

Electronic Sales and Its Related Legal Rulings: An Analytical Jurisprudential Study

Ahmed Abdulqadir A. Masoud^{1*}, Mohamed Ibrahim A. Ajaj²

¹ Department of Fundamentals of Religion, Faculty of Sharia Sciences, Bani Waleed University, Bani Walid, Libya

² Department of Arabic Language and Islamic Studies, Faculty of Sciences and Arts- Al Wahat, University of Benghazi, Al Wahat, Libya

*Corresponding author: ahmedmasood@bwu.edu.ly

البيع الإلكتروني وأحكامه الشرعية: دراسة فقهية تحليلية

أحمد عبد القادر عبد الحميد مسعود^{1*}، محمد إبراهيم عبد العزيز عجاج²

¹ قسم أصول الدين، كلية العلوم الشرعية، جامعة بني وليد، بني وليد، ليبيا

² قسم اللغة العربية والدراسات الإسلامية، كلية العلوم والآداب الواحات، جامعة بنغازي، الواحات، ليبيا

Received: 22-07-2025; Accepted: 27-09-2025; Published: 11-10-2025

Abstract

This study addresses the topic of electronic sale contracts concluded over the internet, which have proliferated as a result of major technological development. The main problem revolves around the Shar'i ruling (Islamic legal ruling) for these contracts, their specific regulations and controls, the concept of the contract session (Majlis al-'Aqd), and the rulings specific to electronic goods such as software, e-books, and audio/visual recordings. The research aims to reach the Juristic rulings (Fiqh) for this type of contract so that a Muslim can be fully informed of his position when using this modern method of transaction.

The study adopted the descriptive analytical method and was divided into two main chapters. The first chapter addressed the conceptual framework of electronic selling in terms of its definition, mechanism, and clarification of its benefits for both companies and customers. The second chapter, on the other hand, presented the juristic interpretation (Takyeef Fiqhi) of electronic selling by reviewing the definition of a sale contract and its essential elements (pillars) in Islamic jurisprudence (Fiqh) in general, and then applying those elements to the electronic sale.

The study concluded that electronic sale contracts are essentially valid contracts, just like traditional contracts, provided that they are free from ignorance (Jahalah) and excessive uncertainty (Gharar), and that the essential elements of the contract are fulfilled. This includes the formula (offer and acceptance) whose implication is valid through electronic means, and that the subject matter (the sold item and the price) is pure (Tahir), lawfully usable (MuntafabihiShar'an), and capable of being delivered. The study emphasized the importance of dealing with e-commerce consciously to achieve public and private interests while adhering to ethical and legal regulations (Sharia controls).

Keywords: Electronic Sale, E-commerce, Juristic Rulings (Fiqhi Rulings), Internet Contracts, Islamic Jurisprudence (Fiqh), Offer and Acceptance, Contract Session (Majlis al-'Aqd), Digital Goods.

المخلص:

تتناول هذه الدراسة موضوع عقود البيع الإلكتروني المبرمة عبر شبكة الإنترنت التي انتشرت نتيجة التطور التكنولوجي الكبير. وتتمحور الإشكالية حول الحكم الشرعي لهذه العقود، وضوابطها الخاصة، ومفهوم مجلس العقد، والأحكام الخاصة بالسلع الإلكترونية مثل البرامج، والكتب الإلكترونية، والتسجيلات الصوتية والمرئية. ويهدف البحث إلى التوصل للأحكام الفقهية لهذا النوع من العقود؛ ليكون المسلم على بصيرة من أمره عند استخدام هذا الأسلوب الحديث في التعامل.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقسمت إلى مبحثين رئيسيين. تناول المبحث الأول التصور المسالي للبيع الإلكتروني من حيث تعريفه وآليته، وبيان فوائده لكل من الشركات والزبائن. بينما قدم المبحث الثاني التكييف الفقهي للبيع الإلكتروني من خلال استعراض تعريف عقد البيع وأركانه في الفقه الإسلامي بشكل عام، ثم تطبيق تلك الأركان على البيع الإلكتروني.

وخلصت الدراسة إلى أن عقود البيع الإلكتروني هي في الأصل عقود صحيحة، كالعقود التقليدية، بشرط أن تنتفي فيها الجهالة والغرر، وأن تتحقق فيها أركان العقد من صيغة) إيجاب وقبول (تصح دلالتها عبر الوسائل الإلكترونية، وأن يكون المحل (المبيع والثمن) (ظاهراً منتفعاً به شرعاً مع القدرة على تسليمه. وأكدت على أهمية التعامل مع التجارة الإلكترونية بوعي لتحقيق المصلحة العامة والخاصة مع الالتزام بالضوابط الأخلاقية والشرعية.

الكلمات المفتاحية: البيع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، الأحكام الفقهية، العقود عبر الإنترنت، الفقه الإسلامي، الإيجاب والقبول، مجلس العقد، السلع الرقمية.

المقدمة

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه وبعد.

تمهيد

شهدت العقود الأخيرة تطوُّراً كبيراً في جانب التقنية، وقد أثر هذا التطور في مجالات عديدة من الحياة البشرية، وكان مجال الاتصالات المستفيد الأكبر من هذا التطور، إذ ساعدت وسائل الاتصال من شبكات هاتفية، وأقمار صناعية، وألياف بصرية على ربط البلدان البعيدة ببعضها البعض حتى أضحى العالم بحق قرية صغيرة، ولم يقتصر استخدام شبكات المعلومات العالمية على نشر الأخبار، والترويج للمنتجات بل تعدّاها إلى إبرام العقود المختلفة ونقل الأموال، وخدمات الحجز على خطوط النقل بشتّى أنواعها، وظهرت معاملات جديدة تتم كلياً عبر شبكة المعلومات كبيع الكتب الإلكترونية، وبرامج الحاسوب وغيرها من السلع.

أسباب اختيار الموضوع

أمام هذا التوسّع المذهل لهذه الشبكات، وتعدد استخداماتها، وتباين أهدافها يبقى المسلم في حيرة من أمره حيالها، متسائلاً عن صحة المعاملات التي تتم بواسطتها، وأحكام التعاقد عبرها، وغير ذلك من النوازل التي يحتاج المسلم معرفة أحكامها الفقهية.

أهمية الموضوع

تتمثل أهمية الدراسة الفقهية لأحكام عقود البيع المبرمة عبر الإنترنت في وضع ضوابط للتعاقد عبرها ليرتفع الحرج عن المسلم، ويتاح له الاستفادة منها، ويبتعد عن صيغ البيوع التي يتضح أنها غير جائزة شرعاً.

الإشكالية

يتميّز عقد البيع المبرم عن طريق الإنترنت كغيره من أشكال المعاملات والتصرفات التي تتم عبر الإنترنت بأنها أشكال حديثة تختلف عن المعاملات والتصرفات المعروفة في الفقه الإسلامي، وتتركز أهم إشكاليات البحث في التساؤلات الآتية:

حكم عقود البيع عبر الإنترنت؟ وهل لها ضوابط خاصة؟ وهل لعقد البيع عبر الإنترنت مجلس عقد؟ وما هي أحكامه؟ وما هي الأحكام الخاصة بالسلع الإلكترونية الخاصة بالمباعة عبر الإنترنت كالتطبيقات الحاسوبية، والكتب الإلكترونية والتسجيلات الصوتية والمرئية.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة البيع عبر الإنترنت من أجل التوصل إلى الأحكام الفقهية بهذا النوع من عقود البيع حتى يكون المسلم على بصيرة من دينه عند استعمال هذه الشبكة، فيعلم ما هو جائز من تعاملات، فيمارسه باطمئنان.

خطة البحث

لقد تمّ إعداد هذا البحث وفق خطة مقسمة إلى مقدمة ومبحثين وخاتمة، وقد اشتمل كل مبحث على عدة مطالب

1- المقدمة.

2- المبحث الأول: تصور مسألة البيع الإلكتروني.

المطلب الأول: - تعريف البيع الإلكتروني.

المطلب الثاني: - آلية البيع الإلكتروني.

المطلب الثالث: فوائد البيع الإلكتروني.

3- المبحث الثاني: التكيف الفقهي للبيع الإلكتروني

المطلب الأول: - التعريف بعقد البيع وأركانه

المطلب الثاني: حكم البيع الإلكتروني

4-الخاتمة

المبحث الأول: تصور مسألة البيع الإلكتروني

المطلب الأول: تعريف البيع الإلكتروني

البيع الإلكتروني: كلمة مركبة من جزئين، ولأنهما جزءان وجب تعريف كل جزء منفرداً أوّلاً. **تعريف البيع لغة:** البيع ضد الشراء، والبيع الشراء أيضاً، وهو من الأضداد وبعث الشيء شريته، أبيعه بيعاً ومبيعاً، وهو شاذ وقياسيه مباعاً، والابتياح الاشتراء⁽¹⁾. وهو إعطاء المثلن وأخذ الثمن، والشري إعطاء الثمن وأخذ المثلن ويقال للبيع الشري، وللشري: البيع وذلك بحسب ما يتصوره من الثمن، والمثلن وعلى ذلك قوله تعالى⁽²⁾: "وشروه بثمن بخس"⁽³⁾.

البيع اصطلاحاً:

اختلف العلماء في تعريف البيع اصطلاحاً ولكن من أهم التعريفات تعريف ابن النجار "مبادلة عين مالية أو منفعة مباحة مطلقاً بأحدهما أو بمال في الذمة للتملك على التأبيد غير ربا أو قرض"⁽⁴⁾. وعرفه ابن قدامه في كتابه بقوله "هو مبادلة المال بالمال لغرض التملك" واختصر ابن عرفة تعريفه بقوله "حد البيع الأعم: عقد معاوضة على غير منفعة ولا متعة لذة"⁽⁵⁾. ويمكن اختيار تعريف مما تمّ عرضه "هو مبادلة مال حالاً أو في الذمة للتملك على التأبيد، غير ربا أو قرض"⁽⁶⁾.

التعريف الإلكتروني:

نسبة إلى الإلكترونيات، والمقصود بها النظم الحديثة في الاتصالات، وإنما يراد بها عند وصفها بلفظ بيع، بأنها شبكة الإنترنت.

شبكة الإنترنت:

هي عبارة عن شبكة واسعة من الحواسيب الموصولة ببعضها البعض والمنتشرة في جميع أنحاء العالم، تخزن كمّاً هائلاً من المعلومات بأشكال مختلفة.

(1) لسان العرب - لابن منظور 8/ 23، مادة بيع.

(2) بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد 187/2، وبصائر ذوي التمييز للفيروز آبادي 150/2.

(3) سورة يوسف الآية 20.

(4) منتهى الإرادات لابن النجار 249/2.

(5) شرح حدود ابن عرفة للرصاص، ص 232.

(6) عقد البيع عبر الإنترنت للدكتور حمدون الشيخ، ص 20.

وعرّفها بعضهم الآخر بأنها:

شبكة معلومات عالمية، عبارة عن مجموعة من شبكات الحاسب موصولة مع بعضها البعض⁽¹⁾، وقال بعضهم: إنها وسيلة تواصل عبر الكمبيوترات ليس إلا. ومع تطور أنظمة الدفع الإلكترونية صار بالإمكان التسوق عبر الإنترنت، وبذلك صار الإنترنت بيئة جديدة لإبرام عقود البيع وقد نتج عنه إشكالات تستدعي وجود دراسات متخصصة في الفقهي الإسلامي لبيان أحكام هذا النوع من البيوع التي تتم عبر الإنترنت. وتعريف البيع الإلكتروني مركباً "التوافق التام بين إرادتين صحيحتين بارتباط إيجاب بقبول على تملك شيء أو حق مقابل ثمن، يلتزم به البائع بتسليم الشيء المبيع أو تمكين المشتري من حيازته داخل الشبكة، أو خارجها ويلتزم به المشتري وذلك بدفع الثمن عليه من خلال وسيلة الاتصال الإنترنت المتفق.⁽²⁾

كما عرّف بأنه عقد البيع الذي يتم كلياً عبر الإنترنت من تقديم الطلب (الإيجاب)، ورد البائع (القبول) إلى استيفاء الثمن.⁽³⁾

المطلب الثاني: آلية البيع الإلكتروني

عندما يخطر على بال أحد أن يشتري شيئاً عبر شبكة الإنترنت العالمية، فلا بد له من بعض المتطلبات وهي:

- جهاز الحاسوب الآلي (الكمبيوتر) أو (الهاتف المحمول).
- خط اتصال بشبكة الإنترنت.
- عناوين المواقع التجارية.

وبتوفر هذه الأمور الثلاثة يبدأ المشتري في خطوات شراء البضاعة التي يريدها ويرغب فيها، ومن أجل التعرف على ذلك يجب عليه أن يتبع خطوات رئيسية: أولاً: بعد فتح جهاز الحاسوب، وفتح خط الاتصال بالإنترنت، يختار المشتري عنوان الموقع الإلكتروني، فتظهر له اللوحة الرئيسية للموقع. ثانياً: يبدأ المشتري بوضع البيانات الشخصية، ثم يضع لنفسه رقماً سرياً يدخل من خلاله سلة الشراء من الموقع المذكور.

ثالثاً: ثم ينقر فوق سلة الشراء بعد كتابة رقمه السري ليبدأ تتبع خطوات الشراء من الموقع. بناءً على هذه الآليات يمكننا القول: بأن التجارة الإلكترونية كغيرها من أنواع التجارة الأخرى بما فيها التقليدية تمرّ بعدد من المراحل؛ لكي تكتمل وتصل إلى مرحلة التنفيذ النهائي ولعلّ من أبرزها: المرحلة الأولى: مرحلة العرض في هذه المرحلة يقوم المنتج أو البائع بعرض سلعته، أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها أو تسويقها بحسب طلب المشترين، أو السوق في الداخل أو الخارج بناءً على الدراسة السوقية، هذا في الوقت الذي يروج فيه لسلعته من خلال الإعلانات المختلفة بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة للمستهلك، ومحاولاً إقناعهم بها، وحثّهم على شرائها مستخدماً في ذلك الوسائل الإلكترونية.

المرحلة الثانية: مرحلة القبول إذا توصّل المتعاملون (مستهلك أو منتج) مع مورد مواد أولية، أو منتج مع بائع إلى اتفاق، قد يكون التقى العرض بالقبول، وانهقد العقد، ثم يصدر المشتري قراراً بالشراء الكرتونيات من خلال وسائل تكفل الأمان، والحفاظ على السرية، وغير ذلك من الأمور المطلوبة في مثل هذا البيع والشراء.

(1) خدمات الإنترنت، لأحمد ريان، منشورات المجمع الفقهي، ص 19.

(2) عقد البيع عبر الإنترنت، د عمر خالد زريقات، ص 66.

(3) أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، د عدنان بن جمعان الزهراني، رسالة دكتوراه بكلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة أم القرى، 1423هـ، مكة المكرمة، ص 155.

وقد يصاحب الأمر بالشراء إصدار أمر بالدفع؛ وذلك باستخدام النقود الرقمية، من خلال ما يعرف بـ(الإنترنت بنك).

المرحلة الثالثة: مرحلة التنفيذ (الوفاء بالعهد) تشمل هذه المرحلة تنفيذ بعض الالتزامات المتقابلة مثل قيام المنتج أو البائع بتدبير السلعة، وإعدادها وتجهيزها حتى تكون جاهزة للتسليم بالشكل، والأسلوب المتفق عليه بين المتعاقدين.

يتم تنفيذ الأمر بالدفع من قبل المشتري أو مصرفه يتم التسليم الفعلي للسلعة المعنية مع ملاحظة أن التسليم يختلف بحسب ظروف الاتفاق من ناحية، وطبيعة السلعة من ناحية أخرى.⁽¹⁾

المطلب الثالث: فوائد البيع الإلكتروني

فوائد البيع الإلكتروني فيه ما يعود على الشركات وفيه ما يعود على الزبائن لذا قسمت هذا المطلب إلى قسمين:

الفرع الأول: فوائد البيع الإلكتروني بالنسبة للشركات

يقدم البيع الإلكتروني العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير لنذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- تسويق أكثر فاعلية، وأرباح أكثر: إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها، وخدماتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم، وجميع أيام السنة مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني أرباح إضافية بوصولها إلى مزيد من الزبائن.

2- تخفيض مصاريف الشركات: تُعدُّ عملية إعداد، وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق تجارية، وصيانة المكاتب، ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب أجهزة باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن، وتضطر الشركات لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية، إذ توجد قواعد بيانات على الإنترنت تحتفظ بتاريخ

عمليات البيع في الشركة وأسماء الزبائن، ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات ليتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.

3- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: تطوي التجارة الإلكترونية المسافات والحدود، بما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، وتوفر فرص جديدة لشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى.

الفرع الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للزبائن: -

1- توفير الجهد والوقت: تفتح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم طيلة اليوم، ودون أي عطلة، ولا يحتاج الزبون للسفر، أو الانتظار في الطوابير لشراء منتج معين كما ليس عليه نقل هذا المنتج إلى البيت، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية، أو الدفع عن طريق النقود الإلكترونية.

2- تحسين مستوى الدخل وإيجاد فرص عمل.

3- حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرص رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، وبالإضافة إلى ذلك، فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة على المنتج، ويتم ذلك بدون أي ضغوط من البائع.

4- خفض الأسعار: يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمُتاجر التقليدية، وذلك لأنَّ التسوق على الإنترنت سيوفر الكثير من التكاليف المنفقة على الأسواق العادية، مما يصبُّ في مصلحة الزبائن.

(1) حكم التجارة الإلكترونية في ضوء الشريعة الإسلامية، د جمال عبود الذيب ص 17.

- 5- المساهمة في إعادة توزيع الدخل بين المواطنين.
6- نيل رضى المستخدم: يوفر الإنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة للإجابة عن استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن.

المبحث الثاني: التكيف الفقهي للبيع الإلكتروني:

إن دراسة عقود البيع المبرمة عبر الإنترنت تستدعي التذكير بالأحكام الفقهية بصفة عامة، ذلك أن البيوع المبرمة عبر الإنترنت وإن كان إبرامها يتم عبر شبكة الإنترنت إلا أنها لا تخرج عن دائرة البيوع في الفقه الإسلامي.

وعليه فسيتمّ التعرض في هذا المبحث إلى:

المطلب الأول: التعريف بعقد البيع وبيان أركانه في الفقه الإسلامي.

المطلب الثاني: حكم البيع الإلكتروني.

المطلب الأول: التعريف بعقد البيع وبيان أركانه في الفقه الإسلامي.

عرفنا في بداية هذا البحث أن البيع في اصطلاح الفقهاء "هو مبادلة مال بمال حالا أو في الذمة على التأييد، غير ربا أو قرض".

أركان عقد البيع:

الركن لغة: الناحية القوية وما تقوي به، وأركان كل شيء جوانبه التي يستند إليها ويقوم بها⁽¹⁾. اصطلاحاً: عرّفه الأصوليون بقولهم "ركن الشيء من انبني عليه"⁽²⁾.

وقد اختلف الفقهاء حول تحديد أركان البيع فرأى الحنفية أن للبيع ركناً واحداً وهو الصيغة، ومنهم من حصر أركان العقد في ثلاثة: العاقد، المعقود عليه، الصيغة، ومنهم من جعلها خمسة: الدال على الرضا، والبائع، والمشتري، والثمن، والمثمن، ومنهم من أوصلها إلى ستة أركان: البائع، والمشتري، ثمن، ومثمن، وإيجاب، وقبول⁽³⁾.

وعملاً برأي الجمهور الذي جعل أركان البيع ثلاثة وهي: العاقدان، والمبيع، والصيغة، ونظراً لتوفر عقد البيع عبر الإنترنت عليها جميعاً فسوف يتم اعتماد هذا التقسيم فيما يأتي في هذا البحث⁽⁴⁾.

الركن الأول: العاقدان: يقصد بالعاقدين البائع والمشتري، وهما طرفي عقد البيع، وقد يكون العاقد أصيلاً يتعاقد باسمه ولحسابه، وقد يكون نائباً عن غيره كالوكيل، والوصي، والحاكم، ولكي يكون العاقد أهلاً للتصرف يلزم أن يكون لديه أهلية التصرف وله ولاية على محل العقد، وأن يكون راضياً عند تعاقد.

الركن الثاني: محل العقد: محل العقد هو المعقود عليه، وهو المبيع من جهة البائع والثمن من جهة المشتري، وقد اتفق أهل العلم أن الآية الكريمة: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾⁽⁴⁾ وإن كان مخرجها مخرج العموم فقد أريد بها الخصوص، لأنه قد ثبت عدم صحة بيع كثير من الأشياء مثل مالم يقبض، وبيع الغرر، وبيع المحرمات، وفيما يلي محاولة لحصر الشروط التي وضعها الفقهاء للمعقود عليه:

الشرط الأول: كون المعقود عليه مالا متقوماً في نظر الشرع: فلا يجوز بيع الخمر والميتة والدم ولحم الخنزير؛ لأن إطلاق لفظ التحريم يقتضي سائر وجوه الانتفاع.

(1) لسان العرب لابن منظور 13/ 185، مادة ركن.

(2) أصول الفقه 100/1 -

(3) الفقه على المذاهب الأربعة للجزيري 2/ 124، بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد 2/ 189.

(4) سورة البقرة الآية 275.

الشرط الثاني: كون المعقود عليه موجوداً حال البيع: فلا يصح بيع المعدوم لقوله ﷺ للصحابي حكيم ابن حزام "لا تبع ما ليس عندك"⁽¹⁾، ومن أمثلة بيع المعدوم بيع الملاقيح، وبيع حبل الحبلية.

الشرط الثالث: كون المعقود عليه مقدوراً على تسليمه: وذلك حتى لا يكون تنفيذ العقد ممتنعاً، ولأن المقصود من البيع إنما هو تمليك التصرف، وذلك لا يمكن فيما لا يقدر على تسليمه، كبيع الطير في الهواء، والسماك في البحر، والجمل الشارد، والمال المغصوب في يد الغاصب.⁽²⁾

الشرط الرابع: كون المعقود عليه معلوماً للعاقدين حتى تنتفي الجهالة.

الشرط الخامس: كون المثلث معلوماً حال البيع: وذلك حتى تنتفي الجهالة المفضية إلى النزاع، وهذا الشرط عند المذاهب الأربعة.⁽³⁾

الركن الثالث: الصيغة

الصيغة هي ركن البيع الذي ينعقد به البيع، وقد سبق بيان أن الحنفية يعتبرونه الركن الوحيد في عقد البيع وأنهم يعتبرون ما سواه مكمل له. والصيغة في عقد البيع هي: ما ينعقد به البيع، فهي إذاً كل ما يستفاد منه أن البيع قد تم بين البائع والمشتري، ويدخل فيه اللفظ والإشارة والمناولة.

أهم المسائل المتعلقة بالصيغة:

المسألة الأولى: المقصود بالإيجاب والقبول في عقد البيع، الإيجاب عند الجمهور هو ما يصدر عن البائع كأن يقول (بعتك)، أو ما يقوم مقامها مما يفيد بمعنى البيع، والقبول هو ما يصدر من المشتري كأن يقول (اشتريت)، أو ما يدل على قبول البيع، ولا يشترط تقدم الإيجاب على القبول.

المسألة الثانية: تعاقد بالكتابة: اتفق الفقهاء على صحة عقد البيع بالكتابة، فالحنفية يعتبرون الكتابة كالخطاب، وكذلك الرسالة، وعند المالكية كذلك ينعقد البيع بالكتابة إذا كانت دالة على الرضى.⁽⁴⁾

المسألة الثالثة: مجلس العقد: هو أن يتصل القبول بالإيجاب، وهو ما اصطلح عليه الفقهاء باتحاد مجلس العقد، ومجلس العقد في البيع هو الاجتماع الواقع لعقد البيع، فلو قال البائع (قد بعتك سلعتي بكذا) فسكت المشتري، ولم يقبل البيع حتى افترقا، ثم أتى بعد ذلك فقال (قد قبلت) لم يلزم ذلك البائع؛ لأن هذا التراخي قطع اتصال الإيجاب بالقبول.

ومن تتبع كتب الفقهاء حول مجلس العقد يتبين أنهم لم يقيده بالمكان، وإنما اعتبروا المجلس هو اجتماع البائع والمشتري على موضوع البيع، فقد صححوا البيعة إذا وقع بين البائع والمشتري وهما يمشيان، أو هما على ظهر سفينة تسير، كما يعتبرون أن مجلس البيع قد انتهى إذا خرجا عن موضوع البيع إلى غيره، وإن لم يبرحا موضعهما، واعتبروا في التعاقد بالكتابة والرسالة مجلس بلوغهما، وكل ذلك يؤكد أنهم لم يقصروا مجلس العقد على مكان.⁽⁵⁾

(1) رواه أبو داود وسكت عنه، وقال الأرنؤوط: صحيح لغيره، كتاب البيوع، باب في الرجل يبيع ما ليس عنده ح رقم 3503، ورواه أحمد في مسنده حديث رقم 15399.

(2) بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد 190/2 – 191.

(3) الفقه على المذاهب الأربعة للجزيري 132/2.

(4) الفقه على المذاهب الأربعة للجزيري 125/2.

(5) عقد البيع عبر الإنترنت للدكتور حمدون الشيخ (من ص 40 إلى ص 69 بتصرف)، والفقه على المذاهب الأربعة للجزيري 138/2.

المطلب الثاني: حكم البيع الإلكتروني

يتساوى عقد البيع الإلكتروني مع بقية العقود التجارية بقيامه على مبدأ الرضى بحيث يلزم لانعقاده ارتباط الإيجاب والقبول وتوقفهما على انعقاد العقد، وطبقاً للقواعد فإن كلاً من الإيجاب والقبول يعبر عن إرادة من صدر عنه، وهما لفظان مستعملان عرفاً لإنشاء العقد.

والتعبير عن الإرادة قد يكون باللفظ، أو بالكتابة أو بالإشارة المعهودة عرفاً، أو بالمبادلة الفعلية الدالة على التراضي، أو اتخاذ أي مسلك آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالة على التراضي.

ولذلك يعتبر البعض أن التعبيرات عن الإرادة عن طريق الحاسوب يمكن إدراجها تحت تصنيف التعبير بالكتابة، ولكنها كتابة من نوع خاص، فهي ليست كتابة على ورق، وإنما الكتابة الإلكترونية يمكن قراءتها من قبل الآلة، ومن قبل الإنسان بعد تحويلها من لغة الآلة إلى لغته.

وبالنظر إلى مجلس العقد فهو لا يقتصر على كونه متعاقدين في مكان واحد وإن أغلب العقود في وقتنا إنما تتم والعاقدين لا يجمعهما مكان واحد، وعلى هذا فإن عقود البيع الإلكترونية مثلها مثل عقود البيع التقليدية، وتأخذ حكمها من قوله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾⁽¹⁾ بشرط أن تنطبق عليها الضوابط الشرعية للبيع⁽²⁾.

الخاتمة

بعد الانتهاء من عرض الأحكام الخاصة بالعقود الإلكترونية نستنتج أن هذه العقود عقود صحيحة، تترتب عليها الآثار الشرعية، مثلها مثل العقود التقليدية، ولكن بشرط التزامها بالقواعد الشرعية والضوابط الأخلاقية في عملية البيع والشراء.

فالتجارة الإلكترونية أصبحت واقعاً، لا يمكن للمسلمين تجاهله، وإلا أصبحوا في عزلة عما يحدث حولهم، وهو واقع لابد أن نتعامل معه بوعي وإدراك تام، وأن نضعها على خريطة اهتماماتنا التعليمية، باعتبارها أدوات العولمة الاقتصادية التي لا يمكن تجاهلها.

أما بالنسبة للمضار والمنافع فكل وسيلة من الوسائل التي نتعامل معها تحتوي على مضار ومنافع، وإنني أرى في الوسيلة الإلكترونية رجحان المنافع على المضار، إذا استخدمت بالشكل الصحيح مع الالتزام بالضوابط الأخلاقية، فالاستخدام الخاطئ لأي وسيلة لا يعني إلغاء هذه الوسيلة، فكل وسيلة تأخذ حكم المقصود من استخدامها، فإذا قصد الحلال، كانت حلالاً، وإذا قصد الحرام فحرام، ونفس الكلام ينطبق على التجارة الإلكترونية.

وأخيراً يجب علينا أن نتعامل مع التجارة الإلكترونية بشكل واع يحقق المصلحة العامة والخاصة للجميع سائلين المولى عز وجل التوفيق والسداد إنه نعم المولى ونعم النصير.⁽³⁾

النتائج

(1) من الواجب الاستفادة من التطور التكنولوجي في التوسع في البيع والتسويق لخدمة عبر وسائل الاتصال والأخص الانترنت.

(2) من الواجب علينا أن نتعامل مع التجارة الإلكترونية بشكل واع يحقق المصلحة العامة والخاصة للجميع.

(3) فالتجارة الإلكترونية أصبحت واقعاً، لا يمكن للمسلمين تجاهله، وإلا أصبحوا في عزلة عما يحدث حولهم، وهو واقع لابد أن نتعامل معه بوعي وإدراك تام، وأن نضعها على خريطة اهتماماتنا التعليمية، باعتبارها أدوات العولمة الاقتصادية التي لا يمكن تجاهلها.

(4) يعتبر البيع الإلكتروني من أهم الوسائل والآليات المهمة في التسويق الإلكتروني على مستوى العالم تحقيق مبيعات كبيرة.

(1) سورة البقرة الآية 275.

(2) الفقه على المذاهب الأربعة للجزيري 138/2.

(3) حكم التجارة الإلكترونية في ضوء الشريعة الإسلامية، د جمال عبود الذيب (بتصرف)، ص7.

التوصيات

- (1) التوصية بأهمية توفير المتطلبات المادية من مختلف الأجهزة المتطورة والعمل على كيفية الاستفادة منها في التسويق الإلكتروني على مستوى العالم.
- (2) يمكن استخدام تطبيق البيع الإلكتروني كبديل عن التسويق من خلال الوسائل النمطية سواء الصحف أو المجالات.
- (3) تأهيل الموظفين الإداريين للقيام بأعمال البيع التسويقي الإلكتروني وذلك من خلال الدورات التدريبية على مجموعة أيدي متخصصين.
- (4) إجراء المزيد من الدراسات بالمتعلقة بالبيع والتسويق الإلكتروني.
- (5) ينبغي على مواقع البيع الإلكتروني تهتم أكثر بأن تكون تصميم موقعها سهل الاستخدام والتصفح.

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم برواية قالون عن نافع

1. أصول الفقه، تأليف أ. د/ محمد أبو النور زهير، الطبعة الأولى، عام 2001م
2. بداية المجتهد لابن رشد الحفيد، الطبعة الأولى عام 1996م، تحقيق الشيخين: علي محمد معوض
3. بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز، مجد الدين أبو طاهر الفيروز آبادي (ت817هـ)، تحقيق: محمد علي النجار، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، لجنة إحياء التراث الإسلامي، القاهرة.
4. منتهى الإرادات في جمع المقنع مع التنقيح وزيادات لابن النجار (ت972هـ)، تحقيق: عبد الغني عبد الخالق، سنة التحقيق: 1381هـ/1962م، الناشر: دار عالم الكتب.
5. عقد البيع عبر الإنترنت — دراسة تأصيلية في الشريعة الإسلامية للدكتور حمدون الشيخ، الطبعة الأولى، سنة النشر 2017م، مكان النشر، الجلفة، الجزائر 2017، الناشر: دار الضحى للنشر والإشهار.
6. خدمات الإنترنت، لأحمد ريان، نشر عام 2001م، الناشر هو المجمع الفقهي الثقافي في أبو ظبي الطبعة الرابعة عام 2001م.
7. عقد البيع عبر الإنترنت، دراسة تحليلية للدكتور عمر خالد زريقات، الطبعة الأولى، تم نشره أول مرة في عام 2007م، الناشر: دار الحامد للنشر والتوزيع في عمان بالأردن.
8. أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، للدكتور عدنان بن جمعان الزهراني، رسالة دكتوراه بكلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة أم القرى 1430هـ، 2009م في مكة المكرمة، الناشر: دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، تاريخ النشر 18 نوفمبر 2016م.
9. حكم التجارة الإلكترونية في ضوء الشريعة الإسلامية، مقال علمي للدكتور جمال عبود الذيب، الناشر: ديوان الوقف السني، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد، تاريخ النشر: 2006م، المجلة: مجلة البحوث والدراسات الإسلامية المجلد 6، العدد 6، 31 أغسطس 2006.
10. خدمات الإنترنت لأحمد ريان، نشر عام 2001م، الناشر هو: المجمع الثقافي بأبوظبي، الطبعة الرابعة.
11. سنن أبي داود للحافظ أبي داود سليمان بن الأشعث السجستاني ت275هـ، تحقيق: صدقي محمد جميل، إشراف: مكتب التوثيق والدراسات في دار الفكر، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان 1424هـ - 2003م.
12. شرح حدود ابن عرفة، تأليف الفقيه المالكي محمد بن قاسم الأنصاري المعروف بالرصاص التونسي (ت894هـ) تاريخ النشر: الطبعة الأولى عام 1993م، الناشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت.
13. الفقه على المذاهب الأربعة، تأليف الشيخ عبد الرحمن الجزيري، الطبعة الثانية، دار الكتب العلمية — بيروت، عام 1424هـ - 2003م.

14. مسند الإمام أحمد، طبعة مؤسسة الرسالة عام 1421هـ – 2001م، في بيروت، تحقيق: د/ شعيب الأرنؤوط.
15. المغني لابن قدامة، الطبعة الأولى 1388هـ — 1968م، الناشر: مكتبة القاهرة، المحققون: طه الزيني، محمود عبد الوهاب فايد، عبد القادر عطا، محمود غانم غيث.
16. لسان العرب لابن منظور، دار صادر، الطبعة الأولى 1410هـ — 1990م، بيروت — لبنان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

Compliance with ethical standards

Disclosure of conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of LJCAS and/or the editor(s). LJCAS and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.