

بيع الغائب على الصفة وأثره على حماية المستهلك الإلكتروني - دراسة مقارنة بين الفقه المالكي والقانون الجزائري

Absence Sale on the Description and its Impact on the Protection of Electronic Consumer - Comparative Study Between Maliki Jurisprudence and Algerian Law

ط. د. عزوي عبد الله^{1*}، د. حوالف عكاشة²

¹ جامعة تلمسان (الجزائر)، abdellah.azzaoui@univ-tlemcen.dz

² جامعة وهران 1 (الجزائر)، okacha64@hotmail.fr

تاريخ الاستلام: 2023/03/24 تاريخ القبول: 2024/10/02 تاريخ النشر: 2024/10/06

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على نوع من البيوع الواسعة النطاق في التعامل التجاري الإلكتروني، ذلك لأن عمليات البيع الإلكتروني تتم عن بعد، إما باستعمال الهاتف، أو البريد الإلكتروني، أو مواقع الويب، أو المحادثات عبر وسائل تنقل الصورة والصوت معا، وفي كل هذه الحالات تكون السلع المعروضة للبيع غائبة عن مجلس العقد، ويكتفي المستهلك الإلكتروني إما برؤية المنتج عن بعد من خلال الرؤية الإلكترونية، أو وصف المنتج بالهاتف، وسنحاول في هذا البحث التعريف بهذا النوع من البيوع، ومحاولين مقارنته الشرعية ببيع الغائب على الصفة المعروف عند فقهاء الشريعة الإسلامية وخاصة علماء المذهب المالكي، في دراسة مقارنة مع القانون الجزائري خاصة قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18 والقانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

كلمات مفتاحية: البيع؛ الغائب؛ الصفة؛ المورد الإلكتروني؛ المستهلك الإلكتروني.

Abstract: This research aims to highlight a sort of large- scale sales in the electronic commerce transaction, that's because the electronic commerce transactions are remotely done by using phones, e- mails, websites, or conversation via the transmission of both voice and image, in all such cases, the goods on sale may be absent from the contract council, in which the electronic consumer only sees the product remote, or he describes it on the phone. In this research, we will attempt to give a definition of this sort of sales, by its Sharia comparison with absence sale on the description known to the Islamic fuqaha (jurists) especially to the scholars of Maliki school. In

a comparative study with the Algerian law particularly the electronic commerce law No. 18/05 and law No. 09/03 for the protection of consumer and suppression of fraud.

Keywords: absence sale; description; electronic supplier; electronic consumer.

مقدمة:

تهدف التشريعات الحديثة إلى زيادة حماية المستهلك عموماً، والمستهلك الإلكتروني خاصة، نظراً لخصوصية التجارة الإلكترونية، فالمعاملات التجارية الإلكترونية تختلف عن المعاملات العادية المعروفة بداية من إبرام العقد إلى غاية تنفيذ مضمون العقد، وهذا ما يطرح إشكالات عديدة، من بين هذه الإشكالات غياب المبيع وعدم وجوده مادياً حال إبرام العقد، والاكتفاء بمشاهدة صورته أو وصفه فقط، وقد يؤدي هذا إلى الغرر المنهي عنه شرعاً، والمعروف في البيع أن يمكن المشتري من رؤية المبيع، أو تكون له رؤية حقيقية مسبقة عنه. وفي حالة غياب المبيع عن مجلس العقد يصف البائع للمشتري السلعة، فيُبرم العقد على غائب موصوف موجود في الواقع، قد يكون قريباً أو بعيداً، وهوما يُعرف عند علماء الفقه الإسلامي ببيع الغائب على الصفة، فما مدى مطابقة وصف المبيع في البيع الإلكتروني لبيع الغائب على الصفة؟ وهل يأخذ أحكامه الشرعية؟ وماهي ضمانات مطابقة المبيع للمواصفات في عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري؟ هذه التساؤلات سنجيب عنها في هذه الورقة البحثية التي تتكون من بحثين، تحت كل بحث ثلاثة مطالب وفي الأخير خاتمة نستعرض فيها أهم النتائج المتوصل إليها، ومقترحات.

المبحث الأول: بيع الغائب على الصفة في الفقه المالكي

المطلب الأول: تعريف بيع الغائب على الصفة

المطلب الثاني: مشروعية بيع الغائب على الصفة عند المالكية

المطلب الثالث: شروط بيع الغائب على الصفة عند المالكية

المبحث الثاني: بيع الغائب على الصفة في البيع الإلكتروني

المطلب الأول: مفهوم بيع الغائب على الصفة في البيع الإلكتروني

المطلب الثاني: وصف المبيع في البيع الإلكتروني

المطلب الثالث: الآثار القانونية المترتبة على عدم التزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق

المبحث الأول: بيع الغائب على الصفة عند المالكية

المطلب الأول: تعريف بيع الغائب على الصفة

من المهم قبلولوج في صلب الموضوع التعريف بعناصره، وفي مقدمتها تعريف البيع عموماً، والمقصود بمفهوم الغائب والصفة، لنخلص في الأخير الى التعريف الجامع لبيع الغائب على الصفة.

الفرع الأول: تعريف البيع

لغة البيع: ضد الشراء، والبيع: الشراء أيضاً، وهو من الأضداد. وبعث الشيء: شريته، أبيعه بيعاً ومبيعاً (منظور، 1994).

تعريف البيع اصطلاحاً: (الرصاص، 1932) فهو عقد معاوضة بين البائع والمشتري لأن كلا منها يدفع عوضاً للآخر، يكون على الأعيان لا على المنافع فتخرج الإجارة لأن العقد فيها على المنفعة لا الذات كالكرأ كما أن عقد البيع لا يكون على لذة ليخرج القيد عقد النكاح، وهذا التعريف أعم فهو يشمل الصرف، والمراطة والسلم، وهبة الثواب، أما التعريف الأخص وهو ما يُفهم عند الإطلاق: {فهو عقد معاوضة على غير منافع ولا متعة لذة، ذو مكايسة أحد عوضيه غير ذهب ولا فضة معين غير العين فيه (الجزيري، 2002)} فبالإضافة إلى أن البيع عقد معاوضة على غير المنافع واللذة، فهو {ذو مكايسة} أي مغالبة لأن كلاً من المتعاقدين يريد أن يغلب صاحبه، لتخرج بهذا القيد هبة الثواب لأن الواهب ملزم بقبول القيمة التي اشترطها متى دفعت له فليس له أن يشاحح فيها فإذا قال: وهبت هذه الدار لزيد بشرط أن يعوضني مائة دينار لزمه قبول المائة (الجزيري، 2002) وخرج بالقيد: {أحد عوضيه غير ذهب ولا فضة} الصرف والمراطة وقوله: {معين غير العين فيه} خرج بهذا القيد بيع السلم.

الفرع الثاني: تعريف الغائب

غاب الرجل غيباً ومغيباً وتغيب، سافر أو بان، بعد أو خفي فلم يظهر، وامرأة مُغيبٌ، ومُغَيَّبٌ، ومُغَيَّبَةٌ إذا غاب عنها زوجها وفي الحديث روى مسلم عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (إذا قدم أحدكم ليلاً، فلا يأتين أهله طروقاً حتى تستحد المغيبة وتمشط الشعثة (صحيح مسلم)، والطروق هو المجئ ليلاً وفي الحديث النهي عن

الدخول المفاجئ على الزوجة بعد غياب الزوج عنها، حتى تتمكن من استقبال زوجها متزينة، فلا يدخل الأزواج على نسائهم، حتى يشعروهم بمجيئهم، ويقال غابت النجوم في السماء أي اختفت، وتوارت عن الأنظار، إذن فالمقصود بالغائب في اللغة ما كان بعيدا عن العين ولا يمكن مشاهدته.

الفرع الثالث: الصفة في اللغة

حالة يكون عليها الإنسان أو الشيء كالجمال أو السواد أو العلم أو الجهل، والصفة ما قام بالشيء من المعاني الحسية والمعنوية

الصفة: هي الاسم الدال على بعض أحوال الذات، وذلك نحو طويل وقصير وعاقل وأحمق، وغيرها. وهي الأمانة اللازمة بذات الموصوف الذي يعرف بها (الجرجاني، 1983).

الفرع الرابع: تعريف بيع الغائب على الصفة اصطلاحاً

عرفه المطرزي بقوله: {أن يبيع الشيء بالصفة من غير رؤية} (المطرزي، 1979)، وأطلق عليه بيع المواصفة، والفقهاء القدامى لم يتعرضوا للتعريف لوضوحه، ومن المعاصرين من وضع له تعريفاً كالدكتور وهبة الزحيلي بقوله: {بيع لعين مملوكة للبائع موجودة في الواقع ولكنها غير مرئية} (الزحيلي، 1984).

ويمكن أن يُعرف بيع الغائب على الصفة بأنه: بيع لعين غائبة مملوكة عن مجلس العقد بذكر صفاتها.

المطلب الثاني: مشروعية بيع الغائب على الصفة عند المالكية

المبيع على ثلاثة أنواع: عين حاضرة، وغائبة عن العقد، وسلم في الذمة غير معين، فأما العين الحاضرة، فلا خلاف في بيعها على اللزوم، والغائبة عن مجلس العقد إما أن توصف للمشتري أو لا توصف، فإن وصفت صح بيعها بشروط عند المالكية خلافاً للشافعية، وسبب الاختلاف كما يقول ابن رشد {هل نقصان العلم المتعلق بالصفة عن العلم المتعلق بالحس هو جهل مؤثر في بيع الشيء فيكون من الغرر الكثير، أم ليس بمؤثر، وأنه من الغرر اليسير المعفو عنه؟} (الحفيد، 2003).

أما إذا لم توصف فيصح بيعها إذا كان للمشتري خيار الرؤية، وهذا ما ذهب اليه الإمام خليل المالكي، قال في مختصره عاطفا على ما يجوز من أنواع البيع {وغائب ولو بلا وصف على خياره بالرؤية (المصري، 2005)}. أما إذا بيعت العين الغائبة الغير موصوفة على اللزوم أو السكوت، فالبيع لا يصح لأنه من الغرر المنهي عنه.

الفرع الأول: أدلة المالكية على جواز بيع الغائب على الصفة.

استدل المالكية على جواز بيع الغائب على الصفة بقول الله سبحانه وتعالى {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا} [البقرة: 275]. ووجه الدلالة عموم الآية، والألف واللام للجنس، لذلك فلفظ البيع يستغرق جميع أفرادها، إلا ما نص الدليل على استثنائه، يقول الإمام الفقيه ابن رشد: {فأما البيوع الجائزة فهي التي لم يحظرها الشرع، ولا ورد فيها نهي - وإنما قلنا ذلك، لأن الله تعالى أباح البيع لعباده وأذن لهم فيه إذنا مطلقا، وإباحة عامة - في غير ما آية من كتابه، من ذلك قَوْلُهُ تَعَالَى: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا} وَقَوْلُهُ تَعَالَى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَوَدَّيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ} [الجمعة: 9]، ولفظ البيع لفظ عام لأن الاسم المفرد إذا دخل عليه الألف واللام صار من ألفاظ العموم 4 (القرطبي، 1988).

وقوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا} [النساء: 29] ووجه الدلالة أن من شروط التجارة ما أحله الله، والشرط الثاني هو تحقق التراضي وهذا مما ينطبق على بيع الغائب على الصفة.

ومن أدلة الجواز كذلك قصة سيدنا عثمان رضي الله عنه مع طلحة بن عبيد الله التي رواها البيهقي في السنن الكبرى: {أن عثمان ابتاع من طلحة بن عبيد الله أرضا بالمدينة ناقله بأرض له بالكوفة فلما تابينا ندم عثمان ثم قال: "بايعتك ما لم أره"، فقال طلحة: "إنما النظر لي إنما ابتعت مغيبا، وأما أنت فقد رأيت ما ابتعت" فجعلا بينهما حكما فحكَّما جبير بن مطعم فقضى على عثمان أن البيع جائز وأن النظر لطلحة أنه ابتاع مغيبا} (البيهقي، 2011).

وفي هذا الخبر الدلالة على مشروعية التحكيم، وفيه كذلك مشروعية بيع الغائب على الصفة فقد قضى الصحابة رضوان الله عليهم بصحة هذا البيع، كما استدل المالكية على صحة

البيع على الصفة بأن الصفة تقوم مقام الرؤية، كما جاء في التمهيد: [وأما مالك، فالصفة عنده تقوم مقام المعاينة. وقد روي عن النبي -صلى الله عليه وسلم-، أنه قال: "لا تصف المرأة المرأة لزوجها، حتى كأنه ينظر إليها". فأقام هنا الصفة مقام المعاينة] (البر، 2017).

واستدل المالكية كذلك بقياس بيع الغائب على الصفة على بيع السلم، [فالأمة أجمعت على جواز السلم، والذي يسلم فيه غير مرئي وإنما هو موصوف، فلولا أنّ الوصف للشيء محلّ محلّ عيانه ما جاز السلم فيه. ولهذا لم يجز السلم فيما لا تضبطه الصفة. ولو كانت الرؤية شرطاً في صحة العقود على المبيعات لم يجز النكاح إلا بعد رؤية الزوجة (المازري، 2008)].

المطلب الثالث: شروط بيع الغائب على الصفة عند المالكية

لكي يكون بيع الغائب على الصفة لازماً، اشترط المالكية شروطاً، والغرض من هذه الشروط؛ إما حماية المشتري من الغرر، أو لتزدد الثمن واشتباه كونه ثمناً أو سلفاً، وهو ما يعرف عند المالكية [التزدد بين السلفية والثمنية]، وقد ذكرت هذه الشروط مفصلة عند المالكية.

الشرط الأول: أن لا يكون المبيع الموصوف بعيداً جداً كما أشار الشيخ خليل المالكي بقوله: [إن لم يبعد: كخراسان من إفريقية (المصري، 2005)]، لأن المسافة بين خراسان وإفريقية يتغيّر فيها المبيع في الغالب. وقد انتفى الغرر في وقتنا الحاضر لتوفر المواصلات فقد كانت المسافة بين خراسان وإفريقية تقطع في الشهور في الزمن الماضي، وعلى الوسائل البدائية.

الشرط الثاني: أن لا يكون قريباً جداً كالحاضر في البلد، لأن عدولهما عن الرؤية مع إمكانها إلى الصفة ضرب من الغرر، ويقابل هذا القول في المذهب جواز بيع العين الموصوفة القريبة جداً، لأن الغائب ما غاب عن مجلس العقد. إذن فكل مبيع غاب عن مجلس العقد قريباً أو بعيداً صح بيعه بالوصف، وقد شهّر بعض المالكية هذا القول، أما الحاضر فالأصل فيه أن يباع على المعاينة، وبيعه على الوصف خلاف الأصل، إلا إذا كان في رؤيته فساد للمبيع، أو سبقت رؤيته.

والشرط الثالث: أن لا يشترط البائع على المشتري نقد الثمن أي تقديم الثمن قبل قبض المبيع، لاحتمال عدم موافقة المبيع للصفات، والقاعدة عند المالكية كل مسألة اجتمع فيها تردد بين كونها سلفاً أو ثمناً فهي محرمة، جاء في شرح التلقين [وإذا كان العقد متردداً بين أن يقع بيعاً أو سلفاً كان ذلك فاسداً؛ لأنه في معنى سلف جر منفعة، إذ لا يسمح يكون هذا سلفاً إلا

لرجائه أن يكون بيعاً فريح فيه، وإذا تردد عقده بين هذين الأمرين وجب منعه وإفساده (المازري، 2008).

والصاوي علل المنع بقوله: [وحكمة منع التردد بين السلفية والتمنية ما فيه من سلف جر نفعاً، لأن الدافع للثمن لم يكن قصده بالسلف على احتمال حصوله وجه الله بل رضاه به مجوزاً كونه ثمناً ولولا ذلك ما دفعه (المالكي، 1995)]، والتردد بينهما من أبواب الربا؛ لأنه سلف جر نفعاً احتمالاً. وجاء في شرح المختصر [إذا باع شيئاً غائباً على البت، واشترط في العقد نقد الثمن فإنه يفسد العقد حيث كانت الغيبة بعيدة، وكان المبيع غير عقار لتردد المنقود بين التمنية والسلفية (الله، 2010 تاريخ النشر بالشاملة)]، لكن إذا تطوع المشتري من عنده بنقد الثمن جاز ذلك ولا حرج فيه، وهو ظاهر المدونة - على ما نص عليه عياض: [أن نقد الثمن في الغائب بغير شرط جائز في كل شيء. (الشنقيطي، 2015)].

والمالكية في بيع الغائب على الصفة يفرقون بين العقار والمنقول وبين البعيد والقريب في مسألة نقد الثمن، فأما العقار فيجوز فيه اشتراط نقد الثمن إذا وصفه غير البائع، وبيع على البت لا على الخيار قريباً كان أو بعيداً لعدم تغيره وأمنه، [وإن وقع البيع في العقار وشبهه، والمراد، به (وشبهه) الأشجار وعيون الماء، جاز شرط النقد ولو كان بعيد الغيبة (المصري، 2008)].

أما غير العقار فيجوز فيه اشتراط النقد بشروط عند المالكية:

- أن يصفه غير البائع: لأن البائع قد يبالغ في وصف السلعة.
- أن يكون قريباً كالیومین: أما إذا كان بعيداً فلا يجوز اشتراط النقد.
- أن يباع على البت لا على الخيار: فإذا طابق المبيع الصفات المتفق عليها لزم البيع.
- ألا يكون في المبيع حق التوفية: وحق التوفية هو المبيع الذي يباع على الكيل أو العدّ أو الوزن فهذا النوع من البيوع لا ينقد فيها الثمن إلا عند قبضها موزونة، أو معدودة، أو مكيلة، فإذا توفرت هذه الشروط الأربعة جاز للبائع أن يشترط على المشتري نقد الثمن، ولو دفع المشتري الثمن تطوعاً جاز ذلك أيضاً لضعف التردد بين السلفية والتمنية.

ومن الشروط المختلف فيها عند المالكية: أن يصف المبيع الغائب غير البائع كما جاء ذلك في الموازية والعتبة لأن البائع قد يقصد الزيادة في السلعة لينفق سلعته ولا يوثق بصفته، وظاهر المذهب أنه لا يشترط في جواز البيع على الصفة أن يصفه غير البائع، وجعل اللخمي

وصاحب المقدمات ذلك شرطاً في جواز النقد كما مر بنا سابقاً فمتى كان الوصف من البائع منع نقد الثمن عقاراً أو منقولاً، كما نص على ذلك الإمام التسولي: [وسواء كان الوصف من غير البائع أو من البائع كما هو ظاهره أيضاً، لكن لا يجوز النقد فيه بوصف البائع ربعا كان أو غيره] (التسولي، 1998).

- والشرط الأخير وهو: أن يحرص الأوصاف المقصودة كلها؛ فيجب على البائع أن يذكر للمشتري الأوصاف التي لولاها ما أقدم المشتري على إبرام العقد، ولا يكتفي بذكر الجنس أو المقدار فقط، فعليه أن يذكر كل وصف مقصود للمشتري، وكل وصف من أجله تتفاوت أثمان السلع، فإن خرج المبيع على الأوصاف المذكورة لزم البيع، وإن خرج على خلاف ذلك، فللمشتري الخيار.

وإن اختلف البائع مع المشتري وتنازعا في الصفات المتعاقد عليها فالقول قول المشتري عند المالكية، أما ضمان المبيع في بيع الغائب على الصفة فيختلف باختلاف نوع المبيع ففي العقار الضمان على المشتري، أما غير العقار كالمنقولات فالضمان على البائع.

المبحث الثاني: بيع الغائب على الصفة في البيع الإلكتروني

المطلب الأول: مفهوم بيع الغائب على الصفة في البيع الإلكتروني

بعدما تعرضنا لمفهوم بيع الغائب على الصفة في المبحث الأول والأحكام الخاصة به عند المالكية، نتعرض في هذا المطلب لبيع الغائب على الصفة في البيع الإلكتروني، والبيع الإلكتروني له خصائص ينفرد بها عن البيوع العادية التي تتم مباشرة بدون استخدام وسائط إلكترونية، ومن أهم هذه الخصائص أن العقود الإلكترونية تتم عن بعد دون الحضور الفعلي لأطراف التعاقد، كالتعاقد بالهاتف، والأنترنت، والفاكس، والراديو، والتلفزيون، وكل هذه الوسائط الإلكترونية يمكن التعاقد بها إما بمشاهدة صورة المبيع، أو وصفه عن بعد باللفظ فقط، أو وصفه بالكتابة وحدها، أو الكتابة مع الصورة. وقبل الحديث عن ماهية بيع الغائب على الصفة، أو البيع على أساس الوصف، أو بيع العين الغائبة في البيع الإلكتروني، من الضروري التعريف بعقد البيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، وحكم التعاقد بهذه الوسائط الإلكترونية في الفقه الإسلامي.

الفرع الأول: عقد البيع الإلكتروني

يعرف البيع الإلكتروني بأنه: [عقد يتم فيه تلاقي كل من الإيجاب والقبول عبر شبكة الانترنت، التي تتيح التفاعل بين المتعاقدين (البائع والمشتري) كوسيلة مسموعة ومرئية في إطار التجارة الإلكترونية (يمينه، 2012)].

وعرفه البعض بأنه: التوافق التام بين إرادتين صحيحتين بارتباط إيجاب بقبول على تمليك شيء أو حق مقابل ثمن، يلتزم به البائع بتسليم الشيء المبيع أو تمكين المشتري من حيازته داخل الشبكة أو خارجها، ويلتزم به المشتري بدفع الثمن المتفق عليه من خلال وسيلة الاتصال المسموعة والمرئية [الأنترنت] (زريقات).

والتعريفان اقتصرتا على وسيلة إلكترونية واحدة هي شبكة الأنترنت لأنها كانت محل دراسة الباحثين، ولأن البيع عبر الأنترنت صار أكثر شيوعا واستعمالا، وإذا أطلق البيع الإلكتروني فإنه ينصرف إلى البيع الذي يتم عن طريق الأنترنت سواء عبر شبكة الويب، أو البريد الإلكتروني، أو غرف المحادثات المرئية التي تنقل الصوت والصورة معا، أو الصوت فقط، لكن الأصل أن كل بيع تم بوسيلة إلكترونية يسمى بيعا إلكترونيا وهذا المفهوم هو الذي تبناه المشرع الجزائري في القانون

رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة السادسة: [العقد بمفهوم القانون رقم 04/02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني] (18_05). والعقد الذي يتم عن بعد قد يكون بيعاً أو إجارة أو مقاوله أو غير ذلك من العقود التجارية.

كما عرف القانون نفسه في نفس المادة التجارة الإلكترونية بأنها: [النشاط الذي يقوم به مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك، عن طريق الاتصالات الإلكترونية] (18_05)

فالبيع الإلكتروني هو عقد بيع عادي تجري عليه أحكام النظرية العامة للالتزامات والجديد فيه هو استخدام الوسيط الإلكتروني.

الفرع الثاني: مشروعية التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة

لما كان التعاقد بهذه الوسائل الحديثة يتم عن بعد ودون الحضور الفعلي للعاقدين، أثارت تساؤلات حول مشروعية وتكييف هذا النوع من العقود، وخلاصة القول في مشروعية التعاقد بهذه الوسائل المستحدثة أنه يأخذ نفس الحكم الشرعي للعقود العادية، لأن القاعدة الأساسية في تكوين العقود هي الرضا بأي وسيلة، قال الشيخ خليل المالكي: [ينعقد البيع بما يدل على الرضا وإن بمعاطاة (المصري، 2005)]. وقد أكد هذا الحكم مجلس مجمع الفقه الإسلامي: [إن مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في دورة مؤتمره الرابع بجده في المملكة العربية السعودية من 17-23 شعبان 1410هـ الموافق 14-20 آذار (مارس) 1990م، بعد اطلاعه على البحوث الواردة إلى المجمع بخصوص موضوع إجراء العقود بآلات الاتصال الحديثة، ونظراً إلى التطور الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال، وجريان العمل بها في إبرام العقود لسرعة إنجاز المعاملات المالية والتصرفات، وباستحضار ما تعرض له الفقهاء بشأن إبرام العقود بالخطاب، وبالكتاب، وبالإشارة، وبالرسول، وما تقرر من أن التعاقد بين الحاضرين يشترط له اتحاد المجلس - عدا الوصية، والإيصاء، والوكالة -، وتطابق الإيجاب والقبول، وعدم صدور ما يدل على إعراض أحد العاقدين عن التعاقد، والموالاتة بين الإيجاب والقبول بحسب العرف، قرر ما يلي:

أولاً: إذا تم التعاقد بين غائبين لا يجمعهما مكان واحد، ولا يرى أحدهما الآخر معاينة، ولا يسمع كلامه، وكانت وسيلة الاتصال بينهما الكتابة، أو الرسالة، أو السفارة (الرسول)، وينطبق ذلك على البرق، والتللكس، والفاكس، وشاشات الحاسب الآلي (الحاسوب)؛ ففي هذه الحالة ينعقد العقد عند وصول الإيجاب إلى الوجهة إليه وقبوله.

ثانياً: إذا تم التعاقد بين طرفين في وقت واحد، وهما في مكانين متباعدين، وينطبق هذا على الهاتف، واللاسلكي، فإن التعاقد بينهما يعتبر تعاقداً بين حاضرين، وتطبق على هذه الحالة الأحكام الأصلية المقررة لدى الفقهاء المشار إليها في الديباجة.

ثالثاً: إذا أصدر العارض بهذه الوسائل، إيجاباً محدد المدة، يكون ملزماً بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة، وليس له الرجوع عنه [الدولي].

المطلب الثاني: وصف المبيع في البيع الإلكتروني

إن المتتبع لعمليات البيع الإلكتروني بكل أنواعه؛ سواء البيع عن طريق الهاتف، أو التلفزيون، أو الفاكس، أو الأنترنت أو أي وسيلة إلكترونية يرى أنها تتم عن طريق وصف المبيع للمشتري باللفظ، أو الكتابة، أو تقديم صورة له، ضف إلى ذلك فقد يكون المبيع نموذجاً مصوراً فقط يلتزم البائع بتسليم ما هو مطابق له، وهو ما يثير إشكالات شرعية وقانونية حول مدى اعتبار العقد المبرم بالوسيط الإلكتروني هل هو قائم دائماً على خيار العدول، كما ذهب إلى ذلك بعض التشريعات حماية للمستهلك لأنه الطرف الأضعف، كالتوجيه الأوربي المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد [يحق للمستهلك الرجوع عن العقد، وبدون إبداء أي سبب خلال مدة لا تقل عن سبعة أيام عمل تبدأ من يوم استلامه للسلعة] (رقم 97_97، 1997). أم أن حق العدول مقيد بحالة التسليم غير المطابق للطلبية، أو كان المنتج معيباً وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري في المادة 23 من قانون التجارة الإلكترونية: [يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً (18_05)].

والإشكال الثاني حول مفهوم الرؤية عبر الوسائل الإلكترونية التي تتيح رؤية صورة المبيع فهل تُعطى هذه الرؤية حكم الصورة الحسية الواقعية، والقول بهذا لا يضمن حق حماية المستهلك الإلكتروني مع تطور طرق الإثارة والإغراء، أم أن الرؤية الإلكترونية غير كافية، والعبارة بالرؤية

الحسية الواقعية فقط، وهو الأمر الذي يؤدي الى التفريق بين قبول الأنترنت كوسيلة صالحة لإبرام العقد وعدم قبولها كوسيلة صالحة لتنفيذه، لكن ما يهمنا في البيع الإلكتروني هو كون حالاته كلها يكون المبيع غائبا عن مجلس العقد وقت إبرام العقد، وهو ما يجعل هذا النوع من البيوع بيعا غائبا على الصفة وإن كان أنموذجا يلتزم فيه البائع بالصورة المطابقة فقط، وضمنا لحماية المستهلك الإلكتروني من التضليل التجاري الدافع للتعاقد، ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني التزامات تتعرض لها في هذين الفرعين:

الفرع الأول: التزام المورد الإلكتروني بذكر صفات المبيع.

لما كانت البيئة الإلكترونية ميدانا خصبا لعمليات الإشهار الكاذب والمزيف لما تحتوي عليه من وسائل متطورة في التضليل على المستهلك، ألزمت معظم التشريعات المورد الإلكتروني تزويد المستهلك الإلكتروني بالمعلومات الكافية والدقيقة الخاصة بالمبيع على غرار المشرع الجزائري الذي ألزم البائع بذكر كل ما يتعلق بالمبيع من صفات ضرورية وأساسية وبوضوح وصفا دقيقا نافيا للغرر والجهالة المحتملة فقد نصت المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي: [يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية: طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم (18_05)].

كما ألزم القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك بجميع المعلومات المتعلقة بالمنتج المادة رقم 17: [يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم (09_03)]. وبهذا يكون المشرع الجزائري قد ضمن للمستهلك مخاطر الوقوع في الغرر الناتج عن عدم الوصف الصحيح والدقيق للمبيع.

الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق.

لم يضع قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18 تعريفا للتسليم المطابق، واكتفى في المادة 23 بذكر التزامات المورد والمستهلك الإلكترونيين في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية، وبالرجوع إلى القانون المدني نجد أن المشرع الجزائري قد أوجب في المادة 353 مطابقة المبيع للعينة

دون تعريف المطابقة: [إذا انعقد البيع بالعينة يجب أن يكون المبيع مطابقا لها وإذا تلفت العينة أو هلكت في يد أحد المتعاقدين ولو دون خطئ كان على المتعاقد بائعا أو مشتريا، أن يثبت أن الشيء مطابق أو غير مطابق للعينة (الجزائري)]. كما عرف القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم المطابقة بأنها: [استجابة كل منتج معروض للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به (03_09)].

وقد أُلزم المرسوم التنفيذي رقم 327/13 بضرورة مطابقة المنتج للشروط المتفق عليها في عقد البيع دون التعريف بالمطابقة لأن المرسوم يهدف إلى تحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّر التنفيذ، لذلك عرّف بالضمان والضمان الإضافي فقط. فقد نصت المادة 4: [في إطار تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولا عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة] (13_327).

ونستطيع أن نعرف المطابقة بأنها: [التزام البائع بتسليم المنتج للمشتري الذي رآه على الشاشة، أو وصف له عند إبرام العقد سواء كان المنتج سلعة مادية أو أي خدمة كبيع التطبيقات الحاسوبية]. كما يلتزم المورد الإلكتروني أن يحقق صور المطابقة الثلاث؛ الكمية والوصفية والنوعية، مما يجعل المنتج صالحا للاستعمال بحسب طبيعته ووفقا لغرض المشتري، بما يضمن حسن الانتفاع به وتوقي أضراره، كما يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم منتج مطابقا للمواصفات القانونية والقياسية التي يشترطها التشريع، وهذه الالتزامات وإن لم ينص عليها قانون التجارة فقد أُلزم المشرع بها المورد في القانون 03/09 حيث خصص المشرع الفصل الثالث إلى إلزامية مطابقة المنتجات في المادتين 11 و 12: بنصه على ما يلي: المادة 11: [يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله].

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والناتج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صناعته والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه] (03_09).

المادة 12: [يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول] (09_03).

المطلب الثالث: الآثار القانونية المترتبة على عدم التزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق

لا شك أن هدف المشرع هو الحرص على تحقيق التوازن العقدي الذي يضمن حماية المستهلك وعدم إلحاق الضرر بالمورد الإلكتروني في نفس الوقت، كما يسعى المشرع إلى المحافظة على استقرار العقود، وتجنب ما قد يعرضها لعدم التنفيذ، وقد عالج المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية آثار إخلال التزام المورد الإلكتروني للتسليم المطابق في المادة 23.

إن المورد ملزم بقوة القانون بتنفيذ مضمون العقد بعد إبرامه مع المستهلك ومسؤولاً عن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، ولا يعفى من هذه المسؤولية إلا في حالتين:

- إذا أثبت أن عدم التنفيذ يعود إلى المستهلك.

- أو كان عدم التنفيذ يعود للقوة القاهرة.

إن المتتبع لحالات البيع الإلكتروني يرى الكثير من الحالات التي يتم فيها تسليم المبيع غير مطابق لما تم رؤيته أو وصفه سواء كان المبيع سلعة مادية أو برنامجاً حاسوبياً يتم تنزيله على الحاسوب، وفي حالة ما إذا لم يُمكن المستهلك الإلكتروني من استلام مبيع مطابق للطلبية، أو كانت معيبة وجب على المورد الإلكتروني أن يلتزم إما بإصلاح العيب أو استبدال المبيع بآخر مماثل أورد المبيع، وفي هذا المطلب سنعالج جزاء الإخلال بالتسليم الغير المطابق.

إن الغياب المادي للمبيع الإلكتروني عن مجلس العقد يثير إشكالات كثيرة من بينها التسليم المطابق، ففي البيع التقليدي البائع ملزم بتسليم الشيء المبيع في الحالة التي كان عليها وقت المبيع سواء كان معينا بالذات، أو مطابقاً لعينة عرضها البائع على المشتري وهذا ما نصت عليه المادة 364 من القانون المدني الجزائري: [يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت المبيع] (الجزائري).

وبالبيع في البيع الإلكتروني ملزم كذلك بتسليم الشيء المبيع بالموصفات المتفق عليها في العقد لأن الغالب في البيوع الإلكترونية بيوع على النموذج، وملزم كذلك بتسليم الشيء المعين بالذات الذي أظهره البائع للمشتري على جهاز الهاتف أو الحاسوب، والإشكال القائم في البيع الإلكتروني في تحقيق رغبة المشتري التي تكون شكلية فقط، فالرؤية الإلكترونية لا تمس جوهر المبيع

التي تعاقده المستهلك من أجلها، لذلك يتعين على المستهلك الإلكتروني عند استلامه المبيع القيام بفحصه حتى يتحقق من مطابقته للمواصفات التي تم الاتفاق عليها عند إبرام العقد وتحقيق غرض الاستعمال، فإذا أخل المورد بالتزاماته، وجب على المستهلك الإلكتروني إخطار البائع بعدم المطابقة، ويعتبر سكوت المستهلك قبولا بالمبيع.

لقد عالج المشرع الجزائي الآثار المترتبة على الإخلال بضمان تسليم مطابقة المبيع في قانون التجارة الإلكترونية 05/18 في المادة 23: [يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً] (18_05).

ولكي يتمكن المستهلك الإلكتروني من حقه في الرجوع على المورد الإلكتروني بضمان عدم المطابقة لزم أن تقوم شروط لم يذكرها قانون التجارة الإلكترونية، ولكن استناداً إلى القواعد العامة في القانون المدني نستخلص أنها شروط أساسية لقيام المسؤولية:

- قيام المستهلك بواجب الإخطار بعدم المطابقة أما إذا سكت فبعد هذا تنازلاً عن حقه في الضمان.

- أن تتحقق عدم المطابقة فإذا تحققت المطابقة للمواصفات المتعاقد عليها كان البيع لازماً.

- ألا يكون المشتري على علم بعدم المطابقة أما إذا كان على علم بعدم المطابقة فهنا يكون المشتري قد قبل المنتج بعيبه الظاهر.

وعند قيام هذه الشروط يثبت حق المستهلك الإلكتروني في المطالبة بأحد الجزاءات التي رتبها القانون رقم 05/18 في المادة 23: [يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني].

ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي:

1/ تسليم جديد موافق للطلبية.

2/ أو إصلاح المنتج المعيب.

3/ أو استبدال المنتج بآخر مماثل.

4/ أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر [(18_05).

وعند فحص هذه الآثار القانونية المترتبة عن الإخلال بضمان تسليم مبيعاً مطابقاً نجد أن نية المشرع اتجهت إلى تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك وذلك ب:
- إصلاح المنتج غير المطابق أو استبداله إذا كانت عملية الإصلاح تحقق غاية المشتري من المبيع، لكن إذا تعذر إصلاح العطب كان للمستهلك خيار الاستبدال بمبيع آخر مع التزام المورد بمصاريف إعادة الطلبية.

رد المبيع غير المطابق عندما لا يمكن إصلاحه أو استبداله بمنتج آخر له نفس المواصفات المتعاقد عليها وهذا استناداً إلى المادة 119 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على أنه [في العقود الملزمة للجانبين إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد إعداره أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك] (الجزائري).

المطالبة بالتعويض وهذا لما قد يتعرض له المشتري من خسارة وما قد يفوته من كسب، والأساس القانوني للتعويض الناجم عن الضرر الذي من الممكن أن يلحق المستهلك الإلكتروني مرده إلى أحكام النظرية العامة للالتزام التي تحكم بالتعويض عن الضرر إذا استحال على المدين تنفيذ الالتزام.

خاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية نخلص إلى هذه النتائج:

- مشروعية بيع الغائب على الصفة عند المالكية لعموم الآية وأحل الله البيع وحرم الربا ولتعامل الصحابة بهذا النوع من البيع.
- جواز بيع الشيء الغائب عن مجلس العقد ولو بلا وصف على أن يكون الخيار للمشتري عند رؤية المبيع لانتفاء الغرر.
- لا يجوز بيع الشيء الغائب بلا وصف عند المالكية على جهة اللزوم لأن ذلك من الغرر.
- يكون البيع لازماً عند المالكية إذا وجد المشتري الصفات التي وصفها البائع وهذا هو رأي المشرع الجزائري.

- لا يشترط على الصحيح من مذهب المالكية لصحة بيع الغائب على الصفة أن يصفه غير البائع.
- يجوز بيع كل غائب عن مجلس العقد على الوصف ولو كان قريبا لأن الغائب ما غاب عن مجلس العقد.
- يجوز في بيع الغائب على الصفة نقد الثمن تطوعا لا اشتراطا من البائع لعللة التردد بين السلفية والتمنية.
- البيع الإلكتروني هو بيع غائب على الصفة، إما بذكر صفات المبيع عن طريق الهاتف، أو وصفه بالكتابة عبر الرسائل الإلكترونية، أو عرض صورة مطابقة للمبيع عبر الشاشة.
- أعطى المشرع الجزائري ضمانات من شأنها حماية المستهلك الإلكتروني من خلال قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18 أو القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- الالتزام بالتسليم المطابق والالتزام المورد الإلكتروني بذكر صفات المبيع أهم الضمانات الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني التي نص عليها القانون الجزائري ولكن تحتاج إلى مزيد من التفصيل.
- وفي الأخير هذه مقترحات نقترحها على المشرع الجزائري أهمها:
 - الفصل في قانون التجارة الإلكترونية بين الالتزام بضمان المطابقة وضمان العيوب في البيع الإلكتروني لأحما التزامان منفصلان.
 - مراجعة مدة إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي من 4 أيام لمدة أطول تضمن حماية المستهلك الإلكتروني.
 - الاستعانة بجهود علماء المالكية في المعاملات المالية المعاصرة لأن المذهب المالكي يعتبر من أجود المذاهب في هذا المجال.
 - ضرورة التفصيل في قانون التجارة الإلكترونية لبعض المسائل وخاصة العدول عن العقد وخيار الرؤية لخصوصية التعاقد الإلكتروني.

قائمة المراجع:

1. ابن منظور. (1994). لسان العرب (المجلد 3). بيروت: دار صادر.
2. أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي. (1988). المقدمات الممهدات (المجلد 1). بيروت: دار الغرب الإسلامي.
3. أبو الوليد محمد بن أحمد بن محمد بن أحمد بن رشد القرطبي الشهير بابن رشد الحفيد. (2003). بداية المجتهد ونهاية المقتصد. القاهرة: دار الحديث.
4. أبو بكر أحمد بن الحسين بن عليّ البيهقي. (2011). السنن الكبير (المجلد 1). القاهرة: مركز هجر للبحوث والدراسات العربية والإسلامية.
5. أبو عبد الله محمد بن علي بن عمر التميمي المازري. (2008). شرح التلقين (المجلد 1). تونس: دار الغرب الإسلامي.
6. أبو عمر بن عبد البر. (2017). التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد في حديث رسول الله -صلى الله عليه وسلم- (المجلد 1). لندن: مؤسسة الفرقان للتراث الإسلامي.
7. أحمد بن فارس بن زكرياء. (بلا تاريخ). معجم مقاييس اللغة. دار الفكر.
8. أحمد بن محمد الصاوي المالكي. (1995). بلغة السالك لأقرب المسالك المعروف بحاشية الصاوي على الشرح الصغير (المجلد 1). بيروت: دار الكتب العلمية.
9. التوجيه الأوروبي رقم 97_97. (1997). تنظيم التعاقد عن بعد. المادة 6، 20 ماي.
10. الشريف الجرجاني. (1983). كتاب التعريفات. (1، المحرر) بيروت: دار الكتب العلمية.
11. القانون المدني الجزائري. (بلا تاريخ). القانون رقم 05_07 المؤرخ في 2007. المادة 353. الجزائر.
12. المطرزي. (1979). المغرب في ترتيب المغرب (المجلد 1). بيروت: مكتبة أسامة.
13. حوحو ميمنة. (2012). عقد البيع الإلكتروني دراسة مقارنة إشراف الدكتور علي فيلاي. 04. الجزائر: جامعة الجزائر كلية الحقوق ابن عقوق.
14. خليل بن إسحاق بن موسى، ضياء الدين الجندي المالكي المصري. (2005). مختصر العلامة خليل (المجلد 1). القاهرة: دار الحديث.
15. خليل بن إسحاق بن موسى، ضياء الدين الجندي المالكي المصري. (2008). التوضيح في شرح المختصر الفرعي لابن الحاجب (المجلد 1). القاهرة: مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث.
16. صحيح مسلم. (بلا تاريخ).
17. عبد الرحمن بن محمد عوض الجزيري. (2002). الفقه على المذاهب الأربعة (المجلد 2). بيروت: دار الكتب العلمية.

18. علي بن عبد السلام بن علي، أبو الحسن التَّشَوُّلي. (1998). البهجة في شرح التحفة (شرح تحفة الحكام). بيروت: دار الكتب العلمية.
19. عمر خالد زريقات. (بلا تاريخ). عقد البيع عبر الانترنت دراسة تحليلية (المجلد 1). دار الحامد للنشر والتوزيع.
20. قانون رقم 09_03. (بلا تاريخ). المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. مادة رقم 03. الجزائر.
21. قانون رقم 18_05. (بلا تاريخ). المتعلق بالتجارة الإلكترونية. المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي 2018، المادة 6. الجزائر.
22. مجلس مجمع الفقه الإسلامي الدولي. (بلا تاريخ). حكم إجراء العقود بآلات الاتصال الحديثة، (صفحة قرار رقم: 52 (3/6)). جدة المملكة العربية السعودية.
23. محمد بن عبد الله الخرشني المالكي أبو عبد الله. (2010 تاريخ النشر بالشاملة). شرح مختصر خليل للخرشي. بيروت: دار الفكر للطباعة -.
24. محمد بن قاسم الأنصاري، أبو عبد الله، الرصاع. (1932). شرح حدود ابن عرفة (المجلد 1). بيروت: المكتبة العلمية.
25. محمد بن محمد سالم المجلسي الشنقيطي. (2015). لوامع الدرر في هتك أستار المختصر (المجلد 1). نواكشوط - دار الرضوان.
26. مرسوم تنفيذي 13_327. (بلا تاريخ). شروط وكيفيات ضمان السلع والخدمات. الجزائر.
27. مرسوم تنفيذي رقم 13 - 327. (الموافق ل 26 سبتمبر 2013). مؤرخ في 20 ذي القعدة 1434. المادة 04. الجزائر.
28. وهبة الزحيلي. (1984). الفقه الإسلامي وأدلته (المجلد 1). دمشق: دار الفكر للنشر والتوزيع.