموضوع بالنسبة للمشرع في تطوير القواعد القانونية بما يواكب متطلبات البيئة الرقمية.

يهدف هذا البحث إلى:

- بيان مفهوم الأصل التجاري وعناصره وطبيعته القانونية في الإطار التقليدي

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

- توضيح مفهوم الاقتصاد الرقمي وخصائصه وأبرز مظاهر التحول الرقمي في النشاط التجاري
- دراسة أثر الاقتصاد الرقمي على البنية القانونية للأصل التجاري
- إبراز التحديات القانونية التي تثيرها الأصول الرقمية واستعراض أبرز التحولات التشريعية الحديثة لمواكبتها.

انطلاقا مما سبق، تثار الإشكالية الرئيسية الآتية:

إلى أي مدى أثر الاقتصاد الرقمي في البنية القانونية للأصل التجاري، وهل أصبحت القواعد القانونية التقليدية قادرة على استيعاب الأصول الرقمية الجديدة التي أفرزتها البيئة التجارية الحديثة؟

للإجابة عن هذه الإشكالية، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي من خلال عرض المفاهيم القانونية المرتبطة بالأصل التجاري والاقتصاد الرقمي وتحليل النصوص القانونية والآراء الفقهية ذات الصلة، مع الاستعانة بالمنهج المقارن كلما اقتضت الدراسة ذلك.

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للأصل التجاري والاقتصاد الرقمي

يقتضي البحث في الإطار المفاهيمي لهذا الموضوع الوقوف أولا على مفهوم الأصل التجاري في صورته التقليدية (الفرع الأول)، ثم التطرق إلى مفهوم الاقتصاد الرقمي وانعكاسه على النشاط التجاري (الفرع الثاني)

الفرع الأول: ماهية الأصل التجاري في المفهوم التقليدي

لدراسة هذا المطلب سنتعرض لتعريف الأصل التجاري وبيان خصائصه (فقرة أولى)، ثم نحدد العناصر المكونة له، مع تبيان طبيعته القانونية (فقرة ثانية)

الفقرة الأولى: تعريف الأصل التجاري وخصائصه

أولا: تعريف الأصل التجاري

يعتبر المشرع الفرنسي أول من أدخل مصطلح الأصل التجاري في التشريع، ذلك أنه الى حدود القرن التاسع عشر كانت عبارة الأصل التجاري تعني كل ما ينتفع به أو يستخدم من آلات أو أدوات، حيث كانت تعوض عبارة الأصل التجاري بعبارة متجر أو مال البضائع(1) استخدمت عبارة الأصل التجاري أول مرة في القانون الفرنسي عند ظهور قانون جبائي في 28 فبراير 1872، في الفصول من 7 إلى 9، و قد تعزز هذا المصطلح بصدور المدونة الفرنسية الجديدة ، حيث تناولته في المواد 60 – 145، خاصة بعد ضم

[1] عز الدين بنستي ، (2001)دراسات في القانون التجاري المغربي ، دراسة في قانون الملكية التجارية و الصناعية ، الجزء الثاني الأصل التجاري، مطبعة النجاح الجديدة ، الدار البيضاء،1 ، ص 10

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

قانون 17 مارس 19092 ، حيث يعتبر هذا القانون النواة الأولى التي انبثق منها الأصل التجاري، ثم تلاه قانون 20 مارس 1956 الذي ينظم التسيير الحر للأصول التجاري و الحرفي. و يلاحظ أن القانون الفرنسي لم يضع نظيرة عامة تعرف الأصل التجاري و تنظم ملكيته و تحدد العناصر اللازمة لنشأته و طبيعته.(3) في ما يخص المشرع الموريتاني فقد نظم هذه المؤسسة مع بداية الألفية الثالثة بموجب القانون رقم 005 لسنة 2000 المؤرخ في 18 يناير المتضمن مدونة التجارة(4)، والمعدل بالقانون رقم 22 لسنة 2014 المؤرخ في 30 يوليو 2014 (5)، وبالقانون رقم 032 لسنة 2015 المؤرخ في 10 سبتمبر 2015 (6)، المعدل بالقانون رقم 008 لسنة 2020 المؤرخ في 19 يونيو 2020 (7)،وبالقانون رقم 005 لسنة 2021 المؤرخ في 10 فبراير 2021 ضمن المواد 115 إلى 196.م.ت(8)، وقد عرفت المادة 115 من مدونة التجارة الأصل التجاري حيث نصت "الأصل التجاري مال منقول معنوي يشمل جميع الأموال المنقولة التي تخول التاجر جلب الزبناء والاحتفاظ بهم."

وقد حددت المادة 116 من مدونة التجارة العناصر الإلزامية في تكوينه، حيث نصت على أنه "يشتمل الأصل التجاري وجوبا على الزبناء والسمعة التجارية وعنوان المحل أو اسمه التجاري.

على مستوى التشريع المغربي تميزت مدونة التجارة الجديدة بوضع نظرية خاصة ومتكاملة للأصل التجاري، كما وحدت وجمعت ما كان مشتتا طيلة 83 سنة تقريبا، حيث أفرد المشرع المغربي للأصل التجاري الكتاب الثاني من المدونة الجديدة في المواد من 79 إلى 158 ، و رغم احجام غالبية التشريعات عن تعريف الأصل التجاري تاركين ذلك للفقه و القضاء، إلا أن المشرع المغربي في مدونة التجارة الجديدة عرف الأصل التجاري في المادة 79 التي نصت على أن: " الأصل التجاري مال منقول معنوي يشمل جميع الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري أو عدة أنشطة تجارية"، كما تميزت مدونة التجارة الجديدة بتنظيمها عقد التسيير الحر، المتعلق بالأصل التجاري ، أول مرة ، وذلك بنص قانوني صريح، أخذا بعين

---

[2] أحمد شكري السباعي،(2014). الوسيط في الأصل التجاري، دراسة في القانون التجاري المغربي و المقارن و الفقه و القضاء ، الجزء الأول، مطبعة المعر الجديد ، الرباط، ط2 ، ص 26

[3] عز الدين بنستي ، دراسات في القانون التجاري المغربي ، دراسة في قانون الملكية التجارية و الصناعية، م. س ، ص 11

[4] جريدة رسمية عدد 970 صادر في 15 مارس 2000، ص194.

[5] جريدة رسمية عدد 1316 صادر في 30 يوليو 2014، ص522.

[6] جريدة رسمية عدد 1348 مكرر صادر في 30 نوفمبر 2015، ص859

[7] جريدة رسمية عدد 1467 صادر في 15 أغسطس 2020، ص317.

[8] جريدة رسمية عدد 1479 صادر في 15 فبراير 2021، ص55

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

الاعتبار الممارسات التجارية العملية، و بالخصوص طبيعة الأصل التجاري، باعتباره مالا منقولا معنويا، له خصوصياته التي تميز التصرفات الواردة عليه، على تلك التي ترد على المنقولات الأخرى بصفة عامة[9].

ثانيا: خصائص الأصل التجاري

يتميز الأصل التجاري بمجموعة من الخصائص القانونية والاقتصادية التي تميزه عن غيره من الأموال، ومن أهمها:

1. الأصل التجاري مال منقول معنوي

يُعد الأصل التجاري مالا منقولا رغم ارتباطه أحيانا بعقار تمارس فيه التجارة، لأنه لا يرد على العقار ذاته وإنما على العناصر التي تستغل في النشاط التجاري، كالاتصال بالعملاء والسمعة التجارية والعلامات التجارية.

2. وحدة قانونية مستقلة

يتكون الأصل التجاري من مجموعة عناصر مادية ومعنوية، إلا أن القانون ينظر إليه كوحدة قانونية مستقلة يمكن أن تكون محلاً للتصرفات القانونية المختلفة كالبيع والرهن والإيجار.

3. غلبة العناصر المعنوية

تعد العناصر المعنوية، وخاصة العملاء والسمعة التجارية، العنصر الأساسي في الأصل التجاري، بل إن وجود العملاء يعد شرطاً جوهرياً لقيام الأصل التجاري، بينما قد تتغير أو تنعدم بعض العناصر المادية دون أن يفقد الأصل التجاري وجوده.

4. قابلية التداول والتصرف

يمكن لصاحب الأصل التجاري التصرف فيه بالبيع أو الهبة أو الرهن أو تقديمه حصة في شركة، مما يجعله عنصراً مهماً في الحياة الاقتصادية والتجارية.

5. ارتباطه بالنشاط التجاري

لا يقوم الأصل التجاري إلا إذا كان مخصصاً لممارسة نشاط تجاري معين، ولذلك فإن وجوده واستمراره مرتبطان باستغلاله في هذا النشاط.

[9] قرار محكمة الاستئناف التجارية بمراكش رقم 2139 بتاريخ 2012/12/25 بشأن الحق في الكراء باعتباره عنصراً من عناصر الأصل التجاري.

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

6. قابلية التقييم المالي

للأصل التجاري قيمة مالية مستقلة عن قيمة عناصره المنفردة، ويمكن تقدير هذه القيمة بالنظر إلى قدرته على تحقيق الأرباح وجذب العملاء.

7. خضوعه لنظام قانوني خاص

يخضع الأصل التجاري لأحكام قانونية خاصة تنظم بيعه ورهنه واستغلاله، وذلك بهدف حماية الدائنين والمتعاملين مع التاجر وضمان استقرار المعاملات التجارية.

8. الطابع الاستثماري والاقتصادي

يمثل الأصل التجاري أداة استثمارية تساهم في تحقيق الأرباح وتنمية النشاط الاقتصادي، لذلك يُعد من أهم أصول المشروع التجاري.

الفقرة الثانية: العناصر المكونة للأصل التجاري وطبيعته القانونية

أولا: العناصر المكونة للأصل التجاري

الأصل التجاري هو مجموعة من الأموال والعناصر التي يخصصها التاجر لممارسة نشاطه التجاري واستقطاب العملاء والمحافظة عليهم، و استنادا إلى المادتين 115 و116 من مدونة التجارة الموريتانية نجد أن الأصل التجاري يشتمل على عدة عناصر منها ما هو مادي و ومنها ما هو معنوي، و يعد العملاء والسمعة التجارية العنصر الأساسي الذي يدور حوله وجود الأصل التجاري، بينما تمثل المعدات والبضائع والتجهيزات الوسائل المادية اللازمة لاستغلاله وتحقيق أهدافه الاقتصادية[10].

I. العناصر المادية للأصل التجاري

وهي الوسائل المادية التي يستعين بها التاجر في استغلال مشروعه، ومن أهمها:

1. المعدات والآلات
2. الأثاث والتجهيزات
3. البضائع والسلع[11]: وهي السلع المنقولة المعدة للبيع سواء كانت أشياء مصنعة او نصف مصنعة أو مواد أولية،

[10] محمد لفروجي،(1999) التاجر و قانون التجارة بالمغرب، مطبعة النجاح الجديدة – الدار البيضاء، ط2 ، 149

[11] نور الدين الاعرج،(2009) مبادئ القانون التجاري و الاعمال التجارية، التاجر الأصل التجاري ، مطبعة السليكي / اخوان طنجة ، الطبعة الأولى، ص 170

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

II. العناصر المعنوية للأصل التجاري

يقصد بالعناصر المعنوية مجموعة العناصر المنقولة غير المادية الموضوعة لخدمة الأصل التجاري و هي تحتل الدور الأكبر في تحديد قيمة الأصل التجاري ، و هي تلك الأموال المنقولة المعنوية التي تشتغل في النشاط التجاري، و تتفاوت أهمية العناصر المعنوية بحسب نوع النشاط التجاري ، فهناك من العناصر ما لا يتصور قيام الأصل التجاري بدونه كعنصر الاتصال بالزبناء مثلا[12]

وتتكون العناصر المعنوية حسب المادة 116 من مدونة التجارة الموريتانية من الزبناء والحق في الكراء والعنوان التجاري وبراءة الاختراع، والنماذج الصناعية وحقوق الملكية الأدبية والعلامات التجارية والرخص.

1. الزبناء والسمعة التجارية (وتسمي العناصر المعنوية الإلزامية)

ويعدان العنصر الجوهري في الأصل التجاري، إذ يتمثلان في قدرة المحل على جذب العملاء والمحافظة عليهم بفضل جودة الخدمات أو السلع المقدمة، و يقصد بالزبناء مجموعة الأشخاص الذين يتعاملون مع التاجر و يرتادون متجره بصفة دائمة أو عرضية[13]، فبدون الزبناء لا يتصور وجود كيان ذاتي للأصل التجاري و هذا ما أكده المشرع الموريتاني في المادة 116 من مدونة التجارة في فقرتها الأولى بقوله: " يشتمل الأصل التجاري وجوبا على الزبناء وسمعة تجارية..."[14]

2. الاسم التجاري أو العنوان التجاري

وهو التسمية التي يتخذها التاجر لتمييز مشروعه التجاري عن غيره من المشروعات، وذلك لتسهيل تمييزه عند الزبناء لإمكانية الاتصال به، ويشمل البيانات التي تُعرف بالتاجر وتميز نشاطه في الوسط التجاري ، فقد نصت المادة 76 من مدونة التجارة الموريتانية على أنه" لا يمكن إجراء تقييد في سجل التجارة بكل اسم أو عنوان تجاري أو تسمية تجارية أو شعار لم يقم المستفيد منه في تقييده في سجل التجارة خلال سنة ابتداء من تاريخ تسليمه الشهادة السلبية من طرف مصلحة سجل التجارة".

3. العلامات التجارية وهي الإشارات أو الرموز أو الأسماء التي تميز منتجات أو خدمات المشروع عن غيرها.

---

[12] المادة 116 من مدونة التجارة الموريتانية

[13] د. عبد الله باب (2023)، عناصر الأصل التجاري في القانون التجاري الموريتاني، مجلة الباحث للدراسات و الأبحاث القانونية و القضائية، العدد 60 ، ص 5

[14] تقابلها المادة 80 من مدونة التجارة المغربية

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

4. حق الإيجار التجاري ويتمثل في حق التاجر في الانتفاع بالمحل الذي يزاول فيه نشـــاطه وفق شروط عقد الإيجار، وقد نصت المادة 680 من قانون الالتزامات والعقود: " من حق المكتري في أن يكتري تحت يده ما اكتراه أو يتنازل عن عقد الكراء لغيره/ حق المكتري في تفويت الحق في الكراء سواء مع باقي العناصر أو مستقلا عنها" ، وهي القاعدة التي أيدها قرار قضائي لمحكمة الاســـتئناف التجارية بمراكش في القرار رقم 2139 صـــادر بتاريخ 25-12-12 ، الملف رقم 11-7-1753.

و قد ذهب بعض الفقه إلى تعريف الحق في الكراء بأنه:" ذلك الحق المخول للتاجر المستأجر للعقار الذي يباشر فيه تجارته بالبقاء فيه عن طريق تجديد عقد الكراء أو تحويله إلى مشتريه عند تفويت هذا الحق أو التعويض عند رفض الملك تجديد العقد".[15]

5. الملكية الصـناعية والفكرية وتشـمل براءات الاختراع والرسـوم والنماذج الصـناعية وحقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالنشاط التجاري[16] .

ثانيا: الطبيعة القانونية للأصل التجاري

تعد الطبيعة القانونية للأصل التجاري من المسائل التي أثارت نقاشا واسعا في الفقه القانوني

1. نظرية المجموع القانوني للأموال

يرى أنصار هذا الاتجاه أن الأصل التجاري عبارة عن مجموع من الأموال والحقوق المختلفة التي يجمعها التاجر ويخصصها لممارسة نشاطه التجاري، بحيث تحتفظ كل عناصره باستقلالها القانوني رغم اجتماعها في إطار مشروع واحد[17].

وقد وجه لهذا الاتجاه انتقاد وذلك لكونه يعجز عن تفســير اعتبار الأصــل التجاري مالاً مســتقلاً يمكن التصرف فيه كوحدة واحدة بالبيع أو الرهن.

2. نظرية الشخصية المعنوية

ذهب بعض الفقه إلى اعتبار الأصل التجاري شخصا معنويا مستقلا عن صاحبه، له ذمة مالية خاصة وحقوق والتزامات مســتقلة، تختلف هذه النظرية كل الاختلاف مع المشــرع الجزائري، حيث تنص المادة

[15] عزيز توفيق ، الأصل التجاري في التشريع المغربي ، مجلة رابطة القضاء ، العدد ، ص 17
[16] د. عبد الله باب ، عناصر الأصل التجاري في القانون التجاري الموريتاني – مرجع سابق – ص 9
[17] محمد لفروجي، التاجر و قانون التجارة بالمغرب، مرجع سابق ، ص 188

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

188 من القانون المدني " أن أموال المدين جميعها ضـامنة لوفاء ديونه"، مما يترتب على الدائنين الحق في التنفيذ على كافة أموال المدين[18].

3. نظرية المال المعنوي

وهي النظرية الأكثر قبولا في الفقه والقضـــاء الحديثين، ومفادها أن الأصـــل التجاري مال معنوي منقول مستقل عن العناصر التي يتكون منها، ويستمد قيمته أساسا من عنصر العملاء والسمعة التجارية.

الفرع الثاني: مفهوم الاقتصاد الرقمي وانعكاساته على النشاط التجار

الفقرة الأولى: مفهوم الاقتصاد الرقمي وخصائصه

أولا: مفهوم الاقتصاد الرقمي

يقصد بالاقتصاد الرقمي ذلك الاقتصاد الذي يعتمد بصورة أساسية على استخدام التقنيات الرقمية وشبكات الاتصـال الإلكترونية، وخاصـة الإنترنت، في إنشـاء وإدارة وتطوير الأنشـطة الاقتصـادية. ويشـمل هذا الاقتصـاد مختلف المعاملات التي تتم عبر الوسـائط الرقمية، سـواء تعلق الأمر بالتجارة الإلكترونية، أو الخدمات المالية الرقمية، أو المنصات الإلكترونية، أو التطبيقات الذكية، أو الأنشطة القائمة على البيانات والمعلومات.

ثانيا: خصائص الاقتصاد الرقمي

يتميز الاقتصـاد الرقمي بجملة من الخصـائص التي تجعله مختلفاً عن الاقتصـاد التقليدي، وذلك نتيجة اعتماده على التكنولوجيا الرقمية والاتصالات الحديثة كأساس لممارسة الأنشطة الاقتصادية والتجارية. وقد أسـهمت هذه الخصـائص في تعزيز كفاءة المعاملات الاقتصـادية وتوسـيع نطاقها، مما جعل الاقتصـاد الرقمي أحد أهم محركات النمو والتنافسية في العصر الحديث.

1. *الاعتماد على المعرفة والبيانات*

تُعد البيانات والمعلومات المورد الأساسي في الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحت المعرفة ورأس المال الفكري من أهم عوامل الإنتاج وخلق القيمة الاقتصادية، إلى جانب الموارد المادية التقليدية[19].

[18] عزيز توفيق ، الأصل التجاري في التشريع المغربي، مرجع سابق – ص 18

[19] د. بودينديه سعيد، بوعكاز عامر،(2018) سبل و وسائل حماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي ، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 01 .

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

2. *الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات*

يقوم الاقتصاد الرقمي على الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات، مثل الإنترنت، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، والتطبيقات الرقمية، مما يتيح إدارة الأنشطة الاقتصادية بكفاءة وسرعة أكبر.

3. *تجاوز الحدود الجغرافية*

يتميز الاقتصاد الرقمي بطابعه العالمي، إذ يسمح للأفراد والمؤسسات بممارسة الأنشطة التجارية وتقديم الخدمات والتعاقد مع العملاء في مختلف أنحاء العالم دون التقيد بالموقع الجغرافي.

4. *السرعة والمرونة في إنجاز المعاملات*

توفر الوسائل الرقمية إمكانية إتمام العمليات التجارية والمالية بصورة فورية أو شبه فورية، مما يساهم في تقليص الوقت والجهد والتكاليف المرتبطة بالمعاملات التقليدية.

5. *انخفاض تكاليف التشغيل والتسويق*

يساعد الاقتصاد الرقمي على تقليل العديد من التكاليف المتعلقة بالمقار التجارية والوساطة والإجراءات الإدارية، كما يوفر وسائل تسويق أكثر فعالية وأقل تكلفة من الوسائل التقليدية.

6. *تنامي أهمية الأصول غير المادية*

أصبحت القيمة الاقتصادية للمؤسسات ترتبط بشكل متزايد بالأصول غير المادية، مثل قواعد البيانات، والبرمجيات، والعلامات التجارية الإلكترونية، وأسماء النطاقات، والمنصات الرقمية، وهو ما يعكس التحول من الاقتصاد المادي إلى الاقتصاد القائم على المعرفة.

7. التفاعل المباشر مع العملاء

يتيح الاقتصاد الرقمي للمؤسسات التواصل المباشر مع العملاء عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، مما يساعد على تحسين الخدمات وفهم احتياجات المستهلكين بصورة أفضل.

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

الفقرة الثانية: مظاهر التحول الرقمي في المعاملات التجارية

من أبرز مظاهر التحول الرقمي في المعاملات التجارية ما يلي:

1. انتشار التجارة الإلكترونية[20]

تعد التجارة الإلكترونية من أبرز مظاهر التحول الرقمي في المعاملات التجارية[21]، حيث أتاحت التقنيات الحديثة وشبكة الإنترنت إمكانية ممارسة الأنشطة التجارية وإبرام الصفقات عن بُعد دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف. وقد أدى هذا التطور إلى تغيير جوهري في أساليب ممارسة التجارة، من خلال الانتقال من المتاجر التقليدية إلى المنصات والمواقع الإلكترونية التي تتيح عرض السلع والخدمات وتسويقها وبيعها على نطاق واسع.

2. التعاقد الإلكتروني

أصبح إبرام العقود يتم عبر الوسائط الإلكترونية من خلال البريد الإلكتروني أو المنصات الرقمية أو التطبيقات الذكية، حيث يتم التعبير عن الإرادة وتبادل الإيجاب والقبول إلكترونيا[22]،وقد أدى ذلك إلى ظهور قواعد قانونية جديدة تنظم صحة العقود الإلكترونية وحجيتها في الإثبات[23].

3. استخدام وسائل الدفع الإلكترونية

شهدت المعاملات التجارية تطوراً ملحوظاً في وسائل الدفع، من خلال الاعتماد على البطاقات المصرفية والمحافظ الإلكترونية والتحويلات الرقمية، مما ساهم في تسريع المعاملات وتقليل الاعتماد على النقد التقليدي.

---

[20] كرس القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL) لسنة 1996 مبدأ المساواة الوظيفية بين المحررات الإلكترونية والورقية، حيث نصت المادة 5 منه على أنه: «لا يجوز إنكار المعلومات أو آثارها القانونية أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها وردت في شكل رسالة بيانات".

[21] شول بن شهر ، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية ، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات ، المجلد 01 ، العدد 03 ، ص 215.

22 الدكتور مولاي أحمد سالم ، حماية المستهلك في عقود التجارة الدولية، مجلة الباحث للدراسات و الأبحاث القانونية ، العدد 59، السنة 2023، ص 7

23 جاء في القانون المغربي رقم 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، الذي أضاف المادة 417-1 إلى قانون الالتزامات والعقود، ونص على :للوثيقة المحررة على دعامة إلكترونية نفس قوة الإثبات التي للوثيقة المحررة على الورق".

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

4. التسويق الرقمي

أصبحت الوسائط الرقمية أداة رئيسية في تسويق المنتجات والخدمات، من خلال مواقع الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والإعلانات الإلكترونية، وهو ما مكّن المؤسسات التجارية من استهداف العملاء بصورة أكثر دقة وفعالية[24].

5. استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي

أصبحت المؤسسات التجارية تعتمد على تحليل البيانات الضخمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك المستهلكين وتوقع احتياجاتهم وتحسين استراتيجيات التسويق واتخاذ القرارات التجارية بكفاءة أكبر.

6. التحول نحو الإدارة الإلكترونية للأعمال

يعتبر التحول نحو الإدارة الإلكترونية للأعمال من أبرز مظاهر التحول الرقمي في المعاملات التجارية، حيث أصبحت المؤسسات التجارية تعتمد بشكل متزايد على الأنظمة والتطبيقات الرقمية في إدارة مختلف أنشطتها [25]وعملياتها الداخلية، وقد ساهم هذا التحول في تطوير أساليب التسيير التقليدية، من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق قدر أكبر من الكفاءة والسرعة والدقة في إدارة الأعمال.

المطلب الثاني: البنية القانونية للأصل التجاري وأثر الاقتصاد الرقمي

من خلال هذا المطلب سندرس الإطار القانوني للأصول الرقمية والكيفية التي أثرت بها الرقمنة على المفاهيم القانونية التقليدية للأصل التجاري (الفرع الاول) ثم دراسة التحديات القانونية والتحولات التشريعية الحديثة (الفرع الثاني)

الفرع الأول: الإطار القانوني للأصول الرقمية وتأثير الرقمنة على عناصر الأصل التجاري التقليدي

من خلال هذا الفرع سندرس الإطار القانوني للأصول الرقمية وسنتعرض لظهور العناصر الرقمية الجديدة للأصل التجاري (فقرة أولى) ثم التعرف على مدى اعتبار العناصر الرقمية جزءًا من الأصل التجاري (فقرة ثانية)

---

[24] أنواع التسويق الالكتروني ، بحث منشور على الرابط التالي: https://mdit.edu.sa/ar/blog/ ، تمت الزيارة بتاريخ 02/يونيو/2026 الساعة 16:36

[25] بن بخيته وردة ، التحول نحو الإدارة الالكترونية في الدول العربية بين الفرص و القيود ، العدد01 ، 2025 ، ص 6

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

الفقرة الأولى: الإطار القانوني للأصول الرقمية وظهور العناصر الرقمية للأصل التجاري

I. الإطار القانوني للأصول الرقمية

إن الاعتراف القانوني بالأصـــول الرقمية وحقوق الملكية المرتبطة بها في التشـــريعات العربية لا يزال محدودا، ويختلف من دولة إلى أخري، بحســب مدي جاهزية البنية التحتية القانونية والتقنية والرقابية، ففي المغرب جاء القانون رقم 05-35 الخاص بالتبادل الالكتروني للبيانات القانونية، و ماطر عليه من تعديلات بمناســبة القانون رقم 20-43 بشــأن خدمات الثقة بشــان المعاملات الإلكترونية[26]، أما في الامارات العربية المتحدة أصدرت هيئة الأوراق المالية و السلع (SCA) و السلطات المالية في دبي إطار تنظيميا للأصـــول الرقمية، بما في ذلك القوانين المتعلقة بالتداول ، و حماية المســـتثمرين ، و تســـجيل الأصول الرقمية على منصات مرخصة[27].

II. ظهور العناصر الرقمية للأصل التجاري

ومن أبرز هذه العناصر:

1. المواقع الإلكترونية والمتاجر الرقمية

2. أسماء النطاقات(Domain Names)

تعد أســـماء النطاقات من أبرز الأصـــول الرقمية التي أفرزها الاقتصـــاد الرقمي[28]، حيث تمثل العنوان الإلكتروني الذي يُمكن المستخدمين من الوصول إلى المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت[29].

3. قواعد البيانات وقوائم العملاء الرقمية

تمثل قواعد البيانات وقوائم العملاء أحد أهم الأصـــول في الاقتصـــاد الرقمي، إذ تحتوي على معلومات وبيانات ذات قيمة تجارية كبيرة تتعلق بالعملاء واحتياجاتهم وســـلوكهم الاســـتهلاكي. وتُعد هذه البيانات وسيلة فعالة لتطوير النشاط التجاري وتحسين استراتيجيات التسويق وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة.

---

[26] كريم نبيه، تنزيل التشريع للقوانين المؤطرة للمجال الرقمي بالمغرب، مجلة براق الدولية للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد ، السنة 2026 ص 7

[27] قرار مجلس الوزراء رقم (111) لسنة 2022

[28] أحمد محمد حسن محمد حسن، (2024) الجوانب القانونية للأصول الرقمية ، مجلة بحوث الشرق الأوسط و الدراسات ، العدد 104 ، ص 32

[29] أ .سعيد مبروكي،(2017) تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق، مجلة تاريخ العلوم ، المجلد 3 ، العدد السادس، ص 3

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

4. التطبيقات والبرمجيات التجارية

تعتمد العديد من المؤسسات الحديثة على تطبيقات رقمية وبرمجيات متخصصة لتقديم خدماتها أو إدارة أعمالها. وقد أصبحت هذه التطبيقات جزءاً من القيمة الاقتصادية للمشروع التجاري، خصوصا عندما تكون مرتبطة مباشرة بالنشاط التجاري أو تشكل وسيلة رئيسية للتعامل مع العملاء[30].

5. المحتوى الرقمي والهوية الإلكترونية للمشروع

يعد المحتوى الرقمي والهوية الإلكترونية للمشروع من أبرز الأصول غير المادية التي أفرزها الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحا يشكلان عنصرا أساسيا في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز حضورها في البيئة الرقمية، ومع تزايد اعتماد المشروعات التجارية على الوسائط الإلكترونية في التواصل مع العملاء وتسويق منتجاتها وخدماتها، اكتسبت هذه العناصر قيمة اقتصادية وتجارية متنامية جعلتها من المقومات الأساسية للنجاح في الأسواق الرقمية،[31].

الفقرة الثانية: مدى اعتبار العناصر الرقمية جزءا من الأصل التجاري

لقد أثار ظهور العناصر الرقمية المرتبطة بالنشاط التجاري نقاشا فقهيا وقانونيا حول مدى إمكانية اعتبارها جزءا من الأصل التجاري:

الاتجاه الأول: يرى أصحابه أن العناصر الرقمية، مثل أسماء النطاقات والمواقع الإلكترونية وقواعد البيانات والحسابات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي، أصبحت تؤدي وظائف مماثلة لبعض العناصر التقليدية للأصل التجاري، لاسيما عنصر العملاء والسمعة التجارية، فهي أصول تسهم في جذب الزبائن والمحافظة عليهم[32].

الاتجاه الثاني: يذهب أصحابه إلى أن إدراج العناصر الرقمية ضمن الأصل التجاري لا ينبغي أن يتم بصورة تلقائية، نظرًا لاختلاف طبيعتها القانونية وتعدد الأنظمة القانونية التي تحكمها[33].

---

30 أ .سعيد مبروكي،(2017) تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق، مجلة تاريخ العلوم ، المجلد 3 ، العدد السادس، ص 5

31 شريف محمد غانم، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني – مرجع سابق – ص 6

32 د. محمد آزرا ف ،(2024) الأصل التجاري الرقمي و التقليدي، مجلة المعرفة، العدد 20، ص 7

33 هشام زمزم ،(2023) الاصل التجاري الإلكتروني بين الخصوصية والإكراهات، مجلة ابن خلدون للدراسات القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية ، المجلد1، العدد 5 ،

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

الفرع الثاني: التحديات القانونية والتحولات التشريعية الحديثة

سنتناول هذا الفرع من خلال دراسة التحديات القانونية المرتبطة بالأصول الرقمية، والتحولات التشريعية لمواكبة الاقتصاد الرقمي.

الفقرة الأولى: التحديات القانونية المرتبطة بالأصول الرقمية

أدى ظهور الأصول الرقمية إلى إثارة العديد من الإشكالات القانونية التي كشفت عن محدودية القواعد التقليدية المنظمة للأصل التجاري في مواكبة التحولات التي فرضها الاقتصاد الرقمي[34]، فبينما استقرت التشريعات التجارية لفترة طويلة على تنظيم عناصر الأصل التجاري في إطارها التقليدي، فرضت الرقمنة واقعًا جديدًا يتميز بظهور أصول غير مادية ذات قيمة اقتصادية كبيرة، مما أثار تساؤلات حول طبيعتها القانونية وآليات حمايتها والتصرف فيها[35].

وتتمثل أولى هذه التحديات في تحديد المركز القانوني للعناصر الرقمية ومدى اعتبارها جزءًا من الأصل التجاري. فالعناصر الرقمية، كأسماء النطاقات والمواقع الإلكترونية والحسابات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي وقواعد البيانات، لا تخضع دائمًا للأحكام القانونية ذاتها التي تحكم العناصر التقليدية للأصل التجاري، الأمر الذي يثير صعوبات تتعلق بتكييفها القانوني وإدراجها ضمن مكونات الأصل التجاري.[36].

الفقرة الثانية: التحولات التشريعية لمواكبة الاقتصاد الرقمي

أمام التحديات التي فرضها الاقتصاد الرقمي وما أفرزه من أنماط جديدة لممارسة النشاط التجاري، اتجهت العديد من الدول إلى تحديث منظوماتها التشريعية بهدف توفير إطار قانوني قادر على استيعاب التحولات الرقمية وضمان الأمن القانوني للمعاملات الإلكترونية[37]، وقد شمل هذا التحديث مختلف فروع القانون

---

[34] نصت المادة 6 من القانون الجزائري رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن: "تتم المعاملات التجارية الإلكترونية في إطار احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما"

[35] نص القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن United Nations Commission on International Trade Law سنة 1996 في المادة (5) على مبدأ عدم إنكار الأثر القانوني للمعلومات لمجرد أنها وردت في شكل رسالة بيانات إلكترونية، حيث جاء فيها: «لا يجوز إنكار المعلومات أو آثارها القانونية أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها في شكل رسالة بيانات" ،

[36] حكم محكمة الاستئناف بباريس الصادر في 7 مارس 2012 الذي اعتبر الاستيلاء على اسم نطاق مشابه لعلامة تجارية مشهورة صورة من صور المنافسة غير المشروعة.

[37] القانون الموريتاني رقم 2018-022 المتعلق بالمبادلات الإلكترونية،

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

ذات الصلة بالنشاط التجاري، بما في ذلك القانون التجاري وقانون الملكية الفكرية وقوانين حماية البيانات والأمن السيبراني[38].

ومن أبرز مظاهر هذه التحولات التشريعية سن قوانين خاصة بالتجارة الإلكترونية[39]، هدفت إلى الاعتراف القانوني بالمعاملات المبرمة عبر الوسائط الإلكترونية ومنحها الحجية ذاتها المقررة للمعاملات التقليدية، كما تم إقرار أنظمة قانونية للتوقيع الإلكتروني[40] والمحررات الإلكترونية، مع ضمان احترام خصوصية الأفراد وحماية حقوقهم الرقمية[41].

كما أولت التشريعات الحديثة اهتماما متزايدا بالأمن السيبراني[42] من خلال وضع قواعد قانونية لمكافحة الجرائم الإلكترونية[43] وحماية الأنظمة المعلوماتية والبنى التحتية الرقمية من الاختراق والاستغلال غير المشروع، ويُعد هذا التوجه ضروريًا لضمان استقرار المعاملات التجارية الإلكترونية وحماية الأصول الرقمية التي أصبحت تشكل جزءًا مهمًا من الثروة الاقتصادية للمؤسسات[44].

خاتمة

أدى التطور المتسارع للاقتصاد الرقمي إلى إحداث تحولات جوهرية في البيئة التجارية المعاصرة، انعكست بصورة مباشرة على البنية القانونية للأصل التجاري، فبعد أن كان الأصل التجاري يقوم أساسا على عناصر مادية ومعنوية تقليدية مرتبطة بالمحل التجاري المادي، أفرزت الرقمنة عناصر جديدة ذات قيمة اقتصادية متزايدة، كالمواقع الإلكترونية وأسماء النطاقات وقواعد البيانات والحسابات التجارية على المنصات الرقمية، وقد كشفت هذه التحولات عن محدودية بعض القواعد القانونية التقليدية في استيعاب المستجدات الرقمية، مما يفرض إعادة النظر في مفهوم الأصل التجاري وتطوير إطاره القانوني بما ينسجم مع متطلبات الاقتصاد الرقمي.

---

[38] اللائحة الأوروبية لحماية البيانات (GDPR) لسنة 2016.

[39] القانون الموريتاني رقم 2018-022 المتعلق بالمبادلات الإلكترونية، القانون الجزائري رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[40] القانون الجزائري رقم 15-04 المؤرخ في 1 فبراير 2015، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

[41] القانون المغربي رقم 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، و قد نظم المشرع الموريتاني حماية البيانات ذات الطابع الشخصي بشكل أساسي بموجب القانون رقم 020-2017، ويُعد الإطار التشريعي الشامل لضمان خصوصية الأفراد ضد أي انتهاك ناتج عن عمليات جمع ومعالجة البيانات الرقمية

[42] حكم محكمة النقض الفرنسية الصادر بتاريخ 13 ديسمبر 2005 الذي اعترف بإمكانية اعتبار اسم النطاق عنصراً من عناصر الأصل التجاري متى كان مرتبطاً بالنشاط التجاري للمؤسسة.

[43] يُعد القانون رقم 2016-007 المتعلق بالجريمة السيبرانية الركيزة الأساسية في القانون الموريتاني لمكافحة الجرائم الإلكترونية

[44] القانون الفرنسي رقم 2004-575 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي.(LCEN)

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

خلال هذه الدراسة توصلت لجملة من النتائج والتوصيات:

أولا: النتائج

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

1. أن الأصل التجاري يعد مالا منقولا معنوياً مستقلاً يقوم أساسا على عنصر الزبناء والسمعة التجارية، ويضم مجموعة من العناصر المادية والمعنوية المخصصة لاستغلال النشاط التجاري
2. أن الاقتصاد الرقمي أسهم في تغيير أساليب ممارسة النشاط التجاري من خلال التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية والتعاقد والدفع الإلكترونيين
3. أن الرقمنة أفرزت أصولا رقمية جديدة أصبحت تؤدي دورا مهما في جذب العملاء وتحقيق القيمة الاقتصادية للمشروع التجاري
4. أن أسماء النطاقات والمواقع الإلكترونية وقواعد البيانات والحسابات التجارية الرقمية أصبحت تمثل في كثير من الأحيان جزءاً أساسياً من القيمة المالية للمشروع التجاري
5. أن الأصول الرقمية تثير تحديات قانونية متعددة تتعلق بإثبات الملكية والحماية القانونية والتصرف فيها ونقلها واستغلالها

ثانيا: التوصيات

بناء على النتائج المتوصل إليها، توصي الدراسة بما يلي:

1. مراجعة النصوص المنظمة للأصل التجاري في التشريع الموريتاني وغيره من التشريعات العربية بما يسمح بإدراج الأصول الرقمية ضمن عناصره المعنوية
2. وضع إطار قانوني واضح يحدد الطبيعة القانونية للمواقع الإلكترونية وأسماء النطاقات وقواعد البيانات والحسابات التجارية الرقمية
3. تنظيم الأحكام المتعلقة ببيع ورهن وتفويت الأصول الرقمية المرتبطة بالنشاط التجاري
4. تحديث التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني بما يضمن الأمن القانوني للمعاملات الرقمية
5. دعم آليات حماية البيانات الشخصية والتجارية لمواجهة المخاطر المرتبطة بالاستغلال غير المشروع للمعلومات الرقمية

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

6. الاستفادة من التجارب المقارنة والتشريعات الحديثة في مجال تنظيم الأصول الرقمية لتطوير المنظومة القانونية الوطنية

المراجع

قوانين

- القانون رقم 005 لسنة 2000 المؤرخ في 18 يناير المتضمن مدونة التجارة الموريتانية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 970 صادر في 15 مارس 2000
- القانون رقم 95-15 المتعلق بمدونة التجارة المغربية، الجريدة الرسمية العدد 4418 بتاريخ 03 أكتوبر 1996
- قانون رقم 05-02 مؤرخ في 6 فبراير سنة 2005، يعدل ويتمم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري الجزائري.

الكتب

- الأعرج، ن. (2009). مبادئ القانون التجاري والأعمال التجارية: التاجر والأصل التجاري (ط 1). طنجة: مطبعة السليكي إخوان.
- السباعي، أ. ش. (2014). الوسيط في الأصل التجاري: دراسة في القانون التجاري المغربي والمقارن والفقه والقضاء (ج 1، ط 2). الرباط: مطبعة المعارف الجديدة.
- بنستي، ع. (2001). دراسات في القانون التجاري المغربي: دراسة في قانون الملكية التجارية والصناعية، الجزء الثاني: الأصل التجاري. الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة.
- طه، م. ك. (د.ت). أصول القانون التجاري. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- غانم، ش. م. (2007). حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- لفروجي، م. (1999). التاجر وقانون التجارة بالمغرب (ط 2). الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة.

المجلات

- آزراف، م. (2024). الأصل التجاري الرقمي والتقليدي. مجلة المعرفة، العدد 21()
- باب، ع. (2023). عناصر الأصل التجاري في القانون التجاري الموريتاني. مجلة الباحث للدراسات والأبحاث القانونية والقضائية، .(60)

ISSN: 3119-6837 - E-ISSN: 3119-6845
DÉPÔT LÉGAL: 2026PE0013

- بن بخيته، و. (2025). التحول نحو الإدارة الإلكترونية في الدول العربية بين الفرص والقيود. مجلة أبحاث قانونية وسياسية، .(1)
- بن شهر، ش. (د.ت).(2008) حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، (1) (1)
- د عادل ت (د.ت) (2023) الأصل التجاري في التشريع المغربي. مجلة استشراف للدراسات والأبحاث القانونية، العدد 23
- حسن، أ. م. ح. (2024). الجوانب القانونية للأصول الرقمية. مجلة بحوث الشرق الأوسط والدراسات،)
- زمزم، هـ. (د.ت).2023) الاصل التجاري الإلكتروني بين الخصوصية والإكراهات، مجلة ابن خلدون للدراسات القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية، المجلد1، العدد 5
- سعيد، ب.، بوعكاز، ع. (2018). سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي. مجلة البناء الاقتصادي،
- مبروكي، س. (د.ت)(2017). تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق. مجلة تاريخ العلوم،
- يحياوي، إ.، &قرباصي، س. (2019). التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق. مجلة التنمية الاقتصادية،

المراجع الإلكترونية

- المعهد الوطني لتقنية المعلومات. (د.ت). أنواع التسويق الإلكتروني. تم الاسترجاع في 2 يونيو 2026 من https://mdit.edu.sa/ar/blog/