



**أحكام الإيجاب الإلكتروني
بحث مقدم من قبل
المدرس وعود كاتب عبد عباس
جامعة كربلاء – كلية القانون**

الخلاصة:-

تعتبر شبكة الانترنت من أشهر واهم وسائل الاتصال الحديثة وأكثرها استعمالاً وانتشاراً نتيجة للخدمات المتعددة التي تقدمها هذه الشبكة للجمهور ومنها إمكانية إبرام العقود خاصة ذات الطابع التجاري ونظراً لأهمية الإيجاب الإلكتروني سيختص هذا البحث بأحكام هذا النوع من الإيجاب من حيث تعريفه وبيان خصائصه واهم صورته وانواعه في ثلاثة مباحث في نهايتها سنستعرض اهم ما توصلنا اليه من نتائج ومقترحات .

Abstract:-

The world wide web has been considered one of the most important kinds of the new methods communications.because the many services which it presents to people .the possible of sanction of commercial contracts is one of these services From here the commercial contracts is one of these services.

This search related to the electronic offer So we search this object in three parts . the first part relate to (what about the electronic offer) and the second part relate to the conditions of it . and the third part relate to the kinds of it .

المقدمة:-

ان التطور المتزايد في تكنولوجيا وسائل الاتصالات في جوانب الحياة المعاصرة كافة، بما فيها الجانب القانوني ، كان تطوراً مثيراً سيحتل دوراً بارزاً ومهماً في معاملات الافراد لاسيما بعد ما تم تسخير هذه التكنولوجيا مع تكنولوجيا الاتصالات فأصبح بسبب هذا التطور امكانية التعاقد بين الافراد الكترونياً . وقد أدى إزدياد التقدم العلمي في مجال التكنولوجيا إلى إفراز ثورة في الواقع العملي من المعلوماتية والاتصالات، أخذت تغزو مختلف نواحي الحياة العامة، حتى إمتدت إلى إبرام المعاملات والعقود اليومية، حتى بلغت اعداد الصفقات الإلكترونية أرقاماً قياسية كبيرة جداً ، لما تتسم به شبكات المعلوماتية من السرعة والسهولة في التعامل.

اهمية البحث

نظراً لكون المشرع العراقي لم ينظم بعد القوانين والاحكام اللازمة لتنظيم التجارة الإلكترونية فلا بد من اللجوء الى القواعد العامة في القانون المدني لغرض تنظيم هذا النوع من العقود المبرمة عبر شبكة الانترنت ، الامر الذي يستوجب اعادة النظر في الكثير من المفاهيم القانونية في القوانين التقليدية وخاصة ما يتعلق منها بالإيجاب الإلكتروني فهو يختلف عن الإيجاب الذي يتم في العقود التقليدية اذ انه يتم عن طريق الشبكة العنكبوتية (الانترنت) وبالتالي ستختلف احكامه عن احكام الإيجاب في العقود التقليدية فان الامر يحتاج الى



لقاء الضوء على هذا النوع الحديث من المعاملات لبيان ماهية القوانين والاحكام التي تحكمه حتى تتوافر الحماية القانونية للمتعاملين في هذا المجال .

خطة البحث

سنتناول بحثنا هذا من خلال ثلاث مباحث يختص المبحث الاول بتعريف الإيجاب الاليكتروني واهم شروطه وخصائصه ويختص المبحث الثاني بصور الإيجاب الاليكتروني عبر الانترنت ويختص المبحث الثالث بحالات سقوط الإيجاب الاليكتروني ثم سنتطرق الى الخاتمة التي سنبين فيها اهم النتائج والمقترحات التي سنتوصل اليها من بحثنا هذا والله ولي التوفيق .

المبحث الأول :- ماهية الإيجاب الاليكتروني

لكي نتناول هذا الموضوع من جميع جوانبه سنبحثه في ثلاث مطالب يختص المطلب الاول بتعريف الإيجاب الاليكتروني ويختص المطلب الثاني بخصائص الإيجاب الاليكتروني ويختص المطلب الثالث بشروطه

المطلب الأول:- تعريف الإيجاب الاليكتروني

يعرف الإيجاب لغويا (وجب) الشيء يجب (وجوبا) لزم و(استوجب) استحققه (١) ، وعرف الفقهاء الإيجاب بأنه (التعبير الأول الصادر عن إرادة احد طرفي العقد (الموجب) ويكون موجها لطرف آخر يدعوه لإبرام عقد ما) وعرف من قبل بعض الفقهاء بأنه (تعبير عن إرادة مبتدئة جازمة موجهة للطرف الآخر لإبرام عقد ويكون ذا تعابير محددة تحديدا تاما ودالة على نية الموجب بالالتزام بها لدى القبول) (٢) . ويعرف أيضا(عرض يتقدم به شخص كي يحصل على قبول شخص آخر فإذا تلاقى معه القبول انعقد العقد) (٣) .

كما يعرف الإيجاب بأنه (التعبير الأول لإرادة التعاقد يصدر من الموجب متضمنا عزمه النهائي على إبرام العقد بمجرد ان يقبله الموجب له) (٤) .

ولم تعرف قوانين التجارة الاليكترونية الإيجاب فقد ورد في المادة ١٣ من قانون المعاملات الاليكترونية الأردني المؤقت رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ (تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانونا لإبداء الإيجاب او القبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي) (٥).

ونصت المادة ١٣ / ١ من قانون المعاملات والتجارة الاليكترونية لإمارة دبي (لأغراض التعاقد يجوز التعبير عن الإيجاب والقبول جزئيا او كليا بواسطة المراسلة الاليكترونية) (٦).

وقد عرفه التوجيه الأوربي (رقم ٦٦ لسنة ١٩٩٧) في شأن حماية المستهلك بأنه (كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة التي تمكن الموجه إليه الإيجاب من ان يقبل التعاقد) وهذا التعريف لا يستوفي كل خصائص الإيجاب الاليكتروني وبصفة خاصة الصفة الاليكترونية في هذا الإيجاب(٧) .

وعرف مشروع العقد النموذجي (الاونسترال) الإيجاب انه (تمثل الرسالة إيجابا اذا تضمن إيجابا لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد او أشخاص محددين ما داموا معروفين على نحو كاف وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب ان يلتزم في حالة القبول ولا تعتبر الرسالة المتاحة اليكترونيا بوجه عام ما لم يشر إلى غير ذلك) (٨) .

اما تعريف الفقه للإيجاب الاليكتروني بأنه (كل اتصال عن بعد يتم بواسطة الشبكة ويتضمن كل العناصر اللازمة المطلوبة في الإيجاب التقليدي بحيث يستطيع من وجه اليه هذا الاتصال أي كل شخص مهتم بهذا الإيجاب ان يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان) (٩).



كما عرف بأنه) تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد بحيث يتم ذلك من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية (شبكة الانترنت) مع ضرورة ان يتضمن هذا التعبير كل العناصر اللازمة لإبرام العقد بحيث يوجه إلى الشخص الذي يهيمه الأمر (الطرف القابل) فيقبل التعاقد مباشرة اثر ذلك (١٠) .

المطلب الثاني:- خصائص الإيجاب الإلكتروني

اهم ما يختص به الإيجاب الإلكتروني ما يلي :

١- ان الإيجاب الإلكتروني يكون إيجابا عن بعد فان العقد يكون عقدا مبرما عن بعد فاستخدام الإيجاب الإلكتروني لا يعرف حدودا ويزيل أي عائق جغرافي قد يحول دون اتمام هذا التصرفات وقد يكون الإيجاب مقتصر على منطقة جغرافية محددة بالرغم من توافر سمة العالمية للشبكة وهذا النوع من الإيجاب له العديد من الصور فقد يكون الإيجاب مقتصر على المنطقة التي حددها الموجب تكون صالحة او مناسبة من وجهة نظره ولا يكون صالحا إبرام العقد خارج هذه المنطقة لتوافر إمكانية الترويج في هذه المنطقة ولتوافق المنتج مع هذه المنطقة مقارنة مع مناطق اخرى لتناسبها مع العادات والاعراف الخاصة بهذه المنطقة (١١) وقد يقيد الإيجاب بقصر تسليم المبيع على منطقة جغرافية محددة سلفا بحيث لا يلتزم البائع بتسليم المبيع خارج هذه المنطقة ولكون هذه القيود تحدد مدى التزامات البائع بما يتماشى مع ظروفه الخاصة وامكاناته اجازها العقد النموذجي الذي اقترحه غرفة تجارة وصناعة باريس والمؤسسة الفرنسية للتجارة والتبادل الإلكتروني (١٢) كما اجاز العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكتروني تحديد المنطقة الجغرافية التي يغطيها الإيجاب وايضا تلك التي يغطيها تنفيذ العقد وتسليم المبيع (١٣) .

٢- ان الإيجاب الإلكتروني يتم بواسطة وسيط - مقدم خدمة الانترنت - حيث يقوم بعرض الإيجاب من خلاله بالتالي فان الإيجاب لا يكون فعالا بمجرد صدوره من الموجب وانما من الوقت الذي يتم اطلاق الإيجاب من خلال الانترنت اذ يتحقق الوجود المادي للإيجاب من هذه الفترة ويترتب على هذا التصرف كافة الآثار القانونية المترتبة على الإيجاب اما اذا تم سحب الإيجاب من شبكة الانترنت فهذا التصرف يعد انهاء له واعتباره كان لم يكن بالرغم من ابقاء الإيجاب لدى الموجب لان الوسيط لم يتيح للمتعاقدين امكانية الاطلاع عليه وبالتالي لا يمكن تصور الدخول لمكون النفس البشرية والعلم بما يدور بها من افكار فشبكة الانترنت هي وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة في التعاقد الإلكتروني من خلال رسائل البيانات التي يتم تبادلها بين طرفي العلاقة العقدية وفي بعض الحالات يختفي الإيجاب لأسباب ناتجة عن خلل فني في الشبكة او جهاز الحاسب المستخدم فهذه الاسباب لا علاقة للموجب بها ولا تحول دون بقاء الإيجاب قائما لان الحدث ليس انهاء للإيجاب وانما هو خلل في وسائل معالجة البيانات الذي يتم من خلاله ارساله الإيجاب (١٤) .

٣- يخضع الإيجاب الإلكتروني للقواعد الخاصة بحماية المستهلك التي تفرض على التاجر او المتعاقد المهني العديد من الالتزامات والواجبات تجاه المستهلك ويأتي في مقدمتها تحديد هوية البائع وعنوانه وتحديد المبيع او الخدمة المقدمة ووصفها والسعر المقابل لها وطريقة الدفع والسداد وخيار المستهلك في الرجوع في التعاقد في خلال المدة المحددة قانونا واعادة اخطار المستهلك بالمعلومات السابقة في خلال مدة لا تتجاوز ميعاد التسليم ومدة الضمان وخدمة ما بعد البيع (١٥) .

المطلب الثالث:- شروط الإيجاب الإلكتروني

للإيجاب الإلكتروني شروطا عامة تقترب من شروط الإيجاب التقليدي وشروطا خاصا كونه يتم عن طريق الانترنت وهذا ما سنتناوله في الفرعين الآتيين :-



الفرع الاول :- شروط الإيجاب الاليكتروني العامة

أولا / يجب ان يكون الإيجاب الاليكتروني واضحا و محددا تحديدا نافيا للجهاالة

يجب ان يتضمن الإيجاب بصورة عامة على كافة العناصر الأساسية للعقد فمثلا لو كنا بصدد عرض للبيع فيجب ان يتضمن الإيجاب تحديدا كافيا للمبيع والثمن(١٦) .

وينطبق ذلك على الإيجاب في العقود التي تبرم عبر الانترنت فيجب أن يتضمن الإيجاب على البيانات التي تدل على هوية الموجب او مقدم الخدمة وجميع ما يفيد تحقيق قناعة القبول للطرف الآخر مما يؤدي إلى العلم الكافي للمستهلك قبل انعقاد العقد بمزايا المنتج او الخدمة محل التعاقد من اجل حماية المستهلك في التعاقد عن بعد حتى تتحقق خصوصيات الإيجاب الاليكتروني (١٧) لذلك يأتي دور المشرع في التأكيد على وجوب إعلام المستهلك بالسلعة المعروضة عليه حتى لا يقع في غلط او لبس وتأتي أهمية إعلام المستهلك بالسلعة او الخدمة في مجال المبادلات الاليكترونية على الأخص وذلك لان كل من البائع والمشتري في مكان بعيد عن الآخر والسلعة المعروضة على شبكة الانترنت لا يستطيع المشتري معاينتها على الطبيعة والتأكد من سلامتها وملامتها لاحتياجاته الشخصية حيث ان الإعلان عن السلعة غالبا ما يشوبه نوع من الإبهار والحث على الشراء سواء بوسائل مشروعة او غير مشروعة (١٨) .

ومثال ذلك ما اشترطه تقنين الاستهلاك الفرنسي على المورد صاحب الإعلان إعلام المستهلك بخصائص السلع والخدمات محل العقد والأسعار وشروط البيع وتاريخ تسليم السلعة او تقديم الخدمة ومدة بقاء او سريان الاعلان بطريقة واضحة دقيقة (١٩) .

ومن الجدير بالذكر انه اذا لم يحدد محل العقد تحديدا نافي للجهاالة فلا يعتبر عندالشك إيجابا بل دعوة للتفاوض(٢٠) أي ان العروض التي تبث عن طريق المواقع التجارية والبريد الاليكتروني وغيرهما مما يبث عن طريق الشبكة العالمية الانترنت من إعلانات ودعاية للعديد من المنتجات والخدمات لا تعتبر إيجابا اذا لم تتضمن كل العناصر التي تبين الرغبة الباتة لدى الموجب في التعاقد و ابرام العقد كتحديد ثمن المبيع وكل شروط البيع ومواصفات المبيع وباقي العناصر الأخرى التي تهم المشتري في اتخاذ قراره بالتعاقد او رفضه فهذه البيانات تعد من المستندات التعاقدية ويكون لها القوة الملزمة للعقد ولا يمكن لعارضها ان ينكر صفتها التعاقدية الملزمة (٢١) .

ثانيا / يجب ان يكون الإيجاب الاليكتروني موجها إلى شخص معين او إلى اشخاص معينين

ان الإيجاب المعتبر هو الإيجاب الصريح او الضمني اللذان يرتبان اثرا قانونيا في حين ان السكوت لا يرتب أي اثر ولا يعتد به والإيجاب كذلك حمل الطرف الاخر على الرد بالقبول او الرفض فاذا كان الإيجاب موجها إلى شخص معين او أشخاص معينين فترتب عليه اثر والسبب هو تعيين الشخص المقصود بالإيجاب(٢٢) .

ولكن ما حكم العرض الموجه إلى الجمهور والعرض من خلال الإعلانات والنشرات عبر الانترنت ؟ كان يعرض تاجر بضاعته على الجمهور من خلال الشبكة ويحدد سعرها ومدة بقاء العرض.

ذهب جانب من الفقه ان الإيجاب الموجه إلى الجمهور والمحدد تحديدا نافيا للجهاالة يعد إيجابا بالمعنى الصحيح وهذا ما يلاحظ على التجار حين يعرضون سلعهم مع تحديد أسعارها للناس كافة فهذا العمل يعد إيجابا ويتم به العقد في حالة تعبير الطرف الاخر (المشتري) عن ارادته بالقبول (٢٣) في حين يرى جانب من الفقه ان الإيجاب الموجه إلى الناس كافة لا يعد إيجابا وانما دعوة للتفاوض لان الشخص المقصود بالإيجاب غير معين فعند عرض بضاعة عبر الانترنت ودعوة الناس كافة إلى شرائها فهذا العرض لا يعد إيجابا كونه غير محدد وموجه لشخص معين وانما غرضه الترويج للبضاعة وتشويق الاخرين بالمنتج للإقبال عليه(٢٤) .

وقد وقفت اتفاقية فيينا لعام ١٩٨٠ والتي تتعلق بعقود البيع الدولي للبضائع بين الاتجاهين اذ تنص المادة ١٤ منها (ولا يعد العرض الذي يوجه إلى شخص او أشخاص غير معينين الا دعوة إلى الإيجاب ما لم يكن الشخص



الذي صدر عنه الإيجاب قد ابان بوضوح عن اتجاه قصده إلى خلاف ذلك) (٢٥) فالاتفاقية جاءت متفقة مع التعاملات التجارية السائدة فالأصل ان العرض الموجه إلى الجمهور لا يعد إيجابا ولكن كاستثناء اذا اتجهت إرادة الشخص الذي صدر عنه الإيجاب وابان بوضوح خلاف ذلك وانه يقبل التعاقد مع كل شخص يعرض القبول لإتمام العقد كان ذلك متوافقا للارادتين وترتب عليه آثار قانونية(٢٦).

ثالثا / ان يكون الإيجاب باتا او جازما بالالتزام

هناك ثمة فرق بين الإيجاب البات الذي تتجه فيه النية إلى ابرام العقد وبين الإيجاب غير البات الذي يعد في هذه الحالة دعوة إلى التعاقد كما ان العقد لا يكتمل بإيجاب الطرف الاخر فحسب بل لا بد للطرف الاخر من التعبير عن ارادته بالقبول وعليه فان الإيجاب البات والجازم هو شرط اساسي ولازم في العقد فهو الذي يميز مرحلة التفاوض عن مرحلة اتمام العقد وانهاؤه والوصول به إلى عقد مرتب لأثاره القانونية(٢٧) وبذلك اذا حدد الإيجاب تحديدا واضحا وكاملا عبر الانترنت فان العقد ينقصد بتوافر القبول(٢٨).

ومن الجدير بالذكر ان اغلب المعلنين عن طريق شبكة الانترنت يحاولون الالتفاف على الجزم فيه بالتحول إلى دعوة الطرف الاخر للتفاوض خوفا من حصول تقصير في المستقبل من جانبهم ومسائلتهم قانونا عن هذا التقصير ويتم هذا الالتفاف من خلال ذكرهم لبعض العبارات أثناء الاعلان او ارسال الإيجاب مثل عبارة العرض لفترة محدودة ، دون التزام اذا لم يتم القبول او ارسال رسالة تأكيد بعد القبول تؤكد اتمام العقد(٢٩) .

الفرع الثاني : شروط الإيجاب الاليكتروني الخاصة

اولا : شرط استعمال اللغة الوطنية

تستوجب بعض التشريعات استعمال اللغة الوطنية في كل العقود التجارية لخصوصية التجارة الاليكتروني لخصوصية التجارة الاليكترونية حيث ان الشبكة تخاطب مشتركين من دول مختلفة تبادل وجهات النظر عن الشرط سالف الذكر في مثل هذه الانواع من العقود(٣٠) ومنها التشريع الفرنسي الصادر في ٤ اغسطس ١٩٩٤ المسمى بقانون toubon اذ توجب المادة ٢منه(استعمال اللغة الفرنسية او على الاقل الترجمة بها في التعبير عن الإيجاب في كل انواع التجارة ومن ثم في التجارة الاليكترونية وعلى وجه الخصوص في وصف الشيء او الخدمة او المنتج وتعيين نطاقه وما له من ضمان وكذلك طريقة التشغيل او الاستعمال وفي الفواتير والايصالات)(٣١) .

ومن الجدير بالذكر انه جاء في التوجيه الاوربي في المادة ٤ / ٣ (في التعاقد بواسطة الهاتف يتعين على المزود ان يعرف نفسه للمستهلك وتوضيح هدف العملية التجارية منذ بداية المكالمة مع المستهلك) وكذلك الفقرة ٨ من النص الاوربي الموحد الذي اعتمدته لجنة الوساطة اللاوربية بتاريخ ٢٧ / ١١ / ١٩٩٦ عندما نصت على ان (اللغة المستخدمة في التعاقد بوسائل الاتصال عن بعد تعتبر امرا ذا شان في دول الاتحاد الاوربي).

نستنتج من ذلك ان مراعاة اللغة الام لكل مستهلك ليتسنى فهم مضمون وموضوع العقد واية شروط اخرى وهذه اقل الحقوق التي تجب مراعاتها في القوانين الوطنية وخصوصا في مجال العقود المبرمة بواسطة شبكة الانترنت والتي غالبا ما يجهل المتعاقد من خلالها هوية المتعاقد الاخر (٣٢).

ثانيا : شرط تحديد النطاق الجغرافي للإيجاب

لا تنقيد التجارة عبر الشبكات بحدود الدول فيمكن ان يظهر الإيجاب على الشبكة في اليابان في اقصى الشرق وفي بيرو في اقصى الغرب لذا نلاحظ ان بعض العقود تشتترط ما يسمى نطاق التغطية بمعنى تحديد النطاق الجغرافي الذي يغطيه الإيجاب ومثال ذلك ما نص عليه عقد المركز التجاري infonie (العروض ليست



صالحة الا في الاقليم الفرنسي كما تنص شروط المركز التجاري apple store على ان هذا المركز يبيع المنتجات في الولايات المتحدة والاسكا وهاواي فقط (٣٣) .
وفي مثل هذه العقود التي تتضمن هذا الشرط فان العقد لا ينعقد الا اذا لاقى قبولا يقع في النطاق الجغرافي يحدده الإيجاب ومن المهم ملاحظة ان ايراد مثل هذا التحديد انما يهدف إلى ابرام عقود ضمن نطاق جغرافي وقانوني امن بالنسبة للموجب حيث ان بعض القوانين الاجنبية قد تتضمن قيودا على هذا النوع من التجارة بهدف حماية المستهلكين (٣٤) .

المبحث الثاني:- صور الإيجاب الاليكتروني

يتم الإيجاب الاليكتروني باستخدام وسائل اليكترونية كالبريد الاليكتروني والمحادثة او عن طريق صفحة الويب وهذا ما سنبحثه في المطالب الآتية :

المطلب الاول :- الإيجاب عبر البريد الاليكتروني

هناك الالاف بل ربما مئات الالاف من الرسائل التي تنتقل عبر نظام بريد الانترنت يوميا وليس من المغالاة القول بان اقتصاد العالم اجمع يعتمد على هذا النظام واهم ما يستطيع نظام البريد الاليكتروني تأمينه هو التواصل بين شخصين تفصل بينهما الالف الكيلومترات دون ان يلتقيا فعليا وشخصيا وما على الشخص الذي لديه اشتراك انترنت الا اللوج إلى أي عنوان بريد الكتروني يود ارسال رسالة اليه او استقبال رسالة منه وما على المرسل الا كتابة عنوان المرسل اليه على الشبكة فتصل رسالته حالا حيث يستخدم المرسل البرنامج الخاص بذلك لتقوم بكتابة الرسالة وحين تصبح جاهزة سيطلب من البرنامج ارسالها هنا سيقوم البرنامج بالاتصال مع الحاسب المضيف (المرسل اليه) ويتم ارسال الرسالة فورا وفي الطرف الثاني يقوم المرسل اليه بفحص برنامج البريد الاليكتروني العائد له فتتم المراسلة والاستقبال(٣٥) كما ان المرسل يستطيع ارسال تعبيره عن ارادته (رسالته) في ان واحد إلى عشرات الاشخاص في دول مختلفة وذلك باستخدام برنامج معين(٣٦) .

ومن الجدير بالذكر ان قانون الأونسترال النموذجي نص على الوسائل الاليكترونية التي تستخدم للتعبير عن الارادة اذ تنص المادة ٢ / ١ (ان ارسال البيانات يشمل أي معلومات يتم انتاجها او ارسالها او استلامها او تخزينها بوسائل الكترونية او ضوئية او بوسائل مماثلة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر التبادل الاليكتروني للبيانات او البريد الاليكتروني او البرق او التلكس او الفاكس) وتنص المادة ٢ / ب من القانون نفسه على ان (ان التبادل والتعبير الاليكتروني يشمل أي وسيلة ابلاغ الكترونية مثل ارسال البيانات من كمبيوتر إلى كمبيوتر في شكل قياسي واحد او عبر البريد الاليكتروني) (٣٧) .

ويلاحظ ان الإيجاب عبر البريد الاليكتروني اما ان يكون موجه لشخص واحد فقط واما ان يكون موجه لعدة اشخاص ويرى البعض ان الإيجاب الموجه إلى شخص واحد فقط عبر البريد الاليكتروني يكون ايجاب غير ملزم الا اذا تضمن الإيجاب الزاما للموجب بالبقاء على ايجابه لفترة محددة كما يمكن استخلاص المدة من طبيعة الإيجاب والاعراف المتداولة لهذا الإيجاب فاذا كان ايجابا غير ملزم فانه يمكن ان يتم به العقد متى كان باتا وجازما ومحددا كما مكن رفضه عبر البريد الاليكتروني اذا قام الشخص الموجب له بإغلاق جهاز الكمبيوتر او بإعطاء إشارة إلى انه انتقل إلى موقع جديد غير موقع الموجب فيكون الموجب له قد قام بفعل دل على الاعراض فابطل الإيجاب .

اما اذا كان الإيجاب عبر البريد الاليكتروني موجه لعدة اشخاص فانه يكون عند الشك مجرد دعوة للتعاقد وليس ايجابا (٣٨) .



المطلب الثاني :- الإيجاب عبر شبكة المواقع WEB

قد يرغب الموجب في توجيه ايجابه إلى الجمهور أي إلى الكافة وهذه الرغبة تتحقق باستخدامه لتقنية الويب او ما يعرف بصفحة الويب او صفحة الاستقبال فقد تصادف مستخدم شبكة الانترنت الكثير من المواقع على صفحة الويب والتي تعرض المنتجات ومختلف البضائع من السلع والخدمات التي لا حصر لها حيث ان العميل المحتمل في هذه الحالة لن يكون محددًا بعينه فيكون الإيجاب على هذه الصفحة ايجابا ويكون لمستعمل الشبكة مطلق الحرية في الرد على هذا الإيجاب وفي التعاقد تبعًا لذلك وذلك عن طريق ارسال حد ادنى من البيانات وخصوصًا تلك التي تتعلق بتحديد هوية شخصه او ما يتعلق بالبيانات المصرفية وحالة ذمته المالية او ما يتعلق بالوفاء(٣٩).

ويتخذ الإيجاب الصادر عبر شبكة الانترنت باستخدام صفحة الويب شكل اعلان يأتي وفق الصور الاتية :-

١- قد يتم الإيجاب عبر اعلان على احد المواقع المخصصة للإعلانات مثل تلك المواقع التي تكون معروفة والتي يكفي فيها الضغط على احدى الكلمات او الصور الملفتة للنظر وذلك من اجل ان تؤدي إلى نفاذ الزائر إلى هذا الموقع .

٢- قد يأتي الإيجاب صورة اعلان يشغل جزءا من احد المواقع او من صفحة الاستقبال بحيث يكون بإمكان متابع الموقع رؤيته عند الدخول إلى الموقع .

٣- وقد يأتي الإيجاب من خلال اعلان عنه موجود باختصار في صفحة الاستقبال وفي اكثر من موقع عليها (٤٠) و يكون الإيجاب في هذه الحالة كاملا اذا استكمل شروطه العامة ولكن في بعض الحالات قد يعد الامر مجرد دعوة إلى التفاوض على الرغم من تحديد من صدر منه التعبير الشروط الجوهرية التي يتم التعاقد بمقتضاها كأن تكون فيها شخصية المتعاقد الاخر محل اعتبار لدى من صدر منه التعبير عن الارادة مثل ذلك الاعلان عن مستخدمين او عن مستأجرين ففي مثل هذه الحالة يحتفظ من صدر منه التعبير لنفسه بحق الموافقة على من يتقدم اليه بناء على الدعوى التي وجهها نظرا لان شخصية المتعاقد محل اعتبار لديه ، ا وان يكون الإيجاب مقترنا بتحفظات صريحة او تفهم ضمنا من الارادة المفترضة للموجب او بما تجري به العادة في التعامل في ظروف معينة(٤١) من ذلك مثلا ان يعرض شخص التعاقد بثمن معين مع احتفاظه بحقه في تعديل هذا الثمن تبعًا لتغير الاسعار في السوق او البورصة فالإيجاب هنا معلق على شرط عدم تغير الاسعار ومن ذلك ايضا حالة ما اذا عرض تاجر سلعة ذات كمية محدودة بثمن معين فانه لا يلتزم باي قبول يصدر منه بعد نفاذ ما لديه من السلعة وهذا ما ينطبق تماما على الإيجاب عبر مواقع الشبكة(٤٢) .

المطلب الثالث:- الإيجاب عبر وسائل الحديث والمشاهدة عن طريق الانترنت

عندما نذكر كلمة حديث على الشبكة فأنا نعني عدة اشكال من الاتصال حيث يمكن التعاقد بين عدة اشخاص بشكل فوري أي دون حاجة لمرور وقت فاصل والحديث يمكن ان يكون عبارة عن تبادل رسائل مقسمة على الشاشة حسب عدد الأشخاص كما قد يتضمن تبادلا مباشرا للكلام وقد يتطور حسب برنامج ووجود كاميرات فيديو ان يصبح الحديث المشاهدة الكاملة(٤٣) ويلاحظ هنا ان التعبير يمكن ان يكون بالكتابة او بالكلام المباشر او بالإشارة او بالمبادلة عن طريق بطاقات الانتماء وكما يكون تعبيرًا صريحًا يمكن ان يكون ضمنيًا ونلاحظ انه يمكن ان يكون امام مجلس عقد افتراضي على اساس ان المتعاقدين يشاهدان ويسمعان بعضهم البعض(٤٤).



المبحث الثالث :- سقوط الإيجاب الالكتروني

رغم صدور الإيجاب صحيحا واتصاله بعلم من وجه اليه الا انه يسقط ويزول كل اثر له في حالات معينة تختلف باختلاف ما اذا كان الإيجاب ملزما ام غير ملزم وهذا سنتناوله في مطلبين يتعلق المطلب الاول بسقوط الإيجاب الملزم ويختص المطلب الثاني بسقوط الإيجاب غير الملزم .

المطلب الاول:- سقوط الإيجاب الملزم

نصت المادة ٨٤ من القانون المدني العراقي على ما يأتي ((اذا حدد الموجب ميعادا للقبول التزم بإيجابه إلى ان ينقضي هذا الميعاد)) .

ومؤدى هذا النص ان اقتران الميعاد بالإيجاب يجعله ملزما واساس الالتزام هو الارادة المنفردة بنص القانون وقد يستفاد الالتزام من طبيعة الحال وظروف المعاملة فالبيع بشرط التجربة يستلزم تفيد البائع بإيجابه خلال المدة اللازمة للتجربة اما اذا كان الإيجاب صادرا لغائب وجب على الموجب ان يقيم على ايجابه المدة اللازمة لوصول القبول اليه على افتراض ان القابل سوف يبعث برده دون ابطاء وغني عن البيان ان الموجب اذا لم يحدد ميعادا للقبول او لم يكن هذا الميعاد مستفادا من طبيعة الحال وظروف المعاملة فانه يسوغ له العدول عن ايجابه متى شاء ما دام لم يتلاق بالقبول (٤٥) وحالات سقوط الإيجاب الملزم هي :

اولا : رفض الموجب له الإيجاب

ان الرفض الصريح للإيجاب يؤدي إلى سقوطه ولا مجال للتراجع عن الرفض طالما وصل للموجب الذي يكون له الحق في البحث عن متعاقد اخر وبالتالي لا يستطيع من رفض الإيجاب العودة أو الرجوع عن الرفض طبقا للقاعدة الفقهية الساقط لا يعود كما ان رفض الإيجاب له عدة صور منها الرفض الصريح للإيجاب كان يحدد الموجب للموجه اليه الإيجاب عبر البريد الالكتروني مدة شهر لقبول الإيجاب فيكون الرد بالرفض الصريح من الموجه اليه قبل مدة الشهر عندئذ يسقط الإيجاب وقديكون رفض الإيجاب ضمنيا اذا اقترن القبول بما يزيد في الإيجاب او يقيد منه او يعدل فيه اعتبر رفضا يتضمن ايجابا جديدا وبالمثل عبر الانترنت فانه يتوجب ايجاب من خلال البريد الالكتروني او صفحات الويب متضمنا شروطا تفصيلية عن الإيجاب كالسعر ومكان التسليم وغيرها فيقوم الموجه اليه الإيجاب بقبوله مع التعديل في بعض الشروط عندها يعتبر رفضا ويسقط الإيجاب الاول (٤٦).

ثانيا : انقضاء المدة المحددة للإيجاب

يسقط الإيجاب الملزم الصادر عبر الانترنت اذا انقضى الميعاد الذي حدده الموجب لصدور القبول فاذا انقضى هذا الميعاد انقضى التزام الموجب بالبقاء على ايجابه من جهة ومن جهة اخرى يسقط ايجابه واذا صدر القبول بعد سقوط الإيجاب في هذه الحالة يعتبر ايجابا جديدا (٤٧) ثالثا : تخلف الشرط الذي علق عليه الإيجاب قد يقوم الإيجاب وقد علق على شرط وبهذا فانه يسقط الإيجاب في حالة تخلف ذلك الشرط (٤٨).

المطلب الثاني :- سقوط الإيجاب غير الملزم

يسقط الإيجاب غير الملزم الصادر عبر الانترنت اذا تحققت احدى الحالات التالية

اولا: اذا رجع الموجب عن ايجابه قبل صدور القبول من الطرف الاخر (٤٩) .

ثانيا: اذا كرر الموجب الإيجاب قبل صدور القبول فتكرار الإيجاب يبطل الإيجاب الاول وتكون العبرة للإيجاب الذي صدر اخيرا (٥٠) .

ثالثا: اذا انفض مجلس العقد دون قبول ولم يرجع الموجب في ايجابه (٥١) .

رابعا: اذا رفض الموجب الإيجاب او تخلف الشرط الذي علق عليه (٥٢).



خامسا: اذا رجع الموجب عن ايجابه قبل قبول الموجه له الإيجاب(٥٣) .

الخاتمة .

في خاتمة بحثنا توصلنا إلى النتائج والمقترحات التالية

اولا : النتائج :

- ١- يخضع الإيجاب الاليكتروني للقواعد الخاصة بحماية المستهلك التي تفرض على التاجر او المتعاقد المهني العديد من الالتزامات والواجبات تجاه المستهلك ويأتي في مقدمتها تحديد هوية البائع وعنوانه وتحديد المبيع او الخدمة المقدمة ووصافها والسعر المقابل لها وطريقة الدفع والسداد وخيار المستهلك في الرجوع في التعاقد في خلال المدة المحددة قانونا واعادة اخطار المستهلك بالمعلومات السابقة في خلال مدة لا تتجاوز ميعاد التسليم ومدة الضمان وخدمة ما بعد البيع.
- ٢- لم تعرف القوانين التي نظمت التجارة الاليكترونية الإيجاب الاليكتروني وانما احالت احكامه ومفهومه للقواعد العامة.
- ٣- يجب ان يتضمن الإيجاب بصورة عامة على كافة العناصر الأساسية للعقد فيجب أن يتضمن الإيجاب على البيانات التي تدل على هوية الموجب او مقدم الخدمة وجميع ما يفيد تحقيق قناعة القبول للطرف الآخر.
- ٤- ان الإيجاب الموجه إلى الناس كافة لا يعد إيجابا وانما دعوة للتفاوض لان الشخص المقصود بالإيجاب غير معين فعند عرض بضاعة عبر الانترنت ودعوة الناس كافة إلى شرائها فهذا العرض لا يعد إيجابا كونه غير محدد وموجه لشخص معين وانما غرضه الترويج للبضاعة وتشويق الاخرين بالمنتج للإقبال عليه.

ثانيا : المقترحات :

- ١- نتمنى من المشرع العراقي ان يعجل بإصدار قانون ينظم التجارة الاليكترونية بكافة جوانبها اسوة بالمشرع المصري والاردني والاماراتي لكي يستطيع مواكبة التطور الهائل والسريع في مجال التكنولوجيا والاستخدامات الهائلة للانترنت في شتى المجالات .
- ٢- ان موضوع الإيجاب الاليكتروني يحتاج إلى تنظيم دقيق وتفصيلي فالقواعد العامة التي نظمت هذا الموضوع لم تعد كافية لحل المشاكل القانونية التي تنتج عن الإيجاب الاليكتروني ، اذ لا يوجد كما نوهنا سابقا قانون عراقي ينظم التجارة الاليكترونية في وقت اصبح التعامل عن طريق الانترنت شائعا في العراق خاصة بعد سقوط النظام البائد وعدم وجود قانون يحمي المواطن العراقي في حالة استخدامه التكنولوجيا لعرض رغبته في التعاقد في شتى المجالات اذا تعرض لاحتيال او غش .
- ٣- الافضل ان تشرع نصوص قانونية تلزم المتعاقد بان يستخدم اللغة الوطنية حماية لحقوقه لان في عقود التجارة الاليكترونية غالبا ما يكون المتعاقد يجهل فيها هوية المتعاقد الاخر.
- ٤- الافضل ان يتم تحديد نطاق جغرافي معين للتعاقدات عبر الانترنت حماية لحقوق المستهلكين .
- ٥- اصدار قوانين توضح طبيعة الانشطة المختلفة التي تمارس عبر وسائل الاتصال الحديثة .
- ٦- انشاء دائرة قضائية تختص بالنظر بالمنازعات الاليكترونية بحيث تشمل في تشكيلها خبيرا متخصصا في مجال تقنيات الاتصال وعقد دورات تدريبية لرجال القضاء بهدف اعداد كوادر قضائية تواكب المستجدات الحديثة في مجالات التقنية المختلفة .
- ٧- دعم الخبراء بوزارة العدل بالمتخصصين في مجال تقنية المعلومات وذلك تسهيلا لمهمة القاضي في الفصل بالمنازعات المتعلقة بالتعاقد الاليكتروني .



الهوامش.

- ١- محمد بن ابي بكر بن عبد القادر الرازي مختار، الصحاح، الكويت، دار الرسالة، ١٩٨٣، ص ٧٠٩.
- ٢- منذر الفضل، النظرية العامة للالتزامات، ج/١، دار الثقافة عمان، ١٩٩٦، ص ١١١.
- ٣- توفيق حسن فرج ومحمد يحيى مطر، الأصول العامة للقانون، الدار الجامعية الإسكندرية، ١٩٨٨ ص ٣٩٥.
- ٤- إبراهيم الدسوقي ابو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، ط/١، الكويت، جامعة الكويت، ٢٠٠٣، ص ٨٦.
- ٥- قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١.
- ٦- قانون المعاملات والتجارة الالكترونية لإمارة دبي رقم (٢) لسنة ٢٠٠٠.
- ٧- التوجيه الأوربي (رقم ٦٦ لسنة ١٩٩٧) نقلا عن اسامة ابو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٨- مشروع العقد النموذجي (الاونسترال) رقم ١٩٩٦.
- ٩- اسامة مجاهد، مصدر سابق، ص ٦٩.
- ١٠- محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ٦٧.
- ١١- محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية، ط/١، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ٦٣.
- ١٢- ابراهيم دسوقي ابو الليل، مصدر سابق، ص ٩٠.
- ١٣- اسامة ابو الحسن مجاهد، مصدر سابق، ص ٧٧.
- ١٤- محمد فواز المطالقة، مصدر سابق، ص ٦٥.
- ١٥- ابراهيم دسوقي ابو الليل، مصدر سابق، ص ٨٩.
- ١٦- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، المجلد الأول، ط/٣، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨١، ص ٢٦١.
- ١٧- محمود السيد عبد المعطي خيال، الانترنت وبعض الجوانب القانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١٢٠.
- ١٨- محمد أمين الرومي، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت، ط/١، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٨٥.
- ١٩- بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، ط/١، عالم الكتب الحديثة، اربد، ٢٠٠٤، ص ٦٠ هامش (٥).
- ٢٠- بشار طلال مومني، مصدر سابق، ص ٥٩.
- ٢١- ابراهيم الدسوقي أبو الليل، مصدر سابق، ص ٩١، ٩٢.
- ٢٢- عيسى لافي حسن الصمادي، عقد نقل التكنولوجيا الالكترونية عبر الانترنت، ط/١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٧٥.
- ٢٣- عباس العبودي، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري، ط/١، دار الثقافة، عمان، ١٩٩٧، ص ٩٨، ٩٩.
- ٢٤- عيسى لافي، مصدر سابق، ص ٧٦.
- ٢٥- احمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت، ط/١، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٢، ص ٦٦، هامش (٢).
- ٢٦- عباس العبودي، مصدر سابق، ص ١٠٠.



- ٢٧- عيسى لافي حسن الصمادي ، مصدر سابق ، ص ٧٧ .
- ٢٨- بشار طلال مومني ، مصدر سابق ، ص ٦١ .
- ٢٩- بشار محمود دودين ، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت (رسالة ماجستير) ، ط/١ ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٦ ، ص ١٢٨ .
- ٣٠- نضال اسماعيل برهم ، احكام عقود التجارة الاليكترونية ، ط/١، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥ ، ص ٤٠ .
- ٣١- . التشريع الفرنسي الصادر في ٤ اغسطس ١٩٩٤ المسمى بقانون toubon .
- ٣٢- محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الاليكترونية، ط/١ عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ٤٧ .
- ٣٣- اسامة ابو الحسن مجاهد ، مصدر سابق ، ص ٤٠ .
- ٣٤- نضال اسماعيل برهم ، مصدر سابق ، ص ٤١ .
- ٣٥- احمد خالد العجلوني ، مصدر سابق ، ص ٤٥ .
- ٣٦- ايمن درويش ، ط/١ ، المرجع الكامل لخدمات الانترنت ، دار شعاع للنشر والعلوم حلب ، سوريا ، ١٩٩٨ ص ٦٩ ص ٧٠ .
- ٣٧- قانون الأونسترال النموذجي.
- ٣٨- محمد امين الرومي ، التعاقد الاليكتروني عبر الانترنت ، ط ١ دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص ٩١ .
- ٣٩- اسامة مجاهد ، مصدر سابق ، ص ٧١ ص ٧٢ .
- ٤٠- فاروق الاباصيري ، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات عبر شبكة الانترنت ، دراسة تطبيقية لعقود التجارة الاليكترونية الدولية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، ص ٣٥ .
- ٤١- احمد خالد العجلوني ، مصدر سابق ، ص ٧٣ .
- ٤٢- توفيق حسن فرج ، النظرية العامة للالتزامات ، ص ٨٨ .
- ٤٣- محمد بلال الزعبي واخرون ، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة ، دار وائل للطباعة ، عمان ، ط ٣ ، ١٩٩٩ ، ص ٣٨٨ . وينظر أيضا p 1990 , kata belt , step by step to mycrosot word 365 .
- ٤٤- احمد خالد العجلوني ، مصدر سابق ، ص ٤٨ .
- ٤٥- عبد المجيد الحكيم عبد الباقي البكري، الوجيز في نظرية الالتزام في القانون المدني العراقي، ج/١، ١٩٨٠ .
- ٤٦- بشار طلال مومني، مصدر سابق ، ص ٦٥ .
- ٤٧- بشار محمود دودين ، مصدر سابق ، ص ١٣٤ .
- ٤٨- عيسى لافي ، مصدر سابق ، ٨١ .
- ٤٩- بشار محمود دودين، مصدر سابق ، ١٣٤ .
- ٥٠- بشار محمود دودين ، مصدر سابق ، ص ١٣٥ .
- ٥١- عيسى لافي ، مصدر سابق ، ص ٨١ .
- ٥٢- عيسى لافي، مصدر سابق ، ص ٨٢ .
- ٥٣- عيسى لافي، مصدر سابق ، ص ٨٢ .



المصادر.

اولا : الكتب

- ١- إبراهيم الدسوقي ابوالليل ،الجوانب القانونية للتعاملات الاليكترونية،ط/١،الكويت،جامعة الكويت ، ٢٠٠٣.
- ٢- احمد خالد العجلوني ، التعاقد عن طريق الانترنت ، ط/١ ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان ، ٢٠٠٢.
- ٣- اسامة مجاهد،خصوصية التعاقد عبر الانترنت،دار النهضة العربية للنشر والتوزيع والطباعة،القاهرة، ٢٠٠٠
- ٤- بشار طلال مومني ، مشكلات التعاقد عبر الانترنت ، ط/١ ، عالم الكتب الحديثة،اربد ، ٢٠٠٤.
- ٥- توفيق حسن فرج و محمد يحيى مطر ، الأصول العامة للقانون ، الدار الجامعية الإسكندرية، ١٩٨٨.
- ٦- عباس العبودي ، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري ، ط/١ ، دار الثقافة، عمان ، ١٩٩٧.
- ٧- عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني ، نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام ، المجلد الأول ، ط / ٣ ، العقد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٨١.
- ٨- فاروق الاباصيري ، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات عبر شبكة الانترنت ، دراسة تطبيقية لعقود التجارة الاليكترونية الدولية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية.
- ٩- محمد ابراهيم ابو الهيجاء،عقود التجارة الاليكترونية، ط/١،عمان،دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥.
- ١٠- محمدامين الرومي،التعاقد الاليكتروني عبر الانترنت، ط ١ دار المطبوعات الجامعية،الاسكندرية، ٢٠٠٤.
- ١١- محمد حسين منصور ، المسؤولية الاليكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣.
- ١٢- محمد فواز المطالقة،الوجيز في عقود التجارة الاليكترونية ط/١،عمان،دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦.
- ١٣- محمد بن ابي بكر بن عبد القادر الرازي مختار، الصحاح، الكويت، دار الرسالة، ١٩٨٣.
- ١٤- محمود السيد عبد المعطي خيال،الانترنت وبعض الجوانب القانونية،دار النهضة العربية،القاهرة، ٢٠٠٠.
- ١٥- منذر الفضل ، النظرية العامة للالتزامات ، ج/١ ، دار الثقافة ، عمان، ١٩٩٦ ، ص ١١١.
- ١٦- نضال اسماعيل برهم،احكام عقود التجارة الاليكترونية،ط/١،عمان،دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.

ثانيا : القوانين

- ١- القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١.
- ٢- قانون المعاملات الاليكترونية الأردني رقم ٨٥ لسنة ٢٠٠١ .
- ٣- قانون المعاملات والتجارة الاليكترونية لإمارة دبي رقم (٢) لسنة ٢٠٠٠.

ثالثا : المصادر الاجنبية

kata belt , step by step to mycrosot word , 1990,