



The Selling Via The Internet Is Based On Islamic Law And The Extent Of The Response Of The Islamic Community To Its Application A Field Study In The Erbil Governorate In The Kurdistan Region Of Iraq As A Model Utilizing The Logistic Regression Test

Ms. Koshi Othman abdullatif^{1*}, Ms. Amira wali omer² and sumaya mahmood najmadin³

College of Administrative Technology ,Accounting Department ,Sulaymaniyah Technical University¹

College of Administration and Economics, Department of statistics and Informatics Salahaddin University_ Arbil²

College of commerce , economic department , Sulaymaniyah University³

ABSTRACT

The internet is one of the developments technological revolution and a manifestation of economic globalization, which is, in short, the convergence of the will of the seller and the buyer to marketing through indirect contact between the parties to the contract and the transaction via the internet. Increasing its contribution to foreign trade, developing its local production and marketing sectors, and providing great opportunities for growth economic, urgent, and developmental requirements. Our Islamic religion encourages us to take advantage of everything new to keep pace with the times. Also, this should be done under the guidelines and standards of Islamic Sharia. A lot of things are forbidden by Sharia, such as usury, deceit, deception, and fraud, to name a few in our Islamic laws. The best, most disciplined, and safe answers to all problems are new and urgent situations, and in transaction matters, we always find the best, most disciplined, and safe. A Muslim should be aware of the provisions of these modern technologies, their quality, and the response of our Islamic society to their application. The authors have designed a questionnaire to collect primary information from the study sample to achieve the research objectives. Based on this, data were collected and analyzed using statistical software (SPSS). The path of the internet in the Islamic community, according to the Wald test. Furthermore, it was found that there is the largest positive direct relationship between the first variable and an increase in the application of selling and marketing via the internet in the Islamic street with a probability of (11.89%). The largest inverse relationship between the second variable and the extent of the application of buying and selling in Islamic society increases one unit of the second variable. It led to a decrease in its application in the Islamic street with a probability of (2.08%), and in the conclusions of this research, a set of recommendations have been proposed.

Keywords: selling - buying - the Internet - Islamic law.

Received:2/8/2022

Accepted:7/9/2022

Published:30/9/2022

*Corresponding Author: khoshi.othman@spu.edu.iq

(حكم البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية ومدى إستجابة المجتمع الإسلامي لتطبيقها) دراسة ميدانية في محافظة أربيل في إقليم كردستان العراق كنموذج باستخدام الاختبار الانحدار اللوجستي

م.خوشي عثمان عبد اللطيف¹ كلية التقنية الادارية قسم المحاسبة / جامعة السليمانية التقنية
م. اميرة ولي عمر² كلية الادارة والاقتصاد / قسم الاحصاء والمعلوماتية / جامعة صلاح الدين
م.م. سمية محمود نجم الدين³ كلية التجارة / قسم الاقتصاد / جامعة السليمانية

المستخلص

الإنترنت هو أحد تطورات الثورة التكنولوجية ومظهر من مظاهر العولمة الاقتصادية ، والتي هي باختصار تقارب إرادة البائع والمشتري للتسويق من خلال الاتصال غير المباشر بين أطراف العقد والمعاملة عبر الإنترنت .إن زيادة مساهمتها في التجارة الخارجية ، وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية والتسويقية المحلية ، وتوفير فرص كبيرة للنمو الاقتصادي ، من المتطلبات الملحة والتنمية. يشجعنا ديننا الإسلامي على الاستفادة من كل ما هو جديد لمواكبة العصر، ولكن كل هذا يجب أن يتم وفقاً لإرشادات ومعايير الشريعة الإسلامية. الكثير من الأشياء ممنوعة بموجب الشرع ، كالربا ، والغرر والخذاع والاحتيال ، على سبيل المثال لا الحصر في شريعتنا الإسلامي أفضل الإجابات وأكثرها انضباطاً وأماناً لجميع المشكلات هي المواقف الجديدة والطارئة ، وفي مسائل المعاملات ، نجد دائماً الأفضل والأكثر انضباطاً وأماناً ويجب أن يكون المسلم على دراية بأحكام هذه التقنية الحديثة ونوعيتها ومدى استجابة مجتمعنا إسلامي لتطبيقها. ولتحقيق أهداف البحث قام الباحث بتصميم استبيان لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة، وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات باستخدام النظام الإحصائي (SPSS) وقد تم التوصل الى ملائمة النموذج التمييز اللوجستي و معنوية معلمته المقدره في دراسة العوامل المؤثرة على زيادة في تطبيق البيع والتسويق عن طريق الانترنت في الشارع الاسلامي اعتمادا على اختبار Wald . و تبين بأن هناك اكير علاقة طردية موجبة بين المتغير الاول وبين زيادة في تطبيق البيع والتسويق عن طريق الانترنت في الشارع الاسلامي بأحتمال (11.89 %) وهناك اكير علاقة عكسية بين المتغير الثاني و مدى تطبيق البيع والشراء في المجتمع الاسلامي بحيث ان زيادة وحدة واحدة من متغير الثاني يؤدي الى انخفاض في تطبيقها في الشارع الاسلامي بأحتمال (2.08 %) وفي ضوء الاستنتاجات تم التوصل الى مجموعة من المقترحات.

الكلمات المفتاحية : البيع - الشراء - الانترنت - الشريعة الإسلامية.

مقدمة:

1. **مشكلة البحث:** تكمن مشكلة البحث في معرفة احكام البيع عن طريق الانترنت ومدى تطبيقاتها ، والعوامل المؤثرة عليها لان ما طرأ من تطورات تكنولوجية قد أحدثت بالفعل انقلاباً على بعض المفاهيم التقليدية وجعلت في كثير من النواحي العقدية محلاً للشك والتساؤل في مدى صلاحيتها لحكم تلك المسائل المستحدثة أو مدى كفايتها وكيفيةها عند الاحتكام إليها، و لنطبقها بما يتناسب مع الاحكام الشرعية الإسلامية. و أن مشكلة الدراسة تكمن في بعض التساؤلات التي تثار بحكم وكيفية التعاقد للبيع عبر الإنترنت ومنها:

1. كيف ينقد العقد البيع عن طريق الانترنت وكيف يكون التراضي في مجلس افتراضي ومدى كفاية شبكة الانترنت في التعبير عن الإيرادات (الإيجاب والقبول) في مسألة البيع والشراء وكيف يكون التصور الصحيح لمجلس التعاقد كمجلس حكمي ومدى اعتبار التعاقد عبر الإنترنت من قبيل التعاقد بين غائبين أم بين حاضرين ؟
2. كيف يتم التقابض و الوفاء بالالتزامات عبر شبكة الانترنت؟ و ما حجم الإلتزامات الواقعة على طرفي العقد ؟
3. وكيف يتم حل المنازعات والخلافات الفقهية في مسألة التقابض والتأجيل في الشريعة الإسلامية ؟ وماهي الآراء والطرق وآليات والتكيف الفقهي لتسويتها ؟
4. مدى استجابة المجتمع الإسلامي لتطبيق البيع اي التسويق عن طريق الانترنت ؟
5. وهل هناك تأثير لتطورات التكنولوجيا ومستجدات الطارئة على العوامل التالية في زيادة البيع والتسويق عبر الإنترنت في المجتمع الاسلامي : (السعر والجودة و التوصيل وتوقيت التسليم والتقليد و توفر الحصول على خدمات الاستبدال و الإرجاع و تلقي معلومات حول وصول البضائع) ؟

2. **أهمية البحث:** تكمن أهمية هذا البحث من خلال دراسة الى ازدياد معاملات البيع والتجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت التي أصبحت واقعاً عملياً فرض نفسه على المؤسسات الدولية والداخلية المهمة بتسهيل وتوحيد القواعد الشرعية والقانونية التي تطبق على البيع عن طريق الانترنت والاهتمام بمختلف الجوانب المتعلقة بالتبادل الإلكتروني للمعاملات. ويعتبر العقد الإلكتروني موضوعاً في غاية من الأهمية من الناحية العلمية ، والعملية. ومن الموضوعات الذي يفرضه الواقع والمستقبل و تكمن الأهمية العملية لهذا البحث في ارتباطه بعقود وأصبح تعامل في تزايد دائم مما يستدعي إيجاد حلول وأساليب جديدة لحماية هذه العقود، و إن الأهمية العلمية والقانونية للبحث تساعد المتعاملين في هذا بتوعيتهم بالآثار الشرعية للتعامل عبر هذه الوسيلة الحديثة ومساعدة الدول في جهودها الساعية إلى استيعاب العمليات الالكترونية، وانتشرت هذه النوع من البيع والتجارة بشكل واسع فأحدثت ثانياً في نمط التجارة في العالم ، واتسعت هذا الشكل من التبادل في

تبحث هذه الدراسة في جانبين مهمين من جوانب الحياة المعاصرة يتفاعل أحدهما مع الآخر ويكون لهما تأثير على نمط وشكل حياة الإنسان، وكل ما نامله هو أن تتم هذه التجارة في مصلحة الطرفين في العقد و خالي من الخداع والإضرار بأحد الأطراف وخاصة المستهلك. والجانبان الموجودان في صيغة هذا البيع هما: "إجراء البيع والشراء وعبر تقنيات التكنولوجيا الحديثة كالانترنت ومدى تطبيقها"، وهو أنواع من البيع بدأ استخدامه على نطاق واسع في التجارة المحلية والدولية ، مدعوماً بالتقدم التكنولوجي الكبير في تنفيذه ونشره. وفي ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول الإسلامية ، ولذلك هناك ضرورة لوجود تشريعات في كل بلد إسلامي لمكافحة الغش في التجارة مهما كان شكله أو نمطه ، والتأكيد على أهمية التشريعات الدولية لمكافحة ظاهرة الاحتيال في التجارة الإلكترونية الدولية و التجارة سواء كانت تقليدية أو إلكترونية تتطلب الثقة وبدونها تضع أهم مقومات التجارة. وأن معالجة مثل هذين الطرفين من خلال علاقة أحدهما بالآخر ومن حيث ضرورة على أهل العلم، بيان الأحكام الشرعية المتعلقة بهما، وبما يتمخض عن علاقة كل منهما بالآخر، وإذا رحبنا بكل الوسائل الحديثة لتحقيق أهداف المنتجين والمتسوقين والمستهلكين ، فعلياً احترام الخصوصية الدينية ، وكذلك قيم الناس وعاداتهم ، في استخدام هذه الوسائل ، والتأكد من عدم الترويج للمنتجات المحرمة شرعاً ، أو أنها تتعارض مع قيمنا الاجتماعية. ولكل ذلك قمنا بتقسيم البحث الى جانبين الجانب النظري والتطبيقي ، وفي الجانب النظري وفي المبحث الأول تنطرق الى تعريف البيع والشراء لغة واصطلاحاً. وفي المبحث الثاني بينت : ماهية البيع والشراء عبر الانترنت والتكيف الفقهي و أنواعها وكيفية وفوائدها ومعوقاتها وفي المبحث الثالث تحدثت عن : حكم التقابض والتأجيل في البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية وفي المبحث الرابع أظهرت: الطرق الموافقة للشريعة الإسلامية ومشروعية البيع والتجارة عبر الوسائط الإلكترونية وفي المبحث الخامس أي في الجانب التطبيقي قمنا بتحليل استمارة لاستبيان الموضوع ومعرفة مدى إستجابة الشارع لتطبيق هذا النوع من البيع والشراء في المجتمع الإسلامي باستخدام تحليل البيانات بالنظام الإحصائي (SPSS) بواسطة الاختبار الانحدار اللوجستي التي يعد نموذج اللوجستك امتداد لتحليل البيانات المصنفة و يفترض النموذج ان يكون حجم العينة كافيًا بحيث يكون جميع الخلايا لها تكرار متوقع واحد على الأقل وفي اخر تم التوصل على الاستنتاجات والمقترحات في ضوء الجانب النظري والتحليل الإحصائية.

منهجية البحث :

باستخدام الاختبار الانحدار اللوجستي ، التي اجريناها على (414) عينة في محافظة السليمانية .

المبحث الأول:

تعريف البيع والشراء لغة واصطلاحاً:

ان **البيع في اللغة** : ضِدُّ الشِّرَاءِ، وَيُسْتَعْمَلُ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا فِي مَوْضِعِ الْآخَرِ، فَهُوَ مِنَ الْأَضْدَادِ فِي كَلَامِ الْعَرَبِ، وَالْمُرَادُ بِهِ التَّبَيُّعُ عِنْدَ أَكْثَرِهِمْ، وَأَصْلُهُ مِنَ الْبَاعِ، وَهُوَ قَدْرٌ مَدَى الْيَدَيْنِ وَمَا بَيْنَهُمَا مِنَ الْبَيْنِ **البيع اصطلاحاً**: مُبَادَلَةٌ مَالٍ وَلَوْ فِي الذِّمَّةِ أَوْ مَنَفَعَةٍ مُبَاحَةً بِمِثْلِ أَحَدِهِمَا عَلَى التَّأْيِيدِ، غَيْرَ رَبًّا وَقَرْضٍ . (أزهري ، ب ت : ، 151)، (البعلي: ب ت: 270) (ابن منظور : ب ت: 23) ، (ابن قدامة: ب ت 480) .

والبيع والشراء في اللغة هي مطلق المبادلة. (إبراهيم ، 2011م:11). (السقاف ، القباطي ب ت، ص 2).

وقيل: هو مُعَاوَضَةٌ الْمَالِ بِالْمَالِ عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ . يخرجُ بذلك الرِّبَا والقَرْضُ. ينظر: (ابن قدامة، ب ت ، 53) ، (ابن نجيم : ب ت: 277).

البيع هو : عملية لإنتقال ملكية السلعة او منافع أو السلع من البائع الي المشتري مقابل عائد مادي مجزي ومن اهم مفوماته لعمليتين : اولا العرض وهي عرض البضاعة من قبل البائع والطلب المصحوب بالقدرة على الشراء من قبل المشتري . عند النظر اليه من جانب الدخول تسمى هذه العملية بيعاً، وعندما تنظر اليه من جانب الدخول تكون عملية شراءً. (الزرقاء ، 2012م : 21).

والتعبير عن الإرادة : هو اهم اركان في عقد البيع إذ أن الاحناف يحسبون ما اعتبره الجمهور أركاناً شروفاً للبيع ، ولأن الأصل في العقود التراضي ووجب فيه شرط (الإيجاب والقبول أو فعل) وهذا هو المقصود به الذي يسمى بالتعبير عن الإرادة ، و المقصود في الأصل القول هو اعلان الرضا وبيانه، ولا يشترط الإيجاب والقبول في عقد البيع بألفاظ خاصة، فكل ما دل على التوافق والرضا فهو كاف في انعقاد العقد، ونفس الشيء يطبق بالفعل ، فإذا حققت بالفعل لما يدل على الرضا من القرائن والدلائل في العقد يوجب انعقاده ، ولكن الفقهاء الشافعية خالفوا هذا القول . (البابرتي ، ب ت ، 67). ولا يتم الملك الا قبض السلعة ، ولهذا نهى الرسول ﷺ عن بيع ممتلكاتهم قبل أن يقبضه ، ففي حديث ابن عباس رضي الله عنهما أنه قال: (أما الذي نهى عنه النبي ﷺ فهو الطعام أن يُباع حتى يُقبض) ، قال ابن عباس: (ولا أحسب كل شيء إلا مثله) رواه البخاري، وعن ابن عمر رضي الله عنهما، أن رسول الله ﷺ : (نهى أن يُباع السلغ حيث تُبتاغ حتى يُحوزها التجارُ إلى رجالهم) رواه أحمد وأبو داود وأصله في البخاري، فدل الحديثان على أنه لا يجوز للمسلم أن يبيع السلعة التي اشتراها قبل قبضها، والقبض يختلف

جميع انحاء العالم ، وبالأخص في البلاد الإسلامية ، ولذلك وجب على الباحثين المسلمين أن يعملوا على إظهار وبيان حكمها الشرعي ويعرفوا للناس بها ، ليعلموا ما يبستدعي لهم ان يختاروا منه فيها، وما ينبغي عليهم أن يقدموا فيها ، ويتأملوا فيها ويحاولوا أن يستوعبوا ويتعاملون معها ويستفيدون منها ويتكيفون تكيفاً شرعياً.

3. أهداف البحث: يعتبر موضوع (البيع عن طريق الانترنت) من مواضيع الفكر الاقتصادي الإسلامي الحديث، والذي يتعلق بمقصد أساسي من مقاصد الشريعة، ألا وهو حفظ المال؛ إذ إن التعاقد بهذه الوسيلة يوفر الجهد والوقت على المتعاقدين؛ لذا فقد وجد استقبالاً واسعاً للتعامل به، مما اقتضى بيان الحكم الشرعي فيه لعدم وقوع الناس في المحظورات ، لأن هذا هو أحد الموضوعات التي يتم مناقشتها وممارستها بشكل عام في سياق التفاعلات التجارية، فكان وثيق الصلة بالواقع المعاصر، مما يستوجب دراسته لإظها حكم الشرع فيه وكيفية التعامل بها و مدى تطبيقها في المجتمع الاسلامي .

4. فرضية البحث: يقوم البحث على فرضية اظهار حكم البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية ومدى إستجابة المجتمع الإسلامي لتطبيقها، لذا نقوم بصياغة الفرضيتين الرئيسيتين التاليين :

الفرضية الصفرية (H0) : أن حكم البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية لا يتغير مع تطورات التكنولوجيا ومستجدات الطارئة ولا يوجد تأثير للعوامل على (المتغيرات الدراسة) على زيادة في البيع والتسويق عن طريق الانترنت في المجتمع الاسلامي .

الفرضية البديلة (H1) : أن حكم البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية يتغير مع تطورات التكنولوجيا ومستجدات الطارئة ويوجد تأثير للعوامل على (المتغيرات الدراسة) على زيادة في البيع والتسويق مدى تطبيقها في المجتمع الإسلامي .

5. حدود البحث:-

الحدود الزمانية : استغرقت مدة كتابة هذه البحث (خمس أشهر) في السنة الحالية (2022) .

الحدود المكانية : في محافظة أربيل في إقليم كردستان العراق .

6. عينة البحث: يتكون من (414) شخص في محافظة أربيل .

7. المنهج المستخدم : لقد تم الاعتماد على مناهج علمية و المنهج الوصفي واعتمدنا على الكتب و البحوث السابقة و المواقع الالكترونية في جانب النظري ، والجانب التطبيقي و العملي فمننا بتحليل استمارة استبيان

2. تعتبر نوعاً من أنواع عملية البيع والشراء بين المستهلكين والمنتجين، أو بين المؤسسات والهيئات بعضهم ببعض، عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (رضوان، 1999: 78). (سهوانة، الحسن، الروضان، 2004: 6-7).

وبذلك تعتبر التجارة الإلكترونية نظاماً يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد، مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث إن التجارة والبيع الإلكتروني تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون موردين، أو شركات، أو محلات، والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية في بعض الأحيان. (عمار، بحث نشر على موقع التجارة الإلكترونية: www.loai.net). (الذيب، 2006: 3).

ثانياً: أنواعها: هناك أنواع مختلفة من التطبيقات عبر الإنترنت وهي بالاختصار: التعارف والدرشة والمحادثات والشراء والبيع، بالإضافة إلى الطعام والتعليم والمعلومات والأخبار والترفيه والألعاب، بالإضافة إلى مشغلات الصوت والفيديو وتحرير الصور والنقل والسفر والمتصفحات والتخزين السحابي وعناصر الصحة واللياقة والصور ومونتاج بدرجة عالية من التخصص، وقد يكون كل تطبيق ينضبط أو لا يكون محكوماً بأحكام الشريعة الإسلامية، مع عدم التزام الغالبية بمعايير الشريعة، وفي هذا المبحث سأعالج قضية بيع وشراء عبر هذه التطبيقات، ونبين هنا إلى مدى ينطبق الشروط البيع والشراء على تطبيقات الإنترنت. حيث تنقسم تطبيقات الإنترنت من حيث البيع والشراء إلى ثلاث أنواع:

1. **تطبيقات مجانية:** وهذا لا تكلف مستخدميها شيئاً سوى الدخول على المتجر الإلكتروني وتنزيلها، ويستفيد صاحب التطبيق منه عوائد الإعلانات، ومع ذلك هـ "بعض المجرمين الإنترنت يقومون بإنشاء وتوزيع تطبيقات تبدو مفيدة ولكنها مؤذية إذا قمت بتنصيب أحد هذه التطبيقات يمكن لهؤلاء المجرمين السيطرة على الجهاز المحمول أو الكمبيوتر، يمكنهم قراءة الرسائل البريدية والاستماع إلى محادثاتك، والحصول على جهات الاتصال الخاصة بصاحب الهاتف المحمول". (بكر، 2015: 28).

2. **تطبيق غير مجاني:** ولكن تطبيق ربحي لأن التطبيقات التي من النوع الأول هي ربحية أيضاً ولكن بطريقة أخرى، وهذا لا يمكن استعماله إلا بشراء التطبيق بشكل كامل. (الهاشمي، 2016: 45).

باختلاف السلع، ويُرجع في تحقّقه إلى عرف الناس؛ لعدم ورود ما يحدده في الأدلة الشرعية. (مجلس الفتوى السوري، رقم الفتوى: 2020 م: https://sy- sic.com/?p=8629).

ولو أن الرضا بالقول يعتبر أساساً للعبير في عقد البيع، ولكن لا يكفي لمثل هذه العقود في يومنا هذا، فقد تنوعت وتعددت أساليبها وأنواعها وأشكالها وخاصة أن هذه البحث تتمحور حول نوع جديد من إفرازات التكنولوجيا الحديثة وهي العقد الإلكتروني عبر الإنترنت. (القباطي، السقاف، ب ت: 3). ولوان الأصل في البيع أن لا يبيع الإنسان إلا ما يملكه، بما روى عن حكيم ابن أم رضي الله عنه قال: (أتيت رسول الله صل الله عليه وسلم فقلت: يا أيُّني الرّجلُ يسألني من البيع ما ليس عندي، أبتاعُ له من السوق، ثمَّ أبيعُه؟ قال: (لا تبع ما ليس عندك) أخرجه أبو داود والترمذي وحسنه وابن ماجه، قال المباركفوري في « تحفة الأحوذى »: (وفي قوله ﷺ دليلٌ على تحريم بيع ما ليس في ملك الإنسان، ولا داخلاً تحت قدرته). (موقع مجلة الاقتصاد الإسلامي: https://www.aliqtsadalislami.net:).

وان البيع تعتقد بكل ما يدل عليها من المقاصد قولاً و فعلاً، وهذا قول ابن تيمية، فكل ما يعده الناس بيعاً أو إجارة فهو يعتبر (بيع وإجارة) مع اختلاف الالفاظ أو الاصطلاح بين الناس وينعقد العقد حسب مفهوم الاقوام، إذ يتغير الالفاظ وصيغ من مكان لآخر، وهذا لا حرج عليه في شرعا ولا لغة. (بكر، 2015م: 28).

المبحث الثاني: ماهية البيع والشراء عبر الإنترنت أنواعها والتكيف الفقهي للبيع وفوائدها ومعوقاتها:

أولاً: تعريفها: يعرف شبكة الإنترنت: بشبكة معلومات واسعة عالمية، عبارة عن مجموعة من شبكات الحاسب موصولة بعضها ببعض، انتشرت في كل بقاع الأرض والعالم، تخزن فيها جميع المعلومات بأنواعها المختلفة. (الريان، 1997: 19). (كروملي، 1997: 9)، (الجنكو، 2004: 334). وقد عرفت البيع والتجارة الإلكترونية بتعريفات مختلفة، حسب الموقع الذي يستفاد منها:

1. تعريف منظمة التجارة العالمية: وهي عبارة عن مجموعة من الأنشطة لأننتاج السلع والخدمات، التي تقوم توزيعها وتسويقها وبيعها، وتسلمها للمشتري عبر الوسائط شبكات الإلكترونية والمقصود بها جميع المعاملات التجارية حسب منظور هذا التعريف وهي تشمل ثلاثة عمليات:

عمليات الإعلان والترويج للمنتج أو السلعة والبحث عنه وتقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات وتسليم المشتريات ويعتبر اخر عملية. (العيسوي: 2000م، 1).

بغيره من كتابية، وإشارة، ورسالة، وتعاطي، وغيرها من أشكال الاقتران. (الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف الكويتية، 2001، ٤٩).

3. اتصال الإيجاب والقبول: وقد ذهب الجمهور العلماء أو الفقهاء على أن العقد لا يوجد إلا إذا وجد عاقدان، (وصيغة الإيجاب والقبول) ومحل يرد عليه الإيجاب والقبول (المعقود عليه) وان هذه الثلاثة كلها أركان للعقد، بينما ذهب الحنفية إلى أن ركن العقد (هو الصيغة فقط، أما العاقدان والمحل فيما يستلزمه وجود الصيغة، لا من الأركان وهذه الأركان متوفرة في عقد البيع التجارية الإلكترونية) والمقصود بالإيجاب في العقود عند الحنفية هو: ما صدر أولاً من كلام أحد المتعاقدين أو ما يقوم مقام الكلام، سواء أكان من المملك أو من المملك. 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 المملك. (الجرحاني، 2010: ٥٩).

4. اتحاد مجلس العقد: يشترط لانعقاد العقد أن يكون القبول متصلًا بالإيجاب ويحصل هذا الاتصال باتحاد مجلس العقد، بأن يقع الإيجاب والقبول معا 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. (مجموعة من المؤلفين من الوزارة الأوقاف الكويتية، الموسوعة الفقهية الكويتية، 2001، 30).

وإن المقصود باتحاد المجلس اتحاد الزمان أو الوقت الذي يكون المتعاقدان مشتغلين فيه بالتعاقد، فمجلس العقد هو الحال التي يكون فيها المتعاقدان مقبلين على التفاوض في العقد. (الزرقاء، 1961: 1٣٣).

وعلى هذا الرأي يكون مجلس العقد ممتدا مدة الزمن الذي يظل فيه المتعاقدان مشتغلين بالتعاقد سواء بقيا في مكانيهما أو غادراه، أو هو المدة التي تفصل بين صدور الإيجاب والقبول المعترضين شرعا. والظاهر الرأي الذي يتلائم مع تصرفات الناس في هذه الأيام في ظل ما استحدثت من وسائل الاتصال الحديث. (الجنكو، 2004: ٣٢٠)، (محمد عقلة: ١٩٨٦ م: 34-35).

مجلس العقد في حالة غياب المتعاقدين: في حال غياب المتعاقدين هناك نصوص للفقهاء: 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. (ابن عابدين، ب ت: 47).

وقال البيهوتي: وإن كان المشتري غائبا عن المجلس، فكاتبه البائع أو راسله: إني بعثك داري بكذا، فلما بلغه

3. الشراء في التطبيق: وهذه صيغة اعتمدت عليها أغلبية التطبيقات حيث يمكن للمستفيد تنزيل التطبيق من المتجر الإلكتروني بشكل مجاني لكنه لا يستطيع التمتع والاستفادة من كافة خاصيات التطبيق، خاصة وأن هذه التطبيقات تستمر في التحديث والتطوير لتحفز المستخدم على الشراء، وهذه التطبيقات يمكن للمستخدم بأن يتمكن من تزويد ميزات التطبيق بشكل يحسن الأداء. فقد نص الفقهاء والأصوليون على قاعدة مهمة وهي (الأصل في الأشياء الإباحة)، وبناء على ذلك فإن شراء وبيع تطبيقات عبر الانترنت جائزة بلا حرج، لكن هذه الإباحة ليست مطلقة فهي مقيدة بقيد وهو ألا تكون مشتملة على محرم أو تقضي إلى محرم، فإذا كان التطبيق مبنيا على الغش والغرر والقمار والميسر نحو ذلك مما هو محرم في ذاته، أو يقضي إلى الفحشاء والمنكر أو كانت اللعبة مثلا فيها تفديس للأوثان وتعظيم لها، أو نحو ذلك ففي هذه الحالات يحرم بيع وشراء هذا التطبيق وإن تم البيع والشراء فهو عقد فاسد، وكسب البائع منه محرم غير جائز. ولا يؤثر على صحة البيع ما قد يطرأ على المشتري من حرمة بسبب الاستعمال، كأن يتسبب التطبيق في تفويت الصلوات وترك الواجبات وضياع الأوقات ونحو ذلك، فالحرمة هنا ناتجة عن سوء الاستعمال ليس من ذات التطبيق، ولهذا كان المخاطب بالحرمة والإثم هو المستخدم وليس بائع التطبيق. (الزرقاء، 2012م: 21).

ثالثاً: التكيف الفقهي لعقد البيع عبر الانترنت: لا بد من وجود الأركان والشروط في التكيف الفقهي لعقد البيع عبر الانترنت وهي:

1. الرضا والتوافق ارتباط (الإيجاب والقبول): يتساوى عقد البيع والتجارة الإلكترونية مع سائر العقود التجارية بقيامه على مبدأ الرضا، بحيث يلزم لانعقاده ارتباط الإيجاب والقبول وتوافقهما على انعقاد العقد. وطبقا للقواعد فإن كلا من الإيجاب والقبول يعبر عن إرادة من صدر عنه، وهما لفظان مستعملان عرفا لإنشاء العقد. (وأي لفظ صدر أولاً فهو إيجاب والثاني قبول). ينظر: (المادة (٩١) من القانون المدني الأردني قانون المعاملات الإلكترونية الأردني المؤقت رقم (٨٥)، سنة (٢٠٠١ م). (الذبي، 2006: 19).
2. التعبير عن الإرادة: وأن 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، 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 إلزاما 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

3 . سيطرة قيم المجتمع النقدي (الكاش) ، حيث أن التعاملات تتم في معظمها بالنقد التقليدية وليس بأدوات التعامل المالي الحديثة.

4 . الطابع اللامادي غير الملموس للتعامل (بما لا يشجع الكثيرين على التعامل مع أناس لا يواجهونهم وجهاً لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية .

5 . 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. وكذلك عدم التيقن من العقود المبرمة والشروط المتعلقة بالتوصيل والكفاءة أو خدمة ما قبل البيع.

6 . عوائق قانونية ودينية تتعلق بالأنظمة والقوانين من حيث توفرها وتطبيقها بين الدول . (الجنكو:2004: 337).

المبحث الثالث: حكم التقابض والتأجيل في البيع عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية :

في مسألة البيع عن طريق الانترنت يتطلب معرفة مسألة : أحكام القبض فقد قرر مجمع الفقه الإسلامي أن القبض كما يكون حسباً في حالة الأخذ باليد ، أو الكيل أو الوزن في الطعام، أو النقل والتحويل إلى حوزة القابض، يتحقق اعتباراً وحكماً بالتخيلية مع التمكين من التصرف ولو لم يوجد القبض حسباً، وتختلف كيفية قبض الأشياء بحسب حالها واختلاف الأعراف فيما يكون قبضاً لها. (قرار مجمع الفقه الإسلامي في دورته السادسة، 1999م، رقم 53 (6/3) ص113).

ولمعرفة أحكام القبض في البيع عن طريق الانترنت يجب علينا معرفة أساليب الدفع وأحكامها الشرعية من حيث هل يعتبر السداد بهذه الأساليب قبضاً شرعياً أم لا ولذا يتطلب بيان حكم كل أسلوب دفع على حدة:

أولاً: الدفع بالشيكات الإلكترونية : بالاستناد إلى قرار مجمع الفقه الإسلامي في أشكال القبض الحكمي يعتبر الدفع بالشيكات الإلكترونية قبضاً حكماً لدى البائع من قبل المشتري، ويؤكد على هذا القرار الآخر من المجمع، حيث جاء فيه : يجوز شراء الذهب والفضة بالشيكات المصدقة على أن يتم التقابض بالمجلس فأفاد القرار اعتبار الدفع بالشيكات المصدقة في المجلس قبضاً حكماً، وعليه فينبغي أن يكون الدفع بالشيكات الإلكترونية جائزاً كذلك ويكون الثمن مقبوضاً حكماً في المجلس. (قرار المجمع الفقه الإسلامي ، قرارات وتوصيات، 84 (9/1) ص191).

ثانياً: الدفع ببطاقات الائتمان: يعتبر الدفع ببطاقات الائتمان أيضاً قبضاً حكماً، قال نزيه حماد: (فإذا قبض مشتري الذهب أو الفضة ما اشتراه منهما في

الخبر قبل البيع صح العقد . (البهوتي: (١٣٦٦ هـ - ١٩٤٧ م) :١٤٨) . ولا يشترط في حالة انعقاد العقد بين الغائبين علم الموجب بقبول القابل، فعبارات الفقهاء صريحة بأن العقد يحصل بمجرد قبول القابل في المجلس. (الزحيلي: 1980م:، 50-51).

وبالنظر إلى ما ذهب إليه الشيخ الزرقا وغيره يكون مجلس العقد في وسائل الاتصال الحديثة الإنترنت 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، وخوطب بالإيجاب، فقبل، فأنعقد العقد (الجنكو:2004: 321).

رابعاً: فوائد البيع عن طريق الانترنت : هناك فوائد كثيرة للبيع الإلكتروني أي التجارة الإلكترونية بالنسبة للبائع والمشتري تذكر منها باختصار ما يأتي:

1. الفوائد التي تتمتع بها لصالح البائع هي: الوصول إلى جميع أنحاء العالم بكل سهولة ومرونة بغض النظر عن مكان وجود العميل و توفير الوقت والجهد من خلال تقديم المنتج المناسب للعميل عن طريق تصنيف المنتجات بطريقة تسهل الوصول إليها و لا يوجد تكلفة نقل وشحن وتخزين البضائع والمنتجات و تكوين علاقات مستقبلية بين البائع والعميل ولا يوجد داعي لوجود محال تجارية لعرض البضائع وتوفير تكلفة الأيدي العاملة.

2. الفوائد التي تعود على العميل في البيع الإلكتروني عن طريق الانترنت: عدم التقيد بوقت محدد حيث يمكن الدخول على مدار 24 ساعة و الوصول إلى المنتج المطلوب بكل سهولة ويسرو توفير الوقت والجهد بأعلى مستويات من الجودة والدقة حيث لا يكون هناك داعي للذهاب إلى الأسواق والتعرض للازدحامات و وجود خيارات متنوعة من المنتجات والخدمات و التعرف على المنتج وأنواعه وسعره حيث يتم عرض جميع التفاصيل التي تخص المنتج لمساعدة العميل على الاختيار المناسب. (الجنكو:2004: 341) ، (سهاونة، الحسن، عبيد ، الروضان: ب ت، ٩). و(فوائد تسويق الإلكترونية، 15/06/2020 على الموقع الإلكتروني: <https://read.opensooq.com>).

خامساً: معوقات البيع والتجارة الإلكترونية: ولكن يتعرض تطوير البيع والتجارة الإلكترونية في الدول النامية لعدة معوقات ، منها:

١ . الأمية في شكلها التقليدي (أي الجهل بالقراءة والكتابة). وكذلك الأمية المعلوماتية (يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسوب الآلي والبرمجيات).

2 . حاجز اللغة (حيث تتم معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الإنجليزية) الفقر النسبي. وعدم الانتشار النسبي في وسائل الاتصالات عن بعد.

وعلى ذلك فلا يجوز عند أصحاب هذا القول بيع وشراء الآلات الإلكترونية والسيارات والأشرطة والكتب مما ينقل ويسلم باليد في البيوع الإلكترونية إذا تأخر تسليم المبيع عن مجلس العقد، ودليلهم في ذلك حديث «نهى أن تباع السلع حيث تتباع حتى يحوزها التجار إلى رحالهم» (أبي داود، ب ت ، حديث رقم 3036).

المذهب الثاني: ذهب الحنفية والحنابلة والشافعية والمالكية في قول إلى أن التخلية كافية مع التمييز ولو لم يحصل تقدير أو نقل، واستدلوا بحديث ابن عمر رضي الله عنهما قال: «كنت أبيع الإبل بالبيع بالدنانير وأخذ مكانها الورق، وأبيع بالورق وأخذ الدنانير، فسألت النبي ﷺ فقال: لا بأس أن تأخذ بسعر يومها ما لم تتفرقا وبينكما شيء»، والحديث كما جاء في التلخيص الحبير 3/405 أخرجه أحمد وأصحاب السنن وابن حبان والحاكم من طريق سماك بن حرب عن سعيد ابن جبير عنه، ولفظ أبي داود: «لا بأس أن تأخذها بسعر يومها ما لم تتفرقا وبينكما شيء» وفي لفظ لأحمد «لا بأس به بالقيمة»، وفي الحديث دليل على جواز التصرف في الثمن قبل قبضه قبضاً حقيقياً وهو أحد العوضين. (الشوكاني، 1971: 176).

واستدلوا كذلك بما روي أن النبي وهب البكر لابن عمر قبل قبضه، ولعله اكتفاء بالتخلية. (واه البخاري، كتاب البيوع برقم 2009 ج2، ص745). وكذلك استدلوا بما روي أن النبي صلى الله عليه وسلم اشترى من جابر بن عبد الله جملته، ثم نقده ثمنه ووهبه له، فقد تصرف فيه ولم يرد أنه نقله، فيكون اكتفاء بالتخلية. (واه البخاري، كتاب البيوع برقم 1991 ج2: 739).

واستناداً لقول المذهب الثاني تكون المبيعات المنقولة التي اشترها الزبائن في التجارة الإلكترونية قد تم تسلمها فعلاً تسلماً حكماً في مجلس العقد، وذلك بمجرد التخلية، أي بكتابة أسمائهم على الأوراق الرسمية أو الفواتير مثل ورقة تملك السيارة، وعليه يجوز للزبائن التصرف في هذه المبيعات متى شاءوا.

وبتطبيق ما تقرر في معنى التسليم وكيفية على عقدي البيع والإيجار المبرمين عبر الإنترنت، فإن المبيع إذا كان عبارة عن برامج إلكترونية للكمبيوتر، أو كتب ومعلومات على شكل بيانات رقمية، فهذه يمكن تسليمها وقبضها عبر الإنترنت عن طريق تحميلها وتنصيبها مباشرة من الموقع على الجهاز الشخصي للمشتري أو المستأجر، أو إرسالها إلى بريده الإلكتروني، وهذا كما يقول ابن قدامة «وقبض كل شيء بحسبه». (ابن قدامة، 1988: 238).

أما إذا كانت السلع المباعة أو المستأجرة عبارة عن أجهزة كهربائية أو أدوات طبية أو مواد تموينية، فإن تسلمها يكون حسب اتفاق الطرفين ووفقاً للعرف وللشروط المذكورة في بنود العقد، فلو تم عقد صفقة عن

المجلس ودفع إليه الثمن ببطاقة الائتمان، فيعتبر التقبض المطلوب في البديلين متحققاً، لأن تسلم البائع قسيمة الدفع الموقعة من حامل البطاقة قبض حكيم لقيمتها، كقبض الشيك المصدق، الذي قد أفتى مجمع الفقه بجوازه، بل هو أقوى منه لأنها ملزمة للتاجر، وتبرأ بها ذمة حامل البطاقة من الدين حالاً تجاهه، وليس له الاعتراض على الوفاء بها) وعلى ذلك فإن الدفع ببطاقات الائتمان عبر الوسائل الإلكترونية لا يختلف عن حكم الدفع بها في حالة عادية ومن ثم فإنه يعتبر قبضاً حكماً. (حماد، نزيه، 1200م: 160).

ثالثاً: الدفع باستخدام النقد الإلكتروني: يعتبر الدفع باستخدام النقود الإلكترونية نوعاً من أنواع القبض الحكمي أيضاً، وذلك لأنها نقود معنوية تحمل أرقاماً خاصة لها قيمتها وثمنها لدى المؤسسات، وفي الحقيقة أنها لا تعدو أن تكون مثل بطاقات الائتمان من جهة، ومن ثم لا بد أن يكون حكمها مثل حكم بطاقات الائتمان. (هاشم، زهر، 2004، ص287).

رابعاً: الدفع باستخدام الحوالة البريدية: تختلف الحوالة البريدية عن أساليب الدفع السابقة في كونها لا تعتبر قبضاً حقيقياً ولا حكماً، لأن الإجراءات اللازمة في الحوالة البريدية تقتضي تأخير قبض الثمن في المجلس، وذلك بالنظر إلى أن المشتري سيرسل إلى المصرف الذي يتعامل معه شركات الدفع المختار على العناوين وأرقام الحسابات التي تظهر على الشاشة فيتضح من خلالها أن القبض لم يتم في المجلس حقيقة ولا حكماً. (هاشم، زهر الدين هاشم، 2004: 287).

ومن المعلوم أن القبض في كل شيء يكون بحسبه، فما كان مكيفاً فقبضه بكيله، وما كان موزوناً فقبضه بوزنه، وهكذا في المعدود والمذروع، فقبض كل شيء يكون باستيفائه بما يقدر فيه من كيل ووزن وعد وذرع، وأما ما لا يعتبر فيه تقدير من كيل أو وزن أو عد أو ذرع، إما لعدم إمكانه، وإما مع إمكانه ولكنه لم يراع فيه كالأمتعة والعروض والدواب والصبرة تباع جزأفاً، ذهب المالكية إلى أن كيفية قبضه يرجع إلى العرف، وذهب الحنابلة والشافعية في قول إلى أن قبضه إنما يكون بنقله وتحويله. (الخرشي، 1997م: 158) (الرددير، 1864: 135). (الشريبي، 2001م: 72) (البهوتي، 1997: 23).

وأما القبض الحكمي في المنقول: فقد اختلف الفقهاء في كيفية القبض الحكمي للمنقول كالحبوب والثمار والنحاس والرصاص على مذهبين:

المذهب الأول: ذهب الشافعية في الراجح والحنابلة في قول إلى عدم الاكتفاء بالقبض الحكمي فيما يمكن تقديره أو نقله وتحويله ولا بد فيه من القبض الحقيقي. (النووي، ب ت517) (المرداوي، 1997: 470).

يستطيع الحصول على سلع بأسعار منخفضة بسبب تأخر التسليم أو عدم شهرة المواقع أو غير ذلك من الأسباب، وبعد وصول تلك السلع إليه يعرضها في موقعه، ويبيعه لمن يطلبها.

2. **عن طريق بيع السلم** : وعقد السلم هو نوع من أنواع الثبوع، ويعني: أن يقوم المشتري بتسليم الثمن للبائع في مجلس العقد قبل تسليم السلعة المراد شراؤها، على أن يقوم البائع بتسليم السلعة المتفق عليها في وقتٍ وأجلٍ معلوم. (ديبان الديبان، أبو عمر، 2011: 79). ويكون طريقة تطبيقه كالاتي : أن يعرض التاجر في موقعه السلع التي يمكنه توفيرها للمشتري عن طريق تعامله مع بعض مواقع البيع، ولا بد للتاجر أن يبين مواصفات السلعة المعروضة بدقة من حيث الشكل والحجم واللون والصناعة والضمان وكل ما يؤدي للعلم بها ورفع الجهالة عنها ويؤثر في الثمن، ويحدد للمشتري كيفية التسليم، ومقدار الثمن، وعند طلب المشتري للسلعة يعقد معه عملية البيع، ويستلم منه الثمن، ثم يوفرها من المواقع التي يتعامل معها، فهو في هذه الحالة يبيع سلعة ليست موجودة عنده لكنها موصوفة في ذمته. (مجلس الفتوى السوري رقم الفتوى: 36، 2020).

وقال الخطابي: (قوله ﷺ: « لا تبع ما ليس عندك » يريد بيع العين دون بيع الصفة، ألا ترى أنه أجاز السلم إلى الأجل، وهو بيع ما ليس عند البائع في الحال، وإنما نهى عن بيع ما ليس عند البائع من قبيل الغر).

وقال الشوكاني في « نيل الأوطار »: (المقصود هنا النهي عن بيع ما ليس في حيازة الإنسان أو قدرته، واستثنى من هذا السلم، فيختص الدليل على جوازه على هذا المبدأ العام). **و حكم بيع السلم** :

بيع السلم حكمه جائز، وثبتت مشروعيته في القرآن الكريم، والسنة النبوية، والإجماع، ودليل مشروعيته كما يأتي: القرآن الكريم قال الله -تعالى-: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ). (سورة البقرة، آية: 282).

وبيّن عبدالله بن عباس -رضي الله عنه- أن مراد الله -تعالى- من الآية الكريمة هو عقد السلم، حيث قال: "أشهد أن السلف المضمون إلى أجل مسمى قد أحله الله في كتابه، وأذن فيه، ثم قرأ هذه الآية"، والمقصود بالسلف هو عقد السلم. (نور الدين، 2012: 161،). وفي السنة النبوية ورد عن عبدالله بن عباس -رضي الله عنه- قال: قَدِمَ النَّبِيُّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- الْمَدِينَةَ، وَهَمَّ يُسَلِّفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ، فَقَالَ: (مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ، فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ). رواه مسلم، في صحيح مسلم، عن عبدالله بن عباس، الصفحة أو الرقم: 1604). وقد دلّ الحديث الشريف صراحةً على جواز بيع السلم مع مراعاة الشروط المعتدلة فيه، وهي كون الأجل والوزن والكيل معلوماً. (ابن فهيره، 1997: 102). وفي الإجماع: إذ أجمع الفقهاء كلهم على جواز بيع السلم. (المقدس، ب: 312).

طريق الإنترنت بين مشتر من الأردن مثلاً مع مورد لأجهزة الكمبيوتر في مصر، على أن يتم التسليم في ميناء الوصول، فهذا يعني أن البائع ملزم بشحن البضاعة على السفينة التي يتفق عليها الطرفان، ولا يتم تسليم البضاعة إلا بعد وصول السفينة إلى الميناء المعنية. ويترتب على هذا أن البضاعة تكون في ضمان البائع إلى أن يتسلمها المشتري، فإذا هلك في الطريق هلك على البائع ولا تدخل في ضمان المشتري إلا بعد وصول السفينة إلى الميناء، وتسلمه البضاعة تسليماً حقيقياً أو حكماً، بأن يكون متمكناً من التسلم ولو لم يتسلم بالفعل، وهذا هو مضمون المادة (293) من مجلة الأحكام العدلية «المبيع إذا هلك في يد البائع قبل أن يقبضه المشتري يكون من مال البائع، ولا شيء على المشتري. (مجلة الأحكام العدلية العثمانية ، 1876 : 136).

وهذا مضمون من مجلة الأحكام العدلية: «إذا هلك المبيع بعد القبض هلك من مال المشتري ولا شيء على البائع» (مجلة الأحكام العدلية لعثمانية ، المادة (294)، ص136). ونصت المادة (286) على أنه: (إذا كان المشتري لا يعلم أن المبيع في أي محل وقت العقد، وعلم به بعد ذلك، كان مخيراً، إن شاء فسخ البيع، وإن شاء أمضاه وقبض المبيع حيث كان موجوداً). ونصت المادة (287) على أنه: (إذا بيع مال على أن يسلم في محل كذا، لزم تسليمه في المحل المذكور) (مجلة الأحكام العدلية العثمانية، 1876: 134)، (باشا محمد ، 1891: ص83).

وإذا طبقنا هذه الأحكام على عقد التجارة الإلكترونية والبيع عن طريق الانترنت يجدر بنا التمييز بين السلع التي تباع وتنقل إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، وبين السلع المادية التي يجب تسليمها في مكان يتم الاتفاق عليه، ففي الحالة الأولى: يتم تسليم السلعة على الشبكة نفسها كبيع برامج الحاسوب، وفي الحالة الثانية: ترسل السلعة إلى العنوان المحدد، إذن زمان ومكان تسليم المبيع يحدده العقد، ولكن إذا لم يتم تحديد ذلك في العقد، وجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي كان موجوداً فيه وقت البيع. (أبو العز، 2012، 222). (التجارة الإلكترونية والقبض، 1مايو، 2015، 5063، 15

دقائق: <https://www.aliqtsadalislami.net>).

المبحث الرابع: الطرق الموافقة للشريعة الإسلامية و ظوابط مشروعية البيع والتجارة عبر الوسائط الإلكترونية

أولاً: هناك أربعة طرق الموافقة للشريعة في بيع السلع عبر مواقع الانترنت وهي كالاتي :

1. **طريقة البيع التقليدية المعروفة**: ويكون بشرائه عبر الانترنت من المواقع المتخصصة ببيع السلع التي يستطيع ترويجها وبيعها في موقعه بما يحقق له الربح، وقد

وبناء على ما تقدم، وبتكيف العقد والبيع الإلكتروني على أنه عقد أنشئ بالكتابة، وتم بالرسالة المرسله 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:

- 1- أن السلعة يجب ان تكون معروفة بضبط خصائصها بالكامل، وإزالة الجهل، ومنع الخلاف والتنازع. فيها .
- 2- أن يكون السعر معجلاً بحيث يعرض في مجلس العقد ولا يترتب عليه بيع دين مقابل دين، ومن أهل العلم من سمح لهم بالتأخير السهل مثل يوم ويومين وثلاثة. أيام في عقود طويلة الأجل.
- 3- أن لا تكون السلعة من شروط بيعها التسليم الفوري، ولا يجوز بيعها بالتأجيل (النسيئة) فلا يجوز بيع الذهب والفضة والنقد بعقد السلم. لتغاضي عن شرط الجماع في مجلس العقد.
- 4- أن السلعة تكون مباحاً وجائز استعمالها ولا تحتوي على شيء ممنوع ومحرم في الشرع كما جاء في (الذبيح، 2006: 13). (قرار مجمع فقه الدولي الإسلامي، رقم 85، - ج2، ص 9، عن بيع السلم).
- ربما تكون هذه الطريقة هي الأنسب للوضع الحالي، ويلتزم البائع الوسيط باتباع والالتزام بأمور التالية:
1. تحديد وصف المبيع دون تحديده برقم أو رمز. لأن الموعد لا يتوافق مع البيع الموصوف في الحجز.
2. يقوم البائع الوسيط بشراء السلعة (الكمبيوتر) من المصنع أو من المواقع المتخصصة مع التسليم إلى موقع المشتري، ولكن يكون ضمان السلعة أثناء النقل على البائع الوسيط؛ إذا لم يصل، يجب عليه ضمان وتسليم جهاز بديل مماثل. (مجلس الفتوى السوري، فتوى رقم 36، 2020 م).
3. عدم أكل مال الناس ظلماً بغير تراض منهم وقبولهم، وعدم الانخداع والتدليس، والتأكد من ذلك من خلال ابتكار وسائل توثيق آمنة. ولكن لحد الآن لم تطبق تلك الوسائل.
4. المعلوماتية اي توفر معلومات دقيقة عن موضوع المعاملة لكلا الطرفين لاتخاذ قرار مستنير لتنفيذ المعاملة مع العلم بآثار ونتائج المعاملة.
5. تجنب الربا بجميع أشكاله في جميع العقود وتحقيق المنفعة لكلا طرفي العقد، وبالتالي فإن ما لا فائدة منه بالمعنى أو الشرع قد لا يكون محل العقد، مثل السلع والخدمات المحرمة شرعاً كالأفلام، الصور والكتب التي تحتوي على مواد غير أخلاقية، وللأسف هذه المواد متوفرة على نطاق واسع. يتم توفير بعضها

و تتجلى حكمة مشروعية بيع السلم؛ لحاجة الناس إليه، وتحقيق مصالحهم، ومراعاة أحوالهم، والتوسعة عليهم في معاملاتهم، فالبايع يحتاج إلى رأس المال لإتمام إنتاج سلعته، والإنفاق على نفسه وأهله إلى أن يحين موعد الإنتاج، والمُشتري يحتاج إلى السلعة بسعر أقل من سعر بيع السلعة الحالي، وبذلك ينتفع البائع من رأس المال، وينتفع المُشتري بنقصان ثمن السلعة عن مثيلاتها. (عبدالله الطيار، 2012: 82).

- 3 من خلال الوساطة التجارية: مقابل أجر يقوم صاحب الموقع بدور الوسيط أو الوسيط بين المشتري وصاحب السلعة وهذا جائز، كما قال البخاري في «صحيحه»: (باب: أجرة السمسرة، ولم ير ابن سيرين وعطاء وإبراهيم والحسن بأجر السمسار بأساً. وقال ابن عباس: لا بأس أن يقول بَع هذا الثوب؛ فما زاد على كذا وكذا فهو لك. وقال ابن سيرين: إذا قال له بعه بكذا فما كان من ربح فهو لك أو بيني وبينك فلا بأس به. وقال النبي ﷺ: «المسلمون عند شروطهم») انتهى، من تلك اللحظة، يتم ضمان السلعة من قبل مالك موقع الويب الذي اشترى منه، مما يعني أنه في حالة فقدان السلعة أو تلفه، سيتم تعويض المشتري.
- 4- فإن مالك السلعة وليس الوسيط ويضمنه وأخذ أجرة التوسط في هذا البيع (جائز) سواء أخذ مباشرة من المشتري أو من صاحب السلعة أو كليهما. السلعة متوفرة لدى الوسيط، ويمكنه حتى أن يطلب شرائها عند الطلب، مع تحديد وقت التسليم وسعر البيع، واستلام المبلغ بالكامل من المشتري في أسرع وقت ممكن.

4. عن طريق الوكالة: يتم ذلك عن طريق حصول التاجر على توكيل رسمي من صاحب الموقع لبيع البضاعة التي يعرضها، فيجعله وكيلاً للبائع، ويبيع السلعة نيابة عن البائع لمن يطلب شرائها، ويتسلمها السعر هذا جائز أيضاً، وإذا تم برسوم متفق عليه، فهو نوع من الإيجار، جاء في (الموسوعة الفقهية الكويتية): (في جواز التوكيل في البيع والشراء واجره، فقد اتفق الفقهاء على جوازه، والحاجة يدعوا الى ذلك، وقد تكون الوكالة بأجر او بدون أجر). و يكون صاحب الموقع مشترياً من شخص، وبائعاً لشخص آخر في الطريقتين الأولى والثانية ولكن صاحب الموقع لا يكون بائعاً ولا مشترياً في الطريقة الثالثة، فيعتبر مجرد وسيط بين المشتري والبائع، ويجري العقد مباشرة بينهما، اما في الأخيرة وهي الطريقة الرابعة صاحب الموقع يكون بائعاً وكالة او نيابته عن صاحب السلعة، ولكن هناك صعوبات عندما يطبق الطريقتين الثالثة والرابعة في الواقع، ولذلك الطريقة الأمثل هي طريقة البيع السلم. مجلس الفتوى السوري، فتوى رقم 36 السبت، 26 أيلول، 2020 م.

ثانياً: قواعد و ضوابط وشروط مشروعية البيع والتجارة والتسويق عبر الوسائط الإلكترونية:

4- يتحقق تحت عائلة واسعة من التوزيعات منها الطبيعية ذات تباينات متساوية أو متغيرات ذات توزيعات ثنائية الحدين وغيرها.

5- **المبحث الخامس : الدراسة الميدانية لحكم البيع (التسويق) عن طريق الانترنت في الشريعة الإسلامية ومدى الاستجابة لتطبيقاتها في المجتمع الإسلامي في محافظة أربيل (باستخدام الاختبار الانحدار اللوجستي)**

2 نماذج الاختيار المتقطع Discrete choice

models :-

تطبيق هذه النماذج عندما تكون متغيرات الاستجابة و صفة ومحددة (Qualitative and limited dependent variables) اي تلك التي يتم التعبير عنها بمجموعة محددة من الصفات أو الحقائق (characteristic) أو انها محددة (مقيدة) بقيود لا يمكن تجاهلها، اذ ليس دائما يكون توقع المتغير المعتمد قيمة عددية ويأخذ اي قيمة محصورة بين $(-\infty, \infty)$ كما في المنحني الطبيعي، وهناك العديد من التطبيقات التي تستخدم كل من المتغيرات المتعمدة المحددة والوصفية ونماذج الاختيار المتقطع في مجالات عدة تتضمن الاقتصاد، المال، التسويق، العلوم الاجتماعية،... الخ.

وتعد نماذج الاستجابة الثنائية والمتعددة حالة خاصة من هذه النماذج، فمثلاً أنموذج ثنائي الاستجابة يطبق عندما يأخذ المتغير المعتمد قيمتين فقط $[0,1]$ والتي قد تشير الى نمط الاستجابة لمؤثر ما اي انه محدد بحالة النجاح و الفشل على التوالي. (Cox 1970، البياتي 2005). اذ يتبع احتمال حدوث الاستجابة توزيع برنولي (Bernolli distribution) وكما يلي:

إلكترونيًا ومتاح عبر الإنترنت. (شروط جواز البيع والشراء عبر الإنترنت ، 2002 م).

اولاً: أداة الدراسة (نبذة مختصرة عن طريقة التحليل الاختبارات):

1. التميز اللوجستي:

تحليل التمييز اللوجستي يعد من الاساليب الاحصائية المهمة التي يمكن استخدامها في كثير من مجالات الحياة وعندما يكون المتغير التابع ذات طبيعة ثنائية أو مصنفة ، شكل العلاقة يأخذ صيغة الدالة التوزيعية لنموذج اللوجستي ، أما المتغيرات التوضيحية فتأخذ القيم الكمية أو النوعية أو كلاهما معاً. (مولود 2000 ، Menard ، 2002).

أسباب أهمية التمييز اللوجستي في مسائل التمييز والانحدار:-

- 1- يتطلب القليل من الافتراضات.
- 2- أن الصيغ اللوجستية تنتج عن تنوع واسع من الافتراضات التحتية حول المتغيرات التوضيحية.
- أ- القيمة تكون ثنائية تأخذ القيمة صفر أو واحد.
- ب- بعضها طبيعية متعددة المتغيرات.
- ت- بعضها متغيرات متصلة أو منفصلة.
- ث- بعضها متغيرات مرتبة حسب درجة الخطورة.
- ج- بعضها متغيرات مصنفة.
- 3- سهولة استخدامها: فبعد تقدير معاملات النموذج فإن تصنيف مفردة جديدة يتطلب حساب دالة خطية واحدة.

$$Y \sim B(1, P)$$

$$E(Y_i) = \Pr[Y_i = 1] = P; \Pr[Y_i = 0] = 1 - P$$

$$V(Y_i) = E[(Y_i - P)^2] = P(1 - P)$$

(response variable)، بحيث تكون استجابة المشاهدة (i)، ويمكن التعبير عنها بمتغير متقطع (Discrete variable) كما ان القيمة المتوقعة للمتغير المعتمد لاتعد

وتعد نماذج الاختيار الثنائية (binary choice models) كأحد الطرق المهمة في تحليل متغيرات الاستجابة الثنائية (binary or dichotomous)

محددة بالفترة [0,1] وللتعبير عن أنموذج التميز لمثل هكذا متغيرات يكون بالصيغة الآتية:

$$y_i^* = X_i' \beta + \varepsilon_i \quad i = 1, 2, \dots, n$$

y_i^* : يمثل المتغير الوهمي (الكامن) (Latent variable) ليعبر عن حالة الاستجابة للمتغير المعتمد y_i (واحد عند حدوث الاستجابة وصفر في حالة عدم حدوث الاستجابة).

X_i' : يمثل موجه المتغيرات التوضيحية.

β : يمثل موجه المعلمات الخاص بالأنموذج.

ε_i : يمثل الخطأ العشوائي.

عندما يأخذ المتغير المعتمد القيم الآتية:

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{if } y_i^* > 0 \\ 0 & \text{if } OW \end{cases}$$

وان احتمالية ان يكون قيمة المتغير المعتمد الواحد الصحيح لأنموذج اللوجستي الثنائي هو

$$P(y_i = 1) = \frac{\exp(X_i' \beta)}{1 + \exp(X_i' \beta)} \quad ; i = 1, 2, \dots, n \quad \dots \dots \dots (1-2)$$

حيث X_i', β معرفة كما في (1-1).

وان احتمالية الاختيار البديل نحصل عليها من خلال

$$P(y_i = 0) = 1 - P(y_i = 1)$$

ولحساب احتمالية الاختيار (الاستجابة) (j) خلال (g) من البدائل فإن أنموذج اللوجستي متعدد الحدود (الشرطي) يأخذ الصيغة الآتية: (Jarajda 2003)

اما عندما يأخذ المتغير المعتمد (متغير الاستجابة) قيما منقطعة متعددة، اي عندما تكون استجابة المتغير المعتمد تصنف ضمن اكثر من مجموعتين فان أنموذج اللوجستي متعدد الحدود يستخدم لتحليل متغيرات الاستجابة المصنفة غير المرتبة (Un ordered categorical response variable)

$$p(y_i = j) = \frac{\exp(X_{ij}' \beta)}{1 + \exp(X_{ij}' \beta)} \quad j = 1, 2, \dots, g-1 \quad \dots \dots \dots 1-3$$

X_{ij} : يمثل موجه المتغيرات التوضيحية للاستجابة رقم (j).

β : يمثل موجه المعلمات الخاص بالأنموذج.

وفيما يلي سنتطرق بالتفصيل الى استخدام أنموذج اللوجستيك (اللوجستي) متعدد الحدود لتحليل المتغيرات المصنفة المتعددة الاستجابة (Polychromous variable).

طرائق تقدير المعالم في النموذج:-

يتم الحصول على تقديرات معلمات النموذج بثلاثة طرائق هي:-

- 1- طريقة تقديرات الامكان الأعظم ML.
- 2- طريقة تقديرات المربعات الصغرى التعااقبية MLS.
- 3- طريقة تقديرات تصغير مربع كاي MCS.

3. تقديرات الامكان الأعظم Maximum Likelihood Method:

ليكن لدينا Z من المتجهات المستقلة ذات توزيع متعدد الحدود Multinomial:

موجه ينتمي الى واحدة من g من مجاميع الاستجابة Response Categories نرمز للملاحظات بـ (Z_1, \dots, Z_n) حيث كل مشاهدة Z_i محدودة بواحدة من g من المجاميع $(Z_i = Z_{i1}, \dots, Z_{ig})$ و أن $\sum_j X_{ij} = n_i$ يكون محدد لكل i تكون دالة الامكان الاعظم الشريطية لتوزيع متعدد الحدود بالشكل الآتي:-

$$L = \prod_{i=1}^N \prod_{j=1}^g [P(X_i)]^{z_{ij}} \quad \dots\dots\dots(1-4) \quad \text{حيث أن:-}$$

$$P_j(X_i) = \text{نسبة أو احتمال الانتماء إلى المجموعة } J.$$

بأخذ المشتقة الاولى للوغاريتم الاحتمال الاعظم للمعادلة (4-1) و مساواتها بالصفر نحصل على المعادلات الطبيعية الآتية:-

$$\sum_i^N [Z_{ij} - n_i \hat{P}_j(X)] X_{ik} = 0$$

و أن جذور هذه المعادلات تمثل قيم المعالم التقديرية الناتجة عن عملية التعظيم – وتكون هذه المعادلات غير خطية في المعالم و لذلك نلجأ إلى استخدام طريقة نيوتن رافسون التكرارية وبعد بضع دورات تعااقبية تنتج تقديرات مناسبة وتكون تقديرات المعالم بطريقة نيوتن رافسون وفق الصيغة الآتية:-

$$B(t+1) = B(t) + \{X'v(t)X\}^{-1} X'r(t) \quad \dots\dots\dots(1-5)$$

حيث أن:-

t : (عدد الدورات التعااقبية)

r : (هو موجه البواقي ذو بعد $[N(g-1), 1]$)

v : (هو $Diag(v_1, \dots, v_n)$ وان كل v_i هو عبارة عن مصفوفة مربعة تكتب بالشكل الآتي:-

$$v_i = n_i \{P_s(X_i)(\delta_{st} - P_i(X_i))\} St$$

وان δ_{st} هو دلتا كرونكر Kronecker Delta ويعرف بالآتي:-

$$\delta_{st} = \begin{cases} 1 & S = t \\ 0 & S \neq t \end{cases}$$

الدورات، تكون هذه التقديرات المثلى المطلوبة. (عباس 2012 Menard ، 2002)

4. تقييم أداء الأنماذج: Evaluating the Performance of the models

لقد تم استخدام الاختبارات الآتية:

ويمكن أن نبدأ من قيم ابتدائية بمساواة موجه المعالم بالصفر وفي الحالة الثنائية يمكن استخدام الرسم البياني أو طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية أو استخدام تقديرات دالة التمييز الخطية كقيم ابتدائية في تقدير المعالم حيث أن استخدامها سوف يقلل من عدد الدورات التعااقبية و عند الحصول على التقارب المطلوب بين

قيم المشاهدة من خط التقدير، إذ إن مدى التوافق بين الجزء المشاهد والجزء المتوقع يزودنا بدليل الملائمة أو عدم النموذج لاختبار الفرضية الآتية:

اختبار مربع كاي لبيرسون: Pearson chi-square 4.1
اقترح العالم (1900) Pearson استخدام هذا الاختبار كأحد مقاييس جودة التوفيق ويعني مدى اقتراب

H_0 :

النموذج ملائم للبيانات

H_1 :

النموذج غير ملائم للبيانات

وللعينات ذات الحجم الكبيرة فإن توزيع الاحصاء يقترب من توزيع χ^2 (approximate) وتطبيق هذا الاختبار لتحديد مدى ملائمة نموذج اللوجستي متعدد الحدود باستخراج قيمة الاحصاء وحسب الصيغة الآتية:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^g \frac{(Y_{ij} \hat{P}_j(X_{ij}))^2}{\hat{P}_j(X_{ij})(1 - \hat{P}_j(X_{ij}))} \dots\dots\dots 1-6$$

حيث $P_j(X_{ij})$ معرفة كما في المعادلة (1-4).

وهناك العديد من الباحثين الذين ناقشوا إمكانية ان يكون توزيع هذه الاحصاء هو التوزيع الطبيعي بدلاً من تقريب مربع كاي. (2002 Weesie)

$$\frac{\chi^2 - ng}{\sqrt{ng}} \rightarrow N(0,1) \dots\dots\dots (1-7)$$

$$\sigma_n^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^g \left\{ \frac{1 - 2P_j(X_{ij})}{P_j(X_{ij})} q_j(X_{ij}) - \sum_{h \neq j} q_j(X_{ij}) q_h(X_{ih}) \right\} - v'_n \Omega_n^{-1} v_n \quad \text{عندما}$$

$$v_n = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^g q_j(X_{ij}) (X_{ij} - \sum_{h=1}^g P_h(X_{ih}) X_{ih})$$

$$q_j(X_{ij}) = \frac{1 - 2P_j(X_{ij})}{1 - P_j(X_{ij})}$$

و ان Ω_n تمثل مصفوفة المشتقات الثانية للوغاريتم دالة الامكان.

4.2 احصاء نسبة الامكان Likelihood ratio statistics:

وتعد هذه الاحصاء احد اختبارات حسن المطابقة ويستخدم لتحديد معنوية الأنماذج احصائياً لاختبار الفرضية التالية:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0 \quad \dots\dots\dots (1-8)$$

H_1 : at least two of them are not equal zero.

والصيغة العامة للاحصاء هي:

$$LR(k) = -2[LnL(\alpha) - LnL(\alpha, \beta)]$$

إذ ان $LnL(\alpha)$: يمثل لوغاريتم دالة الامكان للنموذج المختزل (Reduced model) الذي يحوي على معلمة التقاطع (Intercept parameter) فقط.

وان $LnL(\alpha, \beta)$: يمثل لوغاريتم دالة الامكان للنموذج الكلي (Final model).

وهذه الاحصاء (LR) تتوزع χ^2 بدرجة حرية مساوية لـ K إذ ان K تمثل عدد المتغيرات التوضيحية في النموذج. (البياتي، 2005)

4.3 اختبار معنوية معاملات النموذج المقدر:

في عام (1943) اقترح Wald استخدام هذه الاحصاءة لبيان معنوية المعلمة المقدرة بطريقة الامكان الاعظم لاختبار الفرضية الاتية:

$$H_0: \beta_k = \beta_{k0}$$

$$H_1: \beta_k \neq \beta_{k0}$$

ويتم اختبار الفرضية القائلة بعدم وجود تأثير لمعاملات النموذج $H_0: \beta_k = 0$ باستخراج قيمة الاحصاءة وحسب الصيغة الاتية:

$$W = (\hat{\beta}_k - \hat{\beta}_{k0})^2 / H_{kk} \quad \dots\dots\dots(1-9)$$

k : تمثل عدد المتغيرات التوضيحية في النموذج.

$\hat{\beta}_k$: تمثل المعلمة المقدرة بطريقة الامكان الاعظم.

H_{kk} : يمثل مربع الخطأ المعياري المقدر ASE.

وهذه الاحصاءة هي عبارة عن مربع نسبة المعلمة المقدرة الى الخطأ المعياري المقدر ويفضل استخدامها للعينات ذات الحجوم الكبيرة وتتوزع χ^2 وبدرجة حرية تساوي واحد. (البياتي 2005 ، Agresti 1990)

4.4. اختبار Q:

اقترح اختبار Q من قبل (Liu & Dyer) عام (1988) لأنموذج الانحدار اللوجستي وهي شبيهة بمعامل التحديد R^2 في أنموذج الانحدار الخطي وتحسب كالآتي: بعد تقدير الأنموذج يتم ترتيب المشاهدات تنازلياً وفق الاحتمالات اللاحقة للاستجابة ($Y_i=1$) ويمكن التعبير عن Q كالآتي:

حيث ان:

$$Q = \frac{2(\bar{R}_1 - \bar{R}_0)}{n}$$

\bar{R}_1 : متوسط n_1 من الرتب ذات الاستجابة $y = 1$.

\bar{R}_0 : متوسط $(n - n_1)$ من الرتب ذات الاستجابة $y = 0$.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة: لقد تم جمع البيانات بواسطة دراسة الميدانية التي تم عن طريق توزيع إستمارة الاستبيان للراغبين في البيع أي (التسويق) عبر الانترنت في محافظة أربيل لمعرفة مدى استجابة المجتمع الإسلامي لتطبيقها و تم جمع المعلومات والبيانات من (414 عينه) من كلا جنسين مع إختلاف المستوى العلمي والثقافي و الأقتصادي و إجتماعي..وكانت طبيعة المعلومات بعضها كمية وبعضها نوعية ، وقد تم استخراج نتائج بالاعتماد على برنامج الاحصائي (SPSS) ، وتم تطبيق النموذج بإستخدام الاختبار الانحدار اللوجستي للوصول الى البيانات التي تم التوصل اليها في الدراسة .
ثالثاً: عرض وتحليل البيانات الدراسة: نستعرض نتائج الدراسة حسب تسلسل فرضياتها و حسب التحليل الاحصائي كالآتي :

يكون الحد الأعلى إلى Q مساوياً ل(واحد) عندما يكون n_1 من المشاهدات ذات الرتب الاعلى جميعها ذات الاستجابة $y = 1$. ويكون الحد الأدنى الى Q ذات توقع يساوي صفر عندما تتوزع المشاهدات بشكل عشوائي بين (0,1) وفقاً لرتبتها. أن استخدامها الرئيسي يكون في المساعدة لاختبار أنموذج بين نماذج مختلفة تحتوي على عدد مختلف من المتغيرات التوضيحية.

ويمكن استخراج قيمة موزونة لـ Q بأعطاء اوزان للرتب لكل حالة. وان قيمة Q تتأثر كثيراً بالحالات الشاذة التي تكون القيم التنبؤية لها واطئة وخاصة عندما يكون عدد الحالات $y = 1$ صغيراً نسبياً. (طه 2006، Hamad 2016).

جدول (1) اختبار النموذج :

	Chi-square	Df	Sig.
Model	52.207	9	.000

H_0 : النموذج غير ملائم

H_1 : النموذج ملائم

الجدول اعلاه يبين ان القيمة المعنوية اقل من (0.05) فهذا يدل على ان هناك عاملاً واحداً على الأقل من معلمات المتغيرات التوضيحية المدرجة في النموذج لا يساوي صفر ولهذا فإن النموذج ملائم للبيانات التي تم استخدامها.

جدول (2) المتغيرات الداخلة في النموذج :

Variables	Step 1	Score	Df	Sig.
الى أي مدى تستخدم الإنترنت للبيع و الشراء أي للتسوق عبر الإنترنت (اونلاين)		13.454	1	.000
السعر سبب للبيع وللشراء و التسويق عبر الإنترنت		8.010	1	.02
السعر الأجمالي و التوصيل محددان بوضوح في التسوق عبر الإنترنت		4.446	1	.035
الأشياء و المواد التي اشترتها عبر الإنترنت لها نفس جودة المواد التي اشترتها في السوق		4.136	1	.038
اشترى البضائع اذا كان الوقت بين الدفع و التسليم قصيراً جداً		.017	1	.896
ليس لدي وقت لذلك اشترى بضاعتي عبر الإنترنت		3.612	1	.057
اقلد الأشخاص من حولي لذلك اتسوق عبر الإنترنت		34.580	1	.000
توفر الحصول على خدمات الاستبدال و الإرجاع في التسوق عبر الإنترنت		1.032	1	.310
وجود تطبيق جوال في التسوق عبر الإنترنت لتلقي معلومات حول وصول البضائع		.400	1	.527
Overall Statistics		64.445	9	.000

، الثالث، الرابع والسابع) قيمهم المعنوية اقل من 0.05 و لهم تأثير على متغير الاستجابة حيث ان باقي المتغيرات التي قيمهم المعنوية اكبر من 0.05 فهم المتغيرات التي ليس لديهم تأثير على متغير الاستجابة .

يمثل الجدول اعلاه اختبار والد للمتغيرات التفسيرية او التوضيحية في النموذج ، المتغيرات الداخلة في النموذج هم المتغيرات التي قيمهم المعنوية اقل من (0.05) فهم المتغيرات التي لهم تأثير على متغير الاستجابة مثل ما مبين في الجدول اعلاه فإن المتغيرات (الاول، الثاني، الثالث، الرابع، الخامس، السادس، السابع، الثامن، التاسع، العاشر، الحادي عشر، الثاني عشر، الثالث عشر، الرابع عشر، الخامس عشر، السادس عشر، السابع عشر، الثامن عشر، التاسع عشر، العشرون، الحادي والعشرون، الثاني والعشرون، الثالث والعشرون، الرابع والعشرون، الخامس والعشرون، السادس والعشرون، السابع والعشرون، الثامن والعشرون، التاسع والعشرون، العشرون) جدول (3) أداء النموذج او قيم R^2 للنموذج اللوجستي :

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	505.893 ^a	.152	.202

التي تنص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قيم الحقيقية والقيمة المتوقعة للنموذج، لهذا الغرض تم استخدام اختبار (Hosmer and Lemeshow) لحسن المطابقة.

نلاحظ من الجدول (3) وبالأعتماد على Cox & Snell R Square ، وكذلك احصائية Nagelkerke R Square ، و اختبار النسبة الامكان الاعظم ، و لمعرفة ان هذا الفرق معنوي ام لا لاختبار الفرضية الصفرية جدول (4) اختبار Hosmer and Lemeshow :

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	Df	P-Value
1	7.520	8	.503

بين قيم المشاهدة و قيم المتوقعة اي ان قيم المشاهدة مساوي للقيم المتوقعة وهذا يدل على ملائمة النموذج في الخطوة الاولى.

من الجدول أعلاه نلاحظ بأن (P-Value=0. 503) اكبر من ($\alpha=0.05$) و هذا يعني عدم القدرة على رفض فرضية العدم التي تنص على انه لا يوجد فروق معنوية جدول (5) تقدير المتغيرات الداخلة في النموذج:

Variables	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
الى أي مدى تستخدم الإنترنت للتسوق اي للبيع والشراء عبر الإنترنت (اونلاين)	11.89	.196	6.069	1	.001	1.225	.834	1.801
السعر سبب للبيع وللشراء و التسويق عبر الإنترنت	-2.08	.267	7.795	1	.000	.699	.414	1.180
السعر الأجمالي و التوصيل محددان بوضوح في التسوق عبر الإنترنت	-.936	.334	7.866	1	.005	.392	.204	.754

الأشياء و المواد التي اشترىها عبر الإنترنت لها نفس جودة المواد التي اشترىها في السوق	-0.722	.252	3.05	1	.04	.486	.296	.796
اشترى البضائع اذا كان الوقت بين الدفع و التسليم قصيراً جداً	-0.225	.327	.474	1	.491	.798	.421	1.516
ليس لدي وقت لذلك اشترى بضائعي عبر الإنترنت	-0.058	.256	.051	1	.821	.944	.572	1.558
اقلد الأشخاص من حولي لذلك اتسوق عبر الإنترنت	1.093	.201	29.503	1	.000	2.983	2.011	4.425
توفر الحصول على خدمات الاستبدال و الإرجاع في التسوق عبر الإنترنت	.329	.332	.981	1	.322	1.389	.725	2.663
وجود تطبيق جوال في البيع و التسوق عبر الإنترنت لتلقي معلومات حول وصول البضائع	-0.051	.408	.015	1	.901	.951	.427	2.116

ويخرج بذلك بيع المحرمات ، وكل ما يستعان به على المعصية.

2. عدم أكل أموال الناس بالباطل دون تراض وقبول خال عن عيوب الرضى، و يجب ان يلتزم كلا طرفي العقد (بالعقد) و يكون مجلس العقد في وسائل الاتصال الحديثة الإنترنت هو زمن وصول الرسالة، أو مجلس تبليغ الرسالة في حكم الشرع ولا يتم البيع إلا بعد شرائك للسلعة شراء حقيقياً، ولا يكفي مجرد التأكد من وجود المنتج و في بيع المنايذة أنه منهي عنه للغرر فيه والجهالة، وأما البيع من خلال الصفة النافية للجهالة وأنموذج السلعة المعروض على صفحة البائع أو وكيله فلا حرج فيه على الراجح.

3. تجنب الربا بكل أنواعه في جميع العقود. ويجدر بنا التمييز بين السلع التي تباع وتنقل إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، وبين السلع المادية التي يجب تسليمها في مكان يتم الاتفاق عليه، ويشترط في حكم البيع عبر الإنترنت في الشريعة الإسلامية أن تكون هذه السلع مما يباح بيعها بالنسيئة، ويخرج بذلك بيع الذهب والفضة والعملات النقدية. فإن هذه الأشياء لا يجوز بيعها إلا مع الحلول والتقايض بعقد السلم؛ لفوات شرط التقايض في مجلس العقد.

4. المعلوماتية بمعنى ضرورة توافر المعلومات الصادقة عن محل المعاملة لكلا الطرفين لكي يتخذ قراره بالقيام بالمعاملة، وهو على علم بآثارها ونتائجها. ومنع الظلم الذي يقع على أحد المتعاقدين بعد حصوله على حقه مع الوفاء بالتزاماته، أو حصوله على أقل مما تعاقده عليه صفة أو كمية.

في الجدول رقم (5) يتضح ان زيادة وحدة واحدة من المتغير الاول يؤدي الى زيادة في البيع والتسويق عن طريق الانترنت في المجتمع الاسلامي بأحتمال (11.89 %)، وان المتغير الثاني له تأثير سلبي على تطبيق البيع والشراء في المجتمع الاسلامي بحيث ان زيادة وحدة واحدة من متغير الثاني يؤدي الى انخفاض في تطبيقها في الشارع الاسلامي بأحتمال (2.08 %) وكذلك زيادة وحدة واحدة من المتغير الثالث يؤدي الى نقص في تطبيقها في المجتمع الاسلامي بأحتمال (0.936 %) وايضاً بالنسبة للمتغير الرابع حيث ان زيادة وحدة واحدة من المتغير الرابع يؤدي الى نقص في تطبيقها في المجتمع الاسلامي بأحتمال (0.722 %) اما بالنسبة للمتغير السابع فان زيادة وحدة واحدة من المتغير السابع يؤدي الى زيادة تطبيق هذا النوع من البيع في المجتمع الاسلامي بأحتمال (1.093 %).

الاستنتاج والتوصيات :

الاستنتاج: توصل الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات على ضوء الجانب النظري و الدراسة الميدانية ففي (جانب النظري) توصل الدراسة الى الاستنتاجات التالية:

1. لقد ثبتت الفرضية البديلة لان الإسلام دين حي صالح لكل زمان ومكان وتنسجم مع تطورات التكنولوجيا ومستجدات الطائفة ، وأنه مع كل وسيلة جديدة تحقق اليسر والسهولة في التعامل، بشرط أن تراعى فيه القواعد والضوابط الشرعية التي يجب مراعاتها في سائر المعاملات الأخرى، فيعقد العقد البيع عن طريق الانترنت بشرط أن تكون السلع المعروضة معلومة بضبط صفاتها ضبطاً تاماً، يرفع الجهالة، ويمنع الاختلاف والنزاع مما يباح بيعه،

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

المصادر والمراجع :

(سورة البقرة، آية:282).

1. الكتب العربية :

1. ابن عابدين ، محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز ، حاشية ابن عابدين ، ص 47 ، ج 5 ، دار الفكر ، بيروت.
2. أزهرى ، محمد بن أحمد بن الأزهرى الهروي، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ط1، 2001م .
3. ابن فهيرة ، محمد بن هبيرة الذهلي الشيباني ، الإفصاح عن معاني الصحاح، دار الوطن: 1997م.
4. المقدسي، عبد الرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي، الشرح الكبير على متن المقنع ، دار الكتاب العربي للنشر ، لبنان، دار الكتاب العربي .
5. البعلي: المطلع على ألفاظ المقنع ، محمد بن أبي الفتح بن أبي الفضل البعلي، أبو عبد الله ، مكتبة السوادي للتوزيع ، ط1، 2003 م .
6. ابن منظور : محمد بن مكرم بن علي، لسان العرب ، دار صادر - بيروت ، ط3، - 1994م.
7. ابن قدامة، موفق الدين ابن محمد عبدالله بن أحمد بن محمد، المغني ، دار هجر، القاهرة، ط1،، 1988م..
8. ابن نور الدين، محمد بن علي بن عبد الله بن إبراهيم بن الخطيب ، تيسير البيان لمعاني القرآن، دار النوادر، سوريا ط1، 2012 م .
9. ابن قدامة، أبو محمد موفق الدين محمد بن قدامة ، عمدة الفقه، المكتبة العصرية ، 2004م .
10. الشوكاني، محمد بن علي، نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1391-1971م
11. البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري، الجامع المسند الصحيح المختصر كتاب البيوع ، دار طوق النجاة، ط1 1991م.
12. أبو داود ، سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي ، سنن أبي داود ، المكتبة العصرية، بيروت .
13. خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني. 2011م، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية .
14. البَجَيْرَمِيّ ، سليمان بن محمد بن عمر البَجَيْرَمِيّ ، حاشية البجيرمي على الخطيب ، ج 5، دار الفكر الطبعة: بدون طبعة تاريخ النشر: 1415هـ - 1995م .البابرتي، محمد بن محمد البابرتي ، العناية

5. ويجب في ثمن المبيع أن يكون الثمن معجلاً بحيث يُسَلَّم في مجلس العقد، حتى لا يدخل في بيع الدين بالدين، ومن أهل العلم من أجاز التأخير اليسير كالיום واليومين والثلاثة في العقود طويلة الأجل، فإن أجل أكثر من ذلك بطل العقد بالاتفاق. أما إذا كان هناك اختلاف في السعر بسبب اختلاف السوق وأن هذه السلعة تزداد يوماً وتنقص يوماً فهذا لا بأس به أن يبيع بسعر السوق وليس في ذلك محذور في الشريعة الإسلامية.

وهناك بضع استنتاجات توصل اليها (الدراسة الميدانية التطبيقية) التي تبنت الفرضية البديلة لوجد تأثير العوامل على المتغيرات الدراسة كما وضح في النقاط الآتية :

6. يتضح ان زيادة وحدة واحدة من المتغير الاول يؤدي الى زيادة في البيع والتسويق عن طريق الانترنت في الشارع الاسلامي بأحتمال (11.89 %) .
7. ان المتغير الثاني له تأثير سلبي على تطبيق البيع والشراء في المجتمع الاسلامي بحيث ان زيادة وحدة واحدة من متغير الثاني يؤدي الى انخفاض في تطبيقها في الشارع الاسلامي بأحتمال (2.08 %) .
8. استنتج من التحليلات بان المتغير السابع لها تأثير ايجابي على زيادة في البيع والتسويق عن طريق الانترنت في الشارع الاسلامي بإحتمال (1.093 %) .
9. ان المتغيرين (الثالث والرابع) لهما تأثير عكسي على زيادة في البيع والتسويق عن طريق الانترنت في الشارع الاسلامي بإحتمالين المتتاليين (0.936 %) ، (0.722 %) .

المقترحات : لقد توصل الدراسة الى مجموعة من المقترحات والتوصيات وهي كالتالي :

1. أرى في استعمال الوسائل الإلكترونية رجحان المنافع على المضار، فالبيع عن طريق الانترنت وسيلة جديدة تحقق اليسر والسهولة في التعامل، في المجتمع . إذا استخدمت بالشكل الصحيح مع الالتزام بالضوابط والأخلاق الشرعية .
2. ان الاستخدام الخاطي لأي وسيلة لا يعني إلغاء هذه الوسيلة، فكل وسيلة تأخذ حكم المقصود من استخدامها، فإذا قصد الحلال، كانت حلالاً، وإذا قصد الحرام، كانت بالتاكيد حراماً. ونفس الكلام ينطبق على العقود الإلكترونية، فما كان من العقود الموافق للضوابط الشرعية، كان عقداً صحيحاً، وما كان مخالفاً له، كان العقد باطل، غير صحيح، مثله مثل العقود التقليدية.

29. الدردير، أحمد بن محمد بن أحمد بن أبي حامد العدوي، الشرح الصغير، بولاق، بالقاهرة، 1864م.
30. الشريبي، محمد بن الخطيب، مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج، دار الفكر، بيروت، لبنان، طبعة 2001م.
31. البهوتي، منصور بن يونس، كشف القناع على متن الإقناع، تحقيق: أبو عبدالله محمد حسن إسماعيل الشافعي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 1997م.
32. النووي، أبي زكريا يحيى بن شرف النووي، روضة الطالبين، دار الكتب العلمية لبنان، ب ت، ج3.
33. المرادوي، علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان بن أحمد، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، تحقيق: أبو عبدالله محمد حسن إسماعيل الشافعي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 1997م.
34. باشا: محمد قدرى باشا، مرشد الحيران إلى معرفة أحوال الإنسان 1891م، ط2، مطبعة بولاق الاميرية.
35. مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح، المحقق: محمد فؤاد عبد الباقي الناشر: دار إحياء التراث العربي، بيروت عدد الأجزاء: 5.
36. الهاشمي، نبذة عن الشراء في البورصة المصرية، 2016م.
37. الجرجاني، علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني، المعجم والقواميس، دار الفضيحة، 2010م.
38. ابن نجيم، زين الدين بن إبراهيم بن محمد، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، دار الكتاب الإسلامي ط2، بدون تاريخ، عدد الأجزاء: 8.
39. ديبان الديبان، أبو عمر دُبَيَّان بن محمد الدُبَيَّان، 2011م، المعاملات المالية أصالة ومعاصرة اط 2، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
40. يعقوب يوسف النجدي، محمد النعيم، التجارة الإلكترونية مبادئها ومقوماتها، ب ت، دار العربية للعلوم، بيروت لبنان.
41. حماد، نزيه، قضايا فقهية معاصرة في المال والاقتصاد، دار القلم، دمشق، سوريا، ط1، 1200م.
42. علي محمد أبو العز، التجارة الإلكترونية واحكامها في الفقه الإسلامي، ج1، ط2، 2012. دار النفائس للنشر والتوزيع
43. مهند سهوانة، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان، أسس تطبيق التجارة الإلكترونية، في مؤسسات الصغيرة، ب ت، ب ط، 2003م.
2. المصادر الانكليزية:
- شرح الهداية، دار الفكر، ب ط، ب ت، عدد الأجزاء: 10.
15. الزرقاء، مصطفى أحمد الزرقا، عقد البيع، دار القلم، دمشق، ط2، 2012م.
16. الزرقاء، مصطفى أحمد الزرقاء، شرح القانون المدني السوري، مطبعة جامعة دمشق، ط3، 1961م.
17. محمد عقلة إبراهيم، حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة (الهاتف البرقية (التلكس) في ضوء الشريعة والقانون، دار الضياء، عمان، ط 1، 1986م.
18. القباطي، منير علي عبد الرب القباطي، السقاف، عبد الرحمن صالح السقاف، جامعة العلوم الإسلامية ماليزيا: العدد 17، ص 3، (إجراء البيع والشراء عبر تقنيات الهاتف المحمول من منظور الشريعة الإسلامية، مقال نشر في مجلة جبل الدراسات المقارنة).
19. بكر، عصمت عبد المجيد بكر، دور التقنيات العلمية في تطور العقد، 2015م، دار الكتب العلمية، لبنان.
20. الطيار، عبدالله الطيار (2012)، الفقه الميسر ط2، الرياض، مدار الوطن، جزء 6.
21. الريان، أحمد الريان، خدمات الانترنت، منشورات المجمع الثقافي في ابي ظبي، ط1، 1997م كريستان كروملي، ألف باء الإنترنت، الدار العربية للعلوم، بيروت، ط 1، 1997م.
22. الجنكو، علاء الدين بن عبد الرزاق الجنكو، التقابض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة، ط 1، دار النفائس، عمان، 2004م.
23. العيوسي، إبراهيم العيسوي: 2000م، ط1، لتجارة الإلكترونية، مكتبة الاكاديمية.
24. رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، ط1، مصر، 1999م.
25. سهوانة، مهند، إبراهيم الحسن، عبيد الروضان، أسس تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجمعية الملكية، مركز تكنولوجيا المعلومات، عمان الأردن، 2004م.
26. الزحيلي: وهبة مصطفى الزحيلي، حكم إجراء العقود بوسائل الاتصال الحديثة، ط1، دار الكتاب العربي، بيروت لبنان، 1985م.
27. ابن هاشم، زهر الدين عبد الحمين بن هاشم، مقاصد البيوع، ط1، 2004م، جامعة يرموك، الأردن.
28. الخرشي، محمد بن عبد الله، حاشية الخرشي على مختصر خليل، دار الفكر، بيروت، د. ت، دار الكتب العلمية، ط1، 1997م.

الإسلامية ، ديوان الوقف السني مركز البحوث و الدراسات الإسلامية للنشر، العدد 6 ، مجلد (6).

2. البياتي، هبة أبراهيم صالح(2005)، تحليل المسار في نموذج الانحدار اللوجستي مع تطبيقي ق " رسالة ماجستير في علوم الاحصاء، جامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد

3. طه، كوثر سعيد (2006) ، استخدام أنموذج الانحدار اللوجستي في تحديد المتغيرات المؤثرة على بعض الامراض القلبية، رسالة ماجستير في علوم الاحصاء، جامعة صلاح الدين/ أربيل، كلية الادارة والاقتصاد .

4. عباس، علي خضر (2012) ، استخدام نموذج الانحدار اللوجستي في التنبؤ بالدوال ذات المتغيرات الاقتصادية التابعة النوعية"مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد، 2 ، العدد (2).

5. مولود، كوردستان أبراهيم (2000)، استخدام التحليل المميز لتشخيص أهم العوامل المؤثرة في التصنيف السريري لمرض القلب، رسالة ماجستير في علوم الاحصاء، جامعة صلاح الدين/ أربيل، كلية الادارة.

5. المواقع الالكترونية:

1. التجارة الإلكترونية والقبض، 1 مايو، 2015، 153,506
https://www.aliqtisadalislami.net
2. فوائد تسويق الانترنت ، 15/06/2020 على الموقع الالكتروني :
https://read.opensooq.com
3. أنور عمار، بحث نشر على موقع التجارة الالكترونية:
https:// www.loai.net
4. مجلس الفتوى السوري ، رقم الفتوى: 36، تاريخ الفتوى:
السبت ، 26 أيلول / سبتمبر 2020 م :
https://sy-sic.com/?p=8629
5. مجلة الاقتصاد الإسلامي، رمضان أبريل
2021: https://www.aliqtisadalislami.net
شروط جواز البيع والشراء عبر الإنترنت ، تاريخ
النشر:الأربعاء 10 شعبان 1423 هـ - 16-10-2002:
https://www.islamweb.net

1- Agresti, A(1990):” *Categorical Data Analysis* ” John Wiley Sons. Inc. New York.

2- Cox, D.R.(1970):” *The Analysis of Binary Data* ” Chapman and Hall, London.

3- Hamad , Karzan Faidh. (2016):” *Applying Logistic Regression Model to Study Some Statistical Measurements in Distinguishing Shapes of Mass in Medical Images* ” B.Sc. Statistical Sciences- Salahaddin University.

4- Menard, Scott. (2002):” *Applied Logistic Regression Analysis* ” Second Edition, Sage Publication, Inc.

5- Jarajda, Stepan and Box.(2003):”Econometrics of Panel Data and Limited Dependent Model”ecture Notes Series of Academy of Sciences of Th Czech Republic Economics Institut. <http://www.Cerge-ei-cs>.

3. القوانين والاحكام الشرعية:

1. المادة (٩١) من القانون المدني الأردني قانون المعاملات الإلكترونية الأردني المؤقت رقم (٨٥)، سنة (٢٠٠١ م).
 2. مجموعة من المؤلفين من الوزارة الأوقاف الكويتية ، الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف الكويتية، 2001.
 3. قرار مجمع الفقه الإسلامي في دورته السادسة، 1999م، رقم 53 (6/3) .
 4. قرار المجمع الفقه الإسلامي ، قرارات وتوصيات، 84 (9/1) .
 5. قرار مجمع فقه الدولي الإسلامي، رقم 85، - ج2، (عن بيع السلم) .
 6. مجلة الأحكام العدلية العثمانية ، 1876 م.
- #### 4. المجلات والبحوث والرسائل العلمية :
1. الذيب، جمال عبود محمد الذيب ، (2006)، حكم التجارة الالكترونية في الشريعة الإسلامية، مجلة البحوث والدراسات