

التسوق الذكي: مفهومه وتكييفه الشرعي

وأثره على السوق الإسلامية\*

إعداد: د. هدى حمد سالم

مدرس بقسم الفقه وأصوله

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية

جامعة الكويت



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص:

يهدف البحث إلى تأصيل مفهوم التسوق الذكي، ومن ثم التركيز على أثره على الأسواق الإسلامية، من خلال التعريف بهذا العقد المعاصر، ونشأته وخصائصه التي يتميز بها عن غيره من العقود، ثم تكييف هذا العقد، وبيان حكمه، وتنزيله على النصوص الشرعية والقواعد العامة، ثم بيان أثره ودوره في الأسواق الإسلامية في تطوير الأسواق الإسلامية، التي تشهد مفاهيم مبتكرة في البيع والشراء بسبب ظهور تقنيات أكثر تقدماً. واستُخدم في البحث المنهج الوصفي التحليلي. وتوصل البحث بنتيجته الكلية إلى عالمية التشريع الإسلامي، ومواكبته للتطورات والمستجدات، وقدرته على البقاء في خضم التغيرات أمام كل جديد مبتكر يعود بالنفع على الإنسان، ويحقق له الرفاهية، وأن له نصيباً من هذه التقنية الحديثة، فلا يقف عثرة أمام التطور والابتكار بأحكامه التي سطرها الفقهاء منذ قرون متعددة، فهي أحكام مرنة متجددة من لدن حكيم خبير.

\* بحث مدعوم من إدارة الأبحاث بجامعة الكويت، رقم (HJ03/19).

الكلمات المفتاحية: التسوق الذكي، التقنية الحديثة، بيع المعاطاة، المتاجر، الأسواق الإسلامية.

### Abstract:

The research aims at authenticating the concept of smart shopping, and focusing on its impact on Islamic marketplace by defining this modern form of contract and its beginning and features, also by shedding light on adaptation and its legitimacy and role in Islamic marketplace which is witnessing innovative terminology in transactions.

Descriptive and analytical methodology was used in writing this research.

The research proves the flexibility of the Islamic legislation and its ability to adapt and survive the fast changing modern world.

**Keywords:** Smart Shopping, New Technology, Silent Transactions, Stores, Islamic Marketplace.

### المقدمة:

الحمد لله على إحسانه، والشكر له على توفيقه وامتنانه، والصلاة والسلام على عبده ورسوله، الداعي إلى رضوانه، سيدنا محمد ﷺ، وعلى آله وأتباعه.

قال -تعالى: ﴿... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ

لِّلْمُسْلِمِينَ﴾ [سورة النحل ٨٩].

وبعد:

فإن العالم يشهد تطورا تكنولوجيا سريعا في كافة مجالات الحياة، حيث كان للمعاملات التجارية النصيب الأكبر، والمجال الأوسع في التطور وتغيير شكل التبادل التجاري، أدت إلى تغيير أساليب التسوق الحديثة، لتحل محل البيوع التقليدية، بسبب ظهور تقنيات أكثر تقدما.

وموضوع التسوق الذكي من مستجدات العصر الذي غير مفهوم البيع والشراء الذي فاضت به كتب فقهاؤنا -رحمهم الله -تعالى- شرحًا، وتفصيلاً، ليتم البيع والشراء بصورة مبتكرة زادت من مستوى الرفاهية، وتوفير الجهد والوقت، وكان لزاما على الإنسان أن يتأثر بالتطور التكنولوجي الحاصل في مختلف المجالات مهما علا مستواهم الحضاري، أو قل، ومهما كانت فنتهم العمرية.

وأصبحت الشعوب العربية والإسلامية في حاجة إلى التفاعل الإيجابي مع هذه المتغيرات التي أُلقت بظلالها على تعاملات الناس المختلفة في إبرام العقود إلى أن أصبحت العمود الفقري للمعاملات؛ لسهولة وسرعتها الفائقة، خاصة أن الفقه الإسلامي يفخر على كل قوانين الدنيا بدقته، واستيعابه لجميع الأحداث والمستجدات، وصلاحه لكل زمان ومكان، وقدرته على أن يتصدى لمواجهة المستجدات التي أفرزتها عقول البشر من مخترعات وصناعات؛ فكان دينا على الباحثين إبراز دور الفقه للناس في القضايا المستجدة؛ ليطالعوا فيها سمو الفقه، وعالميته، ومرونته، ويقفوا على مبلغ ما وصل إليه فقهاء المسلمين من نبل التفكير، وحسن الاستنباط، ويؤمنوا بأن شريعة السماء التي حفظت مصالحهم في العاجلة والآجلة شريعة متجددة، لا جامدة، وشريعة خصبة، لا عقيمة، تضح كل جديد، وتدعو إلى كل مفيد.

**أهمية الموضوع:**

نظرا للأهمية البالغة للتكنولوجيا في كافة حياة البشر، خاصة في أهم العقود شيوعا في حياتنا اليومية، وهو البيع أصبح لا مناص من ملاحقة هذا التطور والتغير؛ لإشباع حاجات الناس ورغباتهم المتجددة، وتحقيق مصالحهم وفق القواعد والضوابط الشرعية.

#### مشكلة البحث:

يمكن أن تتحدد مشكلة البحث في مدى موافقة التسوق الذكي مع قواعد التشريع الإسلامي ومبادئه، وما الدور الذي يمكن أن يلعبه في الأسواق الإسلامية؟ ويمكن صياغة هذه المشكلة عبر السؤالين الآتيين:

١- ما مدى إمكان تطبيق التسوق الذكي في الأسواق الإسلامية؟

٢- ما أثر التسوق الذكي في تطوير السوق الإسلامي؟

#### أهداف الموضوع:

١- يهدف البحث إلى دراسة التسوق الذكي من الناحية الفقهية من حيث بيان مفهومه، وصوره، وتكييفه الشرعي، وتوضيح بيع المعاطاة قديما، وصوره المعاصرة.

٢- بيان كمال الشريعة، ومرونتها في التغلب على الفجوة التكنولوجية بملاحقة التطورات الملحة التي تقتضيها التقنية الحديثة، وقدرتها على البقاء في خضم التغيرات في ضوء ما يتوافر فيه من مقومات.

#### الدراسات السابقة:

لم أقف على دراسة سابقة تناولت الموضوع مجال البحث؛ لأن هذا النوع من التسوق لا يزال في طور التجربة في بعض الدول، تمهيدا لاستخدامه في بقية الدول.

#### منهج البحث:

- ١- المنهج الوصفي التحليلي في نقل التعاريف والأوصاف لعناصر الموضوع الأساسية.
- ٢- المنهج الاستقرائي الاستنباطي، وذلك بجمع أقوال الفقهاء في كل مسألة لها صلة بالموضوع من مصادرها الأصلية لاستنباط حكم هذا التسوق.

#### خطة البحث:

يشتمل البحث على: مقدمة، وثلاثة مباحث، على النحو التالي:  
المقدمة: وتشتمل: أهمية الموضوع وأهدافه، ومشكلة البحث، والدراسات السابقة، ومنهج البحث، وخطته.

المبحث الأول: التعريف بمصطلحات العنوان، ونشأته، ومفهومه، ومزايا التسوق الذكي.

المبحث الثاني: تكييفه الشرعي.

المبحث الثالث: أثر التسوق الذكي على السوق الإسلامية.

الخاتمة.

فهرس المصادر والمراجع.

وأخيراً اللهم اجعله خالصاً لوجهك الكريم، وثبتنا بالقول الثابت في الحياة الدنيا وفي الآخرة.

## المبحث الأول

## التعريف بمصطلحات العنوان ونشأته ومفهومه ومزايا التسوق الذكي

وفيه ثلاثة مطالب:

## المطلب الأول

## تعريف التسوق الذكي

١- التسوق لغة: من (سوق) والسُّوقُ: الموضع الذي يجلب إليه المتاع والسلع للبيع والابتياح، (تَوْنَتْ وتَذَكَرَ)، وإنما سميت السوق سوقاً لسوق الناس إليها<sup>(١)</sup>.

اصطلاحاً: عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق في عام ١٩٨٥ بأنه عملية تخطيط، وتنفيذ، وتصميم، وتسعير، وترويج، وتوزيع الأفكار، والسلع، والخدمات؛ من أجل تحقيق التبادلات من شأنها خدمة أهداف الفرد والمؤسسة<sup>(٢)</sup>.

٢- الذكي لغة: (ذكى): الشخص (ذكى) من باب تعب، ومن باب علا، وهو سرعة الفهم، فالرجل (ذكى): على وزن فعيل، والجمع (أذكىاء)، والذكاء: حدة القلب<sup>(٣)</sup>.  
اصطلاحاً: شدة قوة للنفس معدة لاكتساب الآراء<sup>(٤)</sup>.

حقيقة التسوق الذكي: يقوم التسوق الذكي على أمرين مهمين، هما:

١- التكنولوجيا: كلمة تكنولوجيا كلمة يونانية، مشتقة من كلمتين (تكنو) بمعنى: حرفة أو صناعة، و(لوجي) بمعنى: فن أو علم، فمعنى هذه الكلمة المركبة: هو فن الحرفة، أو علم الحرفة، أو فن الصناعة.

(١) المعجم الوسيط الدكتور إبراهيم أنيس، الدكتور عبد الحليم منتصر، عطية الصوالحي محمد خلف الله أحمد، ط/ الثانية ٤٦٤/١. محيط المحيط بطرس البستاني، بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨٧م، ص٤٤٢.

(٢) التسوق الحديث، بشير عباس العلاق، ليبيا -الدار الجماهيرية، ١٩٩٩، ص ٢٠.

(٣) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المكتبة العلمية - بيروت، ص ٢٠٩.

(٤) موسوعة مصطلحات جامع العلوم (دستور العلماء) للقاضي عبدالنبي الأحمدي الأحمدي، تحقيق علي دحروج وإشراف د. رفيق العجم، مكتبة لبنان ناشرون، ط/ الأولى ١٩٩٧. ص ٤٣٩.

ويتضح لنا من هذا المعنى أن كلمة تكنولوجيا ترتبط ارتباطا وثيقا بالعلم التطبيقي التقني، فكلمة تكنولوجيا -إذن- هي الاستفادة من نظريات البحوث ونتائجها في مجالات العلوم المختلفة من أجل أغراض عملية لخدمة البشرية.

٢- **التقنية:** كلمة "تقنية" تحمل معنى الأسلوب، أو الطريقة المنتهجة لفعل شيء، أو القيام بنشاط، فمثلا: نجد أن فعل الشيء نفسه بشكل مختلف يسمى تقنية، مثل اللاعبين الذين تختلف تقنيات لعبهم، والمعلمين الذين تختلف تقنيات تعليمهم؛ لذلك تشير كلمة تقنية إلى أساليب التطبيق، ومن تعاريفها كذلك: تطبيق الأدوات، وإدخال الآلات والمواد والعمليات التلقائية، والتي تساعد على حل المشكلات البشرية الناتجة عن الخطأ البشري، أي: أنها استعمال الأدوات والقدرات المتاحة؛ لزيادة إنتاجية الإنسان، وتحسين أدائه ودقته<sup>(١)</sup>.

مما سبق يتضح لي أن التقنية عبارة عن ذلك النشاط الذي يترجم التكنولوجيا على أرض الواقع، وبالتالي أخلص إلى أن المقصود بالتسويق الذكي الذي أردت الحديث عنه في البحث: "عمليات البيع والشراء التي تعتمد على التقنيات الحديثة في إنجاز المعاملة بأسهل السبل".

### المطلب الثاني

#### نشأة الأسواق الذكية ومفهومها

هناك صور وأشكال عدة للتسويق الذكي، أذكر ثلاث صور منها من حيث

النشأة، ثم أتبعه ببيان مفهوم كل صورة:

#### الصورة الأولى:

أولا: نشأة التسويق الذكي في شركة أمازون:

(١) <https://www.new-chedte-technology-educ.com/instructional>، تعليم جديد،

أخبار وأفكار تقنيات التعليم، ٢٤/٧/٢٠١٩.

قدمت شركة أمازون مفهوم المتاجر السريعة الذكية تحت مسمى: Amazon Go عام ٢٠١٦ في صورة متجر تجريبي متاح فقط لموظفي الشركة داخل أحد المباني الخاصة بالشركة في مدينة سياتل الأمريكية. وفي يناير من عام ٢٠١٨ فتحت أمازون أبواب متجر Amazon Go الذكي أمام العامة من المستخدمين بالطريقة نفسها، وعلى مدار العام الماضي أضافت الشركة ثمانية فروع إضافية إلى تلك السلسلة الذكية من المتاجر، والتي يقتصر ما تقدمه في الوقت الحالي على الوجبات السريعة الجاهزة، والمشروبات، وبعض مستلزمات البقالة البسيطة.

وفي الوقت الذي تنظم فيه تلك المتاجر سلسلة كبيرة من المنتجات والخدمات التجريبية التي تختبرها أمازون في الوقت الحالي بهدف تنويع مصادر دخلها، والتوسع أكثر في بيئة تسوق متكاملة تسيطر عليها الشركة، وبخاصة في مجال التسوق في العالم الحقيقي بعيدا عن الإنترنت؛ فإن أمازون في سبتمبر ٢٠١٨ أعلنت عن نيتها التوسع في سلسلة متاجر Amazon Go، وافتتاح ما يزيد عن ثلاثة آلاف فرع جديد خلال العامين القادمين، وقبل حلول عام ٢٠٢١.

تعد تلك الخطوة بمثابة التحول بهذا المنتج من مجرد خدمة تجريبية أو مفهوم مثير للاهتمام إلى سوق حقيقي تنتظر الشركة أن يحقق لها الكثير من الدخل، مما يعزز من هذا المفهوم توقعات محللين ماليين بأن متاجر Amazon Go تتجه إلى تحقق دخل يقدر بأربعة مليارات دولار سنويا بحلول عام ٢٠٢١<sup>(١)</sup>.

### ثانياً: مفهوم التسوق الذكي عند أمازون:

١- على العملاء أن يثبتوا تطبيق Amazon Go على هواتفهم الذكية قبل الدخول للمتجر، سواء العاملة بنظام (أندرويد) أو (هواتف آيفون)، وهو التطبيق المجاني الذي يتطلب تسجيل الدخول بحساب المستخدم في موقع أمازون، وبعدها ما

(١) <https://tech.echo.com/٠١/٢٠١٨shoppers-for-ready-store-go-amazon/>، متجر

أمازون جو للتجزئة يبدأ باستقبال المتسوقين بدون طوابير أو كاشير، ٢٧ / ٥ / ٢٠١٩ .

على المتسوق إلا أن يختار المنتجات التي يرغب في شرائها فقط، وستظهر الفاتورة في تنبيه هاتفه دون الحاجة للانتظار في طوابير أمام الكاشير لحساب المشتريات.

٢- تعتمد أمازون في متجرها على مستشعرات، والعديد من الكاميرات؛ لتحديد الأصناف التي اشتراها المستهلك، فيختار المتسوق ما يريده بالطريقة المعتادة، لكن تحت مراقبة مشددة من عدد كبير من الكاميرات، ويتم محاسبته عليها تلقائياً بخصم قيمتها من خلال الحساب الشخصي لكل مستخدم على أمازون، ودون الحاجة إلى وجود خزائن المحاسبة التقليدية<sup>(١)</sup>.

٣- أمازون تقوم فكرته على التسوق بدون أموال نقدية، أو التحدث مع البائع، فالأمر يتطلب فقط تحميل التطبيق على جهاز المحمول، فإذا دخلت الفرع للتسوق فعليك بالمسح الضوئي لجهاز المحمول، ثم تتسوق، وتقضي جميع حوائجك بدون التحدث مع البائع، وبدون مسح ضوئي للبطاقة الائتمانية؛ لأن الأمر يتعلق بكاميرات، وأجهزة استشعار ما تشتريه، وخصم القيمة من رصيد بطاقتك الائتمانية.

### الصورة الثانية:

#### أولاً: نشأة التسوق الذكي في شركة مترو:

تصنف شركة مترو للبيع بالتجزئة بالمرتبة الأولى في ألمانيا، وتأتي في المرتبة الثالثة في أوروبا، ولديهم مجالات مختلفة للبيع، مثل البيع بالجملة، والبيع بالتجزئة، ولديهم علامتان تجاريتان Real Extra، ولديهم شركة إلكترونيات، وكذلك متجر شامل تحت اسم GALLERIA.

(١) <https://tech.echo.com/٠١/٢٠١٨/shoppers-for-ready-store-go-amazon/>، متجر

أمازون جو للتجزئة يبدأ باستقبال المتسوقين بدون طوابير أو كاشير، ٢٧ / ٥ / ٢٠١٩.



بدأت فكرة تطوير محلاتهم في ٢٠٠١م عن طريق دعوة شركات مهمة ومعروفة في مجال التكنولوجيا مثل IBM/SAP/INTEL للمساعدة في تطوير وتشكيل نظام جديد، ووضعه بين يدي المستهلكين.

بدأ التخطيط، حيث اتحدت شركة مترو بشركاء معروفين مثل كوكاكولا، كرافت، جونسون آند جونسون، ونستله، إلى ما يصل أكثر من أربع وأربعين شريكا، ولديهم أكثر من مائتين وأربعين ألف موظف، في ثمانية وعشرين دولة، ما عدا أمريكا وكندا.

أول ما نتج عن هذا الاتحاد والدراسة، "Extra"، وهو عبارة عن مجموعة متاجر صغيرة، ما يقارب خمسمائة فرع في ألمانيا، بدءوا بأخذ متجر عمره ثلاثون سنة، أعادوا ترميمه، وأعطوه مبدأ وفكرة جديدة "Fresh and Easy"، والذي يوفر تجربة تسوق منعشة ومريحة، في هذا المبدأ الجديد قدموا التكنولوجيا الجديدة بنحو عشرين تقنية حديثة تحت سقف واحد، سنتعرف على بعض هذه التقنيات عند شركة مترو عند الحديث عن مفهوم التسوق لدى هذه الشركة.

#### ثانيا: مفهوم التسوق الذكي عند شركة مترو:

لقد استخدمت شركة مترو تقنيات عديدة من أجل جعل التسوق يتم بطريقة مريحة وسهلة، أذكر منها:

#### أولا: التسوق المريح الذكي:

تحاول الشركة من هذه الناحية تقليل المشكلات التي تواجه المستهلك عند التسوق، مثل البحث عن المنتجات، والانتظار في طابور الدفع، والتقليل من مشكلات عدم وجود المنتجات المرغوبة في الأرفف؛ لذلك تم توفير مساعد شخصي للتسوق، وهو عبارة عن جهاز لوحي يوضع على عربة التسوق، ويوصل عن طريق الإنترنت اللاسلكي في المتجر، يستطيع من خلاله المشتري أن يبحث عن منتج معين، حيث

تظهر له خريطة المتجر، وأين يجد هذا المنتج؟ ويوفر خاصية مسح الباركود<sup>(١)</sup>، حيث سيظهر له وصف المنتج، وسعره، والعروض المتوافرة عليه.

ثانياً: الميزان الذكي:

يسمى بالذكي؛ لأنه يتعرف تلقائياً على الفواكه والخضروات التي تضعها على الميزان، ويحدد الوزن، والسعر، ويطبّع ملصق لتضعه على الكيس.

يقوم بهذا العمل عن طريق كاميرا صغيرة على الجهاز، تلتقط صورة للمنتج الموجود على الطاولة، ومن ثم المقارنة بالصور المخزنة في الذاكرة، وإذا لم يكن الجهاز متأكداً مما يوجد عليه فسيعرض عليك خيارين لنوعين مختلفين، وستقوم باختيار المنتج الصحيح.

ثالثاً: بطاقة بيانات تعمل بالبطارية وتسمى (label):

وهي عبارة عن بطاقة متصلة بالإنترنت اللاسلكي في المتجر، في حالة تغيير سعر سلعة معينة يتم تحديث البيانات على الأرفف بسرعة، لديهم سبع وثلاثون ألف بطاقة بيانات في المتجر، في حين تبديل سعر ألف سلعة في يوم ما يمكن أن يتم في نصف ساعة، فضلاً عن الطريقة التقليدية لتبديل أسعار السلع عن طريق طباعة الملصقات، ووضعها على الأرفف.

رابعاً: الدفع الذاتي الذكي:

تعتبر هذه التكنولوجيا جديدة على ألمانيا، لكنها مألوفة ومنتشرة بشكل كبير في الولايات المتحدة الأمريكية.

فالذي أضافه إلى الدفع الذاتي التقليدي أنهم دمجه مع المساعد الشخصي للمشتري، حيث يقوم المشتري بمسح الباركود، وذلك حين يذهب المشتري إلى الكاشير

(١) الباركود: عبارة عن مجموعة من الخطوط الطولية السوداء والبيضاء، ذات السماكة المختلفة، بالإضافة إلى مجموعة من الأرقام التي تدل على عدة أمور، مثل: بلد المنشأ، والمصنع، ويتم قراءة الباركود عن طريق جهاز خاص، يسمى ماسحاً ضوئياً.

للدفع، لا يضطر لإخراج المشتريات من العربة، يكفي بالدفع فقط، تتطلب هذه العملية ١٠-٢٠ ثانية<sup>(١)</sup>.

### الصورة الثالثة:

#### أولاً: نشأة التسوق الذكي من خلال تطبيق PASS:

لعل من أعظم أبواب المعاملات التي يشتغل بها الباحث هي مسائل البيع، ونظراً للتطور الهائل الذي نشهده، لا سيما على مستوى الحركة التجارية، بيع المواقف للمركبات، الذي كان له نصيب وافر من هذه التكنولوجيا، والتي أسهمت في تخفيف الازدحام على بوابات الخروج، وتقليل الوقت الذي يمضيه العميل في الدفع واستلام النقود، وفتح البوابة وحل مشكلة عدم حمل العملات المعدنية لدى بعض المتسوقين، حيث يمكنهم من الدفع عن طريق تعبئة التطبيق ببطاقة الائتمان.

تطبيق (PASS) يقدم خدمة جديدة، ولأول مرة في الكويت، تم تطبيقه في عام ٢٠١٨ في مجمع (ثلاثمائة وستين) وفي عام ٢٠١٩ أصبح لديه موقعان مختلفان، برج الحمراء، ومجمع العقارات في مدينة الكويت.

#### ثانياً: مفهوم تطبيق PASS:

- ١- يقوم العميل بتحميل تطبيق ذكي على هاتفه، وتسجيل أرقام لوحة السيارة.
- ٢- عند الدخول إلى المواقف تقوم كاميرا بالتعرف على لوحة السيارة، وتسجيل وقت الدخول.
- ٣- عندما يخرج العميل من المواقف تقوم كاميرا أخرى بالتعرف على لوحة السيارة عند الخروج، وعدد الساعات التي أمضاها العميل في التسوق، ومن ثم خصم المبلغ المطلوب من الرصيد المضاف إلى الحساب<sup>(٢)</sup>.

(١) <https://www.rfidjournal.com/articles/view?889> بعنوان metro Future Store

٢٠١٩/٨/٤.

(٢) [Www.getpass.me](http://Www.getpass.me) ٢٠١٩/٨/٤.

## المطلب الثالث

## مزايا التسوق الذكي

- ١- سهولة معاينة المنتجات والسلع، فقللت المشكلات التي تواجه المستهلك عند التسوق، مثل البحث عن المنتجات بتوفير مساعد شخصي للتسوق، وهو عبارة عن جهاز لوحي يوضع على عربة التسوق، ويوصل عن طريق الإنترنت اللاسلكي في المتجر، يستطيع من خلاله المشتري أن يبحث عن منتج معين، حيث تظهر له خريطة المتجر، وأين يجد هذا المنتج، ويوفر خاصية مسح الباركود، حيث سيظهر له وصف المنتج، وسعره، والعروض المتوفرة عليه.
- ٢- أما الدفع الذاتي الذكي فهو يوفر كثيرا من المزايا للمتسوقين:
  - أ- توفير مساحة لإضافة أرفف في المتجر؛ كون جهاز الدفع الذاتي لا يحل مساحة كبيرة مثل الكاشير التقليدي.
  - ب- العميل الذي لا يفضل التواصل مع الموظف يمكنه أن يستخدم الدفع الذاتي.
  - ت- خدمة الدفع الذاتي توفر الوقت، وتعتبر أسرع من الكاشير التقليدي، وقضت على ظاهرة الانتظار في طابور الدفع.
  - ث- عدم الحاجة لدفع رواتب للعاملين في الكاشيرات.
  - ج- يمكن لخدمة الدفع الذاتي أن توفر اختيار عدة لغات؛ مما يسمح للأجانب بالاستفادة منها<sup>(١)</sup>.
- ٣- سهولة العمل أربعاً وعشرين ساعة دون الحاجة إلى موظفين.
- ٤- توفير متعة التسوق بأسلوب عصري، فسهلت عملية البيع والشراء بشكل مباشر.
- ٥- زادت من مستوى الرفاهية، وتحسين المستوى العام للحياة، بتوفير كافة السبل التي من شأنها إراحة العملاء، ومن ضمنها توصيل البضائع التي اشتراها العملاء لباب المنزل.

(١) [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Self\\_checkout](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Self_checkout) بعنوان checkout -Self /٦/٢٤

- ٦- توفير الجهد والوقت.
- ٧- المحافظة على التفوق، والريادة في الأعمال التجارية، وتدعيم الموقف التنافسي لها.
- ٨- يخلق حالة من الرواج وتحسين التجارة وازدهارها، تنعكس بشكل مستمر على اقتصاد الدولة، وقدرتها على اختراق الأسواق الدولية<sup>(١)</sup>.

---

(١) <https://www.rfidjournal.com/articles/view?889> metro Future

Store/٨/٢٠١٩.

## المبحث الثاني

## التكليف الشرعي

إن تحديد التكليف الفقهي يعتبر أمراً على جانب كبير من الأهمية؛ لما له من أثر كبير في تحديد القواعد والأحكام التي يخضع لها هذا العقد.

ومن خلال ماسبق من بيان مفهومه أرى أنه أقرب إلى عقد المعاوضة الذي فاضت به كتب فقهائنا شرحاً وتفصيلاً، غير أن التطبيق العملي له في العصر الحاضر اختلف عما كان عليه في الماضي، بل أصبح التعاطي بصورته الإلكترونية وحلته الجديدة من أهم العقود التي عليها تدار التجارة الحديثة، وعمودها الفقري.

التعريف:

١ - التَّعَاطِي لُغَةً:

العطو: التناول. والتعاطي: تناول ما لا يجوز تناوله، يقال: تعاطى فلان ظلمك<sup>(١)</sup>. قال -تعالى: ﴿فَنَادُوا صَاحِبَهُمْ فَتَعَاطَى فَعَقَرَ﴾ [سورة القمر ٢٩].

٢ - اصطلاحاً:

تعريف الحنفية: "حقيقة التعاطي: وضع الثمن، وأخذ المثلث عن تراض منهما من غير لفظ وهو يفيد أنه لا بد من الإيعاء من الجانبين؛ لأنه من المعاوضة، وهي مفاعلة"<sup>(٢)</sup>.

تعريف المالكية: "أن يعطيه الثمن، فيعطيه المثلث من غير إيجاب ولا استيجاب". انتهى. إن الفعل يدل على الرضا عرفاً، والمقصود من البيع إنما هو أخذ ما في يد غيرك بعوض ترضاه، فلا يشترط القول، ويكفي الفعل، كالمعاوضة<sup>(٣)</sup>.

(١) معجم تهذيب اللغة، لأبي منصور محمد بن أحمد الأزهرى، تحقيق: د. رياض زكي قاسم، ١٤٢٢هـ-٢٠٠١م بيروت: دار المعرفة، ط/ الأولى، المجلد ٣/.

(٢) البحر الرائق شرح كنز الدقائق، لابن نجيم، ط/ الثانية، دار الكتاب الإسلامي، ٢٩١/٥.

(٣) مواهب الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد بن محمد الحطاب، ١٤١٢هـ- ١٩٩٢م، دارالفكر،

٤، ط/ الثالثة: ٢٢٨.

تعريف الشافعية: "أن يتفقا على ثمن ومثمن من غير إيجاب ولا قبول، وقد يوجد لفظ من أحدهما"<sup>(١)</sup>.

وعند الحنابلة: ينعقد البيع بمعاطاة، وهي الصيغة الفعلية، مثل أن يقول البائع: خذ هذا بدرهم. فيأخذه المشتري وهو ساكت، أو وضع ثمنه عادة، وأخذه عقبه، فتقوم المعاطاة مقام الإيجاب والقبول للدلالة على الرضا؛ لعدم التعبد فيه<sup>(٢)</sup>.

ويمكن أن نعرف المعاطاة بتعريف شامل للتعريفات السابقة، وهو: أن يأخذ المشتري المبيع، ويدفع للبائع الثمن، أو يدفع البائع المبيع؛ فيدفع له الآخر الثمن، من غير تكلم ولا إشارة، ويكون التعاطي في البيع، وغيره من المعاوضات<sup>(٣)</sup>.

### حكم البيع بالتعاطي:

الرأي الأول: الحنفية<sup>(٤)</sup>، والمالكية<sup>(٥)</sup>، والحنابلة<sup>(٦)</sup>، وفي قول للشافعية<sup>(٧)</sup>: جواز البيع بالتعاطي.

(١) مغني المحتاج شرح المنهاج، لمحمد الشرييني الخطيب، ١٣٧٧هـ - ١٩٥٨م، القاهرة: مصطفى البابي الحلبي، ٣/٢.

(٢) حاشية الروض المربع شرح زاد المستنقع، لعبد الرحمن العاصمي، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، ط/ الثامنة، ٣٣٠/٤.

(٣) معجم المصطلحات الفقهية، قسم الإعداد الفني، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، قطاع الإفتاء والبحوث الشرعية، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.

(٤) بدائع الصنائع، لأبي بكر بن مسعود الكاساني، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، تحقيق: علي محمد معوض، وعادل أحمد عبد الموجود ط/ الثانية، بيروت: دار الكتب العلمية، ٦: ٥٣٠.

(٥) حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، محمد أحمد عرفة الدسوقي، وبهامشة تقارير محمد بن أحمد، تخريج محمد عبدالله شاهين، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، ط/ الثانية، بيروت: دار الكتب العلمية. ٤:

٤. مواهب الجليل شرح مختصر خليل ٤: ٢٢٨.

(٦) كشاف القناع على متن الإقناع، منصورين يونس البهوتي، مراجعة: هلال مصيلحي هلال، بيروت: دار الفكر، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م، ١٤٨/٣.

(٧) المجموع شرح المهذب لأبي زكريا النووي، ١٣٩١هـ - ١٩٨٠م، القاهرة: دار السلام ٩/١٩١.

الرأي الثاني: المذهب عند الشافعية<sup>(١)</sup>: اشتراط الصيغة لصحة البيع وما في معناه.

الرأي الثالث: القول الثالث للشافعية<sup>(٢)</sup>: جواز المعاطاة في المحقرات.

أدلة الفريق الأول: القائلين بجواز بيع التعاطي:

١- قال -تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾ [سورة البقرة ٢٧٥].

وجه الدلالة: أن الله -تعالى- أحل البيع، ولم يبين كيفيته؛ فوجب الرجوع فيه إلى العرف، كما رجع إليه في القبض، والإحراز، والتفرق، والمسلمون في أسواقهم وبيعاتهم على ذلك، ولأن البيع كان موجودا بينهم معلوما عندهم، وإنما علق الشرع عليه أحكاما، وأبقاه على ما كان، فلا يجوز تغييره بالرأي والتحكم، ولم ينقل عن النبي ﷺ ولا عن أصحابه -مع كثرة وقوع البيع بينهم- استعمال الإيجاب والقبول، ولو استعملوا ذلك في بياعاتهم لنقل نقلا شائعا، ولو كان ذلك شرطا لوجب نقله، ولم يتصور منهم إهماله والغفلة عن نقله؛ ولأن البيع مما تعم به البلوى، فلو اشترط له الإيجاب والقبول لبينه الرسول ﷺ بيانا عاما، ولم يخف حكمه؛ لأنه يفضي إلى وقوع العقود الفاسدة كثيرا وأكلهم المال بالباطل، ولم ينقل ذلك عن النبي ﷺ ولا عن أحد من أصحابه فيما علمناه، ولأن الناس يتبايعون في أسواقهم بالمعاطاة في كل عصر.

٢- السنة النبوية:

عن أبي هريرة رضي الله عنه: 'كان الرسول ﷺ إذا أتى بطعام سأل عنه: أهدية أم صدقة؟ فإن قيل: صدقة. قال لأصحابه: كلوا، ولم يأكل. وإن قيل هدية ضرب بيده وأكل معهم"<sup>(٣)</sup>.

(١) المجموع ١٩٠/٩.

(٢) المصدر السابق.

(٣) صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة بن بردزية البخاري، كتاب الهبة، باب قبول الهدية، ص ٢٠٣، رقم الحديث (٢٥٧٦)، بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ، (الرياض: دار السلام للنشر)، وصحيح مسلم، مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، كتاب الزكاة، باب قبول النبي الهدية ورده الصدقة، ص ٨٤٩، رقم الحديث (١-٧٧)، بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ، (الرياض: دار السلام للنشر).



وعن ابن عباس -رضي الله عنه، قال: حدثني سلمان -رضي الله عنه، قال: "أتيت النبي ﷺ بطعام وأنا مملوك، فقلت: هذه صدقة، فأمر أصحابه، فأكلوا، ولم يأكل، ثم أتيته بطعام، فقلت: هذه هدية أهديتها لك، أكرمك بها؛ فإني رأيتك لا تأكل الصدقة، فأمر أصحابه؛ فأكلوا، وأكل معهم"<sup>(١)</sup>.

**وجه الدلالة:** لم ينقل قبول ولا أمر بإيجاب، وإنما سأل ليعلم: هل هو صدقة أم هدية؟ وفي أكثر الأخبار لم ينقل إيجاب ولا قبول، وليس إلا المعاطاة، والتفرق عن تراض يدل على صحته، ولو كان الإيجاب والقبول شرطين في هذه العقود لشق ذلك، ولكانت أكثر عقود المسلمين فاسدة، وأكثر أموالهم محرمة، ولأن الإيجاب والقبول إنما يرادان للدلالة على التراضي، فإذا وجد ما يدل عليه من المساومة والتعاطي قام مقامهما، وأجزأ عنهما؛ لعدم التعبد فيه<sup>(٢)</sup>.

### ٣- الإجماع:

لم ينقل إنكاره من الفقهاء؛ فكان ذلك إجماعاً، وكذلك الحكم في الإيجاب والقبول في الهبة، والهدية، والصدقة، ولم ينقل عن النبي ﷺ ولا عن أحد من أصحابه استعمال ذلك فيه، وقد أهدى إلى النبي ﷺ من الحبشة وغيرها، وكان الناس يتحرون بهداياهم يوم عائشة<sup>(٣)</sup>.

٤- البيع في اللغة والشرع اسم للمبادلة، وهي مبادلة شيء مرغوب بشيء مرغوب، وحقيقة المبادلة بالتعاطي هو الأخذ والإعطاء، وإنما لفظ البيع والشراء دليل عليهما، وهناك آيات دلت على انعقاد البيع أو التجارة من غير لفظ البيع أو التجارة، وإنما

(١) مسند الإمام أحمد بن حنبل، مسند الأنصار، ص ١٧٦٤، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع، الرياض، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م، رقم الحديث (٢٤١٢٤).

(٢) المغني لابن قدامة، لأبي محمد عبدالله بن أحمد، تصحيح الدكتور خليل هراس، مكتبة ابن تيمية - القاهرة. ٥٦٢/٣.

(٣) المصدر السابق.

بالمعاطاة، مثل: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [سورة النساء ٢٩].

وجه الدلالة: أن التجارة عبارة عن جعل الشيء للغير ببذل، وهو تفسير التعاطي<sup>(١)</sup>.

أدلة الفريق الثاني: المانعين لبيع المعاطاة:

١- قال -تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [سورة النساء ٢٩].

٢- قال رسول الله ﷺ: "إنما البيع عن تراض"<sup>(٢)</sup>.

وجه الدلالة: أن التراضي أمر خفي؛ فأنيط بظاهر هو الصيغة؛ فلا ينعقد بالمعاطاة؛ إذ الفعل لا يدل بوضعه<sup>(٣)</sup>.

٣- القياس: بالقياس على النكاح؛ فإنه لا ينعقد إلا باللفظ، وقياسا على العقار والنفائس<sup>(٤)</sup>.

٤- بالقياس على المنابذة المحرمة: وهي أن يجعل النبذ بيعا، فيقول أحدهم: أنبذ إليك ثوبي بعشرة. فيأخذه الآخر، وقد نهى النبي ﷺ عن بيع المنابذة<sup>(٥)</sup>.

(١) بدائع الصنائع ٦: ٥٣١.

(٢) سنن ابن ماجه، محمد بن يزيد القزويني، كتاب التجارات، باب بيع الخيار، رقم الحديث (٢١٨٥)، ص ٢٦٠٧، بإشراف صالح عبدالعزيز محمد بن إبراهيم آل الشيخ. صححه الألباني في إرواء الغليل في تخریج أحاديث منار السبيل، تأليف محمد ناصر الدين الألباني، بإشراف محمد زهير الشاويش، ط/الأولى، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م، بيروت- دمشق: المكتب الإسلامي ٥: ١٢٥.

(٣) تحفة المنهاج شرح المنهاج ٥/ ٣٧٧، لشهاب الدين ابن حجر الهيتمي، ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤١٦هـ-١٩٩٦م.

(٤) المجموع ٩/ ١٩٢.

(٥) صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب بيع الملامسة رقم الحديث (٢١٤٦)، ص ١٦٧.

### مناقشة أدلتهم:

١- القول بأن لا دلالة للفعل على الرضا غير مسلم به، (ولو سلمنا) فلا مانع من دلالة الفعل على الرضا إذا أحاطت به القرائن، أو جرى العرف على إنشاء العقد به، فكما يجوز عقد البيع بالكناية من الألفاظ فيجوز أيضا عقده بالفعل المحاط بالقرائن<sup>(١)</sup>.

ثم "إن الأفعال وإن انتفت منها الدلالة الوضعية ففيها دلالة عرفية، وهي كافية؛ إذ المقصود من التجارة إنما هو أخذ ما في يد غيرك بدفع عوض عن طيب نفس منكما، فتكفي دلالة العرف في ذلك على طيب النفس والرضا بقول، وإن كان ذلك الفعل معاطاة"<sup>(٢)</sup>.

٢- قياس البيع على النكاح قياس مع الفارق، والفرق مبني على خمس قواعد، ذكرها القرافي في كتابه الفروق، وهي:

**القاعدة الأولى:** "أن الشهادة شرط في النكاح إما مقارنة للعقد، كما قال الشافعي، أو قبل الدخول، كما قال مالك -رحمهم الله- تعالى، وعلى التقديرين فلا بد من لفظ يشهد عليه أنه تزويج، لازنا وسفاح، والبيع لما لم يكن الإشهاد فيه شرطا جوزوا فيه المناولة.

**القاعدة الثانية:** إن قاعدة الشرع أن الشيء إذا عظم قدره شدد فيه، وكثرت شروطه، وبالغ إبعاده إلا لسبب قوي؛ تعظيما لشأنه، ورفعاً لقدره، فالنكاح عظيم الخطر، جليل المقدار؛ لأنه سبب بقاء النوع الإنساني المكرم المفضل على جميع المخلوقات، وسبب العفاف الحاسم لمادة الفساد واختلاط الانساب، وسبب المودة والمواصلة والسكون، وغير ذلك من المصالح؛ فلذلك شدد الشرع فيه، فاشتراط الصداق، والشهادة، والولي، وخصوص الألفاظ دون البيع.

(١) علي محيي الدين القره داغي مبدأ الرضا في العقود، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ط/ الثالثة، بيروت:

دار البشائر الإسلامية، (٢/ ٩٢٧).

(٢) مواهب الجليل ٤: ٢٢٨.

**القاعدة الثالثة:** كل حكم شرعي لا بد له من سبب شرعي، وإباحة المرأة حكم، فله سبب يجب تلقيه من السمع، فما لم يسمع من الشرع لا يكون سببا.

**القاعدة الرابعة:** الشرع قد ينصب خصوص الشيء سببا، كالزوال لوجوب الظهر، ورؤية الهلال لوجوب الصوم، والنكاح عندنا من هذه القاعدة، فقد ورد بألفاظ مختلفة في الكتاب والسنة، والأصل عدم اعتبار الخصوص؛ فيتعين العموم، وهو المطلوب.

**القاعدة الخامسة:** يحتاط الشرع في الخروج من الحرمة إلى الإباحة أكثر من الخروج من الإباحة إلى الحرمة؛ لأن التحريم يعتمد المفسد؛ فيتعين الاحتياط له، فلا يقدم على محل فيه مفسدة إلا بسبب قوي يدل على زوال تلك المفسدة، أو يعارضها، ويمنع الإباحة ما فيه مفسدة بأيسر الأسباب؛ دفعا للمفسدة بحسب الإمكان... فلم يجز النكاح بكل لفظ، بل بما فيه قرب من مقصود النكاح؛ لأنه خروج من الحرمة إلى الحل، وجوزنا البيع بجميع الصيغ والأفعال الدالة على الرضا بنقل الملك في العوضين<sup>(١)</sup>.

٣- أما الجواب أن المعاطاة كبيع المناذبة فإنه قياس مع الفارق؛ إذ ليس في المناذبة نظر ولا تراض، بل يجعل مجرد نبذ الثوب بيعا، بخلاف المعاطاة<sup>(٢)</sup>.

#### أدلة القول الثالث: القائل بجواز المعاطاة بالمحقرات:

إن التوسعة في الأموال النفيسة، كالعقارات، والجواهر - خطير؛ إذ يترتب عليه نقل الملكية، ويكثر فيها التنازع؛ فاشتراط اللفظ، بينما المحقرات، قال الغزالي: "إنه يشبه أن يكون ذلك في المحقرات معتادا في زمن الصحابة، ولو كانوا يتكفون الإيجاب والقبول من النقال والقصاب لثقل عليه فعله، ولنقل ذلك نقلا منتشرا، ثم إن

(١) الفروق في وأنوار البروق في أنواء الفروق أبي العباس أحمد بن إدريس الصنهاجي، تحقيق خليل المنصور، ١٤١٨هـ - ١٩٩٨م، ط/الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٦٤/٣، الفرق السابع والخمسون والمائة، بتصرف.

(٢) مبدأ الرضا في العقود ٩٢٨/٢.

الناس الآن قد انهمكوا فيه، فلا يشتري الإنسان شيئاً من الأطعمة وغيرها إلا ويعلم أن البائع قد ملكه بالمعاطاة، فأى فائدة في تلفظه بالعقد إذا كان الأمر كذلك؟<sup>(١)</sup>.

ثم هؤلاء اختلفوا في مقدار النفيس والحقير، فجاء في فتح القدير: "وأراد- الكرخي- بالخسيس الأشياء المحترقة، كالبقل، والرغيف، والبيض، والجوز؛ استحساناً للعادة"<sup>(٢)</sup>.

وقال ابن عابدين: "النفيس ما كثر ثمنه، كالعبد، والخسيس ما قل ثمنه، كالخبز، ومنهم من حد النفيس بنصاب السرقة فأكثر، والخسيس بما دونه"<sup>(٣)</sup>.

وقال النووي: "الرجوع في القليل، والكثير، والمحقر، والنفيس إلى العرف، فما عدوه من المحقرات، وعدوه بيعاً فهو بيع، وإلا فلا، هذا هو المشهور؛ تفرعاً على صحة المعاطاة، وحكى الرافعي وجهها: أن المحقر دون نصاب السرقة، وهذا شاذ، وضعيف، بل الصواب أنه لا يختص بذلك، بل يتجاوز إلى ما يعده أهل العرف بيعاً"<sup>(٤)</sup>.

### مناقشة أدلتهم:

لا فرق في الشريعة من حيث الحل والحرمة بينهما، فإن كان الفعل صالحاً لإنشاء العقد في الحقير فلا بد أن يكون صالحاً كذلك في الكثير، فدعوى التفرقة تحكم بلا دليل، فإن قالوا: الدليل هو العرف؛ قلنا: نسلم، لكنه لا ينبغي تقييد العرف ما دام قد جرى به، وشاع فيه"<sup>(٥)</sup>.

(١) إحياء علوم الدين لأبي حامد الغزالي، ٦٧/٢. ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م.

(٢) فتح القدير لمحمد بن عبدالواحد المعروف بابن الهمام، بيروت: دار إحياء التراث العربي، ٥: ٤٥٩.

(٣) حاشية ابن عابدين لمحمد أمين الشهير بابن عابدين ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م، ط/ الثالثة، مصر: مطبعة مصطفى البابي الحلبي، ٥٤٧/٤.

(٤) المجموع ٩/ ١٩٣.

(٥) مبدأ الرضا: ٢/ ٩٣١. بتصرف.

## الراجح:

مما سبق يتبين لنا قوة أدلة الفريق الأول الذي قال بصحة عقد البيع بالتعاطي، وأن المصلحة تقتضي جواز البيع بالتعاطي، وأن هذا يتفق مع مبدأ التيسير في الشريعة الإسلامية.

لقد تكلم شيخ الإسلام بن تيمية -رحمه الله- كلاما نفيسا، وقرر فيه: أنه -عز وجل- اكتفى بالتراضي في البيع، ولم يشترط لفظا معيناً، ولا فعلاً معيناً يدل على التراضي، ونحن نعلم بالاضطرار من عادات الناس في أقوالهم وأفعالهم أنهم يعلمون التراضي وطيب النفس بطرق متعددة من الأقوال والأفعال<sup>(١)</sup>.

وأما السنة والإجماع فمن تتبع ما ورد عن النبي ﷺ والصحابة والتابعين من أنواع المبيعات، والمؤجرات، والتبرعات؛ علم ضرورة أنهم لم يكونوا يلتزمون الصيغة من الطرفين، والآثار في ذلك كثيرة ليس هذا موضعها؛ إذ الغرض التنبيه على القواعد، وإلا فالكلام في أعيان المسائل له موضع غير هذا.

فمن هذا أن رسول الله ﷺ بنى مسجده، والمسلمون بنو المساجد على عهده وبعد موته، ولم يأمر أحداً أن يقول: وقفت هذا المسجد، ولا ما يشبه هذا اللفظ، بل قال النبي ﷺ: "من بنى لله مسجداً بنى الله له بيتاً في الجنة"، فعلق الحكم بنفس بنائه<sup>(٢)</sup>.

فهذا هو عقد المعاوضة الذي أفاض سلفنا -رحمهم الله- في الحديث عنه منذ قرون بعيدة قبل أن يتوصل الإنسان إلى التكنولوجيا في ممارسته، يعتبر الآن العمود الفقري للتجارة الحديثة.

(١) القواعد النورانية الفقهية، تحقيق: محمد بن أحمد الخليل، السعودية: دار ابن الجوزي، ص ١٦٢، ط/ الأولى، ١٤٢٢هـ.

(٢) المصدر السابق، ص ١٦٥.

## أركان عقد التسوق الذكي:

إن العقد وسيلة يترتب عليها الآثار الشرعية للعقد المعتبر في نظر الشارع، ولا يكون العقد معتبرا إلا إذا استوفى أركانه وشروطه، فما أركان العقد وشروطه في التسوق الحديث:

### أركان العقد:

الرأي الأول: عند الحنفية<sup>(١)</sup>:

الصيغة فقط، وهي الإيجاب والقبول، وأما العاقدان والمعقود عليه فهما من لوازم الإيجاب والقبول؛ لأنه يلزم من وجود الإيجاب والقبول وجود موجب وقابل (العاقدان)، ووجودهما مرتبطان يستلزم وجود محل يظهر فيه هذا الارتباط. الرأي الثاني: جمهور الفقهاء من المالكية، والشافعية، والحنابلة<sup>(٢)</sup>:

لابد لأي عقد من ثلاثة أركان، هي: الصيغة، وطرفا العقد، وهما اللذان يصدر عنهما الإيجاب والقبول، ومحل العقد: وهو ما يقع عليه التعاقد. فقد أجمع الفقهاء على اعتبار الصيغة ركنا في العقد، وهي تتألف من الإيجاب والقبول الدالان على توجه إرادة العاقدين لإنشائه، وهذه الإرادة أمر باطني، لا يظهر إلا بما يدل عليه من قول، أو فعل، أو كتابة، أو إشارة، أو رسول؛ فاحتيج لهذه الإرادة الظاهرة للتعبير عن الإرادة الباطنة.

والتعبير عن الإيجاب والقبول في التسوق الحديث يتم عن طريق المعاطاة بوسائل تكنولوجية وأجهزة استشعار وكاميرات.

### تحديد الإيجاب والقبول في التسوق الذكي:

عقود التسوق الذكي لا تختلف عن غيرها من العقود التقليدية إلا في الوسيلة المستخدمة في إبرام العقود، وهي التقنية المتطورة في إنجاز العقد بسرعة وبطريقة مختصرة.

(١) بدائع الصنائع ٦: ٥٢٨.

(٢) حاشية السوق، ٤: ٣؛ مغني المحتاج، ٢: ٣؛ كشاف القناع ٣/٤٦١.

فالتسوق وفق مفهوم أمازون يمثل عرض السلعة التي وضع عليها رقم كودي مطبوع عليها، والذي يمكن قراءته عن طريق جهاز مخصص، وقد اشتمل على وصف للمنتج، وبلد المنشأ، والشركة المصنعة -يعتبر إيجاباً، فالمشتري يستطيع أن يعاين البضاعة بشكل مباشر، وعندما ينخصم المبلغ من الفاتورة فإن هذا هو القبول. والتسوق -وفق مفهوم شركة مترو- الإيجاب يتمثل فيه عند عرض السلعة على الجهاز اللوحي المتصل بعربة التسوق، الذي يوفر خاصية مسح الباركود الذي يسجل بيانات المشتريات في العربة، والقبول هو عند الدفع للكاشير دون إخراج لمحتويات العربة.

وفي تطبيق pass يعتبر الدخول للمواقف إيجاباً، وعند خصم القيمة من رصيد البطاقة الائتمانية تلقائياً فإنه يدل على القبول، وفي كل الصور السابقة فإن مجلس التعاقد مجلس حقيقي يجمع المتعاقدين في مكان واحد.

وقد وضع الفقهاء شروطاً ثلاثة للصيغة، ذكرها الفقهاء؛ تجنباً للنزاع والخلاف، وتتنطبق تماماً على التسوق الذكي، وهي:

#### ١- أن لا يطول الفصل بين الإيجاب والقبول:

المعاملة في التسوق الذكي عبارة عن تلاقي إرادتين، فالمتعاقدان بالخيار بعد الإيجاب بين إتمام العقد، أو فسخه، ولو طال الوقت إلى آخر المجلس؛ لأن اشتراط الفورية في القبول تضيق على القابل، وطبيعة المعاملة في التسوق الذكي ليس لها فترة زمنية محددة، فالتسوق في متجر كبير يستغرق فترة زمنية أطول لصدور القبول، كما أن رغبة المشتري تحدد هذا الفصل، فقد يأتي لشراء منتج أو اثنين، وقد يأتي لشراء كميات كبيرة من السلع تستغرق وقتاً أطول من المشتري الأول، ولا حرج؛ فالعرف في المعاملات الحديثة يعتد بذلك، ولا يراه فاصلاً كبيراً؛ مما يجعلنا أمام عقد صحيح مكتمل.



## ٢- أن يتوافق الإيجاب مع القبول<sup>(١)</sup>:

فالإيجاب يجب أن يكون مقرونا بقبول مطابق له، ويجب أن يتضمن معلومات كافية عن السلعة، ووصفها، وبلد المنشأ، والمصنع؛ ليتسنى للقابل إصدار قبوله وهو على بينة من أمره.

ربما يتحقق عدم توافق الإيجاب مع القبول في العقود التقليدية، ولكن لن نجد ذلك في التسوق الذكي؛ لأن الأمر متعلق بأجهزة إلكترونية، وكاميرات، بدون تعامل مع الأشخاص.

٣- أن لا يتخللها كلام أجنبي عن العقد، فإن طال الفصل أو تخللها كلام أجنبي لم ينعقد، سواء تفرقا عن المجلس أم لا<sup>(٢)</sup>.

طبيعة المعاملة في التسوق الذكي لا تجعل هذا الشرط له أثرا على الإيجاب والقبول؛ لأن الأمر متعلق بأجهزة تقوم بالكشف عن السلع وصفاتها وتسجيلها لا علاقة لها بأشخاص، ثم الخصم مباشرة من الفاتورة.

## الركن الثاني: العاقدان:

هما طرفا العقد، والمراد بهما في التسوق الذكي: صاحب المتجر، وهو شخص اعتباري<sup>(٣)</sup> متمثل بالمؤسسة أو المتجر، والمشتري، وهو شخص طبيعي.

(١) بدائع الصنائع ٦: ٥٣٧؛ وروضة الطالبين، يحيى بن شرف النووي، ومعه المنهاج السوي في ترجمة الإمام النووي ومنتهى البنبوع فيما زاد على الروضة من الفروع، تحقيق: عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض، (١٤١٢هـ - ١٩٩٢م)، ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية، ٤/٣؛ وكشاف القناع ٣: ١٤٦.

(٢) كفاية الأختيار في حل غاية الاختصار، أبي بكر محمد الحسيني الحصري، تحقيق: عبد المجيد طعمة حليبي، بيروت: دار المعرفة، ط/ الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م، ١: ٣٠٦.

(٣) تثبت الشخصية الاعتبارية لكل مجموعة من الأشخاص أو الأموال يعترف لها القانون بهذه الشخصية. من الموقع الإلكتروني:

ويشترط فيهما لصحة العقد ما يأتي:

### ١ - الأهلية<sup>(١)</sup>:

بحيث يكون كل منهما جائز التصرف، أي: بالغاً، عاقلاً؛ فلا يصح العقد من صغير غير مميز، أو مجنون، أو سفيه، أما الصبي المميز فتصح عقوده وتصرفاته النافعة نفعا محضاً، كقبول الهبة، والوصية، والوقف، دون حاجة إلى إذن الولي، ولا تصح عقوده وتصرفاته الضارة ضرراً محضاً، كالهبة لغيره، والكفالة بالدين، حتى لو أجازها وليه أو وصيه<sup>(٢)</sup>.

أما التصرفات الدائرة بين النفع والضرر، كالبيع، والإجارة؛ فتصح من الصبي المميز بإجازة الولي إن كانت نافعة، ولا تصح بدونها عند الحنفية، والمالكية، والحنابلة<sup>(٣)</sup>، وخالف في ذلك الشافعية، قالوا: لا تصح هذه التصرفات؛ إذ إنهم يشترطون في العاقد الرشد؛ لكي يعتبر العقد صحيحاً<sup>(٤)</sup>.

ولكل من الفريقين أدلته، وهي مبسطة في مظانها، ولكن الراجح ما ذهب إليه الجمهور؛ ذلك أن الصبي المميز له أهلية ناقصة، فإذا أجازها من له حق الإجازة عرفنا أن جهة النفع راجحة، وإذا رفضها عرفنا أن جهة الضرر فيها راجحة؛ فكان القول بصحة عقد الصبي المميز موقوفاً على إجازة من له حق الإجازة؛ صونا للأقوال والأفعال أن تهمل.

(١) الأهلية: هي صلاحية الشخص لوجوب الحقوق له وعليه، وهي أهلية وجوب للحقوق المشروعة له، وأهلية أداء كونه فعله معتبراً شرعاً. (تيسير التحرير، شرح محمد أمين المعروف بأمر باد شاه، على كتاب التحرير لابن همام الإسكندري، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢ / ٢٤٩).

(٢) البحر الرائق ٥: ٢٧٨؛ حاشية الدسوقي ٣: ٧؛ كفاية الأخيار، ١: ٣٠٦؛ كشاف القناع ٣: ١٥١.

(٣) البحر الرائق ٥: ٢٧٨؛ تيسير التحرير ٢ / ٢٥٦؛ حاشية الدسوقي " ٣: ٥؛ المبدع في شرح المقنع، إبراهيم بن مفلح، (بيروت: المكتب الإسلامي، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م)، ٤ / ٨٠.

(٤) كفاية الأخيار ١: ٣٠٦؛ القوانين الفقهية، محمد بن أحمد بن جزي، (١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م)، ط/ الثانية، دار الكتاب العربي، ص ٢٤٧.

جاء في كفاية الأختيار: "ومما عمت به البلوى بعثان الصغار لشراء الحوائج، واطردت فيه العادة في سائر البلاد، وقد تدعو الضرورة إلى ذلك، فينبغي إلحاق ذلك بالمعاطاة إذا كان الحكم دائراً مع العرف، مع أن المعتبر في ذلك التراضي؛ ليخرج بالصيغة عن أكل مال الغير بالباطل، فإنها دالة على الرضا، فإذا وجد المعنى الذي اشترطت الصيغة لأجله فينبغي أن يكون هو المعتمد بشرط أن يكون المأخوذ يعدل الثمن، وقد كانت المغيبات يبعثن الجوارى والغلمان في زمن عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - لشراء الحوائج، فلا ينكره، وكذا في زمن غيره من السلف والخلف"<sup>(١)</sup>.

٢- الولاية: سلطة شرعية تخول صاحبها القدرة على إنشاء التصرفات وتنفيذها دون الرجوع إلى أحد<sup>(٢)</sup>.

إن الفقهاء وإن اتفقوا على اشتراط ولاية التصرف في طرفي أي عقد من عقود المعاوضات فإنهم اختلفوا في طبيعة هذا الشرط، ومن ثم اختلفوا في حكم عقد الفضولي، ولهم في ذلك قولان:

القول الأول: الحنفية، والمالكية، والإمام الشافعي في القديم، وهو قول في الجديد، رواية عند الحنابلة<sup>(٣)</sup>:

يعتبر هذا الشرط شرطاً لنفاذ العقد، لا صحته، ومن ثم يصح عقد الفضولي موقوفاً على إجازة المالك، فإن أجازه نفذ، وإلا بطل؛ ذلك أن الإجازة اللاحقة كالوكالة السابقة.

القول الثاني: الشافعي في الأصح من قوليه في الجديد، والحنابلة في أصح الروايتين<sup>(٤)</sup>:

(١) كفاية الأختيار ١: ٣٠٦.

(٢) "النظريات الفقهية، محمد الزحيلي. (ط/ الأولى، دمشق: دار القلم، بيروت: الدار الشامية، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م)، ص ١٥٧.

(٣) تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق. عثمان بن علي الزيلعي. (١٣١٣هـ). القاهرة: دار الكتاب الإسلامي؛ الشرح الصغير ٣: ٢٦؛ كفاية الأختيار ١: ٣١٠. المبدع، ٤: ١٦.

(٤) المراجع السابقة.

يعتبر هذا الشرط شرطا لصحة، ومن ثم فإن عقد الفضولي يقع باطلا. وقد استدل كل فريق بأدلة عديدة مبسطة في مظانها، ولعل الراجح هو القول الأول، ألا وهو صحة تصرف الفضولي موقوفا على إجازة المالك للتصرف، فإن أجازه نفذ، وإلا بطل.

**الركن الثالث: المعقود عليه:** وهو ما يثبت فيه أثر العقد وأركانه.

وقد اشترط الفقهاء شروطا يجب توافرها في المعقود عليه؛ حتى تتحقق ركنية العقد، وهذه الشروط هي:

- ١- أن يكون قابلا لحكم العقد شرعا، فإذا كان المحل غير قابل لحكم العقد شرعا لا يصح العقد عليه، كأن يكون محل العقد مالا غير متقوم، أو منهي عنه شرعا، أو يتنافى مع طبيعة العقد<sup>(١)</sup>.
- ٢- أن يكون المعقود عليه معلوما للطرفين علما ينفي عنه الجهالة المفضية للنزاع<sup>(٢)</sup>.
- ٣- أن يكون المعقود عليه مقدورا على تسليمه<sup>(٣)</sup>.
- ٤- أن يكون المعقود عليه مملوكا لبائعه ملكا تاما<sup>(٤)</sup>؛ لقول الرسول ﷺ: "لا تبع ما ليس عندك"<sup>(٥)</sup>.

(١) مجموعة من علماء الهند بإشراف الشيخ نظام الدين، "الفتاوى الهندية"، ومعه فتاوى قاضيخان للشيخ الفرغاني، (١٤٠٦ هـ - ١٩٩٥ م)، ( ط/ الرابعة، بيروت: دار إحياء التراث العربي) ٤: ٤١١. الشرح الصغير ٣: ٢٢. كفاية الأخيار، ١: ٣٠٨؛ المغني والشرح الكبير، ٤: ٤١-٤٢.

(٢). البحر الرائق، ٥: ٢٨١؛ الشرح الصغير ٣: ٢٢؛ كفاية الأخيار، ١: ٣١١؛ كشف القناع ٣: ١٦٣.

(٣) البحر الرائق، ٥: ٢٨١؛ الشرح الصغير ٣: ٢٢، كفاية الأخيار، ١: ٣١٠. كشف القناع ٣: ١٦٢.

(٤) كشف القناع ٣: ١٥٧.

(٥) سنن أبي داود، كتاب البيوع، باب: في الرجل يبيع ما ليس عنده، رقم الحديث (٣٥٠٣)، ص ١٤٨٣، وجامع الترمذي، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة السعودية: دار السلام. كتاب البيوع، باب ما جاء في كراهية بيع ما ليس عنده، رقم الحديث (١٢٣٢)، ص =

وجميع هذه الشروط متحققة في التسوق الذكي؛ فمحل الالتزام في العقد الإلكتروني لا يختلف عن محل الإلتزام في العقد التقليدي بوجوب شرعية محل التعاقد، واجتتاب كل السلع المحظورة شرعا، ووصف السلعة بذكر بلد المنشأ، والشركة المصنعة، وصفا مانعا للجهالة من خلال عرض المنتج على الباركود، وكذلك الثمن، وهو مكتوب على المنتج، وكل ذلك متحقق عبر التقنيات الحديثة بصورة كاملة ودقيقة، بعيدا عن الإعلانات المزيفة الخادعة، والسلع موجودة تحت قدرة المشتري، قادر على حيازتها مباشرة؛ لأن بيع ما لم يوجد غرر، وجهالة؛ فيمنع من ذلك. وإن كانت هناك أشياء لا تصلح محلا له، مثل العقار؛ وذلك لأن ملكيته لا تنقل من البائع إلى المشتري إلا بالشكل التقليدي، فلا يصلح أن يكون محلا لعقد البيع في التسوق الذكي إلا المال المنقول.

---

١٧٧٤، وسنن النسائي، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة السعودية: دار السلام، كتاب البيوع، باب: بيع ماليس عند البائع، رقم الحديث (٤٦١٧)، ص٢٣٨٦؛ وسنن ابن ماجه، كتاب التجارات، باب النهي عن بيع ما ليس عندك وعن ربح مالم يضمن، رقم الحديث (٢١٨٧)، ص ٢٦٠٨.

### المبحث الثالث

#### أثر التسوق الذكي على السوق الإسلامية

غزا التطور التكنولوجي بكافة أشكاله مجتمعات العصر الحالي، ونال كافة مناحي الحياة فيه، فغير كثيرا من أنماط الحياة اليومية، سواء الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو الثقافية، حتى أصبح التسوق الذكي اليوم واحدا من أهم المكونات لأية خطة تسويقية في العالم، فقد أشارت النتائج إلى أن متوسط إنفاق الزبائن في تلك المتاجر يزيد عن نظائرها من المتاجر التقليدية، وأن هناك عدة عوامل تسهم في زيادة إنفاق المستخدمين أثناء التسوق في تلك المتاجر الذكية، من بينها المفهوم المبتكر<sup>(١)</sup> ذاته، وعملية تلك المتاجر، وسرعتها، وكذلك عوامل نفسية تتعلق بكون المستخدم أكثر قابلية لإنفاق المزيد من الأموال عندما لا يتوقف للمحاسبة الفعلية عند مغادرة المتجر<sup>(٢)</sup>.

#### فما الدور الذي يلعبه الابتكار في نمو اقتصاد الدول ورفيها؟

يعتبر الابتكار أحد أهم مصادر التميز؛ حيث يسمح للمؤسسة في ظل هذه التغيرات بتحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة التحديات التي تملئها ظروف بيئة الأعمال الحالية.

إن النظرة إلى الابتكار قد تغيرت كثيرا في الحاضر على مستوى المؤسسات، وعلى مستوى الدول، فقد أصبح الابتكار معيارا يحدد على ضوئه درجة تقدم الدول والأمم ورفيها، بل أكثر من ذلك أصبح ينظر إليه على أنه مصدر لتحقيق الثروة، وعامل مهم في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، فعلى سبيل المثال ابتكار طريقة جديدة تمكن من زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج في الدول النامية بنسبة أقل من واحد في المائة قد تسهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي لهذه الدول بقدر أكبر مما

(١) الابتكار: هو قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق. إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، نجم عبود نجم، ص٢٢، الطبعة الأولى، الأردن - دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣ م.

(٢) موقع عالم التقنية، استرجع تاريخ ٢٨ / ١٠ / ٢٠١٩ / <https://bit.ly/NfPrHM>

يسهم فيه رأسمال إضافي مقداره مائة بليون دولار بمعدلات الربح التاريخية، فالإستراتيجية الجيدة المبتكرة مع التنفيذ الجيد أفضل من مجرد تحويل الموارد<sup>(١)</sup>. من جهة أخرى إن الابتكار أصبح أحد المؤشرات المهمة التي تساعد إلى حد كبير في الاستدلال على مدى تقدم المنظمات<sup>(٢)</sup>. إن التطورات التكنولوجية تفرض نفسها على الدول المتقدمة في ضرورة النظر في مسارها التنافسي؛ بغية الحصول على وضعية تنافسية، والسييل الوحيد للانسجام مع هذه التطورات هو الاستفادة من هذه التغيرات بالاعتماد على التقنيات الحديثة؛ للارتقاء بمستوى اقتصادي متميز، والوصول إلى السوق العالمية. وفيما يلي عدة أمثلة وإحصائيات تشير إلى خطط الشركات باستثمار مبالغ ضخمة في التكنولوجيا:

أولا: إحصائية عن خطط الاستثمار للمتاجر الكبيرة في فرنسا وبريطانيا من سنة ٢٠١٨ إلى ٢٠١٩:

---

(١) سعيد يس عامر: الإدارة، وآفاق المستقبل، مركز وايد سيرفيس للاستشارات، والتطوير الإداري، القاهرة، مصر ١٩٩٨، ص ٢٩٣.

(٢) محمد عبدالفتاح الصريفي: الإدارة الرائدة، دار الصفاء، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص ٣٨.

## What Are the Tech Investment Plans Of Senior Retail Executives in France and the UK for the Next 12 Months?

% Of Respondents, Q2 2018

Invest heavily in mobile (i.e. developing apps, coupons, mobile payments)

75%

Focus on bringing technology in store (i.e. iPads on the shop floor)

55%

Invest heavily in cutting-edge technology (i.e. AR, AI, etc.)

47%

Redesigning online presence (i.e. revamped website, mobile site)

29%

Haven't considered investing more in technology in the next 12 months

27%

Do not see the value in investing in technology in the next 12 months

0%

*(Source: voucher codes, part of RetailMeNot, Retail perspective and innovation, Payments, personalization and the phygital" conducted by WBR insights, sep 5, 2018)*



نرى من الشكل السابق أن ٧٥% من المتاجر تنوي الاستثمار بتطبيقات الهواتف الذكية، على حين احتل الجهاز اللوحي<sup>(١)</sup> المرتبة الثانية بنسبة ٥٥%، و٤٧% من المتاجر يركزون على الاستثمار في الذكاء الاصطناعي، و٧% من التجار لا يفكرون باستثمار أموالهم في التكنولوجيا الحديثة.

#### ثانياً: مخصصات الميزانية في المتاجر لعام ٢٠١٨:

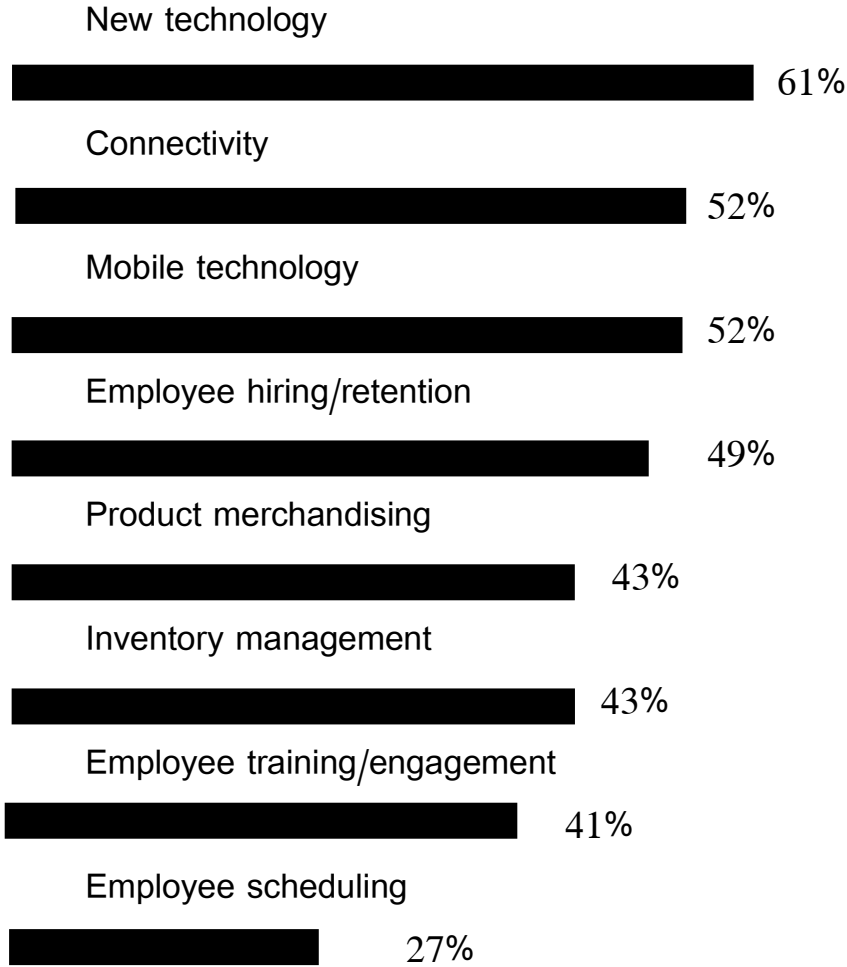
بناء على ما سبق رفعت المؤسسات التجارية مخصصاتها للميزانية بواقع ٦١% لبند التكنولوجيا الحديثة، وتمثل هذه النسبة الأعلى بالمقارنة مع البنود الأخرى، مثل تكنولوجيا الهواتف بواقع ٥٢%، وتوظيف الموظفين بواقع ٤٩%، و٤٣% لتسويق البضائع، وتدريب الموظفين بواقع ٤١%، بينما ٧% من الشركات لم تفكر باستثمار التكنولوجيا خلال السنة القادمة، كما هو موضح في الشكل التالي:

---

(١) الجهاز اللوحي: ويسمى جهاز آيباد، ويمكن تعريفه بأنه جهاز حاسوب لوحي، صممه شركة أبل، ويتميز بأن شكله يماثل شكل جهاز الآيفون، إلا أن حجمه كبير، ويصل إلى حجم المجلة.

<https://mawdoo.com.٣> ما هو الآيباد ١٧/٨/٢٠١٩.

## Which Areas of US Retailers' In-Store budget increased in 2018?



Note: vS 2017

Source: Retail touchpoints, "2018 Store Operations Survey"  
Sponsored by Lsn Intouch Insight, Kronos and Nodgo, Oct 11, 2018

### ثالثاً: رأي العملاء في استخدام التكنولوجيا في التسوق:

نلاحظ من الجدول الآتي ما يلي<sup>(١)</sup>:

Us Internet Users' Attitudes Toward Select Retail Technologies, May 2018:

Robots guide you to specific products within store aisles upon request.



Use fingerprints scanning to pay for items and get automatic home delivery, ll from the store floor.



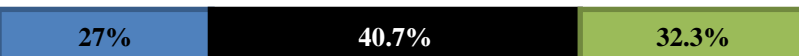
AR app allows you to view products in a store and then displays associated info and recommendations, including wether you need to replenish what you have at home.



Voice assistants within your home (e.g., Amazon Alexa, Google Home) provides personalized product info and suggested products for you and your family.



Computer programs (e.g., chatbots) use AI to help you with customer service requests, rather than a real person.

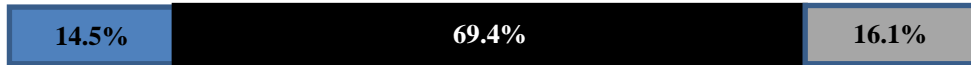


(١) [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com) (١٩/٨/٢٠١٩).

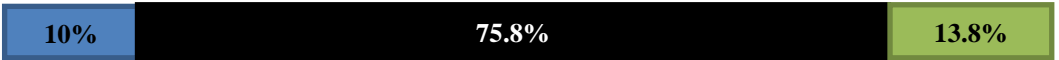
Facial recognition technology identifies you as a loyal customer and relays your preferences to the salesperson in-store.



Companies understand your shopping habits so well that they are able to use AI/data to choose and order products on your behalf.



Clothing includes sensors/tracking devices that allow retailers to track you in exchange for a discount (wearables).



■ ■ ■  
Cool Creepy Indifferent

*Note: Numbers may not add up to 100% due to rounding*

*Source: RichRelevance, "Creepy or Cool 2018: 4<sup>th</sup> annual Rich Relevance Study." June 20, 2018.*

وعند سؤال العملاء حول مدى رغبتهم باستخدام التكنولوجيا فقد دلت الإحصائية على أن الإقبال شديد على الروبوت الذي يرشد العميل إلى المنتجات المرغوبة، حيث بلغت نسبة الاستحسان ٤٨%، على حين أتت في المرتبة الثانية تقنية المسح الضوئي للبصمة للدفع مع وجود خيار التوصيل إلى المنازل بنسبة ٤٦%، وفي

المرتبة الثالثة يفضل ٣٥% من العملاء المساعدة الصوتية للمنزل مثل (أليكسا، أمازون، وجوجل هوم)<sup>(١)</sup>.

من الإحصائيات السابقة يتبين لنا دور التكنولوجيا في تطور التجارة، وسعي التجار لاقتنائها باعتبارها وسيلة من وسائل الابتكار الذي هو نقطة بداية للتجديد؛ ومن ثم التغيير نحو الأفضل الذي تسعى له كل مؤسسة.

ما موقف الشريعة من التكنولوجيا، وبالتالي أشكال البيع والشراء الحديثة التي غيرت مفهوم التسوق؟

لقد منّ الله -تعالى- على الأمة الإسلامية بتمام النعمة، وكمال الشريعة الغراء، بمرونة أحكامها، وشموليتها، وصلاحياتها لتغطية جميع جوانب الحياة، مصداقاً لقوله -تعالى: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾ [المائدة: ٣].

(١) هذه الأنظمة تسمى: "مساعدًا شخصيًا ذكياً"، وهي عبارة عن نظام، أو برنامج حاسوبي يتلقى الأوامر من الشخص ليحاول تنفيذها بما لديه من مصادر وأدوات، هذه التطبيقات تعمل في العادة عبر الأوامر الصوتية، فمثلاً بدلاً من أن تبحث أنت عن شيء في الانترنت، يمكنك الطلب من المساعد أن يبحث لك عن ذلك الشيء أو المنتج، ليس هذا فحسب، ويمكن أن تطلب منه أن يشتري لك المنتج ليتم إيصاله إلى باب المنزل؛ لأنه يعرف عنوانك. تلك المساعدات الشخصية يمكنها أن تستوطن الهواتف الذكية أو أية أجهزة تقنية، كما يمكنها أن تسكن في بعض الأجهزة الخاصة التي صممت لهذا الغرض، مثل "جهاز أمازون إيكو"، وهو عبارة عن جهاز أسطواني يستقبل الطلبات الصوتية من الأمر، ثم يحاول تنفيذها إن كان بمقدوره ذلك، أو الاعتذار لك إن كان لا يستطيع. المساعد الشخصي الخاص بشركة أمازون والذي يسكن جهاز أمازون إيكو هو أمازون إيليسكا، إذن يجب أن نفرق بين أليسا الذي هو النظام الذي يسمعك ويفهمك، ويسكن بداخل أمازون وإيكو الذي هو الجهاز الأسطواني الذي تضعه فوق الطاولة، فأنت عندما تطلب وتأمّر فأنت تتحدث إلى أليسا، فأنت تبدأ كلامك بنطق اسمه كي يعير لك الانتباه ويحاول فهمك.

لدليل <https://www.techwd.com/wd/10/02/2017> -ماذا تعرف- عن-أليكسا-و-أمازون-

إيكو-؟ (١٩/٨/٢٠١٩).

وإذا كان الإسلام العظيم لم يترك مجالاً من مجالات الحياة دون أن ينظّمه بقواعد، وأصول، وكليات تضمن حياة حرّة كريمة لبنى الانسان فإنه لأهل أن يواكب التطور التقني بالاستفادة من هذه التقنية الحديثة، والتي تعتبر مثالا حيا، وتطبيقا عمليا لعقد المعاطاة الذي تحدث عنه سلفنا -رحمهم الله -تعالى، فجاءت صور البيع المعاصرة متوافقة مع ما قرره الفقهاء قديما من جواز عقد بيع المعاطاة؛ لأنه يستحيل على البشر الخضوع لقوالب جامدة لا تتغير ولا تتبدّل، في ظل حراك دائم، وتغيرات مستمرة في حياة الناس، ومنافسة حادة.

والتشريع الإسلامي من السعة، والمرونة، والغنى بالقواعد والمبادئ ما يستطيع به أن يواجه تطورات الحياة، وتقلبات الأزمان من غير حيف على أصوله، فأحكام الشريعة لا تقف عن الحركة والتجديد، فهي خصبة منتجة، تتقبل كل ما يخدم البشرية ويحقق لها الرخاء والرفاهية، ولا يدعو إلى عزلة علمية أو مادية، ولا يحارب أي تقدم أو تطور خاضع لأحكامه ومبادئه العامة؛ لأن تطوره نابع من طبيعة الحياة؛ لذا يحفز المؤسسات التجارية نحو التجديد في أساليبهم بغرض تحسين مواقعهم في السوق التجاري، واستعمال كل الوسائل المتاحة والمشروعة لاشباع احتياجات المستهلكين، ويشجع التوسع، والانتشار، والتطور، والابتكار، وكل ما من شأنه أن يحدث تطورا ملحوظا في المستوى المعيشي للمجتمع، فهذه التقنيات الحديثة تعدّ المحرك الاقتصادي لنمو السوق التجاري، ومن الأمور البالغة الأهمية لنجاح المؤسسات التجارية، واستمرار نشاطها، ولتمكينها من الريادة في أعمالها في ظل تغير مستمر وسريع، بخلاف المؤسسات التجارية الأخرى التي لا تعطي أهمية للتطور والتجديد فإنها مهدّدة بخطر الزوال.

فقد أصبح التسوق الذكي من ضروريات الحياة، وأصبح نافذة عالمية في الانفتاح التجاري؛ لمواكبته المستجدات، والاستفادة منها بشكل فعال.

### الخاتمة

بعد الإنتهاء من البحث فإن أهم النتائج التي توصلت لها هي:

- ١- المراد بالتسوق الذكي: عمليات البيع والشراء التي تعتمد على التقنيات الحديثة في إنجاز المعاملة بأسهل السبل.
  - ٢- عقداالمعاطاة: أن يأخذ المشتري المبيع، ويدفع للبائع الثمن، أو يدفع البائع المبيع؛ فيدفع له الآخر الثمن، من غير تكلم، ولا إشارة، ويكون التعاطي في البيع وغيره من المعاوزات.
  - ٣- كيف التسوق الذكي على أنه عقد معاطاة بصورة مستجدة، خاضع لتقنيات حديثة، وهو من أهم العقود التي عليها مدار التجارة الحديثة.
  - ٤- من مزايا التسوق الذكي سهولة معاينة السلع والدفع الذاتي الذكي، وسهولة العمل أربعاً وعشرين ساعة، وتوفير متعة التسوق بأسلوب عصري، وتوفير الجهد والوقت، وزيادة مستوى الرفاهية، وتحسين المستوى العام للحياة، والمحافظة على التفوق والريادة في الأعمال التجارية، وتدعيم الموقف التنافسي لها.
  - ٥- أصبح ينظر إلى الابتكار على أنه من أهم المعايير التي تحدد درجة تميز المؤسسة، بل أكثر من ذلك أنه عامل محدد لاستمراريتها وبقائها، وذلك في ظل تغير سريع، ومنافسة حادة.
  - ٦- الشريعة الإسلامية شريعة خصبة مرنة، أشبه بالنهر الجاري المتدفق، قادرة على استيعاب التطورات والمستجدات في جميع مجالات الحياة.
  - ٧- للشريعة نصيب من التقنيات الحديثة التي تعود على البشرية بالنفع والرفاهية، فلا تقف عثرة أمام التطور والابتكار، تدعو إلى كلِّ أحكامها التي سطرها الفقهاء منذ قرون متعددة، فهي أحكام مرنة متجددة.
- وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبيه الأمين، محمد بن عبد الله، وعلى آله وصحبه أجمعين.

## فهرس المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.

١- إحياء علوم الدين، لأبي حامد الغزالي، ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.

٢- إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، نجم عبود نجم، الطبعة/ الأولى، الأردن - دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣ م.

٣- الإدارة الرائدة، محمد عبدالفتاح الصريفي: دار الصفاء، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

٤- الإدارة وآفاق المستقبل، سعيد يس عامر: مركز وايد سيرفيس للاستشارات، والتطوير الإداري، القاهرة، مصر ١٩٩٨م.

٥- إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، تأليف محمد ناصر الدين الألباني، بإشراف محمد زهير الشاويش، ط/الأولى، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م، بيروت- دمشق: المكتب الإسلامي.

٦- البحر الرائق شرح كنز الدقائق، لابن نجيم، ط/ الثانية، دار الكتاب الإسلامي.

٧- بدائع الصنائع، لأبي بكر بن مسعود الكاساني (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م)، تحقيق: على محمد معوض، وعادل أحمد عبد الموجود، ط/ الثانية، بيروت: دار الكتب العلمية.

٨- تحفة المنهاج شرح المنهاج، شهاب الدين، ابن حجر الهيتمي، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م، ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية.

٩- التسويق الحديث، بشير عباس العلاق، الدار الجماهيرية - ليبيا، ١٩٩٩.

١٠- تيسير التحرير، أمير باد شاه، بيروت: دار الكتب العلمية.

١١- جامع الترمذي، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ، ط/ الثالثة السعودية: دار السلام.

١٢- حاشية ابن عابدين، لمحمد أمين الشهير بابن عابدين ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، ط/ الثالثة، مصر: مطبعة مصطفى البابي الحلبي.



- ١٣- حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، محمد أحمد عرفة الدسوقي، وبهامشة تقريرات محمد بن أحمد، تخريج محمد عبد الله شاهين، ١٤٢٤هـ-٢٠٠٣، ط/ الثانية، بيروت: دار الكتب العلمية.
- ١٤- حاشية الروض المربع شرح زاد المستقنع، لعبد الرحمن العاصمي، ١٤٠٠هـ- ١٩٨٠م، ط/ الثامنة.
- ١٥- روضة الطالبين، يحيى بن شرف النووي، ومعه المنهاج السوي في ترجمة الإمام النووي ومنتهى البنوع فيما زاد على الروضة من الفروع، تحقيق: عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض، (١٤١٢هـ- ١٩٩٢م)، ط/ الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية.
- ١٦- سنن أبي داود، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ (الرياض: دار السلام للنشر).
- ١٧- سنن ابن ماجه، محمد بن يزيد القزويني، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة، بإشراف صالح عبدالعزيز آل الشيخ، (الرياض: دار السلام للنشر).
- ١٨- سنن النسائي، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة، بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ (الرياض: دار السلام للنشر).
- ١٩- الشرح الصغير على أقرب المسالك إلى مذهب الإمام مالك، أحمد بن محمد الدردير. وبهامشه حاشية العلامة الشيخ الصاوي أحمد بن محمد المالكي. (خرج أحاديثه وفهرسه وقرر عليه بالمقارنة بالقانون الحديث: د. مصطفى كمال وصفي). القاهرة: دار المعارف.
- ٢٠- صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة بن بردزبه البخاري، موسوعة الحديث الشريف الكتب الستة، ط/ الثالثة بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ (الرياض: دار السلام للنشر).

- ٢١- صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، موسوعة الحديث الشريف  
الكتب الستة، ط/ الثالثة، بإشراف: صالح بن عبد العزيز بن محمد آل الشيخ  
(الرياض: دار السلام للنشر).
- ٢٢- الفتاوى الهندية، مجموعة من علماء الهند بإشراف الشيخ نظام الدين، ومعه  
فتاوى قاضيخان للشيخ الفرغاني، ١٤٠٦هـ - ١٩٩٥م، ط/ الرابعة، بيروت:  
دار إحياء التراث العربي.
- ٢٣- فتح القدير، لمحمد بن عبدالواحد المعروف بابن الهمام، ١٤١٥هـ-١٩٩٥م،  
ط/الأولى، بيروت: دار الكتب العلمية.
- ٢٤- الفروق في وأنوار البروق في أنواء الفروق، أبو العباس أحمد بن إدريس  
الصنهاجي، تحقيق: خليل المنصور، ١٤١٨هـ - ١٩٩٨م، ط/الأولى، بيروت:  
دار الكتب العلمية.
- ٢٥- القواعد النورانية الفقهية، تحقيق: محمد بن أحمد الخليل، السعودية: دار ابن  
الجوزي، ط/ الأولى، ١٤٢٢هـ.
- ٢٦- القوانين الفقهية، محمد بن أحمد بن جزي، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م، ط/ الثانية،  
دار الكتاب العربي.
- ٢٧- كشاف القناع على متن الإقناع، منصور البهوتي، مراجعة: هلال مصيلحي  
هلال، بيروت: دار الفكر، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢.
- ٢٨- كفاية الأخيار، محمد الحسيني الحصري، ط/ الأولى، تحقيق: عبدالمجيد طعمة  
حلي، بيروت: دار المعرفة، ط/ الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
- ٢٩- مبدأ الرضا في العقود، علي محيي الدين القره داغي ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ط/  
الثالثة، بيروت: دار البشائر الإسلامية.
- ٣٠- المبدع في شرح المقنع، إبراهيم بن مفلح، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، بيروت:  
المكتب الإسلامي.
- ٣١- المجموع شرح المهذب، لأبي زكريا النووي، ١٣٩١هـ - ١٩٨٠م، القاهرة: دار  
السلام.

- ٣٢- محيط المحيط، بطرس البستاني، ص ٤٤٢، بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨٧م.
- ٣٣- المسند، للإمام أحمد بن حنبل، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع، الرياض، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م.
- ٣٤- المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المكتبة العلمية - بيروت.
- ٣٥- معجم تهذيب اللغة، لأبي منصور محمد بن أحمد الأزهري، تحقيق: د. رياض زكي قاسم، دار المعرفة - بيروت، ط/ الأولى، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
- ٣٦- معجم المصطلحات الفقهية، قسم الإعداد الفني، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، قطاع الإفتاء والبحوث الشرعية، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
- ٣٧- المعجم الوسيط، الدكتور إبراهيم أنيس، الدكتور عبد الحلیم منتصر، عطية الصوالحي، محمد خلف الله أحمد، ط/ الثانية.
- ٣٨- مواهب الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد بن محمد الحطاب، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م، ط/ الثالثة، دار الفكر.
- ٣٩- موسوعة مصطلحات جامع العلوم (دستور العلماء) للقاضي عبدالنبي الأحمد الأنكري، تحقيق علي دحروج وإشراف د. رفيق العجم، مكتبة لبنان ناشرون، ط/ الأولى ١٩٩٧.
- ٤٠- المغني، لابن قدامة، لأبي محمد عبدالله بن أحمد، تصحيح الدكتور خليل هراس، مكتبة ابن تيمية - القاهرة.
- ٤١- مغني المحتاج شرح المنهاج، لمحمد الشرييني الخطيب، ١٣٧٧هـ - ١٩٥٨م، القاهرة: مصطفى البابي الحلبي.
- ٤٢- النظريات الفقهية، محمد الزحيلي، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م، ط/ الأولى، دمشق: دار القلم، بيروت: الدار الشامية.

## المواقع الإلكترونية:

- 1- <https://www.new-educ.com/instructional-technology-edtech>
- 2- <https://tech-echo.com/2018/01/amazon-go-store-ready-for-shoppers/>
- 3- <https://tech-echo.com/2018/01/amazon-go-store-ready-for-shoppers/>
- 4- <https://www.annajah.net/>
- 5- <https://www.rfidjournal.com/articles/view?889>
- 6- [www.getpass.me](http://www.getpass.me)
- 7- <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Self-checkout>.
- 8- <https://www.rfidjournal.com/articles/view?889>
- 9- <https://mawdoo3.com/>
- 10- [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)
- 11- <https://www.tech-wd.com/wd/>
- 12- <https://bit.ly/2NfPrHM>
- 13- <https://www.e.gov.kw/sites/kgoarabic/Forms/QanoonMadani.pdf>