

الإيجاب الإلكتروني في التشريع الجزائري: دراسة تحليلية للمفهوم والأحكام القانونية

The Electronic Offer in Algerian Legislation : An Analytical Study of the Concept and Legal Provisions

جحنيط خديجة*

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج (الجزائر)، khadidja.djahnit@univ-bba.dz

تاريخ النشر: 2025/12/18

تاريخ القبول: 2025/12/11

تاريخ الاستلام: 2025/07/04

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على خصوصية الإيجاب الإلكتروني كوسيلة إلكترونية للتعبير عن الإرادة، وذلك من أجل فهم الإيجاب الإلكتروني وتمييزه عن الإيجاب التقليدي ومدى توافقه مع أحكام النظرية العامة للعقد. وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى إمكانية تكييف الإيجاب الإلكتروني في ظل أحكام النظرية العامة للعقد ومدى الحاجة إلى تدخل تشريعي لمسايرة خصوصياته لا سيما في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، بالاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي، ووفق خطة ثنائية من محورين تناولت في الأول منه مفهوم الإيجاب الإلكتروني، أما المحور الثاني فقد خصصته لدراسة مختلف الأحكام المتعلقة به.

وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة محورية مفادها أن الإيجاب الإلكتروني يتسم بمجموعة من الخصائص المرتبطة بطبيعة البيئة الرقمية، سواء من حيث وسيلة التعبير عنه، سرعة الوصول أو تعدد الوسائط التقنية المستخدمة، هذه الخصائص تستلزم إعادة النظر في بعض القواعد القانونية التقليدية.

غير أن الإيجاب الإلكتروني يظل يدخل في الإطار العام لنظرية العقد، حيث لا يعدو كونه تطورا في وسائل التعبير عن الإرادة، مما يستدعي تدخلا تشريعا لتنظيم التعاقد الإلكتروني عامة وضبط الإيجاب الإلكتروني خاصة مع مراعاة خصوصيته، والعمل على توحيد المفاهيم والمصطلحات القانونية المرتبطة بالإيجاب الإلكتروني على المستوى التشريعي والقضائي مما يساعد في تحقيق التوازن المطلوب بين التطور التكنولوجي والضمانات القانونية للعقد.

كلمات مفتاحية: الإيجاب الإلكتروني، التعاقد عبر الانترنت، التعبير عن الإرادة، العقد الإلكتروني.

Abstract:

This study aims to identify the particular features of the electronic offer as an electronic means of expressing will, in order to understand the electronic offer, distinguish it from the traditional offer, and determine the extent of its compatibility with the general theory of contract.

The study problem revolves around the extent to which the electronic offer can be characterized under the provisions of the general theory of contract, and whether there is a need for legislative intervention to keep pace with its particularities, especially in light of rapid technological developments. The study relies on both descriptive and analytical methodologies, following a two-part structure. The first part addresses the

concept of the electronic offer, while the second part is devoted to studying its various related provisions

The study concludes that the electronic offer is characterized by a set of features inherent to the digital environment, whether in terms of the means of expression, speed of transmission, or the multiplicity of technical media used. These characteristics require reconsideration of certain traditional legal rules.

However, the electronic offer still falls within the general framework of contract theory, as it merely represents a development in the means of expressing will. This calls for legislative intervention to regulate electronic contracting in general and to define the electronic offer in particular, while taking its unique features into account. Moreover, harmonizing legal concepts and terminology related to the electronic offer at both the legislative and judicial levels would contribute to achieving the necessary balance between technological progress and the legal safeguards of contracts.

Keywords: Electronic Offer, Online Contracting, Expression of Will, , Electronic Contract.

مقدمة:

شهد العالم تطورا هائلا ومتسارعا خاصة في مجال تكنولوجيا عالم الاتصالات ،الذي كان له الأثر البالغ على التجارة الإلكترونية عامة والتعاقد الإلكتروني خاصة ، إذ أصبح من الممكن إبرام عقد بين الإنسان وجهاز إلكتروني أو بين جهازين فأكثر عن طريق برمجة هذه الأجهزة للقيام بمهده التصرفات القانونية. فالعقد الإلكتروني يقوم على أركان شأنه في ذلك شأن باقي العقود ، ويعتبر فيه الرضا كركن أساسي لقيامه ذلك أن التعبير عن الإرادة عبر الانترنت تثير العديد من الإشكالات القانونية . فالتعبير عن الإرادة عبر وسيلة إلكترونية يجعل للتراضي خصوصية ،تبعاً لاختلاف الوسيلة الإلكترونية المعتمدة في نقل الإرادة عبر هذه الوسيلة.

ولما كان التعاقد الإلكتروني واقعا نلمسه فقد اهتمت العديد من التشريعات الوطنية والدولية بتنظيم أحكامه باعتباره أهم مصدر لحقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة، وفي هذا الإطار تدخل المشرع الجزائري لتنظيم مختلف التعاملات الإلكترونية من خلال سنه للقانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي يعد المرجع التشريعي الأساسي في هذا المجال. فإذا كان العقد الإلكتروني يخضع في إطاره العام للقواعد العامة ، فإن الوسيلة الإلكترونية المعتمدة لنقل الإرادة تخرجه من صورته التقليدية متى استوفى الشروط

القانونية المحددة فالمشرع الجزائري قد اعترف صراحة بمشروعية مختلف التعاملات الإلكترونية وهو ما يعكس رغبته في تكيف القواعد التقليدية لل عقود مع متطلبات البيئة الإلكترونية

تتجلى أهمية هذه الدراسة باعتبارها تحاول إبراز خصوصية الإيجاب الإلكتروني خاصة أن المشرع الجزائري لم ينظم أحكامه وهو ما يدفعنا لمحاولة توضيح ذلك، لأن تحديد خصوصية الإيجاب الإلكتروني يتوقف عليه الفصل في مدى انعقاد العقد الإلكتروني وصحة التعبير عن الإرادة، فقد بات من المهم التمييز بين الإيجاب الجاد والآلي في الفضاء الإلكتروني، باعتباره إيجاباً قد تجرد من الطابع الشخصي ويعتمد على وسائط تقنية تفرض قراءة قانونية مغايرة لمفاهيم الإيجاب التقليدي.

بناء على ما تم ذكره نطرح الإشكالية التالية : ما مدى انسجام الأحكام القانونية للإيجاب الإلكتروني مع القواعد العامة لنظرية العقد الواردة في التشريع الجزائري ؟.

للإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا المنهج الوصفي لضبط مختلف المفاهيم التي تطرقنا إليها في دراستنا سعياً منا لإدراك المعنى الحقيقي للإيجاب الإلكتروني، كما استخدمنا المنهج التحليلي من أجل الوقوف على تحليل بعض الآراء الفقهية التي تناولت الموضوع.

ومن أجل الإحاطة بالموضوع ارتأينا تقسيمه إلى محورين ن تناول المحور الأول تعريف الإيجاب الإلكتروني وخصائصه وأهم ما يميزه، في حين خصصنا المحور الثاني لتسليط الضوء على مختلف الأحكام المتعلقة بالإيجاب الإلكتروني .

المحور الأول: مفهوم الإيجاب الإلكتروني

يعتبر مفهوم الإيجاب الإلكتروني من بين أهم المفاهيم القانونية التي كانت محل جدل وذلك من خلال تعريفه وخصائصه وكذا اختلاطه بما يشابهه من مفاهيم كال دعوة إلى التعاقد أو التفاوض والإعلان.

أولاً : تعريف الإيجاب الإلكتروني وخصائصه

1. تعريف الإيجاب الإلكتروني : تُشير المفاهيم القانونية إلى أن الإيجاب Offer يعتبر عرضاً واضحاً يقدمه شخص لبدء عملية إبرام عقد معين، ويتم ذلك بتقديم عرض واضح وجازم يُعبّر عن رغبته في إبرام هذا العقد ويُعتبر الإيجاب صحيحاً إذا كان يحتوي على جميع العناصر الأساسية للعقد ويشير بوضوح إلى كل عناصره دون أي غموض، حيث يُشكل هذا الإيجاب أساساً للقبول.¹

وقد حدد القانون المدني الجزائري بشكل واضح ومفصل كيفية تعبير الأفراد عن إرادتهم في إطار المعاملات القانونية. فوفقاً للمادة 60 من هذا القانون، يمكن أن يُعبّر الفرد عن إرادته بطرق متعددة بما في ذلك التعبير الشفوي أو الكتابي، أو حتى الإشارات المتداولة التي تُعتبر معبرة بشكل عام. بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يُستنبط التعبير عن الإرادة من موقف معين يُظهر بوضوح نية صاحب الإرادة، دون حاجة إلى توضيحات إضافية. كما يُمكن أن يكون هذا التعبير ضمنيًا، طالما لم يشترط القانون أو الاتفاق بين الأطراف أن يكون صريحاً².

وفي هذا السياق، تقدم محكمة التمييز الفرنسية تعريفاً مُشامِجاً للتعبير عن الإرادة، حيث تُعرِّفها على أنها عرض واضح ومتعمد يُظهر إرادة الشخص في إبرام عقد معين، بحيث يلتزم الشخص بذلك العرض إذا وافق عليه الطرف الآخر.³

نلاحظ أن تعريف محكمة التمييز الفرنسية قد أبرز الوضوح والصراحة في التعبير عن الإرادة، مما يضمن حدوث توافق متبادل بين الأطراف المتعاقدة.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم يتناول تعريفاً صريحاً لمفهوم الإيجاب الإلكتروني، سواء ضمن أحكام التقنين المدني أو في قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18⁴، وهو ما يستدعي البحث عن تأصيل هذا المفهوم من خلال اجتهادات الفقه والقضاء وكذا البحث عن تعريفه في مختلف التشريعات المقارنة. وفي هذا السياق، يُعدّ القانون الأوروبي من أبرز المرجعيات المقارنة، حيث تناول موضوع العقود الإلكترونية ضمن إطار حماية المستهلك. فقد جاء التوجيه الأوروبي رقم 83/2011/EU الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبيين بتاريخ 25 أكتوبر 2011 بشأن حقوق المستهلك، ليُحدث تعديلاً جوهرياً على التوجيه السابق رقم EC 7/97/المعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بُعد، وليواكب التطورات التي فرضتها البيئة الرقمية الحديثة⁵.

وانطلاقاً من هذا يقصد في إطار التوجيه الأوروبي 83/2011/EU بوسائل الاتصال كل وسيلة تتيح التعاقد دون الحاجة للحضور المادي للأطراف المتعاقدة، كالهاتف أو البريد الإلكتروني أو الانترنت⁶. إذن فالتوجيه الأوروبي لم يضع تعريفاً مباشراً للإيجاب " Offer " وإنما عالجه ضمنياً من خلال القواعد التي تنظم المعلومات المسبقة التي يلتزم بها التاجر في مواجهة المستهلك قبل إبرام العقد وتشمل هذه المعلومات كل من هوية التاجر، والخصائص الأساسية للسلع أو الخدمات وكذا السعر الإجمالي وحق المستهلك في العدول⁷، وهو ما يشكل قاعدة عامة تنظم الإيجاب الإلكتروني من منظور حماية المستهلك على الصعيد الأوروبي.

ويشير بعض الفقه إلى أن الإيجاب الإلكتروني لا يختلف في جوهره عن الإيجاب التقليدي، فهو تعبير صادر عن شخص يرغب في إبرام عقد عن بعد، ويتم ذلك عبر وسائط إلكترونية مختلفة مرئية كانت أو صوتية، ويتضمن هذا التعبير جميع العناصر والأسس القانونية للإيجاب التقليدي⁸.

فنجد هنا أن الفقه قد أجمع على أن الإيجاب هو إيجاب سواء كان بالحضور المادي للأطراف أو تمت كتابته على مواقع الانترنت، إذ يكمن الفرق هنا في الأداة المستعملة للتعبير عن هذه الإرادة (وسيط الكتروني)، إذ من الصواب أن يظل تعريف الإيجاب سواء تم عرضه بالطرق التقليدية أو عبر الوسائل الإلكترونية محافظاً على ذات المبادئ القانونية، ذلك أن صفة "الإلكتروني" لا تؤثر في الأساس القانوني للإيجاب، بل تعبر لنا

عن وسيلة نقل الإرادة باستخدام التكنولوجيا ، بمعنى أن الإيجاب يظل محتفظا بقواعده التقليدية وسواء عبرت عنه شفهيًا أو إلكترونياً يظل له نفس الحكم القانوني⁹.

بناءً على ما سبق ذكره من تعريفات، يمكننا استنتاج مفهوم الإيجاب الإلكتروني بوصفه تعبيراً صادراً صادرًا عن شخص يرغب في إبرام عقد عن بعد، ويتم نقله عبر شبكة الاتصالات العالمية باستعمال وسائط سمعية بصرية، بحيث يضم هذا التعبير كل العناصر الأساسية للعقد، مما يسمح للطرف الآخر بإمكانية القبول في الحال عند رغبته في التعاقد.

2. خصائص الإيجاب الإلكتروني: يخضع الإيجاب الإلكتروني لذات القواعد العامة التي تحكم الإيجاب التقليدي كونه بائناً، جازماً وكاملاً ويشمل كافة البيانات والعناصر اللازمة لإبرام العقد، إلا أنه يتميز ببعض الخصوصية تتعلق بطبيعته وكونه يتم بوسيلة مرئية مسموعة من خلال شبكة عالمية للاتصالات عن بعد فضلاً عن سهولة وصول الإيجاب إلى كافة مستخدمي شبكة الإنترنت دون تمييز، وبالتالي سنحاول من خلال هذا العنصر بيان مختلف خصائص الإيجاب الإلكتروني .

1.2 الإيجاب الإلكتروني تعبير يتم عن بعد

إن الطابع العالمي للإيجاب الإلكتروني يُعد سمة أساسية من سمات العقود الإلكترونية، حيث يتم عرض الإيجاب عن طريق وسائل الاتصال الحديثة دون حضور الأطراف مادياً في مكان واحد، ما يجعله خاضعاً للقواعد الخاصة بحماية المستهلك في إطار التعاقد عن بعد. وتبعاً لذلك، يلتزم مقدم العرض أو الخدمة بجملة من الالتزامات التي نصت عليها التشريعات الأوروبية كالتوجيه الأوروبي رقم 7/97 والمرسوم الفرنسي رقم 2001/741 الصادر في 23 أغسطس 2001، ومن أبرزها:

- إعلام المستهلك بالهوية الكاملة للبائع أو مقدم الخدمة وعنوان مقره الرئيسي
- توفير عنوان البريد الإلكتروني للتواصل والاتصال
- بيان أوصاف ومميزات السلع أو الخدمات المعروضة وأسعارها وطرق الدفع والتسليم
- توضيح حق المستهلك في العدول عن التعاقد (إلغاء العقد)
- ضمان توفير معلومات بشأن خدمة ما بعد البيع وفترات الضمان وإعادة إخطار المستهلك بحقوقه (ضمانات ما بعد البيع).¹⁰

2.2 الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسيط الكتروني:

يتجسد الإيجاب الإلكتروني بكونه يعتمد على وسيط تقني، وهذه الميزة الجوهرية هي التي تميزه عن الإيجاب التقليدي، حيث يتم عبر الإنترنت أو من خلال وسائل الاتصال السمعية البصرية مثل الفاكس أو الهاتف، وليس ثمة ما يمنع أن يكون مُقَدِّم العرض (الموجب) هو أيضاً مزود خدمة الإنترنت. ونشير في هذا

الصدد أن عملية إيصال الإيجاب قد يشترك بها أطراف عديدة كشركات الاتصالات، ومزودي البيانات،

ومقدمي البوابات المعلوماتية، حيث يشارك كل منهم في إتمام الاتصال بين الأطراف¹¹

وقد يقع أن يقوم مقدم العرض (الموجب) بسحب عرضه، وهو ما يُعد بمثابة انتهاء لهذا العرض رغم استمراره في حوزته، ما دام أن الوسيط لم يُوفّر للمتعاقدين الاطلاع عليه من خلال العرض، الأمر الذي يحول دون معرفة القصد الباطني للموجب أمّا في حال تعرّض العرض للاختفاء نتيجة عطل تقني بالشبكة أو بجهاز المستخدم، فإن ذلك لا يقطع استمرار وجود العرض، ولا يؤثر على سُمّوه القانوني، كون الخلل التقني لا يعد سببا لإنهاء، فإن الأثر القانوني لهذا العرض يظل قائما طوال المحددة لعرضه، حتى وإن تعرض الإطلاع عليه مؤقتا بسبب ذلك الخلل.¹²

3.2 الإيجاب الإلكتروني عبر الحدود :

يتمّ تقديم العرض الإلكتروني بالاستعانة بوسائط رقمية معتمدة على شبكة اتصالات ومعلومات دولية، ما يجعله بطبيعته عابراً للحدود الجغرافية والسياسية للدول، ويمنحه طابعاً دولياً نتيجة لما تتميّز به شبكة الإنترنت من انفتاح وانتشار عالمي.¹³

ونشير في هذا الصدد أن مقدم العرض (الموجب) قد يقيّد نطاق العرض في منطقة جغرافية

معينة، لأسباب متعدّدة، كزيادة فرص التسويق، أو توافق خصائص المنتج مع احتياجات تلك المنطقة على وجه التحديد، أو مراعاة العادات والتقاليد السائدة فيها...

ثانياً: تمييز الإيجاب القانوني عن التصرفات القانونية المشابهة له

للوصول إلى معيار يحدد ما إذا كانت العروض المنشورة على الإنترنت تُعدّ إيجاباً ملزماً أو مجرد دعوة للتعاقد، أو تدخل ضمن نطاق النشاط الإعلاني والدعائي، يجب علينا إبراز الفروق بين هذه التصرفات القانونية وبين الإيجاب الإلكتروني على وجه الخصوص.

1. الإيجاب الإلكتروني والدعوة للتعاقد :

تشير الدعوة إلى التعاقد إلى عرض يقوم به شخص ما لاقتراح إبرام عقد مع طرف آخر، دون تحديد الشروط والعناصر الأساسية المطلوبة، مما يجعلها مجرد تمهيد للتفاوض ولا ترتقي إلى مستوى الإيجاب الملزم. على النقيض، يُعتبر الإيجاب تعبيراً واضحاً عن رغبة صاحبه في إبرام عقد معين، ويتضمن جميع العناصر الأساسية اللازمة لذلك.

تتضح أهمية التمييز بين الدعوة إلى التعاقد والإيجاب الإلكتروني في أن الدعوة تفاوضية غير ملزمة،

بينما الإيجاب الإلكتروني ينقل الأطراف إلى مرحلة إبرام العقد بمجرد صدور قبول مطابق للعرض .

2. الإيجاب الإلكتروني والإعلان :

يعتبر الإعلان وسيلة من وسائل الاتصال التي تُستخدم عادةً في المجالات التجارية أو الصناعية أو الفنية بهدف الترويج للمنتجات والخدمات¹⁴.
ويمكن تعريفه بأنه مجموعة من الرسائل التي يوجهها فرد أو مؤسسة في إطار نشاطه التجاري أو المهني، بهدف تسويق وتعريف الجمهور بمنتجاته أو خدماته

وقد ظهر في هذا السياق التباين بين الإيجاب والإعلان وفقاً للآراء التالية :

- الإتجاه الأول : يعتبر هذا الرأي أن الإعلان مجرد دعوة للتعاقد من قبل المعلن، ولا يُعتبر إيجاباً ،
- الاتجاه الثاني : يعتبر هذا الرأي الإعلان على الإنترنت إيجاباً ملزماً إذا تضمن عرضاً دقيقاً ومحددًا .

1.2 الإعلان بمثابة دعوة للتعاقد : وفقاً لهذا الاتجاه، لا يُعتبر عرض المنتجات عبر الإنترنت إيجاباً إلا إذا كان هذا العرض دقيقاً حتى مع ذكر الأسعار والمواصفات، يبقى العرض مجرد دعوة للتعاقد ، غير أن الشخص الذي ينقر على المنتج المعروض على الموقع يُحول الدعوة للتعاقد إلى إيجاب موجه لصاحب الموقع الذي يملك حرية في قبول أو رفض العرض ، كما يؤكد هذا الاتجاه أن الإعلان يتحول إلى إيجاب فقط إذا عبّر المعلن صراحة عن التزامه بإبرام العقد في حال قبول مطابق، مثلما يحدث عندما يوفر للعميل وسيلة لإرسال موافقة واضحة عبر الموقع الإلكتروني أو البريد الإلكتروني¹⁵.

2.2 الإعلان الدقيق بمثابة دعوة للتعاقد : يعتبر هذا الفريق بأن الإعلان دون اختصاص يكتسب نوع من الإيجاب الإلكتروني وهذا في حالة إذا كان محددًا بشكل كافٍ و ينبغي أن يزيل أي غموض من شأنه التعبير عن الإرادة بالتزام معين وذلك بما يحدد طبيعة السلعة المدموجة في العقد، ويشترط أن يبين الثمن وينعزل كافة العناصر الأساسية للعقد، وإن كانت هذه العناصر غائبة أو غير واضحة يبقى العرض مجرد دعوة للتعاقد فالإيجاب يتطلب أن يعبر عن إرادة حاسمة ونهائية في التعاقد، خالية من أي لبس أو غموض.

المحور الثاني: الأحكام القانونية للإيجاب الإلكتروني

وفقاً للقواعد العامة، يجب أن يتصف الإيجاب الإلكتروني بالدقة والوضوح ، بحيث يشتمل على كافة العناصر الجوهرية اللازمة للعقد ، وسنحاول من خلال هذا المحور بيان مختلف الشروط المتعلقة بالإيجاب الإلكتروني سواء شروط شكلية أو شروط موضوعية مع بيان مختلف الأشكال التي يُطرح بها عبر مختلف الوسائط الإلكترونية.

أولاً: شروط الإيجاب الإلكتروني

وفقاً للقواعد العامة يجب أن يتصف الإيجاب الإلكتروني بالدقة والوضوح ، بحيث يشتمل على كافة العناصر الجوهرية اللازمة للعقد ، كما ينبغي أن يصدر الإيجاب بصورة قاطعة ونهائية بما يعبر بشكل واضح عن نية صاحبه في إبرام العقد دون تردد أو غموض .

إلى جانب الشروط العامة المتعلقة بالإيجاب، نجد أن الإيجاب الإلكتروني يختص ببعض الخصوصيات التي أضافتها التشريعات الأوروبية، منها ما ورد في المادة 10 من التوجيه الأوروبي رقم 98/08 والمتعلق بعقود البيع عن بعد، وكذلك المادة 10 من التوجيه الأوروبي رقم 2000/31 الخاص بالتجارة الإلكترونية، إضافة إلى المواد 114 و121 من قانون حماية المستهلك الفرنسي.

وانطلاقاً من مختلف النصوص المذكورة فإن شروط الإيجاب الإلكتروني تنقسم بين متطلبات شكلية تتعلق بطريقة عرض الإيجاب وتقديمه، وأخرى موضوعية تمس محتواه وعناصره الجوهرية، على النحو التالي :

1. الشروط الشكلية : في الشروط الخاصة بالشكل يتم تبصير المستهلك بالمعلومات الجوهرية والأساسية بمعنى أن يتضمن الإيجاب الإلكتروني الخاص بعقود التجارة الإلكترونية والصور الغالبة له هي عقد البيع الإلكتروني، وتمثل هذه المعلومات في: توفر اللغة المستعملة، الوسيلة المستعملة وتحديد المسائل الجوهرية في العقد .

1.1 اللغة المستعملة : تفرض بعض القوانين على الأطراف المتعاقدة استخدام لغتها الوطنية في التفاوض لحماية مصالح هذه الأطراف، وهو ما أقره المشرع الجزائري في المادة 18 من القانون 09-03 الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش إذ ألزم المورد باستعمال اللغة العربية كأساس لإعلام المستهلك لكن يمكن إدخال لغات أخرى طالما أنها واضحة، و مرئية، وقابلة للقراءة وتظهر الفقرة السابقة أيضاً أن الإيجاب عبر الإنترنت هو ذات الإيجاب التقليدي إذ يحتفظ بمبادئه وأساسه القانونية، لكن وسيلة التعبير عنه هي الوسيط الإلكتروني فالمورد في هذا الصدد لديه سيادة على اختيار قناة إيجابية رقمية، سواء كانت الصفحة الرئيسية للموقع، بوابة مطورة، أو بريد إلكتروني، ولكنه في الجانب الموازي هو مطالب قانونياً بجعل مصلحة المستهلك واضحة بالكامل.

2.1 الوسيلة المستعملة : يُلاحظ أن الإيجاب في البيئة الإلكترونية قد يتشابه في جوهره مع الإيجاب التقليدي من حيث الأركان والشروط، إلا أن وسيلة تقديمه تختلف نسبياً¹⁶، إذ يعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة المتاحة مثل البريد الإلكتروني أو مواقع الإنترنت و للموجب اختيار الطريقة التي يراها مناسبة لعرض السلعة أو الخدمة باستمرار بشرط أن تُظهر إرادته في الإيجاب بشكل واضح ومفهوم للمستهلك، بما يحقق عنصر الوضوح والشفافية

3.1 تحديد المسائل الجوهرية في العقد : ينبغي ألا يقتصر الإيجاب على العناصر الجوهرية للعقد حتى نعتبره إيجاباً من الناحية القانونية، بل يجب أن يُعبر بوضوح عن نية أكيدة لدى صاحبه (الموجب) بالالتزام عند قبول الطرف الآخر له، فمتى تضمن هذا التعبير على ما يدل عن عدم الرغبة

الحقيقية في الالتزام القانوني أو اشترط أن يتعدّد العقد بعد التفاوض على تفاصيل لاحقة فإن ذلك يجعله مجرد دعوة للتعاقد وليس إيجابا بالمعنى الدقيق¹⁷. وعليه حتى يعتد بالإيجاب الالكتروني ويكون منتجا لآثاره القانونية لا بد أن يظهر نية واضحة وحاسمة للالتزام بالعقد بمجرد تطابقه مع القبول .

2. الشروط الموضوعية : تشير المادة 14 في فقرتها الأولى من اتفاقية فيينا بشأن البيع الدولي للبضائع إلى أن الإيجاب يعتبر قائما متى وجه لشخص أو مجموعة من الأشخاص وكان محددا بشكل كاف وواضح بحيث يعبر عن إرادة الموجب في إرادته الحقيقية بالالتزام به متى تطابق مع القبول ، ويتعين أن يحدد موضوع العقد بوضوح سواء من حيث البضائع أو الكمية أو الثمن ، أو أن يتضمن بيانات تتيح تحديدها لاحقا .

أما بالنسبة للمشرع الجزائري ، فقد نص قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 في المادتين 17 و18 منه على ضرورة أن يلتزم كل من يعرض منتجا أو خدمة للاستهلاك بتقديم كافة المعلومات الجوهرية عن هذا المنتج ، سواء عن طريق الوسم أو العلامات أو أي وسيلة واضحة ومناسبة، بهدف حماية المستهلك وضمان حقه في الإعلام والمعرفة¹⁸.

وبناء على ذلك يمكن حصر الشروط الموضوعية للإيجاب الالكتروني فيما يلي :

1.2 الدقة في الصياغة : حسب هذا الشرط يجب أن يقدم الإيجاب الالكتروني عرضا دقيقا وواضحا لا يترك مجالاً للشك في نية الموجب بالالتزام به، ويجب أن يحتوي أيضا على جميع المعلومات الجوهرية الخاصة بالعقد ، مثل تحديد هوية الأطراف، وصف المنتج أو الخدمة محل التعاقد ، عرض الثمن المقترح وطريقة إبرام العقد¹⁹.

فكل هذه البيانات ووضوحها يضمن للمستهلك الفهم الكامل لمضمون العرض المعلن عنه من قبل الموجب ويعزز الثقة في التعامل الالكتروني.

2.2 اتجاه الإرادة للتعاقد : يشترط في الإيجاب الإلكتروني أن يكشف عن إرادة حقيقية وجازمة من طرف الموجب للالتزام بمضمونه، بحيث تكون عباراته صريحة أو ضمنية تدل على إرادته الجازمة على التعاقد ، كما ينبغي أن يُصاغ بأسلوب إلكتروني واضح وسهل الفهم دون أي غموض ، إضافة إلى ضرورة تزويد المستهلك بجميع المعلومات الأساسية حول العرض المقدم ، وهو ما شددت عليه التوجيهات الأوروبية ذات الصلة بالتجارة الالكترونية وبمجرد أن يقترن هذا الإيجاب بقبول مطابق من الطرف الآخر ينعدّد العقد مباشرة²⁰.

3.2 تحديد مدة الإيجاب : يظل الإيجاب ملزماً لصاحبه إذا تم تحديد مدة زمنية له، سواء بشكل صريح أو ضمني. فإذا حدد الموجب مهلة لقبول الإيجاب، تعيّن عليه الالتزام بعرضه حتى انقضاء تلك المهلة،

انتظاراً لرد الطرف الآخر بالقبول أو الرفض، وهو ما أكدت عليه المادة 1/63 من القانون المدني الجزائري، التي تنص على التزام الموجب بالبقاء على إيجابه حتى انقضاء الأجل المحدد للقبول. ويستند ذلك إلى مبدأ الإرادة المنفردة للموجب باعتبارها مصدرًا للالتزام.

أما إذا لم يُحدد أجل صريح، فإن الإيجاب يظل قائماً طيلة عرضه عبر الشبكة. بالمقابل، نجد أن المشرع الفرنسي كان أكثر صرامة في المادة 4/1369 من القانون المدني الفرنسي المعدلة بموجب المرسوم رقم 2005-674 الصادر في 16 يونيو 2005، حيث نص صراحة على أن صاحب العرض يبقى ملتزمًا بإيجابه طوال مدة عرضه عبر الشبكة، مما يعني انعقاد العقد بمجرد صدور القبول خلال تلك المدة.²¹ وعليه، كلما تم تعيين أجل للإيجاب، التزم الموجب بما عبّر عنه من إرادة في التعاقد، بينما اشترطت بعض التشريعات الحديثة ضرورة تحديد مدة سريان الإيجاب حمايةً للمستهلك وضماناً لاستقرار المعاملات.

ثانياً: صور الإيجاب الإلكتروني

مكننا الخدمات المتنوعة التي توفرها الانترنت من عرض الإيجاب بطرق مختلفة ، سنوضح أهمها

في النقاط التالية :

1. **الإيجاب عبر البريد الإلكتروني :** يتمثل هذا الإيجاب في إرسال عرض محدد عبر رسالة إلكترونية إلى شخص معين أو إلى مجموعة أشخاص، بحيث تصل الرسالة مباشرة إلى بريدهم الإلكتروني. ويبدأ أثر الإيجاب من لحظة إطلاع المرسل إليه عليها، ليكون له بعد ذلك حرية القبول أو الرفض عبر الرد على البريد الإلكتروني وغالبًا ما يوجه هذا النوع من الإيجاب إلى فئة محددة وليس إلى الجمهور العام²²، ومثال ذلك عرض عقد تصميم موقع إلكتروني يرسله مبرمج إلى شركة معينة عبر البريد الإلكتروني.
2. **الإيجاب عبر مواقع شبكة الانترنت :** يلجأ الموردون وأصحاب الأعمال إلى نشر عروضهم من خلال مواقع الويب، بحيث يمكن للمستهلك الاطلاع على تفاصيل العرض وقبوله عبر الضغط على زر الموافقة أو إرسال رد إلكتروني داخل الموقع نفسه. وتمتاز هذه الوسيلة بأنها متاحة طوال الوقت، وعادةً لا ترتبط بمدة زمنية محددة، بل تبقى قائمة حتى نفاذ الكمية أو انتهاء صلاحية العرض²³. ومثال ذلك كأن يعرض متجر إلكتروني أجهزة هواتف ذكية مع إمكانية الشراء المباشر عبر زر "اشترى الآن".
3. **الإيجاب عبر المحادثات المرئية المباشرة :** من خلال تكنولوجيا الاتصال المرئي بالصوت والصورة، يستطيع الأطراف مناقشة شروط العقد وجهًا لوجه افتراضيًا، مما يشبه إلى حد كبير مجلس العقد التقليدي. يصدر الإيجاب فورًا من أحد الأطراف، ويقابله قبول مباشر من الطرف الآخر في نفس اللحظة، ويطبق عليه حكم التعاقد بين حاضرين من حيث الزمان، بينما يكون المكان افتراضيًا.²⁴

ومثال ذلك مفاوضة عقد توريد مواد بين شركتين باستخدام تطبيق Zoom أو Teams ، حيث يعرض أحدهما شروطه ويقبلها الآخر في الجلسة ذاتها.

خاتمة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة أنّ الإيجاب الإلكتروني رغم خصوصيته التقنية إلا أنه يمكن أن ينسجم من حيث الجوهر مع القواعد التقليدية للإيجاب المنصوص عليها في القانون المدني، نظراً لتطابق عناصره مع الإيجاب العادي من حيث كونه عرضاً محدداً وجاهزاً للتعاقد. غير أن تطبيق هذه القواعد التقليدية يظل بحاجة إلى تكيف عند التعامل مع البيئة الرقمية، خاصة فيما يتعلق بوسائل الإثبات، وتحديد لحظة إبرام العقد، والتأكد من هوية الموجب وحمايته من مخاطر الاختراق أو التلاعب، وعليه فإن الإيجاب الإلكتروني يجمع بين القواعد العامة التقليدية من جهة والحاجة إلى قواعد مكملة أو مستحدثة تستجيب لطبيعته الإلكترونية من جهة أخرى، لضمان تحقيق الأمان القانوني للمتعاقدين.

وعليه يمكن ذكر جملة من النتائج والاقتراحات نذكرها كما يلي :

النتائج :

- أظهرت الدراسة أنّ الإيجاب الإلكتروني لا يختلف من حيث الجوهر عن الإيجاب التقليدي، إذ يقوم على نفس الأركان من حيث الجدية والتحديد والقصد النهائي لإبرام العقد، غير أن وسائط إرساله الإلكترونية تضيف عليه سمات خاصة تتعلق بسرعة تداوله واتساع نطاقه.
- تبين أن الإيجاب الإلكتروني يطرح إشكاليات قانونية مرتبطة بتحديد لحظة تمام الإيجاب، لاسيما في ظل اختلاف توقيت الإرسال والاستلام، وصعوبة التحقق من هوية الموجب أحياناً.
- لاحظت الدراسة أن النصوص القانونية الحالية، على الرغم من سعيها لمواكبة العقود الإلكترونية، ما زالت تفتقر إلى التفصيل في بعض الجوانب الفنية الخاصة بالإيجاب الإلكتروني، خاصة ما يتعلق بالإثبات ووسائل التحقق من صحة التعبير عن الإرادة.
- أكدت الدراسة أن الثقة في الإيجاب الإلكتروني مرتبطة بمدى توافر ضمانات الأمن السيبراني، وحماية البيانات الشخصية للأطراف، باعتبار ذلك شرطاً جوهرياً لتعزيز التعاملات عبر الوسائط الرقمية.

الاقتراحات :

- ضرورة تطوير إطار تشريعي أكثر تفصيلاً يحدد بدقة الأحكام المتعلقة بالإيجاب الإلكتروني، ولا سيما فيما يخص لحظة انعقاد العقد، وطرق إثباته.
- تشجيع اعتماد آليات التحقق الإلكتروني (مثل التوقيع الإلكتروني الموثق) لتدعيم حجج الإيجاب وتفادي منازعات الهوية وانتحال الشخصية.

- العمل على توعية المتعاملين إلكترونياً بحقوقهم وواجباتهم عند تقديم أو قبول الإيجاب عبر الوسائط الرقمية، وذلك من خلال حملات توعية ومبادرات تثقيفية قانونية.
- حث المشرع على وضع قواعد تكاملية بين القانون المدني وقوانين حماية المستهلك الإلكتروني، لتعزيز حماية الطرف الضعيف في العقود الإلكترونية.
- تشجيع البحوث الأكاديمية لمواكبة تطور الذكاء الاصطناعي وتقنيات العقود الذكية (Smart Contracts) وأثرها على الإيجاب، بهدف تحسين النظام القانوني في مواجهة مستجدات الاقتصاد الرقمي.

قائمة المصادر و المراجع:

الكتب :

- خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، دون طبعة ، 2007 .
- علي فيلاي ، الالتزامات ، (النظرية العامة للعقد) ، موفم للنشر ، الجزائر ، الطبعة الثالثة ، 2013 .
- ماجد محمد سليمان أبا الخيل ، العقد الإلكتروني ، مكتبة الرشد ، ناشرون ، المملكة العربية السعودية ، الطبعة الأولى ، 2009 .

الرسائل والأطروحات الجامعية :

- بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه العلوم في العلوم القانونية (منشورة) ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2015/2014 .
- الحمودي ناصر ، النظام القانوني لعقد البيع الإلكتروني المبرم عبر الانترنت أطروحة دكتوراه (منشورة) ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، كلية الحقوق ، الجزائر ، 2009 .
- حميدي محمد أنيس ، صحة العقد المبرم عبر الانترنت ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون (منشورة) ، تخصص القانون الدولي للأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2016 .
- عبد الحميد بادي ، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق (منشورة) ، تخصص العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق ، بن عكنون ، جامعة الجزائر 1 ، 2012/2011 .
- عتيق حنان ، مبدأ سلطان الإرادة في العقود الإلكترونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون (منشورة) ، تخصص قانون التعاون الدولي ، المركز الجامعي ، أكلي محمد أولحاج ، البويرة ، 01/19/2012/ .

- نور الهدى مرزوق ، التراضي في العقود الالكترونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون (منشورة)، تخصص المسؤولية المدنية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012.

المقالات :

- رامي محمد علوان التعبير عن الارادة عن طريق الانترنت واثبات التعاقد الالكتروني ، مجلة الحقوق ، صادرة عن مجلس النشر العلمي بالكويت المجلد 26 ، العدد 04 ، سنة 2002 ،
- الزامل نوار كاظم ، ميعاد إبرام العقد الالكتروني ، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية ، المجلد 02 ، العدد 2 ، 2009 .

الوثائق القانونية :

- الأمر رقم 75 / 58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 ، المتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية العدد 78 ، 30 الصادر بتاريخ سبتمبر 1975 المعدل والمتمم .
- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ج ر ، العدد 15 ، صادرة بتاريخ 08 مارس 2009 .
- قانون رقم 05/18 مؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر ، العدد 28 ، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018

المراجع باللغة الأجنبية :

- 1- Vincent Gautrais; Le contrat électronique internationa: encadrement juridique;2 eme édition : Delta;Bruylant - Academia;2003.
- 2- Directive EU / 2011/ 83 du Parlement Européen du Conseil, du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs, Journal officiel de l'union européenne N° L304, du 22.11.2011, disponible sur le site <https://eur-lex.europa.eu>
- 3- Commission européenne, Document d'orientation concernant la directive EU/2011/83 relative aux droits des consommateurs, Bruxelles, juin 2014, publié par la Commission européenne, disponible sur le site officiel : <https://enterprise.gov.ie/en/legislation/legislation-files/european-commission-guidance-document-on-directive-2011-83-eu-on-consumer-rights.pdf>
- 4- Directive EU/2011/83 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, Legislation.gov.uk, [en ligne], disponible à l'adresse : <https://www.legislation.gov.uk/eudr/2011/83/body> .

التهميش :

- ¹ علي فيلاي ، الالتزامات ، (النظرية العامة للعقد) ، موفم للنشر ، الجزائر ، الطبعة الثالثة ، 2013 ، ص 118 .
- ² المادة 60 من الأمر رقم 75 / 58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 ، المتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية العدد 78 ، 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم .
- ³ Vincent Gautrais; Le contrat électronique internationale: encadrement juridique; 2eme édition : Delta; Bruylant - Academia; 2003; p. 95
- ⁴ قانون رقم 05/18 مؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر ، العدد 28 ، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018 .
- ⁵ Directive EU / 2011/ 83 du Parlement Européen du Conseil, du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs, Journal officiel de l'union européenne N° L304, du 22.11.2011, P.P. 64-88. disponible sur le site <https://eur-lex.europa.eu> , (consulté le 30/10/ 2025)
- ⁶ Commission européenne, Document d'orientation concernant la directive EU/2011/83 relative aux droits des consommateurs, Bruxelles, juin 2014, publié par la Commission européenne, disponible sur le site officiel : <https://enterprise.gov.ie/en/legislation/legislation-files/european-commission-guidance-document-on-directive-2011-83-eu-on-consumer-rights.pdf> (consulté le 30 octobre 2025)
- ⁷ Directive EU/2011/83 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, Legislation.gov.uk, [en ligne], disponible à l'adresse : <https://www.legislation.gov.uk/eudr/2011/83/body> (consulté le 30 octobre 2025)
- ⁸ عتيق حنان ، مبدأ سلطان الإرادة في العقود الإلكترونية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، تخصص قانون التعاون الدولي ، المركز الجامعي أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 01/19 / 2012 ، ص 47
- ⁹ بلقاسم حامدي ، إبرام العقد الإلكتروني ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه العلوم في العلوم القانونية ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2014/2015 ، ص 67 و 68 .
- ¹⁰ خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الالكتروني ، الدار الجامعية الإسكندرية ، طبعة 2007 ، ص 252
- ¹¹ ماجد محمد سليمان أبا الخيل ، العقد الالكتروني ، مكتبة الرشد ، ناشرون الطبعة الأولى ، سنة 2009 ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، ص 43 .

- 12 حميدي محمد أنيس ، صحة العقد المبرم عبر الانترنت ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، تخصص القانون الدولي للأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2016 ، ص 13
- 13 عبد الحميد بادي ، الايجاب والقبول في العقد الالكتروني ، رسالة من اجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق ، تخصص العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق ، بن عكنون ، جامعة الجزائر 1 ، 2011/2012 ، ص 13 .
- 14 نور الهدى مرزوق ، التراضي في العقود الالكترونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، تخصص المسؤولية المدنية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 ، ص 103 .
- 15 عبد الحميد بادي ، المرجع السابق ، ص 26 .
- 16 رامي محمد علوان التعبير عن الارادة عن طريق الانترنت واثبات التعاقد الالكتروني ، مجلة الحقوق ، صادرة عن مجلس النشر العلمي بالكويت المجلد 26 ، العدد 04 ، سنة 2002 ، ص 249
- 17 عبد الحميد بادي ، المرجع السابق ، ص 21 .
- 18 انظر المادتين 17 و 18 من القانون رقم 09/03 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، ج ر ، العدد 15 ، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009 .
- 19 مرزوق نور الهدى ، المرجع السابق ، ص 116 .
- 20 الحمودي ناصر ، النظام القانوني لعقد البيع الالكتروني المبرم عبر الانترنت ، رسالة دكتوراه ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، كلية الحقوق ، الجزائر ، 2009 ، ص 161 .
- 21 عبد الحميد بادي ، المرجع السابق ، ص 23 .
- 22 عبد الحميد بادي ، المرجع نفسه ص 14 و 15 .
- 23 الزامل نوار كاظم ، ميعاد إبرام العقد الالكتروني ، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية ، المجلد 02 ، العدد 2 ديسمبر 2009 ، ص 361 .
- 24 عتيق حنان ، المرجع السابق ، ص 49 و 50 .