

# حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية

الدكتور

جمال عبود محمد الذيب

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله على جزيل فضله ونعمائه، والصلاة والسلام على محمد خاتم رسله وأنبيائه،

وبعد:

في هذا العصر الرقمي الذي انتشرت فيه العديد من وسائل الاتصال الحديثة التي قصت تماماً على عنصر الوقت والمسافة، وأدت إلى تخطي الحدود الفاصلة بين الدول والأشخاص عبر القارات، وأصبح من السهل على أي شخص في أي مكان الحصول على جميع المعلومات التي يحتاج إليها في أي مجال من المجالات المختلفة عن طريق شبكة الانترنت بمجرد الضغط على أزرار جهاز الحاسوب، وقد انتشر الإنترنت انتشاراً هائلاً، وأصبح يشكل حلقة متقدمة في مجال المعلومات والاتصالات، بل أصبح من سمات العصر الحديث، وَحَوْلَهُ إلى قرية صغيرة، يتلشى به أثر الحدود الجغرافية والسياسية.

في ظل هذا التطور الهائل والمتسارع في مجال الاتصالات، والكمبيوتر، ظهر مصطلح جديد في عالم التكنولوجيا هو "التجارة الإلكترونية"، وهو مفهوم حديث يشرح عملية البيع، أو الشراء، أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية، ومن ضمنها الإنترنت.

لقد شاع هذا المفهوم بشكل متسارع، وأصبح يتيح العديد من المزايا: فبالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق.

أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشترائك بالإنترنت.

ولا تقتصر هذه التجارة — كما يظن بعضهم — على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، إذ إنها ومنذ انطلاقتها، كانت تتضمن دائماً معالجة حركات البيع والشراء، وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكنها في حقيقة الأمر تتطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنباً إلى جنب مع السلع والخدمات، ولا تقف عند هذا الحد، لأن الآفاق التي تفتحها أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تقف عند حد.

انتشرت هذه التجارة انتشارا واسعا، أحدث ثورة جديدة في شكل التجارة العالمية، وتنامى حجم التبادل بها في جميع أرجاء العالم عموما، وفي البلاد الإسلامية خصوصا، واليوم بدأ يتعامل بها عدد ليس بالقليل من المسلمين، وأصبح الكثير من دول العالم، لاسيما المتقدمة منها تتخلى بشكل تدريجي عن الأسلوب التجاري التقليدي وذلك بالتوجه نحو "التجارة الإلكترونية"، وعلى وجه الخصوص عبر شبكة الإنترنت، التي أتاحت إمكانية ربط كل الناس على مسافات بعيدة، لذا كان لزاما على الباحثين المسلمين أن يعرفوا الناس بحكمها الشرعي، وما ينبغي لهم الاحتراز منه فيها، وما يجوز الإقدام فيها عليه، ويقفوا أمامها وقفة تأمل، ثم محاولة استيعابها، والتعامل معها، والاستفادة منها وتكييفها تكييفاً شرعياً.

وهي من أهم الأسباب التي دفعتني للكتابة في هذا الموضوع، الذي لا يزال غضا طرياً، وهو قيد البحث والدراسة حتى اليوم، وذلك على الرغم من ضعف همتي وقلة حيلتي في هذا المجال، إلا أنني توكلت على الله وأقدمت على خوض غمار هذا البحث رغبة مني في إشباع الفضول، ومعرفة المجهول، والله أسأل التوفيق والسداد في ذلك.

وقد اقتضت طبيعة هذا البحث أن أقسمه بعد هذه المقدمة: إلى تمهيد، وثلاثة مباحث، وخاتمة.

تناولت في التمهيد: تعريف التجارة الإلكترونية لغة واصطلاحاً، وتاريخ نشأتها.

تناولت في المبحث الأول: التجارة الإلكترونية: أقسامها، فوائدها، خصائصها، معوقاتهما، وأخطارها

وفيه خمسة مطالب، وهي كما يأتي:

- المطلب الأول: أقسام التجارة الإلكترونية.
- المطلب الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية: وفيه فرعان:
- الفرع الأول: فوائدها بالنسبة للشركات.
- الفرع الثاني: فوائدها بالنسبة للزبائن.
- المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية.
- المطلب الرابع: معوقات التجارة الإلكترونية.
- المطلب الخامس: أخطار التجارة الإلكترونية.

وتناولت في المبحث الثاني: آلية التجارة الإلكترونية ومراحلها، ومعايير مهمة في

المواقع المعدة للشراء وفيه مطلبان:

- المطلب الأول: آلية التجارة الإلكترونية.

- المطلب الثاني: معايير مهمة في المواقع المعدة للشراء بطريقة آمنة.
- أما المبحث الثالث فتناولت فيه: حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية، وفيه مطلبان:
- المطلب الأول: تعريف العقد لغة واصطلاحاً.
- المطلب الثاني: التكيف الفقهي للعقد الإلكتروني، وقد وزعته على خمسة فروع، وكما يأتي:

- الفرع الأول: أركان العقد.
- الفرع الثان: المراد بالإيجاب والقبول.
- الفرع الثالث: اتصال الإيجاب بالقبول.
- الفرع الرابع: مجلس العقد.
- الفرع الخامس: مجلس العقد في حالة غياب المتعاقدين.

الخاتمة: ضمننتها أهم نتائج البحث.

وختاماً فإنني أعتذر كل الاعتذار لكل باحث في هذه الجزئية الفقهية المهمة، أو لمن لديه إلمام وإطلاع بها؛ عن كل تقصير بدر مني، وهذا جهد المقل، وحسبي أنني بذلت قصارى جهدي، وحاولت ولم أتعمد التقصير، والله يعلم ذلك، ﴿وَمَا أُبَرِّئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ﴾<sup>(١)</sup>، ﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْماً﴾<sup>(٢)</sup>.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

---

(١) سورة يوسف (٥٣).

(٢) سورة طه (١١٤).

## تمهيد: في تعريف وتاريخ التجارة الإلكترونية.

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية لغة واصطلاحاً.

المطلب الثاني: تاريخ التجارة الإلكترونية.

وسأتناول كل مطلب على حدة، وكما يأتي:

### المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية لغة واصطلاحاً

التجارة الإلكترونية مركب إضافي مكون من كلمتين: "التجارة" وهي المضاف، وكلمة "الإلكترونية" المضاف إليه، ولتعريف هذا المركب وجب تعريف ما تركب منه.

#### أولاً: التجارة:

التجارة لغةً: من تَجَرَ يَتَجَرُّ تَجَرًا وتجارة: أي باع وشرى، وكذلك اتجر وهو افتعل.

وقد غلب إطلاق هذا الاسم على الخمار، فالعرب تسمي بائع الخمر تاجراً<sup>(٣)</sup>.

أما اصطلاحاً: فقد عرفها الجرجاني بأنها: عبارة عن شراء شيء لبيع بالربح<sup>(٤)</sup>.

وفي الموسوعة الفقهية الكويتية هي: تقليب المال، أي بالبيع والشراء لغرض. وهي في الأصل: مصدر دال على المهنة، وفعله تجر يتجر تجراً وتجارة<sup>(٥)</sup>. وفي موضع آخر عرفت بأنها: تقليب العروض بقصد الأرباح<sup>(٦)</sup>.

ودليل مشروعيتها: الكتاب والسنة:

فمن الكتاب قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾<sup>(٧)</sup>. وقوله أيضاً: ﴿إِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾<sup>(٨)</sup>.

أما من السنة فقوله ﷺ: ((التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء))<sup>(٩)</sup>.

---

(٣) ينظر: ابن منظور: لسان العرب ٨٩/٤، الطبعة الأولى دار صادر، بيروت.

(٤) ينظر: الجرجاني: التعريفات، ص ٧٣، تحقيق إبراهيم الأبياري، الطبعة الأولى دار الكتاب العربي، بيروت (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م).

(٥) الموسوعة الفقهية الكويتية ١٠ / ١٥١، وزارة الأوقاف الكويتية.

(٦) الموسوعة الفقهية الكويتية ٣٤ / ٧٠.

(٧) سورة النساء (٢٩).

(٨) سورة الجمعة (١٠).

(٩) الحديث أخرجه الترمذي في سننه، باب ما جاء في التجار، برقم (١٢٠٩)، وقال: (هذا حديث حسن لا نعرفه إلا من هذا الوجه) ٥١٥/٣، تحقيق أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

## ثانياً: الإلكترونية:

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

**وشبكة الإنترنت:** هي عبارة عن شبكة واسعة من الحواسيب الموصولة بعضها ببعض، والمنتشرة في جميع أنحاء العالم، تخزن كمّاً هائلاً من المعلومات بأشكال مختلفة. وعرفها بعضهم الآخر بأنها: (شبكة معلومات عالمية، عبارة عن مجموعة من شبكات الحاسب موصولة مع بعضها البعض)<sup>(١٠)</sup>.

وقال بعضهم بأنها: (وسيلة تواصل عبر الكمبيوترات ليس إلا)<sup>(١١)(١٢)</sup>.

وقيل هي: شبكة اتصالات عالمية مفتوحة وعامة واسعة النطاق، تربط بين عدد ضخم من الشبكات الفرعية. ولذا يطلق عليها "شبكة الشبكات"<sup>(١٣)</sup>.

## ثالثاً: تعريف التجارة الإلكترونية كمركب إضافي:

عرفت التجارة الإلكترونية بعدّها اسماً لعقد جديد بتعريفات متعددة، بحسب المجال الذي يستفيد منها، ومن ذلك:

- ١- عرفت منظمة التجارة العالمية، بأنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات، وتوزيعها وتسويقها وبيعها، أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية.
- وتشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات:
- أ- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- ب- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- ت- عمليات تسليم المشتريات<sup>(١٤)</sup>.

---

(١٠) أحمد ريان: خدمات الإنترنت، ص ١٩، منشورات المجمع الثقافي في أبي ظبي، (ط ١) (١٤١٧هـ) —

١٩٩٧م)، والصواب موصولة بعضها ببعض .

(١١) كريستان كروملي: ألف باء الإنترنت، ص ٩، الدار العربية للعلوم، بيروت، (ط ١) (١٣١٧هـ) —

١٩٩٧م).

(١٢) علاء الدين بن عبد الرزاق الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة، ص ٣٣٤، إشراف أ.د. مصطفى ديب البغا، (ط ١) دار النفائس، عمان (١٤٢٣هـ — ٢٠٠٤م).

(١٣) د. إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، ص ١٩، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، (ط ١) (١٤٢٣هـ — ٢٠٠٣م).

(١٤) د. إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، ص ١١-١٢.

- ٢- هي استخدام التقنيات الحديثة في المعلومات والاتصالات من أجل إبرام الصفقات وعقد المبادلات التجارية، ومن أجل تطوير التجارة العالمية وتنمية المبادلات<sup>(١٥)</sup>.
- ٣- هي استخدام وسائل الاتصال والمعلومات بين الأطراف التجارية لإتمام الأعمال والصفقات<sup>(١٦)</sup>.
- ٤- هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين، أو بين الشركات بعضهم ببعض، باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>(١٧)</sup>.
- ٥- هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين، أو بين الشركات بعضهم ببعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ٦- إنها أداء العملية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة بغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء.
- ٧- هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعالة بين الشركاء في التجارة<sup>(١٨)</sup>.
- ٨- هي نظام يُتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يُتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد؛ مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تُتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات)، والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتُقدّم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يُدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية<sup>(١٩)</sup>.

(١٥) وسيم شفيق حجار: الإثبات الإلكتروني، ص ١٠، دار صادر، بيروت لبنان، (٢٠٠١م).

(١٦) د. السيد عودة: التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي، ص ١٢، دار الأمين، القاهرة مصر، (ط١) (١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م).

(١٧) رأفت رضوان: عالم التجارة الإلكترونية، ص ١٤، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة مصر، (١٩٩٩م).

(١٨) مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان: أسس تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص ٦-٧، الجمعية الملكية/ مركز تكنولوجيا المعلومات، عمان الأردن، (٢٠٠٤م).

(١٩) الأستاذ أنور عمار بحث نشر على موقع: [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) التجارة الإلكترونية/

[www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org)، و [www.loai.net](http://www.loai.net)، و [www.alamuane.com](http://www.alamuane.com)، و

٩- وعرفها البعض الآخر بأنها: نظام تبادل غير ورقي لصفقات ومعلومات تجارية ومصرفية باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة<sup>(٢٠)</sup>.

١٠- وعرفها المشرع الأردني بأنها: تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالصناعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة<sup>(٢١)</sup>.

فمفهوم التجارة الإلكترونية يتمحور حول عمليات ترويج وتبادل السلع والخدمات، وإبرام صفقات المعاولسات عبر وسائل رقمية — أي إلكترونية غالباً عبر الإنترنت — دون الحاجة إلى انتقال المتعاقدين للاجتماع في مكان واحد، وسواء أمكن تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد إلكترونيًا — مثل دفع قيمة البرامج الإلكترونية، وتحميلها مباشرة عبر شبكة الإنترنت — ، أو استلزم الأمر تنفيذها بشكل مادي — مثل إحضار مندوب الشركة السلعة المادية إلى المشتري<sup>(٢٢)(٢٣)</sup>.

### المطلب الثاني: تاريخ التجارة الإلكترونية

تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة.

وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات، إذ وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى، وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدماتية وغيرها.

كما ظهرت أيضاً تطبيقات أخرى مثل بيع وشراء الأسهم، تذاكر السفر على الإنترنت... فمثل هذه الأنظمة كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وقيمها الاستراتيجية كانت معلومة وظاهرة للعيان.

---

(٢٠) راسم سميح محمد عبد الرحيم: التجارة الإلكترونية في خدمة التجارة والمصارف العربية، والتعريف لصاحب المقدمة الدكتور عدنان الهندي، ص ٩، اتحاد المصارف العربية، بيروت (١٤١٧هـ — ١٩٩٧م)، وينظر تعريف المؤلف في ص ١٩.

(٢١) قانون المعاملات الإلكترونية الأردني المؤقت رقم (٨٥) سنة (٢٠٠١م).

(٢٢) ينظر: السند: عبد الرحمن بن عبد الله، الأحكام الفقهية للمعاملات الإلكترونية، ص ١١٦-١١٧، دار الوراق، بيروت لبنان، (١٤٢٤هـ — ٢٠٠٤م).

(٢٣) ولمن أراد المزيد من تعاريف التجارة الإلكترونية فليرجع لكتاب: التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، للأستاذة هند محمد حامد، ص ١١-١٦، كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان، مصر (٢٠٠٣م)، علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي ص ٣٣٩.

ومع جعل الإنترنت مادة مالية وربحية في التسعينات من القرن الماضي، وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر، فإن مصطلح "التجارة الإلكترونية" خرج للنور ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة. وكان من بين الأسباب التي أدت إلى النمو الكبير في تطبيقات التجارة الإلكترونية هو تطوير الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات، وسبب آخر لهذه الزيادة هو نتيجة لازدياد حدة المنافسة ما بين الشركات.

ومن عام ١٩٩٥م إلى عام ١٩٩٩م شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تتمثل في الإعلانات على المزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي، لدرجة أن كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشئ لها موقع على شبكة الإنترنت، والكثير منها لديها مواقع مليئة بالمعلومات<sup>(٢٤)</sup>.

ويعود السبب في هذا الانتشار السريع إلى قيام الولايات المتحدة بتحويل الإشراف على "شبكة الشبكات" الإلكترونية المعروفة بالإنترنت من الهيئة القومية للعلوم إلى القطاع الخاص اعتباراً من أبريل ١٩٩٥م، فمنذ ذلك التاريخ صارت الإمكانية متاحة لتقديم الخدمات التجارية والمالية وغيرها من الخدمات على الإنترنت، وأخذت الشبكة العالمية في التوسع بعد ذلك بمعدلات سريعة جداً<sup>(٢٥)</sup>.

---

(٢٤) ينظر: "الأستاذ طلال أبو غزالة: تاريخ التجارة الإلكترونية، بحث منشور على الموقع/

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) / التجارة الإلكترونية / [www.alwatan.com](http://www.alwatan.com) . كما ينظر: هند محمد حامد :

التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، مصدر سابق، ص ٣٦-٣٩.

(٢٥) د. إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، ص ٩.

## المبحث الأول

التجارة الإلكترونية : أقسامها، فوائدها، خصائصها، معوقاتها، وأخطارها

سأوزع هذا المبحث على خمسة مطالب، وكما يأتي:

### المطلب الأول: أقسام التجارة الإلكترونية

يُمكن تقسيم نشاطات التجارة الإلكترونية بشكلها الحالي إلى قسمين رئيسيين، هما:

- تجارة إلكترونية من الشركات إلى الزبائن الأفراد: وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات من جهة، والزبائن الأفراد من جهة أخرى.
- تجارة إلكترونية من الشركات إلى الشركات: وهي تمثل التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى<sup>(٢٦)</sup>.

### المطلب الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية

فوائد التجارة الإلكترونية فيه ما يعود على الشركات، وفيه ما يعود على الزبائن، لذلك قسمت هذا المطلب إلى فرعين، وكما يأتي:

#### الفرع الأول: فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات

تقدّم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ١- **تسويق أكثر فعالية، وأرباح أكثر**: إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع - طيلة ساعات اليوم، وطيلة أيام السنة - مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.
- ٢- **تخفيض مصاريف الشركات**: تُعدّ عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تُستخدم في خدمة الزبائن ولا تبدو هناك حاجة في الشركة 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

---

(٢٦) المصدر السابق العيسوي، ص ١٦، وموقع : [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) التجارة الإلكترونية/

استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.

٣- **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء** : تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعتبر الحدود، مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، وتوفر فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى - أي الموردين -، (فيما يدعى التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الشركات)<sup>(٢٧)</sup>.

#### الفرع الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للزبائن

١- **توفير الوقت والجهد**: تفتح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم طيلة اليوم، ودون أي عطلا، ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة إلى البطاقات الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الإلكترونية.

٢- **تحسين مستوى الدخل وإيجاد فرص عمل**.

٣- **حرية الاختيار** : توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، وبالإضافة إلى ذلك، فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة.

٤- **خفض الأسعار**: يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لأن التسوق على الإنترنت سيوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن.

٥- **المساهمة في إعادة توزيع الدخل بين المواطنين**.

٦- **نيل رضا المستخدم**: توفر الإنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم<sup>(٢٨)</sup>.

---

(٢٧) ينظر: مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان: أسس تطبيق التجارة الإلكترونية، ص ٩، وموقع:

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) / التجارة الإلكترونية / [www.loai.net](http://www.loai.net) ، و

[www.alamuane.com](http://www.alamuane.com)، [www.c4arab.com](http://www.c4arab.com).

(٢٨) ينظر: علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي، ص ٣٤١، مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد

الروضان: أسس تطبيق التجارة الإلكترونية، ص ٩، وموقع : [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) / التجارة

الإلكترونية / [www.loai.net](http://www.loai.net) ، و [www.alamuane.com](http://www.alamuane.com) ، [www.c4arab.com](http://www.c4arab.com)،

[www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org).

وبشكل عام يمكن إيجاز ما أفرزته التجارة الإلكترونية من فوائد ومزايا في ميدان التجارة فيما يأتي:

- ١- سهولة إنجاز العملية التجارية بأقل جهد ، وأدنى تكاليف ، وأقصر وقت.
- ٢- توسيعها لنطاق الأسواق التجارية بعد أن تميزت بميزة إلغاء الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية العالمية.
- ٣- استحداثها لأنماط جديدة من الأعمال التجارية، بعد أن أوجدت المتاجر الافتراضية ، والبنوك الإلكترونية ، وغيرها.
- ٤- توفير خيارات التسوق الأفضل.
- ٥- تطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري.
- ٦- دعم وتطوير تقنيات الأعمال المالية والمصرفية ، بعد أن وفرت ميزة السرعة في التعاقد والتنفيذ ، فضلاً عن استحداثها لأساليب تقنية تسهل عمليات الوفاء بسرعة فائقة، مثل النقل الإلكتروني للأموال، وبطاقات السحب الإلكتروني للأموال، والبطاقات الذكية، وغيرها من وسائل الأداء المصرفي المتطور عبر شبكة الإنترنت<sup>(٢٩)</sup>.

#### **المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية**

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف فيها وتتميز عن التجارة التقليدية:

- ١- غياب العلاقة المباشرة والحميمة بين الأطراف المتعاقدة: تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد للاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما (عقد البيع، إيجار ، هبة... الخ) وقد يأخذ إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الانتهاء من الاتفاق على كل التفاصيل اللازمة. أما في عقود التجارة الإلكترونية، فلا يكون هناك مجلس العقد بالمعنى التقليدي، أو مفاوضات جارية للاتفاق على شروط التعاقد، لأن البائع يكون في مكان والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، كما قد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكاني المشتري والبائع رغم وجودهما على اتصال عن طريق أجهزة الكمبيوتر أو بين إرسال الرسالة الإلكترونية وتلقيها من المرسل إليه بسبب عدم إنزال الرسائل من على الشبكة أو التأخر في إرسالها لتعطيل الشبكة.

---

(٢٩) ينظر: فائق الشماخ: التجارة الإلكترونية ، ص٣٨-٤٠، مجلة دراسات قانونية ، السنة (٢)، العدد(٤)، بيت الحكمة ، بغداد، العراق، (٢٠٠٠م)، وليد الزبيدي: التجارة الإلكترونية (الموقف القانوني) ، ص٢٠-٢١، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، (١٦) (١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م).

بل قد يغيب العنصر البشري تماماً وتتراسل الأجهزة بينهما وفقاً للبرامج المعدة لها التي تقوم – في بعض الشركات – بجرد المخزون من سلعة معينة وتضع أوامر جديدة للشراء للموردين ، إذا نقص المخزون عن حد معين، الذين تقوم أجهزة الكمبيوتر لديهم باستلام أوامر الشراء وتنفيذها وإرسال فواتير البيع دون تدخل العنصر البشري.

٢- **وجود الوسيط الإلكتروني:** وهو جهاز الحاسب (الكمبيوتر) لدى كل من الطرفين المتعاقدين، والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم تباعد المكان والمواطن الذي يقيمون فيه. وعادة ما تصل الرسالة في ذات الوقت إلى المرسل إليه إلا أنه إذا حدث عطل في الشبكة أو انهيار لها فقد لا تصل الرسالة أو تصل مغلوطة أو غير مقروءة، وقد تخصص عدد من الشركات في إعداد البرامج المتوافقة مع أجهزة الكمبيوتر في مجالات المحاسبة والإعلان والتسويق وخدمات البيع والعديد من الخدمات الأخرى التي لا تقع تحت حصر، مما ساهم في سرعة إنجازها الأعمال بأقل تكلفة ممكنة وسهل على الشركات والأفراد التحول من النظام المكتبي الروتيني إلى استخدام الكمبيوتر في كل ما يمكن توفيره من عمليات.

٣- **السرعة في إنجاز الأعمال:** وتلأفي العديد من الأوراق المكتبية التي كانت تصاحب أوامر البيع والشراء و شحن البضاعة، غير أن الأمان في إرسال الرسائل عن طريق الكمبيوتر ما زال مشكلة قائمة لم يتم التغلب عليها كلية، لأن البعض من الأشخاص تخصصوا في الدخول على الحاسبات وإرسال الرسائل المغلوطة، وتوافرت لهم المعرفة التقنية التي ساعدتهم على الدخول إلى حاسبات البنوك والحكومات، أو سحب أموال من حسابات عملاء في البنوك بإرسال أوامر إلى الكمبيوتر المركزي في البنوك لعمل عمليات نقل مصرفي أو غيرها من حساب إلى آخر وتحويل أرصدة من داخل البلاد إلى خارجها، بل إن الأمر ذهب إلى أبعد من ذلك بدخول هؤلاء القراصنة إلى أجهزة الحاسبات المركزية لبعض المراكز الحساسة مثل أجهزة المخابرات والقوات المسلحة.

٤- **الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية:** فالتجارة الإلكترونية، أو بالأحرى الوسائط الإلكترونية التي تجري من خلالها أنشطة هذه التجارة، لا سيما الإنترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية.

٥- غياب المستندات الورقية: حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدءاً من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً دون تبادل مستندات ورقية<sup>(٣٠)</sup>.

#### المطلب الرابع: معوقات التجارة الإلكترونية

- يعترض تطوير التجارة الإلكترونية في الدول النامية عدة معوقات ، منها:
- ١- الأمية في شكلها التقليدي (أي الجهل بالقراءة والكتابة).
  - ٢- الأمية المعلوماتية (يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسوب الآلي والبرمجيات).
  - ٣- حاجز اللغة (حيث تتم معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الإنجليزية)
  - ٤- الفقر النسبي.
  - ٥- عدم الانتشار النسبي في وسائل الاتصالات عن بُعد.
  - ٦- سيطرة قيم المجتمع النقدي (الكاش) ، حيث أن التعاملات تتم في معظمها بالنقد التقليدية وليس بأدوات التعامل المالي الحديثة.
  - ٧- الطابع اللامادي غير الملموس للتعامل (بما لا يشجع الكثيرين على التعامل مع أناس لا يواجهونهم وجهاً لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية).
  - ٨- عدم توفر الثقة بين البائع والمشتري في المعاملات التجارية، وذلك لعدم تيقن المنتج أو مقدم الخدمة في الحصول على قيمة منتجه أو خدمته من المستهلك.
  - ٩- عدم التيقن من العقود المبرمة والشروط المتعلقة بالتوصيل والكفاءة أو خدمة ما قبل البيع.
  - ١٠- ارتفاع كلفة تطوير وصيانة نظام التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال.
  - ١١- عوائق قانونية تتعلق بالأنظمة والقوانين من حيث توفرها وتطبيقها بين الدول<sup>(٣١)</sup>.

#### المطلب الخامس: أخطار التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية أخطار كثيرة، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ١- انتشار الغش والخداع والتحايل في البيع والشراء عبر الإنترنت.
- ٢- سرقة البطاقات الإلكترونية وتحويل الحسابات من البطاقات الائتمانية.

---

(٣٠) ينظر: د. إبراهيم العيسوي : التجارة الإلكترونية، ص ٣١ و ٣٢، وموقع /[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

التجارة الإلكترونية/ [www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org).

(٣١) مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان: أسس تطبيق التجارة الإلكترونية ، ص ٩، موقع/

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) التجارة الإلكترونية، ص ٩، موقع /[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) التجارة الإلكترونية /

[www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org).

- ٣- ضعف المراقبة على المنتجات والمواقع.
- ٤- عدم إمكانية التوثيق والإلزام في العقود المبرمة عبر شبكة الإنترنت.
- ٥- إلحاق الضرر بالمنتجات المحلية، وسيطرة السلع الأجنبية، وحرمان الدول من الضرائب.
- ٦- انتشار البطالة لقلة الحاجة إلى الأيدي العاملة في مجال التسويق واستغناء الشركات عن موظفي التسويق.
- ٧- القرصنة بصفة عامة وعلى مختلف السلع والمواقع.
- ٨- عرض سلع وخدمات محرمة شرعا مثل تجارة الخمر وتجارة الجنس، التي تعتبر من التجارات الرابحة والمنتشرة خلال الإنترنت<sup>(٣٢)</sup>.

## المبحث الثاني

### آلية التجارة الإلكترونية ومراحلها، ومعايير مهمة في المواقع

#### المعدة للشراء

للتجارة الإلكترونية آليات ومتطلبات ، ومراحل تنفيذية، مع وجوب مراعاة معايير في المواقع المعدة للشراء، لذا سأوزع هذا المبحث على ثلاثة مطالب، وكما يأتي:

#### المطلب الأول: آلية التجارة الإلكترونية

عندما يخطر على بال أحد أن يشتري شيئاً معيناً عبر شبكة الإنترنت العالمية (www) لا بد له من بعض المتطلبات، وهي:

- جهاز الحاسوب الآلي (الكمبيوتر).
  - خط اتصال بشبكة الإنترنت.
  - عناوين المواقع التجارية .
- وبتوفير هذه الأمور الثلاثة يبدأ المشتري في خطوات شراء البضاعة التي يريدتها ويرغب فيها، ومن أجل التعرف على آلية هذا النوع من التجارة، نأخذ مثال عملي بالدراسة في موقع الفرات لبيع الكتب:

---

(٣٢) ينظر: علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي، ص٣٣٧، يعقوب يوسف النجدي، وفيصل محمد النعيم: التجارة الإلكترونية مبادئها ومقوماتها، ص٤٢-٤٣، الدار العربية للعلوم، بيروت لبنان، (ط١) (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م)، موقع : [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) التجارة الإلكترونية/  
[www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org)، و [www.nelecommerce.net](http://www.nelecommerce.net) و [www.al-watan.com](http://www.al-watan.com).

**أولاً:** بعد فتح جهاز الحاسوب، وفتح خط الاتصال بالإنترنت، يختار المشتري عنوان موقع الفرات ([www.furat.com](http://www.furat.com)) فتظهر له اللوحة الرئيسية للموقع.

**ثانياً:** يبدأ المشتري بوضع البيانات الشخصية، ثم يضع لنفسه رقماً سرياً يدخل من خلاله سلة شراء الكتب في الموقع المذكور.

**ثالثاً:** ثم ينقر فوق سلة الشراء بعد كتابة رقمه السري ليبدأ بتتبع خطوات شراء الكتب من هذا الموقع، وهي كما يأتي:

**الخطوة الأولى:** يبحث المشتري عن الكتاب الذي يرغب فيه بالنقر على مربع (موضوعات) فتظهر له قائمة بالمواضيع، ثم يختار الكتاب الذي يريد شراءه ويضعه في سلة الشراء فتظهر قائمة بأسماء الكتب التي أختارها مع بيان أسعارها وكميتها ، ثم ينقر فوق مربع (متابعة) ليدخل الرقم السري للانتقال إلى الخطوة الثانية.

**الخطوة الثانية:** وهي الخطوة التي يحدد فيها المشتري طريقة الدفع، وهي إحدى ثلاث طرق: بطاقة الائتمان، شيك ، أو حوالة بريدية. ثم ينقر فوق (متابعة) ليدخل رقمه السري، وينتقل إلى الخطوة الثالثة.

**الخطوة الثالثة:** في هذه الخطوة يدخل المشتري بيانات بطاقته الائتمانية، أو يختار إرسال شيك مصدق إلى مركز دار الفكر في دمشق، أو إرسال حوالة بريدية إلى الحسابات التي تظهر في الجدول على الشاشة. ثم ينقر فوق مربع (موافق) لتنتهي عملية الشراء بنجاح<sup>(٣٣)</sup>.

وبناء على هذه الآليات يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية كغيرها من أنواع التجارة الأخرى بما فيها التقليدية، تمر بعدد من المراحل لكي تكتمل وتصل إلى مرحلة التنفيذ النهائي، لعل من بين أبرزها، ما يأتي:

#### **المرحلة الأولى: مرحلة العرض أو (اعطاء الوعد)**

في هذه المرحلة يقوم المنتج أو البائع بعرض سلعته، أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها وتسويقها بحسب طلب المشترين وطلب السوق في الداخل والخارج بناءً على الدراسة السوقية، هذا في الوقت الذي يروج فيه لسلعته من خلال وسائل الإعلان المختلفة بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة للمستهلكين ، ومحاولاً إقناعهم بها وحثهم على شرائها، مستخدماً في ذلك الوسائل الإلكترونية.

---

( ٣٣ ) علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي، ص ٣٤٤ - ٣٤٦.

### المرحلة الثانية: مرحلة القبول

إذا توصل المتعاملون – مستهلك ، أو منتج مع مورد مواد أولية، أو منتج مع بائع – إلى اتفاق، يكون قد النقي العرض بالقبول وانعقد العقد، ومن ثمة يصدر المشتري قراره بالشراء إلكترونيا من خلال وسائل تكفل الأمان، والحفاظ على السرية، وغير ذلك من الأمور المطلوبة في مثل هذا البيع والشراء.

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

### المرحلة الثالثة: مرحلة التنفيذ أو (الوفاء بالعهد)

وتشمل هذه المرحلة تنفيذ بعض الالتزامات المتقابلة، مثل:

- قيام المنتج، أو البائع بتدبير السلعة وإعدادها وتجهيتها حتى تكون جاهزة للتسليم بالشكل، أو الأسلوب 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<sup>(٣٤)</sup>.

### المطلب الثاني: معايير مهمة في المواقع المعدة للشراء بطريقة آمنة

- ١- أن يتم الدفع عبر بطاقات ائتمان من خلال خادم أمن وموقع مشفر ، أو من خلال بطاقات خاصة بالشراء من الإنترنت ذات القيم المحددة.
- ٢- أن يقدم الموقع خدمات الشحن المأمونة ويتحمل مسؤولية توصيل البضائع بأمان وسرعة.
- ٣- أن يكون الموقع ملتزما بالأمان والسرية وضمان الرضا للعملاء – الزبائن –.
- ٤- أن يكون في الموقع قسما خاصا بخدمة العملاء، وخاصة خدمة ما بعد البيع.
- ٥- أن يكون للشركة صفة رسمية وموقع معتمد وعنوان دائم، وخدمات اتصال عبر وسائل الاتصال المختلفة<sup>(٣٥)</sup>.

---

(٣٤) ينظر: وليد الزيدي: التجارة الإلكترونية (الموقف القانوني) ، ص ٢٢-٢٤، زايري بلقاسم ، وطوباش

علي: طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، ص ٧٩، مجلة المستقبل العربي، السنة (٢٥)، العدد

(٢٨٨) ، شباط / فبراير ٢٠٠٣م.

(٣٥) ينظر: موقع / [www.nilecommerece.net](http://www.nilecommerece.net).

## المبحث الثالث

### حكم التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية

التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية من حيث الوسيلة التي تستخدم في عمليات التبادل التجاري، وليس في طبيعة العمليات التجارية، ولهذا تخضع هذه التجارة للأحكام العامة التي تحكم العقود بشكل عام، إضافة إلى الأحكام التي تنظم عقود المسافة التي تجري عن بعد بين شركاء ليسوا في وضعية الالتقاء<sup>(٣٦)</sup>.

وتتميز التجارة الإلكترونية بخصائص ثلاث تستدعي تطبيق أحكام خاصة بها، وهذه الخصائص هي:

- ١- هي تجارة عن بعد، ولا يجمع مورد الخدمة أو السلعة وطالبيها مجلس واحد .
  - ٢- هي تجارة لا تتقيد بالحدود، الأمر الذي يطرح عدة مسائل قانونية، تتعلق بالقانون واجب التطبيق، واللغة التي تبرم الصفقة بها، ومسائل تتعلق بالتسليم، والأنظمة المصرفية الواجب مراعاتها.
  - ٣- هي تجارة تقوم على تعاقد بدون مستندات مادية الأمر الذي يثير مسألة إثبات التزامات أطراف التعاقد.
- ومعلوم أن عقد التجارة الإلكترونية يتم عن طريق الإنترنت، لذلك سأحاول في هذا المبحث معرفة العقد لغة واصطلاحاً، والتكييف الفقهي لعقد التجارة الإلكترونية.
- وعليه سأوزع الدراسة هنا على مطلبين ، وكما يأتي:

#### المطلب الأول: تعريف العقد لغة واصطلاحاً

**العقد لغة:** نقيض الحل، وعقدت الحبل والبيع والعهد فانهقد، والعقد العهد، والجمع عقود، وهي أوكد العهود، ويقال: عهدت إلى فلان في كذا وكذا: أي ألزمته، والمعاقدة: المعاهدة، وعاقده، وتعاقد القوم: تعاقدوا<sup>(٣٧)</sup>.

إذن فللعقد معان عدة يجمعها معنى : الربط والشد والعهد والإلزام والتوثيق.

---

(٣٦) نضال سليم برهم: أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ص ٥، إشراف د. غازي أبو عرابي، رسالة ماجستير في القانون الخاص في كلية الدراسات القانونية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، وهي موجودة في الجامعة الأردنية برقم ٣٤٦٠٠٢/نضا.

(٣٧) ينظر: ابن منظور: لسان العرب ٢٩٦/٣-٢٩٧.

أما اصطلاحاً: فهو ارتباط إيجاب بقبول<sup>(٣٨)</sup>، في حين يرى الحنفية أن العقد هو الصيغة وحسب، وما عداها فهي شروط<sup>(٣٩)</sup>. لكن جاء في الهداية شرح البداية: (البيع ينعقد بالإيجاب والقبول)<sup>(٤٠)</sup>، وقال أيضاً: (العقد ينعقد بالإيجاب والقبول)<sup>(٤١)</sup> أي: ذلك العقد الخاص لا ينعقد حتى تتم حقيقته في الوجود بالإيجاب والقبول.

وجاء في الشرح الصغير المالكي: (ولا يكون العقد إلا بين اثنين بإيجاب وقبول)<sup>(٤٢)</sup>. وقال الشيخ منصور البهوتي الحنبلي: (وينعقد البيع بإيجاب وقبول بعده)<sup>(٤٣)</sup>. وعرفه الجرجاني بأنه: ربط أجزاء التصرف بالإيجاب والقبول شرعاً<sup>(٤٤)</sup>. ويلاحظ من خلال هذه التعاريف أنها نظرت للعقد بواقعيته الشرعية، وهي الارتباط الاعتباري الذي يقدر الشارع حصوله بين الطرفين المتعاقدين<sup>(٤٥)</sup>. أما مجلس العقد فهو: الاجتماع للعقد جاء في مجلة الأحكام العدلية: مجلس العقد هو الاجتماع الواقع لعقد البيع<sup>(٤٦)</sup>.

### المطلب الثاني: التكيف الفقهي لعقد التجارة الإلكترونية

يتساوى عقد التجارة الإلكترونية مع بقية العقود التجارية بقيامه على مبدأ الرضا، بحيث يلزم لانعقاده ارتباط الإيجاب والقبول وتوافقهما على انعقاد العقد. وطبقاً للقواعد فإن كلا من الإيجاب والقبول يعبر عن إرادة من صدر عنه، وهما لفظان مستعملان عرفاً لإنشاء العقد وأي لفظ صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول<sup>(٤٧)</sup>.

---

(٣٨) علي حيدر: درر الحكام شرح مجلة الأحكام ٢٢/١، تعريب فهمي الحسيني، دار الجيل، بيروت، (ط١) (١٤١١هـ - ١٩٩١م).

(٣٩) الموسوعة الفقهية الكويتية ٢٠١/٣٠.

(٤٠) المرغيناني: الهداية شرح البداية ٢١/٣، المكتبة الإسلامية، بيروت.

(٤١) المرغيناني: الهداية شرح البداية ٢٢٤/٣.

(٤٢) أحمد بن محمد بن أحمد الدردير: الشرح الصغير بحاشية بلغة السالك ٢/٢، مكتبة مصطفى الحلبي، القاهرة.

(٤٣) منصور البهوتي: كشاف القناع على متن الروض المربع ١٨٤/٢، مطبعة أنصار السنة المحمدية، القاهرة، (١٣٦٦هـ - ١٩٤٧)، وطبعة أخرى: مكتبة النصر الحديثة، الرياض، المملكة العربية السعودية.

(٤٤) الجرجاني: التعريفات، ص ١٩٦.

(٤٥) ينظر: د. محمد عقلة الإبراهيم: حكم إجراء العقود بوسائل الإتصال الحديثة (الهاتف - البرقية - التلكس) في ضوء الشريعة والقانون ص ٢١، دار الضياء، عمان (ط١) (١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م).

(٤٦) مجلة الأحكام العدلية، المادة (١٨١).

(٤٧) المائدة (٩١) من القانون المدني الأردني.

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

وفي ذلك يعتبر البعض أن التعبير عن الإرادة عن طريق الحاسوب يمكن إدراجه تحت تصنيف التعبير بالكتابة، ولكنها كتابة من نوع خاص فهي ليست كتابة على الورق، وإنما كتابة إلكترونية يمكن قراءتها من قبل الآلة، ومن قبل الإنسان بعد تحويلها من لغة الآلة إلى لغته ..

وغالباً ما يسبق عملية التعاقد مفاوضات قد تسفر عن التقاء إرادة المتعاقدين على إبرام العقد بشرط توافر شروط معينة في الإرادتين، وتكون العبرة بما جاء في العقد دون المفاوضات السابقة على انعقاده<sup>(٤٨)</sup>.

كذلك فإن العقد الإلكتروني عقد من العقود التي قد تعقد بالإرادة المنفردة كعقود التبرعات من أوقاف، وصدقات، وهبات، ونحوها. وكما سبق فقد يعقد هذا العقد كغيره من العقود الأخرى باجتماع إرادتين على إبرام تصرف معين ينتج إلزاماً لكلا الطرفين؛ يتعين الوفاء به لتترتب عليه آثاره الناتجة عن الصيغة التي تعتبر ركن العقد، التي هي عبارة عن اقتران الإيجاب بالقبول، والعقد كما هو معروف عند الفقهاء قد ينشأ باللفظ المعبر عن الإرادة، أو بغيره من كتابة، وإشارة، ورسالة، وتعاطي، وغيرها من أشكال الاقتران<sup>(٤٩)</sup>.

وسأوزع هذا المطلب على خمسة فروع، وكما يأتي:

#### الفرع الأول: أركان العقد

**الركن لغة:** جاء في لسان العرب: أركان كل شيء: جوانبه التي يستند إليها ويقوم بها. وركن الشيء جانبه الأقوى<sup>(٥٠)</sup>.

**أما اصطلاحاً فهو:** ما يقوم به ذلك الشيء من النقوم، إذ قوام الشيء ركنه، وقيل: ركن الشيء ما يتم به وهو داخل فيه، بخلاف شرطه وهو خارج عنه<sup>(٥١)</sup>.

اتفق الفقهاء على أن العقد لا يوجد إلا إذا وجد عاقدان، وصيغة (الإيجاب والقبول)، ومحل يرد عليه الإيجاب والقبول (المعقود عليه).

---

(٤٨) د. منذر الفضل، د. سعيد شيخو: مجلة القانون الأردنية، ص=٥٧، عدد (٣) سنة (١٩٩٤م). نقلاً عن: نضال سليم: أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ص١٧-١٨.

(٤٩) ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية ٢٠١/٣٠.

(٥٠) ينظر: ابن منظور: لسان العرب ١٣/١٨٥-١٨٦، الرازي: مختار الصحاح ص=١٠٧، تحقيق محمود خاطر، طبعة جديدة، مكتبة لبنان (١٤١٥هـ - ١٩٩٥م).

(٥١) الجرجاني: التعريفات، ١٤٩.

وقد ذهب الجمهور إلى أن هذه الثلاثة كلها أركان للعقد، بينما ذهب الحنفية إلى أن ركن العقد هو الصيغة فقط، أما العاقدان والمحل فمما يستلزمه وجود الصيغة، لا من الأركان<sup>(٥٢)</sup>. وهذه الأركان متوفرة في عقد التجارة الإلكترونية .

#### الفرع الثاني: المراد بالإيجاب والقبول

المراد بالإيجاب في العقود عند الحنفية هو: ما صدر أولاً من كلام أحد المتعاقدين أو ما يقوم مقام الكلام، سواء أكان من المملك أو من الممتلك<sup>(٥٣)</sup>.

والقبول: ما صدر ثانياً عن أحد المتعاقدين دالاً على موافقته بما أوجبه الأول، فالمعتبر عندهم أولية الصدور في الإيجاب وثانويته في القبول، سواء أكان من المملك أو من الممتلك<sup>(٥٤)</sup>.

في حين يرى الجمهور أن الإيجاب: ما صدر ممن يكون منه التملك كالبائع والمؤجر والزوجة أو وليها، سواء صدر أولاً أو آخراً. والقبول: هو ما صدر ممن يصير له الملك وإن صدر أولاً، فالمعتبر عندهم هو أن المملك هو الموجب، والممتلك هو القابل، ولا اعتبار لما صدر أولاً أو آخراً<sup>(٥٥)</sup>.

وعليه فإنه يمكننا أن نكيف العقد الإلكتروني بأنه عقد أنشئ بالكتابة وتم بالرسالة.

#### الفرع الثالث: اتصال القبول بالإيجاب

يشترط لانعقاد العقد أن يكون القبول متصلاً بالإيجاب، ويحصل هذا الاتصال باتحاد مجلس العقد، بأن يقع الإيجاب والقبول معاً في مجلس واحد، فإذا كان العاقدان حاضرين يشترط أن يحصل القبول في المجلس الذي صدر فيه بالإيجاب، وإذا كان من وجه إليه الإيجاب غائبا يشترط أن يحصل القبول في مجلس العلم بالإيجاب، وهذا في الجملة مع استثناء بعض العقود من هذا الشرط كالوصية، والإيصاء، والوكالة<sup>(٥٦)</sup>.

---

(٥٢) ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية ٢٠٠/٣٠.

(٥٣) ينظر: الجرجاني: التعريفات، ص ٥٩، زين بن إبراهيم بن محمد بن محمد بن بكر: البحر الرائق ٨٧/٣، دار المعرفة، بيروت.

(٥٤) المصدر السابق البحر الرائق ٨٧/٣.

(٥٥) ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية ٢٠١/٣٠، محمد عقلة: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة ص ٣٤-٣٥.

(٥٦) الموسوعة الفقهية الكويتية ٢١٢/٣٠، د. وهبة الزحيلي: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة ص ٢٥، دار المكتبي، دمشق، سوريا (ط ١) (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م).

ويتحقق الاتصال بأن يعلم كل من الطرفين بما صدر عن الآخر، بأن يسمع الإيجاب ويفهمه، وبألا يصدر منه ما يدل على إعراضه عن العقد، سواء من الموجب أو القابل<sup>(٥٧)</sup>.

#### الفرع الرابع: مجلس العقد

جاء في المادة (١٨١) من مجلة الأحكام العدلية عن معنى العقد أنه: (الاجتماع الواقع لأجل التعاقد).

وقد عرفه الأستاذ الزرقا بأنه: (المدة الزمنية التي تكون بعد الإيجاب والطرفان مقبلان على التعاقد دون إعراض من أحدهما)<sup>(٥٨)</sup>. وقال أيضا: (إن المراد باتحاد المجلس اتحاد الزمان أو الوقت الذي يكون المتعاقدان مشغولين فيه بالتعاقد، فمجلس العقد هو الحال التي يكون فيها المتعاقدان مقبلين على التفاوض في العقد)<sup>(٥٩)</sup>.

وعلى هذا الرأي يكون مجلس العقد ممتدا مدة الزمن الذي يظل فيه المتعاقدان مشغولين بالتعاقد سواء بقيا في مكانيهما أو غادراه، أو هو المدة التي تفصل بين صدور الإيجاب والقبول المعتبرين شرعا.

والظاهر أنه التعريف أو الرأي الذي يتلائم مع تصرفات الناس في هذه الأيام، في ظل ما استحدثت من وسائل الاتصال الحديث، والقفزة الهائلة في ميدان التجارة الإلكترونية<sup>(٦٠)</sup>.

#### الفرع الخامس: مجلس العقد في حالة غياب المتعاقدين

ما ذكر آنفا من تعريف لمجلس العقد يستوي فيه العقد بين الحاضرين وبين الغائبين، ولكن نظرا لطبيعة التعاقد بين الغائبين فإنه يوجد فارق بين العقدين ؛ يتمثل في أن التعاقد بين غائبين في مكان إذا لم يجمع المتعاقدين عن مكان القابل، ويكون الإيجاب موجهًا إلى شخص غير مائل أمام الموجب؛ كما الحال في عقد التجارة الإلكترونية.

ومن جهة أخرى يفترض في التعاقد بين غائبين تدخل وسيط لإيصال إرادة أحد الطرفين في مباشرة العقد، سواء كانت هذه الوسيلة آلة ميكانيكية، أو أوتوماتيكية كالهاتف، أو البرق، أو الفاكس، أو التلكس، أو الإنترنت، أو بشرا كالرسول ، أم طائرا كالحمام الزاجل،.... فإذا كتب شخص لآخر مثلا: بعثك بضاعتي بكذا ، فوصل الكتاب له فقبل، انعقد العقد، بمجرد إعلان القبول، ولو لم يعلم الموجب بالقبول، أو يسمع به.

(٥٧) الزحيلي: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ص ١٥.

(٥٨) مصطفى الزرقا: شرح القانون المدني السوري، ص ١٣٣، مطبعة جامعة دمشق، (ط ٣) (١٩٦١م).

(٥٩) المدخل الفقهي العام، الفقرة (١٧١) ٣٤٨/١، دار الفكر، (١٩٦٧م - ١٩٦٨م)، الزحيلي: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ص ١٥.

(٦٠) ينظر: علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي، ص=٣٢٠، محمد عقلة: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة ص=٣٤-٣٥.

والظاهر من نصوص الفقهاء: أن مجلس العقد في حالة غياب العاقدين هو مجلس قبول من وجه له الكتاب، أو الرسالة، أو أرسل له الرسول، قال المرغناني: (والكتاب كالخطاب، وكذا الإرسال، حتى اعتبر مجلس بلوغ الكتاب وأداء الرسالة)<sup>(٦١)</sup>. وقال البهوتي: (وإن كان المشتري غائبا عن المجلس، فكاتبه البائع أو راسله: إني بعثك داري بكذا، فلما بلغه الخبر قبل البيع صح العقد)<sup>(٦٢)</sup>.

وحيث أن مجلس العقد في حالة التعاقد بين الغائبين هو مجلس القبول، فالمعتبر في اتصال القبول بالإيجاب هو هذا المجلس، فإذا وصل الإيجاب إلى المخاطب، فكأن الموجب حضر بنفسه وأوجب العقد، فإذا قبله المخاطب في مجلسه دون إعراض انعقد العقد، وإذا انفض المجلس أو صدر ممن وجه له الإيجاب ما يدل على إعراضه عن القبول عرفا لا ينعقد، والمعتبر في التراخي هو ما بين وصول الإيجاب وصدور القبول في هذا المجلس. ولا يشترط في حالة انعقاد العقد بين الغائبين علم الموجب بقبول القابل، فعبارات الفقهاء صريحة بأن العقد يحصل بمجرد قبول القابل في المجلس<sup>(٦٣)</sup>.

واختار الزحيلي ضرورة العلم بالقبول بالنسبة للموجب في التعاقد بين غائبين، بسبب تقدم وسائل الاتصال الحديثة وتعقد المعاملات، وتحقيقا لاستقرار التعامل، ومنع إيقاع الموجب في القلق، وتمكيننا من إثبات العقد وإلزام القابل، فإن جهل الموجب بالقبول يوقعه في حرج شديد، وهو رأي السنهوري أيضا<sup>(٦٤)</sup>.

### الرأي الراجح:

إن المراد من اتحاد مجلس العقد لا يقتصر على كون المتعاقدين في مكان واحد، وأن ذلك يحدد بالوحدة الزمنية أيضا وخاصة أن أغلب العقود في أيامنا هذه إنما تتم والعاقدان لا يجمعهما مكان واحد.

وبالنظر إلى ما ذهب إليه الشيخ الزرقا وغيره يكون مجلس العقد في وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت هو زمن وصول الرسالة، أو مجلس تبليغ الرسالة، أو وصول الخطاب عن طريق الحاسوب بالإنترنت، لأن هذه الوسيلة معبرة عن كلام المرسل؛ فكأنه حضر بنفسه، وخطب بالإيجاب، فقبل، فيعقد العقد<sup>(٦٥)</sup>.

(٦١) فتح القدير ٨١/٥، كما ينظر: حاشية ابن عابدين ٤٨/٧، (ط) دار الفكر، بيروت.

(٦٢) كشف القناع ١٤٨/٣.

(٦٣) ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية ٢١٧/٣٠-٢١٨، الزحيلي: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ص ٢٩-٣٠، محمد عقلة: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ص ٥٠-٥٢.

(٦٤) ينظر: الزحيلي، حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ص ٣٠، مصادر الحق ٥٧/٢.

(٦٥) ينظر: علاء الدين الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي، ص ٣٢١.

وبناءً على ما تقدم، وبتكييف العقد الإلكتروني على أنه عقد أنشئ بالكتابة، وتم بالرسالة المرسلة عبر شبكة الإنترنت، لا بأس أن نجيز هذا عقد التجارة الإلكترونية، فهو عقد تتوافر فيه نفس الشروط التي يجب توافرها في العقود العادية المباحة، فيأخذ نفس حكمها من الصحة، ولأن الإسلام دين حي صالح لكل زمان ومكان، وأنه مع كل وسيلة جديدة تحقق اليسر والسهولة في التعامل، بشرط أن تراعي فيه القواعد والضوابط الشرعية التي يجب مراعاتها في سائر المعاملات الأخرى، أبرزها:

١- عدم الغرر والتدليس وضمان ذلك من خلال ابتكار وسائل آمنة للتوثيق، وقد حاول مشروع التوجيه الأوروبي بشأن التوقيع الإلكتروني حل هذه الإشكالية، ولكن لحد الآن لم تطبق هذه المقترحات<sup>(٦٦)</sup>.

٢- عدم أكل أموال الناس بالباطل دون تراض وقبول خال عن عيوب الرضى، وفي التجارة الإلكترونية يتحقق التراضي؛ حيث لا يوجد لأي طرف من المتعاقدين سلطة لإجبار الآخر على إجراء المعاملة.

٣- تجنب الربا بكل أنواعه في جميع العقود.

٤- تحقيق المنفعة لطرفي العقد، وعلى ذلك فما لا منفعة فيه حسا أو شرعا لا يجوز أن يكون محلا للعقد، مثل السلع والخدمات المحرمة شرعا، والأفلام والصور والكتب التي تحتوي على مواد غير أخلاقية، ومع الأسف فإن هذه المواد متاحة على الإنترنت، ويتم تسليم بعضها إلكترونيا.

٥- المعلوماتية: بمعنى ضرورة توافر المعلومات الصادقة عن محل المعاملة لكلا الطرفين لكي يتخذ قراره بالقيام بالمعاملة، وهو على علم بآثارها ونتائجها.

٦- منع الظلم الذي يقع على أحد المتعاقدين بعد حصوله على حقه مع الوفاء بالتزاماته، أو حصوله على أقل مما تعاقد عليه صفة أو كمية.

٧- منع الاتجار بالمحرمات.

٨- لا بد من التزام الصدق والموضوعية في عرض البيانات الخاصة بالسلع والخدمات حتى ينتفي الغرر، والحرص على التأكد من هوية الطرف الآخر.

وأخيرا فإن كل ما يؤدي إلى المنازعة ويورث الكره والحقد لدى المتعاملين فهو ممنوع شرعا.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول: إنه وإن وجدت مخالفات في التجارة الإلكترونية لبعض القواعد الشرعية، فهي مخالفات في الممارسات التي يمكن أن تحدث في التجارة

---

(٦٦) المقصود بالتوقيع الإلكتروني: توقيع رقمي يرتبط حتما ببيانات يستعملها صاحب التوقيع.

العادية، ويمكن العمل على تلافيتها بالأساليب الفنية والقانونية، فهذه المخالفات ليست من طبيعة الإنترنت ذاتها؛ ولكن هي من الممارسات التي يجب تجنبها بتدابير حازمة وواعية، فلا مانع إذن من القول بجواز عقد التجارة الإلكترونية بالضوابط الشرعية السابقة، لأن الإسلام مع كل وسيلة جديدة تحقق اليسر والسهولة في التعامل، وتجلب النفع، وتدفع الضرر والغرر عن البائع والمشتري، فيأمر به ويحث عليه، لأنه دين حي لا يعرف الجمود أبداً. والله أعلم.

### الخاتمة:

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

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

أما بالنسبة للمضار والمنافع، فكل وسيلة من الوسائل التي نتعامل معها تحتوي على مضار ومنافع، فليس هناك منافع محضة، أو أضرار محضة، فكل وسيلة تحتوي على الجانبين، برجحان أو نقصان جانب على آخر.

وإني أرى في الوسيلة الإلكترونية رجحان المنافع على المضار، إذا استخدمت بالشكل الصحيح مع الالتزام بالضوابط والأخلاق الشرعية، فالاستخدام الخاطئ لأي وسيلة لا يعني إلغاء هذه الوسيلة، فكل وسيلة تأخذ حكم المقصود من استخدامها، فإذا قصد الحلال، كانت حلالا، وإذا قصد الحرام، كانت بالتأكيد حراما، ونفس الكلام ينطبق على العقود الإلكترونية، فما كان من العقود الموافق للضوابط الشرعية، كان عقدا صحيحا، وما كان مخالفا له، كان العقد باطلا، غير صحيح، مثله مثل العقود التقليدية.

ويلاحظ أنه يوجد فراغ قانوني في البلدان الإسلامية فيما يخص التجارة الإلكترونية، ولذلك يوصي البحث بضرورة سن قوانين تنظم هذا النوع من التجارة، وضرورة إصدار تشريعات تضبط التعامل به.

وأخيرا 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<sup>(٦٧)</sup>.

## المصادر والمراجع

- ١- إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة مصر ، (ط١) (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م).
- ٢- ابن عابدين: حاشية ابن عابدين، (ط٢) دار الفكر، بيروت.
- ٣- ابن منظور: لسان، (ط١) دار صادر، بيروت.
- ٤- أحمد بن محمد الدردير: الشرح الصغير بهامش بلغة السالك، مكتبة مصطفى الحلبي، القاهرة.
- ٥- أحمد ريان: خدمات الإنترنت، منشورات المجمع الثقافي في أبي ظبي، (ط١) (١٤١٧هـ - ١٩٩٧م).
- ٦- الترمذي: سنن الترمذي، تحقيق أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- ٧- الجرجاني: التعريفات، تحقيق إبراهيم الأبياري، الطبعة الأولى دار الكتاب العربي، بيروت لبنان، (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م).
- ٨- راسم سميح محمد عبد الرحيم: التجارة الإلكترونية في خدمة التجارة والمصارف العربية، اتحاد المصارف العربية، بيروت لبنان، (١٤١٧هـ - ١٩٩٧م).
- ٩- رأفت رضوان: عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة مصر، (١٩٩٩م).
- ١٠- زايري بلقاسم، وطوباش علي: طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، السنة (٢٥)، العدد (٢٨٨)، شباط/فبراير ٢٠٠٣م.
- ١١- زين بن إبراهيم بن محمد بن محمد بن بكر: البحر الرائق، دار المعرفة، بيروت.
- ١٢- السند: عبد الرحمن بن عبد الله، الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، دار الوراق، بيروت لبنان ، (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م).
- ١٣- عارف أبو عيد: بحث غير مطبوع حول التجارة الإلكترونية، قدم كمحاضرة لطلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، كمتطلبات لمادة قضايا اجتهادية معاصرة.

---

(٦٧) ينظر: د. عارف أبو عيد : بحث غير مطبوع حول التجارة الإلكترونية، قدم كمحاضرة لطلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، في مادة قضايا اجتهادية معاصرة، ص ٢٤.

- ١٤- عباس العبودي: التعاقد عبر وسائل الاتصال الفوري، دار الثقافة (١٤١٧هـ — ١٩٩٧م).
- ١٥- السيد عودة: التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي، دار الأمين، القاهرة مصر، (ط١) (١٤٢٢هـ — ٢٠٠٢م).
- ١٦- علاء الدين بن عبد الرزاق الجنكو: التقابض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة، إشراف أ.د. مصطفى ديب البغا، دار النفائس، عمان، (ط١) (١٤٢٣هـ — ٢٠٠٤م).
- ١٧- علي حيدر: درر الحكام شرح مجلة الأحكام، تعريب فهمي الحسيني، دار الجيل، بيروت، (ط١) (١٤١١هـ — ١٩٩٩م).
- ١٨- فائق الشماع: التجارة الإلكترونية، مجلة دراسات قانونية، السنة (٢)، العدد (٤)، بيت الحكمة، بغداد، العراق، (٢٠٠٠م).
- ١٩- قانون المعاملات الإلكترونية الأردني المؤقت رقم (٨٥)، سنة (٢٠٠١م).
- ٢٠- كريستان كروملي: ألف باء الإنترنت، الدار العربية للعلوم، بيروت لبنان، (ط١) (١٤١٧هـ — ١٩٩٧م).
- ٢١- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي: مختار الصحاح، تحقيق محمود خاطر، طبعة جديدة مكتبة لبنان، (١٤١٥هـ — ١٩٩٥م).
- ٢٢- محمد عقله: حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة (الهاتف — البرقية — التلكس) في ضوء الشريعة والقانون، دار الضياء، عمان (ط١) (١٤٠٦هـ — ١٩٨٦م).
- ٢٣- مصطفى الزرقا: شرح القانون المدني السوري، مطبعة جامعة دمشق، (ط٣) (١٩٦١م)، والمدخل الفقهي العام، دار الفكر، (١٩٦٧م — ١٩٦٨م).
- ٢٤- منذر الفضل، د. سعيد شيخو: مجلة القانون الأردنية، عدد (٣) (١٩٩٤م).
- ٢٥- منصور البهوتي: الروض المربع، دار الكتاب العربي، بيروت، (ط٢) (١٤٠٦هـ — ١٩٨٦م)، وطبعة أخرى: دار الكتب العلمية، بيروت.
- ٢٦- منصور البهوتي: كشف القناع على متن الإقناع، مطبعة أنصار السنة المحمدية، القاهرة، (١٣٦٦هـ — ١٩٤٧م)، وطبعة أخرى: مكتبة النصر الحديثة، الرياض.
- ٢٧- مهند سهاونة، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان: أسس تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجمعية العلمية الملكية/ مركز تكنولوجيا المعلومات، عمان الأردن، (٢٠٠٤م).
- ٢٨- الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف الكويتية.

٢٩- نضال سليم إسماعيل برهم: أحكام عقود التجارة الإلكترونية، إشراف د. غازي أبو عرابي، رسالة ماجستير في القانون الخاص في كلية الدراسات القانونية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، وهي موجودة في الجامعة الأردنية برقم ٣٤٦.٠٢/نضا.

٣٠- هند محمد حامد: التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان، مصر، (٢٠٠٣م).

٣١- وسيم شفيق حجار: الإثبات الإلكتروني، دار صادر، بيروت لبنان، (٢٠٠١م).

٣٢- وليد الزبيدي: التجارة الإلكترونية (الموقف القانوني)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط ١ (١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م).

٣٣- وهبة الزحيلي: حكم إجراء العقود بوسائط الاتصال الحديثة، دار المكتبي، دمشق سوريا، (ط ١) (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م).

٣٤- يعقوب يوسف النجدي، وفيصل محمد النعيم: التجارة الإلكترونية مبادئها ومقوماتها، الدار العربية للعلوم، بيروت لبنان، (ط ١) (١٤٢٣ - ٢٠٠٢م).

٣٥- مواقع من الإنترنت، منها:

- [www.c4arab.com](http://www.c4arab.com) / التجارة الإلكترونية

- [www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org) مقال الأستاذ أنور عمار.

- [www.loai.net](http://www.loai.net)

- [www.alamuane.com](http://www.alamuane.com)

- [www.alfouzan-law.org](http://www.alfouzan-law.org)

- [www.alwatan.com](http://www.alwatan.com)

- [www.bankofsudan.org](http://www.bankofsudan.org)

- [www.alamuane.com](http://www.alamuane.com)

- [www.nelecommerece.net](http://www.nelecommerece.net)

- [www.al-watan.com](http://www.al-watan.com)

- [www.islamweb.net](http://www.islamweb.net)