

المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي في التشريعات الفلسطينية  
The Shop in Social Media Sales in Palestinian Legislation

آيه ياسر حفطي علاونه<sup>1</sup>  
باحثة دكتوراه بجامعة صفاقس  
aya.n.94@live.com

نابلس - فلسطين

تاريخ الإرسال: 2024 / 01/23 \* تاريخ القبول 2024/04/15 \* تاريخ النشر: 2024/ 06 /12

**ملخص**

إن المحل في البيوع الإلكترونية بشكل عام وفي بيوع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص يعد من الموضوعات المهمة موضع البحث، حيث أنه موضوع يتعلق بحاجة الناس في هذا العصر، لكثرة التساهل في وجود شروطه من عدمها، الأمر الذي قد يؤدي إلى النزاع بسبب الجهالة والضرر.

وتهدف الدراسة إلى تبيان ماهية المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي وشروطه وتطبيقاته في التشريعات الفلسطينية؛ لاسيما وأن هذه البيوع من الأمور حديثة النشأة والتقنين، وبالتالي لا بد من إسقاط القواعد القانونية العامة في القانون المدني عليها، كما وتم دمج المنهج الوصفي والتحليلي لنصوص القانون في دراسة المؤلفات في هذا المجال.

وحيث توصل البحث إلى أن المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي من جهة البائع هو المبيع، أما المحل من جهة المشتري فهو الثمن، أما التطبيقات التي يمكن إعمالها في هذا المجال هي البيوع الموصوفة وما اقترنت بشرط والبيوع المنصرفة إلى المستقبل. أما بالنسبة للبيئة القانونية فهناك غياب في البيئة القانونية التي تنظم وتراقب وترخص التجارة الإلكترونية بشكل عام وبيوع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، والاعتماد على إعمال القواعد العامة في القانون المدني.

**الكلمات المفتاحية:**

المحل، البيوع الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، المبيع، الثمن.

**Abstract:**

The subject of electronic sales in general and social media sales in particular is one of the important topics under investigation, as it is a topic related to the needs of people in this era, due to the abundance of leniency in whether or not its conditions exist, which may lead to conflict due to ignorance and harm.

The study aims to clarify the nature of the matter in sales on social networking sites, its conditions, and its applications in Palestinian legislation. Especially since these sales are matters of recent origin and codification, and therefore the general legal rules in civil law must be applied to them, and the descriptive and analytical approach to the texts of the law has been integrated in the study of literature in this field.

Whereas the research concluded that, the subject matter in social media sales from the seller's side is the item sold, while the subject matter from the buyer's side is the price. As for the applications that can be implemented in this field, they are sales that are described and those

accompanied by a condition and sales that extend to the future. As for the legal environment, there is an absence of a legal environment that regulates, monitors and licenses e-commerce in general and sales on social networking sites in particular, and reliance on the implementation of general rules in civil law.

**Keywords:** The store, electronic sales, social networking sites, sales, price.

### المقدمة:

يعتبر عقد البيع مصدرًا من مصادر الالتزام، وهو من أهم العقود وأكبرها في مجال المعاملات، وهو من عقود المعاوضات<sup>2</sup> الذي يقوم انعقاده على ارتباط الإيجاب بالقبول، ولعقد البيع أركاناً تتمثل في الرضا والمحل والسبب؛ حتى يكون عقداً صحيحاً نافذاً محققاً لآثاره التي من أهمها انتقال ملكية المعقود عليه محل عقد البيع (المبيع)<sup>3</sup> من البائع إلى المشتري مقابل الثمن<sup>4</sup> المعين لذلك، ووفقاً للقواعد العامة يجب الوفاء بالعقد بمجرد انعقاده<sup>5</sup> واجباً والتزاماً طبيعياً وأخلاقياً قانونياً ودينياً، قال تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ"<sup>6</sup>. ونظراً لاتساع التعامل القانوني حديثاً في ظل التطور التكنولوجي ليمتد إلى إبرام عقود الكترونية<sup>7</sup> من خلال مواقع متخصصة أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد جائحة كورونا، فقد اتجه كثير من الناس إلى فتح مشاريع بيع المنتجات من المنزل عبرها، حيث لعبت هذه المواقع دوراً كبيراً ومهماً في الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية والتسويق ودفع قيمة المشتريات دون أي قيود<sup>8</sup>.

وهذا كله مما يؤثر في طبيعة عقد البيع عبر هذه المواقع من حيث اكتمال شروط المحل من عدمها ومن حيث الآثار القانونية التي تترتب جراء الإخلال بشروط هذا المحل، كما وتعتبر دراسة المحل في عقود البيع التي تتم بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الدراسات القانونية الحديثة في القانون المدني. وللإجابة عن هذه التساؤلات ستقوم الباحثة بدراسة القوانين المتعلقة بهذا الشأن وأهمها مجلة الأحكام العدلية العثمانية<sup>9</sup> السارية المفعول على أراضي الضفة الغربية والتي تعتبر بمثابة قانون مدني والتي تضع القواعد العامة التي على أساسها تبنى الأحكام القانونية، لاسيما وأن العقود الإلكترونية والبيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي حديثي النشأة والتقنين، بالإضافة إلى مشروع القانون المدني الساري على أراضي قطاع غزة، كما سيتم الإشارة إلى القرار بقانون الخاص بالمعاملات الإلكترونية الفلسطينية<sup>10</sup> وقانون حماية المستهلك الفلسطيني<sup>11</sup>، خاصة أن المشرع الفلسطيني نص فيه على إصدار نظام خاص بتداول المنتجات عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة من قبل مجلس الوزراء إلا أن ذلك لم يحصل بعد<sup>12</sup>.

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية عقد البيع ابتداء خاصة في ظل التطور الحاصل في طريقة انعقاد البيوع لاسيما البيوع الإلكترونية، والتي تختلف طرق انعقادها لتشمل البيع عبر صفحات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وانستغرام وواتساب وغيرهم.

وتكمن أهمية الدراسة في دراسة وجود شروط المحل من عدمها عند انعقاد البيع عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التشريعات الفلسطينية، حيث أن دراسة شروط المحل في مثل هذه البيوع تفيد في دفع الضرر والجهالة الفاحشة عن المشتري والتي تؤثر على إرادته ورضاه في انعقاد البيع مما يؤثر في انعقاد البيع.

لذلك تتمثل أهمية هذا البحث في معالجته لقواعد قانونية ترتبط بمحل عقود البيع التي تتم بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي مما يقدم حلولاً قانونية للعديد من الإشكاليات التي تحدث عند إبرام عقود الكترونية بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يسهل في فهم هذا التعاقد وشروط وجوده.

#### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتمثل فيما يلي:-

- 1- تبيان ما هو محل العقد كركن من أركان عقد البيع الذي يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وشروطه والأثر القانوني لاختلالها في ظل القوانين المطبقة في فلسطين.
- 2- إيجاد تطبيقات لأنواع البيوع التي يمكن إعمالها في البيوع التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التشريعات الفلسطينية.

#### إشكالية الدراسة:

تناولت هذه الدراسة إشكالية طبيعة محل العقد في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما وإمكانية تعرض المشتري للضرر والجهالة الفاحشة مما يؤثر على إرادته في إبرام العقد، لذلك تتمحور إشكالية هذا البحث في، ما هي الأحكام القانونية الناظمة للمحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي؟، وبترفع عنها مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في: ما هي شروط المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، وما التطبيقات العملية التي يمكن إسقاطها على هذا النوع من البيوع؟

#### المنهج العلمي:

ستستخدم الباحثة المنهج التحليلي الذي يقوم على تحليل النصوص القانونية في هذا المجال، كما ستدمج الباحثة المنهج الوصفي بالمنهج التحليلي لدراسة مجموعة من الكتب والمؤلفات والمقالات ذات العلاقة للوصول إلى النتائج المطلوبة.

### 1. المبحث الأول: المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر المحل جوهر العقد وركناً من أركان عقد البيع<sup>13</sup>، والمحل في عقد البيع هو المبيع<sup>14</sup> (المعقود عليه) من جهة البائع والثمن من جهة المشتري؛ وحيث أن محل العقد هو جوهره ومقصده وغايته، حيث لا وجود للعقد دون محل<sup>15</sup>، ولقد فرق فقهاء القانون بين محل العقد ومحل الالتزام حيث أن الأخير هو الشيء الذي يلتزم به المدين، أما محل العقد هو عبارة عن عملية قانونية تحقق عن طريق مجموعة الالتزامات الناشئة عن العقد<sup>16</sup>.

وحيث أن لمحل عقد البيع شروط لا بد من توافرها فيه حتى يكون العقد صحيحاً نافذاً محققاً لغايته، وسواء كان هذا البيع منعقداً بشكل وجاهي (في ذات مجلس العقد) أو عن بعد (دون التواجد المادي لأطرافه)<sup>17</sup>؛ فيمكن أن ينعقد عقد البيع إلكترونياً بعد تلاقي الإيجاب مع القبول<sup>18</sup>، ويكون الإيجاب في هذه البيوع بعرض المنتج على صفحات التواصل الاجتماعي (الإعلان الموجه للمستهلك)<sup>19</sup>؛ ويكون القبول بإرسال المشتري لمعلوماته وبياناته التي تكمن في اسمه الكامل وعنوانه ورقم هاتفه بغية إيصال المنتج له عبر شركات التوصيل، وفي هذا المبحث سنقوم بدراسة هذا الأمر على مطلبين هما:

المطلب الأول: محل عقد البيع من جهة البائع (المبيع) وشروطه.

المطلب الثاني: محل الالتزام من جهة المشتري (الثمن) وشروطه.

#### 1.1. المطلب الأول: محل عقد البيع من جهة البائع (المبيع) وشروطه:

إن محل عقد البيع هو المبيع من جهة البائع؛ وهو ما يظهر أثر العقد فيه، فكل ما يتعارف بين الناس على بيعه وله قيمة اقتصادية عندهم يصلح أن يكون مبيعاً، وحتى يكون المبيع في عقد البيع صحيحاً يجب أن تتوفر فيه الشروط التالية وهي: أن يكون المبيع موجوداً ومتقوماً ومعلوماً للمشتري ومقدور التسليم<sup>20</sup>.

### 1.1.1. الفرع الأول: أن يكون المبيع موجوداً<sup>21</sup>:

يتمثل المحل في عقد البيع عادة في نقل حق عيني أو شخصي موجود أو قابل للوجود في المستقبل، وحيث أن الأصل إذا تعلق محل الالتزام بشيء أن يكون هذا الشيء موجوداً، ولكن يجوز أن يكون محل الالتزام شيئاً مستقبلياً، ومعنى الوجود هو أن يكون المبيع موجوداً وقت انعقاد عقد البيع أو يكون ممكن الوجود مستقبلاً<sup>22</sup>.

أما الشيء القابل للوجود فهو ما لم يوجد وقت إبرام العقد لكن إمكانية وجوده قائمة وقت التنفيذ، وهذا النوع من المحل هو مما يجوز التعامل فيه و يصح أن يكون محلاً لمختلف التصرفات القانونية بشرط أن يكون هذا الشيء المستقبلي محقق الوجود، فيشترط أن يكون الشيء الذي تعلق به الحق موجوداً وقت نشوء الالتزام، أي وقت انعقاد العقد، أو أنه قابل للوجود بعد نشوئه.

وحيث أنه من الشروط اللازم توفرها في المبيع أن يكون موجوداً أو قابلاً للوجود وقت انعقاد البيع، فلا يصح انعقاد البيع دون وجود المبيع أو إمكانية وجوده، فلا يجوز بيع المعدوم وجوده، فمثلاً لا يجوز بيع الثمار التي لم تنمو ويجوز بيعها إن برزت سواء أكانت صالحه للأكل أو لا<sup>23</sup>، ويعتبر العقد كأن لم يكن إذا لم يتحقق وجود المحل<sup>24</sup> أي أنه بيع باطل.

وبالنظر إلى البيوع الحاصلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فنحن لا نعلم أن كان المبيع موجوداً عند البائع أم لا، ولكن يعتمد ذلك على أمانة البائع وثقة الزبون، فمن البائعين عبر هذه المواقع من يبيع من منزله ويعقد الصفقات وليس له محل تجاري معروف، إلا أن ثقة الزبون تتمثل في رؤية المبيع عبر الموقع صورة أو فيديو، حيث تثور المشكلة في البائعين الذين لا يملكون سجلاً تجارية معروفاً على أرض الواقع<sup>25</sup>.

ولقد نصت المادة (79) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "يعد عرض البضائع مع بيان ثمنها إيجاباً، أما النشر والإعلان وبيان الأسعار الجاري التعامل بها وكل بيان آخر متعلق بعرض أو بإعلانات موجهه للجمهور أو لأفراد معينين فلا يعد إيجاباً، ما لم يظهر العكس من ظروف الحال"، وهذه المادة تدعونا لأن ننتج أمراً في غاية الأهمية وهو موضوع العرف القائم في عرض ما يراد بيعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعادة ما يعبر عنها بصيغة المتجر الإلكتروني أو التسويق الإلكتروني<sup>26</sup>، ففي هذه الحالة يمكن اعتباره إيجاباً ينتظر قبول أحد المتصفحين لشرائه.

### 2.1.1. الفرع الثاني: أن يكون المبيع معلوماً<sup>27</sup> عند المشتري:

إن الجهل في المعقود عليه في عقد البيع من الأمور التي تجعل العقد باطلاً، ولقد اتفق الفقهاء على ذلك، حيث يجب أن يكون المعقود عليه معلوماً معيناً بذاته تعييناً نافياً للجهالة، وهذا ما نصت عليه مجلة الأحكام العدلية، حيث نصت المادة (201) على أنه: "يصير المبيع معلوماً ببيان أحواله وصفاته التي تميزه عن غيره..."، فمثلاً لو باع أحد أرضاً وجب عليه بيان حدودها وأوصافها حتى يكون المبيع معلوماً ويصح البيع.

وإن الجهالة الفاحشة هي الجهالة المانعة من انعقاد العقد وهي التي تثير النزاع عند تنفيذ الالتزام، أما الجهالة اليسيرة فيجوز التسامح في شأنها، ولعل هذا الشرط قرر لصالح المشتري دون البائع حتى لا يقع المشتري ضحية الغش والتدليس<sup>28</sup>، وحيث أن المبيع إن كان مجهولاً كان البيع فاسداً ولكل من المتعاقدين أن يفسخ العقد<sup>29</sup>.

وتختلف طرق تعيين المبيع وفقاً لاختلاف نوعه، وفي بيوع مواقع التواصل الاجتماعي لا يكون المتعاقدين في مجلس عقد واحد مما يؤدي إلى جهل المشتري بالمعلومات الضرورية عن المبيع؛ وسبب ذلك عدم التساوي في المراكز العقدية بخصوص المعلومات الواجب توافرها<sup>30</sup>، فربما تكون صورة المنتج أو فيديو له كافي لمعرفة؛ ويختلف ذلك باختلاف ذوق واهتمامات الزبون بالنسبة لغيره من الزبائن، مع أننا نعلم أن الصورة لا تكون وجهاً للحقيقة في كثير من الأحيان، بالإضافة إلى وصفه من قبل البائع وصفاً دقيقاً، وهذا كما سبق حق خالص للمشتري جاز له فسخ العقد إن لم يكن المنتج كما وُصف، وهذا عرف معمول به في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي بعيداً عن الاستثناءات التي يكون فيها المشتري قد تعرض لعملية غش واحتيال<sup>31</sup>.

### 3.1.1. الفرع الثالث: أن يكون المبيع مشروعاً التعامل فيه:

يجب أن يكون المبيع من قابلاً لحكم العقد مباحاً، فلا يجوز أن يكون محل العقد محرماً أو مجرمًا كالسلاح والمخدرات، أو ما كان غير قابل للتملك كالهواء وأشعة الشمس أو حقاً كالانتخاب، وإلا كان البيع باطلاً، ولقد نصت المادة (199) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "يلزم أن يكون المبيع مالاً منقوماً"، والمال المتقوم هو: ما يباح الانتفاع به أو مالاً محرراً<sup>32</sup>

### 4.1.1. الفرع الرابع: أن يكون المبيع مقدور التسليم<sup>33</sup>:

يجب أن يكون المبيع في عقد البيع مقدور التسليم وإلا كان تنفيذه ممتنعاً، فلا يجوز بيع ما لا يقدر البائع على تسليمه وإن كان ملكه<sup>34</sup>، فلا يستطيع مثلاً بيع سيارة سرقت منه ولا يستطيع إعادتها، حتى وإن أعلن عنها للبيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث لا يمتلك حينها غير صورتها في يده.

ولقد نصت المادة (363) من مجلة الأحكام العدلية على أن: "... المبيع الذي يكون موجوداً ومقدور التسليم ومالاً منقوماً فبيع المعدوم وما ليس بمقدور التسليم وما ليس بمال منقوم باطل".

### 2.1. المطلب الثاني: محل عقد البيع من جهة المشتري (الثمن) وشروطه:

بما أن الثمن هو الالتزام الأساسي للمشتري ومحلاً لتعاquده ومقصداً من العقد عند البائع؛ يجب أن تتوافر فيه شروط معينه، وإلا كان البيع فاسداً باختلالها، فيجب أن يكون الثمن مالاً مقدراً أو قابلاً للتقدير وجدياً<sup>35</sup>.

### 1.2.1. الفرع الأول: أن يكون الثمن مالاً:

يجب أن يكون الثمن في عقد البيع مالاً منقوماً، فلا يجوز أن يكون الثمن شيئاً غير مشروع كالمخدرات مثلاً<sup>36</sup>، وفي البيوع الالكترونية عادة ما يكون الثمن نقداً يسلم بتسليم المبيع إلى المشتري.

وفي مجال بيوع مواقع التواصل الاجتماعي فإن هذا البيع لا يتم بصورته الكاملة إلا بعد وصول مندوب التوصيل<sup>37</sup> إلى مكان تواجد المشتري ليسلمه المبيع ويستلم الثمن منه ويوصله للبائع، فكل ما يتم قبل ذلك ما هو من قبيل الوعد بالبيع والشراء<sup>38</sup>.

هذا كله ما جرى عليه العرف في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي وهناك من الحالات النادرة التي يتم التعاقد ودفع الثمن عن بعد بواسطة تحويل الثمن عبر وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة لدى سلطة النقد<sup>39</sup>، وقد

حصرها المشرع الفلسطيني بهذه الطرق وهي: الشيك الإلكتروني وبطاقة الدفع الإلكترونية، وأية وسيلة دفع إلكترونية أخرى تعتمدها سلطة النقد الفلسطينية<sup>40</sup>، وهذه الطرق لا تلبث أن تكون عند الشراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي موطن بحثنا إلا ما ندر؛ وإنما في العمليات التجارية الكبيرة كاستيراد البضائع وتصديرها للخارج أو عمليات شراء تذاكر الطيران وغيرها<sup>41</sup>.

### 2.2.1. الفرع الثاني: أن يكون الثمن مقدراً أو قابلاً للتقدير:

يجب أن يكون الثمن مقدراً أو قابلاً للتقدير، ولذلك كان من الواجب وضع أسس متعددة لتقدير قيمة الثمن، وتحديد هذه الأسس مهم في دحض المنازعات بين المتبايعين لعدم وجود الجهالة حين التنفيذ، فإما أن يكون تقديره على أساس الثمن الذي اشترى به البائع المبيع، أو على أساس سعر السوق أو السعر المتداول والذي جرى عليه التعامل بين الناس<sup>42</sup>، أو أن يقوم خبير أو شخص ثالث بتحديد الثمن باتفاق المتعاقدين<sup>43</sup>.

وبخصوص بيوع مواقع التواصل الاجتماعي فإن الرقابة على الأثمان غائبة لعدم وجود قوانين تحكمها حتى الآن وبالتالي فإن الثمن فيها بلا شك منبعاً للمنازعات بين المتعاقدين لوجود علة الجهالة.

### 3.2.1. الفرع الثالث: أن يكون الثمن جدياً:

يجب أن يكون الثمن جدياً، ويراد بهذا الشرط استبعاد الغبن وأن يكون ثمناً حقيقياً وليس صورياً، كذلك يجب أن لا يكون تافهاً يبخس من قيمة المبيع أو فاحشاً لأن ذلك من قبيل الغبن شريطة أن يقترن بالتغريب والغش وما أكثره في حالات بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك تفادياً لأن يكون نية الإضرار أو الغش عند البائع<sup>44</sup>.

ولقد أوضحت مجلة الأحكام العدلية حالات الغبن الفاحش منها الغبن في مال الوقف ومال اليتيم، كما جعلت للمغبون حق فسخ العقد<sup>45</sup>، وقدّر المشرع الفلسطيني قيمة الغبن بما يزيد عن الخمس وخصصه في قيمة عقار بيع من قبل شخص لا تتوفر فيه الأهلية<sup>46</sup>.

أما بخصوص بيوع مواقع التواصل الاجتماعي فلم يلتفت القانون إليها وهي من أكثر البيوع التي يكثر فيها الغبن والتغريب لا سيما وأن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من ناقصي الأهلية، إلا أن حداثة هذه البيوع وصعوبة السيطرة عليها لسرعة انتشارها هي العقبة التي وقفت أمام تنظيمها قانونياً في الوقت الحالي في فلسطين.

## 2.المبحث الثاني: المعقود عليه في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من أنواع البيوع التي نستطيع تطبيقها على موضوع بيوع مواقع التواصل الاجتماعي؛ لاسيما وأن البحث يدرس شروط المحل في هذه البيوع من عدمها (خاصة بالمعقود عليه) وكيفية إعمال وإسقاط القواعد العامة لهذه البيوع على بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، وسنقوم بدراسة هذا المبحث في مطلبين هما:  
المطلب الأول: البيوع الموصوفة.

المطلب الثاني: البيوع المنصرفة إلى المستقبل.

### 1.2.المطلب الأول: البيوع الموصوفة:

إن البيوع الموصوفة هي البيوع التي تجعل عقد البيع غير لازم<sup>47</sup>، وهي بيوع صحيحة الشكل والأركان، ولكن طراً عليها أمر جعل أمر نفاذها قائم على تحقيق شرط معين أو اقترن قبول أحد المتعاقدين أو كليهما على أمر معين، وتعتبر هذه البيوع من البيوع التي تضاف إلى المستقبل بشرط تحقق وجود المعقود عليه، وسنقوم بدراسة بعض أنواع هذه البيوع والتي يمكن تطبيقها على بيوع مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 1.1.2.الفرع الأول: البيع بالنموذج:

يعتبر البيع بالنموذج أو العينة من البيوع المحمودة خاصة في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نستطيع التعرف على المبيع التي نريد حيث تكون العينة مطابقة للمبيع، حيث أن النموذج عبارة عن جزء من المبيع يستدل به على باقيه<sup>48</sup>، وهذا البيع يستقيم ويبيع المثليات كالملابس والأجهزة وغيرهم، ولا يستقيم مع بيع القيميات كبيع أرض أو عقار.

وفي حال اختيار هذا النوع من البيع يتوجب على البائع تسليم مبيع مطابق تماماً للنموذج، وإلا كان المشتري مخيراً بين رفض البيع وفسخ العقد أو قبوله بالثمن المسمى<sup>49</sup>، وهذا ما جاءت به مجلة الأحكام العدلية<sup>50</sup> وأكد عليه مشروع القانون المدني الفلسطيني<sup>51</sup>.

وهذا النوع من البيوع يعتبر من الأمثلة الجيدة التي تعطينا وتجعلنا نتأكد من وجود ركن المحل وشروطه، بل وتجعلنا مطمئنين عند قيامنا بالتعاقد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 2.1.2.الفرع الثاني: البيع الجراف:

إن البيع الجراف هو أحد أنواع البيوع التي قد تنطبق على بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما كما أسلفنا هذه البيوع قائمة على أمانة البائع وثقة الزبون، ومثال ذلك بيع شروعة ملابس موجودة في المخزن كلها نصفها أو ربعها ويظل البيع جزافاً<sup>52</sup>، وهذا البيع من البيوع الصحيحة وفق المجلة<sup>53</sup> شريطة أن تكون موصوفة وصفاً نافياً للجهالة بأي طريقة من الطرق، وفي مجال بيوع مواقع التواصل الاجتماعي فيكتفى بالصورة أو الفيديو لرؤية المنتج وتحديد صفاته وما إن كان مناسباً للمشتري أم لا حتى يكون بيع الجراف صحيحاً.

### 3.1.2. الفرع الثالث: البيوع المقترنة بالخيارات:

إن الأصل في المعاملات والعقود هو الثبات والاستقرار، ولكن خروجاً على هذا الأصل كانت الخيارات التي يمكن أن ترد على عقد البيع لتجعله عقداً صحيحاً غير لازم، وهذه الخيارات تكمن في خيار المجلس<sup>54</sup> وخيار الرؤية<sup>55</sup> وخيار العيب وخيار الشرط<sup>56</sup> وخيار التجربة وخيار المذاق<sup>57</sup>، ولكن ليس كل الخيارات يمكن إسقاطها على بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، ومن الخيارات التي يمكن إعمالها في هذا المجال هي:

1- خيار العيب: عرفت المادة (338) من مجلة الأحكام العدلية العيب على أنه: "ما ينقص ثمن المبيع عند التجار وأرباب الخبرة"<sup>58</sup>، ويكمن هذا الخيار في حق المشتري في الرجوع عن الشراء في حالة وجود عيب في المنتج، وللمشتري أن يشترطه ليضمن حقه في فسخ العقد<sup>59</sup>، وهذا الخيار يكثر في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، فإن وجد المشتري عيباً في المنتج جاز له فسخ العقد واسترداد الثمن.

ولقد أعطى المشرع الفلسطيني خيار العيب دون اشتراط في قانون حماية المستهلك الفلسطيني، حيث أعطى حق استبدال المنتج أو إرجاعه إلى البائع واسترداد الثمن إذا تبين أن فيها عيب يجعلها غير صالحة لاستخدام المشتري<sup>60</sup>.

2- خيار التجربة: ويتمثل هذا الخيار بانعقاد البيع على شرط تجربة المنتج فإن لاقى استحسان المشتري أجاز العقد وإلا فسخه ويلتزم بإعادة المنتج إلى البائع ويلتزم البائع بإعادة الثمن وذلك ضمن مدة محددة باتفاق الأطراف<sup>61</sup>، وهذا الخيار موجود في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة بل ويقترحه البائع في بعض الأحيان لزرع الثقة في نفس الزبون عن منتج<sup>62</sup>.

### 2.2. المطلب الثاني: بيع المعدوم المنصرف إلى المستقبل:

يعتبر أمر بيع الأشياء المستقبلية من الأمور التي تحدث بكثرة في الواقع العملي، فكثيراً ما يحدث الاتفاق على بيع المنتجات الزراعية أو الصناعية التي تكون محددة المعالم والأوصاف والنوعية من قبل أن تكون موجودة على أرض الواقع، والأصل أن بيع المعدوم باطل<sup>63</sup>؛ إلا أن هناك استثناءات وردت على هذه القاعدة العامة وتمت إجازة هذا البيع تيسيراً على الناس وتحقيقاً لرغباتهم ومتطلبات الحياة والتقدم، كل ذلك وفق شروط معينة وحدود لا بد من الالتزام بها<sup>64</sup>، وخير مثال على هذه البيوع هما بيع السلم وعقد الاستصناع.

### 1.2.2. الفرع الأول: بيع السلم:

يعتبر بيع السلم من أول التطبيقات التي عرفت في جواز بيع المعدوم (استثناءاً)، ويتمثل في أن يسلم المشتري الثمن أو جزء منه للبائع على شرط أن يسلمه المبيع (الغير موجود وقت الانعقاد) بعد فترة محددة من الزمن<sup>65</sup>، حيث عرف بأنه "بيع مؤجل بمعجل"<sup>66</sup>، وهو من البيوع الموصوفة، ويمكن إسقاطه على بعض بيوع مواقع التواصل الاجتماعي، وخير مثال على ذلك موضوع استيراد البضائع لصالح المشتري، حيث يطلب المشتري أنواع معينة من البضاعة ليتم استيرادها من قبل البائع صاحب موقع التواصل الاجتماعي المتخصص بذلك.



## 2.2.2. الفرع الثاني: عقد الاستصناع:

يعتبر عقد الاستصناع من العقود التي تعقد مع ذي صنعة على صنع وعمل شيء معين، أي سيقوم المشتري بشراء ما سيصنع مستقبلاً لصالحه وبناءً على طلبه، وهو استثناء على بيع المعدوم<sup>67</sup>، وهو عقد غير لازم قبل بدء العمل في صنع الشيء، ويندرج هذا العقد في زماننا هذا تحت بند عقد المقاوله الذي يتعهد في المقاول بصنع شيء أو تأدية عمل لقاء أجر أو ثمن يتعهد بدفعه الطرف الآخر وهذا ما نص عليه المشرع الفلسطيني<sup>68</sup>.

ويمكن إدراج بعض أنواع بيوع مواقع التواصل الاجتماعي تحت هذا البند، لا سيما وأن الكثير من أصحاب هذه الصفحات من يمتلك مشروعاً منزلياً أو عملاً يدوياً يروج ويسوق له عبر مواقع التواصل عبر صفحة خاصة بمنتجه، وهنا يتعهد هذا الشخص بصنع ما يطلب منه، فعلى سبيل المثال تكثر في هذه الأيام المصنوعات اليدوية الخاصة بتوزيعات الأعراس أو المواليه الجدد، فيرى المتصفح ذلك المنتج ويطلب صناعته وطباعة الأسماء التي يريدتها على المنتج والتي تصلح له شخصياً لا لغيره، حيث يشترط تعريف المصنوع ووصفه على بشكل محدد<sup>69</sup>، وحيث يتم الاتفاق على تسليم هذا المنتج خلال فترة محددة يتم الاتفاق عليها ليتم تسليمه لطالبه في الموعد المحدد مقابل سداد الثمن المتفق عليه<sup>70</sup>، وعادة ما يكون دفع الثمن عند الاستلام في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي (عرفاً)، وأيضاً مجلة الأحكام أقرت هذا العرف حيث لا يدفع الثمن وقت انعقاد عقد الاستصناع ولم تحدد موعداً لذلك<sup>71</sup>.

وحيث أن عقد الاستصناع بانعقاده ملزم لطرفيه لا يستقل أي منهما بالرجوع عنه<sup>72</sup> لما يلحقهما من ضرر لا سيما البائع الذي بذل جهداً ووقتاً ومالاً في صنع ما أراده المشتري، إلا إذا خرج المنتج بصورة لا تطابق مطلب المشتري فيمكنه فسخ هذا العقد بخيار العيب أو خيار الوصف<sup>73</sup>.

## الخاتمة:

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- المحل في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي من جهة البائع هو المعقود عليه أي المبيع أو المنتج الذي يريده الزبون والمعروض للشراء على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، أما المحل من جهة المشتري فهو الثمن أو البديل الذي يؤديه لقاء حصوله على هذا المنتج، والاختلال في شروط أيهما يعرض عقد البيع للبطلان أو الفساد.

2- من التطبيقات على بيوع مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن إعمالها هي البيوع الموصوفه وما اقترنت بشرط والبيوع المنصرفه إلى المستقبل.

3- غياب البيئة القانونية التي تنظم وتراقب المعاملات والتجارة الالكترونية وافتقار مواقع التواصل الاجتماعي التجارية إلى التنظيم القانوني والترخيص مما يعرض الزبائن إلى النصب والاحتيال من قبل المواقع والصفحات الوهمية.

4- غياب الرقابة على الالكترونية لا سيما العمليات التجارية التي تتم مواقع التواصل الاجتماعي والتي تزداد كل يوم دون السيطرة عليها، بل وغياب القانون الذي ينظم موضوع التراخيص الخاص بالمواقع الالكترونية.

وحيث توصي الباحثة بعدة أمور هي:

- 1- إقرار مشروع القانون المدني الفلسطيني على أراضي الضفة الغربية وعدم الاكتفاء بأحكام مجلة الأحكام العدلية لما في ذلك من مواكبة لكل جديد لا سيما العقود الإلكترونية والبيوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- إيجاد منظومة قانونية تنظم وترعى نشاط أصحاب صفحات التواصل الاجتماعي التجارية حماية لهم ولزبائنهم، والإشارة إلى ضرورة الإفصاح عن المعلومات الكاملة عن المبيعات بشكل يحض الجهالة والغرر.
- 3- فرض رقابة قانونية على مواقع التواصل الاجتماعي التجارية وعدم السماح لهم بمزاولة عملهم دون الحصول على التراخيص اللازمة.

<sup>1</sup> آيه ياسر حفطي علاونه.

<sup>2</sup> أبو غرارة، ضو مفتاح: بطلان العقد للجهل بالمحل في الشريعة الإسلامية والقانون المدني الليبي، بحث منشور في مجلة الدراسات القانونية، جامعة بنغازي، ليبيا، العدد 16، 2007م، ص(67).

<sup>3</sup> عرفت مجلة الأحكام العدلية المبيع في المادة (151) على أنه: "ما يباع وهو العين التي تتعين في البيع وهو المقصود الأصلي من البيع، لأن الانتفاع إنما يكون بالأعيان والأثمان وسيلة للمبادلة".

<sup>4</sup> عرفت المادة (152،153) من المجلة الثمن والتمن المسمى على أن الثمن هو: "ما يكون بدلاً للمبيع ويتعلق بالذمة"، أما الثمن المسمى فهو: "الثمن الذي يسميه ويعينه العاقدان وقت البيع بالتراضي سواء كان مطابقاً لقيمتة الحقيقية أو ناقصاً عنها أو زائداً عليها". تعتبر مجلة الأحكام العدلية هي القانون المدني الساري في الضفة الغربية إلى حين إقرار مشروع القانون المدني الفلسطيني.

<sup>5</sup> الكبيسي، شهد: إشكاليات ممارسة الحق في العدول عن العقد البيوع الإلكتروني، دراسة مقارنة، بحث منشور لصالح مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، العدد 79، 2022م، ص(180).

<sup>6</sup> الآية (1)، سورة المائدة.

<sup>7</sup> عرّف القرار بقانون رقم (15) لسنة 2017م الخاص بالعاملات الإلكترونية العقد الإلكتروني في المادة رقم (1) على أنه: "الاتفاق بين شخصين أو أكثر بوسائل أو وسائط إلكترونية". للمزيد انظر عمارة، مسعودة: التحديات القانونية للتعاقد عبر الموقع الافتراضي من خلال إشكالية صدور الإيجاب والقبول في القانون الجزائري، بحث منشور لصالح مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد 20، 2014م، ص(31).

<sup>8</sup> الشمري، محمد: أساليب توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في جرائم غسل الأموال والجرائم المرتبطة بها وانعكاسها على تزييف الوعي، بحث منشور لصالح مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 62، الجزء الأول، 2022م، ص(398).

<sup>9</sup> مجلة الأحكام العدلية العثمانية الصادرة عام 1876م المستمدة من الفقه الحنفي، وتحتوي على تسع وتسعون قاعدة شرعية، وستة عشر كتاباً أولها كتاب البيع وآخرها كتاب القضاة، حيث كانت بمثابة قانون مدني بحث حيث خلت من تنظيم القضايا التجارية وقضايا الأحوال الشخصية، كما تميزت مجلة الأحكام العدلية بقابلية نصوصها للتطبيق في كل زمان ومكان بالإضافة إلى قوة الصياغة التشريعية القانونية لقواعد الشريعة الإسلامية فكانت بمثابة كتاب تعليمي لشرحها وتفصيلها لوقائع قانونية ومن ثم إسقاط الحكم عليها.

<sup>10</sup> تطبق أحكام القرار بقانون رقم (15) لسنة 2017م الخاص بالمعاملات الإلكترونية على ما يلي: "1- المعاملات والسجلات والبيانات والتواقيع التي تتم بوسائل إلكترونية، 2- المعاملات التي تتم بين الأطراف الذين اتفقوا على إجراء معاملاتهم بوسائل إلكترونية، ما لم يرد فيه نص صريح يقضي بغير ذلك..."

<sup>11</sup> قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005م.

<sup>12</sup> المادة (1/26) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني.

<sup>13</sup> محمد، صابر: الأحكام المستحدثة في نزاهة محل العقد، بحث منشور لصالح مجلة الجامعة العراقية، العدد 57، الجزء الأول، 2022م، ص(618).

<sup>14</sup> نصت المادة (150) من مجلة الأحكام العدلية على أن: "محل البيع: هو المبيع".

<sup>15</sup> الكيلاني، جمال: نظرية محل العقد في الفقه الإسلامي والقانون المدني الأردني والسوداني، دراسة مقارنة، مركز الدراسات الإسلامية والمخطوطات والإفتاء وأكاديمية القاسمي، فلسطين، الطبعة الثانية، 2019م، ص(97،99).

<sup>16</sup> المساعد، عبد الرحمن: أحكام عقد البيع الإلكتروني، دراسة تحليلية مقارنة، بحث منشور لصالح مجلة النيل الأبيض للدراسات والبحوث، العدد 12، 2018م، ص(93).

<sup>17</sup> الحديد، عواد: قواعد الضمان في البيع الإلكتروني، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020م، ص(61).

<sup>18</sup> نصت المادة (10) من قرار بقانون رقم (15) لسنة 2017م بشأن المعاملات الإلكترونية على أنه: "يجوز التعبير عن الإيجاب والقبول عند التعاقد بواسطة رسائل البيانات، ويعتبر ذلك التعبير ملزماً، شريطة توفر الآتي:

1- أن يكون الإيجاب والقبول قد صدر من خلال رسالة البيانات عند إرسالها، أو إدخالها في نظام معلومات لا يخضع لسيطرة منشئ الرسالة، 2- أن يكون الإيجاب والقبول قد استلم بواسطة المرسل إليه عند دخول رسالة البيانات نظام معلومات اتفق طرفا العقد على استخدامه، أو دخل نظام معلومات المرسل إليه، 3- يجوز لطرفي العقد أن يتفقا على أن يكون العقد صحيحاً ونافاً إذا تم التعبير عن الإرادة جزئياً من خلال رسالة البيانات".

كما نصت المادة (87) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "يعد التعاقد بالهاتف أو بأية طريقة أخرى مماثلة تعاقداً بين حاضرين من حيث الزمان وبين غائبين من حيث المكان".

<sup>19</sup> اعتبر بعض الفقهاء موضوع الإعلان التجاري عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو دعوة للتفاوض والتعاقد وليس إيجاباً، إلا أن الباحثة ترى أنه إيجاباً كم يعرض بضاعته للبيع ويأتي الزبون يأخذ ما يريد ويحاسب دون أن ينطق بكلمة واحدة خاصة عندما تكون البضاعة مسعرة ولا حاجة للتفاوض حينها، (رأي الباحثة).

للمزيد انظر: ذيب، عبد الله: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، 2009م، ص(38).

<sup>20</sup> دواس، أمين: عقد البيع في مجلة الأحكام العدلية، دراسة مقارنة، بدون دار نشر، فلسطين، 2013م، ص(85،88).

ونصت المادة (363) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "المحل القابل لحكم البيع: عبارة عن المبيع الذي يكون موجوداً ومقدور التسليم ومالاً متقوماً فبيع المعدوم وما ليس بمقدور التسليم وما ليس بمال متقوم باطل".

<sup>21</sup> الفخراي، عبد الفتاح: الأحكام الفقهية المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور لصالح مجلة دار الإفتاء المصرية، العدد 45، 2021م، ص(286).

<sup>22</sup> السنهوري، عبد الرزاق: الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1952م، ص(376).

<sup>23</sup> نصت المادة (205) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "... فيبطل بيع ثمرة لم تبرز أصلاً"، كما نصت المادة (206) من ذات المجلة على أنه: "الثمرة التي برزت جميعها يصح بيعها وهي على شجرها سواء كانت صالحه للأكل أم لا".

<sup>24</sup> دواس، أمين: (المرجع السابق)، ص(93).

<sup>25</sup> المعولي، حسن: هل من ضوابط قانونية تحكم البيع في التواصل الاجتماعي؟، مقال منشور على شبكة الانترنت لباحث في الشؤون القانونية، بتاريخ 2015/5/20م.

<sup>26</sup> يختلف مصطلح التجارة الإلكترونية عن التسويق الإلكتروني حيث أن الأخير هو الذي يتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل تجار لهم محل تجارية في السوق الحقيقي ومن قبل أصحاب مشاريع منزلية وبضائع صغيرة، وبات جميعهم يستخدم مبدأ التسويق الإلكتروني، والتسويق الإلكتروني هو: "وسيلة لمساعدة الفرد على الوصول إلى أهدافه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الترويج لمنتجاته، وذلك قصد إشباع حاجات الجمهور". للمزيد انظر: كوحل، رانيا: دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا، دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة والمستعملة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2021م، ص(7).

<sup>27</sup> نصت المادة (200) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "يلزم أن يكون المبيع معلوماً عند المشتري".

<sup>28</sup> دواس، أمين: (المرجع السابق)، ص(95).

<sup>29</sup> نصت المادة (364) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "... إذا كان المبيع مجهولاً أو كان في الثمن خلل صار البيع فاسداً". "والبيع الفاسد يصير نافذاً عند القبض يعني يصير تصرف المشتري في المبيع جائزاً حينئذ". المادة (366) من المجلة.

<sup>30</sup> محمد، صابر: (المرجع السابق)، ص(620).

<sup>31</sup> نصت المادة (429) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "1- يشترط أن يكون المبيع معلوماً عند المشتري علماً كافياً، 2- ويكون المبيع معلوماً عند المشتري ببيان أحواله وأوصافه المميزة له وإذا كان موجوداً تكفي الإشارة إليه"، كما نصت المادة (430) من ذات المشروع على أنه: "إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع علماً كافياً سقط حقه في طلب إبطال البيع بدعوى عدم علمه به إلا إذا أثبت تدليس البائع".

المادة (127) من مجلة الأحكام العدلية.<sup>32</sup>

<sup>33</sup> المادة (198) من مجلة الأحكام العدلية، الفخراي، عبد الفتاح: (المرجع السابق)، ص(285).

<sup>34</sup> الزرقا، مصطفى: العقود المسماة في الفقه الإسلامي، عقد البيع، دار القلم، دمشق، الطبعة الثانية، 2012م، ص(30).

<sup>35</sup> الفضل، منذر: العقود المسماة البيع والإيجار في ضوء الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية وقانون المالكين والمستأجرين الأردني لسنة 1982، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1993م، ص(75).

<sup>36</sup> الزرقا، مصطفى: (المرجع السابق)، ص(31).

<sup>37</sup> اقتصر مشروع قانون التجارة الالكترونية عملية توصيل المنتجات للمشتريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على البريد الفلسطيني، وهذه نقطة محمودة تحسب للمشرع الفلسطيني والتي من خلالها يتم السيطرة على تجار شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي سهولة المحاسبة والملاحقة القانونية في حالة الغش واختلال شروط البيع والمبيع وغيرها من حالات النزاعات التجارية؛ في حال إقرار هذا المشروع علماً أن هذا المشروع ما زال مسودة. (رأي الباحثة).

<sup>38</sup> يعرف الوعد في التعاقد في القانون على أنه: " اتفاق يلتزم بمقتضاه أحد الطرفين نحو الآخر، أو يلتزم كل منهما نحو الآخر بأن يعقد العقد الموعود به متى أظهر الموعود له رغبته خلال المدة المتفق عليها" ، للمزيد انظر: الرب، حسني: (المرجع السابق)، ص(95).

<sup>39</sup> نصت المادة (27) من قرار بقانون الخاص بالمعاملات الالكترونية على أنه: " يعتبر تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع..، 2- يكون الوفاء الإلكتروني بأية وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني صحيحاً".

<sup>40</sup> المادة (28) من قرار بقانون الخاص بالمعاملات الإلكترونية.

<sup>41</sup> يجدر الإشارة إلى أننا يمكننا إجراء عمليات تجارية كبيرة أو شراء تذاكر طيران من خلال التعاقد مع شركات تعمل كوسيط في هذه الأمور وتسوق لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ ومثال ذلك التعاقد مع شركة سياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتقوم بحجز تذاكر طيران أو رحلات سياحية، ويتم الدفع بإحدى الطرق الإلكترونية التي نص عليها القانون وباتفاق الأطراف وكل ذلك يتم عن بعد. (رأي الباحثة).

<sup>42</sup> نصت المادة(441/3) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "إذا اتفق على أن الثمن هو سعر السوق، وجب عند الشك أن يكون الثمن سعر السوق في المكان والزمان اللذين يجب فيهما تسليم المبيع للمشتري، فإذا لم يكن في مكان التسليم سوق، وجب الرجوع إلى سعر السوق الذي يقضي فيه العرف أن تكون أسعاره هي السارية".

<sup>43</sup> دواس، أمين: (المرجع السابق)، ص(148).

<sup>44</sup> الفضل، منذر: (المرجع السابق)، ص(82).

<sup>45</sup> نصت المادة (356) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "إذا وجد غبن فاحش في البيع ولم يوجد تغير فليس للمغبون أن يفسخ البيع إلا أنه وجد الغبن وحده في مال اليتيم ومال الوقف وبيت المال حكمه حكم مال اليتيم"، وجاء في المادة (357) من ذات المجلة أنه: "إذا غر أحد المتبايعين وتحقق أن في البيع غبناً فاحشاً فـللمغبون أن يفسخ البيع حينئذ".

<sup>46</sup> نصت المادة (447) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "1- إذا بيع عقار مملوك لشخص لا تتوفر فيه الأهلية، وكان في البيع غبن فاحش، فللبائع أن يطلب تكملة الثمن إلى ثمن المثل، 2- يجب لتقدير ما إذا كان الغبن فاحشاً أن يقوم العقار بحسب قيمته وقت البيع، 3- الغبن الفاحش هو ما يزيد على الخمس".

<sup>47</sup> البيوع الغير لازمة أو الموقوفة هي: " عقود صحيحة منعقدة غير نافذة علق ترتيب آثارها على حصول إجازة في المستقبل ممن يملكها"، للمزيد انظر: السرطاوي، علي: بالإضافة إلى المستقبل في عقدي البيع والإجارة حكمها وأثرها في تطوير العمل بمنظومة المشاركة المتناقصة، بحث منشور لصالح مجلة أبحاث شوري للاستشارات القانونية والفقهية، الكويت، 2017م، ص(111).

- 48 الرب، حسني: تجربة المبيع وأثرها على التزامات الطرفين في عقد البيع، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الكتب القانونية، مصر، 2010م، ص(149).
- 49 دواس، أمين: (المرجع السابق)، ص(100). وقد يعرض المبيع الذي رفضه المشتري بحجة عدم مطابقته للنموذج على خبير (اتفاقاً أو قضاء) يقيم حاله ويعطي الرأي الصواب منعاً لتعسف المشتري وحفظاً لحق البائع واستقراراً للمعاملات بين الناس. المادة (432) من المشروع.
- 50 نصت المادة (325) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: " ما بيع على مقتضى النموذج إذا ظهر دون النموذج يكون المشتري مخيراً إن شاء قبله وإن شاء رده ...".
- 51 نصت المادة (431) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أنه: "إذا كان البيع بالعينة أو النموذج وجب أن يكون المبيع مطابقاً لها، 2- إذا ظهر أن المبيع غير مطابق للعينة يكون المشتري مخيراً إن شاء قبله وإن شاء رده".
- 52 الفضل، منذر: (المرجع السابق)، ص(70).
- 53 نصت المادة (217) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "... كما يصح بيع المكيلات والموزونات والعدديات والمذروعات كميلاً ووزناً وعدداً وذرعاً يصح بيعها جزافاً...".
- 54 نجار، آيه: البيع بشرط التجربة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2021م، ص(10).
- 55 الكيلاني، جمال: (المرجع السابق)، ص(363).
- 56 لطايفه، أمجد: صور تطبيقية للهندسة المالية الإسلامية، خيار الشرط وعقد السلم، بحث منشور لصالح مجلة مركز صالح عبد الله للاقتصاد الإسلامي، المجلد 20، العدد 58، جامعة الأزهر، 2016م، ص(89).
- 57 فرحات، محمد: خيارات البيع في الفقه الإسلامي، دراسة مقارنة في المذاهب الفقهية والقانون المدني المصري، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، جامعة عين شمس، المجلد 36، العدد 1، 1994م، ص(125).
- 58 عالجت مجلة الأحكام العدلية خيار العيب في عقد البيع حيث نصت المادة (1153) على أنه: "يكون خيار الشرط وخيار الرؤية وخيار العيب في تقسيم الأجناس المختلفة كما يكون في البيع، ...، فإذا ظهرت حصة أحدهم معينة فإن شاء قبلها وإن شاء ردها".
- 59 ميروك، ممدوح: أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة، دراسة مقارنة، 1999م، ص(66).
- 60 نصت المادة (8/3) من قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005م ضمن باب حقوق المستهلك أن من حقه: "استبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها وكذلك استرداد المبالغ التي يكون سدادها لقاء خدمة في حال عدم مطابقتها لدى استعمالها بشكل سليم سواء المواصفات المتفق عليها أو المعمول بها أو الغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها".
- 61 الرب، حسني: (المرجع السابق)، ص(260).
- 62 عالجت مجلة الأحكام العدلية خيار التجربة تحت مسمى خيار الشرط في المواد من (300-309). أما مشروع القانون المدني الفلسطيني فعالج موضوع شرط التجربة باصطلاحه هذا في المواد (433-439)، حيث أجاز هذا الشرط وحدد تجربته بالوجه المتعارف عليه ويقدر ما يتطلبه المنتج وإلا سقط حقه في فسخ البيع واعتبر قبولاً ضمناً.
- 63 الفضل، منذر: (المرجع السابق)، ص(69).

- <sup>64</sup> محمد، صابر: (المرجع السابق)، ص(622).
- <sup>65</sup> محاسنه، نسرين: بيع السلم وبيع البضائع المستقبلية، دراسة مقارنة في القانون المدني الأردني وقانون بيع البضائع الإنجليزي، بحث منشور لصالح مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد 27، 2006م، ص(334).
- <sup>66</sup> المادة (123) من مجلة الأحكام العدلية.
- <sup>67</sup> الزرقا، مصطفى: (المرجع السابق)، ص(153).
- <sup>68</sup> صنف المشرع الفلسطيني عقد الاستصناع على أنه من العقود الواردة على عمل حيث نصت المادة (737) من مشروع القانون المدني الفلسطيني على أن عقد المقاولة هو: "عقد يتعهد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئاً أو أن يؤدي عملاً لقاء بدل يتعهد به المتعاقد الآخر".
- الكيلاني، جمال: (المرجع السابق)، ص(175).
- <sup>69</sup> نصت المادة (390) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "يلزم في الاستصناع وصف المصنوع وتعريفه على الوجه الموافق المطلوب". وهذا ما أكد عليه المشرع الفلسطيني في المادة (738) من المشروع.
- <sup>70</sup> يشبه هذا الأمر في تحديد المدة بيع السلم ويخضع لشروطه وإن لم تحدد مدة الصنع كان استصناعاً، لكن هذا غير وارد في بيوع مواقع التواصل الاجتماعي حيث درج العرف على تحديد مدة وأجل يتم تسليم المنتج خلالها، (رأي الباحثة).
- كما نصت المادة (390) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "كل شيء تعومل استصناعه يصح فيه الاستصناع على الإطلاق وأما ما لم يتعامل استصناعه إذا بين فيه المدة صار سلفاً وتعتبر فيه حينئذ شروط لسلم وإذا لم يبين فيه المدة كان من قبيل الاستصناع أيضاً".
- <sup>71</sup> نصت المادة (391) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "لا يلزم في الاستصناع دفع الثمن حالاً أي وقت العقد".
- <sup>72</sup> نصت المادة (392) من مجلة الأحكام العدلية على أنه: "إذا انعقد الاستصناع فليس لأحد العاقدين الرجوع وإذا لم يكن المصنوع على الأوصاف المطلوبة المبينة كان المستصنع مخيراً".
- <sup>73</sup> دواس، أمين: (المرجع السابق)، ص(210).

## قائمة المصادر والمراجع

- المصادر:

القرآن الكريم.

قانون حماية المستهلك الفلسطيني رقم (21) لسنة 2005م والمعدل بقرار بقانون رقم (27) لسنة 2018م.

قرار بقانون رقم (15) لسنة 2017م بشأن المعاملات الإلكترونية.

مجلة الأحكام العدلية العثمانية الصادرة عام 1876م.

مشروع القانون المدني الفلسطيني رقم (4) لسنة 2012م.

- الكتب القانونية:

الرب، حسني. (2010). تجربة المبيع وأثرها على التزامات الطرفين في عقد البيع دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، مصر: دار الكتب القانونية.

الزرقا، مصطفى. (2012). العقود المسماة في الفقه الإسلامي. عقد البيع، دمشق: دار القلم.

السنهوري، عبد الرزاق. (1952). الوسيط في شرح القانون المدني مصادر الالتزام ج1، بيروت: دار إحياء التراث العربي.

الفضل، منذر. (1993). العقود المسماة البيع والإيجار في ضوء الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية وقانون المالين والمستأجرين الأردني لسنة 1982، عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الكيلاي، جمال. (2019). نظرية محل العقد في الفقه الإسلامي والقانون المدني الأردني والسوداني دراسة مقارنة، فلسطين: مركز الدراسات الإسلامية والمخطوطات والإفتاء وأكاديمية القاسمي.

دواس، أمين. (2013). عقد البيع في مجلة الأحكام العدلية دراسة مقارنة، فلسطين، بدون دار نشر.

مبروك، ممدوح. (1999). أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة دراسة مقارنة: المكتب الفني للإصدارات الفنية.

- المجلات العلمية:

أبو غرارة، ضو مفتاح. (2007). بطلان العقد للجهل بالمحل في الشريعة الإسلامية والقانون المدني الليبي، مجلة الدراسات القانونية. العدد 16، ص(66-93).

السرطاوي، علي. (2017). الإضافة إلى المستقبل في عقدي البيع والإجارة حكمها وأثرها في تطوير العمل بمنظومة المشاركة المتناقصة. مجلة أبحاث شوري للاستشارات القانونية والفقهية. العدد ، ص(105-130).

الشمري، محمد. (2022). أساليب توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في جرائم غسل الأموال والجرائم المرتبطة بها وانعكاسها على تزييف الوعي، مجلة البحوث الإعلامية. العدد 62، ص(395-436).

الفخراني، عبد الفتاح. (2021). الأحكام الفقهية المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي. مجلة دار الإفتاء المصرية. العدد 45، ص(212-317).

الكبيسي، شهد. (2022). إشكاليات ممارسة الحق في العدول عن العقد البيع الإلكتروني دراسة مقارنة. مجلة القانون والأعمال. العدد 79، ص(169-194).

المساعد، عبد الرحمن. (2018). أحكام عقد البيع الإلكتروني دراسة تحليلية مقارنة. مجلة النيل الأبيض للدراسات والبحوث. العدد 12، ص(78-101).

عمارة، مسعودة. (2014). التحديات القانونية للتعاقد عبر الموقع الافتراضي من خلال إشكالية صدور الإيجاب والقبول في القانون الجزائري. مجلة الحقوق والعلوم السياسية. العدد 20، ص(31-51).



فرحات، محمد. (1994). خيارات البيع في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة في المذاهب الفقهية والقانون المدني المصري. مجلة العلوم القانونية والاقتصادية. المجلد 36. العدد 1، ص(91-158).

لطايفه، أمجد. (2016). صور تطبيقية للهندسة المالية الإسلامية خيار الشرط وعقد السلم. مجلة مركز صالح عبد الله للاقتصاد الإسلامي. المجلد 20. العدد 58، ص(73-111).

محاسنه، نسرين. (2006). بيع السلم وبيع البضائع المستقبلية دراسة مقارنة في القانون المدني الأردني وقانون بيع البضائع الإنجليزي. مجلة الشريعة والقانون. العدد 27، ص(311-381).

محمد، صابر. (2022). الأحكام المستحدثة في نزاهة محل العقد. مجلة الجامعة العراقية. الجزء الأول. العدد 57، الجزء الأول، ص(617-627).

#### - الرسائل العلمية:

الحديد، عواد. (2020). قواعد الضمان في البيع الإلكتروني. رسالة ماجستير منشورة. الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

ذيب، عبد الله. (2009). حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة. رسالة ماجستير منشورة. فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

كوحل، رانيا. (2021). دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة والمستعملة. رسالة ماجستير منشورة. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.

نجار، آيه. (2021). البيع بشرط التجربة. رسالة ماجستير غير منشورة. فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

#### المواقع الإلكترونية:

المعولي، حسن. هل من ضوابط قانونية تحكم البيع في التواصل الاجتماعي؟ (2015/5/20). مقال منشور على شبكة الإنترنت لباحث في الشؤون القانونية <https://alwatannews.net/ampArticle/530529> تاريخ الزيارة: 2024/1/15.