

## صيغة العقد في المتجر الإلكتروني (دراسة تأصيلية فقهية)

د. عدنان رويشان محمد سويدان

رئيس قسم الفقه وأصوله بجامعة أهل الحديث بسيئون اليمن

[adnanswedan77@gmail.com](mailto:adnanswedan77@gmail.com)

تاريخ إرسال البحث للمجلة 2025/5/20 تاريخ قبول البحث 2025/5/27

تاريخ نشر البحث 2026/6/19

doi <https://doi.org/10.71311/.v7i1.256>

### ملخص:

هذا بحث، بعنوان (صيغة العقد في المتجر الإلكتروني دراسة تأصيلية فقهية) بحث فيه حقيقة الصيغة التي يتم بها العقد في المتجر الإلكتروني، وطرق التعبير بها، ومجلس العقد، والموانع التي تمنع لزوم العقد في المتجر الإلكتروني. وقد اعتمدت في البحث المنهج الاستقرائي، والوصفي، والتحليلي، فقامت بتصوير المسألة المراد بحثها، وبيانها في ضوء واقع التعامل بها، ثم تخريجها على ما يناسبها إن كان لها أصل ترجع إليه أو نظير فقهي يمكن أن تلحق به. وقد توصلت إلى أنّ عرض السلعة من قبل المتجر الإلكتروني للجمهور يخضع لشروط المتجر نفسه؛ فإن تضمنت هذه الشروط احتفاظ المتجر بحق رفض إتمام التعاقد حتى بعد صدور القبول من الطرف الآخر، فإن العرض يُعتبر في حكم الإعلان أو الدعوة إلى التعاقد، ولا يُعد إيجاباً بالمعنى الفقهي الملزم. أما إذا لم يشترط المتجر لنفسه هذا الحق، وكان ملزماً بإتمام العقد عند صدور القبول، فإن عرضه يُعد إيجاباً ملزماً تترتب عليه الآثار العقدية عند تمام القبول، كما أوصي أن توضّح المتاجر الإلكترونية في عقودها الوقت الذي يلزم فيه العقد من عدمه .

الكلمات المفتاحية: صيغة - عقد - متاجر - إلكتروني.

## The Form of Contract in Electronic Stores: A Foundational Jurisprudential Study

Dr. Adnan Ruwaishan Mohammed Suwaidan

Head of the Department of Jurisprudence and its Principles at Ahl al-Hadith University in Seiyun, Yemen

### Abstract:

This research, entitled "The Form of Contract in Electronic Stores: A Foundational Jurisprudential Study," investigates the legal form by which contracts are concluded in electronic stores, the methods of expressing this form, the concept of the contract assembly (majlis al-'aqd), and the factors that may prevent the contract from becoming binding in the context of e-commerce. The study adopts inductive, descriptive, and analytical methodologies. It begins by outlining the issue under examination, analyzing it in light of actual practices in electronic transactions, and then grounding it within relevant jurisprudential principles or analogies where applicable. The study concludes that the display of goods by electronic stores to the public is subject to the store's terms and conditions. If the store retains the right to reject the contract even after acceptance by the other party, such a display constitutes an invitation to negotiate, rather than a binding offer in the jurisprudential sense. However, if the store does not reserve this right and is obligated to finalize the contract upon acceptance, the display constitutes a binding offer with full contractual consequences upon acceptance. The study recommends that electronic stores clearly specify in their contracts the point at which the agreement becomes binding.

**Keywords:** form, contract, electronic stores.

### مقدمة:

الحمد لله الهادي إلى سبيل الرشاد، الموفق من يختاره للفقهاء في الدين من العباد،  
والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله وصحبه الهداة المهتدين،  
وتابعيهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

إنَّ الحياة الدنيوية بطبيعتها تتغيَّر والتبدُّل، فقد ساهم التطور التكنولوجي في تغيير حياة الناس بشكل عام، وتغيير كثير من التعاملات المالية بشكل خاص، وظهور طرق جديدة للكسب؛ لذا فإن مما عمت به البلوى اليوم في زمننا المعاصر تصاعد شعبية البيع والشراء عبر الأنترنت في العالم بشكل كبير<sup>(1)</sup>؛ لذا يُعد هذا " أضخم انقلاب في مجال بيع التجزئة منذ ظهور بيع التجزئة"<sup>(2)</sup>، وكانت لهذه الضخامة صداها عند أرباب التجارة، فظهرت الكثير من المتاجر الإلكترونية لبيع العديد من السلع والخدمات، حيث يمكن للفرد عبر هذه المتاجر شراء ما يريد عبر استخدام أجهزة الحاسوب، أو الهاتف المحمول، مع توفر طرق الدفع المختلفة، سواء نقدًا عند الاستلام<sup>(3)</sup>، أو عن طريق بوابات الدفع المختلفة<sup>(4)</sup>، لذا نحن بحاجة لفهم موقف الشرع الحنيف من هذا النوع من المتاجر، ومدى موافقتها لضوابط وشروط صحة المعاملات التي وردت في نصوص الشرع، والتي بحثها الفقهاء في مصنفاتهم، لذا جاء هذا البحث ليجلي لنا كيف يتمُّ العقد في هذه المتاجر، وقد عنونت له ب(صيغة العقد في المتجر الإلكتروني دراسة تأصيلية فقهية).

(1) تأتي السعودية والإمارات ومصر على رأس الدول العربية التي تشهد نمواً في التسوق عبر الإنترنت، حيث تشكل هذه الدول الثلاث 80% من سوق التجارة الإلكترونية في المنطقة، كما تعد السعودية من بين أعلى 10 دول نمواً في مجال التجارة الإلكترونية بنسبة نمو تتجاوز 32% سنوياً. ينظر: الدليل الإرشادي للمتاجر الإلكترونية وفقاً لنظام التجارة الإلكترونية السعودي 2019م (ص4)، وراجع مقالة بعنوان: قائمة أفضل المتاجر الإلكترونية العربية 2024م، في موقع <https://blog.zid.com>، تاريخ الرجوع 23/جمادى الأولى 1445هـ.

(2) ينظر: أحكام التجارة الإلكترونية: 26.

(3) ومن أهم المتاجر العربية والأجنبية التي تدعم نظام الدفع عند الاستلام، متجر أمازون (Amazon)، متجر سوق كوم (souq. Com) 'متجر نون (Noon)، متجر جوميا (jumia)، وغيرها من المتاجر، راجع مقالة بعنوان: ما معنى الدفع عند الاستلام؟ وكيف تستعمله في متجرك الإلكتروني، في موقع: <https://www.nutajr.com/blog/cod>، تاريخ الرجوع 19/ رجب/ 1445هـ.

(4) أشهر بوابات الدفع الإلكتروني حول العالم، باي بال (Paypal)، سترايب (stripe)، سكريل (skrill)، وغيرها من بوابات الدفع الإلكتروني. راجع مقالة بعنوان: أشهر بوابات الدفع الإلكتروني يمكن استعمالها في المتاجر الإلكترونية، في موقع: <https://www.nutajr.com/blog/payment-gateways>، تاريخ الرجوع 19/ رجب/ 1445هـ.

**أهمية البحث:**

1. شيوع التعامل بالبيع والشراء عبر المتاجر الإلكترونية لدى فئة كبيرة من الناس؛ مما يستدعي بحثاً علمياً يجلي أحكام صيغة العقد فيها
2. سهولة إجراءات الدخول في مثل هذا النوع من التجارة، مما يحتاج إلى بيان كيفية التعاقد معها، وإيضاح ضوابطها؛ لئلا يقع المتعاملون في المحذور.

**أسباب اختيار البحث:**

1. لم أجد دراسة مفصلة لأحكام صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية المتعامل بها حسب علمي.
2. إنَّ إبراز صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية، ودراسة حكمها الشرعي، إسهامٌ وبيانٌ لأحكام المسائل الفقهية المعاصرة في واقع المجتمع، وحلٌ لمشكلاته.
3. إثراء ملكتي الفقهية في فهم مسائل المعاملات المالية المعاصرة، من خلال الكشف عن الحكم الفقهي لصيغة الإيجاب والقبول في المتاجر الإلكترونية.

**أهداف البحث:**

1. إبراز مسألة صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية ضمن بحث تأصيلي لمسائله.
2. إظهار الإشكالات الواردة على صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية، مع بيان بدائلها إن وجدت.

**الدراسات السابقة:**

من خلال البحث في الموضوع لم أجد دراسة مفصلة لأحكام صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية المتعامل بها اليوم، وما وجدته من دراسات، إنَّما تبحث في صيغة العقد الإلكتروني بشكل عام، منها:

- 1- صيغة العقد الإلكتروني دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، للباحث عبدالعال محمد أنور عبد العزيز، بحث ترقية في مجلة كلية الشريعة والقانون بأسبوط الإسلامية، العدد (20)، مجلد (8)، (2008م).
- 2- القبول الإلكتروني: صور التعبير عنه وشروطه، للباحث عزوز غلام، بحث

ترقية في مجلة آفاق العلوم بجامعة زيان عاشور بالجزائر، العدد (9)، (2017م).  
فارق بحثي هذه البحوث السابقة، أنّ الأبحاث في صيغة العقد الإلكتروني تتكلم بشكل عام عن العقد الإلكتروني، وطريقة انعقاده، وشروطه، وتوثيقه، وآثاره، فشابه بحثي هذه الأبحاث من حيث الكلام عن الإيجاب والقبول العقد في الإلكتروني، لكن كان الفارق المهم في تفصيل الكلام على الإيجاب والقبول في المتاجر الإلكترونية، وكيفية حدوثها، ووقت لزومها، والإشكالات الواردة عليها، الفارق الذي لا يوجد في هذه الأبحاث، ولا في بحث قبلها.

### مشكلة البحث:

تتلخّص مشكلة البحث في بيان أحكام صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية، وطرق التعبير عنها، مع بيان الحكم الشرعي لها. ويسعى البحث للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- 1- ما هي طرق التعبير عن الإيجاب والقبول في المتاجر الإلكترونية؟
- 2- ما أبرز الإشكالات التي تواجه صيغة العقد في المتاجر الإلكترونية؟

### المنهج المتبع:

اقتضت طبيعة البحث أن أجمع بين المنهج الاستقرائي، والمنهج الوصفي، والمنهج التحليلي.

أولاً: المنهج الاستقرائي: حيث جمعت المادة العلمية -مما استطعت الاطلاع عليه- من كتب الفقه المعتمدة في المذاهب، وكتب النوازل، والبحوث والرسائل العلمية.  
ثانياً: المنهج الوصفي: بتصوير المسألة المراد بحثها، وبيانها في وضوء واقع التعامل بها.

ثالثاً: المنهج التحليلي: بتخريج المسألة على ما يناسبها إن كان له أصل ترجع إليه، أو نظير فقهي يمكن أن تلحق به.

**منهجية البحث:** تقوم منهجية البحث وفق المنهج العلمي الآتي:

- 1- تصوير المسألة التي يراد بحثها قبل الحكم عليها تصويراً وافياً؛ ليظهر المقصود

منها.

2- إذا كانت المسألة محل اتفاق بين العلماء؛ فإني أذكر حكمها بدليله، مع توثيق الاتفاق من مظانه المعتمدة.

3- إذا كانت المسألة من مسائل الخلاف؛ فاسلك الآتي:

أ- تحرير محل النزاع، إذا كان بعض صور المسألة فيها خلاف، وبعضها محل اتفاق.

ب- ذكر الأقوال في المسألة مع بيان من قال بها من أهل العلم، مقتصرًا على المذاهب الفقهية المعتمدة، مع العناية بذكر ما تيسر الوقوف عليه من أقوال السلف، أو لباحثين معاصرين، أو لمؤسسات اجتهاد جماعي.

ت- ذكر أدلة الأقوال مع بيان وجه الدلالة، مُتَّبِعًا كل دليل ما يرد عليه من مناقشات إن وُجِدَ، مع الجواب عنها، وأن يذكر ذلك بعد الدليل مباشرة.

ث- الترجيح مع ذكر سببه، وثمرة الخلاف إن وجدت.

4- الاعتماد على أمات المصادر الأصلية في توثيق الأقوال والأدلة، وتخريج صور المسائل.

5- كتابة الآيات بالرسم العثماني؛ بالاعتماد على مصحف المدينة النبوية، مع توثيقها بذكر اسم السورة، ورقم الآية بين معقوفتين داخل نص الرسالة.

6- شرح الكلمات الغريبة من كتب المعاجم المعتمدة، وبيان المصطلحات العلمية من كتب المصطلحات المعتمدة.

7- تخريج الأحاديث، والآثار بعزوها إلى مصادرها بذكر الكتاب، والباب، ورقم الجزء، والصفحة، ورقم الحديث، فإن كان الحديث في الصحيحين أو أحدهما فأكتفي بالعزو إليهما، أو إلى أحدهما، وإن كان في غيرهما فيعزى إلى كتب السنة بحسب القوة والشهرة في الجملة، فتقدم الكتب الستة، ثم الصحاح، ثم السنن، ثم المسانيد، ثم الجوامع والموطآت، ثم الأجزاء.

8- العناية بقواعد اللغة والإملاء، وعلامات الترقيم.

**خطة البحث:** يتكوّن البحث من: مقدمة، وتمهيد، وأربعة مباحث، وخاتمة.

المقدمة: وتشتمل على أهميّة البحث، وأسباب اختياره، وأهدافه، والدراسات السابقة،

ومشكلة البحث، والمنهج المتّبع، ومنهجية البحث، وخطة البحث.

**المبحث الأول:** الإيجاب والقبول في المتجر الإلكتروني.

**المبحث الثاني:** التعبير عن الإيجاب والقبول في المتجر الإلكتروني، وفيه مطالبان:

المطلب الأول: صيغة الإيجاب في المتجر الإلكتروني.

المطلب الثاني: صيغة القبول في المتجر الإلكتروني.

**المبحث الثالث:** مجلس العقد في البيع عبر المتجر الإلكتروني.

**المبحث الرابع:** موانع الإيجاب والقبول في المتجر الإلكتروني:

المطلب الأول: رجوع الموجب عن الإيجاب.

المطلب الثاني: صدور ما يدل على الإعراض من العاقدين أو أحدهما.

المطلب الثالث: وفاة البائع أو المشتري أو فقد أهليته قبل القبول.

المطلب الرابع: هلاك المعقود عليه أو تغييره قبل تمام البيع.

**الخاتمة:** فيها أهم النتائج والتوصيات.

**تمهيد: الصيغة:**

ركن الصيغة من الأركان المتفق عليها بين أرباب المذاهب الأربعة، بل يذكرها

الفقهاء عند الحديث عن أركان العقد أولاً<sup>(1)</sup>، لكن بدأت بالحديث عن العاقدين لتقدمهما

زماناً عن الصيغة<sup>(2)</sup>؛ إذ لا يتصور صيغة من غير عاقدين.

الصيغة في لغة: من الصوغ، مصدر صاغ الشيء يصوغه صوغاً، وصياغة أي:

أحسن عمله، وصيغة الأمر كذا وكذا، أي: هيئته التي بنى عليها، وصيغة الكلمة:

(1) قال في مغني المحتاج معقّباً على النووي لابتهائه في منهاج الطالبين بالكلام عن الصيغة: " وكان الأولى للمصنف

أن يقدم الكلام على العاقد. ثم المعقود عليه ثم الصيغة، لكنه بدأ بها كما قال الشارح؛ لأنها أهم للخلاف فيها، وأولى من

ذلك أن يقال: لأن العاقد والمعقود عليه لا يتحقق إلا بها". 323 / 2.

(2) قال ابن حجر الهيتمي في تحفة المحتاج في ذكر سبب تقديم النووي في منهاج الصيغة: " ولقوة الخلاف فيها بدأ

بها، وإن تقدم عليها طبعاً "، قال الشرواني في حاشيته على التحفة: " (قوله: طبعاً) الأولى زماناً". 215 / 4.

هيئتها الحاصلة من ترتيب حروفها، وحركاتها، والجمع: صِيغٌ، قالوا: اختلفت صيغ الكلام، أي: تراكيبه وعباراته<sup>(1)</sup>.

واصطلاحاً: يُفهم من التعريف اللغوي، ومن كلام بعض الفقهاء، أن الصيغة هي الألفاظ، والأفعال التي تفصح عن قصد المتعاقدين، ونوع تصرفهما<sup>(2)</sup>. يشهد لهذا التعريف قول ابن القيم: "إن الله تعالى وضع الألفاظ بين عباده تعريفاً، ودلالة على ما في نفوسهم، فإذا أراد أحدهم من الآخر شيئاً عرفه بمراده، وما في نفسه بلفظه، ورتب على تلك الإرادات، والمقاصد أحكامها بواسطة الألفاظ، ولم يرتب تلك الأحكام على مجرد ما في النفوس من غير دلالة فعل، أو قول... فإذا اجتمع القصد، والدلالة القولية، أو الفعلية ترتب الحكم، هذه قاعدة الشريعة"<sup>(3)</sup>.

#### المبحث الأول: الإيجاب والقبول في المتجر الإلكتروني.

الإيجاب لغة: من وجب الشيء يجب وجوباً إذا ثبت، ولزم، يقال: وجب البيع يجب وجوباً أي: لزم وثبت<sup>(4)</sup>.

القبول لغة: قَبِلَ الشيء قبولاً: أخذه عن طيب خاطر، يقال: قَبِلَ الهدية ونحوها، ويقال: قَبِلَ الله دعاء فلان استجابته، وقَبِلَ العمل رضيه، ويقال: قَبِلَ الخبر صدقه<sup>(5)</sup>.

اصطلاحاً: اختلف الفقهاء في تعريفهما:

القول الأول: هو ما صدر أولاً من أحد العاقدين بصيغة صالحة لإفادة العقد، بصرف النظر هل صدر ذلك عن البائع، أو عن المشتري، والقبول: ما صدر ثانياً موافقاً ومطابقاً لما صدر أولاً. وهو قول الحنفية<sup>(6)</sup>.

(1) ينظر: معجم مقاييس اللغة: 3/ 321؛ لسان العرب: 8/ 442، مادة(صوغ).

(2) ينظر: أسنى المطالب في شرح روض الطالب: 2/ 3؛ مواهب الجليل: 3/ 419؛ كشاف القناع عن متن الإقناع: 3/ 146.

(3) ينظر: إعلام الموقعين: 3/ 86.

(4) ينظر: لسان العرب: 1/ 793، مادة(وجب)؛ تاج العروس من جواهر القاموس: 4/ 333، مادة (وجب).

(5) ينظر: المصباح المنير: 2/ 488، مادة(قَبِل)؛ المعجم الوسيط: 2/ 712، مادة (قَبِل).

(6) ينظر: فتح القدير: 6/ 248؛ تبيين الحقائق: 3/ 4.

القول الثاني: ما يصدر من البائع الذي يكون منه تملك السلعة دالاً على الرضا، والقبول: ما يصدر من المشتري الذي يبذل الثمن كذلك. وهو قول المالكية<sup>(1)</sup>، والشافعية<sup>(2)</sup>، والحنابلة<sup>(3)</sup>.

سبب الخلاف: لفظي ليس له كبير أثر؛ لأن الكل متفق على جواز تقديم لفظ المشتري<sup>(4)</sup> على لفظ البائع؛ وذلك لحصول المقصود<sup>(5)</sup>؛ ولأنَّ الكل متفق أنَّ البيع لا ينعقد إلا بوجود محل العقد والعاقدين وتبادل الإيجاب بينهما<sup>(6)</sup>. وعلى هذا لا يختلف الإيجاب والقبول الإلكتروني عمّا سبق إلا من حيث الوسيلة التي تعبر عنه، فالأول تعبير عن إرادة الموجب، والثاني تعبير عن إرادة القابل لكن بوسيلة إلكترونية<sup>(7)</sup>. فإذا تبين هذا عرفت أن البيوع الإلكترونية لا تختلف عن البيوع التقليدية من حيث الشروط والآثار، إلا أنه ومع هذا التشابه، فقد وجد الاختلاف في ثلاثة أمور<sup>(8)</sup>:

الأول: أن العاقدين لا يضمهما مجلس واحد، وهذا سنأتي لتفصيله في فرع مستقل في هذا المطلب.

الثاني: عند إبداء الرغبة في الشراء في البيوع الإلكترونية، فإن السلعة لا تكون حاضرة حضوراً ملموساً، بل هي سلعة موصوفة، غير معينة<sup>(9)</sup>.

(1) ينظر: مواهب الجليل: 228/4؛ حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني: 2/ 139.

(2) ينظر: أسنى المطالب: 3/2؛ نهاية المحتاج: 3/ 375-377.

(3) ينظر: شرح منتهى الإرادات: 2/ 6؛ كشف القناع: 3/ 146.

(4) إلا أن الحنابلة يخالفون المالكية والشافعية في عقد النكاح، فلا يجوز عندهم تقدم الإيجاب على القبول فيه قالوا: لأن القبول إنما يكون للإيجاب، فمتى وجد قبله لم يكن قبولا لعدم معناه، بخلاف البيع، ولأن الاحتياط في باب النكاح أشد من الاحتياط في باب البيع؛ ولأن البيع لا يتعين فيه لفظ، بل يصح بأي لفظ كان مما يؤدي المعنى خلافاً للنكاح. ينظر: المغني: 9/ 463؛

الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف: 8/ 50؛ كشف القناع عن متن الإقناع: 5/ 40.

(5) ينظر: مواهب الجليل: 4/ 231؛ حاشية الدسوقي: 3/3؛ كنز الراغبين: 2/ 192؛ حاشية الشربيني على الغرر

البيهية: 2/ 394؛ الكافي في فقه الإمام أحمد: 2/ 3؛ الشرح الكبير على المقنع: 11/9.

(6) ينظر: فقه البيوع على المذاهب الأربعة: 1/28.

(7) ينظر: الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية: 93؛ العقود الإلكترونية دراسة فقهية تحليلية: 9؛ ضوابط عقد البيع

الإلكتروني: 145.

(8) ينظر: أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي: 242.

(9) ينظر: تأجيل البديلين في البيوع الإلكترونية: 297.

الثالث: لا توجد مساومة - في الغالب- بحيث يرى المشتري السلعة معلناً عبر الشاشة وسعرها مكتوب أمامها، فهل هذا يعتبر إيجاباً من صاحب المتجر، هذا ما سنعرفه في الفرع الثاني، عند ذكر الوسائل التي تستخدم عند أصحاب المتاجر لإبرام العقود الإلكترونية.

### المبحث الثاني: التعبير عن الإيجاب والقبول في المتجر الإلكتروني.

اتفق الفقهاء أن البيع ينعقد بكل ما يدلُّ على الرضا بين المتعاقدين<sup>(1)</sup>، ومنها البيوع التي تم عبر المتاجر الإلكترونية؛ إذ لا يختلف الإيجاب والقبول الإلكتروني إلا من حيث الوسيلة التي يتم بها، فكيف يتم التعبير عن الإيجاب والقبول في البيوع المبرمة عبر المتاجر الإلكترونية؟

### المطلب الأول: صيغة الإيجاب في المتجر الإلكتروني:

أن يرى العميل السلعة في واجهة المتجر الإلكتروني، ويطلع على سعرها المكتوب أمامها، وبقية المواصفات التي يحتاج العميل معرفتها قبل إبرام العقد، ثم بعد ذلك إذا رغب الشراء أكمل إجراءات تسجيل بياناته الشخصية، وبيانات الشحن، والدفع الإلكتروني، ثم يضغط على أيقونة تأكيد الشراء؛ ليتم بعد ذلك تأكيد الطلب من المتجر؛ ليقوم بعد ذلك بترتيب إجراءات التسليم للسلعة.

هذه الطريقة في التعاقد تحتاج إلى دقة في النظر لمعرفة الوقت الذي تم فيه الإيجاب والقبول في المتاجر الإلكترونية، فهل يكون هذا العرض<sup>(2)</sup> للسلع في واجهة المتجر الإلكتروني إيجاباً عاماً موجَّهاً من المتجر الإلكتروني للجمهور، ويخضع لقاعدة الأسبقية في القبول، أم يكون مجرد دعوة للتفاوض فقط؟

(1) ينظر: العناية شرح الهداية: 251/6؛ فتح القدير: 248/6؛ التاج والإكليل: 12/6؛ مواهب الجليل: 228/4؛ المجموع: 162/9؛ الغرر البهية في شرح البهجة الوردية؛ 389/2؛ الإنصاف: 260/4؛ كشاف القناع: 146/3.  
(2) العرض -بفتح العين وسكون الراء- له معاني في اللغة، منها ما نحن بصدد، فعرضت له الشيء، أي أظهرته له وأبرزته إليه، ومنه قوله تعالى: (وعرضنا جهنم يومئذ للكافرين عرضاً)؛ قال الفراء: أبرزناها حتى نظر إليها الكفار. ينظر: الصحاح: 1082/3، مادة(عرض)؛ لسان العرب: 165/7، مادة (عرض).

أولاً لابد أن نعرف أنّ الإيجاب لا يشترط أن يكون موجّهاً إلى شخص بعينه، بل يصح الإيجاب، ولو كان موجّهاً للجمهور من غير تعيين؛ وذلك أنّ الموجب لا يهّمه إلا بيع سلعته لأي شخص يتقدم لشرائها بالثمن الذي حدّده<sup>(1)</sup>، لكن اختلفوا في عرض السلع على الجمهور هل يُعدُّ إيجاباً باتّاً أم دعوة للتفاوض؟  
القول الأول: إنّ عرض السلعة للجمهور يُعدُّ إيجاباً باتّاً.  
نضال سليمان برهم<sup>(2)</sup>، بشار مومني<sup>(3)</sup>، أحمد العجلوني<sup>(4)</sup>.  
أدلة القول الأول:

- 1- لأنّ عرض السلع مصحوبة بمواصفاتها، وكميتها، وطرق تسليمها، وأسعارها وكل ماله علاقة بالعقد الذي لا ينقصه إلا القبول من المشتري الذي يتم بطريقة إلكترونية مخصصة - وهي الضغط على زر القبول- فهذه الأسباب يتضح قصد المتجر الإلكتروني أنه أراد الإيجاب، وعليه تسليم السلعة لمن طلبها أولاً بأول<sup>(5)</sup>.
- 2- لعلمهم اتكأوا على بعض نصوص الفقهاء في ذلك، قال الدسوقي<sup>(6)</sup> في حاشيته: " عرض رجل سلعته للبيع، وقال: من أتاني بعشرة فهي له، فأتاه رجل بذلك إن سمع كلامه، أو بلغه، فالبيع لازم، وليس للبائع منعه، وإن لم يسمعه، ولا بلغه فلا شيء له"<sup>(7)</sup>.
- 3- ويمكن أن يستدل لهم أيضاً أنها وجدت في الفقه عقود موجهة للجمهور جعلها الفقهاء إيجاباً، وذلك كعقد الجعالة إذا قال: "من ردّ لي بعيري فله كذا" فهذا

(1) ينظر: المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: 301 / 1.

(2) ينظر: أحكام عقود التجارة الإلكترونية: 39.

(3) ينظر: مشكلات التعاقد عبر الأنترنت: 59.

(4) ينظر: التعاقد عن طريق الأنترنت: 67.

(5) ينظر: الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية: 256/1؛ المدخل إلى نظرية الالتزام العامة في الفقه الإسلامي:

313؛ صور التعبير عن الإرادة عبر الشبكات الإلكترونية: 162؛ العقد الإلكتروني في الفقه الإسلامي والقانون: 58.

(6) هو: محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي المالكي، شمس الدين أبو عبد الله، محقق عصره، ووحيد دهره، عالم بالعربية،

توفي سنة (1230هـ)، من مصنفاته: (حاشية على الشرح الكبير على مختصر خليل)، (حاشية على مغني اللبيب)،

(الحدود الفقهية). ينظر: شجرة النور الزكية في طبقات المالكية: 520 / 1؛ الأعلام: 6 / 17.

(7) ينظر: حاشية الدسوقي: 5/3.

إيجاب للجميع<sup>(1)</sup>، فمن ردَّ البعير استحق الجُعْل، ومن دفع الثمن استحق السلعة. 4- وكذلك استخدام المتاجر الإلكترونية الرد الفوري (بالأجهزة المؤتمتة<sup>(2)</sup>) فهي تعقد العقد تلقائياً دون الحاجة لتدخل بشري؛ مما يدل أن المتجر أراد بهذا العرض اللزوم<sup>(3)</sup>.

لكن يُشكّل على هذا القول أن المتجر الإلكتروني قد يتسلّم آلاف الرسائل الإلكترونية بالموافقة على طلب الشراء دون أن تكون لدية الكمية المطلوبة، أو تكون لديه بأسعار أزيد ما كانت عليه وقت الإعلان؛ نتيجة لازدياد الطلب على السلعة، أو لارتفاع الأسعار<sup>(4)</sup>.

يجاب عن الإشكال: أن هذا التحفُّظ من المتجر الإلكتروني يكون بمثابة شرط يعلّق عليه الإيجاب بحيث إذا ورد القبول بعد نفاذ الكمية كأن الإيجاب لم يكن، فالمتجر ملزم بإيجابه في حدود توفّر البضاعة، وعدم نفاذها من المخزون، وهذا ما جاء في شروط بعض المتاجر الإلكترونية كمتجر Apple Store (أبل ستور)<sup>(5)</sup>، لكن الحقيقة أن هذا يختلف من متجر إلى آخر، فالمتاجر التي تمتلك مخازن لسلعها وهي المتاجر الكبيرة التي لها سمعة كبيرة بين عملائها كمتجر نون مثلاً، فإنه عند صورة أي سلعة يظهر أمامك كم بقي في المخزن من هذا النوع من السلع، فإذا نفذت لا يقبل المتجر أي طلب على هذه السلعة تلقائياً، فمثل هذه المتاجر لا يرد عليها هذا الإشكال.

القول الثاني: إنَّ العرض الموجّه للجمهور لا يُعدُّ إيجاباً، وإنما هو دعوة للتفاوض ما لم يقصد مقدم العرض الالتزام به في حالة القبول.

(1) ينظر: أقرب المسالك لمذهب الإمام مالك: 4/ 82؛ منح الجليل: 68/8؛ روضة الطالبين وعمدة المفتين: 5/ 268؛ مغني المحتاج: 3/ 617؛ الإقناع: 2/ 395؛ كشاف القناع: 4/ 203.

(2) هي قيام الأجهزة والآلات للمهام التي كان يؤديها البشر. ينظر: تطبيقات إنترنت الأشياء: 82.

(3) ينظر: التراضي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت: 154.

(4) ينظر: نظرية العقد في القوانين المدنية العربية: 141؛ التراضي في تكوين عقود التجارة الإلكترونية: 78؛ التراضي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت: 153.

(5) ينظر: خصوصية التعاقد عبر الأنترنت: 952؛ المجلس الإلكتروني: 91.

قال به قانون الأونسيترال للتعاقد الإلكتروني<sup>(1)</sup>.

أدلة القول الثاني:

1- لأنّ هذا ما يتفق مع طبيعة العقود الإلكترونية، فإنّه عند متابعة الشراء ونقل البضاعة إلى سلة المبيعات في المتجر الإلكتروني؛ فإنّ هناك خطوات لا بد من المرور بها حتى تكتمل الصفقة (كتسجيل البيانات الشخصية، وبيانات الشحن، واختيار طرق الدفع المتوفرة في المتجر وغيرها بحسب طبيعة كل متجر وما يحتاج إليه من بيانات)، فعلى هذا لو كان إيجاباً باتاً لم احتجنا لكل تلك الخطوات لتكتمل الصفقة.

نوقش: مثل هذه الخطوات لا تسلب الإيجاب خصائصه، فهو ملزم بشرط استكمال الخطوات الأخرى، فهو كالإيجاب المعلق على شرط<sup>(2)</sup>.

2- بالنظر لواقع البيع داخل المتاجر الإلكترونية، فإنه عند طلب العميل لسلعة ما ودفع ثمنها، فإنّ الطلب يبقى معلقاً حتى يؤكد المتجر الإلكتروني، وهذا دليل أنّ ما قبل ذلك مجرد إعلان ودعوة للتفاوض فقط، وإنّما الإيجاب والقبول الملزمان يحصلان بعد دفع العميل ثمن السلعة، وضغطه على تأكيد الشراء، والإيجاب يكون بعد تأكيد الطلب من المتجر والانتقال لإجراءات شحنها.

**الراجع:** الذي يظهر - والله أعلم - أنّه يُرَجَعُ لكل متجر بحسبه، فإن كان يشترط لنفسه الحق في رفض التعاقد ولو قبل الطرف الآخر، فإن هذه العرض يكون إعلاناً، أو دعوة للتعاقد، ولا يُعدُّ إيجاباً؛ لأنّ من شرط الإيجاب أن يكون

(1) نص في مادته (التاسعة): " أي رسالة بيانات تتضمن عرضاً لإبرام عقد، ولا تكون موجهة إلى شخص، أو أشخاص معينين، بل تكون عامة في متناول الأشخاص الذين يستخدمون نظم المعلومات، مثل عرض سلع، أو خدمات من خلال موقع شبكة الأنترنت، تعتبر مجرد دعوة إلى تقديم عروض، ما لم يتبين اتجاه قصد مقدم العرض إلى الالتزام به في حالة قبوله ". ينظر: لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، الدورة السادسة والثلاثون: 34.

(2) ينظر: عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات: 172.

جازماً<sup>(1)</sup>، فيحتاج لتجديد الإيجاب والقبول، أمّا إذا لم يكن له الحق في رفض التعاقد في حال قبول الطرف الآخر، فهو إيجاب ملزم.

### المطلب الثاني: صيغة القبول في المتجر الإلكتروني:

من الصيغ الحديثة التي تدل على الرضا بين المتعاقدين وتحل محل القبول، فيتم إعدادها مسبقاً بواسطة أوامر برمجية تتم من خلال الضغط على أيقونة القبول، فهل تكون كافية في التعبير عن القبول مع أنه تكتنفها مخاطر متوقعة كأن يكون الضغط على الأيقونة بالخطأ، أو يكون الشخص الذي ضغط على الأيقونة غير الشخص المراد التعاقد معه، لذا كان على المتاجر الإلكترونية إيجاد حلول لمثل هذه المخاطر المتوقعة؛ وذلك بأن تجعل القبول النهائي بالضغط مرة أخرى على تأكيد القبول؛ لتفادي من يضغط بغير قصد، قال في المعايير الشرعية: "يعتبر الضغط على مفتاح (أيقونة) القبول عند إبرام العقد عبر الموقع على الشبكة قبولاً صحيحاً شرعاً إذا كان نظام الموقع لا يشترط تأكيد القبول، فإن كان يشترط التأكيد بأي طريقة يحددها الموقع، فإن القبول لا يقع إلا بصدور ذلك التأكيد"<sup>(2)</sup>، أو تستخدم تقنيات أخرى - كما تفعله بعض المتاجر - عن طرق وثيقة أمر بالشراء يقوم العميل بتحريرها على الشاشة، أو يكون تأكيد الأمر بالشراء يرجع للبائع نفسه عن طريق إرسال رسالة تأكيد عبر البريد الإلكتروني للعميل، بحيث يمكن للعميل استدراك الخطأ في هذه الحالة قبل قبول البائع، فعلى هذا ينبغي للمتاجر الإلكترونية أن تبين لعملائها الأمر الذي يحصل به القبول النهائي حتى لا يحدث نزاع<sup>(3)</sup>. لكن أشير إلا أنه عند اكتمال خطوات تسجيل البيانات اللازمة من العميل، يأتي على أيقونة تأكيد القبول سؤال - بعض المتاجر الإلكترونية - هل أنت راغب في السلعة؟، أو هل تريد تأكيد عملية

(1) ينظر: المبسوط: 108 / 12؛ بدائع الصنائع: 133 / 5؛ شرح الخرشي على مختصر خليل: 6 / 5؛ حاشية الصاوي: 15 / 3؛ أسنى المطالب: 3 / 2؛ نهاية المحتاج: 376 / 3؛ المبدع في شرح المقنع: 4 / 4؛ مطالب أولي النهى: 5 / 3.

(2) ينظر: معيار التعاملات المالية بالإنترنت (رقم 38): 964.

(3) ينظر: أحكام عقود التجارة الإلكترونية: 46؛ التراصي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت: 165.

الشراء؟ وهذا يُعد الخطوة الأخيرة في القبول من المتجر، فإذا قام المشتري بالضغط على زر الموافقة يُعدُّ قبولاً منه.

وهذا فيه إشكالٌ جليٌّ لمن تأمل هذه الآلية في التعاقد، فإنَّ الصيغة الصادرة تكون بطريق الاستفهام، والتعبير عن الصيغة بالاستفهام لا ينعقد به البيع عند جمهور العلماء<sup>(1)</sup>؛ لأنَّ الاستفهام سؤال للإيجاب والقبول، وليس إيجاباً وقبولاً بنفسه، ففقد البيع أحد أركانه<sup>(2)</sup>، قال ابن قدامة: "وإن أتى بلفظ الاستفهام، فقال: أبعثني ثوبك، فقال: بعتك، لم يصح متقدماً ولا متأخراً -يعني تقدم القبول أو تأخر- لأنه ليس بقبول ولا استدعاء"<sup>(3)</sup>. وخالف في ذلك المالكية وقالوا: إنَّ البيع بلفظ الاستفهام صحيح منعقد<sup>(4)</sup>. والصحيح في ذلك أنَّ العرف الغالب في البيع في المتاجر الإلكترونية يقضي بصحة تلك الصيغة، لأنَّه مجرد سؤال عن مدى جدية المشتري في إكمال الصفقة، لوجود القرينة الدالة على العزم على إتمام العقد، وإلا لما أكمل المشتري كل تلك الإجراءات الدالة على جدِّيته في الشراء؛ ولأنَّ الشارع لم يحدِّ ألفاظاً معينة عند التبايع، وما لم يحدِّه الشرع فمرده إلى العرف<sup>(5)</sup>، فكل ما يدل على البيع، وتراضيا عليه، فإنه ينعقد به البيع، فيدخل فيه هذه الصيغة؛ لأنَّ للعرف وغلبة الاستعمال أثر

(1) ينظر: بدائع الصنائع: 133/5؛ حاشية على تبين الحقائق: 4/4؛ المجموع: 169/9؛ روضة الطالبين: 339/3؛ المغني: 7/6؛ مطالب أولي النهى: 6/3.

(2) ينظر: بدائع الصنائع: 134/5.

(3) ينظر: الكافي: 3/2.

(4) ينظر: مواهب الجليل: 4/230؛ شرح مختصر خليل للخرشي: 6/71. يمكن أن يستدل للملكية بحديث جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال: (غزوت مع رسول الله صلى الله عليه وسلم، فتلاحق بي وتحتي ناضح لي قد أعيا ولا يكاد يسير، قال: فقال لي: ما لبعيرك؟ قال: قلت: عليل، قال: فتخلف رسول الله صلى الله عليه وسلم، فزجره ودعا له، فما زال بين يدي الإبل قدامها يسير، قال: فقال لي: كيف ترى بعيرك؟ قال: قلت: بخير، قد أصابته بركتك، قال: أفتبعنيه؟ فاستحييت، ولم يكن لنا ناضح غيره، قال: فقلت: نعم، فبعته إياه على أن لي فقار ظهره حتى أبلغ المدينة). أخرج مسلم في "صحيحه"، كتاب البيوع، باب بيع البعير واستثناء ركوبه، (715/51) عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما، مرفوعاً. وجه الدلالة: أن الصيغة التي تلتفظ بها النبي صلى الله عليه وسلم صيغة استفهام - وكان المشتري- ومع ذلك لم يعد العقد، فدل على صحة العقد بصيغة الاستفهام.

(5) والعرف جارٍ في البيوع الإلكترونية أنَّ هذه صيغة عقد معتبرة.

بارز في صراحة الصيغ، وكنايتها، فهو الموجب لثبوت الصراحة، لا سيما في العقود، قال في الفروق: " فمهما تجدد في العرف اعتبره، ومهما سقط أسقطه... وعلى هذه القاعدة تتخرج أيمان الطلاق، والعتاق، وصيغ الصرائح، والكنايات، فقد يصير الصريح كناية يفتقر إلى النية، وقد تصير الكناية صريحا مستغنية عن النية" (1) فالثابت بالعرف كالثابت بالنص (2)، قال ابن قدامة: " ولنا، أنّ الله أحلَّ البيع، ولم يبيِّن كفيته، فوجب الرجوع فيه إلى العرف" (3)، وقال ابن تيمية: " والاكتفاء في العقود المطلقة بما يعرفه الناس، وأنَّ ما عده الناس بيعًا فهو بيع" (4).

### المبحث الثالث: مجلس العقد في البيع عبر المتجر الإلكتروني.

لا شك أنّ التعاقد بين شخصين لا يجمعهما مكان واحد عبر الأنترنت هو تعاقدٌ بين غائبين لا يكون بينهما حضور زمني متعاصر لحظة تبادل الإيجاب والقبول، وقد صدر بذلك قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي (5)، وندوة البركة للاقتصاد الإسلامي (6)، وهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (7)، ومنه ما يحصل من تعاقد عبر المتاجر الإلكترونية، فإذا تقرّر ذلك فإن تحديد بداية ونهاية مجلس العقد بالنسبة للغائبين من الأهمية بمكان؛ إذ يترتب على هذا التحديد آثار كثيرة كلزوم العقد،

(1) ينظر: الفروق: 1/ 176-177.

(2) ينظر: قواعد الفقه: 74؛ مؤسوعة القواعد الفقهية: 2/ 537.

(3) ينظر: المغني: 6/ 8.

(4) مجموع الفتاوى: 20/ 230.

(5) إذا تم التعاقد بين غائبين لا يجمعهما مكان واحد، ولا يرى أحدهما الآخر معاينة، ولا يسمع كلامه، وكانت وسيلة الاتصال بينهما الكتابة، أو الرسالة، أو السفارة (الرسول)، وينطبق ذلك على البرق، والتلكس، والفاكس، وشاشات الحاسب الآلي (الحاسوب)، ففي هذه الحالة ينعقد العقد عند وصول الإيجاب إلى الموجه إليه وقبوله ينظر: مجلة المجمع، العدد (6)، (785/6).

(6) إن الصيغة الشرعية للتعاقد بين شخصين لا يجمعهما مكان واحد عبر الأنترنت (الشبكة الإلكترونية) أنه تعاقد بين غائبين عن طريق هذه الوسيلة إذا كان لا يسمع أحدهما كلام الآخر، فيتخرّج على التعاقد عن طريق الرسالة. ينظر: قرارات وتوصيات ندوات البركة للاقتصاد الإسلامي (جمع وتنسيق: عبد الستار أبو غدة، وعز الدين محمد خوجة)، القرار الخامس الصادر عن ندوة البركة التاسعة عشر في مكة من 6-7 رمضان عام 1420هـ.

(7) إبرام العقد باستخدام المحادثة الكتابية، أو بالبريد الإلكتروني، أو عبر الموقع على الشبكة يأخذ أحكام التعاقد بين غائبين، مثل: التعاقد عن طريق الرسالة. ينظر: معيار رقم (38)، التعاملات المالية بالانترنت: 963.

والنماء والضمان وغيرها<sup>(1)</sup>، والذي يظهر من نصوص الفقهاء الحنفية، والشافعية<sup>(2)</sup> أن مجلس العقد يبدأ من لحظة بلوغ الإيجاب إلى من وجه له الكتاب، أو أرسل إليه الرسول، وإليك شيئاً من نصوصهم:

قال في شرح غرر الأحكام: " والكتاب، والرسالة كالخطاب: يعني إذا كتب أما بعد: فقد بعثك عبدي فلانا بكذا، أو قال لرسوله: بعث هذا من فلان الغائب بكذا، فاذهب وأخبره، فوصل الكتاب إلى المكتوب إليه، وأخبر الرسول المرسل إليه، فقال في مجلس بلوغ الكتاب، أو الرسالة: اشتريته به، أو قبلته تم البيع بينهما؛ لأن الكتاب من الغائب كالخطاب من الحاضر، والرسول مُعَبَّرٌ وسفِيرٌ، فكلامه ككلام المرسل؛ فإن الرسول صلى الله عليه وسلم كان يبلغ تارة بالخطاب، وتارة بالكتاب"<sup>(3)</sup> قال في فتح الوهاب: " ولو كتب إلى غائب ببيع، أو غيره صحَّ، ويشترط قبول المكتوب إليه عند وقوفه على الكتاب<sup>(4)</sup>، ويمتد خيار مجلسه ما دام في مجلس القبول<sup>(5)</sup>، ويمتد خيار الكاتب إلى انقطاع خيار المكتوب إليه<sup>(6)</sup>"<sup>(7)</sup>، فإذا عرفنا بداية المجلس يبقى معنا تحديد لحظة

<sup>(1)</sup> ينظر: المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: 1/ 449؛ صيغ العقود في الفقه الإسلامي: 227؛ العقد بالكتابة والإشارة وآلات الاتصال الحديثة: 25.

<sup>(2)</sup> لم أقف على نص صريح للملكية والحابلية في هذا الشأن، ولا أظنهم يخرجون عن هذا القول؛ لأن المتأمل في وصول الإيجاب بالكتابة إلى مجلس القابل، فإنه لا يختلف عن وصوله له حساً، والكتاب كالخطاب كما يقول الفقهاء. ينظر: صيغ العقود في الفقه الإسلامي: 228.

<sup>(3)</sup> ينظر: درر الحكام شرح غرر الأحكام: 2/ 144.

<sup>(4)</sup> أي: فوراً، فلو تكلم بكلام أجنبي ضرراً، وهذا على قاعدة مذهب الشافعية في اشتراط الفورية في القبول.

<sup>(5)</sup> وهذا ما لم يختل لزمه وإلا انقطع خياره؛ إذ خيار المجلس ينقطع بالمفارقة، أو الإلزام.

<sup>(6)</sup> قال البجيرمي: " تقتضي هذه العبارة شيئين: الأول: أن الكاتب لو فارق مجلسه الذي كان فيه عند قبول المكتوب إليه، أو ألزم البيع لم ينقطع خياره، وليس كذلك بل ينقطع، والثاني: أن المكتوب إليه لو ألزم العقد، أو فارق مجلسه والكاتب باق في مجلسه الذي كان فيه عند قبول المكتوب إليه انقطع خيار الكاتب. والمعتمد فيهما عدم الانقطاع بل لا ينقطع خيار كل منهما إلا بإلزامه العقد، أو مفارقتة مجلس نفسه، ومجلس المكتوب إليه هو الذي قبل فيه، ومجلس الكاتب هو الذي كان فيه عند قبول المكتوب إليه، وأوله من حين قبول المكتوب إليه؛ لأن البيع لا يوجد إلا حينئذ".

ينظر: حاشية البجيرمي على شرح المنهج: 2/ 169.

<sup>(7)</sup> ينظر: فتح الوهاب بشرح منهج الطلاب: 1/ 186.

انتهاء مجلس العقد بين الغائبين، وهذه المسألة مبنية على مسألة التفريق الذي يلزم به البيع، هل هو بالأبدان، أم بالأقوال؟

القول الأول: ينتهي المجلس بالتفريق بالأبدان. وبه قال الشافعية<sup>(1)</sup>، والحنابلة<sup>(2)</sup>.

دليل القول الأول: قياس التعاقد بين الغائبين على التعاقد بين الحاضرين، فإذا كان مجلس العقد ينتهي في التعاقد بين الحاضرين بانفضاض المجلس، فكذا بين الغائبين<sup>(3)</sup>.

القول الثاني: ينتهي المجلس بالتفريق بالأقوال. وبه قال الحنفية<sup>(4)</sup>، والمالكية<sup>(5)</sup>.

دليل القول الثاني: قياس التعاقد بين الغائبين على التعاقد بين الحاضرين، فإذا كان مجلس العقد ينتهي في التعاقد بين الحاضرين بإصدار القبول في مجلس بلوغ الكتاب، فكذا بين الغائبين ينتهي بوقت إصدار القبول<sup>(6)</sup>.

القول الثالث: ينتهي المجلس عند علم الموجب بالقبول. وبه قال بعض المعاصرين<sup>(7)</sup>.  
دليل القول الثالث: قياس التعاقد بين الغائبين على التعاقد بين الحاضرين، فإذا كان مجلس العقد ينتهي في التعاقد بين الحاضرين بسماع كلاً من المتعاقدين عبارة الآخر، فكذا يجب السماع عن التعاقد بين الغائبين<sup>(8)</sup>.

نوقش: أن وجوب سماع كلاً من المتعاقدين كلام الآخر، إنما هو في حالة التعاقد باللفظ دون التعاقد بالطرق الأخرى<sup>(9)</sup>.

(1) ينظر: المجموع: 9/ 184؛ نهاية المحتاج: 4/ 8.

(2) ينظر: الكافي: 2/ 26؛ المبدع في شرح المقنع: 4/ 64.

(3) ينظر: صيغ العقود في الفقه الإسلامي: 231.

(4) ينظر: الاختيار لتعليل المختار: 2/ 5؛ مجمع الأنهر: 2/ 7.

(5) ينظر: الفواكه الدواني: 2/ 109؛ حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني: 2/ 190.

(6) ينظر: صيغ العقود في الفقه الإسلامي: 233.

(7) ينظر: مصادر الحق في الفقه الإسلامي: 2/ 55-56؛ العقد في الفقه الإسلامي: 128-129.

(8) ينظر: مصادر الحق في الفقه الإسلامي: 2/ 56؛ العقد في الفقه الإسلامي: 127-128.

(9) ينظر: صيغ العقود في الفقه الإسلامي: 232.

**الراجح:** الذي يظهر أنّ القول الأول وسط بين من يشترط الفورية في القبول، وبين حاجة القابل للتروي والتأمل، فكان ضبط الأمر بالتفريق من المجلس جامع لتلك المتفرقات.

#### المبحث الرابع: موانع الإيجاب والقبول في البيع عبر المتجر الإلكتروني.

من شرط اتصال الإيجاب بالقبول أن يكون الموجب باقياً على إيجابه إلى أن يتصل به القبول في المجلس، فلا يرجع عن الإيجاب قبل اتصال القبول به، ولا يصدر عنه، أو ممن وجه إليه الإيجاب ما يدل على الإعراض، ولا يحصل هلاك للعقد، أو المعقود عليه قبل حصول القبول، إذا فالموانع أربعة، وهي كالاتي:

#### المطلب الأول: رجوع الموجب عن الإيجاب.

يتصور رجوع الموجب عن إيجابه في المتاجر الإلكترونية إذا تمّ إلغاء الطلب من العميل حتى ولو بعد الدفع، وذلك قبل تأكيد المتجر الإلكتروني بإتمام البيعة عبر إرسال رسالة نصية، أو عبر البريد الإلكتروني بأن الطلب قيد التنفيذ، أو تحت المراجعة، فهل يجوز له ذلك؟

اختلف العلماء في المسألة على قولين مشهورين:

القول الأول: أنّ الإيجاب ليس بملزم، فللموجب الرجوع عن الإيجاب قبل قبول الطرف الآخر. وهذا مذهب جمهور الفقهاء من الحنفية<sup>(1)</sup>، والشافعية<sup>(2)</sup>، والحنابلة<sup>(3)</sup>. ويستدلون على صحة ذلك بأنه لو لم يكن له الرجوع لكان مجبراً على العقد، وهذا ينافي الرضا<sup>(4)</sup>.

(1) ينظر: البحر الرائق: 4 / 527؛ حاشية ابن عابدين: 5 / 294.

(2) ينظر: المجموع: 9 / 169؛ مغني المحتاج: 2 / 330.

(3) الحنابلة يقولون: بخيار المجلس كالشافعية، وهو يقتضي صحة رجوع الموجب عن إيجابه حتى بعد صدور القبول من الطرف الآخر، فمن باب أولى أن يصحّ الرجوع قبل أن يتصل القبول به. ينظر: الإقناع: 3 / 168؛ كشاف القناع: 147/3-148.

(4) ينظر: بدائع الصنائع: 5 / 134.

القول الثاني: رجوع الموجب عن الإيجاب لا يبطل الإيجاب، بل يبقى إلى أن يقبله الطرف الآخر فيتصل به القبول، وينعقد العقد، أو يردّه فلا ينعقد. وهو مذهب المالكية<sup>(1)</sup>. وذلك أن الموجب قد ألزم نفسه بالإيجاب وأوجبه عليها، فلا يحق له الرجوع عنه<sup>(2)</sup>.

القول الثالث: إذا حدد الموجب إيجاباً محدد المدة يكون ملزماً بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة، وليس له الرجوع عنه، ورجّحه مجمع الفقه الإسلامي<sup>(3)</sup>، وهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية<sup>(4)</sup>.

**الراجع:** القول الثالث وسط بين الأقوال، فإذا كان الإيجاب محدد بمدة، فلا يحق للموجب الرجوع؛ لأنه جعل حق القبول والرفض للطرف الآخر، وعليه لا يعد رجوع الموجب مبطلاً للإيجاب، أما إذا لم يحدد مدة للإيجاب، فله الرجوع في ذلك؛ لأن الالتزام لم ينشأ بعد، لكن عند التأمل في هذا القول تبين أنه ليس بقول مستقل، بل هو من باب الشروط في البيع، فالموجب اشترط على نفسه البقاء على إيجابه طوال هذه المدة، فكل من ألزم نفسه شرطاً لا يخالف الشرع، ولا ينافي مقتضى العقد، وله فيه مصلحة، فيجب الوفاء به<sup>(5)</sup>.

### الإيجاب في مزادات المتاجر الإلكترونية:

في حال إبرام عقد المزايدة في المتاجر الإلكترونية، ومن أشهر تلك المتاجر وأقدمها متجر إيباي (eBay) فإنه لا يحق لمن زاد في ثمن السلعة الرجوع عن إيجابه حتى

(1) ينظر: مواهب الجليل: 4 / 241؛ حاشية العدوي على شرح الخرشي: 7 / 5.

(2) ينظر: الجامع لأحكام القرآن: 3 / 357.

(3) الذي نصّ على: " إذا صدر العارض بهذه الوسائل إيجاباً محدد المدة، يكون ملزماً بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة، وليس له الرجوع عنه". ينظر: : قرار مجمع الفقه الإسلامي الذي صدر برقم: 52(6/3).

(4) ينظر: المعايير الشرعية، معيار التعاملات المالية بالإنترنت (38): 963، وقد أخذت به كثير من القوانين المدنية، ويسمونه الإيجاب المؤقت. ينظر: المادة 98 من القانون المدني الأردني، والمادة 93 من القانوني المدني السوري.

(5) هذا الرجوع يتحقق في المتجر الإلكتروني بالضغط على أيقونة إلغاء الطلب قبل تأكيد القبول، كما في متجر نون (noon).

ينتهي مجلس المزايدة، نصَّ على ذلك المالكية<sup>(1)</sup>، قال في البيان والتحصيل: " والحكم فيه أن كل من زاد في السلعة لزمته بما زاد فيها إن أراد صاحبها أن يمضيها له بما أعطى فيها ما لم يسترد سلعته، فيبيع بعدها أخرى، أو يمسكها حتى ينقضي مجلس المناذاة، وهو مخيرٌ في أن يمضيها لمن شاء ممَّن أعطى فيها ثمنًا، وإن كان غيره قد زاد عليه"<sup>(2)</sup>، وبه صدر قرار هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية<sup>(3)</sup>.

### المطلب الثاني: صدور ما يدل على الإعراض من العاقدين، أو أحدهما.

يتصوّر الإعراض عن البيع في المتاجر الإلكترونية بترك الجهاز أو إغلاقه، أو الانتقال إلى معاملة أخرى، أو متجرًا آخر ليشترى منه قبل إتمام البيعة<sup>(4)</sup>. وقد اشترط العلماء للزوم العقد أن لا يصدر من كل من الموجب والقابل ما يدل على الإعراض عن العقد، فإذا أوجب البائع، وطال الفصل، أو انشغلا بكلام أجنبي عن العقد، فإن العقد غير سائغ إذا قبل المشتري بعدها، بلا نزاع بين العلماء<sup>(5)</sup>، ولكنهم بين مشدد فيه، ومعتدل، ومرجع ذلك كله إلى العرف، فما عدّه العرف إعراضًا فهو إعراض يبطل به الإيجاب والقبول، بأن لا يحدث فاصلًا، بحيث لا يكون كلام المشتري جوابًا للكلام السابق عرفًا<sup>(6)</sup>، أو بأن لا يتشاغلا بما يقطع الإيجاب، والقبول عرفًا<sup>(7)</sup>.

(1) ينظر: مواهب الجليل: 4 / 239؛ حاشية الدسوقي: 3 / 5؛ حاشية الصاوي: 17/3.

(2) ينظر: البيان والتحصيل: 8 / 475-476.

(3) ينظر: المعايير الشرعية، معيار التعاملات المالية بالإنترنت (رقم 38): 963.

(4) ينظر: مجلس العقد الإلكتروني: 97-98؛ العقد الإلكتروني في الفقه الإسلامي والقانون: 81.

(5) ينظر: مجموع الفتاوى: 13 / 411؛ موسوعة الإجماع في الفقه الإسلامي: 2 / 117-119.

خالف في هذه المسألة: ابن العربي من المالكية، فقال بجواز تأخير القبول عن الإيجاب حتى وإن طالت المدة، ودليله على هذا الرأي: أن الأدلة جاءت مطلقة من غير تحديد مدة بين القبول والإيجاب، فما دام أنهما وقعا، على أي صفة كان، فالعقد تام وصحيح. ينظر: القبس: 2 / 777.

(6) ينظر: مواهب الجليل: 4 / 241؛ شرح الزرقاني على مختصر خليل: 5 / 10.

(7) ينظر: المبدع في شرح المقنع: 4 / 5؛ مطالب أولي النهى: 3 / 9.

فالعرف هو الضابط في ذلك، حتى قال الفقهاء: كل ما ليس له حد لا في اللغة، ولا في الشرع، فيرجع في حده إلى عادة الناس، وعرفهم<sup>(1)</sup>.

**المطلب الثالث: وفاة البائع، أو المشتري، أو فقد أهليته قبل القبول.**

بعد دفع العميل لمبلغ السلعة والضغط على أيقونة الشراء، فإن الطلب ينتقل للمتجر الإلكتروني، ويبقى معلّقاً حتى يؤكد المتجر الإلكتروني الطلب ويحوّله إلى قيد التنفيذ، وهذا كله لا يحصل تلقائياً، بل يكون يدوياً، مما يحتاج إلى مدة بحسب اطلاع المتجر الإلكتروني على طلبات عملائه، فإذا حصلت وفاة للعميل، أو صاحب المتجر الإلكتروني في هذه المدة، هل يبقى العقد صحيحاً، أو يبطل؟  
اختلف أهل العلم على قولين:

**القول الأول:** يبطل البيع إذا مات البائع، أو المشتري قبل القبول. وهو مذهب الجمهور من الحنفية<sup>(2)</sup>، والشافعية<sup>(3)</sup>، والحنابلة<sup>(4)</sup>.

**أدلة القول الأول:**

- 1- لأن البيع يبطل بالتفرق من المجلس، والتفرق بالموت أعظم<sup>(5)</sup>.
  - 2- وقياساً على العقود الجائزة التي تبطل بالموت؛ بجامع عدم اللزوم في الكل<sup>(6)</sup>.
- القول الثاني:** أنّ الإيجاب لا يبطل بموت البائع، أو المشتري قبل قبوله، بل يرث حق القبول ورثته. وهو مذهب المالكية<sup>(7)</sup>، ووجه عند الشافعية<sup>(8)</sup>.

(1) ينظر: القواعد النورانية: 162؛ القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة: 1/ 314.

(2) ينظر: البحر الرائق: 6/ 12؛ حاشية ابن عابدين: 4/ 573.

(3) ينظر: الفجر البهية: 2/ 391؛ مغني المحتاج: 2/ 330.

(4) ينظر: شرح منتهى الإرادات: 2/ 432؛ كشاف القناع: 4/ 303.

(5) ينظر: المغني: 6/ 14.

(6) ينظر: كشاف القناع: 5/ 565.

(7) ينظر: الفروق: 3/ 277؛ الذخيرة: 5/ 36. وهذا عندهم في العقود التي تلزم بدون قبض، أما العقود التي لا تلزم إلا بالقبض فإن الإيجاب يبطل بوفاء أحد العاقدين بعد الإيجاب وقبل القبول، وعلى هذا يحمل قول ابن القاسم: "وكل صدقة أو حبس أو نحلة أو عمرى أو عطية أو هبة لغير ثواب في الصحة يموت المعطي أو يفسد أو يمرض قبل حوز ذلك، فهي باطلة". ينظر: الجامع لمسائل المدونة: 19/ 565.

(8) واختاره الدارمي. ينظر: المجموع: 9/ 169.

أدلة القول الثاني:

- 1- لأن الوارث كالميت ولهذا يقوم مقامه في خيار المجلس<sup>(1)</sup>.
- 2- وقياسًا على موت الموصى له بعد موت الموصي وقبل أن يقبل؛ فلوارثه القبول<sup>(2)</sup>.

**الراجع:** يترجّح - والله أعلم - القول الأول؛ لأنّ العقد ارتباط الإيجاب بالقبول، فإذا خرج الموجب عن الأهلية بالموت وغيره صار الإيجاب كأن لم يكن، فلا اعتبار بالقبول بعد ذلك.

**المطلب الرابع:** هلاك المعقود عليه أو تغييره قبل تمام البيع.

نصّ الحنفية على اشتراط عدم هلاك المعقود عليه قبل تمام البيع لصحة البيع، قال في الفتاوى الهندية: " فلو باع عصيرا فلم يقبل المشتري حتى تخمر، ثم تخلل، ثم قبل المشتري لم يجز، وكذا لو ولدت الجارية، ثم قبل المشتري، وكذلك لو باع عبيدين فلم يقبل المشتري حتى قتل أحدهما، فقبض البائع الدية، ثم قبل المشتري"<sup>(3)</sup> والذي يظهر من مذهب المالكية، والشافعية، والحنابلة البطلان كذلك؛ لأنهم يرون انفساخ العقد إذا تلف المبيع بأفة سماوية قبل قبض المشتري وبعد القبول، فبطلانه بالهلاك قبل القبول من باب أولى<sup>(4)</sup>. وقد نقل في مجموع الفتاوى الاتفاق على بطلان العقد: " فالبيع باطل بالاتفاق إذا تلف المبيع وقت العقد"<sup>(5)</sup>.

**الخاتمة:**

أحمد الله سبحانه أن يسّر لي الانتهاء من هذا البحث الذي خَلَصْتُ فيه إلى نتائج من أبرزها:

(1) ينظر: المجموع: 9/ 169.

(2) ينظر: المقدمات الممهدة: 3/ 120؛ شرح الرُّقناني على مختصر خليل: 8/ 313.

(3) ينظر: الفتاوى الهندية: 3/ 8.

(4) ينظر: الجامع لمسائل المدونة: 18/ 459؛ منح الجليل: 5/ 244؛ المهذب: 2/ 70؛ أسنى المطالب: 2/ 78؛ دليل الطالب: 113؛ شرح منتهى الإرادات: 2/ 58.

(5) ينظر: مجموع الفتاوى: 29/ 404.

1- لا يختلف الإيجاب والقبول الإلكتروني عما يذكره الفقهاء إلا من حيث الوسيلة التي تعبر عنه، فإذا عرفنا هذا تبيّن أنّ البيوع عبر المتاجر الإلكترونية لا تختلف عن البيوع التقليدية من حيث الشروط والآثار، إلا أنّه ومع هذا التشابه فقد وُجِدَ الاختلاف في ثلاثة أمور: الأول: العاقدان لا يضمّهما مجلس واحد، الثاني: عند إبداء الرغبة في الشراء لا تكون السلعة حاضرة حضوراً ملموساً، بل هي سلعة موصوفة في الغالب غير معينة، الثالث: لا توجد مساومة في الغالب حيث يرى العميل السلعة معلناً عنها عبر الشاشة وسعرها مكتوب أمامها.

2- عرّض المتجر الإلكتروني سلعة على الجمهور يرجع فيه لشروط المتجر؛ فإن كان يشترط لنفسه الحق في رفض التعاقد ولو قبل الطرف الآخر، فإنّ هذا العرض يكون إعلاناً ودعوة للتعاقد ولا يُعدّ إيجاباً، أمّا إذا لم يكن له الحق في رفض التعاقد في حال قبول الطرف الآخر، فهو إيجاب ملزم.

3- يُعدّ الضغط على أيقونة الشراء في المتاجر الإلكترونية رضا بالعقد سواء كان التخرّيج الفقهي على البيع بالكتابة، أو المعاطاة، فالرضا متحقق والعقد صحيح.

4- يتصور رجوع الموجب عن إيجابه في المتاجر الإلكترونية إذا تمّ إلغاء الطلب من العميل حتى ولو بعد الدفع، وذلك قبل تأكيد المتجر الإلكتروني بإتمام البيعة عبر إرسال رسالة نصية، أو عبر البريد الإلكتروني بأن الطلب قيد التنفيذ، أو تحت المراجعة، وليس له الرجوع إذا كان الإيجاب مؤقت بمدة، أو كان في مزاد.

#### التوصيات:

1- أن تبيّن المتاجر الإلكترونية في عقودها وقت لزوم العقد من عدمه، وهل عرض السلع للجمهور يُعدّ إيجاباً أم دعوة للتفاوض.

2- دعوة مؤسسات الاجتهاد الجماعي بما فيها المجامع الفقهية بدراسة ما يستجدّ من نوازل المتاجر الإلكترونية.

3- دراسة ما يتعلّق بـ(بوابات الدفع الإلكتروني) للمتاجر الإلكترونية، ببحث مستقل.

## المصادر والمراجع:

- إبراهيم، خالد ممدوح، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات، دار الفكر الجامعي، 2020م.
- الأبنودي، محمد رمضان، تطبيقات إنترنت الأشياء، كتاب رقمي، 2023م.
- أفندي، عبد الرحمن بن محمد، مجمع الأنهر في شرح ملتقى الأبحر، دار إحياء التراث العربي.
- أمانج، رحيم أحمد، التراضي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، رسالة ماجستير بجامعة السليمانية، دار وائل - الأردن، ط1، 2006م.
- الأمين، عائشة محمد، ضوابط عقد البيع الإلكتروني، مجلة القلزم للدراسات السياسية والقانونية، العدد(3)، 2021م.
- الأنصاري، زكريا بن محمد، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، دار الكتاب الإسلامي.
- الأنصاري، زكريا بن محمد، الغرر البهية في شرح بهجة الوردية، المطبعة الميمنية.
- الأنصاري، زكريا بن محمد، فتح الوهاب بشرح منهج الطلاب، دار الفكر، 1414هـ.
- البابرتي، محمد بن محمد، العناية شرح الهداية، مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، ط1، 1970م.
- البيرمي، سليمان بن محمد، حاشية البيرمي على شرح المنهج، مطبعة الحلبي، 1950م.
- البركتي، محمد عميم، قواعد الفقه، الصدف بيلشرز - كراتشي، ط1، 1986م.
- برهم، نضال إسماعيل، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، 2005م.
- بكر، عصمت عبد المجيد، نظرية العقد في القوانين المدنية العربية، دار الكتب العلمية، 2015م.
- البهوتي، منصور بن يونس، شرح منتهى الإرادات، عالم الكتب، ط1، 1993م.
- البهوتي، منصور بن يونس، كشاف الفناع عن متن الإقناع، دار الكتب العلمية.
- بورنو، محمد صدقي، مؤسوعة القواعد الفقهية، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ط1، 2003م.
- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم، القواعد النورانية الفقهية، حققه وخرج أحاديثه: د أحمد بن محمد الخليل، دار ابن الجوزي، ط1، 1422هـ.
- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم، مجموع الفتاوى، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد - المدينة النبوية، 1416هـ.

الجوهري، أبو نصر إسماعيل بن حماد، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، ط4، 1407 هـ - 1987 م.

حجاوي، موسى بن أحمد، الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: عبد اللطيف محمد موسى السبكي، دار المعرفة - بيروت.

ابن الحطاب، شمس الدين، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، دار الفكر، ط3، 1992م. الحواجرة، وليد خليل، العقد الإلكتروني في الفقه الإسلامي والقانون: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراة بالجامعة الأردنية.

الخرشي، أبو عبد الله، شرح الخرشي على مختصر خليل، المطبعة الكبرى الأميرية ببولاق - مصر، ط2، 1317هـ.

خسرو، محمد بن فرامرز، درر الحكام شرح غرر الأحكام، دار إحياء الكتب العربية. الديبان، ديبان بن محمد، المعاملات المالية أصالة ومعاصرة، ط2، 1432 هـ. الدردير، أحمد بن محمد، أقرب المسالك لمذهب الإمام مالك، دار المعارف. الدسوقي، محمد بن أحمد بن عرفة، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، دار الفكر. دناي، نور الدين، الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد(2)، 2017م.

الرحيبياني، مصطفى بن سعد، مطالب أولي النهى، المكتب الإسلامي، ط2، 1994م. ابن رشد، أبو الوليد، البيان والتحصيل، حققه: د محمد حجي وآخرون، دار الغرب الإسلامي - بيروت، ط2، 1408 هـ.

ابن رشد، محمد بن أحمد، المقدمات الممهדות، تحقيق: الدكتور محمد حجي، دار الغرب الإسلامي - بيروت، ط1، 1408 هـ.

الرملي، شمس الدين، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، دار الفكر، بيروت. الرميح، عبد الرحمن بن محمد، تأجيل البدلين في البيوع الإلكترونية، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية، العدد (202)، مجلد (56)، 2022م.

الزحيلي، محمد مصطفى، القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، دار الفكر - دمشق، ط1، 2006 م.

الزرقا، مصطفى أحمد، المدخل إلى نظرية الالتزام العامة في الفقه الإسلامي، دار القلم - دمشق، ط1، 1420هـ.

الزرقاني، عبد الباقي بن يوسف، شرح الزُّرقاني على مختصر خليل، دار الكتب العلمية - بيروت، ط1، 1422 هـ.

الزركلي، خير الدين، الأعلام، دار العلم، ط15، 2002م.

الزهراني، عدنان بن جمعان، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة دكتوراة بجامعة أم القرى، دار القلم، 2016م.

أبو زهرة، محمد، الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، مطبعة فتح الله إلياس.

الزيلعي، عثمان بن علي، تبیین الحقائق شرح كنز الدقائق، المطبعة الكبرى الأميرية، بولاق، القاهرة، ط1، د.ت.

السبر، سعد بن عبد الله، العقد بالكتابة والإشارة وآلات الاتصال الحديثة.

السرخسي، محمد بن أحمد، المبسوط، مطبعة السعادة - مصر.

سلهب، لما عبد الله، مجلس العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير بجامعة النجاح الوطنية بفلسطين، 2008م.

السنهوري، عبدالرزاق، مصادر الحق في الفقه الإسلامي، معهد البحوث والدراسات العربية، 1967م.

الشربيني، حاشية الشربيني على الغرر البهية، المطبعة الميمنية.

الشربيني، شمس الدين، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، دار الكتب العلمية، ط1، 1994م.

الشَّلبِيُّ، شهاب الدين، حاشية على تبیین الحقائق، المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، ط1، 1313 هـ.

الشيرازي، أبو إسحاق، المذهب في فقه الإمام الشافعي، دار الكتب العلمية.

الصاوي، أبو العباس، حاشية الصاوي على الشرح الصغير، دار المعارف.

الصقلي، أبو بكر بن محمد، الجامع لمسائل المدونة، معهد البحوث العلمية وإحياء التراث الإسلامي - جامعة أم القرى، ط1، 1434 هـ.

ابن عابدين، محمد أمين، رد المحتار على الدر المختار المشهور (بحاشية ابن عابدين)، ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط2، 1386هـ.

عارف، عارف علي، وآخرون، العقود الإلكترونية دراسة فقهية تحليلية، مجلة الإسلام في آسيا، العدد (2)، مجلد (10)، 2013م.

عباس حسني، العقد في الفقه الإسلامي، بحث منشور على موقع الألوكة.

عبد المبدي، جهاد محمود، التراضي في تكوين عقود التجارة الإلكترونية، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، (1438هـ).

العثماني، محمد تقى، فقه البيوع على المذاهب الأربعة، مكتبة معارف القرآن - كراتشي - باكستان، 1436هـ.

العجلوني، أحمد خالد، التعاقد عن طريق الأنترنت، الدار العلمية - الأردن، ط1، 2002م.

العدوي، أبو الحسن علي بن أحمد، حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر - بيروت، 1994م.

ابن العربي، أبو بكر، القبس في شرح موطأ مالك بن أنس، تحقيق: الدكتور محمد عبد الله ولد كريم، دار الغرب الإسلامي، ط1، 1992م.

عليش، محمد بن أحمد، منح الجليل شرح مختصر خليل، دار الفكر - بيروت، 1989م.

الغليقة، صالح بن عبدالعزيز، صيغ العقود في الفقه الإسلامي، دار كنوز إشبيلية، ط1، 1427هـ.

ابن فارس، أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، 1979م.

الفتاوى الهندية، لجنة علماء برئاسة نظام الدين البلخي، دار الفكر، ط2، 1310 هـ.

الفيومي، أحمد بن محمد، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، المكتبة العلمية - بيروت.

قارة مولود، صور التعبير عن الإرادة عبر الشبكات الإلكترونية، مجلة الباحث القانوني، العدد (2)، مجلد (1)، مارس، 2022م.

القانون المدني الأردني.

القانون المدني السوري.

ابن قدامة، شمس الدين أبو الفرج، الشرح الكبير على المقنع، تحقيق: د عبد الله بن عبد المحسن التركي - د عبد الفتاح محمد الحلو، دار هجر للطباعة والنشر والتوزيع- القاهرة، ط1، 1995م.

ابن قدامة، موفق الدين، الكافي في فقه الإمام أحمد، دار الكتب العلمية، ط1، 1994 م.  
ابن قدامة، موفق الدين، المغني، تحقيق: الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي، الدكتور عبد الفتاح محمد الحلو، دار عالم الكتب- الرياض- المملكة العربية السعودية، ط3، 1997م.  
قرارات مجمع الفقه الإسلامي الدولي.

قرارات وتوصيات ندوات البركة للاقتصاد الإسلامي.

القرافي، أبو العباس، أنوار البروق في أنواع الفروق، عالم الكتب.

القرافي، شهاب الدين، الذخيرة، دار الغرب الإسلامي- بيروت، ط1، 1994 م.

القرطبي، محمد بن أحمد بن أبي بكر، الجامع لأحكام القرآن، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية - القاهرة، ط2، 1384هـ.

ابن القيم، محمد بن أبي بكر، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، دار الكتب العلمية - بيروت، ط1، 1991م.

الكاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، مطبعة شركة المطبوعات العلمية بمصر، ومطبعة الجمالية بمصر اشتركا في طباعة الأجزاء، ط1، 1328 هـ.

الكرمي، مرعي بن يوسف، دليل الطالب لنيل المطالب، المحقق: أبو قتيبة نظر محمد الفاريابي، دار طيبة - الرياض، ط1، 1425هـ.

لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسيترال).

مجاهد، أسامة أبو الحسن، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، في المؤتمر العلمي الثالث لكلية الحقوق، جامعة حلون، القاهرة، 2004م.

مجلة مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي بجدة.

المحلي، جلال الدين، كنز الراغبين، دار الفكر - بيروت، 1995م.

ابن مخلوف، محمد بن محمد، شجرة النور الزكية في طبقات المالكية، دار الكتب العلمية- لبنان، ط1، 1424هـ.

- مرتضى الزبيدي، محمد بن محمد، تاج العروس من جواهر القاموس، دار الهداية.  
 المرادوي، علاء الدين، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، ط2، دار إحياء التراث العربي.  
 مصطفى، إبراهيم، وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة.  
 المعايير الشرعية لهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (1-58) التي تم اعتمادها حتى صفر 1439 هـ.  
 ابن مفلح، إبراهيم بن محمد، المبدع في شرح المقنع، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط1، د.ت.  
 ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر - بيروت، ط3، 1414 هـ.  
 المواق، محمد بن يوسف، التاج والإكليل لمختصر خليل، دار الكتب العلمية، ط1، 1994م.  
 موسوعة الإجماع في الفقه الإسلامي، رسائل علمية من جامعة الملك سعود، دار الفضيلة - الرياض، ط1، 1433 - 1443 هـ.  
 الموصللي، عبد الله بن محمود، الاختيار لتعليل المختار، مطبعة الحلبي - القاهرة، 1356 هـ.  
 مومني، بشار طلال، مشكلات التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، عالم الكتب الحديث، 2004م.  
 ابن نجيم، زين الدين، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، دار الكتاب الإسلامي، ط2، د.ت.  
 النفراوي، أحمد بن غانم، الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، دار الفكر، 1415 هـ.  
 النووي، أبو زكريا، المجموع شرح المهذب، إدارة الطباعة المنيرية - القاهرة، 1347 هـ.  
 النووي، أبو زكريا، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تحقيق: زهير الشاويش، المكتب الإسلامي، بيروت، ط3، 1991م.  
 النيسابوري، مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، دار الجيل - بيروت.  
 الهمام، كمال الدين، فتح القدير، دار الفكر.  
 الهيثمي، أحمد بن حجر، تحفة المحتاج في شرح المنهاج، المكتبة التجارية الكبرى بمصر، 1983م.