

استراتيجية البيع في شركة "أمازون"

دراسة فقهية

**Amazon's Sales Strategy:
A Jurisprudential Study**

إعراءو

د/ محمد ممدوح شحاتة

**أستاذ الدراسات الإسلامية المساعد بكلية الآداب جامعة
المنيا**

استراتيجية البيع في شركة "أمازون" دراسة فقهية

محمد ممدوح شحاتة

قسم الفقه الإسلامي وأصوله - قسم الدراسات الإسلامية - كلية الآداب -
جامعة المنيا - جمهورية مصر العربية

البريد الإلكتروني: mahammed.mamdouh@mu.edu.eg

المخلص :

المخلص:

يشهد العالم تحولاً جذرياً في أنماط التجارة وأساليب البيع والشراء مع التوسع الهائل في استخدام الإنترنت والتقنيات الرقمية. وفي قلب هذا التحول، تبرز شركات التجارة الإلكترونية كقوى محركة للاقتصاد العالمي الرقمي، حيث استطاعت أن تغير مفاهيم السوق التقليدية وتخلق فرصاً وتحديات جديدة للمستهلكين والتجار على حد سواء. وتعد شركة أمازون (Amazon) في مقدمة هذه الشركات، إذ لم تكتفِ بتأسيس أكبر متجر إلكتروني على مستوى العالم، بل امتد تأثيرها ليشمل مجالات الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي والابتكار التكنولوجي، مما جعلها نموذجاً فريداً للدراسة والتحليل.

و تمثل شركة أمازون نموذجاً رائداً في مجال التجارة الإلكترونية، وقد ساهمت بشكل كبير في تشكيل ملامح هذا القطاع وتحديد اتجاهاته المستقبلية. فهم استراتيجياتها وسياساتها يكتسب أهمية خاصة لفهم ديناميكيات السوق الرقمي، و تمتلك أمازون تأثيراً اقتصادياً واسع النطاق، فهي ليست مجرد منصة للبيع بالتجزئة، بل أصبحت محركاً للنمو في قطاعات متعددة، وتؤثر في سلاسل الإمداد وسلوك المستهلك العالمي، مع التطور السريع في التجارة الإلكترونية، تبرز الحاجة إلى دراسة هذه المستجدات من منظور الشريعة الإسلامية وتقديم تكييف فقهي للممارسات التجارية الحديثة، بما يضمن توافقها مع القيم والمبادئ الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: شركة أمازون - استراتيجية البيع - التجارة الإلكترونية.

Amazon's Sales Strategy: A Jurisprudential Study

Mohammed Mamdouh Shehata

Department of Islamic Jurisprudence and Principles -

Department of Islamic Studies - Faculty of Arts -

Minya University - Arab Republic of Egypt

Email: mahammed.mamdouh@mu.edu.eg

Abstract:

The world is undergoing a radical transformation in trade patterns and buying and selling methods due to the massive expansion in internet usage and digital technologies. At the heart of this transformation, e-commerce companies emerge as driving forces of the global digital economy, having reshaped traditional market concepts and created new opportunities and challenges for consumers and merchants alike. Amazon stands at the forefront of these companies; it has not only established the world's largest online store but its influence has also extended to cloud computing, artificial intelligence, and technological innovation, making it a unique model for study and analysis.

Amazon represents a pioneering model in the field of e-commerce and has significantly contributed to shaping the characteristics of this sector and determining its future directions. Understanding its strategies and policies is particularly important for comprehending the dynamics of the digital market. Amazon possesses a wide-ranging economic impact; it is not merely a retail platform but has become a driver of growth in multiple sectors, influencing supply chains and global consumer behavior. With the rapid development in e-commerce, there is a pressing need to study these developments from an Islamic Sharia perspective and provide jurisprudential adaptation for modern commercial practices, ensuring their compatibility with Islamic values and principles.

Keywords: Amazon, Sales Strategy, E-commerce

مقدمة البحث:

يشهد العالم تحولًا جذريًا في أنماط التجارة وأساليب البيع والشراء مع التوسع الهائل في استخدام الإنترنت والتقنيات الرقمية. وفي قلب هذا التحول، تبرز شركات التجارة الإلكترونية كقوى محركة للاقتصاد العالمي الرقمي، حيث استطاعت أن تغير مفاهيم السوق التقليدية وتخلق فرصًا وتحديات جديدة للمستهلكين والتجار على حد سواء. وتعد شركة أمازون (Amazon) في مقدمة هذه الشركات، إذ لم تكتفِ بتأسيس أكبر متجر إلكتروني على مستوى العالم، بل امتد تأثيرها ليشمل مجالات الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي والابتكار التكنولوجي، مما جعلها نموذجًا فريدًا للدراسة والتحليل.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من عدة جوانب أساسية:

- دراسة نموذج رائد: تمثل شركة أمازون نموذجًا رائدًا في مجال التجارة الإلكترونية، وقد ساهمت بشكل كبير في تشكيل ملامح هذا القطاع وتحديد اتجاهاته المستقبلية. فهم استراتيجياتها وسياساتها يكتسب أهمية خاصة لفهم ديناميكيات السوق الرقمي.
- التأثير الاقتصادي: تمتلك أمازون تأثيرًا اقتصاديًا واسع النطاق، فهي ليست مجرد منصة للبيع بالتجزئة، بل أصبحت محركًا للنمو في قطاعات متعددة، وتؤثر في سلاسل الإمداد وسلوك المستهلك العالمي.
- التكيف الفقهي للمستجدات: مع التطور السريع في التجارة الإلكترونية، تبرز الحاجة إلى دراسة هذه المستجدات من منظور الشريعة الإسلامية وتقديم تكيف فقهي للممارسات التجارية الحديثة، بما يضمن توافقها مع القيم والمبادئ الإسلامية.

- حماية المستهلك: تتناول الدراسة جوانب تتعلق بحقوق المستهلك في التجارة الإلكترونية، مثل خيار الرد وضمن صلاحية المبيع، وهو ما يساهم في إثراء النقاش حول آليات حماية المستهلك في هذا الفضاء الرقمي.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات والأبحاث جوانب مختلفة من نشاط شركة أمازون وتأثيرها. فقد ركزت بعض الدراسات على استراتيجيات النمو والتوسع التي اتبعتها الشركة (Stone, 2013) ، بينما اهتمت دراسات أخرى بتحليل سياساتها التسويقية والبيعية. (Amiri & Vida, 2023) كما بحثت بعض الدراسات في تأثير أمازون على أسواق التجزئة التقليدية وسلوك المستهلكين. ومع ذلك، لم أجد رسالة أو بحث أكاديمي يتضمن الجاني الفقهي؛ لذا يظل التكيف الفقهي الشامل لمختلف جوانب عمل هذه الشركة، خاصة فيما يتعلق بسياسات البيع والضمان وحقوق المستهلك في ضوء المذاهب الفقهية المعاصرة، مجالاً يستحق المزيد من البحث والتدقيق.

منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث سيتم وصف وتحليل نشأة وتطور شركة أمازون وسياساتها في التسويق والبيع، بالإضافة إلى تكيف بعض ممارساتها مع أحكام الشريعة الإسلامية. ويتضمن هذا المنهج الخطوات التالية:

- جمع البيانات والمعلومات: سيتم جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بموضوع الدراسة من مصادر متنوعة تشمل:
- المصادر الثانوية: الكتب والدوريات العلمية المتخصصة في مجال التجارة الإلكترونية، وإدارة الأعمال، والتسويق، والفقه الإسلامي، بالإضافة إلى التقارير والدراسات الصادرة عن المؤسسات المتخصصة.

- المواقع الإلكترونية: المواقع الرسمية لشركة أمازون، والمواقع الإخبارية والاقتصادية الموثوقة التي تتناول أخبار وتحليلات الشركة.
- الدراسات السابقة: مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث للاستفادة من نتائجها وتحديد الفجوة المعرفية التي تسعى الدراسة الحالية لسدها.
- وصف وتحليل البيانات: بعد جمع البيانات والمعلومات، سيتم وصفها بشكل تفصيلي ومنظم، ثم تحليلها بشكل معمق لاستخلاص النتائج والكشف عن العلاقات بين المتغيرات المختلفة. سيشمل التحليل:
- تحليل تاريخي: لتتبع مراحل نشأة وتطور شركة أمازون واستراتيجياتها في كل مرحلة.
- تحليل وصفي: لسياسات أمازون التسويقية والبيعية وآليات عملها.
- تحليل مقارن: لمقارنة آراء المذاهب الفقهية المختلفة في المسائل المتعلقة بالبيع الإلكتروني وتأخير البدلين والضمان.
- تحليل نقدي: لتقييم مدى توافق ممارسات أمازون مع أحكام الشريعة الإسلامية وتقديم رؤى نقدية بناءً على الأدلة الشرعية.
- التكييف الفقهي: سيتم عرض الممارسات التجارية لأمازون المتعلقة بتأخير البدلين وضمان المبيع على آراء الفقهاء في المذاهب الإسلامية المختلفة، مع التركيز على الأدلة الشرعية التي يستند إليها كل رأي، ومحاولة تقديم تكييف فقهي لهذه الممارسات في ضوء المستجدات المعاصرة.
- استخلاص النتائج والتوصيات: في نهاية الدراسة، سيتم استخلاص النتائج الرئيسية التي تم التوصل إليها بناءً على التحليل، وتقديم مجموعة من التوصيات العملية والأكاديمية التي يمكن أن تساهم في

تطوير ممارسات التجارة الإلكترونية وتعزيز التوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية وحماية حقوق المستهلك.

أدوات البحث:

- ستعتمد الدراسة في جمع وتحليل البيانات على الأدوات التالية:
- استقراء النصوص: قراءة وتحليل النصوص المتعلقة بنشأة وتطور أمازون وسياساتها من المصادر الثانوية والمواقع الإلكترونية.
- تحليل المحتوى: تحليل محتوى الدراسات السابقة والمقالات والأخبار المتعلقة بموضوع البحث.
- التحليل المنطقي: استخدام المنطق والاستدلال العقلي في تحليل الآراء الفقهية ومقارنتها بالممارسات التجارية لأمازون.
- المقارنة الفقهية: مقارنة آراء الفقهاء في المسائل الشرعية المتعلقة بموضوع البحث.

خطة الدراسة:

سعيًا لتحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته، ستتبع الدراسة الخطة

المنهجية الآتية:

- المبحث الأول: النشأة والتطور التاريخي لشركة أمازون: سيتناول هذا المبحث المراحل الأساسية في نشأة الشركة وتأسيسها، مرورًا بتوسعها في مجالات المنتجات والأسواق الجغرافية، وصولًا إلى تطور نموذج عملها.
- المبحث الثاني: سياسة أمازون في التسويق والبيع: سيبسط هذا المبحث الضوء على الاستراتيجيات والسياسات التي تعتمد عليها أمازون في جذب العملاء وتحقيق المبيعات، بما في ذلك التسعير الديناميكي، ونظام التوصيات الذكية، وبرنامج "أمازون برايم"، وسياسات البيع عبر أطراف ثالثة.

- المبحث الثالث: تكييف نظام أمازون في تأجيل البدلين (الثن والمبيع): سيخصص هذا المبحث لدراسة مدى توافق سياسة أمازون التي تسمح بتأخير دفع الثمن حتى استلام المبيع مع أحكام الشريعة الإسلامية وآراء الفقهاء المعاصرين في البيع الإلكتروني.
 - المبحث الرابع: التكييف الفقهي لضمان البيع في أمازون: سيتناول هذا المبحث سياسات الضمان التي تقدمها أمازون، بما في ذلك مدة خيار الرد وضمان صلاحية المبيع، وتحليلها في ضوء المذاهب الفقهية المختلفة.
 - الخاتمة والتوصيات: سيتم في هذا الجزء تلخيص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وتقديم مجموعة من التوصيات بناءً على هذه النتائج.
- من خلال هذه الخطة، تسعى الدراسة إلى تقديم تحليل منهجي شامل لنموذج عمل شركة أمازون وتكييف بعض ممارساتها التجارية مع أحكام الشريعة الإسلامية، بما يساهم في إثراء المعرفة الأكاديمية وتقديم رؤى قيمة للمتعاملين في قطاع التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

شركة أمازون دراسة تاريخية

المطلب الأول: النشأة والتأسيس^(١):

أسس جيف بيزوس^(٢) شركة أمازون في عام ١٩٩٤، بعد أن ترك عمله في مجال التمويل بوول ستريت^(٣)، استوحى فكرة إنشاء متجر إلكتروني من تقرير يوضح النمو السريع لاستخدام الإنترنت، وقرر أن الكتب تمثل منتجًا مثاليًا للبداية نظرًا لتنوعها وسهولة شحنها. اختار بيزوس اسم "أمازون" لأن الحروف الأولى تظهر مبكرًا في الترتيب الأبجدي، ولأن نهر الأمازون هو الأطول والأكثر ضخامة في العالم، وهو ما يعكس طموحه في أن تصبح شركته الأكبر عالميًا.

(١) "متجر كل شيء" جيف بيزوس وعصر أمازون: براد ستون ٢٠١٣، كتاب يروي قصة تأسيس أمازون ونموها من شركة صغيرة إلى عملاق عالمي، مع التركيز على شخصية بيزوس واستراتيجياته، الناشر: ليتل، براون آند كومباني، ص ١٦

(٢) جيف بيزوس (Jeff Bezos) هو رجل أعمال ومهندس كمبيوتر أمريكي، وُلد في ١٢ يناير ١٩٦٤ في ألبوكيركي، نيو مكسيكو. تخرّج بمرتبة الشرف من جامعة برينستون عام ١٩٨٦، حيث درس الهندسة الكهربائية وعلوم الحاسوب. بدأ مسيرته المهنية في وول ستريت، وعمل في شركة الاستثمار D.E. Shaw & Co. في عام ١٩٩٤، أسس شركة أمازون (Amazon)، "متجر كل شيء: جيف بيزوس وعصر أمازون"، براد ستون، ٢٠١٣، ص ١٧.

(٣) بورصة وول ستريت هي: "أكبر سوق مالية في العالم من حيث القيمة السوقية للأسهم، وتقع في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية. تُعد المركز الرئيسي لتداول الأسهم والأوراق المالية في أمريكا والعالم، وتُدار من قبل بورصة نيويورك (NYSE)، التي تُعد من أقدم وأكبر أسواق الأوراق المالية"، حمدي عبد العظيم، أسواق المال والبورصات العالمية، الطبعة الأولى، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، ٢٠١١، ص ١٤٢.

وانطلقت أمازون رسمياً في يوليو ١٩٩٥، وعملت الشركة من مرآب منزل بيزوس، واعتمدت على بساطة التصميم، والسهولة في تقديم الطلبات، ووعدت بتوصيل الكتب بسرعة، وخلال أول شهر من انطلاق الموقع، تم إرسال الكتب إلى جميع الولايات الأمريكية وإلى أكثر من ٤٥ دولة. وبحلول عام ١٩٩٦، كانت أمازون قد استقطبت أكثر من ١٨٠ ألف عميل، وتجاوزت مبيعاتها السنوية المليون دولار، و في عام ١٩٩٧، طُرحت الشركة للاكتتاب العام، مما مكّنها من الحصول على تمويل لتوسيع أنشطتها المستقبلية.

المطلب الثاني: التوسع وتطور نموذج العمل^(١):

بعد النجاح الكبير في بيع الكتب، بدأت أمازون في عام ١٩٩٨ بإضافة منتجات جديدة مثل الموسيقى وأقراص الفيديو، وتوسعت لاحقاً لتشمل الإلكترونيات، الألعاب، الأدوات المنزلية، الملابس، وغيرها، حتى أصبحت تُعرف بـ"متجر كل شيء".

وبدأت أمازون توسعها الجغرافي في عام ١٩٩٨ بشراء مواقع تجارة إلكترونية في المملكة المتحدة وألمانيا، ثم أنشأت مواقع محلية بلغات وأسواق مختلفة، شملت اليابان، فرنسا، الصين، الهند، وإيطاليا، مما جعلها علامة تجارية عالمية بامتياز.

و استثمرت أمازون مبكراً في بناء شبكة لوجستية^(٢) متكاملة، تضم مراكز توزيع ضخمة، وخدمات توصيل سريعة، وتقنيات تتبع الطلبات.

(١) تحليل القضايا الاستراتيجية التسويقية في شركة أمازون: سونيا أميري، فيكتوريا فيدا، منصة: SEA - التطبيق العملي للعلوم، سنة النشر: ٢٠٢٣، ص ٣٤.

(٢) الشبكة اللوجستية هي: "مجموعة من المنشآت والمرافق والأنشطة المرتبطة فيما بينها، والتي تُستخدم لتخطيط وتنفيذ ومراقبة تدفق المواد الخام والمنتجات النهائية

وتعتبر هذه البنية أحد أسرار تميز الشركة، حيث تتيح توصيل المنتجات بسرعة وبتكلفة منخفضة نسبياً.

المطلب الثالث: استراتيجيات البيع والتسويق^(١):

تعتمد أمازون سياسة التسعير الديناميكي^(٢)، أي تغيير الأسعار تلقائياً بناءً على عوامل السوق، والمنافسة، وتوافر المنتجات، قد يتغير سعر المنتج عدة مرات في اليوم الواحد.

والمعلومات ذات الصلة من نقطة المنشأ إلى نقطة الاستهلاك بطريقة فعالة وبتكلفة مناسبة."، إدارة اللوجستيات وسلاسل الإمداد، جمعة محمود الزبير، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية، عمان، ٢٠١٦، ص ٥٤.

(١) استراتيجيات البيع والتسويق هي خطط شاملة تُعتمد من قبل المؤسسات لتوجيه أنشطتها التسويقية والبيعية نحو تحقيق أهداف محددة، مثل زيادة الحصة السوقية أو تعزيز الولاء للعلامة التجارية. تشمل هذه الاستراتيجيات تحليل السوق، وتحديد الجمهور المستهدف، وتطوير المزيج التسويقي (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، بالإضافة إلى اختيار قنوات البيع المناسبة. تُعتبر هذه الاستراتيجيات أدوات حيوية تساعد المؤسسات على التكيف مع التغيرات البيئية والتنافسية، مما يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، المالكي، هشام، والباشا، مها. "التحولات التكنولوجية وسوق العمل في صناعة الترجمة: الفجوة بين التعليم الأكاديمي وسوق العمل". المجلة المصرية للغات والترجمة، المجلد ٣، العدد ١، ٢٠٢٣، ص ٤٨.

(٢) التسعير الديناميكي هو استراتيجية تسعير تعتمد على تعديل أسعار المنتجات أو الخدمات بشكل مستمر بناءً على عوامل السوق المتغيرة مثل الطلب، والعرض، وسلوك المستهلك، والمنافسة، والوقت، والموقع الجغرافي. تهدف هذه الاستراتيجية إلى تعظيم الإيرادات من خلال تكيف الأسعار مع الظروف الحالية للسوق، "التسعير الديناميكي: التعريف، الآثار على المديرين، واتجاهات البحث المستقبلية"، مجلة البيع بالتجزئة، المجلد ٩٩، العدد ٤، ٢٠٢٣، ص ٥٨٠.

ويُعد نظام التوصيات الذكية^(١) من أقوى أدوات التسويق في أمازون، حيث يتم تحليل سلوك المستخدم وتقديم اقتراحات شراء مخصصة له، مما يعزز من فرص البيع ويزيد من متوسط قيمة السلة الشرائية. وأطلقت الشركة خدمة "أمازون برايم" عام ٢٠٠٥، التي تتيح للمشاركين مزايا مثل التوصيل المجاني والسريع، والوصول إلى منصات بث الفيديو والموسيقى، مما عزز الولاء للعلامة التجارية. وتوفر أمازون للبائعين الخارجيين إمكانية بيع منتجاتهم على منصتها، مقابل عمولات. يشكل هؤلاء البائعون نسبة كبيرة من إجمالي المبيعات، وهو ما يسمح لأمازون بتوسيع المعروض دون الحاجة إلى امتلاك المخزون.

(١) نظام التوصيات الذكية هو تقنية تعتمد على خوارزميات تعلم الآلة والذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات التاريخية للمستخدمين، بهدف تقديم اقتراحات وتوصيات مخصصة تتناسب مع تفضيلاتهم وسلوكياتهم. يستخدم النظام هذه البيانات لتحسين التجربة الشخصية للمستخدم، مثل التوصية بالمنتجات أو الخدمات في مواقع التجارة الإلكترونية أو توصيات المحتوى في منصات الفيديو. "، سليمان، أحمد عبد الله. الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في نظم التوصية. القاهرة: دار النشر الجامعي، ٢٠٢٠م، ص ٧٨.

المطلب الرابع: الحوسبة السحابية وأمازون ويب سيرفيسز (AWS) (١):

أطلقت خدمة AWS في عام ٢٠٠٦، وبدأت بتقديم خدمات تخزين البيانات، ومعالجة الطلبات، وتوفير بنية تحتية لتطبيقات الإنترنت، وتطورت لتشمل الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، وخدمات الأمن السيبراني (٢)(٣).

وتمثل AWS اليوم أحد أكبر مصادر دخل أمازون، وتستخدمها آلاف الشركات والحكومات حول العالم. ساهمت في توفير مصدر دخل ثابت عالي الربحية للشركة، وساعدت على تنويع مصادر الإيرادات بعيداً عن تجارة التجزئة فقط.

(١) خدمة Amazon Web Services (AWS) هي منصة حوسبة سحابية شاملة ومتكاملة تقدمها شركة أمازون، وتُعدّ من أكثر المنصات اعتماداً وانتشاراً عالمياً، "نظرة عامة على خدمات أمازون ويب (AWS)"، "نظرة عامة على خدمات أمازون ويب (AWS)"، تاريخ النشر (أحدث نسخة): ٢٠٢٣، الرابط:

<https://docs.aws.amazon.com/pdfs/whitepapers/latest/aws-overview/aws-overview.pdf>

(٢) "الأمن السيبراني هو مجموعة من الوسائل التقنية والإدارية التي يتم استخدامها لمنع الاستخدام غير المصرح به، أو سوء الاستخدام، واستعادة المعلومات الإلكترونية، وأنظمة الاتصالات والمعلومات، وذلك لضمان توافر المعلومات، وسريتها، وسلامتها"، العريني، محمد بن عبد الله. الأمن السيبراني: المفهوم والتحديات. الرياض: مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٩م، ص ٢٥.

(٣) توصيف دورة حياة المنتج في التسويق الرقمي: سانتوش ك. س.، أرجون موكيرجي، المنصة: arXiv، سنة النشر: ٢٠١٧، ص ٤١٠.

المطلب الخامس: الابتكار والتكنولوجيا^(١):

توظف أمازون تقنيات الذكاء الاصطناعي في كافة أنشطتها: من التوصيات، إلى إدارة المخزون، إلى تحليل البيانات الكبيرة. كذلك، طورت المساعد الصوتي "أليكسا"، والذي أصبح جزءًا من ملايين المنازل. وأطلقت أمازون أجهزة مثل "كيندل"^(٢) (لقراءة الكتب الإلكترونية)، و"فاير تي في"، و"إيكو"، لتكون منصات متكاملة تروج من خلالها لمنتجاتها وخدماتها.

وفي مراكز التوزيع، تعتمد الشركة على روبوتات ذكية لتنظيم الطلبات. كما تختبر استخدام طائرات دون طيار لتسليم الطلبات في زمن قياسي لا يتجاوز ٣٠ دقيقة.

المطلب السادس: المسؤولية الاجتماعية والانتقادات^(٣):

واجهت أمازون انتقادات تتعلق بعدم دفع ضرائب كافية، وسوء ظروف عمل بعض موظفيها، والممارسات الاحتكارية، والضغط على الموردين الصغار.

(١) دراسة استراتيجية: نمو شركة أمازون: تيفي ألونسو، منصة: Cascade، سنة النشر: ٢٠٢٢، ص ٢٥١.

(٢) أجهزة كيندل هي: "أجهزة إلكترونية محمولة من إنتاج شركة أمازون، تُستخدم لقراءة الكتب الإلكترونية والمجلات والصحف، وتتميز بشاشات خاصة تقلل من إجهاد العين، وتتيح تخزين عدد كبير من الكتب وإمكانية تحميلها عبر الإنترنت"، الكتب الإلكترونية والنشر الرقمي: المفهوم والتطبيقات، محمد عبد الحميد، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض، ٢٠١٨، ص ١١٢.

(٣) "استراتيجية التسويق منهج يركز على اتخاذ القرار"، كومار، ن. (٢٠١٨)، كتاب أكاديمي يشرح نظريات واستراتيجيات التسويق، ويتضمن حالات تطبيقية منها سياسة أمازون، الناشر: سينغيج ليرنينغ، ص ٤٠٦.

وبرغم الانتقادات، أطلقت الشركة العديد من المبادرات الاجتماعية مثل دعم التعليم، والطاقة المتجددة، والتبرع لمتضرري الكوارث، كما التزمت بأن تكون عملياتها خالية من الكربون بحلول عام ٢٠٤٠. ومثلت شركة أمازون تحولاً جذرياً في أساليب البيع، وسلوك المستهلك، وهيكل سلاسل الإمداد. ورغم التحديات، فقد تمكنت من بناء نموذج أعمال مستدام، ومتنوع، ويعتمد على الابتكار، ومع استمرار تطورها، يتوقع أن تظل أحد اللاعبين الكبار في الاقتصاد العالمي الرقمي.

المبحث الثاني

سياسة أمازون في التسويق والبيع

المطلب الأول: سياسة التسويق^(١):

اتخذت شركة أمازون عدة سياسات في التعامل مع العملاء تتمثل في

الآتي:

١. **التركيز على العميل:** يُعد شعار أمازون: "العميل أولاً" هو الأساس الذي تُبنى عليه جميع السياسات. وتتمثل مظاهره في:
 - سهولة تجربة المستخدم عبر تصميم موقع وتطبيق مبسط.
 - نظام تقييمات ومراجعات يعزز من ثقة المستهلكين.
 - سرعة التوصيل ودقة المواعيد.
 - خدمة عملاء فعالة على مدار الساعة.
٢. **التسعير الديناميكي (Dynamic Pricing)^(٢):** تعتمد أمازون على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتغيير الأسعار بشكل ديناميكي وفقاً لعوامل مثل: المنافسة، الطلب، والموسمية.
٣. **البيع عبر أطراف ثالثة (Marketplace)^(٣):** تُتيح أمازون للبائعين المستقلين عرض منتجاتهم على منصتها، مما يوسع قاعدة المنتجات

(١) "متجر كل شيء" جيف بيزوس وعصر أمازون: ص ١٢٧.

(٢) استراتيجية التسويق منهج يركز على اتخاذ القرار: ص ٢١٦.

(٣) تحليل تجريبي للتسعير الخوارزمي في سوق أمازون، تشن، إل.، ميسلوف، أ.وويلسون، س. (٢٠١٦)، دراسة علمية توضح كيف تستخدم أمازون خوارزميات لتعديل الأسعار بشكل تلقائي وديناميكي. منشورة في: وقائع المؤتمر الدولي الخامس والعشرين للويب العالمي.

ويزيد المنافسة الداخلية، وفي المقابل تحصل أمازون على عمولة ونسبة من الأرباح.

٤. برنامج (Amazon Prime) ^(١): تُعد عضوية Amazon Prime من أبرز أدوات التسويق، حيث يحصل المشترك على خدمات حصرية مثل الشحن المجاني السريع، ومحتوى فيديو، مما يعزز الولاء للعلامة التجارية.

المطلب الثاني: سياسة التسويق:

تعتمد شركة أمازون على سياسات عدة في تسويق منتجاتها وهي:

١. التحكم في سلسلة الإمداد ^(٢):

طورت أمازون شبكة متكاملة من المخازن الذكية (Fulfillment Centers) الموزعة في العالم، تدار بأنظمة آلية متقدمة تعتمد على الروبوتات والذكاء الاصطناعي.

(١) المرجع السابق.

(٢) "استراتيجية التسويق منهج يركز على اتخاذ القرار"، كومار، ن. (٢٠١٨)، ص ٢٣٣.

٢. أمازون (Fulfillment by Amazon) FBA^(١):

تُمكن هذه الخدمة البائعين من تخزين منتجاتهم في مستودعات أمازون، بينما تتولى الشركة عمليات التغليف والشحن وخدمة العملاء، مما يساهم في توحيد معايير الجودة^(٢).

٣. التوسع في أساليب التوصيل^(٣):

تستثمر أمازون في وسائل توصيل مبتكرة مثل الطائرات دون طيار (PrimeAir)^(٤) والسيارات ذاتية القيادة، لتقليل التكاليف وتسريع عمليات التوصيل.

٤. البيع الدولي وتوطين السياسات^(٥):

تعتمد أمازون استراتيجية توطين (Localization)^(١) في دخول الأسواق العالمية، مثل إطلاق منصات بلغات محلية وتعديل الأسعار بناءً

(١) الوفاء من قبل أمازون (Fulfillment by Amazon – FBA) هو خدمة تقدمها شركة أمازون للبائعين تتيح لهم تخزين منتجاتهم في مستودعات أمازون، حيث تتولى الشركة مسؤولية تخزين السلع، وتغليفها، وشحنها إلى العملاء، إضافة إلى تقديم خدمات الدعم اللوجستي وخدمة العملاء بالنيابة عن البائع، إياد حماد، التجارة الإلكترونية: الأسس والتطبيقات العملية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٠، ص ٢٣٣.

(٢) "استراتيجية التسويق منهج يركز على اتخاذ القرار"، كومار، ن. (٢٠١٨)، ص ٢٣٣.

(٣) الموقع الرسمي لشركة أمازون (Amazon.com).

(٤) "Prime Air" هي خدمة توصيل مبتكرة من شركة أمازون تعتمد على استخدام الطائرات بدون طيار (الدرونز) لتوصيل الطرود الصغيرة إلى العملاء في غضون ٣٠ دقيقة أو أقل. تهدف هذه الخدمة إلى تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت من خلال تقليل وقت التسليم وزيادة الكفاءة.

(٥) الموقع الرسمي لشركة أمازون (Amazon.com).

على الظروف الاقتصادية والثقافية لكل بلد، ومع ذلك فإن دخولها إلى بعض الأسواق مثل الصين والهند واجه تحديات متعلقة بالمنافسة والتشريعات المحلية.

٥. سياسات أمازون التنافسية والاحتكارية^(٢):

رغم نجاح أمازون، فإنها تواجه اتهامات من عدة حكومات ومؤسسات بممارسات احتكارية، مثل: استخدام بيانات البائعين لتطوير منتجات منافسة، و الضغط على الموردين لخفض الأسعار، والسيطرة على سلاسل التوريد.

=

(١) التوطين هو: "عملية تكيف منتج أو خدمة لتناسب ثقافة وسوق معينة، بما يتجاوز الترجمة اللغوية لتشمل الجوانب الثقافية والتقنية والاقتصادية. يتضمن ذلك تعديل المحتوى ليتماشى مع العادات والتقاليد المحلية، وتنسيقات التواريخ والأرقام، والعملات، وأسلوب التواصل، لضمان تجربة مستخدم ملائمة وفعالة في السوق المستهدفة"، المالكي، هشام، والباشا، مها. "التحولات التكنولوجية وسوق العمل في صناعة الترجمة: الفجوة بين التعليم الأكاديمي وسوق العمل". المجلة المصرية للغات والترجمة، المجلد ٣، العدد ١، ٢٠٢٣، ص ٤٨.

(٢) مفارقة مكافحة الاحتكار في أمازون: لينا خان (٢٠١٧)، مقالة قانونية تناقش كيف تتجاوز أمازون قواعد المنافسة العادلة رغم استفادتها من الأسعار المنخفضة وخدمة العملاء، منشورة في: مجلة بيل للقانون، المجلد ١٢٦، العدد ٣، الصفحات ٧١٠-٨٠٥.

المبحث الثالث

تكييف نظام أمازون في تأجيل البدلين (الثن والمبيع)

في هذه الصورة لا يرغب المشتري بدفع الثمن عند إتمام الطلب - وهو وقت العقد-، بل يرغب بتأخير تسليم الثمن إلى حين قبض السلعة ومعابنتها والتأكد من وصولها وعدم ضياعها، وهي أمور قد تحصل عند نقل الشحنات في عملية التجارة الإلكترونية، وهي صورة شائعة في البيع الإلكتروني .

فما صحة العقد مع عدم تحقق قبض الثمن والمبيع في هذه الصورة: لقد اختلف الفقهاء المعاصرين في الشراء الإلكتروني والدفع عند استلام السلعة في غير شراء الربوي بجنسه إن تم العقد قبل ذلك على قولين :

القول الأول : الجواز وهو قول مذهب الحنفية^(١) و المالكية^(٢) بعض الباحثين ، فلا يوجد مانع شرعي يقضي بمنع دفع الثمن مؤجلاً عند تسليم السلعة من حيث ثمن مؤجل^(٣) قال ابن قدامة : " نقل المبيع، وتفرغ ملك البائع منه على المشتري، كتقل الطعام المبيع من دار البائع. ويفارق الكيل، والوزن، فإنهما على

(١) بدائع الصنائع ، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي (ت: ٥٨٧هـ)، دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م ، (٧٩/٦) ، .
تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشلبي ، (٨٧/٤).

(٢) الفروق ، القرافي، (٢٤/٣)

(٣) أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي ، عدنان بن جعان بن محمد الزهراني ، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الفقه الإسلامي ، ص ٣٠٢ .

البائع؛ لأنهما من مؤنة التسليم إلى المشتري، والتسليم على البائع، وما هنا حصل التسليم بالتخلية بدون القطع، بدليل جواز بيعها، والتصرف فيها"^(١)
القول الثاني : التحريم وهو قول الظاهرية قال ابن حزم^(٢) : " فليس لأحد أن يعقد في دمه، ولا في ماله، ولا في عرضه، ولا في بشرته عقداً، ولا أن يلتزم في شيء من ذلك حكماً، إلا ما جاء النص بإيجابه باسمه، أو بإباحته باسمه. فصح أن العقود التي أمر الله تعالى بالوفاء بها إنما هي العقود المنصوص عليها بأسمائها، وأن كل ما عداها فحرام عقده"^(٣)
أدلة الفقهاء

(أ) أدلة القول الأول

ويستدل القول الأول القائل بالجواز ببعض الأدلة منها:

الدليل الأول

أن الأصل في العقود رضا المتعاقدين، وموجبها هو ما أوجباه على أنفسهما بالتعاقد؛ لأن الله قال في كتابه العزيز: ﴿ أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾

(١) المغني لابن قدامة ، (٧٢/٤).

(٢) هو: أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم القرطبي الأندلسي الظاهري، كان أبوه وزيراً كما كان هو وزيراً للمستظهر بالله عبد الرحمن بن هشام، ثم ترك الوزارة وأقبل على العلم، تلقى العلم في صغره من أبي علي الحسين بن علي الفاسي وغيره، له مؤلفات كثيرة منها: المحلى، ومراتب الإجماع، توفي ٤٥٦هـ. انظر تذكرة الحفاظ للذهبي: ٢٢٧/٣.

(٣) المحلى بالآثار، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي [الظاهري]، تحقيق: عبدالغفار سليمان البنداري، دار الفكر - بيروت ، (٣٤/٧).

{ [سورة النساء: ٢٩]. وقال: ﴿ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ مِمَّا قَلَّ مِنْهُ أَوْ كَثُرَ نَصِيبًا مَّفْرُوضًا ﴾^(١) ، فعلق جواز الأكل بطيب النفس تعليق الجزاء بشرطه، فدل على أنه سبب له، وهو حكم معلق على وصف مشتق مناسب. فدل على أن ذلك الوصف سبب لذلك الحكم. وإذا كان طيب النفس هو المبيح لأكل الصداق، فكذلك سائر التبرعات، قياساً عليه بالعلة المنصوصة التي دل عليها القرآن. وكذلك قوله: ﴿ يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ ۖ وَخَلَقَ الْإِنْسَانَ ضَعِيفًا ﴾^(٢) ، لم يشترط في التجارة إلا التراضي، وذلك يقتضي أن التراضي هو المبيح للتجارة. وإذا كان كذلك فإذا تراضى المتعاقدان بتجارة أو طابت نفس المتبرع بتبرع، ثبت حله بدلالة القرآن، إلا أن يتضمن ما حرمه الله ورسوله، كالتجارة في الخمر ونحو ذلك^(٣).

الدليل الثالث

الأصل في العبادات الحل ، وهذه المعاملة تمت برضا البائع والمشتري ، وليس فيها ما يجعلها محرمة قال ابن القيم: "والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان والتحريم"^(٤)

(١) سورة النساء ، من الآية (٤)

(٢) سورة النساء ، من الآية (٢٩)

(٣) القواعد النورانية الفقهية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم بن عبد السلام بن عبد الله بن أبي القاسم بن محمد ابن تيمية الحراني الحنبلي الدمشقي (المتوفى: ٧٢٨هـ)، حققه وخرج أحاديثه: د أحمد بن محمد الخليل، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية

الطبعة: الأولى، ١٤٢٢هـ، ص ٢٨٠، مجموع الفتاوى ، (٢٩/١٥٥).

(٤) إعلام الموقعين، محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية

الدليل الرابع

ومما يميز فقه المعاملات في الشريعة الإسلامية أنه مبني على مراعاة العلل والمصالح وباستطاعة المتأمل والدارس أن يستوعب ويستنبط الحكم والعلل للمعاملات التي شرعها الله للناس، بخلاف العبادات فإنها تعبدية بعضها معلل وبعضها غير معلل، وهذا المعنى ذكره الشاطبي^(١) في موافقاته حيث قال: "الأصل في العبادات بالنسبة إلى المكلف التعبد دون الالتفات إلى المعاني، وأصل العادات الالتفات إلى المعاني".^(٢)

الدليل الخامس

كما نجد المبيع فيقيد إلكترونياً باسم المشتري من حين إتمام الطلب، ويتم تجهيزه وتغليفه وإعداده للشحن، فالبيع وقع حالاً لا مؤجلاً، وإنما احتاج البائع بعض الوقت لنقل المبيع وتسليمه وأما الثمن فلم يؤجل أيضاً، وإنما طلب المشتري رؤية البيع ومعاينته ووصوله إليه حتى ينقد

(المتوفى: ٧٥١هـ، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤١١هـ - ١٩٩١م، (١/٢٥٩).

(١) هو: أبو إسحاق، إبراهيم بن موسى بن محمد، الشهير بالشاطبي، اللخمي الغرناطي المالكي، الإمام المحدث المتبحر الأصولي، له مؤلفات منها: «الموافقات في أصول الفقه - ط» و«الاتفاق في علم الاشتقاق» و«المجالس» شرح به كتاب البيوع من صحيح البخاري، وتوفي سنة (٧٩٠هـ). ينظر ترجمته في: فهرس الفهارس (١/١٩١) والأعلام للزركلي (١/٧٥)

(٢) الموافقات، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي (المتوفى: ٧٩٠هـ)، تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن عفان، الطبعة: الأولى ١٤١٧هـ / ١٩٩٧م، (٢/٥١٣).

الثمن، والمشتري راغب بتسليم الثمن واستلام المبيع في أسرع وقت، وسرعة توصيل المبيعات أمر تتنافس عليه شركات الشحن لنيل ود العملاء^(١)

(ب) أدلة القول الثاني

لقد استدلت أصحاب القول الثاني بعدة أدلة منها :

الدليل الأول : عن عائشة -رضي الله عنها- قالت : " أن رسول الله، قال : «من عمل عملا ليس عليه أمرنا فهو رد»^(٢).

وجه الدلالة :

فصح بهذا النص بطلان كل عقد عقده الإنسان والتزمه إلا ما صح أن يكون عقدا جاء النص أو الإجماع بإلزامه باسمه أو بإباحة التزامه بعينه^(٣).

ونوقش:

ولقد رد على هذا الاستدلال بأن الحديث يحتمل قول الظاهرية ويحتمل قول الجمهور الذي فسروه بمناقضة الشريعة^(٤) ، وهو أيضا من

(١) تأجيل دفع الثمن في عقود التجارة الإلكترونية- دراسة فقهية ، أسماء بنت محمد العمري ، بحث بمجلة كلية الدراسات الإسلامية بالإسكندرية ، العدد التاسع والثلاثين ، الإصدار الأول ، الجزء الثالث ، ص 1854

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه ، كتاب الأقضية، باب نقض الأحكام الباطلة، ورد محدثات الأمور، (١٧١٨) ، (١٣٤٣/٣)

(٣) الإحكام في أصول الأحكام، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم (ت ٤٥٦ هـ)، قوبلت على الطبعة التي حققها: الشيخ أحمد محمد شاكر، قدم له: الأستاذ الدكتور إحسان عباس، دار الآفاق الجديدة، بيروت ، ابن حزم (٣٢/٥)

(٤) ولاية الله والطريق إليها، محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني (المتوفى: ١٢٥٠ هـ)، تحقيق: إبراهيم إبراهيم هلال، دار الكتب الحديثة - مصر / القاهرة، ص ٢٣٦

التعسير والتشديد المخالف لما استقرت عليه هذه الشريعة المطهرة^(١) "والدليل إذا تطرق إليه الاحتمال سقط به الاستدلال"^(٢)

الدليل الثاني : عن عائشة رضى الله عنها، قالت: جاءتني بريرة فقالت: كاتبت أهلي على تسع أواق، في كل عام وقية، فأعينيني، فقلت: إن أحب أهلك أن أعدها لهم، ويكون ولاؤك لي فعلت، فذهبت بريرة إلى أهلها، فقالت لهم فأبوا ذلك عليها، فجاءت من عندهم ورسول الله ، جالس، فقالت: إني قد عرضت ذلك عليهم فأبوا إلا أن يكون الولاء لهم، فسمع النبي ، فأخبرت عائشة النبي ، فقال: «خذيها واشترطي لهم الولاء، فإنما الولاء لمن أعتق»، ففعلت عائشة، ثم قام رسول الله ، في الناس، فحمد الله وأثنى عليه، ثم قال: «أما بعد، ما بال رجال يشترطون شروطا ليست في كتاب الله، ما كان من شرط ليس في كتاب الله فهو باطل، وإن كان مائة شرط، قضاء الله أحق، وشرط الله أوثق، وإنما الولاء لمن أعتق»^(٣)

(١) شرح سنن النسائي ، (٢١/٢٩٠)

(٢) رَفَعُ النَّقَابِ عَن تَنْقِيحِ الشَّهَابِ، أبو عبد الله الحسين بن علي بن طلحة الرجراجي ثم الشوشاوي السملالي (المتوفى: ٨٩٩هـ)، د. أحمد بن محمد السراح، د. عبد الرحمن بن عبد الله الجبرين، أصل هذا الكتاب: رسالتي ماجستير، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع، الرياض - المملكة العربية السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م ، (٦/١٣٤)

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه ،كتاب البيوع ، باب إذا اشترط شروطا في البيع لا تحل ، برقم (٢١٦٨) ، (٣/٧٣) ، وأخرجه مسلم في صحيحه ، كتاب العتق ، باب إنما الولاء لمن أعتق، برقم (٢١٦٨) ، (٣/٧٣)

وجه الدلالة

أن من التزم أن يفعل شيئاً ... فقد خالف أمر الله تعالى، وإذا خالف أمر الله تعالى لم يلزمه عقد خالف فيه أمر ربه ، بل هو معصية يلزمه أن يستغفر الله ، منه^(١)

الدليل الثالث : إن الشريعة شاملة لكل شيء، وقد تكفلت ببيان ما يحقق مصالح الأمة، ومنها العقود، على أساس من العدل، وليس من العدل ترك الحرية للناس في عقد ما يريدون من العقود، وإلا أدى ذلك إلى هدم نظام الشريعة^(٢)

الدليل الرابع : أن هذا البيع مؤجل بمؤجل فقد تم العقد مع تأجيل البدلين فلم يدفع المشتري الثمن ولم يسلم المبيع وقد يتأخر تسليم المبيع لأيام أو أسابيع وهو من بيع الدين بالدين وقد ورد النهي عن بيع المؤجل بالمؤجل بنص الحديث "تهى النبي عن بيع الكالئء بالكالئء"^(٣)

الدليل الخامس : أن هذا مرده إلى الغرر المنهي عنه، فالشريعة تغتفر دفع الثمن في البيع مؤجل الثمن مع تسليم المبيع، وتغتفر تأجيل

(١) المحلى بالآثار ، ابن حزم ، (٣٤/٧)

(٢) الفقه الإسلامي وأدلته ، (٣٠٤٨/٤)

(٣) أخرجه البيهقي في سننه ، كتاب البيوع، باب: لا يجوز السلف حتى يدفع المسلف ثمن ما سلف فيه،، برقم (١١٢١٩)، (٣٩٣/١١) رَوَاهُ الْحَاكِمُ وَقَالَ صَحِيحٌ عَلَى شَرْطِ مُسْلِمٍ ظَنَّا مِنْهُ أَنَّ مُوسَى الَّذِي فِي سَنَدِهِ هُوَ ابْنُ عَقَبَةَ وَإِنَّمَا هُوَ مُوسَى بْنُ عُبَيْدَةَ الرِّبْذِيِّ ضَعَّفُوهُ وَقَالَ ابْنُ سَعْدٍ ثِقَةٌ كَثِيرٌ الْحَدِيثُ لَيْسَ بِحُجَّةٍ يَنْظُرُ : تحفة المحتاج إلى أدلة المنهاج ، (٢٣٤/٢) ، ولقد ضعفه الألباني في إرواء الغليل ، (٢٢٠/٥).

تسليم المبيع في السلم بشرط دفع الثمن. أما هذه الصفة فقد تأجل البدلين وهو غرر فاحش لا يغتفر عنه^(١)

المناقشة والترجيح

من خلال ما تم عرضه وقبل الترجيح في هذه المسألة لا بد وأن نطرح سؤال هام في ذلك حتي نصل للحكم الراجح ما هو ضابط التأجيل؟ وما الفرق بينه وبين تأخير دفع الثمن؟ وهل تأخير القبض بدون ضرب أجل داخل في صورة البيع المؤجل. فحتى نخرج من صورة بيع الدين بالدين هل يشترط الطول والتقابض، أو أن القبض ليس بشرط ويكفي عدم اشتراط التأجيل في العقد. فإن تأخر القبض بدون تأجيل، مثل أن يقول: اشتريت منك مائة صاع بر بمائة ريال ولم يسلمه، على أن يأتي به العصر أو الغد أو بعد غد لكن الثمن غير مؤجل هل يصح أم لا؟

والفرق بين العقد الذي اشترط فيه التأجيل والعقد الذي أخر فيه القبض بلا اشتراط تأجيل أنه في الصورة الأولى: يلزم المشتري بذل الثمن بمجرد تمام العقد وللبائع مطالبته به. وأما في الصورة الثانية: فإن البائع لا يملك حق المطالبة بالثمن قبل مضي الأجل المتفق عليه.

وقد أشار الفقهاء رحمهم الله لهذا الفرق، جاء في الحاوي الكبير حيث قال: "فأما قوله: مؤجلاً: يعني به تأجيل تسليم المبيع، كقوله بعتك دارا بالبصرة، أو بغداد، على أن أسلمها إليك بعد شهر، فهذا باطل، لأنه عقد على عين بشرط تأخير القبض، وذلك غير جائز. فإن قيل: فقبض الغائب لا بد أن يكون مؤخراً. قيل: هو مؤخر بغير أجل محدود، فجاز، وليس كذلك مع الشرط؛ لأنه قد يقدر على التسليم قبل الأجل، فيؤخره لأجل

(١) تأجيل دفع الثمن في عقود التجارة الإلكترونية- دراسة فقهية، أسماء بنت محمد

الشرط، وقد لا يقدر عليه عند الأجل، فيلزم تسليم ما لا يقدر عليه بالشرط^(١)

والباحث يرجح القول الأول بجواز تأجيل الثمن لحين استلام المبيع ، وهو ما يتعارف عليه أكثر الناس كما أقره مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في دورة مؤتمره التاسع بأبوظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة من ١ إلى ٦ ذي القعدة ١٤١٥ هـ الموافق ١-٦ أبريل ١٩٩٥ م.

بعد اطلاعه على البحوث الواردة إلى المجمع بخصوص موضوع: (السلم وتطبيقاته المعاصرة) وبعد استماعه إلى المناقشات التي دارت حوله، قرر أولاً بشأن (السلم) ما يلي :

أ-السلع التي يجري فيها عقد السلم تشمل كل ما يجوز بيعه ويمكن ضبط صفاته ويثبت ديناً في الذمة، سواء أكانت من المواد الخام أم من المزروعات أم المصنوعات.

بيجب أن يحدد لعقد السلم أجل معلوم ، إما بتاريخ معين، أو بالربط بأمر مؤكد الوقوع ولو كان ميعاد وقوعه يختلف اختلافاً يسيراً لا يؤدي للتنازع كموسم الحصاد.

ج- الأصل تعجيل قبض رأسمال السلم في مجلس العقد ويجوز تأخيره ليومين أو ثلاثة ولو بشرط، على أن لا تكون مدة التأخير مساوية أو زائدة عن الأجل المحدد للسلم.

د- لا مانع شرعاً من أخذ المسلم (المشتري) رهناً أو كفيلاً من المسلم إليه (البائع).

هـ - يجوز للمسلم (المشتري) مبادلة المسلم فيه بشيء آخر - غير النقد- بعد حلول الأجل، سواء كان الاستبدال بجنسه أم بغير جنسه. حيث

(١) الحاوي الكبير ، (٢٥/٥)

إنه لم يرد في منع ذلك نص ثابت ولا إجماع، وذلك بشرط أن يكون
البذل صالحاً لأن يجعل مسلماً فيه برأس مال السلم.

و- إذا عجز المسلم إليه عن تسليم المسلم فيه عند حلول الأجل فإن المسلم
(المشتري) يخير إلى أن يوجد المسلم فيه أو فسخ العقد وأخذ رأس ماله،
وإذا كان عجزه عن إيسار فنظرة إلى ميسرة.

ز- لا يجوز الشرط الجزائي عن التأخير في تسليم المسلم فيه؛ لأنه عبارة
عن دين، ولا يجوز اشتراط الزيادة في الدين عند التأخير.

ح- لا يجوز جعل الدين رأس مال للسلم لأنه من بيع الدين بالدين^(١).
كما اختلف الفقهاء رحمهم الله في حكم تأخير القبض دون اشتراط الأجل
على قولين:

الأول: الجواز مع عدم اشتراط الأجل وهو قول جمهور الفقهاء الحنفية^(٢)
والمالكية^(٣) والشافعية^(٤)

قال الكاساني: "ومبادلة الدين بالدين إنما تجوز فيما لا يحتاج إلى قبض
في المجلس وهنا يحتاج إلى القبض"^(٥)

الثاني: عدم الجواز؛ لأنه بيع دين بدين، حيث إن الثمن والمبيع غير
معلومان، وهو مذهب الحنابلة^(٦) قال البهوتي: "عين بعين أو دين

(١) مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في دورة مؤتمره التاسع بأبوظبي بدولة الإمارات العربية
المتحدة من ١ إلى ٦ ذي القعدة ١٤١٥هـ الموافق ١-٦ أبريل ١٩٩٥م.

(٢) المبسوط، السرخسي، (١٥٠/٣٠)

(٣) البيان والتحصيل، ابن رشد، (٢٠٨/٧)

(٤) نهاية المطلب في دراية المذهب للجويني، (١٩٥/٥)، البيان في مذهب الإمام
الشافعي للعرماني، (٤٣٣/٥)

(٥) المبسوط، السرخسي، (١٥٠/٣٠)

(٦) الروض المربع بشرح زاد المستتقع مختصر المقنع، البهوتي، (١٩٣/٢)، حاشية

أو منفعة، دين بعين أو دين - بشرط الحلول والتقابض قبل التفريق -
أو بمنفعة، منفعة بعين أو دين أو منفعة^(١) فهذا اشترط بيع الدين بالدين
الحلول والتقابض.

فهنا سياسة أمازون لا تلزم العميل بالدفع كما أن العميل لا يشترط
عليها عدم الدفع ، بل التوافق بأن يكون التقابض وتسليم المبيع في نفس
الوقت المحدد المتفق عليه مسبقاً، من خلال مندوب الشحن.

=

الروض المربع شرح زاد المستنقع ، (٣٢٧/٤) ، الأسئلة والأجوبة الفقهية ، (٦/٤) .
(١)الروض المربع بشرح زاد المستنقع مختصر المقنع ، البهوتي ، (١٩٣/٢)

المبحث الرابع

التكليف الفقهي لضمان البيع في أمازون

تضمن أمازون الأجهزة مدة عام كامل ، إن حدث فيه أي تلفيات ترجع لعيوب الصناعة ، حيث تقوم بتبديل القطعة التالفة أو تبديل الجهاز نفسه ، أو إعادة قيمته .

تعريف الضمان:

تأتي كلمة الضمان في اللغة على عدة معانٍ، منها:

- الالتزام: ض م ن: ضمانتُ المال، وبه ضماناً، فأنا ضامن وضمين: التزمته، ويتعدى بالتضعيف، فيقال: ضمانته المال، ألزمته إياه^(١).
- الكفيل: الضمين: الكفيل، ضمن الشيء وبه ضمناً وضماناً: كفل به. وضمنه إياه: كفله^(٢).

- التغريم: ضمانت الشيء ضماناً: كفلت به، فأنا ضامنٌ وضمينٌ. وضَمَّنْتُهُ الشيء تضميناً، فتضمنه عني، مثل غرمته^(٣).

وفي الاصطلاح:

عند الحنفية جاء في المادة ٤١٦ من مجلة الأحكام العدلية: "الضمان هو إعطاء مثل الشيء، إن كان من المثليات، وقيمته إن كان من القيميات"^(٤).

(١) المصباح المنير لليومي (٣٦٤/٢).

(٢) لسان العرب لابن منظور (٢٥٧/١٣).

(٣) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي (المتوفى: ٣٩٣هـ)، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة: الرابعة ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م، (٢١٥٥/٦).

(٤) مجلة الأحكام العدلية، لجنة مكونة من عدة علماء وفقهاء في الخلافة العثمانية

عند الشافعية: "التزام حق ثابت في ذمته الغير أو إحضار من هو عليه أو عين مضمونة"^(١).

وعند الحنابلة: "الضمان التزام الإنسان في ذمته دين المديون مع بقائه عليه ولريه مطالبة من شاء منهما"^(٢).

لقد استعمل الفقهاء في تعريفهم للضمان بعض المعاني اللغوية، كالغرامة، كتعريف الحنفية والشافعية، كما في تعريف الشوكاني أيضاً: "الضمان عبارة عن غرامة التالف"^(٣).

أولاً: مدة خيار البيع من أمازون

جاء في سياسية أمازون: "إذا كانت السلعة التي تلقيتها تالفة أو معيبة أو مختلفة، أو إذا غيرت رأيك وقمت بإرجاعها تماشياً مع سياسة الإرجاع الخاصة بأمازون ولكن لم يتم رد المبلغ إليك أو تم رد مبلغ غير صحيح. يجب عليك

١- إرسال طلب إرجاع في غضون ١٥ يوماً من استلام السلعة

=

(٨٠).

(١) أسنى المطالب في شرح روض الطالب للسنيكي (٢/٢٣٥)، الفرر البهية في شرح البهجة الوردية للأصاري (٣/١٤٩)، السراج الوهاج على متن المنهاج للغمراوي (٢٤٠).

(٢) المحرر في الفقه على مذهب الإمام أحمد بن حنبل، عبد السلام بن عبد الله بن الخضر بن محمد، ابن تيمية الحراني، أبو البركات، مجد الدين (المتوفى: ٦٥٢هـ)، مكتبة المعارف- الرياض، الطبعة: الطبعة الثانية ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، (٢٦٤/١)

(٣) نيل الأوطار للشوكاني (٥/٣٧٥).

٢- قبول طلب الإرجاع من قبل شركة الشحن في غضون ١٤ يوماً من ترتيب طلب الإرجاع مع البائع. المبلغ المسترد الذي يحق لك الحصول عليه موضح أدناه^(١)

لقد اعطت أمازون مدة أربعة عشر يوماً كخيار لرد السلعة المباعة، وهذه السياسة لها تكييف فقهي من خلال رد المبيع على الفور أم التراخي وقد تناولها الفقهاء، فيمكن إرجاع المنتجات المشحونة من Amazon.sa في خلال ١٥ يوماً من استلام الشحنة في معظم الحالات لذلك سوف نتناول مسألتين المسألة متعلقة باختلاف الفقهاء في مدة الخيار ، والمسألة الثانية بمجرد رؤية العيب هل الرد على الفور أم على التراخي

تحديد مدة الخيار

لقد ذهب جمهور الفقهاء إلى أنه لا بد من تقييد الخيار بمدة معلومة مضبوطة من الزيادة والنقصان، فلا يصح اشتراط خيار غير مؤقت أصلاً، وهو من الشروط المفسدة عند الجمهور^(٢).

قال الكاساني: والأصل فيه أن شرط الخيار يمنع انعقاد العقد في حق الحكم للحال، فكان شرطاً مغيراً مقتضى العقد، وأنه مفسد للعقد في الأصل، وهو القياس، إلا أننا عرفنا جوازه استحساناً (بخلاف القياس) بالنص، فبقي ما وراء المنصوص عليه على أصل القياس^(٣).

(١)الضمان من أمازون : موقع أمازون <https://www.amazon.eg/gp>

(٢) الهداية (٣/٩٤٩)،فتح القدير(٦/٢٧٦).

(٣) جاء في المدونة: " أ رأيت لو أني بعث - أو اشتريت - من رجل سلعة، فلقيته بعد يوم أو يومين، فجعلت له الخيار - أو لي الخيار - أياماً، أيلزم هذا الخيار أم لا؟ قال: نعم، ٤ / ١٧٧.

والحد الأدنى لمدة الخيار لا توقيت لها ، وليس له قدر محدود بحيث لا يقل عنه فيجوز مهما قل، لأن جواز الأكثر يدل بالأولوية على جواز الأقل، ومن هنا نص بعض الحنفية وغيرهم على أنه يجوز " ولو لحظة " .

أقوال الفقهاء في المسألة

القول الأول: ذهب أبو حنيفة، وزفر، والشافعي إلى أن مدة الخيار ثلاثة أيام فما دونها، ولا يجوز أكثر من ذلك.^(١)

القول الثاني: ذهب محمد بن الحسن وأبو يوسف من الحنفية^(٢)، وابن أبي ليلى، والمالكية^(٣)، والحنابلة^(٤)، والظاهرية^(٥)، وأبو ثور^(٦) ومذهب إسحاق إلى جواز اشتراط الخيار أكثر من ثلاثة أيام إذا كانت المدة معلومة.

ثانياً: سبب الخلاف :

يرجع سبب الخلاف في المسألة إلي حديث حبان بن منقذ وفيه ولك الخيار ثلاثا وما روي في حديث ابن عمر البيعان بالخيار ما لم يفترقا إلا بيع الخيار ، وعمدة من منعه أنه غرر وأن الأصل هو للزوم في البيع إلا أن يقوم دليل على جواز البيع على الخيار من كتاب الله أو سنة ثابتة أو

(١) ينظر: للباب في شرح الكتاب، عبد الغني الغنيمي الدمشقي الميداني، تحقيق:

محمود أمين النواوي، دار الكتاب العربي، بيروت. (٢٣٧/١ - ٢٣٨)

((٢) المبسوط (٤١/١٣)، شرح فتح القدير (١١١/٥).

((٣) ينظر: بداية المجتهد (٢٠٧/٢) ، الاستنكار (٤٨٤/٦).

((٤) المغني (٧٤/٤).

((٥) المحلي (٢٦٨/٧)

((٦) إبراهيم بن خالد بن أبي اليمان و" أبو ثور" لقبه. أصله من بني كلب. من أهل

بغداد. انظر ترجمته: تهذيب التهذيب، أحمد بن علي بن محمد ابن حجر

العسقلاني، مطبعة دائرة المعارف النظامية، الهند، ط١، ١٣٢٦هـ. (١ / ١١٨)،

وتذكرة الحفاظ (٨٧ / ٢).

إجماع ، وقالوا: وحديث حبان إما أنه ليس بصحيح، وإما أنه خاص لما شكى إليه (ﷺ) أنه يخدع في البيوع^(١).

الأدلة

أدلة القول الأول: استدل أصحاب هذا القول بالسنة، والقياس:
السنة:

١ - عن أنس (ﷺ): " أن رجلا اشترى من رجل بعييرا واشترط الخيار أربعة أيام، فأبطل رسول الله (ﷺ) البيع وقال: الخيار ثلاثة أيام " ^(٢).
وجه الدلالة:

أنه لا يجوز اشتراط الخيار أكثر من ثلاث في شيء من الأشياء فإن اشترط البائع أو المبتاع الخيار أكثر من ذلك فسد البيع ^(٣).
١ - ما رواه نافع^(٤) (ﷺ) عن بن عمر (ﷺ) قال: كان حبان بن منقذ رجلاً ضعيفاً وكان قد سفع في رأسه مأمومة فجعل رسول الله (ﷺ) له الخيار فيما اشترى ثلاثا " ^(٥)

(١) بداية المجتهد (٢-١٦٩)

(٢) أخرجه الدار قطني، في كتاب البيوع، باب الدليل على أن لا يجوز شرط الخيار في البيع أكثر من ثلاثة أيام (٣/٥٩)، (رقم الحديث ٢٢١) وابن أبي شيبة (٥/٢٣٧) قال عبد الحق: إن أبان بن أبي عياش لا يحتج بحديثه، مع أنه كان رجلاً صالحاً. ينظر: تلخيص الحبير (٣/٥٤)

(٣) ينظر: الاستنكار (٦/٤٨٤).

(٤) نافع المدني أبو عبد الله مولى عبد الله بن عمر بن الخطاب. من أئمة التابعين بالمدينة ، دلمي الأصل. انظر ترجمته: تهذيب التهذيب (١٠ / ٤١٢) .

(٥) أخرجه البيهقي في السنن الكبرى، باب الدليل على أن لا يجوز شرط الخيار في البيع أكثر من ثلاثة أيام، (٥/ ٢٧٣)، رقم الحديث (١٠٢٣٨) .

ووجه الدلالة:

دل هذا الحديث علي إثبات النبي للخيار ثلاثة أيام في كل سلعة اشتراها شرط الخيار أو لم يشترطه لما كان فيه من الحرص على الشراء والبيع مع ضعف كان فيه يقولون في عقله ولسانه وكان يخدع كثيرا فجعل له رسول الله ﷺ الخيار ثلاثا فيما باع أو ابتاع فإن رأى أنه خدع كان له الرد وإن لم يجد عيبا إلا الغبن وحده خصه رسول الله ﷺ بذلك^(١)

القياس:

١- قاسوا مدة الخيار علي الرد بعيب التصرية^(٢)، فالمصره قد حدد فيها الخيار بثلاثة أيام منعا وتجنبًا للغرر فمن باب أولي يكون مدة خيار المجلس ثلاثة أيام بالقياس^(٣).

١- أن شرط الثلاثة أيام يخالف مقتضى العقد، وأنه أجاز علي خلاف القياس؛ لأنه ثبت بالنص فاقتصر على المدة المذكورة^(٤).

أدلة القول الثاني:

استدل أصحاب هذا القول بالسنة والمعقول:

السنة:

١- عن أبي هريرة (رضي الله عنه) قال رسول الله ﷺ: "المسلمون عند شروطهم"^(٥).

((١) ينظر: الاستنكار (٥٣٨/٦).

((٢) أخرجه مسلم ، باب بيع المصرة (٦/٥) ، رقم الحديث (٣٩٠٨).

((٣) انظر: المبسوط (٤١/١٣).

((٤) ينظر: المبسوط (٤١/١٣) شرح فتح القدير (٣٠١/٦) ، المغني (٥٢٤/٣).

((٥) أخرجه ابن أبي شيبة ، باب من قال المسلمون عند شروطهم ، (٤٥٠/٤)

وعبد الرازق في مصنفه ، باب الشروط عند البيع (٥٨/٨) .

وجه الدلالة:

أن الحديث عام ولم يخص فيه النبي ﷺ مدة معلومة^(١).

١- ما روي عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - أنه شرط الخيار شهرين^(٢).

ووجه الدلالة :

أن هذا الحديث لم ينص علي تحديد المدة بثلاثة أيام وهذا دليل علي أن طول المدة وقصرها لا تبطل الخيار.

القياس:

لأنه شرع للحاجة إلي النظر والتأمل والتروي لدفع الغبن والتدليس^(٣).

الفرع الثالث: المناقشة والترجيح

أولاً: المناقشة

استدل أصحاب القول الأول بما رواه نافع عن ابن عمر أن النبي ﷺ جعل له الخيار فيما اشترى ثلاثاً لكن هذا الاستدلال مردود بما ذكره ابن قدامه أنه خاص بابن عمر ولا يتعدى إلى غيره^(٤).

وأجيب : بأن ما ثبت في حق ثبت في حق الجماعة مالم يوجد ما يخصه^(٥).

(١) انظر: التمهيد (١٠٧/١٨)

(٢) أخرجه الزيلعي في نصب الراية، وقال غريب جدا انظر: نصب الراية (٨/٤).

(٣) ينظر: الهداية (٢٩/٣)، اللباب في شرح الكتاب (٢٣٨/١).

(٤) ينظر: المغني (٢٢/٤).

(٥) المغني (٢٢/٤)

كما استدل أصحاب هذا القول بقياس خيار الشرط على خيار التصرية فهذا قياس مع الفارق لأن التصرية عيب بالمبيع أما خيار الشرط فليس بعيب^(١)

استدل أصحاب القول الثاني بقول النبي (ﷺ) المسلمون عند شروطهم وأن الحديث يدل على وجوب الوفاء بالشروط ولكن هذا الاستدلال محل نظر لأنه خصص بحديث ابن حبان^(٢).
وأجيب عن هذا الحديث أيضاً بأنه عام، وحديث حبان خاص فيقدم العام على الخاص^(٣).

أما قولهم بما جاء عن ابن عمر بأنه مخالف لحديث النبي ﷺ كما أن أثر ابن عمر ليس بنص قطعي في ذلك لأنه قد يكون المراد بذلك خيار الرؤية أو الشرط أو العيب^(٤).

أما ما ذهب إليه أصحاب هذا القول أن مدة الخيار تختلف باختلاف أنواع المبيعات وأحوالها، فمردود بما قاله الزيلعي^(٥): " التأجيل في الثمن يختلف عن خيار الشرط؛ لان التأجيل لِلْقُدْرَةِ عَلَى النَّحْصِيلِ، أي بالكسب

(١) ينظر: المنتقى شرح موطأ الإمام مالك، أبو الوليد سليمان بن خلف الباجي الأندلسي، مطبعة السعادة، القاهرة، ط ١، ١٣٣١هـ. (١٠٥ / ٥)، المحلى (٢٦٨/٧).

(٢) أخرجه البخاري، باب إذا اشترط شروطاً في البيع لا تحل (٣ / ٧٣)، رقم الحديث (٢٠٦٠).

(٣) المبسوط (٤٢/١٣).

(٤) ينظر: فتح القدير (٣٠٣/٦)، بدائع الصنائع (١٧٥/٥)، تبين الحقائق شرح كنز الدقائق (١/٤).

(٥) عثمان بن علي بن محجن، فخر الدين الزيلعي من أهل زيلع بالصومال. فقيه حنفي. قدم القاهرة سنة ٧٠٥ هـ. انظر ترجمته: تذكرة الحفاظ (١٢٨/١).

أو تدخل غلاته وهي لا تتحقق غالباً وظاهراً في أدنى مدة، ولهذا جازت الزيادة على الثلاث بخلاف شرط الخيار فإنه لإبداء العذر، والنظر في أن البيع رابح أو خاسر، ومدة الثلاث تامة في هذا المعنى فلا حاجة إلى الزيادة^(١)

الترجيح

أرجح ما ذهب إليه المالكية في قولها أن التحديد للمتعاقدين في حدود المعتاد ، لأنه أقرب للمعقول ومسائر لواقع الحياة المعاصرة ، حيث إننا عندما نبتاع منزلاً أو ما شابه نعطي فرصة أكبر للخيار ، حتى إن بعض الشركات الكبيرة دأبت على العمل بما قرره المالكية ورجحته بأن توضع شرطاً أن البضاعة تسترد أو تستبدل في خلال اسبوع أو خمسة عشر يوماً حسب المبيع ، لذا نحن نرجح هذا القول للمالكية .

من هنا جاءت سياسة أمازون بتحديد مدة أربعة عشر يوماً توافق ما عليه العادة وما تعارف عليه التجار في هذا الزمن.

(ب)رد عيب المبيع على الفور أم التراخي

تحريير محل النزاع

لقد اتفق الفقهاء على رد المبيع إذا كان به عيباً، وكان ذلك بعد العقد، لكن الفقهاء اختلفوا في رد هذا المبيع على الفور أم على التراخي، لهذا اختلف الفقهاء إلى ثلاثة أقوال:

القول الأول: خيار الرد بالعيب على التراخي وهو مذهب الحنفية،^(٢)

والحنابلة.^(١)

(١) ينظر: تبين الحقائق شرح كنز الدقائق (١٥/٤)

(٢) ينظر: درر الحكام في شرح مجلة الأحكام، علي حيدر خواجه أمين أفندي (ت:

١٣٥٣هـ)، تعريب: فهمي الحسيني، دار الجيل، الطبعة: الأولى، ١٤١١ هـ -

=

جاء في درر الحكام: "إذا اطلع المشتري على عيب في المبيع ولم يقع منه ما يبطل خيار العيب أو يدل على الرضا بالمبيع دام له الخيار مدة حياته ولم يسقط لتعوده عن المخاصمة زمنًا يمكنه فيه المخاصمة حتى لو وجد في الدابة التي اشتراها عيبًا وقصد ردها إلى البائع فلم يجده فأمسكها عنده وأطعمها من غير أن يتصرف فيها تصرفًا يدل على رضاه بالعيب فله أن يردها حينما يجد البائع كما أن له أن يرجع بنقصان العيب على البائع إذا تلفت الدابة خلال مدة الإمساك.^(٢)

كما أن مختصر الخرقى قد عنون في منته خيار العيب ثابت على التراخي، وعلق عليه ابن قدامة في المغني قائلًا: "وخيار العيب ثابت على التراخي، لا يسقط، ما لم يوجد منه ما يدل على الرضى به.^(٣)

=

١٩٩١م ، ص ٣٣٥ ، وحاشية ابن عابدين ، (٣/٥).

(١) الشرح الكبير (المطبوع مع المقنع والإنصاف)، ابن قدامة، (٥١٢/٢٠)، المغني لابن قدامة، أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي، الشهير بابن قدامة المقدسي (المتوفى: ٦٢٠هـ)، مكتبة القاهرة، (١٨٨/٧)، ودقائق أولي النهى لشرح المنتهى المعروف بشرح منتهى الإرادات، البهوتي ، (٦٧٩/٢)، والمبدع في شرح المقنع ، ابن مفلح ، (٦٤/٥).

(٢) ينظر: درر الحكام في شرح مجلة الأحكام، (ص ٣٣٥).

(٣) ينظر: المغني لابن قدامة ، (١٨٨/٧).

ولقد أستدل أصحاب هذا القول بالأدلة التالية:

(أ) السنة

عن أبي هريرة، أن رسول الله -صلى الله عليه وسلم- قال: "من ابتاع شاة مصراة فهو فيها بالخيار ثلاثة أيام، إن شاء أمسكها، وإن شاء ردها، ورد معها صاعًا من تمر".^(١)

وجه الدلالة :

قال القاضي عياض^(٢) فلقد حد النبي -صلى الله عليه وسلم- الخيار في التصرية^(٣) بثلاثة أيام؛ إنما ذلك لأنه -صلى الله عليه وسلم- أراد أن يكون ذلك حدًا يرجع إليه؛ ليرتفع الخصام ويزول التنازع والتشاجر.^(١)

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، (كتاب البيوع)، (باب حكم بيع المصراة)، برقم (١٥٢٤)، (٣/١١٥٨).

(٢) هو: القاضي عياض بن موسى بن عياض، أبو الفضل اليحصبي الأندلسي السبتي المالكي، الإمام العلامة الحافظ الأوحد شيخ الإسلام، عالم المغرب، وإمام أهل الحديث واللغة والنسب في وقته، روى عن أبي علي بن سكرة الصدي وأبي بحر بن العاص وغيرهما، صنّف «إكمال المعلم» و«الشفاء» وغيرهما، توفي سنة (٥٤٤هـ). ينظر: وفيات الأعيان، لابن خلكان ٣/٤٨٣، وسير أعلام النبلاء، لشمس الدين محمد بن أحمد الذهبي، تحقيق: مجموعة من المحققين بإشراف: الشيخ شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثالثة، سنة ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م، ٢٠/٢١٢.

(٣) التصرية لغة: قال الجوهري: الصرار: خيط يشد فوق الخلف؛ لئلا يرضعها ولدها، والتصرية: تفعيل من الصرى وهو الحبس يقال صرى الماء إذا حبسه ومنه المصراة وذلك أن يريد بيع الناقة أو الشاة فيحقن اللبن في ضرعها أيما لا يحتلبه ليرى أنها كثيرة اللبن. ينظر: لسان العرب (٤٥٨/١٤) مادة (صرى)، تاج العروس (٤٢٠/٣٨).

التَّصْرِيَّةُ اصطلاحًا: وَهِيَ رَبْطُ ضَرْعِ النَّاقَةِ أَوْ الشَّاةِ وَتَرْكُ حَلْبِهَا الْيَوْمَيْنِ أَوْ الثَّلَاثَةِ حَتَّى يَجْتَمَعَ اللَّبَنُ. ينظر: رد المحتار على الدر المختار (٤٤/٥).

(ب) القياس

فخيار المعيب هو على التراخي، لأنه خيار لدفع الضرر المتحقق، فكان على التراخي، كخيار القصاص.^(١)

القول الثاني: خيار الرد بالمعيب على الفور وهو مذهب الشافعية.^(٢)
قال الشيرازي: "إذا وجد المشتري بالمبيع عيباً لم يخل إما أن يكون المبيع باقياً على وجهه أو زاد أو نقص فإن كان باقياً على جهته وأراد الرد لم يؤخره فإن أخره من غير عذر سقط الخيار."^(٣)

فيشترط الشافعية أن يكون رد المبيع بعد العلم على الفور. فلو علم بالمعيب ثم أخر رده بلا عذر سقط حقه في الرد. والمراد بالفور ما لا يعد تراخياً في العادة فلو اشتغل بصلاة دخل وقتها، أو بأكل أو نحو ذلك؛ لا يكون تراخياً في العادة فلا يمنع الرد. وكذا لو علم بالمعيب ثم تراخى لعذر كمرض، أو خوف لص، أو حيوان مفترس، أو نحو ذلك، فإن حقه لا يسقط.^(٤)

- (١) شَرْحُ صَاحِبِ مُسْلِمٍ لِلْقَاضِي عِيَاضِ الْمُسَمَّى إِكْمَالُ الْمُعْلَمِ بِقَوَائِدِ مُسْلِمٍ، عِيَاضُ بْنُ مُوسَى بْنِ عِيَاضِ بْنِ عَمْرٍوَنِ الْيَحْصَبِيِّ السَّبْتِيِّ، أَبُو الْفَضْلِ (ت: ٥٤٤ هـ)، الدكتور يَحْيَى إِسْمَاعِيلُ، دار الوفاء، مصر، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م (١٤٤/٥).
- (٢) الكافي في فقه الإمام أحمد، (٥١/٢)، والشرح الكبير على المقنع، (٤١٣/١١)، والمبدع في شرح المقنع، ابن مفلح، (٦٤/٥).
- (٣) المهذب في فقه الإمام الشافعي، (٥٠/٢)، الجموع شرح المهذب، (١٣٨/١٢).
- (٤) المرجع السابق (٥٠/٢).
- (٥) ينظر: منهاج الطالبين وعمدة المفتين في الفقه، (١٠١/١)، والسراج الوهاج على متن المنهاج، للعلامة محمد الزهري الغمراوي (ت: بعد ١٣٣٧ هـ)، دار المعرفة -

لكن الشافعية استثنوا صورتين قد وضحها السيوطي حيث قال:
"الخيار في هذه الفسوخ وغيرها على أربعة أقسام:
جاء في القسم الأول: ما هو على الفور بلا خلاف، كخيار العيب
إلا في صورتين:
إحدهما: إذا استأجر أرضاً لزراعة، فانقطع ماؤها ثبت الخيار للعيب
قال الماوردي: على التراخي، وجزم به الرافعي.
والأخرى: كل مقبوض عما في الذمة من سلم، أو كتابة إذا وجده
معيباً فله الرد، وهو على التراخي إن قلنا يملكه بالرضى، وكذا إن قلنا
بالقبض على الأوجه قاله الإمام^(١)
ولقد استدل أصحاب هذا القول بعدة أدلة منها:
(أ) السنة

عن ابن عمر -رضى الله عنه-، عن رسول الله -صلى الله عليه
وسلم- أنه قال: «إذا تبايع الرجلان فكل واحد منهما بالخيار ما لم يتفرقا،
وكانا جميعاً، أو يخير أحدهما الآخر، فإن خير أحدهما الآخر فتبايعا على
ذلك، فقد وجب البيع، وإن تفرقا بعد أن تبايعا ولم يترك واحد منهما البيع،
فقد وجب البيع»^(٢).

بيروت (١/ ١٨٨).

(١) الأشباه والنظائر، عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١ هـ)،
دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١١ هـ - ١٩٩٠ م، (ص ٢٩١).
(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، (كتاب البيوع)، (باب ثبوت خيار المجلس للمتبايعين)،
برقم (١٥٣١)، (١١٦٣/٣)

وجه الدلالة

إن الأصل في البيع اللزوم، فيقضي لزوم العقد من الجانبين، وإنه لا خيار بعد التفرق ثم إنا أثبتنا الخيار بالعيب بالدليل الدال عليه من الإجماع وغيره، والقدر المحقق من الإجماع ثبوته على الفور والزائد على ذلك لم يدل عليه إجماع ولا نص، فيجري فيه على مقتضى اللزوم جمعاً بين الدليلين وتقليلاً لمخالفة الدليل ما أمكن؛ ولأن الضرر الذي شرع الرد لأجله يندفع بالبدار وهو ممكن فالتأخير تقصير فيجري عليه حكم اللزوم الذي هو الأصل. (١)

(ب) القياس

القياس على الشفعة، حيث قال ابن الرفعة: "إن خيار المبيع خيار ثابت بالشرع لدفع الضرر على المال؛ فكان على الفور كخيار الشفعة، (٢) القول الثالث: على التفصيل وهو مذهب المالكية (٣)، حيث فرق المالكية بين حالتين:

الحالة الأولى: كون المردود عليه حاضر

(أ) إنه إذا اطلع على العيب وسكت ثم طلب الرد، فإن كان سكوته لعذر رد مطلقاً طال أم لا بلا يمين.

(١) المجموع ، (١٢٩/١٣).

(٢) كفاية النبيه في شرح التنبيه، أحمد بن محمد بن علي الأنصاري، أبو العباس، نجم الدين، المعروف بابن الرفعة (ت: ٧١٠ هـ)، تح: مجدي محمد سرور باسلوم، دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩م، (٩/٢٢٣).

(٣) حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، (٣/١٢١).

(ب) وإن كان سكوته بلا عذر، فإن رد بعد يوم ونحوه أوجب لذلك مع اليمين، وإن طلب الرد قبل مضي يوم أوجب لذلك من غير يمين، وإن طلب الرد بعد أكثر من يومين فلا يجاب، ولو مع اليمين.^(١)

الحالة الثانية: كون المردود عليه غائبًا.

فإن غاب بئعه أي بائع المطلاع على العيب أشهد عدلين بعدم الرضا، ثم رد عليه بعد حضوره إن قربت غيبته، أو على وكيله الحاضر، فإن عجز عن الرد لبعده غيبته وعدم وكيل، أو عدم علم محله أعلم القاضي بعجزه يستحب الإشهاد فله انتظاره عند بعد غيبته وعدم وكيل حتى يحضر فيرد عليه المبيع إن كان قائمًا ويرجع بأرشه^(٢) إن هلك، ويتلوم القاضي به أي تريض سيرًا.^(٣)

رابعًا: الرأي الراجح

يرجح الباحث القول الثاني وهو قول الشافعية، وهو رد المبيع على الفور، حيث إن هذا القول يتماشى مع مقاصد البيع، فكما من حق المشتري الرد للعيب، فمن حق البائع إصلاح هذا البيع، وعدم تعريضه للخسارة، أو رد هذا المبيع إلى الشركة المنتجة، فالتأخير يعرقل هذه الجهود، كما أن الفورية في الرد يؤدي إلى استقرار المعاملات المالية وتنشيط التجارة.

ولو نظرنا لسياسة أمازون نجدها تماشيت مع الفقه الإسلامي فالتحديد بأربعة عشر يومًا هو العرف الجاري في المعاملات الإلكترونية،

(١) المرجع السابق، (١٢١/٣).

(٢) الأرش: ما يسترد من ثمن المبيع إذا ظهر فيه عيب. ينظر: تاج العروس (٦٣/١٧).

(٣) الشرح الكبير، الدردير، (١٢٢/٣).

فهذه السياسة لأمازون لا تؤثر على العقد ولا تبطله ؛ بل تماشت مع الشريعة الإسلامية.

(ج) ضمان صلاحية المبيع مدة معينة

تعد صلاحية المبيع مدة معينة واحدة من الضمانات التي تعمل على حماية المستهلك وهو يسمى الضمان الترغيبى ، فالمستهلك يسعى لشراء السلعة التي يكون ضمانها لمدة معينة ، وهو يتعلق بالأداء ويعرف على أنه ضمان صلاحية المبيع وقيامه بالعمل سليماً مدة معينة، بحيث إذا ثبت صلاحه وسلامته فيها غلب على الظن صلاحه فيما بعد^(١)

ضمان صلاحية المبيع مدة معينة هو نوع من ضمان العيب الذي لا يعلم، إلا بالتجربة والاستعلام والاختبار يترتب على هذا التخريج الاختلاف فيمن يضمن هذا العيب هل هو البائع أو المشتري؟ وقد اختلف أهل العلم في ذلك على قولين:

القول الأول : القول الأول: أنه من ضمان البائع وهذا هو مذهب الحنفية^(٢)، وقول للمالكية^(٣)، ومذهب الشافعية^(٤)، والحنابلة^(٥)، وقول ابن حزم من الظاهرية^(٦)

(١) الوسيط في شرح القانون المدني ، السنهوري ، (٤ / ٧٥٩).

(٢) بدائع الصنائع (٥ / ١٧١)، شرح فتح القدير (٦ / ٣٧٣).

(٣) الذخيرة للقرافي (٥ / ٦١ - ٦٢)، مواهب الجليل (٤ / ٤٣٤).

(٤) تكملة المجموع للسبكي (١٢ / ١٠٨، ٨٣)، حاشية المحلى على شرح المنهاج (٢ /

٢٠٦ - ٢٠٧)

(٥) الشرح الكبير لابن قدامة (١١ / ٤١٠ - ٤١١)، الفروع ، (٤ / ١٠٧ - ١٠٨)،

منتهى الإرادات (١ / ٣٦٤)

(٦) المحلى (٩ / ٧٣)

القول الثاني: أنه من ضمان المشتري، وهذا هو المذهب عند المالكية^(١)، وهو رواية عن أحمد^(٢).

فسياسة أمازون في ضمان الأداء متوافق مع الفقه الإسلامي في جواز ضمان الأداء، وأنه لا محذور فيه شرعاً، حيث إن كثيراً من عيوب السلع دقيقة التركيب لا تظهر بمجرد تشغيلها لعرضها على المستهلك، وإنما تظهر عند الاستعمال الفعلي للسلعة.

أنه نظراً لكثرة الإنتاج، وسرعته، وقوة المنافسة بين الشركات والمصانع المنتجة، فإنه كثيراً ما يقع إخلال في الخصائص الفنية للسلع، ولا يتبين ذلك إلا بعد استعمال المبيع. فكثيراً ما تقوم الشركات المصنعة بسحب بعض منتجاتها من السوق ومن أيدي المشتريين بسبب تبين عيب فيها سببه سوء التصنيع

وهذه الأوجه تبين السبب الذي حمل كثيراً من التنظيمات التجارية على جعل ضمان الأداء من التزامات البائع في بعض السلع كالأجهزة الكهربائية ووسائل النقل والآلات والمعدات^(٣)

(١) عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة، أبو محمد جلال الدين عبد الله بن نجم بن شاس بن نزار الجذامي السعدي المالكي (المتوفى: ٦١٦هـ)، دراسة وتحقيق: أ. د. حميد بن محمد لحمر، دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م، (٢/ ٤٧٤)، حاشية الدسوقي (٣/ ١١٣).

(٢) المغني (٦/ ٢٥٢).

(٣) الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، خالد بن عبد الله بن محمد المصلح، الشاملة الذهبية، ص ٢٣٩

الخاتمة

لقد تناولت هذه الدراسة بالتحليل نشأة وتطور شركة أمازون، بدءاً من فكرتها التأسيسية المتواضعة كمتجر إلكتروني لبيع الكتب، وصولاً إلى تحولها إلى عملاق عالمي في مجالات التجارة الإلكترونية والحوسبة السحابية والابتكار التكنولوجي. كما استعرضت الدراسة أبرز سياسات أمازون في التسويق والبيع، والتي ارتكزت على محوريات العميل، والتسعير الديناميكي، واستراتيجية البيع عبر أطراف ثالثة، وبرنامج "أمازون برايم" المبتكر.

وفي سياق التكيف الفقهي لبعض ممارسات أمازون، توصلت الدراسة إلى جواز تأخير دفع الثمن في البيع الإلكتروني حتى استلام المبيع ومعاينته، وهو ما يتوافق مع ما أقره مجمع الفقه الإسلامي، ويراعي طبيعة التجارة الإلكترونية وحاجة المشتريين إلى التأكد من سلامة السلع قبل الدفع. كما بينت الدراسة أن سياسة أمازون في تحديد مدة أربعة عشر يوماً لرد السلع المعيبة تتوافق مع ما ذهب إليه المالكية في تحديد مدة الخيار بالعرف الجاري، وأن اشتراط ضمان صلاحية المبيع لمدة معينة ينسجم مع الفقه الإسلامي في جواز ضمان الأداء لحماية حقوق المستهلك.

نتائج البحث:

- تأسست شركة أمازون على رؤية استراتيجية لجيف بيزوس باستغلال النمو المتسارع لاستخدام الإنترنت في التجارة، وقد تميزت بنموذج عمل مرن ومتطور.
- اعتمدت أمازون في توسعها على التنوع في المنتجات والأسواق الجغرافية، والاستثمار المبكر في بناء شبكة لوجستية متكاملة.

- تعد سياسات التسعير الديناميكي والتوصيات الذكية وبرنامج "أمازون برايم" من الأدوات التسويقية الفعالة التي ساهمت في تعزيز مكانة الشركة وولاء العملاء.
- يمثل قطاع الحوسبة السحابية (AWS) مصدر دخل استراتيجي لأمازون، ويدل على قدرتها على الابتكار وتنوع مصادر الإيرادات.
- تكييف نظام أمازون في تأجيل البدلين (التمن والمبيع) ينسجم مع الرأي الفقهي الذي يجيز ذلك في البيع الإلكتروني مراعاة لمصلحة المشتري.
- سياسة أمازون في تحديد مدة معقولة لرد المبيع المعيب تتوافق مع الآراء الفقهية التي تجيز تحديد مدة الخيار بالعرف.
- ضمان أمازون لصلاحية المبيع لمدة معينة يعتبر من قبيل ضمان الأداء الجائر شرعاً لحماية حقوق المستهلك.

توصيات البحث:

- تعزيز الشفافية: توصي الدراسة بزيادة الشفافية في سياسات التسعير الديناميكي وإعلام العملاء بشكل واضح بآلية تغير الأسعار.
- تطوير آليات الرقابة: التأكيد على أهمية تطوير آليات رقابة فعالة لضمان جودة المنتجات المعروضة على المنصة والتحقق من مصداقية البائعين الخارجيين.
- توعية المستهلك: ضرورة توعية المستهلكين بحقوقهم في الضمان والإرجاع وفقاً لسياسات الشركة والقوانين المحلية.
- دراسات فقهية معمقة: تشجع الدراسة على إجراء المزيد من الدراسات الفقهية المعمقة حول المستجدات في التجارة الإلكترونية وتكييفها مع أحكام الشريعة الإسلامية.

- تطوير الأطر القانونية: الحاجة إلى تطوير أطر قانونية وتنظيمية للتجارة الإلكترونية تحمي حقوق المستهلكين وتشجع الممارسات التجارية العادلة.

ختامًا، يمكن القول إن شركة أمازون تمثل نموذجًا رائدًا في عالم التجارة الرقمية، وقد استطاعت من خلال استراتيجياتها المبتكرة وتوسعها المدروس أن تحدث تحولًا كبيرًا في سلوك المستهلكين وأساليب البيع. ومع استمرار تطور هذا القطاع، يبقى التكيف الفقهي والقانوني لممارساته أمرًا ضروريًا لضمان بيئة تجارية عادلة ومستدامة.

المراجع

١. ابن تيمية، القواعد النورانية الفقهية، دار ابن الجوزي، ١٤٢٢هـ.
٢. ابن تيمية، المحرر في الفقه، مكتبة المعارف، الطبعة الثانية، ١٤٠٤هـ.
٣. إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، محمد ناصر الدين الألباني، الناشر: المكتب الإسلامي - بيروت، الطبعة: الطبعة الثانية، ١٣٩٩ هـ / ١٩٧٩ م.
٤. أسماء بنت محمد العمري، "تأجيل دفع الثمن في عقود التجارة الإلكترونية: دراسة فقهية"، مجلة كلية الدراسات الإسلامية بالإسكندرية، العدد ٣٩، الجزء ٣.
٥. بدائع الصنائع، علاء الدين الكاساني، دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ.
٦. براد ستون، متجر كل شيء: جيف بيزوس وعصر أمازون، ترجمة: محمد فتحي خضر، ليتل براون آند كومباني، ٢٠١٣.
٧. البيان في مذهب الإمام الشافعي، أبو الحسين يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني، دار المنهاج.
٨. البيان والتحصيل والشرح والتوجيه والتعليل في مسائل المستخرجة، أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي (الجد)، المحقق: محمد حجي وآخرون، الناشر: دار الغرب الإسلامي - بيروت، سنة النشر: الطبعة الأولى، ١٩٨٤م.
٩. تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، علاء الدين أبو بكر بن مسعود الكاساني، دار الكتاب الإسلامي، القاهرة.
١٠. تحفة المحتاج بشرح المنهاج، أحمد بن محمد بن علي بن حجر الهيتمي، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

١١. تذكرة الحفاظ، شمس الدين محمد بن أحمد بن عثمان الذهبي ، الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الطبعة الأولى، ١٩٩٨م.
١٢. تسعير ديناميكي: "التعريف، الآثار على المديرين، واتجاهات البحث المستقبلية"، مجلة البيع بالتجزئة، المجلد ٩٩، العدد ٤، ٢٠٢٣.
١٣. تشن، إل، ميسلوف، أ، ويلسون، س، "تحليل تجريبي للتسعير الخوارزمي في سوق أمازون"، وقائع المؤتمر الدولي الخامس والعشرين للويب العالمي، ٢٠١٦.
١٤. جمعة محمود الزبير، إدارة اللوجستيات وسلاسل الإمداد، دار اليازوري العلمية، عمان، ٢٠١٦.
١٥. حماد، إياد، التجارة الإلكترونية: الأسس والتطبيقات العملية، دار المسيرة، عمان، ٢٠٢٠.
١٦. حمدي عبد العظيم، أسواق المال والبورصات العالمية، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، ٢٠١١..
١٧. خالد الجوهري، الصحاح، تحقيق أحمد عطار، دار العلم للملايين، الطبعة الرابعة، ١٩٨٧م.
١٨. خليفة، الشوشاوي، رفع النقاب عن تنقيح الشهاب، مكتبة الرشد، ١٤٢٥هـ، ١٣٤/٦.
١٩. ديفيد كريغن، ناتالي ديكون-ثيبولت، رونالد بيرس، "تعريف الأمن السيبراني"، مجلة إدارة الابتكار التكنولوجي، المجلد ٤، العدد ١٠، ٢٠١٤.
٢٠. الروض المريع شرح زاد المستنقع، منصور بن يونس بن إدريس البهوتي الحنبلي، الناشر: عالم الكتب.
٢١. الشاطبي، الموافقات، تحقيق مشهور آل سلمان، دار ابن عفان، ١٤١٧هـ.

٢٢. الشاطبي، انظر: فهرس الفهارس، ١/١٩١، والأعلام للزركلي.
٢٣. الشوكاني، ولاية الله والطريق إليها، تحقيق إبراهيم هلال، دار الكتب الحديثة.
٢٤. عبد الحميد، محمد، الكتب الإلكترونية والنشر الرقمي: المفهوم والتطبيقات، مكتبة الرشد، الرياض.
٢٥. عدنان بن جعان الزهراني، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا.
٢٦. عمرو، ن، استراتيجية التسويق: منهج يركّز على اتخاذ القرار، سينغيج ليرنينغ، ٢٠١٨.
٢٧. كارلسون، تيفي، "دراسة استراتيجية: نمو شركة أمازون"، منصة Cascade، 2022.
٢٨. كومار، ن، استراتيجية التسويق: منهج يركّز على اتخاذ القرار، سينغيج ليرنينغ، ٢٠١٨.
٢٩. مجلة الأحكام العدلية، الدولة العثمانية، المادة (٨٠).
٣٠. محمد عبد الحميد، الكتب الإلكترونية والنشر الرقمي، مكتبة الرشد، ٢٠١٨.
٣١. موقع Amazon الرسمي: www.amazon.com
٣٢. ياسين، هشام، ومها الباشا، "التحولات التكنولوجية وسوق العمل"، المجلة المصرية للغات والترجمة، المجلد ٣، العدد ١، ٢٠٢٣.

References:

1. abin taymiatu, alqawaeid alnuwraniat alfiqhiati, dar abn aljuzi, 1422hi.
2. abin taymiatu, almuharir fi alfiqah, maktabat almaearifi, altabeat althaaniatu, 1404hi.
3. 'iirwa' alghalil fi takhrij 'ahadith manar alsabil, muhamad nasir aldiyn al'albanu,alnaashiru: almaktab al'iislami - bayrut, altabeatu: altabeat althaaniatu, 1399 hi / 1979 mi.
4. 'asma' bint muhamad aleamri, "tajil dafe althaman fi euqud altijarat al'iilikturuniati: dirasat fiqhiati", majalat kuliyyat aldirasat al'iislamiyat bial'iiskandariati, aleadadi39, aljuz'i3.
5. badayie alsanayiea, eala' aldiyn alkasani, dar alkutub aleilmiati, altabeat althaaniatu, 1406hi.
6. brad sittwun, matjar kuli shay'in: jif bizus waeasr 'amazon, tarjamatu: muhamad fathi khadr, litl brawin and kumbani, 2013.
7. alibayan fi madhhab al'iimam alshaafieayi, 'abu alhusayn yahyaa bin 'abi alkhayr bin salim aleumrani, dar alminhaji.
8. alibian waltahsil walsharh waltawjih waltaelil fi masayil almustakhrajati, 'abu alwalid muhamad bin 'ahmad bin rushd alqurtibii (aljid), almuhaqaqi: muhamad hajiy wakhrun,alnaashir: dar algharb al'iislami - bayrut, sanat alnashri: altabeat al'uwlaa, 1984m.
9. tabiin alhaqayiq sharh kanz aldaqayiqi, eala' aldiyn 'abu bakr bin maseud alkasani, dar alkitaab al'iislami, alqahirati.
10. tahifat almuhtaj bisharh alminhaji, 'ahmad bin muhamad bin ealii bin hajar alhitmi, dar 'iihya' alturath alearabii, bayrut.

11. tadhkirat alhifazi, shams aldiyn muhamad bin 'ahmad bin euthman aldhababi ,alnaashir: dar alkutub aleilmiat - bayrut, altabeatu: altabeat al'uwlaa, 1998m.
12. taseir dinamiki: "altaerifi, aluathar ealaa almudirina, watijahat albahth almustaqbaliati", majalat albaye bialtajziati, almujalad 99, aleadad 4, 2023.
13. tshin, 'iil, misluf, 'a, wilsun, s, "tahlil tajribiun liltaseir alkhawarizmii fi suq 'amazon", waqayie almutamar alduwlii alkhamis waleishrin lilwib alealami, 2016.
14. jumeat mahmud alzubayr, 'iidarat alluwjistiiaat wasalasil al'iimdadi, dar alyazurii aleilmiati, emman, 2016.
15. hmad, 'iiaad, altijarat al'iiliktiruniati: al'usus waltatbiqat aleamaliatu, dar almasirati, emman, 2020.
16. hamdi eabd aleazimi, 'aswaq almal walbursat alealamiatu, dar alkutub walwathayiq alqawmiati, alqahirati, 2011..
17. khalid aljawhari, alsahahi, tahqiq 'ahmad eatar, dar aleilm lilmalayini, altabeat alraabieati, 1987m.
18. khalifat, alshuwshawi, rafae alniqab ean tanqih alshihabi, maktabat alrushdi, 1425hi, 6/134.
19. difid krichin, natali dikun-thibulti, runald birs, "taerif al'amn alsiybiraniu", majalat 'iidarat aliaibtikar altiknuluji, almujalad 4, aleadad 10, 2014.
20. alrawd almurabae sharh zad almustaqnaea, mansur bin yunis bin 'iidris albututii alhanbali,alnaashir: ealam alkutub.
21. alshaatibi, almuafaqati, tahqiq mashhur al silman, dar abn eafan, 1417hi.
22. alshaatibi, anzur: fahas al faharisi, 1/191, wal'aelam lilzirkali.
23. alshukani, wilayat allah waltariq 'iilayha, tahqiq 'iibrahim hilal, dar alkutub alhadithati.

24. eabd alhamidi, muhamadi, alkutub al'iiliktiruniat walnashr alraqmii: almafhum waltatbiqatu, maktabat alrushdi, alriyad.
25. eadnan bin jaeen alzahrani, 'ahkam altijarat al'iiliktiruniat fi alfiqh al'iislamii, risalat majstir, aljamieat al'iislamiat alealamiat bimalizya.
26. eamru, na, astiratijiati altaswiqi: manhaj yrkkz ealaa atikhadh alqarari, singhij lirninghi, 2018.
27. karlsun, tifi, "dirasat astiratijiati: numui sharikat 'amazon", minasat Cascade, 2022.
28. kumar, na, astiratijiati altaswiqi: manhaj yrkkz ealaa atikhadh alqarari, singhij lirninghi, 2018.
29. majalat al'ahkam aleadliatu, aldawlat aleuthmaniat, almada (80).
30. muhamad eabd alhamidi, alkutub al'iiliktiruniat walnashr alraqmaya, maktabat alrishdi, 2018.
31. mawqie Amazon alrasmi: www.amazon.com
32. yasin, hishami, wamuha albasha, "altahawulat altiknulujiat wasuq aleumla", almajalat almisriat lilughat waltarjamatu, almujalad 3, aleadad 1, 2023.

