

جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

# المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

إعداد

أمل أحمد محمود الحاج حسن

إشراف

د. جمال الكيلاني

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه  
والتشريع بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

2012م

# المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

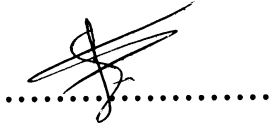
إعداد

أمل أحمد محمود الحاج حسن

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 13 / 5 / 2012م، وأجيزت.

## أعضاء لجنة المناقشة

## التوقيع

.....  


.....  


.....  


1. د. جمال الكيلاني / مشرفاً ورئيساً

2. د. خالد قرقور / ممتحناً خارجياً

3. د. مروان القدومي / ممتحناً داخلياً

## الإهداء

إلى حضرة سيدي وشفيعي وقدوتي، حبيب رب العالمين وقائد الغر  
الميامين... المصطفى صلى الله عليه وسلم.

إلى روح والدي الغالي الذي قضى عمره يحفزني ويشجعني على طلب  
العلم... رحمه الله تعالى.

إلى والدتي الحنونة سر نجاحي وتوفيقي... التي طالما غمرتني بدعائها  
الخالص النابع من القلب، حفظها الله وأمد في عمرها.

إلى رفيق دربي وشريك حياتي... زوجي "أبي الوليد"، وأهله الكرام.

إلى فلذات كبدي وأنفاسي في هذه الحياة أولادي الأحباء... وليد ومحمد  
وريم وعبادة وأحمد، الذين تحملوا وعاتوا معي طوال مسيرتي التعليمية  
التي شهدوا عليها منذ كانت في مرحلتها الثانوية، إلا أنهم سرعان ما  
أصبحوا داعمين ومشجعين، حفظهم الله تعالى.

إلى إخواني وأختي وعائلاتهم الكرام.

إلى كل من يبحث عن المنافسة الشريفة المشروعة.

إليكم جميعاً أهدي هذا الجهد المتواضع

## الشكر والتقدير

الحمد □ عز وجل الذي أعانني ووفقتني في دراستي وفي إكمال رسالتي، فله الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

واعترافاً مني بالفضل لأهل الفضل، أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والتقدير إلى فضيلة الدكتورة جمال الكيلاني - حفظه الله تعالى - الذي تفضل وتكرم بقبول الإشراف على رسالتي، ولما قدمه لي من مساعدة وعون وإرشاد، فجزاه الله عني خير الجزاء ووفقه لكل خير.

كما وأتقدم بجزيل الشكر و التقدير للأستاذين الفاضلين عضوي لجنة المناقشة: فضيلة الدكتور خالد قرقر ممتحناً خارجياً، وفضيلة الدكتور مروان القدومي ممتحناً داخلياً ؛ لتفضلهم وقبولهم مناقشة هذه الرسالة، ولما أبدياه من ملاحظات سديدة على هذا العمل، فجزاهما الله عن أهل العلم خير الجزاء.

والشكر موصول إلى أخي العزيز " أبي بصير " وأختي الحبيبة " أم المجد " حفظهما الله ورعاهما لما قدماه من عون ومساعدة لإتمام هذا البحث.

كما لا أنسى أن أقدم لاهل الشكر والتقدير والحب ب لولدي العزيزين " الوليد ومحمد " حفظهما الله تعالى لمساعدتهما لي في طباعة هذا البحث.

فكل الشكر والتقدير لكم جميعاً، وبارك الله تعالى فيكم، وجزاكم خيراً الجزاء.

الباحثة



## الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

### المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها لم يُقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

### Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

**Student's Name:**

اسم الطالبة:

**Signature:**

التوقيع:

**Date:**

التاريخ:

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ي	الملخص
1	المقدمة
7	الفصل الأول: مفهوم المنافسة التجارية المشروعة وأهدافها وأهميتها وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق
8	المبحث الأول: مفهوم المنافسة التجارية
8	المطلب الأول: تعريف التجارة
10	المطلب الثاني: تعريف المنافسة
13	المطلب الثالث: تعريف السوق لغة و اصطلاحا
15	المبحث الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة و المنافسة فيها
15	المطلب الأول: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة و المنافسة فيها
17	المطلب الثاني: حكم المنافسة التجارية في الإسلام
20	المطلب الثالث: ضوابط المنافسة التجارية المشروعة وأدابها في الإسلام
34	المبحث الثالث: أهداف المنافسة التجارية و أهميتها وشروطها
34	المطلب الأول: أهداف المنافسة التجارية
35	المطلب الثاني: أهمية المنافسة التجارية
36	المطلب الثالث: شروط المنافسة التجارية
38	المبحث الرابع: صور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق
38	المطلب الأول: المزايدة وأثرها على السوق
47	المطلب الثاني: البيع بالتقسيط وأثره على السوق
60	المطلب الثالث: الدعاية والإعلان وأثرهما على السوق
73	المطلب الرابع: الجوائز التجارية الترويجية وأثرها على السوق
77	الفصل الثاني: المنافسة غير المشروعة وأثرها على السوق

الصفحة	الموضوع
78	المبحث الأول: التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة
78	المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة
79	المطلب الثاني: خصائص عامة يتميز بها تعريف المنافسة غير المشروعة
80	المطلب الثالث: الفرق بين المنافسة المشروعة و المنافسة غير المشروعة
82	المبحث الثاني: من طرق الكسب غير المشروعة
82	المطلب الأول: الغش التجاري وأثره على السوق
94	المطلب الثاني: الربا وأثره على السوق
101	المطلب الثالث: القمار
102	المطلب الرابع: الغبن الفاحش
104	المبحث الثالث: صور حديثة للمنافسة غير المشروعة
104	المطلب الأول: الإساءة إلى سمعة التاجر
109	المطلب الثاني: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في التنظيم الداخلي للمتجر
109	المطلب الثالث: التنزيلات على البضائع وتخفيض أسعار البيع
111	المطلب الرابع: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في السوق
<b>114</b>	<b>الفصل الثالث: صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق</b>
115	المبحث الأول: الاحتكار وأثره على السوق
116	المطلب الأول: تعريف الاحتكار
117	المطلب الثاني: حكم الاحتكار
120	المطلب الثالث: حكمة النهي عن الاحتكار و تحريمه
121	المطلب الرابع: علاقة الاحتكار بالمنافسة غير المشروعة
122	المطلب الخامس: شروط الاحتكار المحرم
123	المطلب السادس: وسائل علاج الاحتكار
125	المطلب السابع: أضرار الاحتكار وأثره على السوق
128	المبحث الثاني: تلقي الركبان وأثره على السوق
128	المطلب الأول: معنى تلقي الركبان لغةً و اصطلاحاً
129	المطلب الثاني: صورة تلقي الركبان
129	المطلب الثالث: شروط تلقي الركبان
130	المطلب الرابع: حكم تلقي الركبان



الصفحة	الموضوع
131	المطلب الخامس: آثار تلقي الركبان على السوق
132	المبحث الثالث: بيع الحاضر للبادي و أثره على السوق
132	المطلب الأول: مفهوم بيع الحاضر للبادي في اللغة و الاصطلاح
133	المطلب الثاني: حكم بيع الحاضر للبادي
135	المطلب الثالث: شروط تحريم بيع الحاضر للبادي
136	المطلب الرابع: أثر بيع الحاضر للبادي على السوق
137	المبحث الرابع: بيع النجش وأثره على السوق
137	المطلب الأول: تعريف النجش لغة و اصطلاحاً
138	المطلب الثاني: حكم النجش
139	المطلب الثالث: أثر النجش على السوق
140	المبحث الخامس: بيع الرجل على بيع أخيه وأثره على السوق
140	المطلب الأول: تعريف بيع الرجل على بيع أخيه لغةً واصطلاحاً
140	المطلب الثاني: حكم بيع الرجل على بيع أخيه
142	المطلب الثالث: شروط النهي عن بيع الرجل على بيع أخيه
143	المطلب الرابع: أثر بيع الرجل على بيع أخيه على السوق
144	المبحث السادس: السوم على سوم أخيه وأثره على السوق
144	المطلب الأول: مفهوم السوم لغةً واصطلاحاً
145	المطلب الثاني: حكم السوم على سوم أخيه
145	المطلب الثالث: أقسام السوم على سوم أخيه
146	المطلب الرابع: أثر السوم على سوم على السوق
<b>147</b>	<b>الفصل الرابع: حماية المنافسة التجارية المشروعة</b>
148	المبحث الأول: حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً
148	المطلب الأول: نظام الحسبة و أثره في حماية المنافسة التجارية
154	المطلب الثاني: التسعير و أثره في حماية المنافسة التجارية
169	المبحث الثاني: حماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً
169	المطلب الأول: الغرض من سن قوانين تحمي المنافسة
170	المطلب الثاني: ما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة
173	المطلب الثالث: الجزاءات المترتبة على المنافسة غير المشروعة

الصفحة	الموضوع
174	المطلب الرابع: الإجراءات الوقائية لمنع أعمال المنافسة غير المشروعة
175	المطلب الخامس: الحماية القانونية للمتجر من أعمال المنافسة الغير مشروعة
179	الخاتمة والنتائج
182	المصادر
183	مسرد الآيات القرآنية
185	مسرد الأحاديث النبوية
188	مسرد الأعلام
189	قائمة المصادر والمراجع
b	Abstract

## المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

إعداد

أمل أحمد محمود الحاج حسن

إشراف

الدكتور جمال الكيلاني

الملخص

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،

وبعد:

فهذا البحث بعنوان: المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، مقدم من الطالبة: أمل أحمد محمود الحاج حسن، بإشراف الدكتور جمال الكيلاني، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، وقد جاء في أربعة فصول وخاتمة.

**تناولت في الفصل الأول:** مفهوم المنافسة التجارية المشروعة وأهدافها وأهميتها وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق، وذلك في أربعة مباحث شملت الحديث عن مفهوم المنافسة التجارية، وموقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها، وأهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها، وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق.

**وفي الفصل الثاني:** تحدثت عن المنافسة غير المشروعة وأثرها على السوق، وذلك في ثلاثة مباحث شملت: التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة، وطرق الكسب غير المشروعة، وصور حديثة للمنافسة غير المشروعة.

**وفي الفصل الثالث:** تحدثت عن صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق، وذلك في ستة مباحث شملت: الاحتكار وأثره على السوق، وتلقي الركبان وأثره على السوق، وبيع الحاضر للبادي وأثره على السوق، وبيع النجش وأثره على السوق، والبيع على بيع أخيه وأثره على السوق، والسوم على سوم أخيه وأثره على السوق.

وفي الفصل الرابع: تحدثت عن حماية المنافسة التجارية المشروعة، وذلك في مبحثين شملت الحديث عن حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً، وحماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً.

ثم أنهيت البحث بخاتمة فيها أهم النتائج التي خلصت إليها في هذه الدراسة، بالإضافة إلى قائمة بأهم المراجع والمصادر التي اعتمدت عليها في البحث.

## المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد،

يقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقْوَاهُ وَالصَّلَاةَ وَالزَّكَاةَ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَالزَّكَاةَ وَادْعُوا إِلَى اللَّهِ عِلْمًا وَرَحْمَةً لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾<sup>1</sup>، ويقول أيضا: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ عَزِيمًا دُونَ ذِي الشُّرُوفِ وَأَطِيعُوا أَمْرَ اللَّهِ وَأَطِيعُوا أَمْرَ الرَّسُولِ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَادْعُوا إِلَى اللَّهِ عِلْمًا وَرَحْمَةً لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾<sup>2</sup>

إن التجارة تعتبر عصب الحياة الاقتصادية في الماضي والحاضر، ولأهميتها ومكانتها ولدورها الذي أدى إلى ازدهار الحياة بكافة مجالاتها؛ أشد الإقبال عليها، ونظرا للتطور السريع الذي حدث عليها؛ اشتد التنافس بين التجار، وتعددت وتنوعت أساليب التنافس المتبعة في التجارة، فأشكل على الناس بعض الأمور المتعلقة بالمنافسة التجارية، كما جهل بعض التجار حكم هذه الأمور، فاتبعوا بعض الأساليب غير المشروعة ظانين أنها مشروعة؛ وذلك لكثرة استعمالها من غير علم بمشروعيتها.

والإسلام دين يُصلح كل زمان ومكان، فإذا ما عدنا إلى تشريعاته العظيمة، وإلى هدي نبينا صلى الله عليه وسلم وجدنا الجواب الشافي لكل ما يجول في خاطرننا، فالإسلام يسعى إلى إسعاد البشرية جمعاء، لذا اهتم بالجانب الاقتصادي عموما والجانب التجاري خصوصا، ووضع لكل منهما الخطوط العريضة، والضوابط التي تكفل تحقيق تلك السعادة، فهي شريعة تتصف بالمرونة والواقعية والقدرة على استيعاب كل ما استجد وكل ما أُشكل على الناس معرفة وجه الصواب فيه.

<sup>1</sup> سورة البقرة، آية (275)

<sup>2</sup> سورة النساء، آية(29).

وقد كان النبي - صلى الله عليه وسلم - يذهب إلى السوق بنفسه، ويراقب ما يجري فيه؛ موجهاً ومرشداً ومبيناً للتجار ما يجب عليهم أن يلتزموا به، وما يجب عليهم أن يجتنبوه، فقد روى أبو هريرة - رضي الله عنه - " أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - مر على صبرة<sup>1</sup> من طعام، فأدخل يده، فنالت أصابعه بللاً، فقال: يا صاحب الطعام، ما هذا؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ ثم قال: من غشنا فليس منا<sup>2</sup>."

وقد حرص أمير المؤمنين عمر - رضي الله عنه - على تعيين المحاسبين الذين يهتمون بالمكاييل والموازين، كما يهتمون بمحاربة الغش والتدليس والاحتكار ونحو ذلك؛ وذلك من منطلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان يعزر<sup>3</sup> من ينقص المكيال والميزان، أو يحتال على الناس أو يحتكر.<sup>4</sup>

ونظراً لطبيعة الإنسان الحريصة على الدنيا وعلى جمع المال، تصديقاً لقوله تعالى:

﴿لَا يَرْضَىٰ لِحُبِّالْعَالَمِينَ﴾

﴿لَا يَرْضَىٰ﴾<sup>5</sup>، فقد تغطي هذه النفس وتطمع، وتتنافس بأساليب غير شرعية من أجل الحصول على هذا المال.

<sup>1</sup> " قوله: صبرة من طعام، هي بضم الصاد وإسكان الباء. قال الأزهري: الصبرة: الكومة المجموعة من الطعام، سميت صبرة؛ لإفراغ بعضها على بعض. ومنه قيل للسحاب فوق السحاب: صبير. انظر: النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، صحيح مسلم بشرح النووي، دار إحياء التراث العربي - بيروت ( ط/2/1392 هـ ) ( 109/2 ).

<sup>2</sup> الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى السلمي، سنن الترمذي، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في كراهية الغش في البيوع، ( 606/3 ) ( 1315 )، وقال الترمذي: حديث أبي هريرة حديث حسن صحيح، والعمل على هذا عند أهل العلم، كرهوا الغش وقالوا: الغش حرام، انظر: الترمذي، سنن الترمذي، ( 606/3 ).

<sup>3</sup> التعزيز ضرب دون الحد؛ وذلك لمنع الجاني وزجره عن فعله ومنعه من الوقوع في المعصية. انظر: ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر - بيروت، ( ط/1/ دون سنة نشر ) ( 561/4 ).

<sup>4</sup> عبد السميع، ابراهيم حسني، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، ص 15.

<sup>5</sup> سورة الفجر، آية (20).

ونحن اليوم في زمنٍ تطورت فيه الحياة وتشابكت مصالح الناس، وتنوعت احتياجاتهم وكثرت اهتماماتهم، بل وفسدت طباع بعضهم، فابتكر المبتطلون العديد من الأساليب والحيل الخبيثة للكسب غير المشروع، مما دمر حياة الناس، وأدخل الحرام في شتى مجالات الحياة.

### أهمية البحث وأسباب اختياره

يكتسب هذا البحث أهمية خاصة للاعتبارات الآتية:

- 1- كونه يتعلق بشريحة واسعة من الناس وهم المتعاملون في الأسواق.
- 2- التطور الكبير الذي حدث ويحدث على أساليب المنافسة المتبعة في الأسواق.
- 3- الانفتاح الكبير على العالم وما يحدث فيه من تنافس في مجال التجارة، واستخدام التقنيات الحديثة كالإنترنت ووسائل الدعاية والإعلان الحديثة.
- 4- هناك الكثير من أعمال المنافسة التجارية في السوق تحدث على غير هدى وعلم بفقه المعاملات التجارية.
- 5- غياب الوازع الديني والاهتمام الشديد بالمال وتكديسه دون النظر إلى الطريقة المتبعة للحصول عليه.
- 6- التأكيد على أن الشريعة الإسلامية صالحة لكل زمان ومكان، وهي قادرة على تنظيم المعاملات التجارية مهما تطورت وتنوعت أساليبها.

### مشكلة البحث

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية، وتوضيح ما يأتي من أمور:

1- ما هي المنافسة التجارية المشروعة وما أهدافها وما أهميتها؟

2- ما موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها؟

3- ما هي ضوابط المنافسة التجارية المشروعة وما هي آدابها في الإسلام؟

4- توضيح لبعض صور المنافسة المشروعة وأثرها على السوق.

5- توضيح لبعض طرق الكسب غير المشروعة.

6- توضيح لبعض الصور الحديثة للمنافسة غير المشروعة.

7- توضيح لصور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق.

8- ما هي الأساليب التي كانت متبعة لحماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً؟

9- ما هي الأساليب المتبعة لحماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً؟

### الدراسات السابقة

عند اطلاعي على الدراسات السابقة عثرت على مجموعة من الكتب التي تكلمت بجزيئات الموضوع، ولكنني لم أجد كتاباً استوفى المنافسة التجارية، وركز على آثارها على السوق، فكانت هذه الدراسة التي عمدت فيها إلى التوسع فيما اختصره الغير، واختصار ما توسع به الغير مع التركيز على الآثار، فعند حديثي عن الربا مثلاً كان هناك العديد من الكتب التي تكلمت عنه لذا لم أتوسع فيه كثيراً، وإنما كان التركيز على آثاره على السوق، وهكذا... ومن هذه الكتب:

1- حماية المستهلك من منظور إسلامي، لعبد الحق حميش، تناول الكتاب مجموعة من الموضوعات منها: أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري، وطرق محاربة الغش التجاري، والاحتكار وغيره.

2- الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، لرضا صاحب أبو حمد.

3- الربا والقرض في الفقه الإسلامي، لأبي سريع محمد عبد الهادي.



4- مجموعة من كتب القانون التجاري التي تحدثت في مبادئ القانون دون التطرق إلى قانون دولة بعينها، ومنها: مبادئ القانون التجاري، لزهير عباس كريم.

5- هناك كتب تحمل عنوان المنافسة ، إلا أن هذه الكتب ذات طابع قانوني واقتصادي، مثل: المنافسة والترويج الاقتصادي، لفريد النجار ، والحق في المنافسة المشروعة، لأحمد محمد محرز .

### منهج البحث

اتبعت في بحثي المنهجين: التحليلي والوصفي من خلال عرض أقوال الفقهاء والأئمة الأربعة، وذكر أدلتهم مع ترجيح ما يتبين لي صوابه.

أما أسلوب البحث فكان كالآتي:

1- الخطوط: إتباع تنسيق معين في جميع الفصول، أخذة بعين الاعتبار المواصفات المشتركة في الرسائل الجامعية.

2- الرجوع إلى المصادر الأصلية للموضوع، وجمع مادة البحث من الكتب المختلفة، وعزو الآراء إلى أصحابها.

3- عزو الآيات القرآنية الكريمة إلى مواقعها في كتاب الله تعالى، بذكر اسم السورة ورقم الآية.

4- تخريج الأحاديث النبوية الشريفة من كتب السنة المعتمدة ، ثم الحكم على الحديث الشريف إن لم يكن موجوداً في الصحيحين، و ذكر المرجع الذي حكم على الحديث.

5- ترجمة لبعض الأعلام الذين ورد ذكرهم في متن الرسالة.

6- توثيق النقول توثيقاً علمياً؛ بحيث يتم التوثيق كاملاً عند أول ذكر للمرجع، ثم بعد ذلك الاكتفاء بذكر شهرة المؤلف واسم الكتاب والجزء ورقم الصفحة.

7- تسجيل أهم النتائج التي توصلت إليها في هذه الدراسة.

8- ترتيب المراجع حسب اسم الشهرة للمؤلف، مع مراعاة الترتيب الهجائي للأسماء.

9- أفراد مسرد خاص بالآيات والأحاديث.

### **خطة البحث**

تضمن هذا البحث بعد المقدمة أربعة فصول، قسم كل فصل منها إلى مباحث، ويتفرع عن

هذه المباحث مطالب فرعية، وخاتمة على النحو المبين في الفهرس سابقاً.

## الفصل الأول

# مفهوم المنافسة التجارية المشروعة وأهدافها وأهميتها وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق

المبحث الأول: مفهوم المنافسة التجارية

المبحث الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

المبحث الثالث: أهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها

المبحث الرابع: صور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق

## المبحث الأول

### مفهوم المنافسة التجارية

في هذا المبحث سأعرف بمفردات هذا البحث (التجارة، المنافسة، السوق) وذلك من خلال

مطالب ثلاث:

#### المطلب الأول: تعريف التجارة

يشتمل هذا المطلب على تعريف التجارة لغةً واصطلاحاً وقانوناً:

##### أولاً: تعريف التجارة لغةً

"هي مصدر دال على المهنة، وفعله تجر يتجر تجراً وتجارة"<sup>1</sup>، "وتجر وتجارة: مارس البيع والشراء، والتجارة ما يتجر فيه، وتقليب المال لغرض الربح، والمتجر مكان التجارة، ويقال: بلد متجر أي تكثر فيه التجارة"<sup>2</sup>، "والتاجر: هو الذي يبيع ويشترى"<sup>3</sup>، "وأرض متجرة - بكسر الجيم - أي يتجر إليها وفيها"<sup>4</sup>، "والتجارة عبارة عن شراء شيء لبيع بالربح"<sup>5</sup>، "والتجارة تقليب المال وتصريفه لطلب النماء، والمتجر بفتح الميم وإسكان التاء وفتح الجيم يراد به: المخزن"<sup>6</sup>.

##### ثانياً: تعريف التجارة اصطلاحاً

المعنى الاصطلاحي للتجارة عند الفقهاء قريب جداً من المعنى اللغوي له، ويظهر ذلك

فيما يلي:

<sup>1</sup> الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، دار الهداية، مادة تجر، (278/10).

<sup>2</sup> مصطفى، المعجم الوسيط، (82\1).

<sup>3</sup> الفيروز آبادي، القاموس المحيط، (454\1).

<sup>4</sup> الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، (279\10).

<sup>5</sup> الجرجاني، علي بن محمد بن علي، التعريفات، ط1، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1، 1405هـ

(73\1).

<sup>6</sup> النووي، أبو زكريا محيي الدين بن شرف، (ت: 676هـ)، تهذيب الأسماء، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، ص373.

عند الحنفية هي: " كسب المال بالمال بعقد شراء أو إجارة"<sup>1</sup>.

عند المالكية هي: " التصرف بالبيع والشراء لتحصيل الربح"<sup>2</sup>.

عند الشافعية هي: " تقليب المال بالمعاوضة لغرض الربح"<sup>3</sup>.

عند الحنابلة هي: " التقليل والاستبدال بثمن وعروض"<sup>4</sup>.

والتجارة: هي عملية البيع والشراء، وهي مبادلة مال بمال، سواء كانت تجارة داخلية وهي المبادلات التي تجري في البلاد وتخضع لسلطة الدولة، أم تجارة خارجية وهي المبادلات التي تجري في البلاد غير الخاضعة لسلطات الدولة.

والتجارة أعم من البيع إذ البيع نوع منها فالتجارة يراد بها كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة<sup>5</sup>.

### ثالثاً: تعريف التجارة قانوناً

"التجارة هي عملية تداول أموال وتوسيط خدمات بقصد الربح"<sup>6</sup>، وهي مبادلة السلع بهدف الربح، ويتجلى ذلك في شراء سلعة معينة بثمن معين بهدف بيعها بسعر أعلى، فيكون الفرق الناجم عن سعر الشراء وسعر البيع هو الربح الذي تحقق من عملية مبادلة السلعة نفسها<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> ابن عابدين، حاشية ابن عابدين (رد المحتار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار)، دار الفكر، بيروت، 1421هـ، (272/2). انظر: الكاساني، بدائع الصنائع، (57/6).

<sup>2</sup> الدريير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي، (ت: 1201هـ)، الشرح الصغير (114/2).

<sup>3</sup> عميرة، شهاب الدين أحمد الرلسي، حاشية عميرة، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، 1419هـ، ط1، (32/2). انظر: زكريا الأنصاري، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ، (381/1). الشرواني، عبد الحميد المكي، (ت: 1301هـ) حواشي الشرواني، (292/3).

<sup>4</sup> الرحيباني، مصطفى السيوطي، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، المكتب الإسلامي، دمشق، 1961م، (55/2).

<sup>5</sup> الجنيد، حمد عبد الرحمن، نظرية التملك في الإسلام، ط2، مؤسسة الرسالة، 1403هـ، ص29.

<sup>6</sup> بو ذياب، سلمان، القانون التجاري، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1995م، ص14.

<sup>7</sup> عطوي، فوزي، القانون التجاري، دار العلوم العربية، ط1، 1986م، ص15.

أما في العرف الاقتصادي فتعني: " عملية تبادل السلع والخدمات، وذلك بالحصول عليها من الأشخاص الراغبين في بيعها، لتوريدها وإيصالها إلى الأشخاص الراغبين في اقتنائها بالشراء"<sup>1</sup>، وهي تنصب على عملية الوساطة بين المنتج من جهة والمستهلك من جهة أخرى، أي الوساطة في تداول السلعة<sup>2</sup> .

إن المتأمل لتعريف التجارة في اللغة والاصطلاح والقانون يجده متقارباً بشكل كبير، يجمع بينهما أن التجارة ممارسة للبيع والشراء بهدف كسب المال.

### المطلب الثاني: تعريف المنافسة

#### - تعريف المنافسة لغة:

المعنى اللغوي للمنافسة يدور حول معانٍ متقاربة منها:

\* " المنافسة من التنافس: وهي الرغبة في الشيء والانفراد به، ونافست في الشيء منافسةً ونفاساً إذا رغبت فيه "<sup>3</sup>.

\* " وتأتي المنافسة بمعنى الحرص على الغلبة والانفراد بالمحروص عليه، والتنافس فيه، ونفس ينافس فهو منافس إذا نزع في الشيء، أو أرادته وحسد من صار إليه "<sup>4</sup>.

وفي المعجم الوسيط: " المنافسة هي التنافس "<sup>5</sup>.

\* " والمنافسة هي نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق، والتنافس في الشيء: هو المغالاة في طلبه والتزاحم عليه "<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> أبو العز، علي محمد أحمد، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، ط1، دار النفائس، الأردن، 2008م، ص 36، نقلاً عن طرق التجارة وإدارة الأعمال، ص 1.

<sup>2</sup> عطوي، القانون التجاري، ص 15.

<sup>1</sup> الجزري، أبو السعادات المبارك بن محمد، النهاية في غريب الحديث والأثر، المكتبة العلمية، بيروت، 1979م، (94\5).

<sup>4</sup> الحميدي، محمد بن أبي نصر بن فتوح الأسدي، تفسير غريب ما جاء في الصحيحين، ط1، مكتبة السنة، القاهرة، 1415هـ، (47\1).

<sup>5</sup> مصطفى، إبراهيم، وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، (940\2).

\* " والنفيس: المال الكثير، ونفس عليه الشيء لم يره أهلاً له "2.

\* " وأصل التنافس: التشاجر على الشيء والتنازع فيه بأن يحب كل واحد أن يتفرد به دون صاحبه  
3.

### - تعريف المنافسة اصطلاحاً

لم أجد في كتب الفقه القديمة تعريفاً للمنافسة، وإنما اقتصروا في ذلك على تعريف التجارة فقط، فكان لا بد من الرجوع إلى الكتب الحديثة وكتب الاقتصاد لتعريفها:

### أولاً: تعريف المنافسة المشروعة

يقصد بها أنها منافسة شريفة مفيدة ذات جدوى، لا بد منها من أجل العمل الدؤوب، وعدم التراخي والكسل، تقوم على جملة من الأخلاق والمبادئ الشرعية، ذات مصلحة لأطراف كثيرة بما فيها العاملين والزبائن والمجتمع<sup>4</sup>.

وللإمام الغزالي<sup>5</sup> - رحمه الله - رأي يوضح فيه طبيعة العلاقة القائمة بين المتنافسين، وسبب نشوئها، فيقول: "أما المنافسة فسببها حب ما في المنافسة، فإن كان ذلك سبباً دينياً فسببه حب الله تعالى، وحب طاعته، وإن كان دنيوياً فسببه حب مباحات الدنيا والتعم فيها"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> الشنقيطي، محمد الأمين بن الجكني، أضواء البيان، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، 1415هـ، (185\4).

<sup>2</sup> الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، (745\1).

<sup>3</sup> الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير، دار الفكر، بيروت، (403/5).

<sup>4</sup> نجم، عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال، ط1، 2006م، ص 148.

<sup>5</sup> هو: محمد بن محمد بن محمد الإمام حجة الإسلام زين الدين أبو حامد الطوسي الغزالي، ولد بطوس سنة 450هـ، صنف الكثير من المصنفات، منها: البسيط، الوجيز و الخلاصة، الفتاوي، تحصيل المآخذ، المستطفي، تهافت الفلاسفة، والإحياء، و غير ذلك، توفي في جمادى الآخرة سنة 505هـ. انظر، ابن قاضي شهبة، أبا بكر بن أحمد بن محمد بن عمر، ت: 851هـ، طبقات الشافعية، تحقيق، الحافظ عبد العليم خان، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1407هـ، (294-293/1).

<sup>6</sup> الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد بن محمد الطوسي، إحياء علوم الدين، دار المعرفة، بيروت، (206/3).

## ثانياً: تعريف المنافسة المشروعة في كتب الاقتصاد

تعرف كتب الاقتصاد المنافسة المشروعة على أنها: المزاومة بين عددٍ من الأشخاص، أو بين عدة قوى، تتابع نفس الهدف، وتعني أيضاً العلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء<sup>1</sup>، وتعني أيضاً التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج اكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لازدهار التجارة ازدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح.<sup>2</sup>

## ثالثاً: تعريف المنافسة الكاملة

يقصد بها: المنافسة التي تسود السوق إذا ما وجد مشتررون عديدون وبائعون عديدون، مع غياب عوائق الدخول، وتوافر معلومات تامة عن الحاضر والمستقبل<sup>3</sup>. ولا بد من توافر أربعة شروط لتحقيق هذه المنافسة، وهي: الكثرة، والعلم، والتجانس، والحرية، لتحقيق المنافسة الكاملة بين قوى العرض والطلب<sup>4</sup>، وفي هذه المنافسة لا يستطيع البائع التأثير على أسعار السلع، ولو بشكل بسيط لوجود عدد كبير من البائعين، وتوفر سلع متماثلة ومعلومات عن مواصفات وأسعار السلع المعروضة<sup>5</sup>.

وبعد عرض هذه التعريفات يظهر لي أن التعريف الأول - تعريف المنافسة المشروعة- هو الأشمل والأدق وذلك لتضمنه عدة ضوابط للمنافسة منها: الحث على العمل، واشتماله على الأخلاق والمبادئ الشرعية، بوصفها ذات مصلحة- أي لا تهدف إلى الإضرار بالآخرين- وأن المصلحة تتحقق ليس لطرفٍ واحد بل لأطرافٍ عدة منها: العاملين، والزبائن، والمجتمع.

## المطلب الثالث: تعريف السوق لغة واصطلاحاً

<sup>1</sup> محرز، أحمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، 1994م، ص7.  
<sup>2</sup> الصفار، زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط1، دار الحامد، الأردن، 2002م، ص16.  
<sup>3</sup> شبرا، محمد عمر، الإسلام والتحدي الاقتصادي، ترجمة: محمد زهير السنهوري، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1996م، ص72.  
<sup>4</sup> محمد، علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، تحرير: رفعت السيد عوضي، دار السلام و المعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981م (39\1).  
<sup>5</sup> حميش، عبد الحق، حماية المستهلك من منظور إسلامي، 2004م، ص 213.



أولاً: تعريف السوق لغة: "السوق في اللغة: " المكان الذي تجلب إليه التجارة وتساوق المبيعات"<sup>1</sup>،  
والجمع أسواق، وسوق الشيء من موضعه بمعنى جلبه"<sup>2</sup>، قال تعالى:

﴿وَالسُّوقُ مَشَاهِدٌ لِّمَا فِيهَا مِنَ النِّسَاءِ الْمُنْتَهَبَاتِ وَالرِّجَالِ الْمُنْتَهَبِينَ لِيُبْدِيَ لَهُمْ مَا قِيَّسَتْ لَهُمْ حُلُمُهُمْ وَأَلْفَاكُهُمْ وَأَزْوَاجُهُمْ الْمُتَّبَعِينَ﴾

﴿وَالسُّوقُ مَشَاهِدٌ لِّمَا فِيهَا مِنَ النِّسَاءِ الْمُنْتَهَبَاتِ وَالرِّجَالِ الْمُنْتَهَبِينَ لِيُبْدِيَ لَهُمْ مَا قِيَّسَتْ لَهُمْ حُلُمُهُمْ وَأَلْفَاكُهُمْ وَأَزْوَاجُهُمْ الْمُتَّبَعِينَ﴾

﴿وَالسُّوقُ مَشَاهِدٌ لِّمَا فِيهَا مِنَ النِّسَاءِ الْمُنْتَهَبَاتِ وَالرِّجَالِ الْمُنْتَهَبِينَ لِيُبْدِيَ لَهُمْ مَا قِيَّسَتْ لَهُمْ حُلُمُهُمْ وَأَلْفَاكُهُمْ وَأَزْوَاجُهُمْ الْمُتَّبَعِينَ﴾

بشرًا من البشر، يأكلون ويشربون مثل الناس ويدخلون الأسواق"<sup>4</sup>.

"والسوق: الحث على السير، يقال ساق الغنم: يسوقها"<sup>5</sup>.

ثانياً: تعريف السوق اصطلاحاً: المعنى التجاري للسوق هو: "اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين  
من يتعاطى البيع والشراء"<sup>6</sup>.

"أما في العرف الإقتصادي فالسوق أوسع من مجرد مكان، فهو أي وسيلة يتلاقى من  
خلالها البائع والمشتري لنقل ملكية السلعة إلى المشتري، أو ملكية الثمن إلى البائع"<sup>7</sup>. وذلك نظراً  
لتنوع وسائل الاتصال وتطورها في زمننا الحاضر.

وعلى ذلك اختلف مفهوم السوق بالمعنى الاقتصادي عن المعنى التجاري؛ فكلمة سوق  
بالمعنى التجاري تعني: المكان الذي تتجمع فيه السلع، ويتم فيه نقل الملكية بعد تمام البيع أو

<sup>1</sup> الجزري، أبو السعادات المبارك بن محمد، النهاية في غريب الأثر، المكتبة العلمية، بيروت، (1036/2).  
<sup>2</sup> المرسي، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، تحقيق: عبد الله هندراوي، ط1، دار الكتب  
العلمية، بيروت، (435/7).

<sup>3</sup> سورة الفرقان، أية 20.

<sup>4</sup> ابن كثير، إسماعيل بن عمر الدمشقي، تفسير ابن كثير (تفسير القرآن العظيم)، دار الفكر، بيروت، 1401هـ، (175/3).  
<sup>5</sup> المطريزي، المغرب في ترتيب المعرب، تحقيق: محمود فاخوري، وعبد الحميد مختار، مكتبة أسامة بن زيد - حلب،  
(ط1/1979م)، (422/1).

<sup>6</sup> العسقلاني، احمد بن علي بن حجر الشافعي، فتح الباري شرح صحيح البخاري، تحقيق: محب الدين الخطيب، دار  
المعرفة، بيروت، (342/4).

<sup>7</sup> محمد، علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية، تحرير: رفعت السيد عوضي،  
دار السلام والمعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1981م، (376/1).

الشراء، أما السوق بالمعنى الاقتصادي: فلا يقصد به مكان معين، وإنما هو أسلوب إتمام عملية تجارية سواء كانت على نطاق محلي أو دولي<sup>1</sup>.

ويعرف السوق بالمفهوم الحديث: "بأنه ذلك التنظيم الذي يهيئ لكل من البائعين والمشتريين فرص تبادل السلع والخدمات وعناصر الإنتاج، وفيه تحدد الأسعار، وعليه فإن الشرط الأساسي لوجود السوق هو توفر إمكانية الاتصال بين البائعين والمشتريين، سواء كانوا في مكان واحد أم أماكن متفرقة"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> عبد السميع، إبراهيم حسني، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، ص 11.  
<sup>2</sup> مرطان، سعيد سعد، مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مؤسسة الرسالة، 1986م، ص 121.

## المبحث الثاني

### موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

تضمن هذا المبحث: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها، وأدلة مشروعيتها التجارة، وضوابط المنافسة التجارية المشروعة وأدائها في الإسلام، فكانت في ثلاثة مطالب:

#### المطلب الأول: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

عندما جاء الإسلام إلى المجتمع العربي في شبه الجزيرة العربية وجد صوراً من المعاملات المالية، إذ كان العرب كأي أمة أو مجتمع لهم حياة اجتماعية ومدنية واقتصادية، وتعاقدات ومعاملات مالية، فكانوا يتحالفون ويتبايعون ويتداينون ويؤجرون ويرهنون ويتجرون، وكانوا في جميع معاملاتهم وعقودهم واتفاقاتهم يعبرون عن إرادتهم خاضعين لأعرافهم وعادات جارية بينهم<sup>1</sup>.

كما كان موسم الحج موسماً تجارياً تفد فيه العديد من السلع والبضائع من خارج الجزيرة العربية، ومن معظم أنحاء الجزيرة العربية إلى مكة، ولأهمية التجارة ومكانتها لدى العرب عموماً ولدى قريش خصوصاً، أقاموا العديد من الأسواق، التي يجتمعون فيها لعرض سلعهم وإنشاد أشعارهم، كسوق عكاظ ومجنة وذي المجاز وهجر وبصرى وغيرها من الأسواق، ولكن هذه الأسواق كانت تفتقر إلى الكثير من التنظيم في الكثير من المعاملات التي كانت تجري فيها، فكان التجار يمارسون فيها المعاملات الربوية والغش والتطفيف في الكيل والميزان والحلف الكاذب وغيرها من المعاملات اللاأخلاقية والضارة بالمجتمع، والتي كان الضحية فيها الفقير والمغفل والمسكين من عامة الناس، أما المستفيد منها فهو التاجر من كبار القوم وسيدهم دون أن يهमे ما كان يحصل عليه من مال إن كان طيباً أو خبيثاً<sup>2</sup>.

وقد عرف العرب طريقهم إلى السوق قبل مجيء الإسلام، وقاموا بالرحلات شمالاً إلى الشام في الصيف، وجنوباً إلى اليمن في الشتاء، من أجل التجارة وإلى هذا أشار القرآن الكريم في

<sup>1</sup> شبير، محمد عثمان، المدخل إلى فقه المعاملات المالية، دار النفائس، الأردن، ص 17.

<sup>2</sup> الجوعاني، محمد نجيب حمادي، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1426هـ، ص



فقد حظي السوق في عهده - صلى الله عليه وسلم - باهتمامه ورعايته، وتعهده بالإشراف والمراقبة، ووضع له ضوابط، وسن له آداباً، وطهره من كثير من البيوع الفاسدة، كما منع بيع المحرمات فيه، كما عني - صلى الله عليه وسلم - بحريته وإتاحة الفرصة المتكافئة فيها للبيع والشراء بين الجميع على السواء<sup>1</sup>.

وقد حرص أمير المؤمنين عمر - رضي الله عنه - على تعيين المحتسبين الذين يهتمون بالمكاييل والموازين، كما يهتمون بمحاربة الغش والتدليس والاحتكار ونحو ذلك، فهم يعملون ذلك من منطلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان يعزر من ينقص المكيال والميزان، أو يحتال على الناس أو يحتكر<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: حكم المنافسة التجارية في الإسلام

لما أباح الإسلام العمل التجاري وشجع عليه أباح المنافسة التجارية المشروعة فيه، فالتنافس المشروع بين المتعاملين في الأسواق المالية والسلعية جائز في الإسلام؛ لأن الأصل في الإسلام عدم التدخل بفرض سعر معين للسلع المتداولة في الأسواق حيث إن التعامل في شريعة الإسلام مبناه على الحرية، وصحة ما يترضى عليه المتعاقدان، وفي هذا منع للضرر الذي يعوق حركة التعامل في الأسواق فضلاً عن الضرر الذي يتعرض له أصحاب السلع والمنتجات<sup>3</sup>، لقوله

تَعَالَى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْغُوا الْبَيْنَ حَرَامًا بَيْنَ أَيْدِيكُمْ ذَٰلِكُمْ مَكْرُوهٌ ۚ﴾<sup>4</sup>، وروى أنس - رضي الله عنه - قال: " غلا السعر على عهد رسول الله - صلى الله عليه وسلم -، فقالوا: يا

<sup>1</sup> ابن عمر، يحيى الأندلسي المالكي، أحكام السوق في الإسلام، 1975م، ص 36.  
<sup>2</sup> عبد السميع، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، ص 15.  
<sup>3</sup> عبد السميع، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، ص 11.  
<sup>4</sup> سورة النساء، آية 29.

رسول الله سَعَّرَ لنا، فقال: " إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، وإنني لأرجو الله أن ألقى ربي وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال " <sup>1</sup>.

فالإسلام يدعو إلى المنافسة، لكن المنافسة التجارية في الإسلام ذات صفات خاصة، إذ يجب أن تكون منافسة بناءة، تنصب على التسابق في إجادة العمل، وإجادة المنتجات وتفوقها، كما يوجب أن تكون منافسة خيرة، فلا يترتب عليها الإضرار بالغير، كما أن التنافس مشروع إذا كان من أجل دخول الجنة والإيمان والخير والعمل الصالح والعلم النافع ونحو ذلك <sup>2</sup>، لقوله تعالى:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾ <sup>3</sup>.

**\* أدلة مشروعية التجارة:**

لا خلاف في أن الأصل في حكم التجارة أنها مشروعة، وقد حفلت آيات القرآن الكريم، وسنة النبي الكريم - صلى الله عليه وسلم- بالأدلة على مشروعيتها، وكذا فعل الصحابة، وإجماع الأمة.

**أولاً: من القرآن الكريم:**

1- قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَكْثَرِيهِمْ ۚ يُؤْتِيهِمْ مِمَّا عَمِلُوا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾ <sup>4</sup>.

<sup>1</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التسعير، (605/3) (1314)، وقال الترمذي: هذا حديث حسن صحيح، انظر الترمذي، سنن الترمذي، (605/3).  
<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 213.  
<sup>3</sup> سورة المطففين، آية 26.  
<sup>4</sup> سورة النساء، آية 29.

2- قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾

﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾ أي بالبيع والتجارة بدليل قوله تعالى قبله: " وذرّوا البيع "، أي فإذا قضيت الصلاة، فاطلبوا الربح الذي كان محرماً عليكم عند النداء<sup>2</sup>.

3- قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾

﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾ أي بالبيع والتجارة بدليل قوله تعالى قبله: " وذرّوا البيع "، أي فإذا قضيت الصلاة، فاطلبوا الربح الذي كان محرماً عليكم عند النداء<sup>2</sup>.

4- وقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾

﴿وَالَّذِينَ يَبِيعُونَ بَأْسَآءَ الْبَشَرِ أَكْثَرَ مِنْ أَنْ يُعْتَبِرُوا أَنَّهُمْ لِلَّهِ لَاقِيُونَ﴾ أي بالبيع والتجارة بدليل قوله تعالى قبله: " وذرّوا البيع "، أي فإذا قضيت الصلاة، فاطلبوا الربح الذي كان محرماً عليكم عند النداء<sup>2</sup>.

ثانياً: من السنة النبوية الشريفة:

1- قول رسول الله - صلى الله عليه وسلم-: " التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء"<sup>5</sup>.

2- وقول رسول الله- صلى الله عليه وسلم-: " البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن بنا وصدقا بورك لهما في بيعهما وإن كذبا وكتما محق بركة بيعهما"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> سورة الجمعة، آية 10.

<sup>2</sup> الشنقيطي، أضواء البيان، (89/1).

<sup>3</sup> سورة البقرة، آية 282.

<sup>4</sup> سورة الفرقان، آية 20.

<sup>5</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب، البيوع، باب: ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إياهم، (515/3) (1209)، قال أبو عيسى الترمذي: هذا حديث حسن لا نعرفه إلا من هذا الوجه، انظر: الترمذي (515/3).

<sup>6</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: من أنظر معسرا، (732/2)، (1973).

3- ما ورد عن رفاعه<sup>1</sup> - رضي الله عنه - أنه خرج مع النبي - صلى الله عليه وسلم - فرأى الناس يتبايعون، فقال: يا معشر التجار فاستجابوا له ورفعوا أعناقهم وأبصارهم، فقال: " إن

التجار يبعثون يوم القيامة فجاراً إلا من اتقى بر وصدق"<sup>2</sup>.

4- ما ورد عن رافع ابن خديج - رضي الله عنه - قال: " قيل يا رسول الله، أي الكسب أطيب؟ قال: عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور"<sup>3</sup>.

### ثالثاً: الإجماع:

أجمع المسلمون على جواز التجارة في الجملة، وهذا ما تقتضيه الحكمة؛ لأن الناس يحتاج بعضهم إلى ما في أيدي بعض، وهذه سنة الحياة، وتشريع التجارة وتجويزها هو الطريق إلى وصول كل واحد منهم إلى غرضه ودفع حاجته<sup>4</sup>.

ومما سبق يتبين اهتمام الإسلام البالغ بالأسواق وما يجري فيها من تعاملات، فقد وضع القواعد والضوابط لها، وبين الحلال ووضعه، وأمر باتباعه، وبين الحرام ونهى عنه، وأمر باجتنابه.

### المطلب الثالث: ضوابط المنافسة التجارية المشروعة وآدابها في الإسلام

تعتبر التجارة من أفضل طرق الكسب وأشرفها، وهي تقوم على مجموعة من الأسس والقواعد، فقد وضع الإسلام للسوق آداباً عدة، وألقى على التاجر تبعات كبيرة، وحمله مسؤوليات

<sup>1</sup> رفاعه: هو رفاعه بن نافع بن مالك بن العجلان الأنصاري الخزرجي، أبو معاذ (ت: نحو 41هـ) من أهل بدر، أخرج له البخاري هو وغيره، وشهد هو وأبوه العقبة وبقية المشاهد، أنظر: العسقلاني، ابن حجر، الإصابة في تمييز الصحابة، تحقيق: علي محمد البجاوي، دار الجيل، بيروت، ط1، 1412هـ، (489/2).

<sup>2</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إياهم، (515/3) (1210)، قال أبو عيسى الترمذي: هذا حديث حسن صحيح، انظر: الترمذي، سنن الترمذي (515/3).

<sup>3</sup> أحمد، أبو عبد الله الشيباني، المسند، مؤسسة قرطبة - القاهرة، (141/4) (17303) قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، السلسلة الصحيحة، (106/2).

<sup>4</sup> ابن قدامة، أبو محمد عبد الله بن محمد المقدسي، المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني، ط1، دار الفكر، بيروت، 1405هـ، (5603).



خطيرة، وقدم له النصح، ورسم له الطريق، ووضع له المنهج، وطلب إليه أن يسير على بصيرة من أمره<sup>1</sup>، فقد كان الناس في الإسلام لا يتعاطون البيع والشراء حتى يتعلموا أحكامه وآدابه، وحلاله وحرامه، فلا بد من العلم قبل الشروع بالعمل، ومعرفة مثل هذه الأحكام فرض كفاية، ولكنها تصح فرض عين على من أراد ممارسة التجارة<sup>2</sup>، وفي هذا يقول الإمام الغزالي: " فلا بد له -أي للتاجر- من هذا القدر من علم التجارة ليتميز له المباح عن المحظور، وموضع الإشكال عن موضع الوضوح؛ ولذلك روي عن عمر رضي الله عنه -أنه كان يطوف السوق ويضرب بعض التجار ويقول لا يبيع في سوقنا إلا من يفقه وإلا أكل الربا شاء أم أبي"<sup>3</sup>.

فما تقوم به البلديات في الوقت الحالي من إشراف على الطرق، والرقابة على الأسواق وإصلاح الطرق والجسور، ومنع التعديتات، ومراقبة البضائع، هو ما نص عليه الفقهاء أنه من ديوان الحسبة<sup>4</sup>.

فالإسلام ضمن مجموعة من المعايير الخلقية والتوجيهات، لضمان سلامة عمل السوق من خلال أوامر ونواه وترغيب وترهيب غايتها إرضاء الله عز وجل أولاً، ثم تحقيق النفع العام والخاص<sup>5</sup>، وتتجلى هذه الأخلاقيات والآداب في ما يأتي:

#### أولاً: تحريم الغش:

فقد حرم الإسلام الغش بكافة صورته وأشكاله، وأوجب العدل في الميزان، فقال تعالى:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا بئس ما كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾<sup>6</sup> أي بالعدل، وقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا بئس ما كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> القرني، عبد الحفيظ فرغلي علي، آداب السوق في الإسلام، ط1، دار الصحوة، القاهرة، 1987م، ص6.

<sup>2</sup> المصري، رفيق يونس، أصول الاقتصاد الإسلامي، ط2، دار القلم، الأردن، 1413هـ، ص 128.

<sup>3</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (64/2).

<sup>4</sup> البيهقي، عبد الرحمن بن حسن، أهمية الحسبة في النظام الإسلامي، (14/1).

<sup>5</sup> أبو حمد، رضا صاحب، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار مجدلاوي، الأردن، 2006م، ص 100.

<sup>6</sup> سورة الأنعام، آية 152.



الريح،<sup>1</sup> بالإضافة إلى أن الغاش غير كامل الإيمان لأنه لا يحب لأخيه ما يحب لنفسه من الخير، لقوله عليه السلام: " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه "<sup>2</sup>.

فالغش بكافة صورته وأنواعه المختلفة ظلم للآخرين وأكل لحقوقهم بالباطل، والغاش خائن يأخذ أكثر مما يستحق، ويبيع بضاعة ليست بالمواصفات المطلوبة<sup>3</sup>، وإسلامية العمل التجاري تتطلب ألا يظهر التاجر محاسن السلعة ويخفي عيوبها، فإذا طبق ذلك سيؤدي إلى استقرار التعامل التجاري، واطمئنان الناس لمعايشهم<sup>4</sup>، فيقبل المشتري لشراء ما يحتاجه وهو مطمئن مرتاح بان ما يدفعه من نقود سيأخذ ما يقابله من بضاعة جيدة لا غش فيها ولا خداع؛ لأن المجتمع يسعى إلى الكسب الحلال، وإلى إرضاء الله عز وجل والخوف من عقابه وعذابه في حال الغش أو الخيانة<sup>5</sup>.

### ثانياً: تحري الحلال:

يجب على المسلم أن يتحرى الحلال في كسبه وجميع معاملاته، وأن يتجنب أكل الحرام، لما له من عواقب كبيرة في الدنيا والآخرة منها عدم قبول العمل، وعدم استجابة الدعاء، لما ورد عن سعد بن أبي وقاص أنه قال للنبي - عليه الصلاة والسلام - : أدع الله أن يجعلني مستجاب الدعوة، فقال له النبي - صلى الله عليه وسلم - : " يا سعد، أظب مطعمك تكن مستجاب الدعوة، والذي نفس محمد بيده إن العبد ليرفع اللقمة الحرام في جوفه ما يقبل منه عملاً أربعين يوماً، وأيما عبد نبت لحمه من سحت فالنار أولى به "<sup>6</sup>، وورد عن السيدة عائشة - رضي الله عنها - قالت: كان لأبي بكر - رضي الله عنه - غلام، فجاء له يوماً يمشي بشيء فأكله منه، فقال له الغلام: أتدري ما هذا؟ فقال أبو بكر: وما هو؟ فقال تكهنت لإنسان في الجاهلية وما أحسن الكهانة، إلا

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 67-69.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الإيمان، باب: من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، (14/1)، (13).

<sup>3</sup> الكفراوي، عوف محمود، أصول الاقتصاد الإسلامي، ط1، الانتصار لطباعة الأوفست، 2003م، ص 66/65.

<sup>4</sup> الأوزن، سمير عبد السميع، تسويق الشهرة التجارية ودور التحكيم في منازعاتها، ط1، 2009م، ص 315.

<sup>5</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 45.

<sup>6</sup> الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، المعجم الأوسط، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، مكتبة الزهراء الموصل، ط2، 1404هـ، (311/6)، لا يروى هذا الحديث إلا عن جريح بهذا الإسناد، انظر، الطبراني، المعجم الأوسط، (311/6).

أني قد خدعته، فلقيني فأعطاني بذلك هذا الذي أكلت منه، فأدخل أبو بكر يده فقاء كل شيء في بطنه. وفي رواية قال: "والذي نفسي بيده لو لم تخرج إلا مع نفسي لأخرجتها فإني سمعت النبي - صلى الله عليه وسلم - يقول: "كل جسد نبت من سحت فالنار أولى به" فخشيت أن ينبت جسمي من هذه اللقمة " <sup>1</sup>.

فالمسلم مدعو لتحري مصادر كسبه، فهو يسعى إلى الكسب الحلال، مبتعداً عن الكسب الحرام، فإن كان ذلك هدفه فإنه سوف يتحرى الدقة والجودة في الصنعة، لا يغش ولا يخدع ولا يخون، بل يتعامل بالصدق والأمانة مع إخوانه المسلمين وغير المسلمين، فإذا انتشرت هذه المعاني في المجتمع الإسلامي، ضمن المسلم حقوقه، فيقبل على شراء ما يحتاجه وهو مطمئن مرتاح بأن ما يدفعه من نقود سيأخذ ما يقابله من بضاعة جيدة لا غش فيها ولا خداع؛ لأن الجميع يسعى إلى الكسب الحلال، وإلى إرضاء الله تعالى والخوف من عقابه وعذابه في حال الغش أو الخيانة، فقد بين الإسلام للناس وسائل الكسب المشروع وحثهم على ممارستها، مثل: البيع والمرايحة<sup>2</sup> والإجارة<sup>3</sup> والمضاربة<sup>4</sup> والمساقاة<sup>5</sup>... وغيرها، كما بين لهم الموارد المحرمة والممنوعة مثل: بيع المعدوم، وبيع الغرر، وبيع الملامسة، وبيع النجس، والربا، والرشوة... وغيرها<sup>6</sup>.

### ثالثاً: تحريم التطفيف في الميزان:

أولى الإسلام الموازين والمكاييل أهمية خاصة، فهي جزء من التراث الحضاري الإنساني القديم، الذي ورثته الحضارة الإسلامية عن غيرها، وعمل المسلمون جهدهم في سبيل تطوير هذا

<sup>1</sup> الهندي، علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين، كنز العمال في سنن الأفعال والأقوال، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ، (236/12). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، (865/1).

<sup>2</sup> هي: أن يشتري الرجل سلعة بثمن، ويبيعهما بأكثر منه على وجه مخصوص، انظر: النفراوي، أحمد بن غنيم، الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، تحقيق: رضا فرحات، مكتبة الثقافة الدينية، (1084/3).

<sup>3</sup> هي: مبادلة عين بمنفعة، انظر: الدهلوي، شاه ولي الله بن عبد الرحيم، حجة الله البالغة، تحقيق: سيد سابق، مكتبة المثني، بغداد، ص 91.

<sup>4</sup> هي: أن يكون المال لإنسان، والعمل في التجارة من آخر، ليكون الربح بينهما على ما يبينانه، انظر: الدهلوي، حجة الله البالغة، ص 668.

<sup>5</sup> هي: دفع الشجر إلى من يصلحه بجزء من ثمره، انظر: النفراوي، الفواكه الدواني، (1085/3).

<sup>6</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 44-45.

النظام، والسير به قدماً، حتى بلغوا به درجة النضج والكمال، ولعل سبب هذا الاهتمام هو أن وحدات الكيل والوزن والقياس لها صلة وثيقة بالأحكام الشرعية في باب المعاملات، فيها تؤدي بعض حقوق الله وحقوق عباده: كالزكاة والصدقات والخراج والكفارات والنذور، وما يتعلق بأمور الأوقاف والتركات وسائر المعاملات اليومية<sup>1</sup>.

وقد ورد تحريم التطفيف في الكيل في قوله تعالى: ﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾

﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾

﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾

﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾

﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾

﴿لَا يَجْعَلُونَ كَيْلًا بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوًّا﴾<sup>2</sup> فقد أعد الله -عز وجل - الهلاك والعذاب لأولئك الفجار الذين ينقصون المكيال والميزان، وفي السنة الشريفة قوله -عليه الصلاة والسلام - : " ولا طففوا المكيال إلا منعوا النبات وأخذوا بالسنين " <sup>3</sup>.

**وجه الدلالة:** أن قلة البركة والقحط يعود لأسباب منها تطفيف الكيل والتلاعب بالموازين.

فالتطفيف في المكيال والميزان يلحق أضراراً بالمجتمع والمستهلك نتيجة لما يقوم به المطفف من خيانة وسرقة، تؤدي إلى بخس الناس أشياءهم وأكل أموالهم بالباطل، مما يكون له كبير الأثر في الإخلال بالسلوك العام في المعاملات، وزعزعة الاستقرار والثقة بين المتعاملين، لذا لا بد من وجود مراقبة من قبل الجهات المسؤولة عن المكايل والموازين، والاهتمام بضبطها يعود بنتائج طيبة على المستهلك والمجتمع منها<sup>4</sup>:-

<sup>1</sup> ابن عمر، أحكام السوق في الإسلام، ص 95-96.

<sup>2</sup> سورة المطففين، آية 1-3.

<sup>3</sup> الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، المعجم الكبير، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، ط2، مكتبة الزهراء، الموصل، 1404هـ، (45/11)، (10992). قال الألباني: سنده قريب من الحسن وله شواهد، أنظر، الألباني، الترغيب والترهيب، مكتبة المعارف، الرياض، ط5، (187/1).

<sup>4</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 186-187.

1- زرع الثقة في نفوس الناس، وطمأنتهم بصحة الموازين والمكاييل ودقتها فيقبلون على البائع بثقة واطمئنان.

2- حماية أموال الناس من العبث والهدر.

3- ضمان حصول المستهلك على السلع الضرورية بموازينها المضبوطة.

4- خدمة الاقتصاد الوطني وتحسين سمعته بين الأمم.

5- نشر الأخلاق الفاضلة في المجتمع وخاصةً في أوساط التجار.

6- ضمان وجود سلطة يرجع إليها في حالة ما إذا تم ضبط أية سلعة مخلة بالموصفات والمقاييس التي تصدرها الدولة وهذا يعطي ثقةً واطمئناناً.

ولأهمية ضبط مقادير الأشياء واستقامة المكاييل والموازين نشأت وظيفة المحتسب في الإسلام ليراقب الأسعار ويتأكد من سلامة الموازين وبذلك يأخذ الحاكم على يد المحتال والمطفف بالعقوبة الشرعية والجزاء الصارم<sup>1</sup>.

#### رابعاً: الصدق:

فقد حث الإسلام على الصدق في جميع مجالات الحياة، ومنها المعاملات التجارية، فعن رفاعة بن رافع - رضي الله عنه - أنه قال: خرجت مع النبي - صلى الله عليه وسلم - إلى المصلى، فرأى الناس يتبايعون فقال: " يا معشر التجار، فاستجابوا لرسول الله - صلى الله عليه وسلم - ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه فقال: إن التجار يبعثون يوم القيامة فجاراً، إلا من اتقى وبر وصدق"<sup>2</sup>، فالدين الإسلامي يرشد المتعاملين في السوق إلى التزام الصدق في معاملاتهم، مثل بيان التاجر لعيوب السلعة متى وجدت، فلو حدث أن أخفى البائع عيباً في السلعة، فهو إضافة إلى

<sup>1</sup> حمودة، محمود محمد، الاستثمار والمعاملات المالية في الإسلام، ط 1، 2006م، ص 83.

<sup>2</sup> سبق تخريجه، ص 19.

كونه غشاً يعاقب عليه الإسلام، فإنه يعطي المشتري الحق في إعادة السلعة، وفسخ البيع متى كان العيب ينقص من قيمة السلعة<sup>1</sup>.

فعن أبي ذر عن النبي - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: " ثلاثة لا يكلمهم الله يوم القيامة ولا ينظر إليهم، ولا يزكيهم، ولهم عذاب أليم، قلت: من هم يا رسول الله فقد خابوا وخسروا، قال: المنان، والمسبل إزاره، والمنفق سلعته بالحلف الكاذب"<sup>2</sup>.

ومن آداب البيع والشراء ودلائل الصدق فيه عدم الإكثار من الحلف، بل عدم الحلف مطلقاً لقوله تعالى: ﴿لَا يَجْرِي بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْحُمَّى وَالْكَافُورِ﴾ (البقرة: 224).  
والفاجرة الكاذبة، وخاصة في البيع و الشراء، فلا يعمد إلى ترويح بضاعته بالحلف الكاذب و هو يعلم، ولو ظن التاجر أنه بكثرة حلفه قد سارع في إنفاق سلعته لكنه أذهب فضل وبركة هذا البيع<sup>4</sup>، فعن أبي هريرة قال: سمعت رسول الله - صلى الله عليه وسلم - يقول: " الحلف منفقة للسلعة، ممحقة للبركة"<sup>5</sup>.

#### خامساً: تحريم التدليس:

التدليس لغة: الخديعة و أصله من الدلس و هو الظلمة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> الجزيري، عبد الرحمن، كتاب الفقه على المذاهب الأربعة، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، 1970م، ص189.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: المزارعة، باب: أثم من منع ابن السبيل من الماء، (831/2) (2230).

<sup>3</sup> سورة البقرة آية 224.

<sup>4</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص172/173.

<sup>5</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: " يمحق الله الربا ويربى الصدقات والله لا يحب كل كفار أثيم"، (753/2)، (1981).

<sup>6</sup> ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم الإفريقي المصري، لسان العرب، ط1، دار صادر، بيروت، 1968م، (86/6).

**التدليس اصطلاحاً:** هو كتمان أحد المتعاقدين عيباً خفياً يعلمه في محل العقد عن المتعاقد الآخر<sup>1</sup>، فالمعاملات في الإسلام يجب أن يلازمها الوضوح والبيان بعيداً عن أساليب الغش والتدليس وكتمان العيب، بل تعتمد على الإفصاح بين المتعاملين في الأسواق، حيث يقول النبي - صلى الله عليه وسلم -: " البيعان بالخيار ما لم يفترقا فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كتما وكذبا، محقت بركة بيعهما "<sup>2</sup>.

**وجه الدلالة:** أن على المتعاقدين أن يفصح كل منهما عن المبيع و الثمن، فالبايع يبين ما في السلعة من عيوب، و المشتري يبين الثمن من حيث جنسه و قدره و صنفه، و بذلك جعل الإسلام من الإفصاح وسيلة من وسائل تحقيق البركة في الدنيا، و النجاة من عذاب الله في الآخرة<sup>3</sup>.

وقد يقع الغش في المعاملات كثيراً بصورة التدليس القولي، كالكذب في سعر المبيع، أو الفعل ككتمان عيوب المعقود عليه، أو بصورة التصريية، وصورته أن يقوم البائع بعدم حلب الناقة قبل بيعها ليوهم المشتري كثرة اللبن، فإن وقع ذلك خدع المشتري، فيبرم العقد وهو غير راض بذلك إذا علم الحقيقة<sup>4</sup>، علماً بأن تدليس العيب يوجب للمتعاقد المدلس عليه حقاً في إبطال العقد يسمى (خيار العيب)، فيرد المبيع المدلس ويفسخ العقد والبايع في هذه الحالة أي إذا كان عالماً بالعيب فكتمه كان مدلساً وداخلاً تحت حكم الخلابة، أما إذا لم يكن البائع عالماً بالعيب فهو ضامن له أيضاً بمقتضى العقد ولكنه ليس مدلساً، والخابلة هي: أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر بوسيلة موهمة قولية أو فعلية تحمله على الرضا بالعقد بما لم يكن يرضى به<sup>5</sup>.

### سادساً: قيام التجارة على التراضي:

من المبادئ العامة في الشريعة الإسلامية اشتراط التراضي التام بين المتعاقدين في أمور التجارة، لقوله تعالى: ﴿ ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ﴾

<sup>1</sup> انظر، عميرة، حاشية عميرة، (245/2).

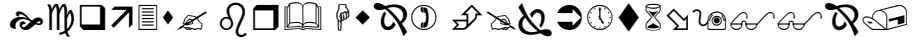
<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: إذا بين البيعان و لم يكتما ونصحا، (732/2)(1973).

<sup>3</sup> عبد السميع، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية، ص (20/19).

<sup>4</sup> وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية الكويتية، ط 2، دار السلاسل، الكويت، 1409هـ، (220/31).

<sup>5</sup> الزرقا، المدخل إلى الفقه، ص (283/284).





السلام: " لا يحل مال امرئ مسلم بغير طيب نفس منه "<sup>2</sup>، وقوله أيضاً: " إنما البيع عن تراض "<sup>3</sup>.

### سابعاً: لزوم التقوى:

فالأعمال الصالحة تنشأ عن التقوى و خشية الله عز و جل و الخوف منه، بامتثال أوامره و اجتناب نواهيه، و هذا ضابط أساسي من ضوابط السلوك الإنساني جميعه، إذ يجعل المسلم المتقي حريصاً على أن يكون قويم السلوك، بعيداً عن المنكرات و المعاصي<sup>4</sup>.

ويشمل ذلك جميع مجالات التعامل في الأسواق من ذهاب إلى السوق وإياب منه، والجلوس فيها للمبايعة، وكذلك عدم الإيذاء باليد أو باللسان، أو بالعين، والإيذاء باليد يكون بالاعتداء بالضرب، أو يكون بلمس المشتريات، وغير ذلك من صور الإيذاء، والإيذاء باللسان يكون بالشتم، والسب، والغيبة والنميمة، والكذب، والحلف بالباطل، وغير ذلك، والإيذاء بالعين يكون بالنظرة الطامعة، أو المستحقرة، أو الحاسدة، أو الحاقدة<sup>5</sup>.

كما لا بد لمن دخل السوق أن لا ينسى ذكر الله عز وجل، لما ورد عن رسول الله - صلى الله عليه و سلم - أنه قال: " من دخل السوق فقال: لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك، و له

<sup>1</sup> سورة النساء، آية 29.

<sup>2</sup> أحمد، المسند، (72/5)، (20714)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، محمد ناصر الدين، الجامع الصغير وزيادته، المكتب الإسلامي، ص 1362.

<sup>3</sup> ابن ماجه، سنن ابن ماجه، كتاب: التجارات، باب: بيع الخيار، (737/2) (2185)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص 409.

<sup>4</sup> هارون، محمد صبري، أحكام الأسواق المالية، دار النفائس، الأردن، ط 1، 1419هـ، ص 120.

<sup>5</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 71-72.



معاملات الناس<sup>1</sup>، حيث يقول ابن جرير الطبري<sup>2</sup> في تفسير هذه الآية: "أي أوفوا بالعهود التي عاهدتموها ريكم، والعقود التي عاقدتموها إياها، وأوجبتم بها على أنفسكم حقوقاً، وألزمتم أنفسكم بها لله فروضاً، فأتموها بالوفاء والكمال والتمام منكم لله بما ألزمكم بها، ولمن عاقدتموه منكم، بما أوجبتموه له بها على أنفسكم، ولا تتكثروا فتتقضوها بعد توكيدها"<sup>3</sup>.

فالوفاء بالعقد و العهد ركن من أركان الأمانة و قوام الصدق، في حين أن الخيانة والغدر يفقدان الثقة، و ينزعان الأمانة من نفوس الناس مما يسبب الإخلال بنظام المعاملات وانهيائه<sup>4</sup>.

### تاسعاً: مراقبة الله تعالى:

إن استشعار رقابة الله تعالى هو الضامن و صمام الأمان لتحقيق ما سبق ذكره من الضوابط الشرعية للتجارة من صدق ووفاء و اجتناب للغش، فلا ينس التاجر أن معاملته مع الله أولاً، فيجب أن يكون قلبه مع الله مراقباً له في معاملته مع الناس، وهذا هو الذي تكون الدنيا في يده لا في قلبه<sup>5</sup>، ويتحقق فيه قوله - سبحانه وتعالى -: ﴿لَا يَخْفَىٰ عَلَى اللَّهِ سِتْرٌ لَّيْسَ لَهُ خَائِفَةٌ يَتَّخِذُ الْإِنْسَانَ هِجْرًا ۖ يَوْمَ يُنْفَخُ الْأَشْفَادُ ۚ وَنُصِبَ الْعَرْشُ ۚ وَنُفِخَ فِي الصُّورِ ۚ يَوْمَ لَا يُغْنِي عَنْهُمْ كَيْدُهُمْ شَيْئًا وَلَا هُمْ يُنصَرُونَ ۚ﴾



<sup>1</sup> هارون، أحكام الأسواق المالية، ص 125.

<sup>2</sup> هو: محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الطبري، ولد في طبرستان، سنة 224هـ، كان أحد أئمة العلم، جمع من العلوم ما لم يشاركه فيه أحد من أهل عصره، له الكثير من المصنفات، منها: تهذيب الآثار، وتفسير جامع البيان، توفي في شوال سنة 310هـ، في بغداد. انظر: الذهبي، أبا عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، ت: 748هـ، معرفة القراء الكبار على الطبقات والأعصار، تحقيق: بشار عواد وآخرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1404هـ، (266/1).

<sup>3</sup> الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير، (ت: 310هـ)، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، دار الفكر - بيروت، ط1، 1405هـ، (31/6-32).

<sup>4</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 172.

<sup>5</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 74/75.

ومن الأمور التي تؤدي إليها مراقبة الله - عز و جل - هي حسن المعاملة، فالدين المعاملة، و يقتضي حسن المعاملة ؛ العدل و عدم الظلم و الإحسان، و المقصود بالعدل أن يحرص التاجر على أخذ الحق، و إعطاء الحق، أما الإحسان فهو الفضل و التسامح، ويتأتى بإنظار المعسر، وعدم التشديد في المطالبة<sup>2</sup>، تصديقاً لقوله تعالى: ﴿لَا يَنْظُرُ الْمَعْسُرَ﴾<sup>1</sup>.

و العدل - كما يقول الإمام الغزالي في الإحياء -: يجري في التجارة مجرى رأس المال، كما أن الإحسان يجري مجرى الربح. و لا يعد من العقلاء من قنع برأس المال، و ترك الربح<sup>4</sup>، و معنى ذلك وجوب اقتران العدل بالإحسان.

فإذا غفل الإنسان عن مراقبة الله - عز و جل - له، فإن الحياة تقوم على الاستغلال، وتتحول إلى غابة يأكل القوي فيها الضعيف، و لا يأمن الناس لبعضهم، مع أن الإسلام جاء لتحقيق الأمن و السعادة و الطمأنينة لهم، فالمجتمع الإيماني هو الذي يتحقق فيه الأمن<sup>5</sup>، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾<sup>6</sup>.

### عاشراً: إتقان العمل واتباع أرقى الأساليب العلمية في الإنتاج:

<sup>1</sup> سورة النور، آية 37-38.  
<sup>2</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 72-73.  
<sup>3</sup> سورة البقرة، آية 280.  
<sup>4</sup> انظر: الغزالي، إحياء علوم الدين، (79/2).  
<sup>5</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 75.  
<sup>6</sup> سورة الأنعام، آية رقم 82.

إن العمل في الإسلام أمانة و مسؤولية، يقول  
تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ اتَّقَاةِ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾<sup>1</sup>، ويقول - صلى الله عليه وسلم -: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه"<sup>2</sup>، لذا على المسلم أن يتزود في كل ما يباشره من عمل بالأساليب الجديدة التي كشف عنها العلم، و التي تؤدي إلى زيادة إتقان السلعة و تحسينها، و من الأصول الشرعية المقررة أن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب<sup>3</sup>، و إذا كان من الواجب إتقان العمل و تحسينه، فإن الوسيلة إلى ذلك واجبة وهي البحث العلمي عن كل جديد في طريق الإنتاج و إتباع هذا الجديد، والشريعة الإسلامية الغراء كانت سبابة في هذا المجال حين دعت الناس عامة إلى العمل و إلى إتقان سلعهم، وجعلت ذلك من العبادات و القرب التي يتقرب بها العبد إلى ربه<sup>4</sup>، يقول تعالى:  
﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ اتَّقَاةِ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾<sup>5</sup>.

إن إتقان العمل هي من الأمور التي تتبع من ضمير الإنسان المسلم، و يشهد عليها رب العالمين، فالإنسان المسلم مسؤول عن عمله و جودته و إتقانه و سلامته من العيوب<sup>6</sup>.

وإتقان في المفهوم الإسلامي ليس هدفاً سلوكياً فحسب، بل هو ظاهرة حضارية تؤدي إلى رقي الجنس البشري، و عليه تقوم الحضارات، و يعمر الكون، و تثري الحياة، ثم هو قبل ذلك كله هدف من أهداف الدين يسمو به المسلم و يرقى به في مرضات الله و الإخلاص له ؛ لأن الله لا يقبل من العمل إلا ما كان خالصاً لوجهه، و إخلاص العمل لا يكون إلا بإتقانه، فإتقان العمل واجب ديني يأمرنا به ديننا الحنيف، و إن إهمالنا في إتقان وجودة الصناعة أدى بالأمة إلى هذا

<sup>1</sup> سورة النحل، آية 93.

<sup>2</sup> البيهقي، شعب الإيمان، (5312)، (334/4)، قال الألباني: حديث حسن، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص 277.

<sup>3</sup> الباكستاني، زكريا بن غلام قادر، أصول الفقه على منهج أهل الحديث، دار الخراز، ط1، (106/1).

<sup>4</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 47-48.

<sup>5</sup> سورة التوبة، آية 105.

<sup>6</sup> أبو حمد، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، ص 125.

التراجع الذي نعاني منه، فلن يتحقق لنا الرقي الحضاري و نصبح أمة متبوعة لا تابعة إلا إذا أتقنا العمل و أجدنا في صناعاتنا<sup>1</sup>.

\* آثار الالتزام بهذه الآداب و الضوابط على السوق:

إن التزام الجميع بهذه الآداب و الضوابط و الأخلاق، التي رسمها الإسلام للبيع والشراء، مثل الصدق و السماحة و المحافظة على العقود، و عدم الحلف، و الالتزام بأداب السوق، كل ذلك من شأنه أن يؤدي إلى نتائج طيبة، نلخصها فيما يأتي<sup>2</sup>:

1- كفاءة الأداء في العمل و الجودة في الصناعة و التجارة.

2- ضمان أمانة و كفاءة المتعاملين في الأسواق.

3- إرضاء العاملين في الأسواق من بائعين و مشتريين، و خاصة في ظل ما يشهده الاقتصاد العالمي من تحرر و انفتاح.

4- تحقيق أهداف العمل التجاري من كسب، و كثرة العملاء، و سمعة طيبة.

5- إن التزام الصدق و السماحة و غير ذلك من أخلاق الإسلام في البيع و الشراء، تجعل السوق مكاناً تحكمه القيم و الأخلاق، و لا تحكمه قوانين العرض و الطلب فقط، و التي تنتفي فيها الأخلاق.

---

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 46-47.

<sup>2</sup> المصدر السابق، ص 175-176.

## المبحث الثالث

### أهداف المنافسة التجارية وأهميتها و شروطها

تضمن هذا المبحث: أهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها، فكانت في ثلاثة مطالب:

#### المطلب الأول: أهداف المنافسة التجارية

تهدف المنافسة التجارية المشروعة إلى ما يلي:

- 1- تساهم في تجويد السلع و الخدمات، و هذا شيء مفيد جداً للناس.
- 2- استخدام الموارد الاقتصادية أفضل استخدام.
- 3- تخفيض الأسعار و العمل على امتصاص الأرباح غير العادية.
- 4- توزيع و تعميم الأرباح و المكاسب على جميع المتنافسين، فلا يستطيع أحد أن يستأثر بها لوحده.
- 5- الابتكار و الإبداع التقني و التكنولوجي و الحرية الكاملة للمنتجين لدخول قطاع الصناعات المختلفة.
- 6- المحافظة على موارد المجتمع، و على معالمه الاجتماعية و السياسية.
- 7- منع التحاسد و التباغض و التنازع، و نشر مبادئ الإسلام، مثل التراحم و التعاون والإخاء و التسامح.
- 8- القضاء على الاحتكار<sup>1</sup>.
- 9- التوسع و الانتشار و النمو.
- 10- التجديد و التطوير، و الذي يؤدي إلى إنتاج السلع التي تستجيب بدرجة كبيرة لرغبات الناس.

---

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 217-218.

11- تحسين المركز التنافسي، و تعظيم الأرباح.

12- قيادة السوق و زيادة المبيعات، بالإضافة إلى حل مشاكل المشترين و الموزعين<sup>1</sup>.

13- الغلبة و تحقيق الذات و التفوق المالي و الاقتصادي<sup>2</sup>.

بالإضافة إلى أن هدف المنافسة في النظام الاقتصادي يستمد من خصائص الإسلام الشرعية، فهو هدف سام لا يقوم على الغش و الكذب و نشر البيانات الكاذبة و الإشاعة والتغوير، و إنما يقوم على الخير، و إجادة الأعمال، و تحسين المنتجات، و تطوير الأساليب الفنية للإنتاج و ما يتطلب ذلك من وسائل شريفة<sup>3</sup>، فالمنافسة من سنن الفطرة الكونية، غايتها التفوق في جميع المجالات و الأنشطة مهما كانت طبيعتها<sup>4</sup>.

### المطلب الثاني: أهمية المنافسة التجارية

تقوم التجارة بدور أساسي في سد حاجات المجتمع، فهي من أوسع ميادين النشاط الإنساني؛ لأنها ترتبط أشد الارتباط بأنواع الأنشطة الأخرى كالزراعة و الصناعة، ذلك أن تسويق المنتجات الصناعية لا يتحقق بدون التجارة، و كذلك تسويق المنتجات الزراعية لا يتحقق بدون التجارة<sup>5</sup>.

وتظهر أهمية المنافسة في أنها أساس التجارة و عمادها ؛ لأنها تؤدي إلى تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، وتؤدي إلى نمو التجارة، و توفير أكبر قسط ممكن من الرفاهية للمجتمع الإنساني إذا انحصرت في حدودها المشروعة ضماناً للمصلحة العامة<sup>6</sup>. فهي تلعب دوراً رئيساً في

<sup>1</sup> النجار، فريد، المنافسة و الترويج الاقتصادي، مؤسسة الشباب، الإسكندرية، ص 157.

<sup>2</sup> الغريب، الاحتكار و المنافسة غير المشروعة، دار النهضة، القاهرة، 2004م، ط1، ص 54.

<sup>3</sup> سليمان، سناء عبد السلام جابر، تحقيق التوازن الاقتصادي من منظور إسلامي، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010، ص 119 .

<sup>4</sup> محرز، أحمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة، ص 7.

<sup>5</sup> عبد الباقي، زيدان، العمل و العمال و المهن في الإسلام، مكتبة وهبة، القاهرة، 1978م، ص 40.

<sup>6</sup> بو ذياب، سليمان، القانون التجاري، ص 177.



حياة الشعوب في الوقت الحاضر بجانب الصناعة، لذا فإن للمنافسة قدرة خلاقة تدفع للابتكار وتحفز على الإبداع، وتعمل المنافسة كدافع للتطوير، وحافز للتقدم والازدهار<sup>1</sup>، والتنافس أمر مرغوب فيه في المجتمع لما ينتج عنه من بقاء للأصلح من حيث المعاملة، و تقديم السلع الأكثر جودة و الأرخص سعراً، بيد أنه يجب أن تكون هذه المنافسة شريفة تقوم على النزاهة، وأساسها العمل الجاد،<sup>2</sup> وتعمل المنافسة في ميدان التجارة أو الصناعة و تعطي دائماً أطيّب النتائج، فلا بأس أن يتبارى التجار والمنتجون لنوع معين من السلع في خدمة العملاء وإراحتهم، وتوفير أفضل الشروط لهم، وإدخال التحسينات على السلع التي ينتجونها أو يبيعونها وبالتالي تؤدي إلى اجتذاب أكبر قدر ممكن من العملاء<sup>3</sup>.

فالمنافسة تكون مشروعة بالمسارعة إلى الأعمال الصالحة النافعة في الدنيا والآخرة، والسعادة في الدنيا والآخرة، وتعمير الكون على ضوء منهج الله تعالى، فتؤدي إلى التقدم الاقتصادي وازدهاره، ووفرة الإنتاج وتنوعه وتحسينه، وبقاء الأصلح لصالح السوق وأهله.

### المطلب الثالث: شروط المنافسة التجارية

كما أن الشرع وضع الضوابط للبيع و الشراء كما سبق، كذلك جعل للمنافسة التجارية شروطاً وضوابط، ومن ذلك ما ورد في حديث رسول الله - صلى الله عليه و سلم-: "لا تلقوا الركبان، و لا يبيع بعضكم على بيع بعض، و لا تناجشوا، و لا يبيع حاضر لباد"<sup>4</sup>، فالحرية قاعدة أصلية في النظام الإسلامي، وبالتالي فهي أصل في النظام الاقتصادي، فالحرية الاقتصادية تشمل مجالات مختلفة منها: حرية العمل والإنتاج والتعاقد، ثم حرية السوق التي تمارس فيها هذه الحريات، فالشارع الحكيم ضمن تحقيق الحرية في ظل قواعد العدالة والطهارة. فحرم الخبائث من السلع، وحرم أكل المال

<sup>1</sup> الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ص35-36.

<sup>2</sup> محرز، أحمد محمد، القانون التجاري، 1998، ص297.

<sup>3</sup> يونس، علي حسن، المحل التجاري، دار الفكر العربي، بيروت، ص 130.

<sup>4</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد، حديث رقم: (2050)، (757/4).

بالباطل، والربا، والاحتكار والغرر والغش والتطيف، وفي ذلك تحقيق لمصلحة الجماعة و مصلحة الفرد في آن واحد، وتفصيل هذه الشروط كما يلي<sup>1</sup>:

1- وجود عدد كبير نسبياً من البائعين والمشتريين في هذه السوق، بحيث لا يستطيع أي بائع أو أي مشتر أن يؤثر في السعر السائد؛ بسبب زيادة أو نقص الكمية المعروضة أو المشتراة.

2- تجانس وحدات السلع المعروضة عند جميع البائعين لها، وإذا ما حاول أي منهم أن يرفع من سعر سلعته فوق سعر السوق السائد يفقد الطلب على سلعته لصالح الطلب على السلعة المماثلة عند الآخرين، كما أنه لن يحاول تخفيف السعر؛ لأنه ضد مصلحته ما دامت كفاءته الإنتاجية متساوية وما دام يستطيع أن يبيع في ظل السعر السائد.

3- حرية مطلقة في الدخول والخروج من السوق بالنسبة لجميع البائعين، دون أن يؤدي ذلك إلى التأثير على مستوى الأسعار السائدة. والهدف من هذه الشروط هو إزاحة أي احتمال لوجود احتكار في عرض عوامل الإنتاج، وبالتالي احتكار عرض بعض السلع المنتجة.

4- معرفة تامة بظروف السوق من قبل البائعين والمشتريين.

أما شروط المنافسة الحرة فهي<sup>2</sup>:

1- أن يستطيع البائعون و المشترون المنافسة في تحديد الثمن بحرية تامة.

2- أن تكون هناك علانية تامة للعرض و الطلب، فلا يكون ثمة عرض يجهل وجوده المشترون، و لا طلب يجهل وجوده البائعون.

3- ألا يكون هناك اتفاق سابق بين البائعين و بعضهم البعض، أو بين المشتريين وبعضهم البعض، يتعهد بمقتضاه الأولون ألا يبيعوا دون ثمن معين، و الآخرون ألا يشتروا فوق ثمن معين.

<sup>1</sup> محمد، علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، ( 379/1-380).

<sup>2</sup> الجمال، محمد عبد المنعم، موسوعة الاقتصاد الإسلامي و دراسات مقارنة، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1980م ص 526.

## المبحث الرابع

### صور من المنافسة المشروعة و أثرها على السوق

تضمن هذا المبحث صوراً من المنافسة المشروعة و هي: (المزايدة، التقسيط، الدعاية والإعلان، الجوائز) و قد فصلتها في أربعة مطالب على النحو الآتي:-

#### المطلب الأول: المزايدة وأثرها على السوق

##### أولاً: تعريف المزايدة لغة:

"زاد زيداً وزيادة أي: نما و كثر، و جعله يزيد، و نافسه في الزيادة و في ثمن السلعة: زاد فيه على الآخر، و المزاد: موضع المزايدة، و يبيع المزاد: البيع الذي يتم بطريق الدعوة إلى شراء الشيء المعروض ليرسو على من يعرض أعلى ثمن"<sup>1</sup>.

"و تزايد أهل السوق على السلعة إذا بيعت فيمن يزيد"<sup>2</sup>.

يقول صاحب أساس البلاغة<sup>3</sup>: "و تزايد السعر، و تزايدوا في ثمن السلعة حتى بلغ منتهاه، و زايد أحد المتبايعين على الآخر مزايدة"<sup>4</sup>.

##### ثانياً: تعريف المزايدة اصطلاحاً:

جاء تعريف المزايدة عند الفقهاء على النحو الآتي:

**عند الحنفية:** " المزايدة: أن ينادي الرجل على سلعته بنفسه أو بنائبه، و يزيد الناس بعضهم على بعض، فما لم يكف عن النداء فلا بأس للغير أن يزيد"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى، المعجم الوسيط، (409/1)

<sup>2</sup> الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، (156/8)

<sup>3</sup> هو: أبو القاسم محمود بن عمر بن محمد الزمخشري، كبير المعتزلة، صاحب الكشاف و المفصل، كان رأساً في البلاغة العربية، وقد برع في الأدب كذلك، توفي ليلة عرفة، سنة 538هـ. انظر: الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، (ت:748هـ)، سير أعلام النبلاء، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وغيره، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هـ، (156-157/20).

<sup>4</sup> الزمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر بن محمد، وانظر: أساس البلاغة، دار الفكر، بيروت، 1979م، (414/1)

<sup>5</sup> السرخسي، شمس الدين، المبسوط، دار المعرفة، بيروت، (76/15).

يُفهم من تعريف الحنفية للمزايدة أن صاحب السلعة لا بد له من فتح باب المزاد على سلعته بالإعلان عن ذلك من خلال المناداة و تبقى المزايدة مفتوحة ما دام النداء قائماً، إذ أنه بتوقف النداء يغلق باب المزايدة، و يحوز هذه السلعة من أعطى أعلى ثمن.

**عند المالكية:** " هي أن يطلق الرجل سلعته في يد الدلال للنداء عليها، فمن أعطى فيها ثمناً لزمه إن رضي مالکها، و له أن لا يرضى و يطلب الزيادة " <sup>1</sup>، " و هي أن ينادي على السلعة و يزيد الناس بعضهم على بعض حتى تقف على آخر زائد فيها" <sup>2</sup> وتسمى عند المالكية بالبيع ممن يزيد <sup>3</sup>.

**عند الشافعية:** " أن يبذل الرجل في السلعة ثمناً فيأتي آخر فيزيد عليه في ذلك الثمن " <sup>4</sup>.

**عند الحنابلة:** اكتفى الحنابلة بذكر جواز المناداة على السلعة للزيادة في ثمنها <sup>5</sup>.

**التعريف الراجح:** يتبين لي من التعريفات السابقة أن تعريف المالكية هو التعريف الراجح وذلك لأنه شمل أطراف المزايدة (المنادي، و المزايد، و السلعة) فقد بين التعريف أن الذي يحوز السلعة هو الذي يعطي أعلى الأثمان، و هو بذلك يشترك مع الحنفية في هذا، و يزيد في إعطاء الخيار للمالك في قبول الثمن أو الاستمرار في فتح باب المزايدة، فإذا قبل مالك السلعة الثمن لزمه ذلك، و لا يصح له إعادة فتح باب المزايدة، و هذا التفصيل انفرد به المالكية على غيرهم، في حين أن الشافعية لم يتوسعوا في ذكر تفاصيل المزايدة، و اكتفى الحنابلة ببيان حكمها الشرعي.

**ثالثاً: من أسماء المزايدة في كتب الفقه:**

<sup>1</sup> النفراوي، أحمد بن غنيم بن سالم المالكي، الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، دار الفكر، بيروت، 1415هـ، (72/2).

<sup>2</sup> ابن جزى، محمد بن أحمد الكلبي الغرناطي، القوانين الفقهية، (175/1).

<sup>3</sup> الصنعاني، الأمير محمد بن إسماعيل، سبل السلام شرح بلوغ المرام من أدلة الأحكام، ط4، تحقيق: محمد بن عبد العزيز الخولي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (1379هـ)، (23/3).

<sup>4</sup> الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري الشافعي، الحاوي الكبير، تحقيق: علي محمد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ، (344/5).

<sup>5</sup> البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، كشاف القناع عن متن الإقناع، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، دار الفكر، بيروت، 1402هـ (183/3).

بيع الدلالة<sup>1</sup>، و بيع من يزيد<sup>2</sup>، و بيع الفقراء<sup>3</sup>، و بيع من كسدت بضاعته<sup>4</sup>.

#### رابعاً: ضوابط بيع المزايدة:

1- أن يبتعد البائع عن الغش و الكذب، و يكون صادقاً في وصف سلعته، فعن أبي هريرة - رضي الله عنه - قال: سمعت رسول الله - صلى الله عليه و سلم - يقول: "الحلف منفقة للسلعة، محقة للبركة"<sup>5</sup>.

2- أن يكون بعيداً عن النجش<sup>6</sup>.

3- عدم المبالغة في تقدير الثمن الأول للمبيع<sup>7</sup>.

#### خامساً: حكم المزايدة:

اختلف الفقهاء في حكم المزايدة على ثلاثة أقوال:-

\* **القائلون بالجواز:** ذهب جمهور الفقهاء من الحنفية<sup>8</sup>، و المالكية<sup>9</sup>، و الشافعية<sup>10</sup>، و الحنابلة<sup>11</sup> إلى جواز بيع المزايدة.

#### أدلة القائلين بالجواز:

<sup>1</sup> ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، (103/5).

<sup>2</sup> الزيلعي، فخر الدين عثمان بن علي، تبیین الحقائق، دار الكتب الإسلامي، القاهرة، 1313 هـ، (68/4).

<sup>3</sup> ابن نجيم، زين الدين الحنفي، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، ط2، دار المعرفة، بيروت، (108/6).

<sup>4</sup> نظام، و آخرون، الفتاوي الهندية، دار الفكر، بيروت، 1411هـ، (210/3).

<sup>5</sup> سبق تخريجه، ص 27.

<sup>6</sup> الخطاب، أبو عبد الله محمد بن عبد الرحمن، مواهب الجليل لشرح مختصر خليل، ط2، دار الفكر، بيروت، (250/6).

<sup>7</sup> الخرشي، أبو عبد الله محمد بن عبد الله بن علي، حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل، 1306هـ، (406/5).

<sup>8</sup> السرخسي، المبسوط، (76/15)، نظام، الفتاوي الهندية (211/3).

<sup>9</sup> الخطاب، مواهب الجليل، (237/4).

<sup>10</sup> الشرييني، محمد الخطيب، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، دار الفكر، بيروت، (50/2).

<sup>11</sup> ابن مفلح، أبو إسحاق إبراهيم بن محمد بن عبد الله، النكت و الفوائد السننية على مشكل المحرر لمجد الدين ابن تيمية، ط2، مكتبة المعارف، الرياض، 1404هـ، (283/1). وانظر: البهوتي، كشاف القناع (183/3). البعلي، بدر الدين

أبو عبد الله محمد بن علي، مختصر الفتاوي المصرية لابن تيمية، ط2، تحقيق: محمد حامد الفقي، دار ابن القيم، السعودية،

1986م، (323/10)

استدل جمهور الفقهاء على مشروعية بيع المزايمة بما يلي:-

1- من السنة الشريفة: ما روي عن أنس بن مالك: " أن رجلاً من الأنصار أتى النبي - صلى الله عليه و سلم - يسأله فقال: أما في بيتك شيء؟ قال: بلى جلس نلبس بعضه ونبسط بعضه، و قدح نشرب فيه من الماء، قال: انتتي بهما، قال: فأتاه بهما، فأخذهما رسول الله - صلى الله عليه و سلم - بيده، ثم قال: من يشتري هذين؟ قال رجل: أنا أخذهما بدرهم، قال: من يزيد على درهم؟ مرتين أو ثلاثا، قال رجل: أنا أخذهما بدرهمين، وأعطاهما إياه و أخذ الدرهمين فأعطاهما الأنصاري"<sup>1</sup>.

**وجه الدلالة:** أن الرسول - صلى الله عليه و سلم - حين قال: من يزيد على درهم؟ دل ذلك على مشروعية بيع المزايمة، حيث أنه لم يجب من أعطى درهماً واحداً، بل أراد المزيد، و أعطاه لمن زاد و دفع درهمين.

## 2- الآثار المروية عن الصحابة و التابعين:

- ما روي عن عمر - رضي الله عنه - أنه باع إبلاً من إبل الصدقة فيمن يزيد<sup>2</sup>.
- ما روي عن المغيرة بن شعبة أنه باع المغنم فيمن يزيد<sup>3</sup>.
- وكذلك قال عطاء ابن أبي رباح<sup>4</sup>: أدركت الناس لا يرون بأساً ببيع من يزيد في الغنائم والمواريث<sup>5</sup>.
- ما روي عن حماد أنه قال: " لا بأس ببيع من يزيد "<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> أبو داود، سنن أبي داود، كتاب: الزكاة، باب: ما يجوز فيه المسألة، (292/2-293)، رقم (1641). أحمد، المسند (114/3)، رقم (12155). قال الألباني: ضعيف، انظر: الألباني، تخريج مشكلة الفقر، المكتب الإسلامي، ط1، (30/1).

<sup>2</sup> ابن أبي شيبة، المصنف، كتاب: البيوع، باب: في بيع من يزيد، (286/4)، رقم (20201).

<sup>3</sup> ابن أبي شيبة، المصنف، كتاب: البيوع، باب: ما قالوا في بيع المغنم فيمن يزيد، (287/4)، رقم (20206).

<sup>4</sup> عطاء: هو عطاء بن أبي رباح، تابعي مشهور، وهو مفتي أهل مكة ومحدثهم، ولد في خلافة عثمان، وقيل في خلافة عمر، كان كثير العلم، (ت:114هـ)، انظر: الذهبي: تذكرة الحفاظ، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، (98/1).

<sup>5</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: بيع المزايمة، (753/2).

## 2- الدليل العقلي:

- الحاجة الماسة إليه: إذ أن الشريعة الإسلامية جاءت لتحصيل المصالح للعباد و رفع الحرج والمشقة، وهي شريعة عرفت بالسماحة و اليسر، و أن هذا البيع مما لا يستقيم أمر الناس في معاشهم إلا به<sup>2</sup>.

- ولأن البائع عن طريق المناذاة لا يقصد رجلاً بعينه، فلا يؤدي ذلك إلى النجش والإفساد<sup>3</sup>، وبهذا يظهر الفرق بين بيع المزايمة الجائز شرعاً، وبين بيع النجش المنهي عنه شرعاً، ولكن إن كان القائم ببيع المزاد يتفق مع الآخرين للدخول فيه، والقيام برفع السعر فيأخذ حكم النجش<sup>4</sup>.

- بالإضافة إلى أن عقد البيع يقوم على الإيجاب و القبول، فحين يطرح البائع سلعته ولا يقبل السعر الذي قدمه المشتري و يطلب المزيد فإن البيع لا ينعقد، و إنما ينعقد للمشتري الذي يقدم السعر الذي يقبله البائع، وذلك لتحقيق الإيجاب و القبول.

\*القائلون بالكراهة: وهم إبراهيم النخعي<sup>5</sup> و جماعة من الفقهاء<sup>6</sup>.

### أدلة القائلين بالكراهة :

استدل القائلون بالكراهة بما يلي:

- ما ورد أن رسول الله - صلى الله عليه و سلم - نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ابن أبي شيبه، المصنف، كتاب: السير، باب: ما قالوا في بيع المغنم فيمن يزيد، (466/6)، رقم (32970).

<sup>2</sup> قوقازي، نجاتي محمد إلياس، بيع المزايمة، ط 1، دار النفائس، الأردن، 2004م، ص 50.

<sup>3</sup> السبكي، علي بن عبد الكافي، تكملة المجموع شرح المهذب، مطبعة الإمام، مصر، (17/13).

<sup>4</sup> الفقى، حامد عبده، بيع النجش في الشريعة الإسلامية، دار الجامعة الجديدة، 2003، ص 63.

<sup>5</sup> هو: إبراهيم بن يزيد بن قيس، من صغار التابعين، روى عن كبار التابعين، ولا تعرف له رواية عن الصحابة المتأخرين الذين كانوا معه في الكوفة كعمرو بن حريث وأبي جحيفة، توفي سنة 96هـ، انظر: الذهبي، شمس الدين محمد بن أحمد، سير أعلام النبلاء، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هـ، (521-520/4).

<sup>6</sup> الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار، دار الجيل، بيروت، 1973م، (169/5).  
الصنعاني، سيل السلام، (68/5)

**وجه الدلالة:** أن الحديث نهى عن سوم الرجل على سوم أخيه، و أن بيع المزايمة يدخل تحت باب السوم على سوم الغير .

ويمكن الرد على ذلك بأن بيع المزايمة ليس من السوم المحرم، و بذلك قال الصنعاني، فبعد ذكر حديث السوم قال: " و أما بيع المزايمة و هو البيع ممن يزيد فليس من المنهي عنه"<sup>2</sup>، وبذلك قال ابن حزم في المحلى: " فأما من أوقف سلعته و طلب الزيادة فيها أو طلب بيعاً يسترخسه فليس مساوماً لإنسان بعينه فلا يلزمه النهي"<sup>3</sup>.

- ما روي عن سفيان بن وهب<sup>4</sup> قال: " سمعت النبي - صلى الله عليه و سلم - ينهى عن بيع المزايمة.

ويرد عليه بأن الحديث ضعيف لأن فيه ابن لهيعة<sup>5</sup>.

\* **القائلون بالجواز في الغنائم و المواريث فقط**<sup>6</sup>: وإليه ذهب عطاء والأوزاعي وإسحاق بن راهويه<sup>7</sup> ومجاهد<sup>8</sup>.

**أدلة القائلين بالجواز في الغنائم و المواريث:** استدلت القائلون بذلك بما يلي:

<sup>1</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب النكاح، باب: تحريم الخطبة على خطبة أخيه، (1033/2)، رقم (1413)

<sup>2</sup> الصنعاني، سبل السلام، (67-66/5).

<sup>3</sup> ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد الظاهري، المحلى، تحقيق، لجنة إحياء التراث العربي، دار الأفاق الجديدة، بيروت، (222-221/9).

<sup>4</sup> سفيان: هو أبو أيمن، سفيان بن وهب الخولاني، له صحبة من الأمراء، حج مع النبي صلى الله عليه وسلم، حجة الوداع، وشهد فتح مصر، وغزا إفريقيا سنة 60هـ، (ت:82هـ)، انظر: الزركلي، الأعلام،(105/3).

<sup>5</sup> هو: عبد الله بن لهيعة بن عقبة بن فرعان الحضرمي، أبو عبد الرحمن،(ت:174هـ)، كان مكثراً من الحديث والأخبار والرواية، حدث عنه ابن المبارك وابن وهب وغيرهم قبل أن يكثر الوهم في حديثه وقبل احتراق كتبه، انظر: الذهبي، محمد بن أحمد، **تذكرة الحفاظ**، تحقيق: زكريا عميرات، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1419هـ، (174/1).

<sup>6</sup> الطحاوي، أحمد بن محمد بن سلامة الجصاص، **مختصر اختلاف العلماء**، ط2، تحقيق: عبد الله نذير أحمد، دار البشائر الإسلامية، بيروت، 1417هـ، (61/3)، وانظر: ابن أبي شيبة، أبو بكر عبد الله بن محمد الكوفي، **مصنف ابن أبي شيبة**، ط2، تحقيق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض، 1409هـ، (287/4).

<sup>7</sup> هو: إسحاق بن إبراهيم بن مخلد الحنظلي(ت:238)، وهو الإمام الكبير، شيخ المشرق، سيد الحفاظ، أبو يعقوب، سمع من ابن المبارك، وارتحل عام184هـ، ولقي الكبار، وكتب عن خلق من أتباع التابعين، انظر، الذهبي، **سير أعلام النبلاء**،(-359/358/11).

<sup>8</sup> هو: أبو الحجاج المكي، مجاهد بن جبر، شيخ القراء والمفسرين، روى عن ابن عباس فأكثر وأطاب، وعنه أخذ القرآن والتفسير والفقهاء،(ت:104هـ)، انظر، الذهبي، **سير أعلام النبلاء**،(449/4).



## - من السنة النبوية:

ما روي عن ابن عمر - رضي الله عنهما - قال: " نهى رسول الله - صلى الله عليه وسلم - عن بيع المزادة، و لا يبيع أحدكم على بيع أخيه إلا الغنائم و المواريث"<sup>1</sup>.  
ويرد عليه بأن الحديث ضعيف ففيه ابن لهيعة وهو متفق على ضعفه<sup>2</sup>.

## - من الآثار:

\* ما روي عن الحسن و ابن سيرين أنهما كرها بيع المزادة إلا بيع المواريث و الغنائم<sup>3</sup>.  
ويرد عليه بأنه قول لبعض التابعين خالف به جمعاً من الصحابة و التابعين.

## الرأي الراجح:

يتبين لي أن الراجح هو ما ذهب إليه جمهور الفقهاء من أن بيع المزادة هو من البيوع المشروعة؛ وذلك لورود حديث صريح عن النبي عليه السلام يدل على جواز بيع المزادة، والحديث رواه أصحاب السنن الأربعة و اللفظ فيه لأبي داود ورواه النسائي و الترمذي بلفظ مختصر، و قال عنه الترمذي: حديث حسن، في حين أن الأدلة التي استند إليها المخالفون لم تثبت عن النبي عليه السلام، و ما نقل عن التابعين و غيرهم فقد ثبت أنه يفتقد للدليل، كما أنه يؤخذ من كلامهم و يرد.

## سادساً: أثر بيع المزادة على السوق:

يعتبر عقد المزادة من العقود الشائعة قديماً و حديثاً، و له انتشار واسع على نطاق محلي وعالمي، وقد ازدادت الحاجة إليه في عصرنا الحاضر و توسعت صورته، فبينما سمي قديماً الدلال

<sup>1</sup> الدارقطني، أبو الحسن علي بن عمر البغدادي، سنن الدار قطني، تحقيق: السيد عبد الله هاشم يماني المدني، دار المعرفة، بيروت، 1386هـ، كتاب: البيوع، (11/3) رقم (2802).

<sup>2</sup> أحمد، المسند، (71/2).

<sup>3</sup> ابن ابي شيبة، المصنف، (287/4)، رقم (20204)، كتاب: البيوع، باب: في بيع من يزيد.

وبيع الفقراء وبيع من كسدت بضاعته، أصبح العديد من المؤسسات والإدارات الحكومية تعتمد عليه، فجعلت له العديد من الأنظمة و القوانين<sup>1</sup>.

والمزايدة في العصر الحديث تستخدم لأغراض و عقود عديدة مثل البيع و الإيجار، فقد يقع البيع عن طريق المزاد إذا رغب البائع نفسه، و كثيراً ما تؤجر الجهات الحكومية مثل وزارة الأوقاف أراضي وعقارات بطريقة المزايدة<sup>2</sup>. بالإضافة إلى العديد من التطبيقات المعاصرة أذكر منها:

### \* بيع المزايدة في حراجات السيارات و السلع:

وهو نوع معاصر من بيوع المزايدة، وقد انتشر في بعض الدول الإسلامية ودول الخليج، والحراجات غير معارض بيع السيارات، فالمعارض تعرض فيها السيارات للبيع الفردي، ولكن هناك علاقة بين أصحاب المعارض والحراج، إذ يقوم صاحب المعرض باستخدام موظفين تابعين لمعرضه لتولي عملية المناذاة على السيارات، والسيارات التي ينادى عليها إما لأن أصحابها طلبوا المناذاة عليها لتعذر البيع، أو هي مجموعة سيارات مستعملة، ينادي عليها ويفتح المعرض بمبلغ أولي لا علاقة له بسعر السيارة، وتبدأ المزايدة من الحاضرين حتى تنتهي إلى آخر شخص زاد فإذا قبل صاحبها وقفت المبايعة بورقة خاصة ببيع الحراج العلني، تشتمل على اسم البائع والمشتري وتوقيعها مع سعي الوسيط، ومقدار العريون المدفوع وقد جرى العرف والعمل في سوق الحراج على أن تباع السيارة بما فيها من العيوب، وأن المشتري يقبلها بما شاهدها، ولا يحق له أن يجري فحصاً عليها، ويسجل هذا في وثيقة الحراج، فإذا انفض المجلس المناذاة على ذلك فإن البيع وقع، ويكون لازماً لانتهاء خيار المجلس وهذه الوثيقة التي سجلت عليها المعلومات أصبحت وثيقة معتمدة عند دوائر السير في نقل ملكية السيارة، ويعتبر الأجر الذي يتقاضاه الدلال بمعدل 5.2% من سعر الشراء، و إذا حصل أن فسخ البيع باتفاق الطرفين فإن الدلالة تسقط عن المشتري<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> فوقازي، بيع المزايدة، ص 181.

<sup>2</sup> السنهوري، عبد الرزاق، مصادر الحق في الفقه الإسلامي، دار المعارف، مصر، 1967م، (61/2).

<sup>3</sup> الأطرم، عبد الرحمن بن صالح، الوساطة التجارية في المعاملات المالية، ط2، دار اشبيليا، الرياض، 1997م، ص 441.

ويشبه هذا ما تقوم به الحكومات اليوم من بيع السيارات المستهلكة في دوائر الدولة، والتي تجمع ثم تقرر الدولة إجراء مزاد علني، تعلن عليه في وسائل الإعلان المعاصرة، ثم يحدد المكان والزمان. ويعيوب هذه البيوع أنها تبيع السيارات بالجملة وليس بالمفرد، ولا يسمح بتشغيلها ولا ينظر لمحركها. وكما هو ظاهر فإن بيع المزايدة الذي يتم في حراج السيارات فيه نوع من الغرر الكثير والجهالة المنهي عنها، إذ فيه مخاطرة وغبن فاحش، فقد يظهر أن هذه السيارات لا تساوي شيئاً، و قد يظهر أنها تساوي أضعاف قيمتها، وهذا مخالف لشريعة الإسلام، وينبغي للدولة أن تضع طريقة لتجنب هذه المخالفات الشرعية، ويمكن أن يكون مثل هذا البيع جائزاً إذا ما تم إظهار مواصفات السيارة من حيث أوصافها كاملة والحالة الميكانيكية، ويكون ذلك مدعماً بشهادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال<sup>1</sup>.

#### \* بيع المزايدة في سوق الخضار و الفواكه:

سوق الخضار والفواكه يتولاه أصحاب مكاتب متخصصة في تسويق الخضار والفواكه وليسوا دلالين متجولين، إذ لا ترخص الحكومات لهذه المكاتب مهنة الدلالة، بل هذه المكاتب مسجلة في الدوائر الرسمية كالمكاتب التجارية، وفي هذه المكاتب موظفون مهمتهم المناقاة، وطريقة عمل هذه المكاتب كالآتي<sup>2</sup>:

- 1- يتفق المزارع مع صاحب العمل ليتولى بيع ما يرسله إليه من انتاجه.
- 2- يتولى اثنان من الموظفين العمل، أحدهما ينادي و الآخر يسجل البيع.
- 3- يتولى المكتب قبض الثمن ومن ثم يقوم بحاسبة المزارع بعدها \_ أي أن المكتب مفوض من قبل الفلاح بكل شيء -.
- 4- هناك حالات يتولى المزارع نفسه البيع و يستخدم موظفين من المكاتب و سبب ذلك أنه يريد تحديد السعر بنفسه ويقوم بإعطاء الموظف أجره.

<sup>1</sup> فوقازي، بيع المزايدة ص183.

<sup>2</sup> الأطرم، الوساطة التجارية، ص 448-449.

والعرف السائد أن لا يزيد أجر السعي عن 5%، و السعي يدفعه المزارع.

أما إذا وجد عيب في السلعة من فساد أو غش في التعبئة و نحو ذلك، فهل يثبت خيار العيب للمشتري أم لا؟

ذهب جمهور الفقهاء إلى أن هذا الخيار يثبت في حق المشتري، فإما أن يرد المشتري السلعة و يسترد الثمن و إما أن يمضي البيع، فإن اختار الأولى ورد السلعة تعاد المناداة على البضاعة بوضعها الجديد مع حسم من ثمنها<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: البيع بالتقسيط وأثره على السوق

من القضايا التي تواجه الإنسان على الدوام، المعاملات المالية، و البيوع من أكثر ميادين التعامل تداولاً إذ لا يستغني عنها الإنسان في أغلب حياته اليومية، لذا نراها قد حظيت باهتمام الفقهاء قديماً و حديثاً، والبيع بالتقسيط أحد هذه البيوع<sup>2</sup>، حيث سأتناول في هذا المطلب هذا النوع من البيوع موضحة المقصود به، و مبينة آراء الفقهاء فيه.

### تعريف البيع لغة و اصطلاحاً:

\***البيع لغة:** " باع الشيء يبيعه بيعاً، وأباع الشيء عرضه للبيع، و استباعه سأله أن يبيعه منه، والإبتياح تأتي بمعنى الإشتراء<sup>3</sup>، " والبيع يطلق على المبيع، ويطلق على كل واحد من المتعاقدين أنه بائع<sup>4</sup>، " والبيع. إعطاء شيء في مقابلة شيء، أو مقابلة شيء بشيء<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> انظر: النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف، منهاج الطالبين وعمدة المفتين، دار المعرفة، بيروت، (47/1). المرغيناني، أبو الحسن علي بن ابي بكر بن عبد الجليل الرشداني، الهداية شرح بداية المبتدي، المكتبة الإسلامية، (35/3). ابن قدامة، المغني (258/4). ابن حزم، المحلى، (574/7).

<sup>2</sup> الدبو، إبراهيم فاضل، الاقتصاد الإسلامي دراسة وتطبيق، ط1، دار المنهاج، الأردن، 2008م، ص 141.

<sup>3</sup> الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415هـ، (29/1).

<sup>4</sup> الفيومي، أحمد بن محمد بن علي المقري، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، المكتبة العلمية، بيروت، (69/1).

<sup>5</sup> الخطاب، مواهب الجليل، (222/4).

\* **البيع اصطلاحاً:** "هو مبادلة المال بالمال"<sup>1</sup>. والمال لا يشترط فيه النقد وحسب فكل ما يباع يعد مالاً.

\* **مفهوم التقسيط:**

- **التقسيط لغة:** من معاني التقسيط في اللغة ما يلي:

"يقال قسط الشيء بمعنى فرقه و جعله أجزاء، والدين جعله أجزاء معلومة تؤدى في أوقات معينة"<sup>2</sup>، "وتقسطوا الشيء بينهم أي اقتسموه بالسوية"<sup>3</sup>، "وقسط الدين أي جعله أجزاء من القسط وهو الحصة والنصيب و جمعه أقساط"<sup>4</sup>.

- **التقسيط اصطلاحاً:**

"هو تأجيل أداء الدين مفرقاً إلى أوقات معينة"<sup>5</sup>.

"والثمن المقسط هو ما اشترط أداءه أجزاء معلومة في أوقات معينة"<sup>6</sup> أي هو "البيع الذي يعجل فيه المبيع، و يؤجل الثمن إلى أقساط معلومة لأجال معلومة"<sup>7</sup>.

وهو كذلك: أخذ مبلغ مؤجلاً منجماً في كل شهر دفعة، أو حسب ما يتفق البائع والمشتري عليه.

---

<sup>1</sup> أبادي، محمد شمس الحق العظيم، عون المعبود شرح سنن أبي داود، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1995م، (124/9). القاري، علي بن سلطان بن محمد، مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح، ط1، تحقيق: جمال عيتاني، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ، (3/6)، الكاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ط2، دار الكتاب العربي، بيروت، 1982م، (184/5).

<sup>2</sup> إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، (734/2).

<sup>3</sup> الزبيدي، تاج العروس، مادة قسط، (4970/1).

<sup>4</sup> الفيومي، المصباح المنير، ص 606.

<sup>5</sup> حيدر، علي، درر الحكام شرح مجلة الأحكام، تحقيق: فهمي الحسيني، دار الكتب العلمية، بيروت، (110/1). البركتي، محمد عميم الإحسان المجدوي، قواعد الفقه، الصدف، كراتشي، 1407هـ، (234/1).

<sup>6</sup> حيدر، درر الحكام، (75/1).

<sup>7</sup> المصري، رفيق يونس، المصارف الإسلامية، ط1، 1995م، ص 27.

## - التفسير قانوناً:

جاء تعريف التفسير في القانون على أنه: "العقد الذي يكون موضوعه الاستيلاء على شيء في مقابل دفع أقساط معينة في مدة معينة، يصبح المشتري في نهايتها مالكا للشيء"<sup>1</sup>، وهو أحد ضروب البيع الائتماني الذي يشترط فيه أن يكون سداد الثمن على أجزاء متساوية ومنظمة خلال فترة معقولة من الزمن"<sup>2</sup>.

فلفظ التفسير إذا أطلق فإنه يراد به دفع الدين المستحق على دفعات، نظير الحصول على السلعة بشرط المعلوماتية سواء كان الأمر بالنسبة للأجل أو القسط، كما يلاحظ مدى ارتباط القسط بالدين<sup>3</sup>.

### صورة هذا البيع:

تم صورة بيع التفسير بالشكل التالي: يقصد المستهلك إلى صاحب متجر بقصد شراء حاجة ما، فيخبره صاحب السلعة بثمنها إذا أراد أن يدفعه حالا وثمنها إذا أراد دفعه مجزءاً، وهو بطبيعة الحال أعلى من الثمن الحال، لأن البائع في هذه الحالة يحسب لتأخير الثمن حسابه، بمعنى أنه يزيد في ثمن السلعة مقابل تأجيل دفع الثمن، و من دوافع زيادة البائع في الثمن مقابل التفسير:

1- خوف البائع من إفلاس المشتري في المستقبل أو وفاته، و عندئذ يفوت عليه رأس المال، وخسارته في هذه الحالة محققة.

2- إن عدم دفع الثمن في الحال يفوت عليه استغلاله في أعماله التجارية مما يحرمه من فوائد ربح هذا الجزء من المال<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سلطان، أنور، العقود المسماة شرح عقدي البيع و المقايضة، ص 28.

<sup>2</sup> أبو الليل إبراهيم دسوقي، البيع بالتفسير و البيوع الائتمانية الأخرى، ط 1، 1984. ص 19

<sup>3</sup> الجنيدل، حمد بن عبد الرحمن، و أبو دية، إيهاب حسين، الاستثمار و التمويل في الاقتصاد الإسلامي ط 1، دار جرير، 2009م، (67/1).

<sup>4</sup> الديو، الاقتصاد الإسلامي دراسة و تطبيق، ص 143-144

والبيع بالتقسيط هو بيع بالدين، و ذلك لأن البائع يسلم المبيع معجلاً، ويسلم المشتري الثمن كله أو بعضه مؤجلاً، أي قد تكون هناك دفعة مقدمة، والباقي يدفع في أجل محدد أو آجال محدودة، فالثمن المؤجل هو دين للبائع في ذمة المشتري.<sup>1</sup>

**حكم بيع التقسيط: للفقهاء في هذا البيع قولان:**

### القول الأول: الجواز

وبه أخذ جمهور الفقهاء<sup>2</sup> من الحنفية والمالكية والشافعية والحنابلة، و ذلك بشرط أن يكون المتبايعان قد استقرا على ثمن معين، أما إذا كان الثمن مبهماً فلا يصح البيع، علماً بأن الفقهاء القدامى لم يذكروا بيع التقسيط كمصطلح، وإنما تكلموا عن بيوع الآجال، وبيع التقسيط يعتبر فرعاً منها. ومن أقوال العلماء في ذلك:

ما جاء في المبسوط: "وإذا عقد العقد على أنه إلى أجل بكذا وبالنقد بكذا، أو قال إلى شهر بكذا، أو إلى الشهرين بكذا، فهو فاسد؛ لأنه لم يقاطعه على ثمن معلوم.. فإن كانا يتراضيان بينهما و لم يفترقا حتى قاطعه على ثمن معلوم، وأتما العقد عليه، فهو جائز، لأنهما ما افترقا إلا بعد تمام شروط الصحة"<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> السبحي، محمد عبد ربه محمد، القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط، دار الجامعة الجديدة، 2008م، ص 75.  
<sup>2</sup> انظر: الخطاب، مواهب الجليل، (365/4). المرادوي، أبو الحسن علي بن سليمان، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، تحقيق: محمد حامد الفقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (350/4). السرخسي، المبسوط (28/13). ابن قدامة، المغني (259/4). الدسوقي، شمس الدين محمد عرفة، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير للدردير، مكتبة الباجي، القاهرة، (58/2). السمرقندي، علاء الدين، (ت: 529هـ)، تحفة الفقهاء، دار الكتب العلمية - بيروت، (طبعة سنة 1405هـ/1984م)، (46/2). الكاساني، بدائع الصنائع، (187/5). القرطبي، ابن رشد أبو الوليد مجد بن محمد، بداية المجتهد و نهاية المقتصد، دار الفكر، بيروت (108/2). الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد الطوسي، الوجيز في فقه الشافعي، دار الكتب العلمية، بيروت، (85/1). ابن تيمية، تقي الدين أبي العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني، مجموعة فتاوي ابن تيمية، دار الفكر، بيروت، 1403هـ، (499/29).  
<sup>3</sup> السرخسي، المبسوط (28/13).

ونقل عبد الرزاق في مصنفه عن الزهري وطاووس وقتادة و سعيد ابن المسيب أنهم قالوا: " لا بأس بأن يقول أبيعك هذا الثوب بعشرة إلى شهر، أو بعشرين إلى شهرين، فباعه على أحدهما قبل أن يفارقه فلا بأس به"<sup>1</sup>.

وجاء في مصنف ابن أبي شيبة عن ابن عباس أنه قال: " لا بأس أن يقول في السلعة هي بنقد كذا، وبنسيئة كذا، ولكن لا يفترقان إلا عن رضى"<sup>2</sup>.

### أدلة القائلين بالجواز:

1- أن صورة هذا البيع تدخل في عموم كثير من الآيات الكريمة التي تجيز البيوع، ومنها:

\* قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا بَعِثْتُمْ بَعْضَ أُمَّةٍ مِّنْكُمْ لِيَبِيعُوا سِوَاكُمْ فَلْيُصَلِّواْ عَلَيْهِمْ كَمَا يَصَلُّونَ عَلَى الَّذِينَ آمَنُواْ وَذَلِكُمْ آيَةُ الرَّحْمَٰنِ الْعَلِيمِ﴾<sup>3</sup>، وهو نص عام يدل على جواز البيوع بأجمعها، إلا التي ورد النص بتحريمها، فإنها تصبح حراماً بالنص مستثناه من العموم، ولم يرد نص يقتضي بتحريم جعل ثمنين للسلعة ثمن معجل و ثمن مؤجل، فيكون حلالاً أخذاً من عموم الآية<sup>4</sup>.

\* قوله تعالى: " إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم "، و إن من أعمال التجارة البيع بالنسيئة، ولا بد أن تكون له ثمرة، وتلك الثمرة داخلة في باب التجارة، وليست داخلة في باب الربا، والرضا ثابت ؛ لأن البيع المؤجل طريق من طرق ترويج التجارة، فهو إجابة لرغبة و ليس اضطراراً، إذ يقصد البائع من هذه الزيادة تلافى ما قد يصيب الدين من آفات، كما أن المشتري قد تسلم العين دون أن يدفع ثمناً مقابلها في الحال، فهو قد تسلم عيناً مغلة منتفعاً بها و هي موضع اتجار، فما يأخذه

<sup>1</sup> عبد الرزاق، المصنف، كتاب: البيوع، باب: البيع بالثمن إلى أجلين،(136/8)،(14626).

<sup>2</sup> ابن أبي شيبة، المصنف، كتاب: البيوع، باب: الرجل يشتري من الرجل المبيع فيقول: إن كان بنسيئة فبكذا، وإن كان نقداً فبكذا، (307/4)، (20453).

<sup>3</sup> سورة البقرة، أية رقم 275

<sup>4</sup> ابن تيمية، فتاوي ابن تيمية (499/29)، الشوكاني، نيل الأوطار (173/5)



البائع من زيادة في الثمن بسبب التأجيل، إنما يأخذه ثمن غلة<sup>1</sup>، أي أن الرضا متحقق في هذا البيع، وأن الذي تسلم العين دون ثمن حال قد تسلم العين منتقياً بها، وهذا لا ينافي الرضا<sup>2</sup>.

2- من السنة الشريفة: وردت في السنة عدة أحاديث تدل على أن الشارع الحكيم قد سوغ جعل المدة عوضاً عن المال، وأنه يجوز أن يختلف الثمن المؤجل عن الثمن المعجل بإضافة زيادة على المؤجل، ومنها:

\* ما ورد عن النبي - صلى الله عليه و سلم - : " أنه أمر عبد الله بن عمرو بن العاص أن يجهز جيشاً، فكان يشتري البعير بالبعيرين إلى أجل<sup>3</sup>.

**وجه الدلالة:** الحديث واضح الدلالة على جواز أخذ زيادة على الثمن نظير الأجل.

\* ما روي عن ابن عباس - رضي الله عنهما - : أن النبي - صلى الله عليه و سلم - لما أمر بإخراج بني النضير جاء ناس منهم إلى النبي - صلى الله عليه و سلم - فقالوا: يا نبي الله، إنك أمرت بإخراجنا و لنا على الناس ديون لم تحل، فقال عليه السلام: "ضعوا و تعجلوا"<sup>4</sup>.

**وجه الدلالة:** يدل الحديث على أنه لو بيع شيء بالنسيئة، و اضطر المشتري للسداد قبل الاستحقاق، يجوز تخفيض الثمن بمقدار يتكافئ مع المدة التي تفصل تاريخ السداد الفعلي عن تاريخ الاستحقاق، فإنه جاز التخفيض لقاء التعجيل<sup>5</sup>.

يقول السياغي<sup>6</sup> بعد ذكره لهذه الرواية: "لما كان الوضع لأجل التعجيل ثبت أنه في مقابل عدم استيفاء مدة الأجل، فيكون تأخير الأجل في مقابل الزيادة في المال مثله سواء لا بأس به"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الدبو، الاقتصاد الإسلامي، ص 155.

<sup>2</sup> الهيتمي، عبد الرزاق رحيم، المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، ط1، دار أسامة، الأردن، 1998م، ص552.

<sup>3</sup> البيهقي، سنن البيهقي الكبرى، باب: بيع الحيوان و غيره مما لا ربا فيه، (287/5)، رقم 10309. قال الألباني: حسن الإسناد، انظر: الألباني، إرواء الغليل، (207/5).

<sup>4</sup> الحاكم، محمد بن عبد الله النيسابوري، المستدرک على الصحيحين، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، 1411هـ، 1990م، كتاب: البيوع، (61/2)، رقم (2325). قال الحاكم: هذا حديث صحيح الإسناد.

<sup>5</sup> ابن عابدين، حاشية ابن عابدين (757/5).

<sup>6</sup> هو: الحسين بن أحمد بن الحسين (ت: 1221هـ)، فقيه من فضلاء الزيدية في اليمن، ولد وتوفي في صنعاء، له من الكتب: الروض النضير، و المزن الماطر على الروض الناضر في آداب المناظر، انظر: الزركلي، الأعلام، (232/2).

\* ما ورد عن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: " من أسلف في شيء ففي كيل معلوم، ووزن معلوم، إلى أجل معلوم "2.

**وجه الدلالة:** دل الحديث على جواز بيع النسيئة (وهو بيع مؤجل الثمن) يعني جواز بيع التقييط، لأن هذا البيع ليس إلا بيعاً مؤجلاً للثمن، غاية ما فيه أن ثمنه مقسط إلى أقساط، لكل قسط منها أجل معلوم<sup>3</sup>.

3- **من المعقول:** حيث أن الأصل في الأشياء والعقود والشروط الإباحة متى تمت برضى المتعاقدين الجائزي التصرف في ما تبايعا، إلا ما ورد عن الشرع ما يبطله، ولما لم يرد دليل قطعي على تحريم البيع بالتقييط، فيبقى على الأصل وهو الإباحة، ومن ادعى الحظر فعليه الدليل. بل قد ورد العكس في ذلك، فقد نص الشارع على الوفاء بالعقود والشروط والمواثيق، وإذا كان الوفاء ورعاية العهد مأموراً به، علم أن الأصل صحة العقود والشروط، إذ لا معنى للصحيح إلا ما ترتب عليه أثره وحصل به مقصوده، ومقصود العقد هو الوفاء به، فإذا كان الشارع قد أمر بمقصود العقود، دل على أن الأصل فيها الصحة والإباحة<sup>4</sup>، وفي ذلك يقول ابن تيمية: " فإنه يدل على جواز البيع بالتقييط، فالمسلمون لا يزالون يستعملون مثل هذه المعاملة، وهو كالإجماع منهم على جوازها<sup>5</sup>."

وكذلك فإن للأجل حصة من الثمن، ولهذا تزداد قيمة ما يباع بثمن مؤجل على ما يباع بثمن حال، فما دام البائع قد حدد الثمن وعينه لمن يشتري بثمن حال، وحدد الثمن وعينه لمن يشتري بثمن مؤجل، وقد اختار المشتري الشراء بأحد الثمنين، فالبيع صحيح شرعاً، ولا شبهة للربا فيه<sup>6</sup>. إذ العقد مع تأجيل الثمن عقد قائم بذاته ينظر إليه من حيث سلامة العقد وليس فيه أي شائبة

<sup>1</sup> السياغي، شرف الدين الحسين بن أحمد بن علي الصنعاني، الروض النضير شرح مجموع الفقه الكبير، دار الجيل، بيروت، (527/3).

<sup>2</sup> سيق تخريجه، ص 16.

<sup>3</sup> المصري، بيع التقييط، ص 15.

<sup>4</sup> ابن تيمية، مجموع فتاوي ابن تيمية (125/29).

<sup>5</sup> المصدر السابق، (499/29).

<sup>6</sup> الهيتمي، المصارف الإسلامية، ص 554.

للربا من غير نظر إلى غيره من العقود الأخرى، وهذه النظرة تجعل العقد صحيحاً بذاته، وكون البيع معجلاً بعقد آخر بثمن أقل لا يؤثر في العقد الأول؛ لأنهما عقدان متغايران يتميز كل واحد منهما عن صاحبه<sup>1</sup>.

### القول الثاني: التحريم:

ذهب إلى ذلك بعض فقهاء السلف، ومنهم زين العابدين علي بن الحسين، والناصر والمنصور بالله، والهادية، والإمام يحيى<sup>2</sup>، وبهذا قال أبو بكر الجصاص<sup>3</sup>، وهو مذهب الظاهرية<sup>4</sup>. وجهة نظر القائلين بالحرمة: أن الزيادة في الثمن نظير الأجل، كالزيادة في الدين نظير الأجل، فكما أن الزيادة الأخيرة تعتبر ربا، كذلك الأولى<sup>5</sup>.

أدلة القائلين بالتحريم: استدلت أصحاب هذا الرأي بأدلة من الكتاب و السنة والقياس:

1- من الكتاب: استدلووا بالآيات نفسها التي استدلت بها المجيزون، منها:

\* قوله تعالى: ﴿وَأْتُوا الْبُيُوتَ كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَمَخْرَجَ مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَلْيُخْرَجُوا مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَلْيُخْرَجُوا مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا﴾<sup>6</sup>، الآية تفيد تحريم البيوع التي يؤخذ منها زيادة مقابل الأجل لدخولها في عموم كلمة الربا<sup>7</sup>.

\* قوله تعالى: ﴿وَأْتُوا الْبُيُوتَ كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَمَخْرَجَ مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَلْيُخْرَجُوا مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا وَلْيُخْرَجُوا مِنْهَا كَمَا أَتَيْتُمُوهَا مِنْ قَبْلِهَا﴾<sup>6</sup>، الآية تفيد تحريم البيوع التي يؤخذ منها زيادة مقابل الأجل لدخولها في عموم كلمة الربا<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> الدبو، الاقتصاد الإسلامي، ص 157.

<sup>2</sup> الشوكاني، نيل الأوطار (152/5).

<sup>3</sup> الطحاوي، مختصر اختلاف العلماء، (186/2).

<sup>4</sup> ابن حزم، المحلى، (15/9).

<sup>5</sup> الدبو، الاقتصاد الإسلامي، ص 150.

<sup>6</sup> سورة البقرة، آية (275).

<sup>7</sup> أبو زهرة، محمد، الإمام زيد - حياته وعصره - آراءه وفقهه، دار الفكر العربي، بيروت، ص 290.

الرضا شرطاً لحل الكسب و الربح في المبادلات التجارية، إلا إذا كان ذلك الكسب حراماً و أكلاً  
 لأموال الناس بالباطل، وعامل الرضا غير متوفر في البيع بالتقسيط، لأن البائع مضطر للإقدام  
 عليه ترويجاً للسلعة، والمشتري مضطر له رغبة في الحصول على السلعة التي تمس حاجته إليها  
 و لا يملك ثمنها حالاً، فيرغم على دفع الزيادة مقابل الأجل<sup>2</sup>.

## 2- من السنة الشريفة:

\* ما ورد عن ابن مسعود - رضي الله عنه - قال: " نهى رسول الله - صلى الله عليه و سلم -  
 عن صفتين في صفقة واحدة " <sup>3</sup>، وهو أن يبيع الرجل فيقول: هو بنساء كذا، وهو بنقد كذا وكذا<sup>4</sup>.

\* ما روي عن أبي هريرة - رضي الله عنه - " من باع بيعتين في بيعة، فله أوكسهما أو الربا"<sup>5</sup>،  
 فهذا يفيد أنه لا يجوز للبائع أن يبيع سلعته بأكثر من سعر يومها تجنباً للوقوع في ربا النسئية،  
 حيث يقول صاحب الروضة الندية: " فهذان الحديثان -حديث ابن مسعود وحديث أبي هريرة - قد  
 دلا على أن الزيادة لأجل النساء ممنوعة"<sup>6</sup>، و أن هذه الزيادة بسبب الأجل، والزيادة لهذا السبب  
 خالية عن العوض فتتطبق عليها كلمة الربا، و تندرج تحت التحريم<sup>7</sup>.

3- استدلوا بالقياس: حيث قاس أصحاب هذا الرأي زيادة الثمن مقابل زيادة المدة، على إنقاص  
 الدين عن المدين مقابل تعجيل الدفع، فلا فرق بين أن تقول سدد الدين أو نزد فيه نظير الأجل،

<sup>1</sup> سورة النساء، آية رقم 29.

<sup>2</sup> أبو زهرة، الإمام زيد ص 294.

<sup>3</sup> الهيثمي، علي بن أبي بكر، (ت: 807هـ) مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1967م، (84/4).  
 قال الألباني: حسن، انظر: الألباني، إرواء الغليل، المكتب الإسلامي، بيروت، ط2، 1405هـ، (149/5).

<sup>4</sup> الشوكاني، نيل الأوطار 152/5، الهيثمي، مجمع الزوائد، (84/4).

<sup>5</sup> أبو داود، سنن أبي داود، كتاب: البيوع، باب: فيمن باع بيعتين في بيعة، (274/3)، (346). قال الألباني: حسن،  
 انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص1107.

<sup>6</sup> القنوجي، أبو الطيب بن حسن بن علي الحسيني البخاري، الروضة الندية شرح الدرر البهية، ط2، 1988م، (156/2).

<sup>7</sup> الديوب، الاقتصاد الإسلامي، ص151.

وأن تباع بزيادة في الثمن لأجل التأجيل، فالمعنى فيهما جميعاً أن الأجل له عوض، وهو بمعنى الربا، فقد قال الجصاص: "حظر أن يؤخذ للأجل عوض فإذا كانت عليه ألف درهم مؤجلة فوضع عنه على أن يعجله، وإنما جعل الحط بحذاء الأجل، فكان هذا هو معنى الربا الذي نص الله تعالى على تحريمه"<sup>1</sup>.

مما سبق يتبين أن عمدة أدلة القائلين بعدم جواز بيع التقسيط هو أن ذلك ضرباً من الربا المحرم، ومستندهم الرئيسي في ذلك أن الزيادة في الثمن هي في مقابل الأجل، والأجل ليس بالشيء الذي يستحق عوضاً فتكون زيادة بلا عوض، وهو عين الربا الذي نهى الشرع عنه وحرمه<sup>2</sup>.

**وجه الخلاف:** من خلال أدلة الطرفين يبدو أن السبب الأساسي للخلاف هو هل تعد الزيادة في مقابل الاجل كالزيادة في الدين في نظير الأجل أم لا تعد؟ فالذين قاسوا الزيادة في مقابل الأجل على الزيادة في الدين في نظير الأجل، و جعلوها صورة واحدة، قالوا بالتحريم، وأما الذين فرقوا بينهم فقالوا بالحل<sup>3</sup>.

**الرأي الراجح:** بعد استعراض أدلة الطرفين، يتبين لي أن الرأي الأول - رأي الجمهور - وهو الجواز هو الرأي الراجح، وذلك للأسباب الآتية:

\* أن ما يهدف إليه القائلون بحرمة هذا البيع هو خشية الوقوع في الربا، مع العلم بأن هناك فروقاً جوهرية بين الربا و البيع بالنسيئة من أهمها:

1- الزيادة في الدين هي زيادة أحد المتساويين على الآخر، أما الزيادة في بيع الأجل فهي زيادة بين شيئين مختلفين، السلعة و ثمنها.

---

<sup>1</sup> الجصاص، أبو بكر أحمد بن علي الرازي، أحكام القرآن، تحقيق: محمد الصادق قمحاوي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1405هـ، (186/2).

<sup>2</sup> الإبراهيم، محمد عقلة، حكم بيع التقسيط في الشريعة و القانون، ط1، مكتبة الرسالة الحديثة، الأردن، 1987م، ص 92.

<sup>3</sup> أبو زهرة، الإمام زيد، ص 294.

2- أن الأجل في الربا يخصص له جزء معين من المال، وأما بيع الأجل فإن الأجل يكون مراعى في تقدير الثمن.

3- أنه في حالة البيع الأجل يخير المشتري بين الشراء بثمن أقل نقداً، أو أكثر مؤجلاً، بخلاف الربا فإنه لا تخيير فيه.

4- أن الثمن في البيع لا تحدث فيه زيادة، حتى لو ماطل المشتري في الدفع عند حلول الأجل، فليس للبائع إلا الثمن المتفق عليه، بخلاف الربا، فإن الزيادة فيه تستمر وتكون تصاعدية عند تأخير الدفع<sup>1</sup>.

5- أن الزيادة المحظورة في مقابل المدة إنما منعها الشارع إذا كانت ابتداءً، كما كان عليه أمر جاهلية في قولهم: "إما أن تقضي و إما أن تربي"، و أما إذا كانت تابعة للعقد كما في مسألتنا هذه فهو من البيوع المباحة و لو زاد على سعر يومه.

\* أن المصلحة تقتضي ذلك، فمن المعروف أن كثيراً من الناس يتعذر عليهم شراء بعض السلع، لا سيما ذات الأسعار العالية إلا عن هذا الطريق، فلو أخذنا برأي القائلين بالمنع لألحقنا الضرر بفتة كبيرة من المجتمع و هم أصحاب الدخل المحدود، و ربما تكون هي الفتة الغالبة فيه، فمن الأولى أن نجيز مثل هذا التعامل دفعاً للحرج عنهم و لتذليل سبل العيش أمامهم<sup>2</sup>، كما أن البائع إن لم يكن له الحق في بيع سلعته نسيئة بسعر أعلى من سعر النقد، فإنه سوف لا يبيعها إلا نقداً، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى حصول ركود في حركة البيع و الشراء في السوق، هذا و قد قامت بعض المصارف الإسلامية باستثمار أموالها عن طريق البيع الأجل، فنجحت بذلك، حيث أنها أخذت تبيع سلعتها بربح ضئيل، فقطعت بذلك الطريق أمام الجشعين من التجار الذين لا يرحمون المحتاجين، بل يستغلون حاجتهم و عوزهم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الهيثمي، المصارف الإسلامية، ص 558.

<sup>2</sup> الدبو، الاقتصاد الإسلامي، ص 158-160.

<sup>3</sup> الهيثمي، المصارف الإسلامية، ص 559.

فقد جاء في أعلام الموقعين: "أن النهي عن البيع بخمسين حالة أو بمائة مؤجلة، فهي ليست قماراً ولا جهالة ولا غرر ولا شيئاً من المفسد، فإن البائع خير المشتري بين أي الثمنين شاء، وليس هذا بأبعد من تخييره بعد البيع بين الأخذ والإمضاء ثلاثة أيام"<sup>1</sup>.

### أثر هذا البيع على السوق:

يظهر أثر هذا البيع على السوق من خلال أثره على كل من البائع والمشتري:

1- فالبائع يزيد في مبيعاته، ويعدد من أساليبه التسويقية، فيبيع نقداً وتقسيطاً. ويستفيد في حال التقسيط من زيادة الثمن لأجل التقسيط، و إذا لم تكن فيه زيادة للأجل كان كالقرض يثاب فيه البائع على إحسانه.

2- والمشتري يستطيع الحصول على السلعة، والاستمتاع باستهلاكها أو استعمالها، قبل أن يمكنه دخله أو ثروته من ذلك. وهو بدلاً من أن يدخر ثم يشتري بالنقد، فإنه يشتري بالتقسيط، فيتعجل السلعة و يسدد ثمنها نجومًا.<sup>2</sup> فهو يناسب أصحاب الدخول القليلة و الثابتة من صغار الموظفين و العمال، و الشباب المتخرجين حديثاً، خاصة الراغبين في تأسيس مشروعات إنتاجية، و تأثيث بيوت الزوجية، في ظل ارتفاع الأسعار، و ندرة الوظائف، و زيادة نسبة البطالة، فيقتطعون جزءاً من دخلهم لسداد الأقساط المستحقة، و هذا يجعلهم قادرين على التوفير و الادخار.، و بشكل عام فإنه يساعد على تنشيط حركة التجارة، و ارتفاع معدلات البيع، و زيادة القدرة على الإنتاج، مما يسهم ولو جزئياً في القضاء على الركود الاقتصادي، و الانكماش التجاري، و هذا بدوره يعمل على توفير فرص عمل جديدة، و يقلل من زيادة العاطلين، و يقضي على جانب من البطالة، و كذلك يتفق مع طبيعة الإنسان في حب التملك، و يحقق له الرغبة في الملكية و الحيازة و الانتفاع، مع مراعاة حالته المالية، فلا يطالب بدفع

<sup>1</sup> ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، إلام الموقعين عن رب العالمين، دار الفكر، بيروت، ط2، 1977م، (132/2).

<sup>2</sup> السبكي، القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط، ص 60.

الثلث نقدًا دفعة واحدة، مما يرهق ميزانيته، أو يضطره إلى الاقتراض بفائدة ربوية.<sup>1</sup> كذلك فإن آثار هذا البيع تتجلى من خلال التطبيقات المعاصرة له و التي منها ما يلي:

---

<sup>1</sup> عيد، عادل عبد الفضيل، البيع بالتقسيط في الاقتصاد الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2008م، ص47.



## التطبيقات المعاصرة لبيع التقيسيط:

### \* البيع الإيجاري أو الإجارة المنتهية بالتمليك.

**صورة البيع الإيجاري:** هو في حقيقته بيع بالتقيسيط مع الاحتفاظ بالملكية، أي بيع بالتقيسيط يتخذ صورة إيجار ينتهي بالبيع<sup>1</sup>، وهو: أن يتفق طرفان على أن يبيع أحدهما سلعة معينة للآخر، وتتحدد قيمتها لكن لا تنتقل الملكية للمشتري مباشرة وإنما تظل ملكاً للبائع، وتكون محكومة بقواعد الإيجار إلى حين إتمام المشتري الأقساط التي تعادل قيمة ثمن المبيع المتفق عليه، خلال مدة محددة، عند ذلك ينتقل الملك للمشتري، ويصبح مالكا للسلعة، وله كافة التصرفات المشروعة عليها<sup>2</sup>، فينقلب العقد من عقد إيجار إلى عقد بيع<sup>3</sup>.

**الغرض منه:** الغرض منه احتفاظ البائع بملكية المبيع إلى حين سداد جميع أقساط الثمن، وذلك بدون شرط صحيح، لأن بيع التقيسيط تنتقل فيه الملكية إلى المشتري بمجرد عقد البيع، وقد سمحت بعض القوانين الوضعية للبائع بجواز اشتراط الاحتفاظ بالملكية، لكن البيع الإيجاري يغني البائع عن هذا الشرط الصريح؛ لأن الإجارة لا تنتقل الملكية و عندئذ يستطيع البائع استرداد المبيع إذا أفلس المشتري<sup>4</sup>، ففيه حماية لمصلحة البائع، إذ يهدف إلى الاستيثاق من أن المشتري سيوفي بالثمن كاملاً في الوقت المحدد<sup>5</sup>.

وبهذا فإن البيع الإيجاري علاقة ثنائية بين طرفين، يكون أحدهما المؤجر مالكا للأصل الذي يراد تأجيره، أما الإجارة المالية فيدخل فيها طرف ثالث وسيط، هو المصرف أو شركة التأجير، يقوم بتمويل شراء الأصل المراد تأجيره؛ لأنه لا يكون مالكا للأصل<sup>6</sup>. ويترتب على ذلك

<sup>1</sup> أبو الليل، إبراهيم، البيع بالتقيسيط، ص 178.

<sup>2</sup> المصري، الجامع في أصول الربا، دار القلم، دمشق، ص 160/159.

<sup>3</sup> منصور، محمد حسين، أحكام البيع، 2001م، ص 18.

<sup>4</sup> أبو الليل، البيع بالتقيسيط، ص 180.

<sup>5</sup> المحفوظ، عبد الله بن الشيخ بن بيه، توضيح أوجه اختلاف الأقوال في مسائل من معاملات الأموال، ط 1، دار ابن حزم، 1418هـ، ص 17.

<sup>6</sup> المصري، رفيق يونس، بيع التقيسيط تحليل فقهي و اقتصادي، ط 2، دار القلم، دمشق، 1987م، ص 129.

إن البيع الإيجاري أو الإيجار المنتهي بالتمليك يعتبر بيعاً محضاً، و تسري عليه أحكام البيع بالتقسيط و لو سماه المتعاقدان إيجاراً<sup>1</sup>.

\* وهناك صورة قريبة من البيع الإيجاري، في القانون الوضعي، وهو أن يعقد الطرفان عقد إجارة، مع وعد بالبيع، في نهاية الإجارة، وقد يكون هذا الوعد ملزماً للطرفين، أو غير ملزم، أو ملزماً للبائع دون المشتري. فإن كان الوعد غير ملزم لأي منهما، فلا بأس بالمعاملة شرعاً، إذ في نهاية الإجارة، يعقدان البيع، ويتراضيان على الثمن. أما إذا كان الوعد ملزماً، فلا يجوز؛ لأن الوعد الملزم في حكم العقد، لا بد فيه من أن يكون الثمن معلوماً<sup>2</sup>.

### المطلب الثالث: الدعاية والإعلان وأثرهما على السوق

**المقصود بالدعاية والإعلان هي:** أسلوب إخباري تحفيزي من خلال توصيل رسائل عبر وسائل الاتصال المختلفة عن السلع و الخدمات إلى مجموع المستهلكين أو المشتريين<sup>3</sup>، وتعرف الرسالة الإعلانية بأنها رسالة بيعية، واسعة الانتشار كلفتها مدفوعة من المعلن، موجهة نحو الجمهور، بهدف التأثير على سلوكه، لإقناعه بشراء سلعة أو خدمة أو قبول فكرة، أي أن

### الإعلان هو:

1- أي شكل من أشكال الإعلام العام الذي يساعد بشكل مباشر أو غير مباشر على بيع السلعة أو الخدمة.

2- أي شيء يجلب الانتباه إلى السلعة أو الخدمة.

3- يتضمن الإعلان الأنشطة التي تجعل المشتريين المتوقعين يميزون السلعة أو الخدمة عن غيرها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، دار النهضة العربية، 1986، ص 178-179.

<sup>2</sup> المصري، بيع التقسيط تحليل فقهي واقتصادي، ص 35.

<sup>3</sup> العبدلي، قحطان، الدعاية و الإعلان، ص 20.

<sup>4</sup> علي أصغر، محمد حسين، أسس التسويق الحديث، دار الرسالة، بغداد، بلا طبع أو سنة نشر، ص 274/275

أما الإعلان التجاري: فهو وصف الشيء لقصد انتشاره، و قد يكون بمعنى المبالغة في التعبير عنه<sup>1</sup>. وهو كذلك: كل الوسائل المسموعة و المرئية و المقروءة و الرسائل التي يستخدمها التاجر لتسويق و ترويج منتج معين<sup>2</sup>، وهو الوسيلة المشروعة لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات لصالح المعلن و المعلن إليه<sup>3</sup>.

### أهداف الإعلان التجاري:

لما كان الإعلان أحد وسائل ترويج المبيعات، فهو يهدف إلى بيع السلعة أو الخدمة وخلق اتصالات نشطة بين المنتج و التاجر و المستهلك بغرض التأثير على موقف و سلوك المستجيب للرسالة الإعلانية و هذا التأثير ينعكس على زيادة المبيعات، و بالتالي زيادة أرباح المشروع التجاري، وهناك أهداف فرعية يمكن تلخيصها بما يلي<sup>4</sup>:

- 1- مساعدة رجال البيع: أي أن الإعلان يعرف العملاء المتوقعين بالسلعة و علامتها التجارية وميزاتها و باقي صفاتها الأخرى.
- 2- تسهيل مهمة الدخول لأسواق جديدة و توسيع المناطق البيعية، و الحصول على عملاء جدد.
- 3- ترويج مبيعات المنتجات الجديدة التي لم يسبق للمستهلكين أن تعرفوا عليها.
- 4- من خلال سعة انتشار الإعلان عن السلعة، يضمن المنتج سعة انتشار اسمه و عنوانه، ويسهل على رجال الأعمال الاتصال به من خلال الإعلان.

### أهمية الإعلان في ميدان التسويق:

الإعلان عبارة عن أوجه النشاط الخاصة بتوصيل رسالة غير شفوية أو مرئية تتعلق بسلعة أو خدمة أو فكرة إلى مجموعة من الأشخاص، و يلعب الإعلان دوراً هاماً في ميدان التسويق، فهو

<sup>1</sup> الحديدي، منى، الإعلان، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1418هـ، ص 16.

<sup>2</sup> وهدان، رضا متولي، الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس، ط1، دار الفكر، بيروت، 2008م، ص 20.

<sup>3</sup> أبو السيد، أحمد محمد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2004، ص 283.

<sup>4</sup> علي أصغر، أسس التسويق الحديث، ص 276-277.

يمثل عاملاً رئيسياً في توزيع جميع السلع، و قد أصبح من أقوى الوسائل التي يلجأ إليها كل مشروع لكي يروج مبيعاته و يعمل على زيادتها، هذا و مع تقدم وسائل الإعلان والوعي الإعلاني بين غالبية المشروعات، أصبح ينظر إلى الإعلان ليس فقط كوسيلة لزيادة المبيعات و لكن كمرشد للمستهلكين و مساعد لهم في الحصول على السلع التي يحتاجون إليها، و أصبحت القاعدة هي الصدق في الإعلان و كسب ثقة المستهلك لا تضليله و بيعه سلعة رديئة أو سلعة ليس هو في حاجة إليها<sup>1</sup>.

### حكم الدعاية و الإعلان:

عرف الفقهاء المسلمون قديماً الدعاية و الإعلان، و أطلقوا عليها مصطلح " النداء على المتاع"<sup>2</sup>، أي النداء على السلع، فالتعريف بالسلعة بقصد انتشارها و شيوعها أمر جائز شرعاً، بل قد يكون لصاحبه أجر حين يقصد به ما يأتي<sup>3</sup>:

1- أن يكون قصده من الإعلان تسهيل البيع و الشراء بين الناس بما يخدم حياة الأمة في معاشها.

2- أن يكون قصده خدمة الناس عن طريق تعريفهم بحوائجهم و تسهيل معاملاتهم وهذا يدخل في معنى النصح لهم امتثالاً لقول رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : " الدين النصيحة، قيل لمن يا رسول الله؟ قال: " لله و لكتابه و لرسوله و لأئمة المسلمين و عامتهم"<sup>4</sup>.

\* وللإعلان في النظام الإسلامي مصلحتان: الأولى عامة وهي مصلحة المعلن إليه (المستهلك)، والثانية خاصة وهي مصلحة المعلن (المنتج)، وعلى هذا النحو يكون الإعلان مباحاً<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> الشناوي، صلاح، التسويق مبادئ و سياسات، ط1، المكتب الشرقي للنشر و التوزيع، بيروت، 1970م، ص361.

<sup>2</sup> ابن قدامة، المغني، (32/5).

<sup>3</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 207، نقلاً عن مجلة البحوث الفقهية المعاصرة، العدد 144، ص 207.

<sup>4</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الإيمان، باب: قول النبي صلى الله عليه وسلم: الدين النصيحة لله ورسوله ولأئمة المسلمين و عامتهم، (30/1)، حديث رقم 56.

<sup>5</sup> أبو السيد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، ص 284.

**وظيفة المُعلن:** المعلن هو شخص يهمله بالدرجة الأولى و قبل كل شيء شد انتباه المستهلك لكي يشتري سلعته، وهو في سبيل تحقيق ذلك يقوم بأعمال منها<sup>1</sup>:

**أولاً:** إثارة انتباه الشخص المتلقي.

**ثانياً:** إيجاد الرغبة لدى المتلقي في اقتناء السلعة.

**ثالثاً:** حث المتلقي على شراء السلعة.

### **الوسائل الإعلانية:**

لغرض اختيار الوسيلة الإعلانية لا بد من معرفة التسهيلات الإعلانية و مجالات الاستفادة منها في عرض الرسالة الإعلانية على أكمل وجه، و لأهمية الوسيلة الإعلانية في تحقيق الهدف منها لا بد من حسن اختيار هذه الوسيلة، ومن هذه الوسائل ما يلي:

### **أولاً: الصحف:**

وهي كل ما يطبع على الورق، ويتم توزيعها في مواعيد دورية، وهي مناسبة للتسويق، وترويج كثير من البضائع و السلع و الخدمات<sup>2</sup>.

تتميز الصحف بالمرونة و سهولة توقيت الإعلان فيها، و كذلك سهولة انتشارها بين الجمهور، حيث إنه من السهولة إعداد الرسالة الإعلانية أو تغييرها في الصحف مقارنة مع الوسائل الأخرى، و كذلك فإن للتوقيت اليومي أو الأسبوعي، أو إلغاء الإعلان تسهيلات كبيرة في الصحف، وهي أقل الوسائل كلفة مقارنة بالوسائل الأخرى<sup>3</sup>.

\* مزايا استخدام الصحف كوسيلة للإعلان: مما سبق يمكن استنتاج المزايا التالية للصحف:

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك، ص 206.

<sup>2</sup> وهدان، الخداع الإعلاني، ص 22.

<sup>3</sup> علي أصغر، أسس التسويق الحديث، ص 281.

1- تصل الصحف إلى كل طبقات و فئات المجتمع، و لذلك فهي تتاسب القيام بالحملات الإعلانية على نطاق واسع.

2- تظهر الصحف يوميا، و لذلك يمكن إعداد الإعلان و نشره بسرعة، و هذا يعطي المعلن القدرة على الرقابة على الحملة الإعلانية و يمكنه من تغيير أو إيقاف الإعلان في أي وقت إذا احتاج الأمر لذلك.

3- تعطي الصحف القدرة على اختيار الأسواق، فيمكن للمعلن أن يوجه إعلانه إلى مناطق معينة دون أخرى عن طريق الإعلان في الصحف المحلية.

4- يتيح تنوع الصحف للمعلن أن يختار الصحيفة المناسبة التي ينشر فيها إعلانه والتي تحوي مادة صحفية تتناسب مع الغرض من الإعلان<sup>1</sup>.

هذا وتخضع الصحف لنوع من الرقابة الموضوعية من قبل الجهات المختصة، من أجل التصريح بنشرها و إذاعتها، فيتم نشر رقم التصريح، و تاريخه، و الجهة التي أصدرته، فمثلاً عند الإعلان عن المواد الغذائية لا يتم نشرها إلا بعد موافقة وزارتي الصحة و التجارة الداخلية، و قبل الإعلانات العقارية يجب موافقة وزارتي الإسكان و التعمير<sup>2</sup>.

### ثانياً: المجالات:

تعتبر المجالات من الوسائل الجيدة لعرض رسالة إعلانية تحتاج إلى طبع و تلوين من النوعية الممتازة، كما أن تخصيص المجالات (العلمية، و التجارية، و الصناعية، والأدبية،... الخ) بموزعين معينين يعتبر عامل توجيه للرسالة الإعلانية، و في نفس الوقت يؤدي إلى وصول الإعلان للعملاء المتوقعين بأقل كلفة نشر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الشناوي، التسويق مجادئ و سياسات، ص 373-374.

<sup>2</sup> وهدان، الخداع الإعلاني، ص 24.

<sup>3</sup> علي أصغر، أسس التسويق الحديث، ص 281.

علماء بأن لكل مجلة تقريباً جمهورها الخاص من القراء، و تسعى هيئة التحرير في كل مجلة إلى جذب و اختيار أنواع معينة من القراء، و القليل من المجلات من يختار قراءه من ذوي الدخل المرتفعة، و لكن أغلب المجلات تسعى إلى الوصول إلى قراء باهتمامات معينة بصرف النظر عن دخولهم أو أماكن سكنهم<sup>1</sup>.

### ثالثاً: البريد المباشر:

يعتبر استخدام البريد المباشر لإبلاغ الرسالة الإعلانية للعميل المتوقع من أكثر الوسائل مباشرة في المخاطبة، و من أقلها ضياعاً في النشر، حيث تعد قائمة بأسماء العملاء المتوقعين، ويتم مخاطبتهم عن طريق المراسلة، و من أهم محددات هذه الطريقة هو وجود عملاء يصعب حصرهم في بعض الأحيان<sup>2</sup>.

فالإعلان بالبريد المباشر يعني استخدام جميع أشكال الإعلان التي ترسل عن طريق البريد، و في حال البيع بالبريد فإننا نعرف أن عملية البيع تتم بأكملها من أول اتصال بالمستهلك المحتمل إلى سداد قيمة المشتريات عن طريق البريد، و يعتبر البيع بالبريد بديلاً عن البيع الشخصي<sup>3</sup>.

### رابعاً: التلفاز:

تطور البيع بواسطة الإذاعة و التلفاز بصورة ملموسة، وصادف قبول من المستهلكين والمنتجين على حد سواء، على صعيد المنافسة الدولية لتسويق البضائع و السلع عبر الفضاء<sup>4</sup>، فالتلفاز من أحدث الوسائل و أكثرها قدرة على تنوع الاستخدام، ففيها يمكن الاستفادة من

<sup>1</sup> الشناوي، التسويق مبادئ و سياسات، ص 374.

<sup>2</sup> علي أصغر، أسس التسويق الحديث، ص 281.

<sup>3</sup> الشناوي، التسويق مبادئ و سياسات، ص 378.

<sup>4</sup> وهدان، الخداع الإعلاني، ص 24.

الصورة و الصوت معاً، و بذلك يحقق الميزات الموجودة في الصحف والمجلات كصورة، و المذياع كصوت، إلا أن كلفة الإعلان في التلفاز عالية جداً مقارنة مع الإعلان في الوسائل الأخرى<sup>1</sup>.

### مزايا التلفاز من الناحية الإعلانية:

1- يستطيع التلفاز أن يبث الحيوية في رسالته الإعلانية الموجهة إلى الملايين من المشاهدين، وذلك باستخدام الصورة و الصوت معاً.

2- يمكن للتلفاز أن يقدم تغطية محلية أو تغطية عامة، و على ذلك يمكن للمعلن أن يختار إذا أراد أن يركز إعلانه على المستوى المحلي أو أن ينشره على المستوى القومي<sup>2</sup>.

3- أهم ما يميز الإعلان عن طريق التلفاز، هو التكرار الذي يؤدي إلى تثبيت الرسالة الإعلانية في الأذهان، و عدم نسيانها، و التحول إلى غيرها<sup>3</sup>.

### خامساً: العرض في نوافذ المحلات التجارية:

نوافذ المحلات التجارية هي واحدة من الوسائل التي يمكن عن طريقها توجيه رسالة إعلانية إلى المشتري المحتمل، و ذلك عندما يكون ماراً بمحل ما أو داخلاً فيه، و بالنسبة للسلع الاستهلاكية تعتبر العروض في النوافذ من الوسائل الإعلانية الهامة سواء للمنتج أو للتاجر، فبالنسبة للمنتج تكون العروض بمثابة خطوة هامة ضمن برنامج إعلاني على مستوى الصحف والمجلات والتلفاز وغيرها، و لذلك فإنها إذا استخدمت تكون وسيلة مساعدة تربط محلات معينه بالحملة الإعلانية على اعتبار أن هذه المحلات منافذ لبيع السلع المعلن عنها، كذلك فإن التاجر يستخدم العروض في النوافذ لمساعدة الإعلان الذي يقوم به في الصحف المحلية، ولكي يظهر محله على أنه تتواجد فيه السلع التي يعمل هو نفسه على ترويجها، وتعتبر العروض في النوافذ من أهم الوسائل الإعلانية، كما أنها من ناحية أخرى أقلها تكلفة، وفي المدن يلاحظ أن المحلات ذات

<sup>1</sup> علي أصغر، أسس التسويق الحديث، ص 282.

<sup>2</sup> الشناوي، التسويق مبادئ و سياسات، ص 375.

<sup>3</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 93.



الأقسام، تتميز بمساحات عرض أكثر من غيرها من المحلات، وتقوم هذه المحلات عادة بتغيير نوافذها مرة كل أسبوع، و تستعين بعض المحلات بخبراء في العرض في النوافذ، حيث يستخدمون الألوان و الإضاءة الظاهرة والمختفية و الوسائل الميكانيكية التي تعطي أصواتاً وحركة، والأقسام التي غالباً ما تستخدم لهذا الغرض هي أقسام الحلوي والمجوهرات، وأدوات الزينة، والأقمشة والملابس وغيرها<sup>1</sup>.

فاستخدام طرق مناسبة لعرض السلعة تتلاءم مع السلعة المعروضة تزيد من بهجة السلعة ورونقها، كما تزيد من قوة منافستها للسلع الأخرى، فالتفنن والابتكار في عرض السلع بطرق حديثة تلفت انتباه المستهلكين، وتزيد من إقبالهم عليها، فمثلاً فخامة الإنشاءات في المخبز، وحسن عرض الحلوى ومشتقاتها، تجذب العميل للشراء من ذلك المخبز أكثر من غيره<sup>2</sup>.

#### \* مزايا العروض في نوافذ المحلات التجارية:

1 - تُظهر العروض بالنوافذ السلع بألوانها و أشكالها و أحجامها، مما يساعد على إيجاد الرغبة لدى المشتريين.

2- إن المشتري عندما يدخل المحل منجذباً بالعروض الموجود في النوافذ، فإنه يكون من المحتمل أن يشتري سلعةً أخرى بخلاف تلك المعروضة في نوافذ المحل.

3- عندما يمر الشخص أمام إحدى النوافذ، لا يكون عنده عادة أي فكرة عن شراء شيء ما، وهنا يعمل العرض الموجود في النافذة على جذب المار إليه، و العرض الجيد هو العرض الذي يتيح الفرصة أمام المشتري لفحص السلعة و لمسها، ومن العوامل التي تساعد على جذب الانتباه إلى السلعة المعروضة التوقيت الصحيح لعرضها، فمن الطبيعي أن السلعة إذا عرضت في أوج

<sup>1</sup> الشناوي، التسويق مجادئ و سياسات، ص 380-381.

<sup>2</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 129.

موسمها ستجذب الانتباه أكثر مما لو عرضت في نهاية الموسم، هذا ويفضل تغيير العرض في النافذة بصفة منتظمة لإعطاء معنى للتنوع<sup>1</sup>.

#### سادساً: استخدام التقنيات العلمية الحديثة:

هناك العديد من التقنيات العلمية الحديثة التي تستخدم في مجال الدعاية و الإعلان منها:

\* استخدام الحاسب الإلكتروني، و البرامج الخاصة، وكافة نظم المعلومات المتطورة، والتي تستخدم بفاعلية في وقتنا الحاضر في مجال الدعاية و الإعلان<sup>2</sup>.

\* استخدام الشبكة العنكبوتية (الإنترنت): حيث تعتبر وسيلة مباشرة للتسويق لآلاف الشركات التجارية في كل دول العالم، حيث تقوم هذه الدول بعرض منتجاتها، والوصول إلى المستهلكين مباشرة، وفي أماكن يصعب الوصول إليها، و يتم من خلالها إبرام العقود التجارية وغيرها<sup>3</sup>.

ويجب الالتزام في الإعلان عن السلع و الخدمات عبر شاشة الإنترنت بتزويد المستهلك بمعلومات واضحة خالية من اللبس و الغموض عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي و إدراك كاملين<sup>4</sup>.

\* استخدام البريد الإلكتروني في التسويق للسلع و الخدمات، و التعرف على حاجات العملاء وتلبيتها<sup>5</sup>، بأسلوب يتسم بالمصداقية و الوضوح و الرقابة، و بذلك يصبح من وسائل المنافسة المشروعة التي يزداد الإقبال عليها.

#### سابعاً: الإعلانات الثابتة:

<sup>1</sup> الشناوي، التسويق مبادئ و سياسات، ص 381-383.

<sup>2</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 116.

<sup>3</sup> وهدان، رضا متولي، الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس، دار الفكر، بيروت، ط 1، 2008م، ص 25.

<sup>4</sup> ابراهيم، خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007م، ص 89.

<sup>5</sup> وهدان، الخداع الإعلاني، ص 25.

ويقصد بها الملصقات و الألواح الضوئية المعلقة و المثبتة، و الخرائط الإرشادية المضيئة، و الجرائد المضيئة، و غير ذلك من الوسائل الحديثة المشروعة التي تمتلئ بها الميادين التجارية، و شوارع العواصم الرئيسية<sup>1</sup>.

ويشترط فيها ما يشترط في غيرها من الاتضباط بضوابط الشرع كعدم استخدام الصور التي تظهر فيها العورات.

### ثامناً: شخصية البائع:

يعتمد نجاح البائع و تفوقه على غيره في مجال المنافسة إلى ما يتميز به عن غيره من المنافسين، فالصدق و الأمانة و اللباقة و القدرة على الإقناع لها أثر واضح في جذب الناس للشراء بطريقة مشروعة، كما أن اختيار نخبة من العاملين الذين لهم اتصال بالجمهور، ولهم من فنون و أساليب البيع دراية، و خبرة و أدب و لباقة و حسن استقبال للمشتريين، كل هذا يعتبر من المنافسة المشروعة التي تزيد من الإقبال على الشراء<sup>2</sup>.

### تاسعاً: التغليف السلعي:

المقصود به: هو مجموعة الأنشطة التسويقية المتعلقة بتصميم و إنتاج العبوة، فيكون هناك غلاف مباشر يحوي السلعة كالزجاج الحاوي للعطر، و هناك غلاف آخر توضع فيه السلعة بالإضافة إلى غلافها الأول، و هو ما يطلق عليه العبوة<sup>3</sup>.

وللغلاف المناسب الجذاب دور مهم في تعزيز و تأكيد شخصية المؤسسة و منتجاتها في أذهان المستهلكين؛ لما يرسمه من صورة إيجابية في أذهانهم على عكس الغلاف الغير مناسب، فعلى سبيل المثال: يمثل الغلاف بالنسبة لبعض أنواع السلع كالعطور مثلاً رمزاً يسعى إليه المستهلك عند اتخاذ قرار شرائها؛ لما يضيفه من مظهرية و مكانة اجتماعية خاصة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> وهدان، الخداع الإعلاني، المرجع السابق، ص 24.

<sup>2</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 166.

<sup>3</sup> جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، 2008م، ص 235.

<sup>4</sup> جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، ص 238.

إن توفر معلومات و بيانات متعلقة بالسلعة على العبوة أو الغلاف، تجعل المنتج والمستهلك يقبل عليها أكثر من غيرها، إذ تساعدهم على تحديد اختياراتهم، وأسس تفضيلهم للسلع والخدمات التي يرغبون في شرائها<sup>1</sup>.

هذه جملة من الوسائل الإعلانية المشروعة - إذا ما انضبطت بضوابط الشرع - تؤثر إيجابياً في المستهلك و تؤدي إلى المنافسة التجارية المشروعة في السوق.

### \* التأثير السيئ للدعاية و الإعلان:

لقد تعرفنا فيما سبق على إيجابيات الدعاية و الإعلان، و لكنها في الواقع لها العديد من السلبيات لاسيما إذا أسيء استخدامها، ومن هذه السلبيات:

- 1- المبالغة الكبيرة في محاولة عرض السلعة.
- 2- الكذب و التضليل و الخداع.
- 3- التركيز على الغرائز و محاولة استئثارها.
- 4- التأثير سلباً على الناس و ذلك بدفعهم نحو زيادة الإنفاق دون ترشيد.
- 5- زيادة أسعار السلع و غلائها، و ذلك لأن تكاليف الإعلان تضاف إلى سعر السلعة.
- 6- التأثير على قيم المجتمع باستخدام أساليب معينة في الإعلان تعتمد على الإثارة و على المرأة، فترى فتاة الإعلان و هي شبه عارية على شاشة التلفاز أو في الشارع بجانب السلعة المعلن عنها.
- 7- السبب في كثير من حوادث السير، و ذلك بسبب شد اهتمام السائق بما يراه.

---

<sup>1</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 26-27.

8- الإجماع بحق لغتنا العربية الجميلة، و ذلك عن طريق استخدام ألفاظ أجنبية على شاكلة: (فاشن سنتر) و غيرها<sup>1</sup>.

فإذا ما تجنبت الوسائل الإعلانية مثل هذه السلبيات و التزمت ضوابط الشرع، فإن هذه الوسائل تصب في مصلحة البائع و المستهلك، و لا يترتب عليها أي ضرر كمثل ما ذكر، ولهذا حرصت الشريعة الإسلامية على تقييد هذه الوسائل بقيود و ضوابط.

### \* الأحكام و التوجيهات الإسلامية للدعاية و الإعلان:

فيما يلي أهم الأحكام و التوجيهات الإسلامية التي تعمل على ترشيد الإعلانات و الحد من مساوئها<sup>2</sup>:

**أولاً: التزام الصدق والموضوعية في بيان مواصفات السلعة:** فلا بد من الصدق و الأمانة في التجارة و كل أعمالها، وذلك بالترغيب في نيل أعلى الدرجات، كما جاء في الحديث الشريف: "التاجر الأمين الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين"<sup>3</sup>.

**ثانياً: النهي عن ترويج السلعة بالهلف الكاذب:** ويمكن أن يقاس على الحلف كذباً كل أسلوب ينتهجه البائع، و يحتوي على تأكيدات غير صادقة للتغريب والتضليل بالمشتري مثلما يحدث الآن بتضمين الإعلان شهادات غير حقيقية من ذوي الخبرة، والمكانة في المجتمع، أو من بعض المستهلكين بالاتفاق مع البائع بتوافر خصائص معينة في السلعة، وهي ليست بها، وهو ما يحدث أيضاً باستئجار بعض الفنانين، ولاعبي كرة القدم ليعلموا للناس عن مزايا السلعة، وأنهم تحققوا منها، وهي مجرد شهادة زور بأجر.

**ثالثاً: أن يكون الإعلان عن البضاعة مطابقاً لحقيقتها:** فإن لم يكن كذلك يصبح في حكم التزوير بالقول وتغريب الناس والتحايل عليهم و إيدائهم، وقد ذم الله زخرف القول الذي تتبعه شياطين الإنس

<sup>1</sup> الحديدي، الإعلان، ص 155.

<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 208-210، نقلاً عن الكامل، محمد بن علي، أحكام الإعلانات التجارية ص 128.

<sup>3</sup> سيق تخريجه، ص 19.

والجن كما في قوله - تعالى - :- ( ﴿ ذُو النُّفُوسِ الَّتِي هِيَ أَجْسَادُ النَّاسِ وَالْجِنُّ وَالْإِنْسُ وَالْمَلَائِكَةُ وَالْمُرْسَلُونَ وَمَنْ عَنِ السَّمَاءِ إِلَهٌ سُبْحَانَ مَا تُشْرِكُونَ ﴾ )<sup>1</sup>، ومعنى زخرف القول: تزيين الباطل بالأسنة<sup>2</sup>.

رابعاً: ألا يكون في التجارة المعطن عنها عيباً ظاهراً أو باطنياً: فالبائع و المعطن إذا علم عن عيب في بضاعته، ولم يبينه للناس، بل أثنى عليها، و دعا الناس إلى شرائها فهو أشد جرماً؛ لأنه كتم عيباً و زين بضاعته بالكذب، يقول - صلى الله عليه و سلم -: " لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بيّن ما فيه "<sup>3</sup>.

**خامساً: منع الإعلان عن السلع والخدمات المحرمة:** مثل الإعلان عن الخمور والسجائر ولحم الخنزير، والمسابقات المبنية على القمار وأكل أموال الناس بالباطل، وغير ذلك من الممنوعات المحرمة في الشريعة الإسلامية؛ لما تسببه من أضرار صحية واجتماعية واقتصادية في الدنيا، ومن غضب الله والإثم والعذاب يوم القيامة، فالدعاية والإعلان عن السلع والخدمات المحرمة تدعو إلى الفتنة ونشر الرذيلة والفساد في المجتمع، لذا كان من الواجب منعها، و الوقوف في وجهها؛ لما تسببه من نتائج سلبية على الأفراد و المجتمعات.

<sup>1</sup> سورة الأنعام، آية 112.

<sup>2</sup> الطبري، جامع البيان،(3/7).

<sup>3</sup> الحاكم، المستدرک علی الصحیحین، کتاب: البيوع، (12/2)، حديث رقم 2157. وقال الحاكم: هذا حديث صحيح الإسناد ولم يخرجاه، انظر: الحاكم، المستدرک، (12/2).

سادساً: ألا يتعدى على غيره: بحيث يجعل من الإعلان عن تجارته وسيلة لدم تجارة غيره، سواء بالتصريح أو بالتعريض، لما في ذلك من الإضرار به و الإساءة إليه، لقوله - صلى الله عليه وسلم: " لا ضرر و لا ضرار"<sup>1</sup>، وهذا من المنافسة غير المشروعة.

سابعاً: منع كل ما يكون سبباً في استثارة الغرائز: مثل استخدام فتيات الإعلانات في صور مخلة، و حركات مثيرة، مما يخالف قيم الإسلام و أحكامه، بل لا بد للقائمين على عملية الإعلان من التزام العادات و التقاليد العربية الإسلامية.

### المطلب الرابع: الجوائز التجارية الترويجية

لهذا المطلب علاقة مباشرة في المنافسة التجارية؛ لما لهذه الجوائز من جذب المستهلكين، فالمنتجون للسلع - خاصة المتشابهة منها- يتنافسون على ترويج بضائعهم، ومن أساليبهم في ذلك الإعلان عن الجوائز الترويجية، و في هذا المطلب أبين المقصود بهذه الجوائز في اللغة والاصطلاح مع بيان المقصود بالجوائز الترويجية، و توضيح حكمها الشرعي، وأثرها على السوق، و الضوابط الشرعية الخاصة بهذه الجوائز.

أولاً: المقصود بالجوائز لغةً: هي جمع جائزة وهي: "العطية و التحفة، وخصوصاً التي تعطى إكراماً للسابق والمجيد"<sup>2</sup>.

ثانياً: المقصود بالجوائز اصطلاحاً: المعنى الاصطلاحي للجائزة هو نفس المعنى اللغوي لها وهو العطية<sup>3</sup>.

وهذه العطية قد تكون من غير شرط أو مقابل، و قد تكون مشروطة بشرط، ومثال الجائزة من غير شرط: جائزة السلطان، فإن السلطان قد يعطي من يشاء عطية من غير مقابل، و كذلك

<sup>1</sup> ابن ماجه، أبو عبد الله بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجه، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار الفكر، بيروت، كتاب: الأحكام، باب: ما يضر بجاره، (784/2)، رقم: (2341). أحمد، المسند، (313/1)، (2867)، قال الألباني: حديث صحيح، انظر: الألباني، السلسلة الصحيحة، ص498.

<sup>2</sup> الفيروز آبادي، القاموس المحيط، (698/1).

<sup>3</sup> وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية، (76/15).

إكرام الرجل لضيفه، أما الجائزة بمقابل أو شرط فمثال عليها: الجوائز الموضوعة في المسابقات ؛ فإن شرط الحصول عليها الفوز و الغلبة، و كذلك الجوائز التي تضعها المحلات التجارية، فبعضهم يشترط شراء سلع بمبالغ معينة لكي يتم الحصول على تلك الجوائز، إذن فيمكن أن تعرف الجائزة بأنها: العطية مشروطة كانت أو غير مشروطة<sup>1</sup>.

**ثالثاً: المقصود بالجوائز التجارية الترويجية:** " هي ما يقدمه أصحاب المحلات و المؤسسات التجارية من حوافز للمشتريين مقابل شرائهم سلعاً معينة أو الاستفادة من خدمات معينة"<sup>2</sup>.

#### رابعاً: مشروعية الجوائز:

هناك مجموعة من النصوص التي تدل على مشروعية الجائزة بشكل عام، و منها:

\* قول الرسول - صلى الله عليه و سلم - : " من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فليكرم ضيفه جائزته، قالوا و ما جائزته يا رسول الله؟ قال: يومه و ليلته، و الضيافة ثلاثة أيام، فما كان وراء ذلك فهو صدقة عليه"<sup>3</sup>. قال النووي: " قال العلماء: معناه الاهتمام به في اليوم و الليلة وإتحافه بما يمكن من بر وإلطف، وأما في اليوم الثاني والثالث فيطعمه ما يتيسر و لا يزيد على عادته، وأما ما كان بعد الثلاث فهو صدقة ومعروف، إن شاء فعل وإن شاء ترك"<sup>4</sup>.

\* قوله -عليه الصلاة والسلام - لعمه العباس - رضي الله عنه - : " يا عم ألا أصلك ألا أحبوك، أنفعك ألا أجزئك، قال بلى، قال: يا عم صل أربع ركعات..."<sup>5</sup>، و قوله - عليه الصلاة والسلام (ألا أجزئك) أي ألا أعطيك جائزة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> عامر، باسم أحمد، الجوائز أحكامها الفقهية وصورها المعاصرة، ط1، دار النفائس، الأردن، 1426هـ، ص19.

<sup>2</sup> المصلح، خالد بن عبد الله، الحوافز التجارية التسويقية و أحكامها في الفقه الإسلامي، ط1، دار ابن الجوزي، الرياض، 1420هـ ص 61.

<sup>3</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الأدب، باب: من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فلا يؤذ جاره (2240/5)، حديث رقم 5673..

<sup>4</sup> النووي، شرح النووي على صحيح مسلم، ط2، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1392هـ، (31/12).

<sup>5</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: أبواب الصلاة، باب: ما جاء في صلاة التسبيح(350/2)، (482)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته ص1390. الطبراني، المعجم الكبير، (226/1)، حديث رقم (617).

<sup>6</sup> باسم، الجوائز، ص 28.



\* قوله - عليه الصلاة والسلام -: " من قرأ حرفاً من كتاب الله فله حسنة، و الحسنه بعشر أمثالها، لا أقول ألم حرف، و لكن ألف حرف، و لام حرف، و ميم حرف"<sup>1</sup>.

### خامساً: الضوابط الشرعية الخاصة بالجوائز:

هنالك بعض الضوابط الشرعية المتعلقة بالجوائز ينبغي مراعاتها، و هذه الضوابط تختلف باختلاف الجوائز من حيث نوعها و معطيها و موضوعها، وهي كما يلي<sup>2</sup>:

1- أن تكون الجائزة مباحة في ذاتها: فلا يجوز أن تكون الأشياء المحرمة جوائز تعطى وتوهب، كالخمر و الخنزير.

2- أن يكون موضوع الجائزة مباحاً: و يعني ذلك أن يكون الغرض أو الهدف الذي وضعت الجائزة لأجله من الأفعال المباحة شرعاً، كالمسابقات العلمية، و كل ما هو مفيد و مباح، وأن لا يكون موضوعها محرماً، كمسابقات ملكات الجمال و غيرها من الأمور المحرمة.

3- أن تكون الجائزة مملوكة لمعطيها: فيجب أن تكون الجائزة في ملك من ينوي بذلها وتقديمها، كالذي يقدم الجائزة في المسابقات، سواء كان طرفاً في المسابقة أو أجنبياً غير مشارك فيها.

4- أن تكون الجائزة معلومة الجنس و الصفة و القدر: كالجوائز المقدمة في المسابقات، أما إذا كانت هبة و نحوها فإنه يجوز أن تكون الجائزة مجهولة أو غير معلومة.

5- أن تكون الجائزة مما يقدر على تسليمها: فلا تصح الجائزة إذا كانت مما لا يقدر على تسليمها، كسيارة مسروقة أو حيوان شارد.

ويضاف إلى ذلك عدم رفع سعر السلعة في مقابل إعطاء جائزة عليها ؛ لأنها في هذه الحالة تصبح الجائزة على حساب المستهلك.

---

<sup>1</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: فضائل القرآن عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، باب: ما جاء فيمن قرأ حرفاً من القرآن ماله من الأجر، (175/5)، حديث رقم (2910). قال الترمذي: هذا حديث حسن صحيح غريب من هذا الوجه، انظر: الترمذي، سنن الترمذي، (175/5).

<sup>2</sup> باسم، الجوائز، ص 55-57.

6- وجوب الوفاء بها إذا وعد بها: فلو وعد أحد بجائزة، سواء كان ذلك في مسابقة أو كانت الجائزة على عمل ما، فيجب الوفاء بها، لقوله تعالى: ﴿لَا يَجْرِي وَالْوَعْدُ أَكْبَرُ﴾<sup>1</sup>.

سادساً: أثر الجوائز الترويجية في المحلات التجارية على السوق:

سأتكلم عن أثر الجوائز الترويجية في المحلات التجارية على السوق من خلال الأهداف والأغراض من هذه الجوائز، والتي منها<sup>2</sup>:

- 1- ترويج أكبر عدد ممكن من أنواع السلع من خلال وضع الجوائز على منتجاتهم و سلعهم.
- 2- جلب المستهلكين إلى متاجرهم من خلال الإعلان عن هذه الجوائز عبر وسائل الإعلام.
- 3- زيادة شهرة المحل بين المستهلكين من خلال انتشار سمعته بسبب إعطائه لهذه الجوائز.
- 4- ازدياد حدة المنافسة بين التجار، فالكل يريد تقديم هذه الجوائز، حتى يتفوق على منافسيه.
- 5- التعريف ببضاعة جديدة أو الإعلان عنها من خلال ربطها ببعض الهدايا و الجوائز.

وبتحقيق هذه الغايات يزداد ترويج السلعة و تزداد المنافسة في السوق.

<sup>1</sup> سورة الإسراء، أية رقم 34.

<sup>2</sup> المصلح، الحوافز التجارية التسويقية، ص 59.

## الفصل الثاني

# المنافسة غير المشروعة وأثرها على السوق

المبحث الأول: التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة

المبحث الثاني: من طرق الكسب غير المشروعة

المبحث الثالث: صور حديثة للمنافسة غير المشروعة

## المبحث الأول

### التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة

ويتضمن هذا المبحث ثلاثة مطالب، وهي:

#### المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

تكلت في الفصل الأول عن تعريف المنافسة في اللغة، أما تعريف المنافسة غير المشروعة اصطلاحاً فكان كالآتي:

#### أولاً: تعريف المنافسة غير المشروعة اصطلاحاً:

المنافسة غير المشروعة هي: "تجاوز أحد أطراف المنافسة، الحدود المسموح بها باستخدامه أعمالاً و أساليب غير سليمة، خارجة عن عادات التجار و أعرافهم و تقاليدهم وأخلاقهم<sup>1</sup>، " فهي كل الأعمال التي تلحق ضرراً بالآخرين<sup>2</sup>. وهي كذلك: " استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف"<sup>3</sup>.

#### ثانياً: تعريف المنافسة غير المشروعة في القانون:

يقصد بالمنافسة غير المشروعة قانوناً: " تلك المنافسة التي تقع جراء أي فعل يتعارض مع معطيات التعامل التجاري، سواء كانت تلك المعطيات مقررة بحكم القواعد القانونية، أم بحكم القواعد المتعارف عليها في البيئة التجارية"<sup>4</sup>.

ومن المعاني الجزئية للمنافسة غير المشروعة: " كل عمل غير مشروع قصد به إحداث لبس بين منشأتين، أو إيجاد اضطراب بأحدهما من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى، أو صرف عملاء المنشأة عنها"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> حمدان، ماهر فوزي، حماية العلامة التجارية دراسة مقارنة، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م، ص 70.

<sup>2</sup> القضاة، سالم و آخرون، مبادئ القانون التجاري، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2000م، ص 67.

<sup>3</sup> الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ص 27.

<sup>4</sup> سامي، فوزي محمد، شرح القانون التجاري، ط1، دار الثقافة، عمان، 1999م، (1/195).

<sup>5</sup> الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ص 27.

فالمنافسة إذا انحرفت عن الطريق السليم، لم تعد وسيلة للإجادة و الابتكار، بل أصبحت تهدف إلى اقتناص العملاء الذين اعتادوا التعامل مع محل آخر، و ذلك باستخدام طرق غير مشروعة، فهذا العمل لا يكون مباحاً ؛ لأنه يتضمن خطراً على نشاط الآخرين و يعتبر منافسة غير مشروعة<sup>1</sup>.

ومن الملاحظ أنه لا يوجد قانون ينص صراحة على تعريف هذا المصطلح، وهذا الموقف جدير بالتأييد، إذ إن إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جموداً، بحيث لا ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي و الفني في مجال ابتكار الحيل و أساليب الغش، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور عشرات السنين، فقد يتخللها حصول التطور و التغيير، و إتباع وسائل غير مشروعة، قد لا تكون معروفة لدى المشرع الذي سن القانون<sup>2</sup>.

لذلك نجد أن هناك صعوبة في إعطاء تعريف جامع مانع للمنافسة غير المشروعة خاصة إذا ما علمنا أن أساليب الاحتيال والغش في تغير مستمر<sup>3</sup>.

ومن الملاحظ على تعريف المنافسة غير المشروعة في الاصطلاح و القانون الاتفاق على استخدام الوسائل غير المشروعة المخالفة للشرع والقيم و الشرف.

### المطلب الثاني: خصائص عامة يتميز بها تعريف المنافسة غير المشروعة

1- القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة و الشرف و النزاهة المتعارف عليها في الوسط التجاري، سواء كانت هذه الأعمال قد وقعت بسوء نية أم بحسن نية.

2- أن تكون هذه المنافسة بين مرتكب العمل و المتضرر، و هذا ما يفترض حتماً أنهما يزاوران نشاطاً تجارياً متشابهاً، أو قريب إلى حد ما.

<sup>1</sup> يونس، المحل التجاري، ص 131.

<sup>2</sup> الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ص 23.

<sup>3</sup> المصدر السابق، ص 29.

3- إلحاق ضرر بالتجار من جراء استعمال هذه الوسائل المنافسة للقوانين و الأعراف التجارية.

4- الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي يعود على التاجر المنافس، بل قد يبتغي تاجر معين الإضرار بالغير دون أن يحقق أرباحاً له، بل وقد تؤدي المنافسة غير المشروعة ذاتها إلى إلحاق الخسارة بالتاجر نفسه، فمثلاً: يقوم تاجر بطرح منتجات تحمل علامة مميزة، و بأسعار أقل من سعر التكلفة، و في غير الموسم المحدد للتصفيات، أو لتخفيض أسعار السلع، بهدف الإضرار بتاجر يبيع نفس السلعة<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: الفرق بين المنافسة المشروعة و المنافسة غير المشروعة

تعتبر المنافسة أمراً ضرورياً و مطلوباً في ميدان النشاط التجاري، متى كانت في حدودها المشروعة، أما إذا انحرفت عن هذه الحدود، بأن تحولت إلى صراع بين التجار، يحاول كل منهم جذب عملاء غيره من التجار، و إلحاق الضرر بهم، فإنها تصبح شراً واجب المحاربة، ويكون ضررها أكثر من نفعها<sup>2</sup>.

فالإسلام رفض الإضرار بالآخرين في أي مجال كان، فقد قال صلى الله عليه و سلم: "لا ضرر و لا ضرار"<sup>3</sup>، و التي أصبحت فيما بعد من أشهر القواعد الفقهية التي يبني عليها الكثير من المسائل في مجال المعاملات، بالإضافة إلى نهيه - عليه السلام - عن مجموعة من البيوع لاشتمالها على الضرر بالآخرين.

فمهما تعددت الأهداف و الغايات التي يحددها المجتمع لوجوده و مستقبله، يجب أن تكون ضمن الإطار الإسلامي العام الذي ينطلق من الأخوة الصادقة بين جميع الأفراد، حيث تتجسد الأخوة الصادقة في ضرورة أن تأخذ النشاطات الاقتصادية لأفراد المجتمع طابعاً تعاونياً صحيحاً، فلا يلجأ أحد إلى المنافسة المدمرة أو إلى الاحتكار الضار، إلا أن الطابع التعاوني وفق التعاليم الإسلامية لا يلغي المنافسة الحرة البناءة الهادفة إلى تحسين الإنتاج و خير المجتمع عامة، و إنما

<sup>1</sup> الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ص 30.

<sup>2</sup> العليكي، عزيز، القانون التجاري، دار الثقافة، عمان، ص 135.

<sup>3</sup> سبق تخريجه، ص 72.

الذي يجب إغاؤه وفق القيم الإنسانية هو المنافسة التي تؤدي إلى ضرر الغير من المنتجين و المستهلكين<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> هيكل، عبد العزيز فهمي، مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي، دار النهضة العربية، بيروت، ص 65-66.

## المبحث الثاني

### من طرق الكسب غير المشروعة

سأتكلم في هذا المبحث عن بعض من طرق الكسب غير المشروع، و التي كانت موجودة في بداية الإسلام ثم نهى عنها، مبيناً و معللاً سبب هذا النهي، ومن هذه الطرق: الغش التجاري و الربا و القمار.

### المطلب الأول: الغش التجاري وأثره على السوق

**مقدمة:** إن قضية الغش التجاري والتقليد أصبحت ظاهرة تؤرق اقتصاديات الدول، وتهز من مكانتها وسمعتها بين الأمم، والغش التجاري تصنّفه سلطات القوانين في جميع أنحاء العالم بأنه جريمة كبرى، خاصة مع التطور السريع الحاصل في التكنولوجيا والإنترنت والعولمة، كل هذه العوامل أدت إلى تسريع تحويل إنتاج المنتجات المزيفة والمغشوشة وتزوير المستندات، بحيث أصبحت طاعوناً يكبد الشركات الأصلية والمستهلكين خسائر باهظة سنوياً، والذي يتصاعد بسرعة كبيرة، حيث يُقدّر أن خمسة إلى عشرة بالمئة من جميع المنتجات والخدمات في جميع أنحاء العالم مقلدة، وما لم يتم اتخاذ إجراء ما بخصوص ذلك، فإن النسبة ستستمر في التصاعد، بما لها من تأثيرات سلبية على الاقتصاد العالمي، وهكذا نجد أن ظاهرة الغش التجاري باتت مشكلة كبيرة تهز من كيان كافة الأجهزة الحكومية والشعبية في عالمنا العربي والإسلامي، بعد أن أخذت أشكالاً وأنماطاً مختلفة، وأصبحت تشكل خطراً حقيقياً على حياة الشعوب، ومستقبل الأمة الاقتصادي واستقرارها الأمني والسياسي<sup>1</sup>.

وقد دعا الإسلام إلى أن تقوم المنافسة على أسس سليمة، فلا تقوم على الغش والتضليل الذي تعددت طرقه، واختلفت وتنوعت صورته هذه الأيام من اختلاف في مواصفات السلع المعروضة والمعبأة عن المواصفات القياسية أو المعروفة للمستهلك أو المعلن عنها إلى طرق مضللة للتسويق والإعلان<sup>2</sup> فكان لا بد من دراسة هذه الظاهرة بصورة علمية وواقعية بهدف القضاء

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 49/50.

<sup>2</sup> الكفراوي، أصول الاقتصاد الإسلامي، ص 71.



عليها، وسأبدأ الحديث بتعريف الغش في اللغة والاصطلاح، ثم بيان أنواعه وحكمه مع الأدلة الشرعية، وبيان أسباب تفشي الغش التجاري وطرق محاربتة وبيان أثره على السوق.

### أولاً: تعريف الغش لغة واصطلاحاً:

\* لغة: جاء في لسان العرب " الغش: نقيض النصح، و هو مأخوذ من الغشش و هو المشرب الكدر، و منه الغش في البياعات "1، " و غشه يغشه غشاً و شيء مغشوش واستغشه: خلاف استنصحه "2، و قال الفيومي: " غشه غشاً لم ينصحه و زين له غير المصلحة، ولبن مغشوش: مخلوط بماء "3.

\* اصطلاحاً: " الغش: إظهار خلاف ما في الواقع، كخلط الجيد بالرديء لتكثيره، و كخلط السمن بما يشبه لونه ليظهر للغير أن الجميع جيد "4، و هو كذلك: " ان يوهم وجود مفقود مقصود وجوده في المبيع، أو يكتم وجود مقصود فقده، فهو إبداء البائع ما يوهم كمالاً في مبيعه كاذباً، أو كتم عيب "5، " فهو كتمان عيب يختلف الثمن لأجله "6.

### ثانياً: أنواع الغش:

الغش عدة أنواع، منه:

1- الغش في المعاملات: فأكثر ما يقع الغش في المعاملات المالية التي تتعلق بالمعاوضات، وقد ذكر الفقهاء صوراً للغش الواقع في زمانهم بين التجار و الصناع، ومنها 7:

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، مادة غشش، (323/6).

<sup>2</sup> الرازي، مختار الصحاح، مادة غشش (1013/3).

<sup>3</sup> الفيومي، المصباح المنير، مدة غش، (447/2).

<sup>4</sup> النفراوي، الفواكه الدواني، (285/2).

<sup>5</sup> العبدري، أبو عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم (ت: 897هـ)، التاج و الإكليل لمختصر خليل، دار الفكر، بيروت، 1398م، (285/2). وانظر: الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد بن عدوي، الشرح الكبير (169/3).

<sup>6</sup> انظر: ابن قدامة، المغني، (81/4). النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف، (ت: 676هـ)، المجموع شرح المهذب، (117/12).

<sup>7</sup> وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية، (223-220/31).

أ- الغش بالتدليس: كالكذب في سعر المبيع، أو كتمان عيب<sup>1</sup>.

ب- الغش بالتصيرية: وهو أن يترك البائع حلب الناقة مدة قبل بيعها، ليوهم المشتري كثرة اللبن<sup>2</sup>.

ج- الغش بتطيف المكيال و الميزان<sup>3</sup>: وفيه ورد قوله تعالى: ﴿لَا يَجْرِي الْكَيْلُ بِالْكَوْثَرِ﴾<sup>4</sup>.

د- التعامل بالنقد المغشوش: مثل غش العملات و تزويرها<sup>5</sup>.

هـ- الغش في المراجعة: كأن يقول البائع هي علي بمائة بعثك بها و بريح عشرة، ثم يتبين عكس ذلك<sup>6</sup>.

2- الغش بالكذب: كالكذب في النصيحة يقول عليه الصلاة و السلام: " من استشاره أخوه فأشار عليه بغير رشد فقد خانته "<sup>7</sup>.

3- غش ولاية الأمور لرعيته: و المراد بأولي الأمر كل من تقلد شيئاً من أمر المسلمين، لحديث النبي - صلى الله عليه و سلم -: " ما من عبد يسترعيه الله رعية يموت يوم يموت وهو غاش لرعيته إلا حرم الله عليه الجنة "<sup>8</sup>، و في حديث آخر: "أيما راع استرعي رعية فغشها فهو في النار"<sup>9</sup>.

<sup>1</sup> انظر: العبدري، التاج والإكليل، (344/4)، الشريبي، مغني المحتاج (63/2)، البهوتي، كشف القناع (213/3).

<sup>2</sup> انظر: الشريبي، مغني المحتاج (63/2).

<sup>3</sup> انظر: ابن نجيم، البحر الرائق (245/2)، الكاساني، بدائع الصنائع (196/5).

<sup>4</sup> سورة المطففين، آية 1.

<sup>5</sup> انظر: ابن نجيم، البحر الرائق (218/6)، الحطاب، مواهب الجليل (336/4)، البهوتي، كشف القناع (272/3).

<sup>6</sup> انظر: ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، (140/5)، ابن جزى، القوانين الفقهية، ص 174.

<sup>7</sup> أحمد، المسند (8249)، (321/2). قال الألباني في ضعيف الأدب المفرد حديث ضعيف، ص 38.

<sup>8</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: الإيمان، باب: استحقاق الوالي الغاش لرعيته النار، (142)، (125/1).

<sup>9</sup> أحمد، المسند، أول مسند البصريين، حديث معقل بن يسار، (19406). الطبراني، المعجم الكبير، (533)، (228/2). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، السلسلة الصحيحة، مكتبة المعارف، الرياض، (347/4).

4- الغش العلمي (الثقافي): حرمت الشريعة الإسلامية انتحال الرجل قولاً لغيره أو إسناده إلى غير من صدر منه، و قضت بضرورة نسبة القول إلى قائله و الفكرة إلى صاحبها، لينال هو دون غيره أجر ما قد تتطوي عليه من خير، أو يتحمل وزر ما قد تجره من شر، فقد روى الإمام الغزالي أن الإمام أحمد سئل عن سقطت منه كتب فيها أحاديث أو نحوها، يجوز لمن وجدها أن يكتب منها ثم يردّها؟ قال: لا، بل يستأذن ثم يكتب<sup>1</sup>.

### ثالثاً: تعريف الغش التجاري:

عرف الغش التجاري بعدة تعريفات، لكن على الرغم من اختلافها في الألفاظ و الكلمات إلا أن مضامينها متقاربة، و تعكس مفاهيم و معاني واحدة:

فقد عرّف بأنه: " كل فعل أو قول يتم بوسائل احتيالية، و ينصبُّ على سلعة أو خدمة مما يعينه القانون، و يقع بالمخالفة للقواعد المقررة لها في التشريع أو أصول الصناعة أو الخدمة، متى كان من شأن ذلك الفعل أن ينال من خواص السلعة أو الخدمة أو ينقص من فائدتها أو ثمنها، حتى لو كان المتعاقد الآخر على علم به"<sup>2</sup>.

فالغش التجاري إذاً يتمثل في التحايل على المواصفات و المقاييس و الأنظمة الصحية، و التعتدي على حقوق الملكية الفكرية للأفراد و الشركات و المؤسسات، و طرح سلعة أو خدمة مغشوشة في السوق مخالفة للسلع و الخدمات الأصلية، و من الأمثلة عليه: ما يعتمد إليه بعض أصحاب المصانع من تقليد العلامات الخاصة التي تتميز بها بعض الشركات المعروفة بالجودة، و المشهود لها بالإتقان و دقة الصنع، و كذلك يجب التنويه إلى أن الغش التجاري لا يقتصر على غش السلع، بل يتعداه إلى الغش في الخدمات أيضاً بكل أصنافها من خدمات صحية و تعليمية و تجارية و مالية و سياحية و اتصالات و نقل و تخزين و تأمين<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين (96/1).

<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 54، نقلاً عن: ندوة الغش التجاري و أثرها على الاقتصاد الوطني، دولة الإمارات العربية المتحدة، ص 32.

<sup>3</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 55.

## رابعاً: حكم الغش في الشريعة الإسلامية:

الغش حرام، وهو كبيرة من الكبائر، وفاعله فاسق، وترد شهادته، وقد علل ابن عابدين ذلك بقوله: " لأن الغش من أكل أموال الناس بالباطل<sup>1</sup> .

يقول الإمام الترمذي: بعد أن أورد حديث: "ومن غشنا فليس منا": "حسن صحيح، والعمل على هذا عند أهل العلم كرهوا الغش و قالوا: الغش حرام"<sup>2</sup>.

فقد نهى الإسلام عن الغش في المعاملات عموماً، و نهى عن مبيعات ومعاملات لا تتفق مع الأخلاق التي يدعو إليها، وذلك لأن النظام الذي أقامه الإسلام في جانب المعاملات وشؤون المال و الاقتصاد هو نظام أخلاقي بحت، فضلاً عن أنه يقيم مجتمعاً يتكافل فيه الناس، والغش يناقض ذلك كله<sup>3</sup>.

وفي ذلك يقول الإمام الغزالي: "على البائع أن يظهر عيوب جميع المبيع، خفيها وجليها، ولا يكتتم منها شيئاً، فذلك واجب، فإن أخفاه كان ظالماً و غاشاً، و الغش حرام، وكان تاركاً للنصح في المعاملة، و النصح واجب"<sup>4</sup>.

وقال ابن عابدين: "أما بيان نفس العيب فواجب لأن الغش حرام"<sup>5</sup>، وفي نفس المعنى يقول ابن قدامة المقدسي: "وكل ما وقع عليه اسم الغش فالشراء به و البيع به حرام"<sup>6</sup>.

## خامساً: الأدلة على تحريم الغش:

ورد تحريم الغش في القرآن الكريم و السنة و الإجماع:

<sup>1</sup> ابن عابدين، الحاشية، (47/4).

<sup>2</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب البيوع، باب: ما جاء في كراهية الغش في البيوع، (386/2).

<sup>3</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 57، نقلاً عن شرح تشريعات الغش، ص 19.

<sup>4</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (194/2).

<sup>5</sup> ابن عابدين، الحاشية، (140/5).

<sup>6</sup> ابن قدامة، المغني، (53/4).



فهذه الآيات تنهى عن أكل أموال الناس بالباطل و الغش، و تأمر بإيفاء المكايل ووجوب الوزن بالعدل.

### \* من السنة الشريفة:

- ما روي أن النبي - صلى الله عليه و سلم - مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللاً، فقال: " ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غش فليس مني، وفي لفظ من غشنا فليس منا"<sup>1</sup>
- وقال عليه الصلاة السلام: " لا يحل لمريء مسلم يبيع سلعة يعلم أن بها داء إلا أخبر به"<sup>2</sup>.
- وقال عليه الصلاة السلام: " أيما راع استرعي رعية فغشها فهو في النار"<sup>3</sup>.

**دلالة هذه الأحاديث:** تدل هذه الأحاديث دلالة واضحة على تحريم الغش، و فيها الوعيد الشديد لمن يقوم بالغش.

\* **الإجماع:** الإجماع قائم على تحريم الغش، نقل هذا الإجماع الكثير من العلماء<sup>4</sup> منهم: صاحب الفواكه الدواني<sup>5</sup> حيث يقول: " والغش حرمة مجمع عليها"<sup>6</sup>، فالفقهاء مجمعون على أن الحيل التي يلجأ إليها المتعاقد لخداع المتعاقد الآخر تؤثر على لزوم العقد، و يكون للمدلس عليه حق الخيار،

<sup>1</sup> سيق تخريجه، ص16.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: إذا بين البيعان و لم يكتما ونصحا (731/2).

<sup>3</sup> سيق تخريجه، ص84.

<sup>4</sup> انظر: العبدري، التاج والإكليل، (344/4). ابن قدامة، المغني، (97/4). الخرشي، حاشية الخرشي، (55/5). الشوكاني، نيل الأوطار، (54/5).

<sup>5</sup> هو: أحمد بن غانم بن سالم القاهري المالكي الشهير بالنفراوي ، (ت:1120هـ)، كان محدثاً وفقهياً، من أفضل المتأخرين، أخذ عن الإمام الشمس محمد البابلي، انظر، المرادي، سلك الدرر في أعيان القرن الثاني عشر، (96/1).

<sup>6</sup> النفراوي، الفواكه الدواني، (285/2).

وهو ما يسمى بخيار العيب، و للعائد حق الرجوع في العقد بعد تمامه إذا اطلع على عيب المعقود عليه<sup>1</sup>.

### سادساً: حكم الغش التجاري و التقليد في الشريعة الإسلامية:

الغش التجاري والتقليد أحد أنواع و أشكال الغش الذي منعه الشريعة الإسلامية وشددت على تحريمه للأسباب الآتية<sup>2</sup>:

- 1- أن ذلك من أنواع الغش: و غش المسلمين و الكذب و الاحتيال عليهم حرام شرعاً.
- 2- ولأن ذلك من باب أكل أموال الناس بالباطل.
- 3- ولأن فيه تبخيس للناس و التطفيف في مكائيلهم التي وضعوها لسلعهم و بضائعهم، فأصبحت علامات مميزة لسلعة معروفة و مطلوبة، فتقليدها بخس و تطفيف.
- 4- ولأن في الغش التجاري و التقليد كتماناً للعيب الموجود في السلع.
- 5- ولما في ذلك من التعاون على الإثم و العدوان، و الله تعالى يقول: ﴿لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْبُرْءِ﴾<sup>3</sup>.
- 6- و لما يترتب على ذلك من ضرر على المتعاقد، و الضرر واجب الدفع، بدليل قوله - صلى الله عليه و سلم -: " لا ضرر و لا ضرار"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> ابن عابدين، الحاشية، (5/5). الشريبي، مغني المحتاج، (425/2). ابن قدامة، المغني (107/4). الحطاب، مواهب الجليل (45/4).

<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي ص 61-62.

<sup>3</sup> سورة المائدة، آية 2.

<sup>4</sup> سبق تخريجه، ص72.





\* قلة وعي بعض المستهلكين، و عدم إلمامهم بمواصفات السلع، و مصادرها و أنواعها المختلفة.

\* السيل الكبير للإعلانات التجارية دون ضوابط، و عدم مصداقيتها، مما ساعد على انتشار الغش التجاري بطريق غير مباشر.

\* عدم تطبيق، أو ضعف تنفيذ و تطبيق القوانين الخاصة بالرقابة التجارية، التي تحد من الغش التجاري و التقليد.

\* الانفتاح التجاري و الاقتصادي العام، و الحرية التجارية، و عدم مواكبة التشريعات والقوانين التجارية للتطورات الاقتصادية المتسارعة.

\* المنافسة غير المشروعة في الأسواق تلعب دوراً كبيراً في المساعدة على انتشار عمليات الغش التجاري، لمحاولة كل طرف بيع أو توزيع البضاعة أو السلع بأقل سعر ممكن، لتحقيق أكبر قدر من الأرباح.

\* قلة الوعي لدى بعض التجار حول أهمية الاضطلاع على القوانين المنظمة للأنشطة التجارية بالدولة، و عدم لجوء هؤلاء التجار لجهات الاختصاص للاستشارة قبل الشروع بأي معاملة تجارية.

\* التعامل بحسن نية، وهي الصفة الغالبة على التاجر المحلي.

وفي تنبيه التاجر إلى أهمية تجنب الغش وطرقه يقول الإمام الغزالي: "أن يُظهر -أي التاجر- جميع عيوب المبيع خفيها وجليها ولا يكتُم منها شيئاً، فذلك واجب، فإن أخفاه كان ظالماً غاشاً، و الغش حرام، وكان تاركاً للنصح في المعاملة، والنصح واجب، ومهما أظهر أحسن وجهي الثوب وأخفى الثاني كان غاشاً، وكذلك إذا عرض الثياب في المواضع المظلمة، وكذلك إذا عرض أحسن فردي الخف أو النعل وأمثاله"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (75/2).

أما ابن تيمية فيقول: "فمعلوم أن المحتال ليس بناصح للمحتال عليه بل هو غاش له، وهذا بين يظهر مثله في الحيل التي تبطل الحقوق التي تثبت، أو تمنع الحقوق التي تثبت، أو توجب شيئاً لم يكن ليجب، فإذا كان الصدق و البيان واجبين في المعاملة موجبين للبركة، فإن الكذب والكتمان محرمين ماحقين للبركة، فمعلوم أن كثير من الحيل أو أكثرها لا يتم إلا بوقوع الكذب، أو الكتمان أو تجويزه"<sup>1</sup>.

### ثامناً: من طرق محاربة الغش التجاري:

إن المخاطر الكثيرة التي تهدد الأفراد و المجتمع والاقتصاد، نتيجة للغش التجاري تفرض على مجتمعاتنا ضرورة توظيف كل الجهود الرسمية والحكومية والشعبية لملاحقة الغش التجاري بكل أشكاله وألوانه ومطاردة الغشاشين، وتقديمهم للعدالة، ومعاقبتهم بما يستحقونه من عقاب ليكونوا عبرة لمن يعتبر، وفيما يلي بعض الحلول و التصورات لمكافحة ظاهرة الغش التجاري بشتى صورته وأشكاله<sup>2</sup>:

\* لا بد من التوعية بأصول المعاملات الاقتصادية والتجارية من منابعها الإسلامية الأصلية في الشريعة، واجتهاد الفقهاء.

\* الحث على أهمية مراعاة القيم الأخلاقية الإسلامية و نشرها، والتعاون في هذا مع وزارات الأوقاف والشؤون الدينية والمدارس والجامعات والكليات.

\* سن القوانين الرادعة والصارمة التي من شأنها إيقاع العقاب الرادع على كل من يمارس الغش التجاري.

<sup>1</sup> ابن تيمية، نقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني، (ت:728هـ)، الفتاوي الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1408هـ، (6/151).

<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 69-70. نقلاً عن مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 235، شوال، 1421هـ.

\* إيجاد هيئة مواصفات ومقاييس خاصة في كل بلد للمساعدة في معرفة البضائع المقلدة، والرقابة على الشركات التجارية، التي تقوم باستيراد البضائع من الخارج.

\* تشجيع الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك، والتي تساعد الأجهزة الرقابية على ملاحقة ظاهرة الغش ومطاردة الغشاشين، سواء كانوا موزعين أم منتجين.

\* قيام وسائل الإعلام المختلفة بتوعية الجماهير وإمدادهم بالمعلومات السليمة عن مواصفات السلع، وأساليب كشف المنتجات المغشوشة سواء كانت غذائية أم صناعية، وبالتالي محاصرة ظاهرة الغش التجاري، والحد من مخاطرها الصحية والأمنية والاقتصادية والأخلاقية.

\* إنشاء محاكم خاصة للغش التجاري، واعتبار كافة أنواع الغش التجاري والصناعي من الجرائم المخالفة للقانون.

ومما ورد عن ابن تيمية أنه قال: ولأن الغش يدخل في البيوع بكتمان العيوب وتدليس السلع، مثل أن يكون ظاهر المبيع خيرا من باطنه، وهؤلاء يجب نهيهم عن الغش والخيانة والكتمان<sup>1</sup>، ومن يفعل ذلك فإنه يجوز أن يعاقب بتمزيق الثوب الذي غشه، والتصديق بالطعام الذي غشه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ابن تيمية، نقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني(ت:728هـ)،كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد النجدي، (72/28).

<sup>2</sup> ابن تيمية، كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية،(363/29).

## تاسعاً: أثر الغش التجاري والتقليد على السوق:

للغش التجاري آثار سلبية على مختلف الأنشطة الاجتماعية و الأخلاقية والاقتصادية، لا تظال المستهلكين فحسب بل تتعدى ذلك لتؤثر سلباً على رجال الأعمال والتجار والصناع، وبالتالي يتأثر الاقتصاد الوطني، والسمعة الاقتصادية، ومن هذه الآثار<sup>1</sup>:

\* الغش التجاري يهدم الأخلاق و يحقق البركة، لأنه لا يقدم عليه إلا من كان منعدم الأخلاق، لا يدري بما قد تسببه سلعته المغشوشة من أضرار بالبلاد و الأفراد.

\* ينتج عن الغش التجاري و التقليد أضراراً بالاقتصاد الوطني، و يؤثر سلباً على النشاط الاقتصادي لأي بلد، فيؤثر على الاستثمار و نقل التكنولوجيا، و المبادلات التجارية الاقتصادية بشكل عام.

\* ولتفشي الغش والتقليد أثر عكسي على تطوير المناخ الجيد لجذب الاستثمار الأجنبي.

\* و ينتج كذلك عن تفشي الغش التجاري والتقليد خروج بعض المصانع و الشركات الوطنية من الأسواق، لعدم تمكنها من التنافس مع شركات السلع المقلدة التي تعتمد على قلة تكلفة إنتاجها وانخفاض أسعارها.

\* الإضرار بالسلع الأصلية حيث يقل الإقبال عليها، مما يؤدي إلى كسادها فيسبب الخسائر الكبيرة لأصحابها.

\* مستهلك السلع المغشوشة معرض لأضرار كبيرة في صحته نتيجة تناوله مواداً غذائية أو أدوية فاسدة، و أضرار في ماله نتيجة استعماله سلعة ذات جودة متدنية لا تساوي ما دفع فيها. \* ومن آثاره فقد الثقة بين المتعاملين، و نشر الريبة و الخديعة، و استعمال الطرق الملتوية والحيل للحصول على الربح، وهذا يؤثر سلباً على بيئة الاستثمار المحلي، و سمعة الصناعات المحلية.

---

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 67-69.

\* و التاجر أيضاً معرض لخسارة ماله و سمعته نتيجة الغش و المنافسة غير المشروعة، كما أن الغش التجاري لا يضر الإنسان فقط، بل إنه يضر بالحيوان و النبات و المحصول الزراعي و المنتجات الطبيعية أيضاً.

\* و من جهة أخرى يؤدي نمو أسواق المنتجات المغشوشة و المقلدة إلى خسائر في حصيللة الضرائب و الرسوم المستحقة، إذ أن السلع المقلدة تباع عادة عبر قنوات غير شرعية؛ بسبب تهرب بائعي هذه السلع من دفع الرسوم و الضرائب المستحقة.

\* إضافة إلى أن الدولة تصبح ملزمة بتخصيص مصاريف زائدة و باهظة لمكافحة الغش، الأمر الذي يتقل كاهل ميزانية الدولة، بدلاً من تحويل هذه المصاريف إلى إنعاش الصناعات المحلية خاصة الناشئة منها.

**المطلب الثاني: الربا وأثره على السوق:**

**أولاً: المقصود بالربا لغةً و اصطلاحاً:**

\* تعريف الربا لغةً: الربا في اللغة تعني الزيادة، يقال: "أرى فلان على فلان" إذا زاد عليه، و ربا الشيء إذا عظم و نما، و أربيت إذا أخذت أكثر مما أعطيت و يقال: فلان في ربا قومه أي في رفعة منهم و شرف<sup>1</sup>.

يلاحظ على التعريف اللغوي أن المقصود به مطلق الزيادة و الفضل، و هذا ليس مقصوداً عند الفقهاء ؛ لأن الزيادة بشكل عام ليست ربا في كل الحالات، وإنما الزيادة المقصودة هي التي تتضمن الكسب الحرام الذي فيه استغلال أحد الطرفين للآخر، و لو كانت مطلق الزيادة حرام لحرم البيع كله<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> الفيروز أبادي، القاموس المحيط (326/2). انظر: الفيومي، المصباح المنير (217/1). الرازي، مختار الصحاح ص 232.

<sup>2</sup> عبد الهادي، أبو سريع محمد، الربا و القرض في الفقه الإسلامي، دار الاعتصام، بلا سنة نشر، ص 28-29.

## \* تعريف الربا اصطلاحاً:

أولاً: عند الحنفية: الربا هو " الفضل الخالي عن العوض بمعيار شرعي بشروط لأحد المتعاقدين في المعاوضة"<sup>1</sup>. و المقصود (بالفضل): الزيادة في أحد الجنسين المتماثلين، والمقصود (بخال عن العوض) أي صرف الجنس بجنسه و يخرج الجنس بخلاف جنسه والمقصود (بالمعيار الشرعي) هو الكيل أو الوزن، و يقصد (بأحد المتعاقدين) البائع والمشتري، و يقصد (في المعاوضة) أي ليس الفضل في الهبة برياً<sup>2</sup>.

ثانياً: عند الشافعية: هو " عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد أو مع تأخير في البدلين أو أحدهما"<sup>3</sup>.

والعلة عند الشافعية الإطعام و لو كان غير مكيل و لا موزون و ذلك في غير النقيدين.

ثالثاً: عند المالكية: التعريف عندهم قريب من تعريف الشافعية إلا أن العلة عندهم في غير النقيدين الإطعام الذي يدخر عادة، أما علة النقيدين فهي الثمنية<sup>4</sup> كالشافعية و يدخل في المطعوم عندهم الخضر كالبطيخ و البطاطس، إلا أنهم اعتبروا الربا في البر و الشعير جنس واحد لتقارب منفعتهما فيشترط التماثل و القبض<sup>5</sup>.

ومن تعريفهم للربا: " هو الزيادة في العدد، أو الوزن، محققة أو متوهمة و التأخير"<sup>6</sup>.

رابعاً: عند الحنابلة: الربا شرعاً هو الزيادة في شيء مخصوص<sup>7</sup>، و المقصود بالشيء المخصوص هو الكيل أو الوزن بالتفاضل فإنه ربوي ما لم يكن نقداً، فإن كانا من جنس واحد كالبر

<sup>1</sup> ابن عابدين، الحاشية، (169-168/5)

<sup>2</sup> عبد الهادي، الربا و القرض في الفقه الإسلامي، ص 31.

<sup>3</sup> الرملي، شمس الدين بن محمد بن أبي العباس، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، دار الفكر، بيروت، (409/3).  
الشربيني، مغني المحتاج (21/2).

<sup>4</sup> الصاوي، أحمد، بلغة السالك لأقرب المسالك، تحقيق: محمد عبد السلام شاهين، 1415هـ، دار الكتب العلمية، بيروت، (24/2)

<sup>5</sup> الصاوي، بلغة السالك، (25/2)

<sup>6</sup> العدوي، علي الصعيدي، حاشية العدوي، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، 1412هـ، دار الفكر، بيروت، (65/5).

<sup>7</sup> البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، (1051هـ)، الروض المربع شرح زاد المستنقع في اختصار المقنع، تحقيق: سعيد محمد اللحام، دار الفكر، بيروت، (106/2)









## وفي السنة الشريفة:

\* فقد ورد في البخاري عن أبي هريرة أن النبي - صلى الله عليه وسلم - قال: "اجتنبوا السبع الموبقات... و ذكر فيها أكل الربا"<sup>2</sup>.

\* ما ورد أن الرسول - صلى الله عليه وسلم - قال: "لعن الله آكل الربا وموكله وكاتبه وشاهديه"<sup>3</sup>.

\* ما ورد أن الرسول - صلى الله عليه وسلم - قال: "درهم ربا يأكله الرجل و هو يعلم أشد من ست و ثلاثين زنية"<sup>4</sup>.

ثالثاً: أنواع الربا: يقسم الربا الذي يتعلق بالبيع و الأمور التجارية إلى نوعين:

1- ربا الفضل: وهو الذي يتحقق في حال بيع مال ربوي بمثله، مع زيادة في أحد البديلين على الآخر مناجزة، فيشترط في تبادل السلع أو الأموال الربوية وجوب التساوي في الكميات المبادلة في الجنس الواحد.

2- ربا النسيئة: وهو تأخير قبض أحد البديلين في بيع المال الربوي بجنسه أو بغير جنسه،

مما يتحد معه بالعلة، و يحصل الربا إذا جرى تأجيل القبض في أحد البديلين المختلفي الصنف في حالتها الصرف و المقايضة<sup>5</sup>.

## دليل تحريمهما:

<sup>1</sup> سورة البقرة، آية 275.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الوصايا، باب: قول الله تعالى: "إن الذين يأكلون أموال اليتامى ظلماً إنما يأكلون في بطونهم نارا وسيصلون سعيراً"، (1017/3)، (2615).

<sup>3</sup> أحمد، المسند، (3725)، (393/1)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص922.

<sup>4</sup> أحمد، المسند، (225/5)، (22007)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص569.

<sup>5</sup> الجوعاني، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، ص 343

\* قوله عليه الصلاة والسلام: " لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل، و لا تشفوا بعضها على بعض<sup>1</sup>، و لا تبيعوا الورق بالورق إلا مثلاً بمثل و لا تشفوا بعضها على بعض، و لا تبيعوا غائباً بناجز"<sup>2</sup>.

\* وقوله عليه الصلاة والسلام: " الذهب بالذهب، و الفضة بالفضة، و البر بالبر، و الشعير بالشعير، و التمر بالتمر، و الملح بالملح، مثلاً بمثل، سواء بسواء، يداً بيد، فإذا اختلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا كان يداً بيد"<sup>3</sup>.

**وجه الدلالة في الحديثين:** أفاد الحديثان حرمة ربا الفضل و النسيئة، أما حرمة الفضل فقد نهى النبي - صلى الله عليه و سلم - عن الزيادة في المال الربوي المتحد الجنس بقوله في الحديث الأول: " لا تبيعوا... إلا مثلاً بمثل"، و قوله في الحديث الثاني بعد أن عدد الأصناف الستة: " مثلاً بمثل " لأن الزيادة عين ربا الفضل، و أكد ذلك بقوله في الحديث الأول: " و لا تشفوا بعضها على بعض"، و في الحديث الثاني: " سواء بسواء" أي بلا زيادة.

وأما حرمة النسيئة، فقد نهى النبي - صلى الله عليه وسلم - عن التأخير، و هو ربا النسيئة بقوله في الحديث الأول: " و لا تبيعوا منها غائباً بناجز". و في الحديث الثاني: "يداً بيد" إي إذا كان مناجزة وحالاً فجائز إلا إذا تأجل أحد البديلين في العين أو المال الربوي فغير جائز وهو ربا النسيئة<sup>4</sup>.

#### رابعاً: أثر الربا على المنافسة التجارية المشروعة:

حرم الإسلام الربا و حاربه منذ بداية التشريع الإسلامي حرباً لا هوادة فيها، و ذلك يعود للأضرار الجسيمة التي يسببها سواء كانت هذه الأضرار على الجانب الاقتصادي أم الاجتماعي أم الأخلاقي، و فيما يلي توضيح لبعض هذه الأضرار من الناحية الاقتصادية:

<sup>1</sup> لا تشفوا بعضها على بعض: بضم التاء، أي لا تفضلوا وتزيدوا، والشف بالكسر الزيادة والنقصان، وهو من الأضداد، انظر: ابن حجر، فتح الباري، (380/4).

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: بيع الذهب بالذهب، (761/2)، (2066).

<sup>3</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: بيع الفضة بالفضة، (761/2)، (2067).

<sup>4</sup> الجوعاني، ضوابط التجارة، ص 243-244.

إن الربا من أهم الأسباب التي تؤدي إلى البطالة و الركود الاقتصادي، وهو يعطل كذلك الطاقات العاملة في المجتمعات الإنسانية، ذلك لأن كثيراً من طاقات العمل و رجال الأعمال قد تقل أو تتوقف بسبب أن الربا يوقع العمال في مشكلات اقتصادية صعبة، فحين تلحق بالإنسان ضائقة مالية ولا يجد أمامه إلا المرابي ليقرضه المال بفوائد مالية عالية تعتصر هذه الفوائد ثمرة إنتاجه وتؤثر في إنتاجه<sup>1</sup>.

كما يؤثر الربا على أسعار السلع و الخدمات فيؤدي إلى ارتفاعها ارتفاعاً باهظاً نتيجة للاقتراض بالفائدة، فيؤدي ذلك إلى كف المستهلكين عن الإقبال على تلك السلع والخدمات المرتفعة الأثمان، و ذلك لعدم قدرتهم الشرائية، أو لأنها ترهق ميزانيتهم، مما يؤدي إلى كساد الكثير من تلك السلع في المخازن و المتاجر، وتوقف العديد من المنشآت الخدمية عن تقديم خدماتها، فتلجأ تلك المصانع و المنشآت إلى الاستغناء عن عمالها وموظفيها نتيجة تقليل الإنتاج، و ذلك بدوره يؤدي إلى ظهور البطالة بين العديد من أبناء المجتمع<sup>2</sup>.

من المخاطر فضلاً عن الأضرار التي يسببها التعامل الربوي، ما تفعله بعض الحكومات من إيداعها للفائض من أموالها، أو استثمار تلك الأموال في البنوك الربوية في الدول الأجنبية، مما يعرض تلك الأموال إلى العديد من المخاطر كتقييد استعمالها أو انخفاض سعر العملات التي وضعت بها، أو غير ذلك، ولا تقتصر تلك المخاطر على عمليات الإيداع، بل يشمل ذلك أيضاً عمليات الاقتراض بالفائدة التي تلجأ إليها بعض الدول، نتيجة لعدم اكتفائها ذاتياً مما يدفعها للاقتراض من الخارج طمعاً في الخروج من الضائقة المالية التي تواجهها، وللإسراع في أعمالها الإنسانية و مشاريعها التنموية، و يكون ذلك بفائدة معينة، و لكنها سرعان ما تسيطر هذه الدول المقرضة على وسائل الدخل المهمة للدولة المقرضة كالجمارك مثلاً لضمان وفاء هذه القروض، و

<sup>1</sup> الأشقر، عمر سليمان، الربا و أثره على المجتمع الإنساني، (620-621).

<sup>2</sup> الجوعاني، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، ص 237.

في ذلك خطورة عظيمة حيث تختل ماليتها و حالتها الاقتصادية بسبب هذا النوع من القروض ما يؤثر تأثيراً غير محمود في الوضع الاقتصادي<sup>1</sup>.

كما أن الإسلام يقصد من تحريمه للربا الحيلولة دون المحاباة لرأس المال على حساب الجمهور الكادح و يسعى لتحقيق المساواة بين أفراد الأمة، فالمرابي بدلاً من أن يعمل عملاً مجدياً يصبح كالطفيلي يعيش من كد غيره، و قد شرف القرآن العمل و ذم الربا، قال تعالى:

﴿لَا يَجْرِي وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا﴾

﴿لَا يَجْرِي وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا﴾

﴿لَا يَجْرِي وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا وَالرِّبَا نَبْذًا﴾<sup>2</sup>، فبينما يستلزم البيع العمل والمهارة وارتفاع الروح المعنوية في الفرد، فإن الربا يؤدي إلى وجود طبقة مترفة مستبدة لا تعمل شيئاً، تتضخم الأموال بين يديها تضخماً شديداً لا يقوم على الجد و لا ينشأ عن العمل<sup>3</sup>.

ومن أضرار الربا أو الفائدة، وهي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها معظم معاملات البنوك الربوية الحديثة تشجيعاً للاكتناز وحبساً للمال وإنمائه عن طريق الفائدة بدلاً من مدامة استثماره و استفادة المجتمع منه، وفي ذلك عملية انسحاب للفرد من المجتمع، فلا يهتم بعد إيداعه للمال في أي بنك من البنوك الربوية ماذا يصنع بهذا المال، بل يظل ينتظر الفائدة في خمول و كسل بدلاً من كد و عمل و نفع للمجتمع، و في ذلك أيضاً تعطيل للطاقات و انقطاع للمنافع العامة التي لا تنتظم إلا بالتجارة و الصناعة و غيرها من الأعمال التي تعود على المجتمع بالخير و الرفاه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> الجوعاني، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، ص 337، نفاً عن عبد الهادي، محمد، الربا و القروض في الفقه الإسلامي، ص 150/151.

<sup>2</sup> سورة البقرة، آية 275.

<sup>3</sup> طبارة، عفيف عبد الفتاح، روح الدين الإسلامي، دار العلم، بيروت، 1978م، ص 331/332.

<sup>4</sup> الجوعاني، ضوابط التجارة، ص 338.



بالاجتناب، و جعل الاجتناب من الفلاح، فإذا كان الاجتناب كان الارتكاب خيبة محققة، فالتعامل بالخمير والميسر ينتج عنه الوبال الكثير، كالموقع في التعادي و التباعد من أصحاب الخمر والميسر، و ما يؤديان إليه من الصد عن ذكر الله تعالى، و إضاعة أوقات الصلاة، ثم جاء قوله تعالى: " فهل أنتم منتهون "، فكأنه قيل: قد تلي عليكم ما فيها من أنواع الصوارف والموانع، فهل أنتم مع هذه الصوارف و الموانع منتهون؟.

ومن القمار: أوراق اليانصيب، مهما كان نوعها، و مهما كان السبب الذي وضعت له، ومن القمار أيضاً الرهان في سباق الخيل، و مال القمار حرام لا يجوز تملكه<sup>1</sup>.

### المطلب الرابع: الغبن الفاحش

**تعريف الغبن لغةً:** الغبن: الخداع، يقال غبنه غبناً في البيع و الشراء خدعه و غلبه، و غبن فلاناً نقصه في الثمن و غيره فهو غابن و ذلك مغبون، و انغبن و غبنه نقصه و خدعه و غبن فهو مغبون أي منقوص في الثمن و غيره و الغبن هو بيع الشيء بأكثر مما يساوي<sup>2</sup>.

**تعريف الغبن اصطلاحاً:** المقصود به: " هو ما لا يدخل تحت تقويم المقومين من أهل الخبرة"<sup>3</sup>، وهو كذلك: " ان تطغى مصلحة أحد المتعاقدين على مصلحة الآخر بحيث لا يكون توازن بين ما يأخذ و ما يعطي"<sup>4</sup>.

**حكم الغبن الفاحش:** الغبن الفاحش حرام شرعاً للأدلة التالية:

\* ثبت في الحديث الصحيح، طلب ترك الغبن طلباً جازماً، فقد ورد عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - أن رجلاً ذكر للنبي - صلى الله عليه و سلم - أنه يُخدع في البيوع فقال: "إذا بايعت فقل لا خلاية"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> تقي الدين، النبهاني، النظام الاقتصادي في الإسلام، منشورات القدس، ط 2، فلسطين، 1953م، ص 154/153.

<sup>2</sup> الرازي، مختار الصحاح، ص 468. الفيومي، المصباح المنير، (442/2).

<sup>3</sup> ابن عابدين، الحاشية، (251/1).

<sup>4</sup> بابلي، محمود محمد، الأسس الفكرية و العملية للاقتصاد الإسلامي، ط1، دار الرفاعي، السعودية، 1983م، ص94.

<sup>5</sup> الخلاية: بكسر الخاء: هي الخديعة، يقال: خلبته أخلبه خلاية خدعته، انظر: ابن منظور، لسان العرب، مادة خلب، (363/1).

\* ما روي عن النبي - صلى الله عليه وسلم - قوله: "بيع المحفلات<sup>2</sup> خلابة و لا تحل الخلابة لمسلم"<sup>3</sup>، ففي الحديث طلب ترك الخديعة طلباً جازماً تؤكد ذلك من لفظ " لا تحل" الوارد في الحديث.

ولا يسمى خديعة إذا كان يسيراً، لأنه يكون مهارة في المساومة، و إنما يكون الغبن خديعة إذا كان فاحشاً، فإذا ثبت الغبن فإن للمغبون الخيار، إن شاء فسخ العقد و أن شاء أمضاه، أي إذا ظهرت خديعة في المبيع جاز للمخدوع أن يرد الثمن، و يأخذ السلعة، إذا كان بائعاً، و أن يرد البيع و يأخذ الثمن إذا كان مشترياً، و هذا الخيار يثبت بشرطين: أحدهما: عدم العلم وقت العقد، و الثاني، الزيادة أو النقصان الفاحش، و الغبن الفاحش هو ما اصطلاح التجار على كونه غبناً فاحشاً، و لا يقدر ذلك بثلث و لا ربع، بل يترك لاصطلاح التجار في البلد وقت إجراء العقد، لأن ذلك يختلف باختلاف السلع و الأسواق<sup>4</sup>.

والإسلام بتعاليمه السمحة يحرم الغش و الخداع بكل أشكاله وصوره، في كل أنواع البيوع، و كل أنواع الشراء، بل يحرمه في كافة المعاملات الإسلامية، و كل مسلم مطالب بأن يلتزم الصدق في شؤونه، و النصيحة للمسلمين أهم من أي مكاسب دنيوية يحصل عليها المرء من وراء الغش و الخداع الذي يمحق البركة<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: ما ينهى عن إضاعة المال وقول الله تعالى: " والله لا يحب الفساد"، (848/2)، (2276).

<sup>2</sup> المحفلات: التي جمع لبنها في ضرعها، انظر: ابن منظور، لسان العرب، (363/1).

<sup>3</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في بيع المحفلات، (568/3)، (1268). قال الترمذي: حديث حسن صحيح، و العمل على هذا عند أهل العلم كرهوا بيع المحفلة، انظر، الترمذي، سنن الترمذي، (568/3).

<sup>4</sup> رضا، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، ص 138/139..

<sup>5</sup> قاسم، يوسف، التعامل التجاري في ميزان الشريعة، 1992م، ص 69.

## المبحث الثالث

### صور حديثة للمنافسة غير المشروعة

#### تمهيد

كان الحديث فيما سبق عن صور من المنافسة غير المشروعة عند السابقين، ونحن اليوم في زمن تطورت فيه الحياة وتشابكت مصالح الناس، و تنوعت احتياجاتهم وكثرت اهتماماتهم، بل وفسدت على العموم طباعهم، فابتكر المبتطلون العديد من الأساليب والحيل الخبيثة للكسب غير المشروع، مما دمر حياة الناس، و أدخل الحرام في شتى مجالات الحياة.

فقد تطغى النفس البشرية وتظلم فيؤدي ظلمها وطغيانها إلى إيجاد أزمات اقتصادية مفتعلة، تؤثر سلبياً على احتياجات الناس، بل وتتحكم في رقابهم وأولادهم ومعيشتهم، لذا وجدنا أن الفقهاء المسلمين يعنون أشد العناية بتفصيل الأحكام الخاصة بذلك على ضوء الكتاب والسنة ومصادر التشريع الأخرى، لتحقيق الأمن الاقتصادي، حيث إنه ضرورة للفرد والمجتمع لإيجاد التوازن بين مصالح الأفراد والجماعة، والقضاء على الخلل الاقتصادي الذي يقوض دعائم الحياة الاقتصادية،<sup>1</sup> وكذلك أعمال المنافسة غير المشروعة تنطوي على مخالفة القوانين واللوائح أو الإخلال بالنزاهة والأمانة في مباشرة النشاط التجاري، وهذه الأعمال كثيرة ومتنوعة لا يمكن حصرها، حيث تفرز البيئة يوماً بعد آخر صورة من صور المنافسة غير المشروعة،<sup>2</sup> لذلك سأتناول في هذا البحث بعض هذه الصور، وسأجعل البحث في أربعة مطالب أتحدث فيها عن تعمد الإساءة إلى سمعة التاجر، وعن الأعمال التي تؤدي إلى اضطراب التنظيم الداخلي للمتجر، والتنزيلات على البضائع، والأعمال التي من شأنها أن تؤدي إلى اضطراب السوق.

#### المطلب الأول: الإساءة إلى سمعة التاجر

يعمد بعض التجار ممن فسدت طوبيتهم، وخبثت مقاصدهم، وساعت أخلاقهم وعشعش الحسد في نفوسهم إلى القيام بأعمال خبيثة؛ القصد منها الإساءة إلى سمعة إخوانهم من التجار،

<sup>1</sup> عفيفي، أحمد مصطفى، الاحتكار وموقف الشريعة الإسلامية منه، ط1، مكتبة وهبة، القاهرة، 2003م، ص 5

<sup>2</sup> رضوان، فايز نعيم، مبادئ القانون التجاري، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م، ص 493



بقصد إضعاف تجارتهم، وصرف الناس عنهم لتحقيق المكاسب لسلعتهم بأنانية تفتقد الحد الأدنى من القيم و المشاعر النبيلة، مخالفون ما حث عليه القرآن الكريم و السنة المطهرة من معاني الأخوة و الإيثار، و يكفي في هذا المقام التذكير بقول النبي عليه السلام: " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"<sup>1</sup>، وتتمثل هذه الأعمال في:

#### أولاً: الاعتداء على سمعة التاجر المنافس، ونشر بيانات كاذبة عنه:

ويكون ذلك بالاعتداء على شرفه وسمعته، وإذاعة معلومات كاذبة أو نشر إشاعات كاذبة عن اختلال مركزه المالي وإقدامه على الإفلاس، أو تصفية محله التجاري أو بيعه،<sup>2</sup> أو قد يكون خطأ من قيمة منتجاته ونوعيتها، أو بالادعاء بأن التاجر المنافس يبيع منتجات فاسدة أو مغشوشة، أو تحذير المستهلكين من الخلط بين منتجاته ومنتجات منافس معين،<sup>3</sup> ويكون القصد من مثل هذه المعلومات المزاحمة وكسب الزبائن، أو بقصد الطعن في شهرة التاجر وسمعته،<sup>4</sup> أو النيل من سمعته التجارية، بما يؤدي إلى اهتزاز ثقة العملاء في هذا التاجر ومحله وانصرافهم عنه.<sup>5</sup>

#### ثانياً: الاعتداء على الاسم التجاري:

فقد تأخذ أعمال المنافسة غير مشروعة صورة الاعتداء على الاسم التجاري، مثل اتخاذ المحل المنافس اسماً تجارياً مشابهاً لاسم محل تجاري آخر، والاعتداء على الاسم التجاري يخول صاحبه رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لحمايته، وما ينطبق على الاسم التجاري ينطبق كذلك على التسمية المبتكرة حيث تعتبر في بعض الأحيان عنصراً جوهرياً في المحل التجاري يعتمد عليه في جذب عملائه،<sup>6</sup> وكذلك الأعمال التي يكون من شأنها الحط من قيمة بضائع التاجر المنافس، فمثلها الإدعاء بأنها مغشوشة، أو غير مطابقة للمواصفات المطلوبة، أو الادعاء بأنها تحتوي على

<sup>1</sup> سبق تخريجه، ص22.

<sup>2</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 494.

<sup>3</sup> بو ذياب، سليمان، مبادئ القانون التجاري، ط1، المؤسسة الجامعية (مجد)، بيروت، 2003م، ص 179.

<sup>4</sup> سامي، فوزي محمد، القانون التجاري، ط1، دار الثقافة، عمان، 1999م، ص 95.

<sup>5</sup> دويدار، هاني، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2004م، ص230. الفقى، محمد السيد، القانون

التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008م، ص 315.

<sup>6</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 494 / 495.

مواد مخدرة يحرّمها الدين، أو أن المادة الأولية المستخدمة في صناعتها سريعة التلف، وتعرض المستهلك للأخطار، إلى غير ذلك من معلومات كاذبة تؤدي إلى انصراف زبائن التاجر عن بضاعته،<sup>1</sup> وكذلك استخدام التاجر لعنوان تجاري يعود إلى التاجر الآخر، وكذلك استخدام علامة تجارية تعود لتاجر آخر، لأن مثل هذه الأفعال تؤدي إلى تضليل الزبائن وخداعهم.<sup>2</sup>

### ثالثاً: الاعتداء على العلامة التجارية:

المقصود بالعلامة التجارية: هي كل وصف أو بيان أو أية إشارة أخرى، مما يشير مباشرة إلى رقم البضائع أو مقدارها أو مقياسها أو وزنها، أو إلى المكان أو البلاد التي صنعت فيه هذه البضائع، أو إلى كون البضائع تتمتع بامتياز أو بحق طبع لا يزال معمولاً به<sup>3</sup>، وهي تهدف إلى تمييز المنتج عن غيره من المنتجات أو المثلثات المنافسة لها<sup>4</sup>، والعلامة التجارية هي ثمرة نجاح التاجر في إنتاج و توزيع سلع لاقت قبولاً، لذا يكون من حقه الاحتفاظ به<sup>5</sup>.

وتوحي العلامة التجارية إلى مستوى معين من الجودة و النوعية الخاصة بالسلعة، والمكانة الاجتماعية للشخص الذي يستخدمها، إضافة إلى الحماية القانونية للسلعة و البائع فيما يتعلق باستعمال العلامة التجارية، فعلى سبيل المثال الخضراوات و الفواكه عليها علامة تجارية خاصة بها<sup>6</sup>، فالعلامة التجارية هي بمثابة البطاقة الشخصية للمنتجات و البضائع والسلع التي تشكل أساس الاقتصاد لأي دولة، لذلك تنتوع هذه العلامات بتتوع النشاط الذي يمارسه الأشخاص أفراداً كانوا أو جماعات<sup>7</sup>.

وهو نتيجة لتقدم الصناعة و تطورها، بحيث تميزت بعض المصانع و الشركات بخصائص في إنتاجها، وجدت إقبالاً من الناس، و حرصاً على اقتناء ما تنتجه ؛ لجودته، أو نقائه، أو

<sup>1</sup> كريم، زهير عباس، مبادئ القانون التجاري، ط2، دار الثقافة، عمان، 1997م، ص237.

<sup>2</sup> سامي، القانون التجاري، ص 95.

<sup>3</sup> زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2000م، ص464.

<sup>4</sup> جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، ص 239.

<sup>5</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 42.

<sup>6</sup> جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، ص 239.

<sup>7</sup> السلامات، ناصر عبد الحليم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، ط1، دار السلام الحديثة، القاهرة، 2008م، ص20.

مناسبتة، أو غير ذلك، و المشتري -عادة- يبحث عن العلامة التجارية، التي تميز هذا الإنتاج عن غيره، فإذا لم يجدها أعرض ؛ لذا تلجأ الشركات المقلدة إلى وضع العلامة، التي تدل على إنتاج تلك المصانع، التي يفضلها المشترون على سلعتها المنتجة<sup>1</sup>.

ويعتبر الاعتداء على العلامة التجارية التي يتخذ منها المتجر شارة لتمييز منتجاته، أو تقليدها أو تزويرها من أعمال المنافسة غير المشروعة،<sup>2</sup> لأنه يترتب على كسب ملكية العلامة التجارية حق خاص لصاحبها يخول له وحده استعمال العلامة، ومنع الغير من استعمالها، إلا أن الاعتداء على هذا الحق لا يتحقق إلا بتزوير العلامة أو تقليدها من المزاحمين لصاحبها في صناعة أو تجارة،<sup>3</sup> حتى إذا استعمل أحدهم اسمه الشخصي كعلامة تجارية، ثم قام شخص آخر بالاعتداء على هذه العلامة جاز لصاحبها أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض<sup>4</sup>، فاستعمال التاجر أو تقليده علامة تجارية مملوكة لتاجر آخر من شأنه تضليل الجمهور وخداعهم، لأن مثل هذا العمل يؤدي إلى الاعتقاد بأن المحليين التجاريين متطابقين، أو أن احدهما فرع للآخر، طالماً أن بضاعته تحمل نفس العلامة التجارية، وهذا نوع من الغش، لا شك فيه، و يدخل في حظيرة الممنوعات ؛ لأنه يبيع نوعاً غير جيد على أنه جيد، و يكون شأنه كشأن من خلط اللبن بالماء، أو باع القديم على أنه جديد<sup>5</sup>.

#### رابعاً: وضع بيانات تجارية مخالفة للحقيقة:

ويقصد بالبيانات التجارية الإيضاحية التي يضعها التاجر على بضاعته لدلالة عددها أو مقدارها أو مصدر إنتاجها أو طريقة صنعها أو مكوناتها، وبناءً على ذلك إذا خالف التاجر ووضع بيانات غير صحيحة على بضاعته، فإن هذا العمل يعد من صور المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 48،

<sup>2</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 495.

<sup>3</sup> الغريب، الاحتكار والمنافسة غير مشروعة، ص 91.

<sup>4</sup> حمدان، حماية العلامة التجارية، ص 115.

<sup>5</sup> القرني، آداب السوق في الإسلام، ص 49.

فقد يرغب التاجر في اجتذاب عملاء محل تجاري آخر يكون منافساً له، فيأتي بأعمال ينتج منها اختلاط الأمر على جمهور المتعاملين ؛ مما يترتب عليه إما الانصراف عن المحل الذي اعتادوا التعامل معه إلى محل آخر، و إما الانصراف عن السلعة التي اعتادوا شراءها إلى شراء سلعة أخرى، و الأعمال التي ينتج عنها هذا الخلط كثيرة و متنوعة، ومن الأمثلة عليها: أن يقلد المنافس المظهر الخارجي لمحل منافسه، كما لو أنشأ نافذة لعرض البضاعة على نفس نمط النافذة التي أنشأها منافسه، أو إذا طلى المحل التجاري بنفس اللون، أو وضع فيه علامات أو زخارف مميزة يكون قد سبق لمنافسه استخدامها، إلى غير ذلك من الأساليب التي توقع الناس في اللبس فيختلط عليهم الأمر بالنسبة للمحلات المتنافسة، أو البضاعة التي تتجر بها<sup>1</sup>، فهذه الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري، تعتبر من المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

#### خامساً: تقليد طرق الإعلان:

ويعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة من شأنه جذب عملاء المحل التجاري المنافس، إذا كانت هذه الأعمال تخالف القانون أو العادات أو العرف التجاري، كعمليات تقليد الطبع أو طرق الإعلان أو البيع، فمثل هذه الأعمال تمس أهم عنصر من عناصر المحل التجاري، وهو الاتصال بالعملاء، والذي يحرص التاجر على استمراره من قبل متجره، باستخدام أساليب متميزة في الطباعة أو الإعلان أو البيع، وقد يعمد التاجر إلى إذاعة أو الإعلان عن أمور مغايرة للحقيقة في سبيل جذب عملاء غيره<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يونس، المحل التجاري، ص 140-141.

<sup>2</sup> العليكي، عزيز، الوسيط في شرح التشريعات التجارية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2008م، ص 108.

<sup>3</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 496-497.

## المطلب الثاني: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في التنظيم الداخلي للمتجر

يكون الاعتداء على التنظيم الداخلي لمحله تجاري منافس من قبيل المنافسة غير المشروعة ؛ لأنه يهدف إلى تخلف المشروع عن سد حاجات العملاء، و صرفهم عن استمرار التعامل معه<sup>1</sup>.

فيعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة كل فعل يكون من شأنه الاعتداء على سير العمل وانتظامه في المتجر، ذلك أن التاجر يعتمد كثيراً على التنظيم الداخلي لمتجره في جذب زبائنه، و المحافظة عليهم، فهو يختار العمال والمستخدمين و الفنيين والطاقم الإداري وغيرهم من الذين يعتمد عليهم نشاط المتجر، وقد يترتب على اختلال هذا التنظيم اضطراب نشاط المتجر وانصراف زبائنه عنه،<sup>2</sup> ومن صور ذلك تحريض العمال أو الموظفين الذين يعتمد عليهم المشروع المنافس على ترك العمل في المحل، أو تحريضهم على الإضرار وإثارة الفوضى في المحل المنافس، وقد يكون التحريض عن طريق إغراء العمال بترك العمل لدى المحل الذي يعملون فيه، والتحاقهم بالعمل في المحل المنافس، بهدف الاستفادة من خبرتهم<sup>3</sup>، أو إغراء عامل ماهر كان يشتغل لدى مؤسسة منافسة واستخدامه لديه بقصد اجتذاب عملاء المؤسسة المنافسة، أو الوقوف على سر أعمالها.<sup>4</sup>

## المطلب الثالث: التنزيلات على البضائع وتخفيض أسعار البيع

المنافسة على خفض الأسعار لا تتسم بالندرة و لا بالتميز، ففي بعض الأحيان تنخفض الأسعار لأسباب اقتصادية منها انخفاض أسعار المواد الأولية، أو بسبب ظهور آلات حديثة تضاعف الإنتاج، وتقلل سعر التكلفة، وبالتالي ينخفض السعر.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> يونس، المحل التجاري، ص 142.

<sup>2</sup> كريم، مبادئ القانون التجاري، ص 238 / 239.

<sup>3</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 496.

<sup>4</sup> بو ذياب، مبادئ القانون التجاري، ص 179.

<sup>5</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 85.

فلا خلاف أن البيع بأسعار منخفضة في مواسم التصفية السنوية، أو خلال بعض المناسبات الدينية أو الوطنية، لا يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، ذلك لأن الغرض من البيع بسعر منخفض في مثل هذه الأحوال ليس المقصود منه إحداث خلل في السوق، ولكن التخلص من بعض السلع التي تحول عنها ذوق الجمهور... الخ، أما إذا كان تخفيض السعر بنسب كبيرة، وكان القصد منه إغراق السوق، وجذب العملاء ثم العودة إلى رفع السعر، فإن مثل هذا العمل يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>، وكذلك إذا تجاوز تخفيض الأسعار الحد المألوف في المنافسة المشروعة، كما إذا باع التاجر أقل من سعر التكلفة، أو بخسارة حتى إذا نجح في اجتذاب عملاء المحال التجارية الأخرى، وهدم تجارتهم يقوم برفع الأسعار بعد ذلك، أو أن يستمر التخفيض طوال العام، مع تعمله إلى نشر بعض الإعلانات التي تقارن أسعاره وأسعار منافسيه، فإن كل هذه الأعمال تعد صوراً من المنافسة غير المشروعة، حيث يهدف من ورائها هدم وتحطيم تجاره غيره بطريقة غير مباشرة، أما إذا اتفق التجار على حد أدنى للأسعار، ثم قام أحدهم بتخفيض السعر عن السعر الجبري، بهدف جذب العملاء، لا يعد ذلك منافسة غير مشروعة إذا كان هذا التخفيض عبارة عن التنازل عن التنازل عن جزء بسيط من الأرباح في صورة تخفيض بسيط عن السعر الجبري<sup>2</sup>.

وقد يلجأ المشروع التجاري إلى تخفيض أسعاره بأساليب متعددة بقصد جذب انتباه المستهلكين منها: توزيع وحدة مجانية - أو وحدات إضافية - في حالة شراء أكثر من وحدة (إضافة علبة عصير إلى علبتين يجري شراؤهما)، أو توزيع هدايا و عينات مجانية.. إلى غير ذلك من الأساليب التي تلجا إليها المشروعات لتنمية مبيعات المنتج في الأجل القصير، وتعظيم المكاسب، خاصة في ظل تجربة بيع منتج جديد والذي يعتبر التخفيض السعري المصاحب له من قبيل (تكلفة طرح) تتشابه مع تكاليف الإعلان والنشر، مع أن صناع هذه المنتجات لا يهدفون من ذلك الإحسان إلى البشرية، وإنما يأملون أن يحقق البيع اللاحق لهذه المنتجات مكاسب تغطي تكلفة الوحدات المجانية، ومن أمثلة ذلك أيضاً المضاربة غير المشروعة التي تحدث بورصة الأوراق المالية، فالمضارب هو الذي يتنبأ بارتفاع أو انخفاض الأسعار، وبناءً على ذلك يتعامل في السوق

<sup>1</sup> الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ص 88.

<sup>2</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 498.

بغرض الاستفادة من التذبذب الطبيعي للأسعار إذا فالمضاربة هي محاولة التنبؤ بسعر في المستقبل القريب للاستفادة من السعر في الوقت الحالي، أما إذا تدخل المضارب بأفعال من شأنها إحداث ارتفاع أو انخفاض مصطنع في الأسعار تصبح المضاربة غير مشروعة، أو تعد تلاعباً في الأسعار، لأنها اعتمدت على طرق احتيالية للتلاعب في الأسعار، وإحداث تموجات شديدة في حدودها القصوى بطريقة مفتعلة، بغرض الاستفادة من فروق الأسعار،<sup>1</sup> هذا ولأولي الأمر أن يسرعوا إلى توفير ما يحتاج إليه الناس إذا كان في هذا التسعير مصلحة وذلك إذا امتنع أرباب السلع عن بيعها مع حاجة الناس إليها إلا بزيادة على القيمة الأصلية المعروفة كما هو حال التجار الآن، و إذا علم أن أحداً يقوم بذلك، وجب التبليغ عنه للجهة المعنية، لأن هذا من قبيل الضرر الذي يجب أن يزال، ومن قبيل التعاون على البر و التقوى، ومن قبيل دفع الظلم، والسكوت على الظلم فيه عون للظالم على التماذي في ظلمه، والساكت عن الحق شيطان أخرس ولو رأى هؤلاء الظلمة من يقف ضدهم ما تمادوا في ظلمهم<sup>2</sup>.

وقد منع الإسلام أن يبيع البائع بسعر يقل عن سعر السوق، فقد روى الإمام مالك في الموطأ عن عمر بن الخطاب أنه مر بحاطب بن أبي بلتعة<sup>3</sup>، وهو يبيع زبيباً له في السوق، فقال له عمر: "إما أن تزيد في السعر و إما أن ترفع من سوقنا"<sup>4</sup>.

#### المطلب الرابع: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في السوق

وهي تعتبر من قبيل الأعمال غير المشروعة، لما تخلفه من أحداث واضطراب في سوق التجارة منها: انتحال أحد التجار لاسم وهمي أو لقب علمي ليس له أو الادعاء في إعلانات ينشرها بأن السلعة التي ينتجها فيها مواصفات على خلاف الواقع، أو يذكر أنه حاصل على جوائز أو نياشين أو ميداليات على خلاف الحقيقة، لأن مثل هذه الأفعال تؤدي إلى جذب الزبائن إليه على

<sup>1</sup> الغريب، الاحتكار والمنافسة غير مشروعة، ص 174 / 176.

<sup>2</sup> محرز، الحق في المنافسة المشروعة، ص 86.

<sup>3</sup> هو: حاطب بن أبي بلتعة، و يكنى أبا محمد، و هو من لخم، شهد بدرًا و أحدًا و الخندق و المشاهد كلها مع رسول الله صلى الله عليه وسلم، و بعثه رسول الله صلى الله عليه و سلم بكتاب إلى المقوقس صاحب الإسكندرية، مات بالمدينة سنة 30هـ، وهو ابن خمس و ستين، و صلى عليه عثمان - رضي الله عنه - . انظر: ابن سعد، أبا عبد الله محمد بن سعد بن منيع البصري الزهري، ت 230هـ، الطبقات الكبرى، دار صادر، بيروت، (بدون طبعة و لا سنة نشر)، (114/3).

<sup>4</sup> مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبجي، موطأ الإمام مالك، دار القلم، دمشق، 1413هـ، ص 651.

حساب التجار الآخرين، ويحصل أيضاً أحياناً أن يبالغ التاجر في المهارة التي يدعيها لنفسه كأن يدعي مثلاً بأنه أفضل من يتقن إنتاج سلعة معينة أو يدعي أن هذه السلع من أجود السلع، ومثل هذا الادعاء المبالغ فيه، لا يعد من الأعمال المنافسة غير مشروعة إلا إذا كان فيه تجاوز على تاجر آخر، كأن يدعي أنه أمهر من هذا التاجر، أو أن بضاعته أكثر جودة من بضاعته، ففي هذه الحالة يكون مرتكباً لعمل من الأعمال غير المشروعة،<sup>1</sup> وكذلك الاعتداء على براءات الاختراع، أو على أسرارها الصناعية التي يملك حق استثمارها<sup>2</sup>.

ومنها أيضاً لجوء التاجر إلى أساليب الغش و الخديعة لتضليل الزبائن بقصد تعريف بضاعته، كما لو نشر عن بضاعته أموراً غير حقيقية تتعلق بمكوناتها أو أوصافها أو خصائصها أو الادعاء بأنه حصل على جوائز وتقديرات تتعلق بإنتاجه و بضاعته بشكل يخالف الحقيقة<sup>3</sup>.

وكذلك تقليد الشكل الخارجي لمؤسسة منافسة، سواء من حيث لون الواجهة، أو زخرفة المكان أو طريقة العرض، أو ملابس المستخدمين، بشرط أن يتضمن التقليد العناصر الأصلية<sup>4</sup>.

ومن ذلك أن يقوم التاجر بنشر قائمة بالأسعار التي يبيع بها السلعة، و يعقد مقارنه بين هذه الأسعار و الأسعار التي يجري التعامل عليها في السوق، و ذلك حتى يصرف العملاء عن منافسيه و يجتذبهم إليه، إلى غير ذلك من الأعمال التي لا يقتصر أثرها على منافس معين بل يكون من شأنها إحداث الاضطراب العام في السوق<sup>5</sup>.

ومن المنافسة غير المشروعة أيضاً: مخالفة التاجر للاتفاقيات التي تبرم بينه و بين تاجر آخر، أو الاتفاقيات التي تبرم بين التجار أو بين أصحاب المصانع و التي يكون الهدف منها تجنب المنافسة غير المشروعة، و تنظيم التعامل التجاري بين التجار الذين يتعاملون بأعمال

---

<sup>1</sup> كريم، مبادئ القانون التجاري، ص 240.

<sup>2</sup> الفقى، القانون التجاري، ص 314.

<sup>3</sup> سامي، القانون التجاري، ص 95.

<sup>4</sup> بوذياب، مبادئ القانون التجاري، ص 178.

<sup>5</sup> يونس، المحل التجاري، ص 144 .



تجارية مماثلة أو مشابهة<sup>1</sup>، فمن المنافسة الغير مشروعة الاتفاق بين مجموعة من التجار لتمكين أحدهم - أو بعضهم - من الضرر بمنافسه، و اقتسام ما ينتج عن ذلك من عائد بينهم<sup>2</sup>.

مما سبق نخلص إلى أنه لا يمكن حصر الأفعال التي تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة، و ذلك بسبب تعدد الوسائل و الأساليب التي تهدف إلى استمالة الزبائن لشراء بضاعة دون أخرى، أو السعي إلى جذب الزبائن من متجر إلى آخر، بطرق ملتوية و غير مشروعة، فكل ما من شأنه الإضرار بالآخرين أو التحايل على الشرع، أو الوقوع تحت ما نهى عنه الشرع من غش واحتيال ونقض للعهود، فهو مما حرمه الشرع، و يعد من المنافسة غير المشروعة.

---

<sup>1</sup> سامي، القانون التجاري، ص 95.

<sup>2</sup> الغريب، الاحتكار و المنافسة غير المشروعة، ص 77.

## الفصل الثالث

# صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق

المبحث الأول: الاحتكار وأثره على السوق

المبحث الثاني: تلقي الركبان وأثره على السوق

المبحث الثالث: بيع الحاضر للبادي وأثره على السوق

المبحث الرابع: بيع النجش وأثره على السوق

المبحث الخامس: البيع على بيع أخيه وأثره على السوق

المبحث السادس: السوم على سوم أخية وأثره على السوق

## الفصل الثالث

### صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام و أثرها على السوق

هناك صور كثيرة من البيوع التي نهت عنها الشريعة ؛ لما لها من أثر بالغ على السوق من نواح كثيرة: اقتصادية، و اجتماعية، وأخلاقية، بالإضافة إلى أن ممارسة مثل هذه البيوع يؤثر في المنافسة التجارية، ويعد من المنافسة غير المشروعة التي نهى عنها الشرع، و في هذا الفصل يتم التعريف بخمسة منها.

### المبحث الأول

#### الاحتكار وأثره على السوق

وفيه نتعرف على معنى الاحتكار في اللغة و الاصطلاح، و شروط الاحتكار، و حكمه، مستدلين بالنصوص الشرعية الواردة فيه، و كذلك أثره على السوق، و الله الموفق.

**مقدمة:** حارب الإسلام الاحتكار حرباً لا هوادة فيها، و أنكر على كل محتكر صنيعه، فليس من المسلمين في شيء ذلك الذي يمنع الناس أقواتهم، ويشيع في صفوفهم الذعر على لقمة العيش، ليحصل على كسب حرام يزيد من ثروته الخاصة<sup>1</sup>.

فالإسلام يقر الملكية الفردية، لكنه لا يجعلها مطلقة، بل يجعل منها وظيفة اجتماعية، بحيث يعود نفعها إليه، و إلى المجتمع الذي يعيش فيه، و سبب ذلك أن الله تعالى بين في كتابه العزيز أنه المالك لكل شيء، يقول سبحانه: ﴿لِلَّهِ الْمَالُ كُلُّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ عَلِيمٌ﴾<sup>2</sup>.

ويقول سبحانه أيضاً: ﴿وَلِلَّهِ الْمَالُ كُلُّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ عَلِيمٌ﴾<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عفيفي، الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه، ص 90.

<sup>2</sup> سورة المائدة، أية 17.

<sup>3</sup> سورة المائدة، أية 120.

## المطلب الأول: تعريف الاحتكار

أولاً: **الاحتكار في اللغة:** " أصل الحكرة: الجمع والإمساك. وحكره يحكره حكراً: ظلمه وتقصه وأساء معاشرته"<sup>1</sup>. وقال الجواهري: "احتكار الطعام: جمعه وحبسه يترصص به الغلاء"<sup>2</sup>، "والحَكْرُ: اللجاجة، والعسر، والاستبداد بالشيء: أي الاستقلال به"<sup>3</sup> ويأتي الحكر أيضاً بمعنى: الإضرار، والجمع والتكثير.<sup>4</sup> " والحكر -بفتح الحاء وفتح الكاف وإسكانها-: هو الغلاء"<sup>5</sup>. ومن هنا نلاحظ أن المعنى اللغوي للاحتكار يحمل معانٍ متقاربة تدور حول الجمع والادخار والإمساك والاستبداد بالشيء؛ للإضرار بالآخرين وظلمهم.

ثانياً: **الاحتكار في الاصطلاح هو:** " حبس الطعام للغلاء " <sup>6</sup>. " فالمحتكر: هو الذي يعمد إلى شراء ما يحتاج إليه الناس من الطعام، فيحبسه عنهم ويريد إغلاءه عليهم، وهو ظالم للخلق المشتريين "<sup>7</sup>. وهذا من الإضرار بالناس وظلمهم. وهذه بعض تعريفات الفقهاء للاحتكار:

**عند الحنفية:** الاحتكار: هو حبس الأقوات للغلاء<sup>8</sup>، وهناك تعريف آخر لهم: إشتراء الطعام ونحوه، وحبسه إلى الغلاء أربعين يوماً<sup>9</sup>.

**عند المالكية:** " الادخار للمبيع، وطلب الريح بتقليب الأسعار، أما الادخار للقوت فليس من باب الاحتكار"<sup>10</sup>.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، (208/4). الخطابي، حمد بن محمد بن إبراهيم البستي، غريب الحديث، تحقيق: عبد الكريم العزباوي، جامعة أم القرى، مكة، (136/2).

<sup>2</sup> الرازي، مختار الصحاح، مادة حكر، (635/2).

<sup>3</sup> الزبيدي، تاج العروس، (72/11).

<sup>4</sup> انظر، السعدي، أبو القاسم علي بن جعفر، الأفعال، ط1، عالم الكتب، بيروت، 1983م، (225/1).

<sup>5</sup> النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، تحرير ألفاظ التنبيه، ط1، دار القلم، دمشق، 1408م، (186/1).

<sup>6</sup> الجرجاني، التعريفات، (26/1).

<sup>7</sup> ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس بن عبد الحلیم الحراني، (ت: 728هـ)، مجموع الفتاوي، تحقيق: أنور الباز. عامر الجزائر، دار الوفاء، (75/28).

<sup>8</sup> البابرتي، محمد بن محمد، (ت: 786هـ)، العناية شرح الهداية، (126/8)، بلا دار نشر أو طبعة.

<sup>9</sup> ابن عابدين، الحاشية، (398/6).

<sup>10</sup> مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، المدونة الكبرى، دار صادر، بيروت، (291/10).

**عند الشافعية:** الاحتكار: " أن يشتري الأقوات وقت الغلاء - والعبرة فيه للعرف - ويبيعه بأكثر من ثمنه، للتضييق حينئذ،<sup>1</sup> وهو أن يشتري الطعام في وقت الغلاء ولا يدعه للضعفاء، ويحبسه ليبيعه بأكثر عند اشتداد الحاجة"<sup>2</sup>.

**عند الحنابلة:** الاحتكار المحرم هو ما اجتمع فيه ثلاثة شروط:

يقول ابن قدامة: " الاحتكار المحرم ما اجتمع فيه ثلاثة شروط:

**أحدها:** أن يشتري، فلو جلب شيئاً، أو أدخل من غلته شيئاً فادخره، لم يكن محتكراً...

**الثاني:** أن يكون المشتري قوتاً، فأما الإدام و الحلواء و العسل و الزيت و أعلاف البهائم فليس فيها احتكار محرم....

**الثالث:** يكون في بلد يضيق بأهله الاحتكار، كالحرمين و الثغور"<sup>3</sup>.

ويلاحظ أن التعريف الفقهي يراعي مقصد الشريعة الإسلامية من منع الاحتكار بمختلف صورته، ألا و هو رفع الظلم و الضرر الذي يلحق بالناس بسبب المعاملات الاحتكارية، ولكن هناك بعض الحالات التي تعد من وجهة النظر الاقتصادية احتكاراً لا ينطبق عليها التعريف الفقهي، فالمفهوم الإسلامي يهتم بالضرر أو بالآثار السلبية التي تتجم فعلاً عن هذا التحكم وليس المحتمل حدوثها ؛ فالمفهوم الوضعي يتمركز حول الانفراد بالسوق و التحكم في العرض والطلب دون انتظار عواقبه، أما المفهوم الإسلامي فيتسم بالبساطة و يذهب مباشرة إلى علاج المشكلة وهو منع الضرر من منبعه، و عدم السماح بالإضرار بالآخرين<sup>4</sup>.

### **المطلب الثاني: حكم الاحتكار**

يدور حكم الاحتكار عند الفقهاء بين التحريم و الكراهة، و لهم في ذلك قولان:

<sup>1</sup> البجيرمي، سليمان بن عمر بن محمد، حاشية البجيرمي، المكتبة الإسلامية، تركيا، (225/2).

<sup>2</sup> النووي، روضة الطالبين و عمدة المفتين، المكتب الإسلامي، بيروت، 1405هـ، (411/3).

<sup>3</sup> ابن قدامة، المغني، (154/4). انظر أيضاً: الجصاص، مختصر اختلاف العلماء، (414/1).

<sup>4</sup> زكي، لينا حسن، قانون حماية المنافسة و منع الاحتكار، 2005م، ص 36.

**القول الأول:** الاحتكار حرام، وذهب إلى ذلك الحنفية<sup>1</sup> و المالكية<sup>2</sup>، و جمهور الشافعية<sup>3</sup>،  
والحنابلة<sup>4</sup>.

**أدلتهم:** استدل أصحاب هذا القول على تحريم الاحتكار بالكتاب و السنة:

**أولاً: القرآن الكريم:** جاء القرآن الكريم بأحكام عامة و قواعد كلية، منها تحريم الظلم، و تحريم كل ما  
يضر الناس و يؤدي بهم إلى الحرج و المشقة و التهلكة، منها ما أورده القرطبي في تفسيره للآية  
الكريمة: (﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْتَسِرُ مِنْ شَيْءٍ مِمَّا كَفَرَ لَكُمْ فِي زِينَتِكُمْ وَالْجَارِيسَاتِكُمْ وَالْأَسْنَانِ وَالْأَسْنَانِ وَالْأَسْنَانِ﴾)<sup>5</sup>، أن المراد هو تحريم الاحتكار<sup>6</sup>.

**ثانياً: السنة النبوية:** تناولت السنة النبوية الشريفة مدلول الاحتكار في عديد من الأحاديث منها:

1- و قال أيضاً: " لا يحتكر إلا خاطئ"<sup>7</sup>.

2- وقال أيضاً: "من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حقاً على الله أن يقعه  
بعظم جهنم رأسه أسفله"<sup>8</sup>.

3- و قال - صلى الله عليه و سلم -: " بئس العبد المحتكر، إن سمع برخص ساءه، و إن سمع  
بغلاء فرح"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> البابرّي، العناية في شرح الهداية، ص 110.

<sup>2</sup> الخطاب، مواهب الجليل لشرح مختصر خليل، (228/4).

<sup>3</sup> الشيرازي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف، المهذب في فقه الإمام الشافعي، دار الفكر، بيروت، (229/1).

<sup>4</sup> ابن قدامة، المغني، (153/4).

<sup>5</sup> سورة الحج، آية 25.

<sup>6</sup> القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري، الجامع لأحكام القرآن الكريم، دار الشعب، القاهرة، (35/12).

<sup>7</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: المساقاة، باب: تحريم الاحتكار في الأقوات، حديث رقم: (1605)، (1228/3)

<sup>8</sup> أحمد، المسند، كتاب: أول مسند البصريين، حديث رقم: (20328)، (27/5). قال الألباني: ضعيف، انظر: الألباني، غاية  
المرام، (197/1).

**القول الثاني:** الاحتكار مكروه: و به قال بعض الشافعية<sup>2</sup>.

**أدلتهم:** استدل هذا الفريق بما يأتي:

**أولاً:** ردوا على الروايات التي وردت بأنها قاصرة من حيث السند و الدلالة ؛ لاختلافها في تعداد ما يجري في الاحتكار، فمرة يكون عدده أربعة و أخرى خمسة وفي بعض الروايات ستة، وفيها حديث "من دخل في شيء من أسعار المسلمين.." وهو حديث ضعيف.

**ثانياً:** قالوا أن الناس مسلطين على أموالهم و هم يملكون تصرفاتهم.

**ثالثاً:** إشعار بعض الصحابة بالجواز محمول على الكراهة، و الأخبار الأخرى لا تستلزم التحريم<sup>3</sup>.

**القول الرابع:** و القول الرابع هو القول بالتحريم، و ذلك لما يأتي:

**أولاً:** إن الاحتكار من شأنه تحقيق مصلحة فردية، و أنه من المقرر أنه إذا تعارضت مصلحة الفرد مع مصلحة الجماعة، يقدم الفقهاء مصلحة الجماعة على الفرد، كما هو واضح في القرآن والسنة و القواعد العامة، أن كل ما يكون سبباً في إحداث الضرر العام فإنه يكون محرماً قطعاً، والضرر يتقرر و جوب دفعه.

**ثانياً:** إن ارتفاع الأسعار والحد من زيادة الإنتاج، و تأخر الصناعة، و تحكم المحتكر في السعر، تدل على أن الاحتكار ظلم للناس، وضرر بهم، و يجب إزالة الضرر<sup>4</sup>؛ لقوله - صلى الله عليه

---

<sup>1</sup> الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب أبو القاسم(ت: 360)، **مسند الشاميين**، تحقيق: حمدي عبد العزيز، ط1، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1405هـ(232/1). فيه خالد بن معدان كان يرسل عن معاذ بن جبل، انظر: ابن حجر، أحمد بن علي العسقلاني، **تهذيب التهذيب**، ط1، بيروت دار الفكر، 1404هـ،(102/3).

<sup>2</sup> الشيرازي، **المهذب**، (292/1).

<sup>3</sup> عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 108-109.

<sup>4</sup> عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 110.

وسلم - " لا ضرر ولا ضرار " <sup>1</sup>، وكذلك القاعدة الفقهية: "الضرر يزال" <sup>2</sup>، ولقول أبي يوسف <sup>3</sup>: "كل ما أضر بالناس حبسه فهو احتكار" <sup>4</sup>.

### المطلب الثالث: حكمة النهي عن الاحتكار وتحريمه

حرمت الشريعة الإسلامية احتكار الأشياء حتى لا يقع الضرر بالناس، و مادام الحكم معللاً بعلّة فلا يصح أن يعدل عن سر التشريع في بعض الأمور و يؤخذ به في أمور أخرى، فمن المضارة أن تحجز السلع من الثياب و الأدوية، أو أي شيء غير ذلك مما يحتاجه الناس ويتضررون من حبسه عنهم في حياتهم <sup>5</sup>، فالفقه الإسلامي متفق على تحريم مبدأ الاحتكار، والإسلام إذ ينهى عنه إنما يريد أن يدعو إلى التصرف السريع في السلع تيسيراً على المحتاجين، واقتناعاً بما تيسر من الربح، وتضحياً في سبيل مصلحة الجماعة، فالاحتكار يعتبر مانعاً من تبادل الثروة، ووسيلةً من وسائل السيطرة والاستغلال، و الإسلام حرم طرائق الكسب غير المشروع، عملاً بالقاعدة الفقهية التي تخضع لها جميع المعاملات وهي قوله - صلى الله عليه وسلم -: "لا ضرر ولا ضرار" <sup>6</sup>، والاحتكار فيه إضرار بالمستهلكين، وقد نهى الإسلام عن الكسب الخبيث الحرام الذي يتناقض مع التجارة عن تراض، ونهى عن الاعتداء، وأمر بالتعامل العادل <sup>7</sup>، و لهذا فإنه لو احتكر إنسان شيئاً، واضطر الناس إليه، و لم يجدوا غيره، أجبر على بيعه؛ دفعاً للضرر عن الناس، و تعاوناً على حصول العيش <sup>8</sup>.

<sup>1</sup> سبق تخريجه ص72.

<sup>2</sup> هي القاعدة الثانية من قواعد الأصول المسوقة بشأن الضرر من حظر إيقاعه ووجوب إزالته بعد الوقوع، انظر: الزرقا، شرح القواعد الفقهية، ص179.

<sup>3</sup> هو: الإمام العلامة يعقوب بن إبراهيم الأنصاري الكوفي، (ت: 182هـ)، فقيه العراقي، صاحب أبي حنيفة، سمع هشام بن عروة، وأبا اسحاق الشيباني وغيرهما، نشأ في طلب العلم، قال عنه يحيى بن معين: ليس في أصحاب الرأي أكثر حديثاً ولا أثبت من أبي يوسف، انظر: الذهبي، تذكرة الحفاظ، (1/214).

<sup>4</sup> السرخسي، المبسوط، (13/78).

<sup>5</sup> عفيفي، الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه، ص 149.

<sup>6</sup> سبق تخريجه، ص73.

<sup>7</sup> عفيفي، الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه، ص 107-108.

<sup>8</sup> الخطاب، مواهب الجليل، (4/228)



وفي هذا يقول د. وهبة الزحيلي<sup>1</sup>: "و أما الاحتكار فقد حرمه الإسلام تحريماً عاماً في كل ما يضر بالناس حبسه و منعه، و بخاصة السلع الغذائية، و ضرورات الناس الاستهلاكية، والسبب في تحريم الاحتكار أمر واضح، و هو منع استغلال المحتكر للمستهلكين بمغالاته في الثمن و منع السلعة أحياناً من السوق.

ومن الأمثلة الحديثة التي يلجأ إليها المحتكرون في هذا العصر، إتلافهم لفائض إنتاجهم، وقذف كميات هائلة من محصولهم في البحار و المحيطات؛ سعياً إلى رفع أسعارهم، وإلى اختلاق الأزمات والقلاقل والבלابل في المجتمعات التي تحتاج إلى تلك السلع، فهذا السلوك الاحتكاري الحديث تقف وراءه الأنانية البغيضة، والجشع المهين، وتقديم المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، وذلك بقصد التمكن من فرض السعر الذي يروق لهم، ولا يهمهم من قريب أو بعيد ضرر المجتمع الإنساني من جراء هذه الفعلة الشنيعة، ولهذا فحريّ بمن كان هذا وصفه، وكانت تلك خصلته أن يكون طريداً مبعداً من رحمة الله وعطفه، في الدنيا والآخرة<sup>2</sup>.

#### المطلب الرابع: علاقة الاحتكار بالمنافسة غير المشروعة

ترتبط المنافسة غير المشروعة ارتباطاً وثيقاً بالاحتكار، هذا بالرغم من أن المنافسة الحرة المشروعة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الاحتكار، وذلك عندما يتفوق التاجر المحتكر على منافسيه وينصرف العملاء إليه، إما بسبب كفاءته أو حسن إدارته، ومع ذلك يجب منع التاجر من الوصول إلى مركز احتكاري بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، فهو عمل له مردودات اقتصادية واجتماعية لا تحمد عقباها ومن المسلمّ به أن الاحتكار غير محظور لذاته، بل قد يكون الاحتكار أمراً لا مفر منه في حالة الاحتكار الطبيعي، أي عندما لا يستوعب السوق إلا تاجراً واحداً، لذا فإن المحظور هو الوصول إلى المركز الاحتكاري عن طريق القيام بأعمال تعد من أعمال المنافسة غير المشروعة، و تتمثل أعمال المنافسة غير المشروعة في مخالفة العادات

<sup>1</sup> الزحيلي، وهبة، الفقه الإسلامي و أدلته، دار الفكر، بيروت، (4982/7-4983).

<sup>2</sup> سانو، قطب مصطفى، الاستثمار أحكامه وضوابطه في الفقه الإسلامي، ط، دار النفائس، الأردن، 1420هـ، ص183.

التجارية، أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات<sup>1</sup>، بالرغم من أن الاحتكارات تعمل بصورة عامة على رفع أسعارها، إلا أنها تلجأ أحياناً إلى تخفيض أسعارها، وقد تنزل بها إلى ما دون التكلفة من أجل القضاء على المشروعات الأخرى، فمثلاً في بداية عام 1961م قامت ثلاث شركات لإنتاج السكر في إيطاليا بتخفيض أسعارها بنسبة 12-13%، مما أدى إلى إفلاس مصانع السكر الصغيرة، وفي آذار من نفس العام عادت هذه الشركات و رفعت سعر السكر و بنسبة 25%، أي أعلى من مستواه السابق فعاودت ربحها أضعافاً مضاعفة بعد أن قضت على منافسيها<sup>2</sup>.

فمثل هذا الخطر أصبح واضحاً جداً للعيان، و أصبح الجميع يعرف كيف تغلغل الاحتكار في أكثر ميادين الإنتاج العالمي، و كيف تحالف المحتكرون مع زملائهم في أنحاء البلاد، ونجحوا في تحديد الأسعار التي تؤتيهم الربح الفاحش، فقد خلقوا الأزمات و تأمروا على بخس أثمان المواد الخام التي تنتجها البلاد المتنامية، و أنزلوا الأضرار الجسيمة بها<sup>3</sup>.

#### المطلب الخامس: شروط الاحتكار المحرم

تبين لنا مما تقدم من تعريفات للاحتكار، ومن الأدلة الشرعية على حرمة، أن الاحتكار المحظور هو ما يترتب عليه تحقق الظلم و الإضرار بالناس، وأن اختلفت الأساليب والعبارات في الأدلة الناهية، والتعاريف المبينة لحقيقته، وفيما يلي الشروط اللازمة لتحقيق الاحتكار المحرم وهي ستة شروط<sup>4</sup>:

أولاً: أن يتم الحبس انتظاراً للغلاء.

ثانياً: أن يكون الاحتكار في وقت الحاجة.

<sup>1</sup> الغريب، الاحتكار و المنافسة غير المشروعة، ص 135-137.

<sup>2</sup> عفيفي، الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه، ص 34.

<sup>3</sup> الساهي، المال و طرق استثماره في الإسلام، ط1، 1981م، ص 102.

<sup>4</sup> انظر: ابن نجيم، البحر الرائق (229/8)، ابن عابدين، الحاشية، (399/6)، ابن قدامة، المغني، (244/4)، الدمياطي، أبو بكر بن السيد محمد شطا، إغاثة الطالبين، دار الفكر، بيروت، (25/3).

ثالثاً: أن يكون الشيء المحنكر فاضلاً عن الكفاية.

رابعاً: أن يكون الشيء المحنكر مشتركاً.

خامساً: أن يكون الشيء المحنكر قوتاً.

سادساً: أن يكون للاحتكار مدة محدودة.

**وعليه فليس من الاحتكار ما يأتي<sup>1</sup>:**

\* ادخار الفلاح و الجالب الذي ينتج السلعة و لا يشتريها من السوق.

\* شراء السلعة في وقت الرخص و ادخارها.

\* شراء السلعة وقت الغلاء للقوت و الحاجة إليها، لا للتجارة و الربح فيها.

\* شراء السلعة وقت الغلاء لتباع في حينها.

**المطلب السادس: وسائل علاج الاحتكار**

علاج الإسلام للاحتكار بوسائل مختلفة منها:

**أولاً: تحريم ولعن المتكسبين به،** فقال رسول الله - صلى الله عليه و سلم -:" بنس العبد المحنكر

أن سمع برخص ساءه،و إن سمع بغلاء فرح"<sup>2</sup>.

**ثانياً: أسلوب الترغيب و التهيب،** فلقد رغب الإسلام في التصرف السريع للسلع، تيسيراً على

المحتاجين، واقتناعاً بما تيسر من الربح، وتضحية في سبيل مصلحة الجماعة، وكذلك رغب

الإسلام للتجار التمسك بالصدق والأمانة، وفي هذا يقول رسول الرحمة - صلى الله عليه وسلم:

<sup>1</sup> الغرياني،الصادق عبد الرحمن، أحكام المعاملات المالية في الفقه الإسلامي، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، ص

137.

<sup>2</sup> سبق تخريجه، ص118.

"التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين"<sup>1</sup>، والإسلام عالج الاحتكار بالترهيب والوعيد أيضاً، كما جاء في الحديث الشريف "من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله بالجذام والإفلاس"<sup>2</sup>.

ثالثاً: **جبر المحتكر على البيع**: اتفق الحنابلة<sup>3</sup>، والمالكية<sup>4</sup>، والحنفية<sup>5</sup>، على أن للحاكم جبر المحتكر على البيع، وذلك لما في الاحتكار من وقوع ضرر بعمامة الناس، ودفعاً لذلك للضرر العام، حيث يقول ابن تيمية: "لهذا كان لولي الأمر أن يكره الناس على بيع ما عندهم بقيمة المثل عند ضرورة الناس"<sup>6</sup>.

رابعاً: **سيطرة الحاكم على المال المحتكر**: فإذا خاف الإمام الهلاك على أهل مصر، أخذ الطعام من المحتكرين و فرقه عليهم، لأنهم اضطروا إليه<sup>7</sup>، كما أنه لا بد لولي الأمر من القيام بدوره في نهي المحتكرين و حبسهم و تعزيزهم في حالة عودتهم للاحتكار دفعاً للضرر عن الناس<sup>8</sup>.

خامساً: **تشجيع المنافسة**: والتعامل الحر النزيه بين الباعة والمشتريين، و إن ذلك من شأنه تحقيق استخدام الموارد الاقتصادية أفضل استخدام، والمساهمة في الاستقرار الاقتصادي، كما يجب مقاطعة سلع المحتكرين والإعراض عنهم حتى يقل الإقبال عليهم، فيضطرون إلى تخفيض الثمن و البيع بالسعر المعتدل، وفي المقابل تكثير الجلب، وتشجيع الدولة له، بتقديمها كافة التسهيلات للتجار والباعة<sup>9</sup>.

<sup>1</sup> سبق تخريجه، ص 19.

<sup>2</sup> البخاري، التاريخ الكبير، تحقيق: همام الندوي، دار الفكر، بيروت، (217/8). الترمذي، سنن الترمذي، كتاب، البيوع، (515/3) حديث رقم (1209).

<sup>3</sup> ابن تيمية، أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم، الحسبة في الإسلام، المكتبة السلفية، القاهرة، 1980م، (144/28).

<sup>4</sup> الخرشبي، شرح مختصر سيدي خليل، دار الفكر، بيروت، (196/2).

<sup>5</sup> الشرواني، عبد الحميد، حواشي الشرواني، دار الفكر، بيروت، (318/4).

<sup>6</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 22.

<sup>7</sup> الكاساني، بدائع الصنائع، (129/5).

<sup>8</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 83.

<sup>9</sup> عبده، موفق، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي، ط1، مجدلاوي، الأردن، 2002م، ص 211.

## المطلب السابع: أضرار الاحتكار وأثره على السوق

### أولاً: أضرار الاحتكار:

إن المنافسة الكاملة تمكن المستهلك من أن يشتري المنتج من أي بائع يختاره، فالمنافسة بين البائعين تؤدي دائماً إلى حماية المستهلك من السلوك التحكيمي للبائع الفرد، أما في حالة الاحتكار، فليس أمام المستهلك أي اختيار سوى الشراء من المحتكر أو عدم الشراء إطلاقاً، بالإضافة إلى الحد من الاختيارات المتاحة للمستهلك والذي يؤدي إلى كبح الابتكار والتجديد الإبداع، لأن المحتكر لا يخشى أية منافسة من الآخرين، كما أنه يؤدي إلى عدم الاستغلال الكامل للطاقة الإنتاجية، حرصاً من المحتكر على تجميد العرض، وتثبيتته حتى لا ينخفض السعر، كما يؤدي الاحتكار إلى تخصيص غير كفاء للموارد الاقتصادية، فالمحتكر يبذل كل جهده للتدخل في السياسات الاقتصادية التي تتعارض مع أهدافه في تحقيق أقصى ربح، سواء في وضع حدود للأسعار أو رفع أجور العمال<sup>1</sup>.

إن استثمار الأموال عن طريق شراء السلع وحبسها بقصد إغلاء أسعارها مخالف للمبدأ الإسلامي الذي يرى في النقود والأموال بصنوفها وسائل للتبادل والتداول لا ينبغي عليها أن تكتنز أو يحتفظ بها، وإنما يجب أن تكون في حركة مستمرة، وتداول دائم، وليس من شك في أن الذي يحتكر سلعة يخرج النقود عن هذه الوظيفة الأساسية التي جعلت من أجلها، بالإضافة إلى أن المحتكر مكروه من قبل أفراد المجتمع الذين يتضررون بسبب هذا الاحتكار؛ مما يوغر في صدورهم ويورثهم الضغائن والأحقاد والكراهية له وللمتعاملين معه<sup>2</sup>.

وإذا ما نظرنا إلى طبيعة الضرر الذي يلحق بالمجتمع من جراء الاحتكار، فهو ليس مقتصرًا على حرمان التملك الذي يلحق بعض الأفراد، بل يشمل كذلك على حرمان الكثير من ممارسة العمل؛ لانحصار الثروة بين الفئة المحتكرة، أو لاقْتِصَار العمل على من هو ضمن هذه

<sup>1</sup> الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، ص132-133، "علماً بأنني لم أعر على المرجع الأصلي".

<sup>2</sup> سانو، الاستثمار أحكامه و ضوابطه في الفقه الإسلامي، ص 180.

الفئة، و من هنا تعتبر عملية الاحتكار عملية لإنماء البطالة و نشرها بين أفراد المجتمع، و ينتج عنها بالتالي شيوع الفقر و الحرمان و الطبقة<sup>1</sup>.

### ثانياً: أثر الاحتكار على السوق:

يتلخص أثر الاحتكار على السوق بما يلي:

أولاً: إهدار حرية التجارة و الصناعة، حيث يتحكم المحتكر في السوق، و يفرض ما يشاء من أسعار و يحدد ما يباع من كميات.

ثانياً: قتل روح المنافسة البناءة، فيكون ذلك سبباً في عدم إتقان و تحسين و تطوير المنتجات.

ثالثاً: الإضرار بالآخرين، فيتكلف الناس فوق طاقتهم.

رابعاً: إتلاف فائض الإنتاج لرفع الأسعار، كما حدث في أمريكا عندما أُحرقت الأطنان من البن و القمح و الذرة، بينما كان الملايين لا يجدون حاجتهم، و كذلك أيضاً إعدام الفاكهة في السوق الأوروبية المشتركة، لكي يصلوا إلى رفع الأسعار و احتكار السلع بطريقة جشعة سعياً وراء الكسب الحرام، و الاتجار في آلام البشر، و بذلك يزداد الغني غنيً، و الفقير فقراً<sup>2</sup>.

خامساً: أن الاحتكار سبب رئيس من أسباب الشراء الفاحش، إضافة إلى كونه سبباً إلى الكسب غير المشروع، حيث يحصل المحتكر على المال دونما عمل أو جهد إلا أنه ينتظر ريثما تحين الفرصة الملحة المتمثلة بحاجات الناس للأقوات أو غيرها.

سادساً: إن الاحتكار يعمل على عدم استجابة المحتكرين لطلبات المستهلكين الاستجابة الكافية، كما عليه الحال في المنافسة، لذا فإن الاحتكار يعني عدم إمكانية إشباع احتياجات المجتمع بالدرجة المطلوبة و الممكنة اقتصادياً.

<sup>1</sup> القضاة، مصطفى مفلح، إصلاح المال، ط 1، 1990م، دار الوفاء، المنصورة، ص 113.

<sup>2</sup> الأودن، تسويق الشهرة التجارية، ص 223-224.

**سابعاً:** إن عملية الاحتكار لا تعمل على الابتكار و التجديد في الفن الإنتاجي، و هذا بخلاف حالة المنافسة، حيث أن المحتكر قد يلجأ إلى إهلاك جزء من منتجاته حتى لا ينخفض الثمن نتيجة لزيادة العرض، و الشواهد على هذا الوضع واضحة<sup>1</sup>.

**ثامناً:** أن الاحتكار يفسد بدرجة كبيرة السريان الطبيعي لقانون العرض و الطلب، الذي من خلاله يتم تقدير أثمان السلع تلقائياً دون عوائق<sup>2</sup>.

**تاسعاً:** يؤدي الاحتكار إلى عدم استقرار المجتمع اجتماعياً و اقتصادياً، الأمر الذي يخل بالأهداف التي يبتغيها الشرع الحنيف من وراء العملية الاستثمارية ألا و هي عمارة الأرض في الإطار العام لها، و عمارة المجتمعات من الناحية الإنسانية و الأخلاقية في إطارها الخاص<sup>3</sup>.

**عاشراً:** يسد الاحتكار أبواب الفرص أمام الآخرين ليعملوا و يرتزقوا، و يساهموا في العمليات الإنتاجية، بل و يحيل الاحتكار التعامل في الأسواق إلى عمليات اختلاس و انتهاب و غصب و انتهاز للفرص<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 81.

<sup>2</sup> عبد القادر، علي حسن، دراسات في الاقتصاد و المعاملات المعاصرة، دار المال الإسلامي، القاهرة، 1981م، ص 41.

<sup>3</sup> عبد اللطيف، أحمد عبد الموجود، محددات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2010م، ص 102.

<sup>4</sup> عناية، غازي، ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي، دار النفائس، بيروت، 1992م، ص 61.

## المبحث الثاني

### تلقي الركبان وأثره على السوق

المطلب الأول: معنى تلقي الركبان لغةً واصطلاحاً

أولاً: معناه لغةً: " التلقي: الاستقبال"<sup>1</sup>، و منه قوله تعالى: ﴿لَقَدْ أَخَذَ لَكُم مِّنَ النَّارِ لَهَّابًا﴾

﴿لَقَدْ أَخَذَ لَكُم مِّنَ النَّارِ لَهَّابًا﴾

﴿لَقَدْ أَخَذَ لَكُم مِّنَ النَّارِ لَهَّابًا﴾

﴿لَقَدْ أَخَذَ لَكُم مِّنَ النَّارِ لَهَّابًا﴾

" و تلقاه منه:أخذه منه"<sup>3</sup>، " ومنه ملاقي الأجفان: حيث تلتقي"<sup>4</sup>.

أما معنى الركبان: فهو جمع راكب، وهو اسم جمع واحده راكب، و الركب: الإبل، والمراد هنا: القادمون من السفر<sup>5</sup>، و المقصود بهم:"هم الذين يجلبون الطعام إلى البلد قبل أن يعرفوا السعر في هذا المكان"<sup>6</sup>.

ثانياً: معناه اصطلاحاً:

تلقي الركبان: " هو استقبالهم لايتباع ما يحملونه إلى البلد قبل أن يقدموا الأسواق"<sup>7</sup>.

وفي كشف المشكل: " أن يشتري منهم و لا يعرفون سعر البلد، فيبيعون مغترين"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الأزهرى، أبو منصور محمد بن أحمد، تهذيب اللغة، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي، ط1، 2001م، (228/9).

<sup>2</sup> سورة فصلت، آية رقم 35.

<sup>3</sup> الزبيدي، تاج العروس، (477/39).

<sup>4</sup> الزمخشري، أساس البلاغة،(571/1).

<sup>5</sup> البعلبي، أبو عبد الله محمد بن أبي الفتح، المطلع على أبواب المقنع، تحقيق: محمد بشير الأدلبي، المكتب الإسلامي، بيروت، 1981م،(235/1).

<sup>6</sup> الصنعاني، سبل السلام،(21/3).

<sup>7</sup> العيني، عمدة القارئ، (284/11).



وفي التنبيه: " هو أن يلقى القافلة، فيخبرهم بكساد ما معهم ليغبنهم فيه، فإن قدموا و بان لهم الغبن كان لهم الخيار "2.

### المطلب الثاني: صورة تلقي الركبان

لتلقي الركبان عند الحنفية صورتان:

**الأولى:** أن يتلقاهم المشترون للطعام منهم في سنة حاجة، ليبيعوه من أهل البلد بزيادة.

**الثانية:** أن يشتري منهم بأرخص من سعر البلد، وهم لا يعلمون بالسعر<sup>3</sup>، فإن تلقوا واشتري منهم فهم بالخيار إذا دخلوا السوق و عرفوا أنهم غبنوا، فإن أحبوا أن يفسخوا البيع فسخوا<sup>4</sup>.

### المطلب الثالث: شروط تلقي الركبان

يشترط لتحريم التلقي شروط منها<sup>5</sup>:

**أولاً:** أن يعلم النهي عن التلقي، ولو لم يقصد التلقي، كأن يكون خرج لشغل أو عمل.

**ثانياً:** أن يكذب المتلقي في سعر البلد، ويشتري منهم بأقل من ثمن المثل.

لذا حرمت الشريعة الإسلامية على التجار أن يخرجوا إلى خارج المدينة ليتلقوا السلع القادمة من القرى أو البادية قبل دخولها الأسواق، منعاً لاحتكارها والتحكم في أسعارها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ابن الجوزي، أبو الفرج عبد الرحمن، كشف المشكل من حديث الصحيحين، تحقيق، علي حسين البواب، دار الوطن، الرياض، 1997م، (298/1).

<sup>2</sup> الفيروز آبادي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي الشيرازي، التنبيه في الفقه الشافعي، ط1، تحقيق: عماد الدين حيدر، عالم الكتب، بيروت، 1402هـ، (96/1).

<sup>3</sup> انظر، ابن عابدين، حاشية رد المحتار شرح تنوير الأبصار، (102/5). و الشيخ نظام و آخرون، الفتاوي الهندية، (211/3).

<sup>4</sup> السالوس، علي أحمد، فقه البيع و الاستيثاق و التطبيق المعاصر، ط1، مؤسسة الريان، بيروت، 2003م، (206/1). النمري، أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد، (ت:463)، الكافي في فقه أهل المدينة، ط2، تحقيق: محمد محمد الموريتاني، مكتبة الرياض، السعودية، 1400هـ، (822/2)، النووي، منهاج الطالبين (46/1).

<sup>5</sup> انظر: النووي، أبو زكريا، روضة الطالبين وعمدة المفتين، ط2، المكتب الإسلامي، بيروت، 1405هـ، (413/3). الصاوي، بلغة السالك لأقرب المسالك، (64/3).

## المطلب الرابع: حكم تلقي الركبان

اختلف الفقهاء في حكم تلقي الركبان هل هو مكروه أم محرم على قولين:

**القول الأول:** التلقي محرم: و به قال الشافعية<sup>2</sup>، ومالك<sup>3</sup>، والليث<sup>4</sup> و أحمد في رواية<sup>5</sup>، وابن حزم الظاهري<sup>6</sup>.

### أدلتهم:

1. ما روي عن النبي - صلى الله عليه و سلم - أنه قال: " لا تلقوا الركبان، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، و لا تتاجشوا، و لا يبيع حاضر لباد "<sup>7</sup>.
2. و قوله - صلى الله عليه وسلم -: " لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشتري منه فإذا أتى سيده السوق فهو بالخيار "<sup>8</sup>.
3. ما روي عن ابن عمر - رضي الله عنهما -: "كنا نتلقى الركبان، فنشتري منهم الطعام، فنهانا رسول الله - صلى الله عليه و سلم - أن نبيعه حتى يبلغ به سوق الطعام "<sup>9</sup>.

### دلالة هذه الأحاديث:

<sup>1</sup> الرابعة، محمد إبراهيم: **الفقه الميسر في أحكام البيوع**، دار الكتاب الثقافي، الأردن، ص 50.

<sup>2</sup> الشيرازي، **المهذب**، (292/1).

<sup>3</sup> انظر: القرطبي، **بداية المجتهد و نهاية المقتصد**، (125/2). ابن عبد البر، عمر يوسف بن عبد البر القرطبي (ت: 463هـ)، **الإستذكار**، تحقيق: سالم محمد عطا، بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 2000م، (626-525/6).

<sup>4</sup> هو: أبو الحارث، الليث بن سعد، إمام أهل مصر، في عصره حديثاً وفقهاً، كان من الكرماء الأجداد، قال الإمام الشافعي، الليث أفقه من مالك، (ت: 175هـ)، انظر: الزركلي، **الأعلام**، (248/5).

<sup>5</sup> انظر: المرادوي، **الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف**، (398/4). ابن قدامة، **الكافي**، (22/2).

<sup>6</sup> ابن حزم، **المحلى**، (451/8).

<sup>7</sup> سبق تخريجه، ص36.

<sup>8</sup> مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: البيوع، باب: تحريم تلقي الجلب(1157/3)، (1519).

<sup>9</sup> البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب البيوع، باب: النهي عن تلقي الركبان، حديث رقم (2058)، (759/2).

المقصود بهذا النهي عن تلقي الركبان هو قبل النزول بالسوق ؛ لأن البائع يجهل السعر، ولكي لا ينفرد مشتر برخص السلعة دون أهل لسوق، و بالتالي يؤدي ذلك لانعدام المنافسة، وفرض سعر معين للسلع المعروضة.

**القول الثاني:** التلقي مكروه: وهو قول الحنفية<sup>1</sup>، إذا لم يضر بأهل البلد، و لم يكونوا محتاجين إليه، و به قال ابن قدامة<sup>2</sup>.

وذلك لما روي عن ابن مسعود - رضي الله عنهما - : " أن النبي نهى عن تلقي البيوع"<sup>3</sup>.

**الرأي الرابع:** هو القول بالحرمة ؛ لأن التلقي نوع من الخديعة، يلحق الضرر بالناس، فصاحبه عاص و آثم إذا كان عالماً به، و هو خداع غير جائز<sup>4</sup>، بالإضافة لورود الأحاديث التي نهت عن هذا البيع، فهو منهي عنه و غير جائز<sup>5</sup>.

#### المطلب الخامس: آثار تلقي الركبان على السوق

لقد نهت الشريعة الإسلامية عن تلقي الركبان و عللت ذلك بأسباب، يتجلى من خلالها آثاره وهي:

**أولاً:** مراعاة مصلحة أهل البلد، فقد قال ابن حجر بالنهي عن هذا البيع معللاً ذلك لما يحل بأهل البلد من ضيق: " خشية حبس المشتري لما يشتريه منه، فيضيق على أهل البلد "<sup>6</sup>.

**ثانياً:** وهو ما ذكره المالكية: " وهو أن يتلقاهم فيشتري منهم بأرخص من سعر البلد وهم لا يعلمون سعر البلد، وهذا مكروه سواء تضرر به أهل البلد أم لا ؛ لأنه غرهم "<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ابن عابدين، الحاشية، (399/6).

<sup>2</sup> ابن قدامة، المغني، (152/4).

<sup>3</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتلب: البيوع، باب: تحريم تلقي الجلب، حديث رقم (1518)، ( 1156/3).

<sup>4</sup> ابن قدامة، المغني، (149/4).

<sup>5</sup> ابن نجيم، البحر الرائق، (108/6). ابن عابدين، الحاشية (102/5). الشيرازي، المهذب، (292/1). العبدري، التاج والإكليل، (378/4).

<sup>6</sup> ابن حجر، شهاب الدين أحمد بن علي العسقلاني، تحفة الأشراف شرح المنهاج، تحقيق: عبد الصمد شرف الدين، المكتب الإسلامي، بيروت، (46/2).

ثالثاً: أنه نهى عن تلقي الركبان لما يفوت به من الرفق<sup>2</sup>، وبالتالي لهم الخيار فيما بعد.

### المبحث الثالث

#### بيع الحاضر للبادي وأثره على السوق

المطلب الأول: مفهوم بيع الحاضر للبادي في اللغة والاصطلاح

أولاً: تعريفه في اللغة:

الحاضر: المقيم في المدن و القرى، و البادي: المقيم في البادية<sup>3</sup>.

ثانياً: تعريفه في الاصطلاح:

بيع الحاضر للبادي: " هو أن يقدم غريب من البادية أو من بلد آخر بمتاع تعم الحاجة إليه ليبيعه بسعر يومه، فيقول له البلدي أتركه عندي لأبيعه على التدرج بأعلى<sup>4</sup>.

فلو أن البادي - غير المقيم - باع سلعته بنفسه بالجملة فإنه يبيعهها بسعر معقول، لكن لو تولى شخص حاضر مقيم بالبلاد البيع بالمفرق تدريجياً لحساب ذلك البادي فلربما غالى في السعر، وكان في ذلك إضرار بالمشتريين<sup>5</sup>.

وهو كذلك: " أن يبيع الحضري شيئاً مما يحتاج إليه أهل الحاضرة لأهل البادية لطلب زيادة الربح"<sup>6</sup>.

\* صور بيع الحاضر للبادي:

<sup>1</sup> الكاساني، بدائع الصنائع، (232/5).

<sup>2</sup> العبدري، التاج و الإكليل لمختصر خليل، ( 295/5).

<sup>3</sup> مصطفى، إبراهيم، وآخرون، المعجم الوسيط،(45/1).

<sup>4</sup> أبادي، عون المعبود شرح سنن أبي داود، (219/9).

<sup>5</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 91.

<sup>6</sup> العراقي، أبو الفضل زين الدين بن الحسيني، طرح التثريب في شرح التقریب، تحقيق: عبد القادر علي، دار الكتب العلمية،

بيروت، ط1، 2000م، (87/6).

**الصورة الأولى:** وهو أن يمتنع الرجل عن بيع الطعام لأهل مصر و فيهم العوز، وبيعه لأهل البادية طمعاً في الثمن الغالي، أما إذا كان أهل البلد في سعة فلا بأس به لانعدام الضرر<sup>1</sup>.

**الصورة الثانية:** وهي أن يكون الحاضر سمساراً للبادي، فيجلب البادي السلعة، و يأخذها الحاضر ليبيعهها بعد وقت بأعلى من السعر الموجود وقت الجلب، و كراهته لما فيه من الضرر بأهل البلد، فإن لم يضر فلا بأس به لما فيه من نفع البادي من غير تضرر غيره<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: حكم بيع الحاضر للبادي

اختلف الفقهاء في هذه المسألة على ثلاثة أقوال:

**القول الأول:** ذهب جمهور الفقهاء<sup>3</sup>: إلى أنه محرم مع صحته، و النهي عنه لا يستلزم الفساد والبطلان؛ لأنه لا يرجع إلى ذات البيع و لا إلى لازمه؛ لأنه لم يفقد ركناً و لا شرطاً، بل هو راجع لأمر خارج غير لازم، كالتضييق و الإيذاء.

**أدلتهم:**

**أولاً:** ما ورد عن أبي هريرة - رضي الله عنه - قال: "نهى النبي - صلى الله عليه وسلم - أن يبيع حاضر لباد"<sup>4</sup>.

**ثانياً:** قوله - صلى الله عليه وسلم -: "لا تلقوا الركبان، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، ولا تتاجشوا، و لا يبيع حاضر لباد"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> الكاساني، بدائع الصنائع / (232/5).

<sup>2</sup> الكاساني، بدائع الصنائع، (232/5).

<sup>3</sup> القرطبي، بداية المجتهد (137/1). الخطاب، مواهب الجليل (378/4). الشيرازي، المهذب (291/1). المرادوي، الإنصاف (333/4).

<sup>4</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: لا يبيع على بيع أخيه، حديث رقم: (22033)، (752/2).

<sup>5</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الرجل على بيع أخيه، وسومه على سومه و تحريم النجش، (1515)، (1155/3).

**ثالثاً:** ما ورد عن ابن عباس - رضي الله عنهما - قال: قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: " لا تلقوا الركبان، ولا يبيع حاضر لباد " <sup>1</sup>.

**رابعاً:** ما ورد عن النبي - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: " لا يبيع حاضر لباد، دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض " <sup>2</sup>.

**خامساً:** وعن أنس بن مالك قال نهينا أن يبيع حاضر لباد، و إن كان أخاه أو أباه <sup>3</sup>.

**سادساً:** قال طاووس: قلت لابن عباس - رضي الله عنهما -: " ما قوله لا يبيع حاضر لباد؟ " قال: " لا يكون له سمساراً " <sup>4</sup>.

**القول الثاني:** رواية عن أحمد <sup>5</sup>: أن البيع صحيح و لا كراهة فيه، و أن النهي اختص بأول الإسلام لما كان عليه من الضيق.

**القول الثالث:** مذهب فقهاء المالكية <sup>6</sup>، و كذلك فقهاء الحنابلة <sup>7</sup>: أن هذا البيع حرام و باطل و فاسد؛ لأنه منهي عنه، و النهي يقتضي فساد المنهي عنه.

**بدليل:** قوله - صلى الله عليه وسلم - -: " لا تلقوا الركبان، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، و لا تتاجشوا، و لا يبيع حاضر لباد " <sup>8</sup>.

<sup>1</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد، حديث رقم: (2050)، (757/2).

<sup>2</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الحاضر للباد، حديث رقم (1522)، (757/3).

<sup>3</sup> مسلم، صحيح مسلم، باب: تحريم بيع الحاضر للباد، (1158/3)، حديث رقم 1523.

<sup>4</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد، (757/2)، حديث رقم 2050.

<sup>5</sup> المرادوي، الإنصاف، (241/4).

<sup>6</sup> الدسوقي، حاشية الدسوقي، (69/3).

<sup>7</sup> أبو إسحاق، إبراهيم بن محمد بن عبد الله (ت: 884)، المبدع شرح المقنع، دار عالم الكتب، الرياض، 1423هـ، (80/4).

<sup>8</sup> الزركشي، شرح الزركشي، (89/2).

<sup>8</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الرجل على بيع أخيه، وسومه على سومه و تحريم النجش، (1515)، (1155/3).

**القول الراجح:** مما سبق يتبين أن القول الأول هو القول الراجح وهو أن هذا البيع محرم مع صحته، وذلك لقوة الأدلة التي اعتمدوا عليها، ولأن البيع لم يفقد أياً من شروطه أو أركانه، وإنما كان النهي عائداً إلى أمر خارج، كالتضييق و الإيذاء.

### المطلب الثالث: شروط تحريم بيع الحاضر للبادي

هناك شروط لتحريم هذا البيع عند من رأى تحريمه منها ما يأتي<sup>1</sup>:

أولاً: أن يكون عالماً بالنهي عنه.

ثانياً: أن يكون المتاع المطلوب مما تعم الحاجة إليه، كالأطعمة مثلاً.

ثالثاً: أن يعرض الحضري ذلك على البدوي ويدعوه إليه.

رابعاً: أن يظهر ببيع ذلك المتاع سعة في البلد.

خامساً: أن يكون البيع لحاضر، فإذا باع البدوي فإنه لا يجوز.

سادساً: أن يكون ثمن السلعة غير معروف بالحاضرة.

سابعاً: أن يحضر البادي لبيع سلعته.

ثامناً: أن يقصده الحاضر.

تاسعاً: أن يكون جاهلاً بسعرها.

---

<sup>1</sup> انظر: ابن رشد، بداية المجتهد، (125/2).

تأديب الحاضر الذي يبيع للبادي: إذا اعتاد الحاضر البيع للبادي، وتكرر ذلك منه فإنه يؤدب ووجه ذلك: أن هذه مضرة عامة، وقد تكرر منه مخالفة الإمام فيها، فكان حكمه التأديب، وهناك قول آخر بأنه لا يؤدب، ووجهه: أن الزجر كاف، لأنه نوع من التعزيز<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> الباجي، أبو وليد سليمان بن خلف، المنتقى شرح موطأ الإمام مالك، مطبعة السعادة، القاهرة، 1913م، (104/5).



## المطلب الرابع: أثر بيع الحاضر للبادي على السوق:

بيع الحاضر للبادي منهي عنه لما فيه من الضرر بأهل البلد<sup>1</sup>، فبيع الحاضر أي المقيم العالم بأحوال السوق للباد أي القادم الذي لا علم له بأسعار السوق يضر بالمشتريين<sup>2</sup> وكذلك للغين الذي يلحق صاحب السلعة كونه يجهل ثمن السلعة الحقيقي، ففيه إضرار بالمشتريين و إغلاء السعر عليهم، و إفساد لحرية و شفافية السوق<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> السيوسي، كمال الدين بن محمد بن عبد الواحد، شرح فتح القدير، ط2، دار الفكر، بيروت، (478/6).

<sup>2</sup> الكفراوي، أصول الاقتصاد الإسلامي، ص 73.

<sup>3</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 91.

## المبحث الرابع

### بيع النجش وأثره على السوق

#### المطلب الأول: تعريف النجش لغة و اصطلاحاً

##### أولاً: تعريف النجش لغةً:

النجش هو: "استثارة الشيء و استخراجة"<sup>1</sup>، "فأصل النجش الختل و يعني الخداع"<sup>2</sup>، "والنجش هو كشفك الشيء و بحثك عنه"<sup>3</sup>، و النجش: هو الذي يثير الصيد ليمر على الصياد"<sup>4</sup>.

##### ثانياً: تعريف النجش اصطلاحاً:

النجش: هو الزيادة في ثمن السلعة عن مواطأة، فعن ابن عمر - رضي الله عنه - قال: "النجش أن تعطيه أكثر من ثمنها، و ليس في نفسك شراؤها، فيقتدي بك غيره"<sup>5</sup>، و هو أن يزيد في ثمن السلعة المعروضة للبيع، لا رغبة فيها، بل ليخدع غيره و يغر ليزيد ويشترها"<sup>6</sup>، و الناجش: رجل يتواطأ مع البائع على أن يعرض شراء السلعة منه بسعر مرتفع، وهو لا يريد الشراء حقيقة فيخدع المشتري، و يشتري السلعة بسعر مرتفع أكثر من قيمتها"<sup>7</sup>، و هو كذلك أن يمدح المبيع بما ليس فيه، ليروجه"<sup>8</sup>.

مما سبق تتبين العلاقة بين المعنى اللغوي و المعنى الاصطلاحي، فالمعنى اللغوي له علاقة بإثارة الشيء والمعنى الاصطلاحي يفيد إثارة المشتريين وإغرائهم بشراء السلعة.

<sup>1</sup> الحموي، أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله، معجم البلدان، دار الفكر، بيروت، (208/5).

<sup>2</sup> النووي، تحرير ألفاظ التنبيه، (184/1).

<sup>3</sup> البكري، أبو عبيد الله بن عبد العزيز الأندلسي، معجم ما استعجم من أسماء البلاد و المواضع، 3ط، تحقيق: مصطفى السقا، عالم الكتب، بيروت، 1403هـ، (1267).

<sup>4</sup> الأزهرى، تهذيب اللغة، (288/10).

<sup>5</sup> انظر، العسقلاني، فتح الباري على شرح صحيح البخاري، (355/4).

<sup>6</sup> النووي، شرح النووي على صحيح مسلم، (159/10).

<sup>7</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 85.

<sup>8</sup> زعيتري، علاء الدين، فقه المعاملات المالية المقارن، ط1، دار العصماء، سوريا، 2007م، ص 120.

## المطلب الثاني: حكم النجش

ذكر الفقهاء في حكم النجش ثلاثة أقوال:

**القول الأول:** عند الحنفية<sup>1</sup>: أن هذا البيع صحيح مع الإثم؛ لأن النهي عائد إلى أمر مفارق للبيع، وهو قصد الخداع، فلم يقتضي الفساد.

**أدلتهم:**

**أولاً:** عن ابن عمر - رضي الله عنهما -: "أن النبي - صلى الله عليه و سلم - نهى عن النجش"<sup>2</sup>

**ثانياً:** ما روى عن الرسول - صلى الله عليه وسلم - قال: "الناجش آكل ربا خائن"<sup>3</sup>.

**القول الثاني:** أن بيع النجش حرام: وهو ما ذهب إليه المالكية<sup>4</sup>، والشافعية<sup>5</sup>، والحنابلة<sup>6</sup>.

**بدليل:**

\* ما جاء في الصحيحين: "أن النبي - صلى الله عليه و سلم - نهى أن يبيع حاضر لباد وأن يتناجشوا"<sup>7</sup>.

**القول الثالث:** عند الظاهرية: أن هذا البيع فاسد بسبب الغش والغبن، وللمشتري الخيار<sup>8</sup>.

<sup>1</sup> انظر: الكاساني، بدائع الصنائع، (233/5). العجلوني، اسماعيل بن محمد، كشف الخفاء ومزيل الإلباس عما اشتهر من الأحاديث على ألسنة الناس، تحقيق: أحمد القلاش، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1405هـ، (281/2).

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الحيل، باب: ما يكره من التناجش، (2554/6)، (6562).

<sup>3</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الشهادات، باب: قوله تعالى: "إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمناً قليلاً"، (950/2)، حديث رقم (2530).

<sup>4</sup> الثعلبي، عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي المالكي، (ت362)، التلقين، تحقيق: محمد ثالث سعيد الفاني، المكتبة التجارية، مكة المكرمة، ط1، 1415هـ، (383/2).

<sup>5</sup> الماوردي، الحاوي الكبير، (343/).

<sup>6</sup> ابن قدامة، الكافي، (22/2).

<sup>7</sup> سبق تخريجه، ص129.

<sup>8</sup> ابن حزم، المحلى، (448/8).

**القول الرابع:** وذهب بعض المالكية<sup>1</sup> والحنابلة في المشهور عندهم<sup>2</sup>: أن البيع صحيح، و يثبت فيه الخيار للمشتري إذا غبن فيه غبناً فاحشاً.

**الترجيح:** الظاهر من الأدلة المذكورة أن النجش حرام لما ورد فيه من النهي، ولوصف النبي عليه السلام الناجش بأكل الربا، ونعته بالخيانة، كما أن هذا البيع مبني على الخداع و التغيرير.

### المطلب الثالث: أثر النجش على السوق

النجش يؤدي إلى التغيرير بالناس، كما أنه يؤدي إلى رفع الأسعار بغير وجه حق، فهو قائم على الغدر والخديعة والمكر<sup>3</sup>، وبالتالي فهو يؤدي إلى فقدان الثقة بين الناس، وانتشار الشك والريبة في كل تعاملاتهم.

---

<sup>1</sup> انظر: القرطبي، الكافي في فقه أهل المدينة، (739/2). ابن رشد، البيان والتحصيل، (171/17).

<sup>2</sup> المرادوي، علاء الدين أبو الحسن علي (ت:885)، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط1، 1419هـ، (384/4).

<sup>3</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 86.

## المبحث الخامس

### بيع الرجل على بيع أخيه وأثره على السوق

سأتناول في هذا المبحث التعريف ببيع الرجل على بيع أخيه، وبيان حكمه، وأثره على السوق، وذلك في أربع مطالب:

#### المطلب الأول: تعريف بيع الرجل على بيع أخيه لغةً واصطلاحاً

\* لغةً: تعريف البيع في اللغة: هو مبادلة المال بالمال، وكذا في الشرع أيضاً<sup>1</sup>.

\* اصطلاحاً: فهو أن يقول لمن اشترى شيئاً في مدة الخيار: افسخ هذا البيع، وأنا أبيعك مثله بأرخص من ثمنه، ونحو ذلك،<sup>2</sup> أو يقول للبائع في زمن الخيار: افسخ البيع لأشتري منك<sup>3</sup>.

#### المطلب الثاني: حكم بيع الرجل على بيع أخيه

اختلف الفقهاء في حكم هذا البيع إلى عدة أقوال:

**القول الأول:** ذهب إليه بعض الشافعية<sup>4</sup> وبعض الحنابلة<sup>5</sup>: أن هذا البيع حرام، و فاعله عاص؛ لما فيه من الإضرار بالمسلمين، والإفساد عليهم، فإن خالف وعقد البيع، فالبيع باطل، وبه قال بعض الحنابلة<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> أبادي، أبو الطيب محمد شمس الحق العظيم، عون المعبود شرح سنن أبي داود، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415 هـ. (124/9).

<sup>2</sup> حلاوة حلاوة، محمد بن علي: صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها. مكتبة العلوم والحكمة، القاهرة، مصر، 1427 هـ، ص 135.

<sup>3</sup> السيوطي، رمضان حافظ عبد الرحمن، البيوع الضارة، دار السلام، ص 79.

<sup>4</sup> الأنصاري، زكريا، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، (39/2). الشيرازي، التنبيه، (96/1).

<sup>5</sup> الحجاوي، شرف الدين، الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، (75/2). المرادوي، الإنصاف، (29/8). ابن قدامة، الكافي، (14/2).

<sup>6</sup> انظر: المرادوي، الإنصاف، (29/8). الزركشي شمس الدين أبي عبد الله، شرح الزركشي، دار الكتب العلمية، (387/2).

أدلتهم:

أولاً: عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - قال: قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -:  
"لا يبيع بعضكم على بيع بعض"<sup>1</sup>.

ثانياً: ورد عن النبي - صلى الله عليه وسلم - قوله: "ولا تناجشوا، ولا يبيع الرجل على بيع أخيه"<sup>2</sup>.

ثالثاً: ورد عن النبي - صلى الله عليه وسلم - قوله: "لا يبيع الرجل على بيع أخيه، ولا يخطب على خطبة أخيه، إلا بإذنه"<sup>3</sup>.

القول الثاني: ذهب إليه بعض المالكية<sup>4</sup>: أن هذا البيع يكره، وإن وقع مضى.

بدليل:

\* ما ورد عن النبي - صلى الله عليه وسلم - قوله: "لا يبيع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخواناً"<sup>5</sup>.

القول الثالث: ذهب إليه جمهور الحنفية<sup>6</sup> و الشافعية<sup>7</sup>، وبعض المالكية<sup>8</sup>: وهم يرون أن هذا البيع صحيح، لكن يلحق صاحبه الإثم.

القول الرابع: ذهب إليه جمهور الحنابلة<sup>1</sup>، وهم يرون أن هذا البيع فاسد تمسكاً بعموم النص.

<sup>1</sup> سبق تخريجه، ص36.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: لا يبيع على بيع أخيه، (69/3)، حديث رقم 2140.

<sup>3</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب: النكاح، باب: تحريم خطبة الأخ على خطبة أخيه حتى يأذن أو يترك، (1032/2) (1412).

<sup>4</sup> ابن رشد، بداية المجتهد، (165/2).

<sup>5</sup> النسائي، أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب، سنن النسائي الكبرى: عبد الغفار البنداري، دار الكتب العلمية، بيروت، كتاب البيوع، باب يبيع الرجل على بيع أخيه، حديث رقم (4504)، ج 7، ص 258. قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، (1344/1).

<sup>6</sup> السيواسي، شرح فتح القدير، (107/6).

<sup>7</sup> النووي، روضة الطالبين، (77/3). الماوردي، الحاوي، (343/5).

<sup>8</sup> ابن رشد، البيان و التحصيل، (453/4).

**القول الخامس:** أن هذا البيع يصح مع التحريم، و لا يفسخ، وذهب إلى ذلك بعض الشافعية<sup>2</sup>، ورواية عن الإمام مالك<sup>3</sup>، وعللوا ذلك بان المحرم هو عرض السلعة على المشتري الثاني، ومعنى ذلك أن النهي لم يرد على أصل العقد و أركانه و شروطه، بل ورد على شيء خارج عن كل ذلك، لم يؤثر في العقد ذاته، فلم يستلزم فسخه<sup>4</sup>.

**الراجح:** أنا أميل إلى القول بالحرمة؛ وذلك لورود العديد من الأحاديث التي تنهى عن هذا البيع، ولما فيه من ضرر وظلم يقع على البائع الأول، مما يؤدي إلى انتشار العداوة والبغضاء بين المتعاملين في الأسواق.

### المطلب الثالث: شروط النهي عن بيع الرجل على بيع أخيه

قُيِّدَ البيع المنهي عنه بشرطين هما:

**أولاً:** أن يكون البيع على بيع أخيه قبل لزوم البيع، وذلك خيار المجلس أو الشروط، وكذا عدم اللزوم في زمن خيار العيب، إذا أطلع المشتري على عيب، فيكون البيع زمن الخيارين، فلو حدث بعد مضي الخيار ولزوم البيع لا يحرم، لعدم تمكن المشتري من الفسخ إذن و لا معنى له.

**ثانياً:** أن يكون البيع على البيع بغير إذنه له - أي بغير إذن البائع الأول - للذي باع على بيع أخيه، وقُيِّدَ البيع على بيع غيره بما إذا تراضى المتبايعان على البيع<sup>5</sup>.

### المطلب الرابع: أثر بيع الرجل على بيع أخيه على السوق

<sup>1</sup> المرادوي، الإنصاف، (321/4).

<sup>2</sup> الشيرازي، المهذب، (291/1).

<sup>3</sup> العسقلاني، فتح الباري، (212/9).

<sup>4</sup> عثمان، عبد الحكيم احمد محمد، المناقشات و أحكامها في الفقه الإسلامي، ط1، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2006، ص 165.

<sup>5</sup> انظر: الشرواني، حواشي الشرواني، مرجع سابق، 313/4. الشافعي، الأم، (10/3). الشافعي، الرسالة، (295/1).

يتجلى أثر بيع الأخ على بيع أخيه من خلال بيان علة النهي عن هذا البيع، و هي:

\* أن علة النهي عن هذا البيع هي الضرر، ولأن في ذلك إيحاشاً<sup>1</sup> وإضراراً<sup>2</sup>.

\* وقال الإمام الدهلوي: "وأما البيع على البيع فهو تضيق على أصحابه من التجار وسوء معاملة معهم، وقد توجه حق البائع الأول، وظهر وجه لرزقه، إفساده عليه ومزاحمته فيه نوع ظلم"<sup>3</sup>.

\* أن القصد من النهي هنا: هو منع الشحناء و التباعد بين المسلمين في البيع و الشراء، وهذا يؤدي إلى إضعاف الثقة بين المتعاقدين<sup>4</sup>.

ولا شك أن بيع المسلم على بيع أخيه تنافس غير مشروع، ولا يتوافق مع معاني الأخوة والمعاملة الصادقة في البيع و الشراء.

---

<sup>1</sup> الإيحاء: عكس الإيناس والطمأنينة، انظر: ابن منظور، لسان العرب، (14/6).

<sup>2</sup> انظر: النووي، روضة الطالبين، مرجع سابق، 415/2. ابن الأزرقي، بدائع السلك، تحقيق: علي سامي النشار، ط1، دار النشر: وزارة الإعلام العراق، (556/1).

<sup>3</sup> الدهلوي، الإمام أحمد ولي الله بن عبد الرحيم، حجة الله البالغة، دار الكتب الحديثة، القاهرة، (110/2).

<sup>4</sup> الكفراوي، أصول الاقتصاد الإسلامي، ص 73.



## المبحث السادس

### السوم على سوم أخيه وأثره على السوق

المطلب الأول: مفهوم السوم لغة واصطلاحاً:

\* أما لغة: " أصل السوم الذهب في ابتغاء الشيء <sup>1</sup>، " والسوم طلب المبيع بالثمن الذي تقرر فيه البيع <sup>2</sup>، " والسوم من رعي الإبل <sup>3</sup>.

\* أما اصطلاحاً: وهو إذا ما تساوم رجلان، فطلب البائع بسعته ثمناً، ورضي المشتري بذلك الثمن، فجاء مشتر آخر، ودخل على سوم الأول فاشتره بزيادة، أو بذلك الثمن بنفسه، لكنه رجل وجيه، فباعه له البائع لوجهته <sup>4</sup>.

والرابط بين التعريف اللغوي والاصطلاحي هو أن كلاهما يدور على معنى الطلب، فالسوم في اللغة الطلب على العموم، وسوم الإبل طلب العشب لها، وهو في الاصطلاح طلب السلعة بعد اتفاق البائع والمشتري.

\* صورته:

أن يكون قد اتفق مالك السلعة والراغب فيها، على البيع ولم يعقده، فيقول الآخر للبائع: أنا اشتريه منك بأكثر، بعد أن كانا قد اتفقا على الثمن، <sup>5</sup> أما السوم في السلعة التي فيمن يزيد فليس بحرام <sup>6</sup>.

<sup>1</sup> المنداوي، محمد عبد الرؤوف، التعاريف، تحقيق: محمد رضوان الادبية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، 1410هـ، (419/1).

<sup>2</sup> الجرجاني، التعريفات، (163/1).

<sup>3</sup> الأزهرى، تهذيب اللغة، (117/77).

<sup>4</sup> وزارة الأوقاف، الموسوعة الفقهية، (216/9).

<sup>5</sup> الزحيلي، وهبة، الفقه الإسلامي وأدلته، دار الفكر، بيروت، ص513.

<sup>6</sup> الزحيلي، الفقه الإسلامي و أدلته، ص 513.

## المطلب الثاني: حكم السوم على سوم أخيه

قال العلماء<sup>1</sup> بتحريم هذا البيع، وأن فاعله عاص، وخاصة بعد استقرار الثمن.

أدلتهم:

- ما أخرجه الإمام مسلم عن النبي - صلى الله عليه وسلم - : " لا يسوم الرجل على سوم أخيه"<sup>2</sup>، وفي رواية أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : " نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه"<sup>3</sup>.

وجه الاستدلال: أنه يتضمن النهي عن الفعل، ولأن في ذلك إحاشا وإضراراً بأخيه، ولما فيه أيضاً من الإيذاء و القطيعة و العداوة<sup>4</sup>.

- وكذلك ما روي عن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: " المسلم أخو المسلم، لا يحل للمسلم أن يبيع على بيع أخيه، و لا يسوم على سوم أخيه"<sup>5</sup>.

جاء في شرح فتح القدير: " فإن اعتراض الرجل على سوم الآخر بعد الركون وطيب نفس البائع بالمسمى إثارة للعداوة و البغضاء كالخمر و الميسر فيحرم ذلك"<sup>6</sup>.

## المطلب الثالث: أقسام السوم على سوم أخيه

يقسم سوم الأخ على سوم أخيه إلى أربعة أقسام هي:

أولاً: أن يوجد من البائع تصريح بالرضا بالبيع، فهذا يحرم السوم على ذلك المشتري، وهو الذي تناوله النهي.

<sup>1</sup> انظر: ابن عابدين، الحاشية، (101/5)، السيوسي، شرح فتح القدير (477/6)، ابن جزي، القوانين الفقهية، ص171. الشيرازي، المهذب (290/1). النووي، روضة الطالبين (414/3). البهوتي، كشف القناع (183/3).

<sup>2</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب النكاح، باب تحريم الجمع بين المرأة وعمتها وخالتها، (1033/2)، (1413).

<sup>3</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الشروط، باب: الشروط في الطلاق، (971/2)، (2577).

<sup>4</sup> الرابعة، الفقه المسير في أحكام البيوع، ص 49.

<sup>5</sup> مسلم، صحيح مسلم، باب تحريم الخطبة على خطبة أخيه (1034/2)، حديث رقم (1414).

<sup>6</sup> السيوسي، شرح فتح القدير، (239/4).

ثانياً أن يظهر منه ما يدل على عدم الرضا، فلا يحرم السوم.

ثالثاً: أن لا يوجد منه ما يدل على الرضا و لا عدمه، فلا يجوز له السوم أيضاً و لا الزيادة

رابعاً: أن يظهر منه ما يدل على الرضا من غير تصريح، فلا تحرم المساومة، ثم قال ابن قدامة: " و لو قيل بالتحريم هنا لكان وجهاً حسناً فإن النهي عام "<sup>1</sup>.

#### المطلب الرابع: أثر السوم على سوم على السوق

يتجلى أثر هذا البيع على السوق من خلال توضيح الحكمة في النهي عن سوم الإنسان على سوم أخيه، و ذلك لما يترتب عليه من إضرار و إفساد بالناس، و الله لا يحب الإفساد و الإضرار بالآخرين، فمن أجل حفظ حقوق التاجر و المستهلك، و حتى يبتعد الناس عن كل ما يؤدي إلى وقوع الشحناء أو البغضاء بينهم نهى الشرع عن السوم<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> ابن قدامة، المغني، (79/4).

<sup>2</sup> البيهوتي، كشف القناع، (183/3). وانظر: ابن قدامة، المغني (144/4)، المرادوي، الإنصاف (37-36/8).

## الفصل الرابع

# حماية المنافسة التجارية المشروعة

المبحث الأول: حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً

المبحث الثاني: حماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً

## المبحث الأول

### حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً

#### تمهيد

من اجل صحة المعاملات في السوق، ومراقبة التصرفات وسلوك البائعين و المشترين، والتأكد من سلامتها، وتصحيح الانحرافات التي قد تحصل فيها، اهتمت الشريعة الإسلامية اهتماماً كبيراً منذ القدم بالسوق وما يحصل فيها من معاملات، وذلك كله من أجل سلامة الدين، وتحقيق رضا الله تعالى، فكانت الوظيفة التي تقوم بهذه المهمة تسمى في الإسلام بولاية الحسبة، وسأتحدث في هذا الفصل عن نظام الحسبة و التسعير وأثر ذلك في المنافسة التجارية المشروعة:

#### المطلب الأول: نظام الحسبة و أثره في حماية المنافسة التجارية

##### أولاً: تعريف الحسبة لغة و اصطلاحاً:

\* تعريف الحسبة لغةً: هي اسم من الاحتساب يقال فلان حسن الحسبة في الأمر أي حسن التدبير والنظر فيه<sup>1</sup>، والحسبة تأتي بمعنى الحساب، ويقال فلان حسن الحسبة في الأمر أي يحسن تدبيره، والجمع حسَب، والحسبة من وظائف الدولة الإسلامية يراد بها مراقبة السوق في موازينه ومكاييله و أسعاره، والمحتسب من كان يتولى الحسبة<sup>2</sup>.

##### \* تعريف الحسبة اصطلاحاً:

- عرف الماوردي الحسبة أنها: "أمر بالمعروف إذا ظهر تركه ونهي عن المنكر إذا ظهر فعله"<sup>3</sup>.
- وعرفها ابن خلدون بأنها: "وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الذي هو فرض على القائم بأمور المسلمين يعين لذلك من يراه أهلاً فيتعين فرضه عليه ويتخذ الأعوان على

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب،(317/1). وانظر أيضاً: الفيروز آبادي، القاموس المحيط (61/1).

<sup>2</sup> الزبيدي، تاج العروس،(213/1).

<sup>3</sup> الماوردي، علي بن محمد بن حبي البصري، الأحكام السلطانية و الولايات الدينية، المكتبة التوفيقية، مصر، بلا سنة نشر، ص 207.

ذلك، ويبحث عن المنكرات ويعزل ويؤدب على قدرها، ويحمل الناس على المصالح العامة في المدينة"<sup>1</sup>.

- وعرفها محمد المبارك بأنها: "رقابة إدارية تقوم بها الدولة عن طريق موظفين خاصين على نشاط الأفراد في مجال الأخلاق والدين والاقتصاد، أي في المجال الاجتماعي بوجه عام تحقيقاً للعدل والفضيلة وفقاً للمبادئ المقررة في الشرع الإسلامي، ولالأعراف المألوفة في كل عصر وزمن"<sup>2</sup>.

### ثانياً: حكم الحسبة في الإسلام:

الحسبة واجبة شرعاً، وقد ثبتت مشروعيتها في القرآن الكريم والسنة المطهرة والمعقول، ومن أدلة مشروعيتها:

- 1- قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّا جَاءْنَا بِالْحَسْبِ وَالْإِسْلَامِ﴾

**وجه الدلالة:** في هذه الآية إرشاد من الله للمؤمنين أن يكون منهم جماعة متصدية للدعوة إلى سبيله، وإرشاد الخلق إلى دينه وتشريعاته، وأن يكون منهم المتصدون لتفقد أحوال الناس، وتفقد المكاييل و الموازين، وتفقد أهل السوق ومنعهم من الغش والمعاملات الباطلة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> ابن خلدون، عبد الرحمن، المقدمة، دار القلم، بيروت، بدون تاريخ، (280/1).

<sup>2</sup> المبارك، محمد، آراء ابن تيمية في الدولة و مدى تدخلها في المجال الاقتصادي، دار الفكر، بيروت، 1970م، ص 74-73.

<sup>3</sup> سورة آل عمران، آية 104.

<sup>4</sup> انظر، السعدي، عبد الرحمن بن ناصر، تفسير السعدي، تحقيق: عبد الرحمن بن المعلا اللويحيق، مؤسسة الرسالة، ط1، 1420هـ، (142/1).

2- قوله - صلى الله عليه وسلم:- " من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"<sup>1</sup>.

في هذا الحديث دلالة واضحة على وجوب الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر.

3- قوله - صلى الله عليه وسلم:- " مثل القائم في حدود الله والواقع فيها، كمثل قوم استهموا على سفينة، فصار بعضهم أعلاها، وبعضهم أسفلها، فكان الذين في أسفلها، إذا استقوا الماء مروا على من فوقهم، فقالوا: لو أنا خرقنا في نصيبنا خرقاً ولم نؤذ من فوقنا، فإن تركوهم وما أرادوا هلكوا جميعاً، وإن أخذوا على أيديهم نجوا، ونجوا جميعاً"<sup>2</sup>.

في الحديث الشريف ضرب للمثل يدل على أن من ترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، سيواجه المصاعب والمتعاب والهلاك، فلو أنهم تركوا من في أسفل السفينة ينفذون ما خططوا له من الخرق، لأدى ذلك إلى غرقهم جميعاً، لذا كان لا بد من وجود جماعة تأخذ على أيديهم، وتأمروهم بالمعروف وتنهاهم عن المنكر.

3- من المعقول فإنه إن لم توجد هناك سلطة تقوم بتنظيم أعمال الناس، و مراقبة الصانع والحرفيين والتجار فيها ؛ فإن ذلك مدعاة إلى فساد المجتمع وهلاكه<sup>3</sup>.

### ثالثاً: شروط المحتسب<sup>4</sup>:

ذكر العلماء الشروط و الصفات التي يجب على المحتسب أن يتطلى بها، والتي منها:

1- أن يكون المحتسب مسلماً مكافئاً قادراً، فيخرج المجنون و الصبي والكافر و العاجز<sup>5</sup>.

2- أن يكون رجلاً عفيفاً نبيلاً لا يميل ولا يرتشي، فتسقط هيئته ويستخف به.

<sup>1</sup> مسلم، صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب: كون النهي عن المنكر من الإيمان،(69/1)، حديث رقم(49).

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: الشركة، كتاب: هل يقرع في القسمة والاستهمام فيه،(882/2)،(2361).

<sup>3</sup> عبده، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي، ص318.

<sup>4</sup> المحتسب: هو من كان يتولى منصب الحسبة، انظر: ابراهيم، المعجم الوسيط،(171/1).

<sup>5</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (312/2).

3- أن يكون عادلاً عالمياً بما يأمر به، قادراً على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر<sup>1</sup>.

4- أن يتحلى بالصبر على ما يصيبه من أذى، مواظباً على الأعمال الخيرة<sup>2</sup>.

5- أن يكون ذا رأي وصرامة وقوة في الدين.

رابعاً: مهام المحتسب في الإسلام:

تعد الحسبة أساس الجهاز الرقابي الاقتصادي في الإسلام، حيث يقوم المحتسب بالعديد من الإجراءات و المهمات و التي منها:

1- مراقبة الأسواق ؛ لمنع ما يجري فيها من غش أو تدليس أو تطفيف للكيل أو غير ذلك من البيوع الفاسدة و المنهي عنها<sup>3</sup>.

2- منع الاحتكار بجميع صورته و إلزام المحتكرين بالبيع بسعر المثل، لقوله عليه الصلاة والسلام: "لا يحتكر إلا خاطئ"<sup>4</sup>.

3- إجبار البائعين على المنافسة الشريفة و تجنب البيوع المحرمة و المنهي عنها لما في ذلك من ضرر بين الناس<sup>5</sup>.

4- مراقبة جودة الإنتاج ونوعيته<sup>6</sup>.

5- النظر في الدراهم للتأكد من نقاوتها وعدم تزويرها أو خلطها.

---

<sup>1</sup> الماوردي، الأحكام السلطانية، ص 241.

<sup>2</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (322/2).

<sup>3</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 18-20. وانظر: ابن قيم الجوزية، أبي عبد الله محمد الدمشقي، الطرق الحكمية في السياسة الشرعية، تحقيق: محمد حامد الفقي، مطبعة السنة المحمدية القاهرة، 1953م، ص 259.

<sup>4</sup> سبق تخريجه، ص 118.

<sup>5</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 18-20.

<sup>6</sup> الشيرازي، نهاية الرتبة في طلب الحسبة، تحقيق: حسام الدين السامرائي، مطبعة المعارف، بغداد، 1968م، ص 22.



6- مراقبة أعمال الجزارين وعمال الدقيق، أما الجزارين فحتى لا يخلطوا اللحم السمين باللحم الهزيل، و أما الدقيق وباعته فحتى لا يخلطوا النخالة مع الدقيق.

7- أن يأمر بتنظيف الأسواق سيما في الحر حتى لا تتضرر البضاعة المعروضة فيعود الضرر على الناس<sup>1</sup>.

8- العمل على توفير السلع الضرورية في الأسواق.

9- مراقبة التجار لمعرفة مدى التزامهم بنظام التسعير و تطبيق نصوصه<sup>2</sup>.

10- اختيار الدالين الثقات الأمناء؛ لمراقبة جودة البضائع والسلع مراقبة أمانة، وكذلك حالة الصاغة والحاكة والقصارين والصباعين، وهم من يعرفون بالعرفاء، فيجعل المحتسب لكل صنعة عريفاً خبيراً بصناعتهم مشهوراً بالفقه و الأمانة<sup>3</sup>.

11- الحفاظ على الصحة والبيئة بحسن اختيار مواقع الحرف والصنائع والمهن.

12- المحافظة على المرافق العامة، والأمن العام للمجتمع، وتفقد وسائل النقل كالمراكب، فقد كانوا ينظرون إلى ما في حمولة السفينة، وإلى مقدارها<sup>4</sup>.

**خامساً: صلاحيات المحتسب:** حتى يتمكن المحتسب من القيام بالمهام الموكلة إليه من أمر بالمعروف و نهي عن المنكر، يجب أن يتمتع بصلاحيات معينة تمكنه من ضبط أمور السوق، فأعطي صلاحية إيقاع العقوبات على المخالفين، ومن هنا نجد أن العقوبات الشرعية تقسم إلى قسمين<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> المجليدي، أحمد سعيد المالكي، التيسير في أحكام التسعير، تحقيق: موسى لقبال، الشركة الوطنية، الجزائر، بدون تأريخ، ص 70.

<sup>2</sup> المبارك، محمد، نظام الإسلام الاقتصادي، دار الفكر، بيروت، ص 66.

<sup>3</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 18-20. وانظر أيضاً: ابن قيم الجوزية، الطرق الحكمية في السياسة الشرعية، ص 259. موسى لقبال، الحسبة المذهبية في بلاد المغرب العربي، ط1، 1971م، ص 54.

<sup>4</sup> البيهقي، أهمية الحسبة في النظام الإسلامي، (17/1).

<sup>5</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 44.

## أولاً: عقوبات مقدرة:

وهي العقوبات المنصوص عليها في الكتاب و السنة كقطع يد السارق، وإقامة الحد على شارب الخمر، فإذا عثر المحتسب على سارق أو شارب خمر أقام عليهما الحد الثابت في الكتاب والسنة.

## ثانياً: عقوبات غير مقدرة:

وتسمى العقوبات التعزيرية وهي عقوبات غير محددة، وإنما تختلف مقاديرها قلة أو كثرة حسب حال الذنب وصفته، والغاية من التعزير هي التأديب وإصلاح الناس.

وفي ذلك يقول الإمام الغزالي: عن المحتسب " له أن يدفع المنكر بيده وبسلاحه وبنفسه وبأعوانه"<sup>1</sup>.

\* ومن أساليب التعزير التي كانت تستخدم من قبل المحتسب ما يلي<sup>2</sup>:

1- الهجر: حيث يمتنع الناس عن التعامل مع مرتكب المخالفة إلى أن يترك مخالفته و يبتعد عن الخطأ.

2- التوبيخ: والمقصود به توجيه الكلام الذي يدل على اللوم وعدم الرضا بالتصرف أو المخالفة المرتكبة.

3- النفي: وهو الابعاد عن البلد، و قد يكون النفي مؤقتاً و قد يكون دائماً حسب درجة المخالفة وطبيعتها ويعود ذلك إلى اجتهاد المحتسب.

4- الضرب: وهو إيقاع العقوبة بالسوط أو العصا ويعتمد هذا على أساس تغيير المنكر باليد عند الاضطرار إليه.

<sup>1</sup> الغزالي، إحياء علوم الدين، (2/328).

<sup>2</sup> انظر: الشيرازي، نهاية الرتبة في طلب الحسبة، ص 10-40. الهيني، عبد الستار إبراهيم، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2005م، ص 188-190.



\* اصطلاحاً: عرف علماءنا التسعير تعريفات متقاربة المعنى منها:

- عرفه الشوكاني قائلاً: " هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين أمراً أهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا، فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة ترى".<sup>1</sup>

- " وهو كذلك أن يأمر الوالي السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بكذا"<sup>2</sup>.

- وعرفه البهوتي بأنه: " منع الناس البيع بزيادة على ثمن مقدر"<sup>3</sup>.

- وعرفه الشيخ مصطفى السيوطي الرحبياني: " فقال: هو أن يقدر السلطان أو نائبه سعراً للناس و يجبرهم على التبايع بما قدره"<sup>4</sup>.

التعريفات السابقة قريبة من بعضها في المعنى يمك الجمع بينها بالتعريف التالي: التسعير هو: أن يضع من وُلي أمور السوق أثماناً مقدرة للسلع، لا يتجاوزها التجار.

ثانياً: حكم التسعير: تعددت أقوال الفقهاء في حكم التسعير على النحو التالي:

أولاً: التسعير في الأحوال العادية التي لا غلاء فيها:

\* القول الأول: حرمة التسعير: حيث يحرم التسعير في الأحوال العادية التي لا يظهر فيها ظلم التجار، ولا غلاء في الأسعار، و إليه ذهب جمهور الشافعية<sup>5</sup>، و الحنابلة<sup>6</sup>، و الحنفية<sup>1</sup>،

<sup>1</sup> الشوكاني، نيل الأوطار، (233/5).

<sup>2</sup> الشربيني، مغني المحتاج، (38/2).

<sup>3</sup> البهوتي، الروض المربع شرح زاد المستنقع، (56/2).

<sup>4</sup> الرحبياني، مطالب أولي النهى، (62/3).

<sup>5</sup> انظر: الشربيني، مغني المحتاج (38/2). الشافعي، أبو عبد الله محمد بن إدريس، الأم، دار المعرفة، بيروت، 393هـ،

(91/8). الجمل، سليمان، حاشية الجمل، دار الفكر، بيروت، (93/3). الشيرازي، المهذب (292/1).

<sup>6</sup> انظر: ابن قدامة، المغني (280/4)، الرحبياني، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، (62/3). البهوتي، منصور

بن يونس بن إدريس، شرح منتهى الإرادات، عالم الكتب، بيروت، (159/2).

والمالكية<sup>2</sup> مستدلين على ذلك بما يلي:

1/ من القرآن الكريم: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا بَعَدْتُمُ الْمَالَ بَيْنَ يَدَيْكُمْ فَاذْكُرُوا لَكُمْ نَفْسَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ (3)

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا بَعَدْتُمُ الْمَالَ بَيْنَ يَدَيْكُمْ فَاذْكُرُوا لَكُمْ نَفْسَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ (3)

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا بَعَدْتُمُ الْمَالَ بَيْنَ يَدَيْكُمْ فَاذْكُرُوا لَكُمْ نَفْسَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ (3)

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا بَعَدْتُمُ الْمَالَ بَيْنَ يَدَيْكُمْ فَاذْكُرُوا لَكُمْ نَفْسَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ (3)

الشوكاني: إن إلزام صاحب السلعة أن يبيع بما لا يرضى من السعر مناف لقوله تعالى: "إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم"، و الأصل في المعاوضات المالية توفير الرضا من كلا العاقدين، و التسعير يتعارض مع الرضائية في العقود، و يؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل"<sup>4</sup>.

وقد وجهوا هذه الآية بأن في إجبار أصحاب الأموال على بيعها بغير رضاهم ظلم، وهو كذلك مناف لحرية استعمال الحق<sup>5</sup>، وهذا ما يسمى في الفقه بالحجر.

## 2/ من السنة المطهرة:

\* عن أنس - رضي الله عنه - قال: "غلا السعر على عهد رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فقال الناس: يا رسول الله سعر لنا؟ فقال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: "إن الله هو المسعر

<sup>1</sup> انظر: السيوسي، شرح فتح القدير، (492/8). نظام، و آخرون، الفتاوى الهندية (214/4). المرغيناني، الهداية شرح بداية المبتدي، (93/4).

<sup>2</sup> انظر، العبدري، التاج والإكليل،(380/4). ابن رشد، البيان والتحصيل،(355/9).

<sup>3</sup> سورة النساء، آية 29.

<sup>4</sup> الشوكاني، نيل الأوطار، (33/5).

<sup>5</sup> الهيتي، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الاسلامي، ص 143.

القابض الباسط الرازق، و إني لأرجو أن ألقى ربي و ليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال  
1.

**وجه الدلالة:** إن التسعير ظلم، حيث أن الناس مسلطون على أموالهم و التسعير حجر عليهم،  
والإمام مأمور برعاية مصلحة المسلمين، و ليس نظره في مصلحة المشتري برخص الثمن أولى من  
نظره في مصلحة البائع بتوفير الثمن، وإذا تقابل الأمران وجب تمكين الفريق من الاجتهاد  
لأنفسهم<sup>2</sup>، فإذا كان عليه الصلاة والسلام لم يسعر و قد طلب منه التسعير رغم غلاء الأسعار  
— كما نص الحديث — فمن باب أولى أن لا يكون تسعير في الأحوال التي تكون فيها الأسعار  
عادية<sup>3</sup>.

\* وكذلك ما روي عن أبي هريرة - رضي الله عنه - : أن رجلاً جاء فقال: يا رسول الله سعر،  
فقال: " بل أدعو الله "، ثم جاءه رجل فقال: يا رسول الله سعر، فقال: " إن الله عز وجل يرفع  
ويخفض و إني لأرجو أن ألقى الله و ليس لأحد عندي مظلمة"<sup>4</sup>.

**وجه الدلالة:** رفض الرسول - صلى الله عليه وسلم - التسعير عندما طلبوا منه ذلك، بل وعد ذلك  
مظلمة، بل وطلب من السائل أن يدعو الله أن يكشف عنه هذا الغلاء، و يهيء أسباب الرخاء.

\* كما قال الرسول - صلى الله عليه وسلم - : " لا يحل مال امرئ مسلم إلا بطيبة من نفسه"<sup>5</sup>.

**وجه الدلالة:** إن التسعير فيه إكراه للمتعاقدین على البيع بسعر معين، وهو ما يتنافى مع الرضا "  
بطيبة نفس".

---

<sup>1</sup> الترمذي، سنن الترمذي، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التسعير، (605/3)، حديث رقم: 1314، قال أبو عيسى الترمذي:  
هذا حديث حسن صحيح.

<sup>2</sup> المباركفوري، أبو العلا محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم، تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي، دار الكتب العلمية،  
بيروت، (372-371/2). وانظر: الشوكاني، نيل الأوطار (334/5). أبادي، عون المعبود (321/9).

<sup>3</sup> الأشقر، محمد سليمان و آخرون، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، ط1، النفائس، الأردن، 1998م، ص369.

<sup>4</sup> البيهقي، السنن الصغرى، كتاب: البيوع، باب: التسعير (259/5)، (2009). أبو داود، سنن أبي داود، كتاب: البيوع باب:  
في التسعير، حديث رقم (3450)، (272/3). قال الألباني، صحيح، انظر: الألباني، إرواء الغليل، (279/5).

<sup>5</sup> أحمد، المسند، (72/5)، (20714). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، الجامع الصغير وزيادته، ص1362.

### 3/ المعقول: استدلوا أيضاً بالمعقول فقالوا:

- إن الله - عز وجل - هو الذي يرخص الأشياء و يغليها فمن سعر فقد نازع الله فيما له، وليس لأحد أن ينازعه جل شأنه ؛ لأن هذا مفض للظلم، و الظلم مفض إلى القحط<sup>1</sup>.

- إن التسعير حجر و أكل لأموال الناس بالباطل<sup>2</sup>.

- إن الإمام مأمور برعاية مصلحة الكافة و ليس نظره في مصلحة المشتري برخص الثمن بأولى من نظره في مصلحة البائع بزيادة الثمن، و إذا تقابل الأمران وجب تمكين الفريقين من الاجتهاد لأنفسهم بالمساومة و توخي المصلحة، فيجتهد المشتري في الاسترخاص و يجتهد البائع في الاسترياح<sup>3</sup>.

- إن التسعير سبب رئيس للغلاء ؛ لأن الجالبيين إذا بلغهم ذلك لم يقدموا بسلعهم بلداً يكرهون على البيع فيها بغير ما يريدون، و بالتالي من عنده بضاعة يمتنع عن بيعها ويكتمها، و يطلبها المحتاج و لا يجدها إلا قليلاً، فيرتفع بثمنها ليحصل عليها فتغلو الأسعار و يحصل الإضرار بالجانبين، جانب الملاك في منعهم من بيع أملاكهم، و جانب المشتريين من الوصول إلى غرضهم، فيكون حراماً<sup>4</sup>.

وفي هذا قال ابن تيمية: " فإذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير ظلم منهم وقد ارتفع السعر، إما لقلّة الشيء وإما لكثرة الخلق، فهذا إلى الله، فالإلزام الخلق أن يبيعوا بقيمة بعينها إكراه بغير حق"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المناوي، عبد الرؤوف، فيض القدير بشرح الجامع الصغير، المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط1، 1356هـ، (266). وانظر: الباجي، المنتقى (18/5).

<sup>2</sup> انظر: الشوكاني، نيل الأوطار، (335/5). الكاساني، بدائع الصنائع (129/5). الباجي، المنتقى، (18/5).

<sup>3</sup> أبادي، عون المعبود (230/9)، وانظر: المباركفوري، تحفة الأحوذى (452/4).

<sup>4</sup> ابن قدامة، المغني، (239/4).

<sup>5</sup> ابن تيمية، الحسبية، ص21.

\* **القول الثاني: جواز التسعير مطلقاً** و ذهب إليه بعض الفقهاء<sup>1</sup>، سعيد بن المسيب وربيعة بن عبد الرحمن ويحيى بن سعيد الأنصاري، مستدلين على ذلك بما يأتي:

\* ما ورد عن رسول الله - صلى الله عليه و سلم - أنه قال: "من أعتق شركاً له عبد، فكان له مال يبلغ ثمن العبد قوم عليه قيمة العدل، فأعطي شركاؤه حصصهم وعتق عليه العبد، و إلا فقد عتق منه ما عتق"<sup>2</sup>.

يقول ابن تيمية بعد هذا الحديث: "وهذا الذي أمر به النبي - صلى الله عليه وسلم - من تقويم الجميع بقيمة المثل هو حقيقة التسعير"<sup>3</sup>.

**وجه الدلالة:** هذا الحديث أصل في أن من وجبت عليه المعاوضة أجبر على أن يعاوض بثمن المثل لا بما يزيد عن هذا الثمن، وهو أصل في جواز إخراج الشيء عن ملك صاحبه قهراً بثمن المثل للمصلحة الراجحة، فقد تدخل رسول الله - صلى الله عليه وسلم - في التسعير عندما أمر بتقويم الجميع بقيمة المثل و هذا هو حقيقة التسعير<sup>4</sup>.

\* ما ورد من حديث سمرة بن جندب - رضي الله عنه - أنه كانت له عضد<sup>5</sup> من نخل في حائط رجل من الأنصار قال: و مع الرجل أهله، قال: فكان سمرة يدخل إلى نخله فيتأذى به ويشق عليه فطلب إليه أن يبيعه فأبى فطلب إليه أن يناقله فأبى، فأتى النبي - صلى الله عليه وسلم - فذكر

---

<sup>1</sup> انظر: العبدري، التاج و الإكليل (380/4)، الشوكاني، نيل الأوطار (233/5)، الباجي، المنتقى (18/5). المباركفوري، تحفة الأحوزي، (273/2). السيوطي، الأشباه و النظائر، ص528. الجمل، حاشية الجمل، (93/3). ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 23-24.

<sup>2</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: الشركة في الرقيق، (885/2) حديث رقم (2369).

<sup>3</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص24.

<sup>4</sup> ابن تيمية، مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية، (76/28).

<sup>5</sup> أي صار للنخلة جذع يتناول منه، ويقال عضد لأنها متساطرة. الزمخشري، محمود بن عمر، الفائق في غريب الحديث والأثر، تحقيق: علي الجاوي، دار المعرفة، بيروت، ط3، (443-442/2).



ذلك له، فطلب إليه النبي - صلى الله عليه وسلم - أن يبيعه فأبى، فقال: " أنت مضار " فقال النبي عليه السلام للأنصاري: " اذهب فاقلع نخله "1.

\* أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - "تهى أن يبيع حاضر لباد"2، وذلك لأن الحاضر العالم بالسعر ليس له أن يتوكل للبادي الجالب للسلعة لأنه إذا توكل له مع خبرته بحاجة الناس إليه أدى ذلك إلى غلاء الثمن على المشتري، فنهيه - صلى الله عليه وسلم - عن التوكل له مع العلم أن جنس الوكالة مباح ولكنها منعت لما فيه من زيادة السعر على الناس3.

فقد أوجب النبي - صلى الله عليه وسلم - المعاوضة بثمن المثل مراعاة لمصلحة خاصة فدل ذلك على وجوب البيع عند حاجة المشتري إلى المبيع، وأي حاجة أشد من حاجة عموم الناس إلى اللباس و الطعام ونحوهما من سائر الضروريات4.

**واستدلوا أيضاً بالمعقول:**

\* حيث إن التسعير يمنع إغلاء الأسعار على الناس، و ليس في ذلك إجبار للناس على البيع بغير وجه، وإنما منعاً من البيع بغير السعر الذي يحدده الإمام على حسب ما يرى من المصلحة للبائع والمبتاع، فلا يمنع البائع ربحاً و لا يسوغ له منه ما يضر الناس5.

\* وعدم التسعير قد يؤدي إلى الفوضى في البيع و الشراء، و بالتالي تؤثر على الناس خاصة إذا كان ذلك في البضائع الأساسية؛ لذا فإن تدخل ولي الأمر إنما هو لصالح البائع و المشتري6.

1 أبو داود، سنن أبي داود، كتاب: الأقضية في أبواب من القضاء، (3636)، (315/3). قال الحافظ: إسناده حسن، انظر: نيل الأوطار، (335/5).

2 سيق تخريجه، ص 138.

3 ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 40.

4 ابن تيمية، مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية (76/28). وانظر: ابن قيم الجوزية، الطرق الحكمية، ص 264.

5 الباجي، المنتقى (18/5).

6 حميش، حماية المستهلك، ص 193.

\*كذلك فإن المصلحة تقتضي التسعير، حيث أن تسعير السلع في وقت الضائقة عمل ضروري تقتضيه المصلحة العامة لتيسير العيش لجميع الأفراد على سواء<sup>1</sup>.

- واستدلوا أيضاً بمجموعة من القواعد منها: "قاعدة: لا ضرر و لا ضرار"<sup>2</sup>، وقاعدة: "الحاجة تنزل منزلة الضرورة خاصة كانت أو عامة"<sup>3</sup>، و كلها تفيد بضرورة التسعير للوقوف في وجه المستغلين من التجار و أصحاب النفوس الشرهة والمحتكرين الذين لا ينفكون عن استغلال كل الفرص التي تؤدي إلى رفع الأسعار بصورة كبيرة و بالتالي تلحق بالناس الأضرار الكبيرة والمشقة.

ثانياً: التسعير في حالة الغلاء:

وفيها قولان: قول يمنع التسعير، وقول يجيزه:

القول الأول: منع التسعير في حالة الغلاء، وذهب إليه كثير من الشافعية<sup>4</sup>، والحنابلة<sup>5</sup>، والمالكية<sup>6</sup>.

ودليلهم على ذلك: رفضه - صلى الله عليه وسلم - للتسعير حين طلب منه ذلك، فعن أنس - رضي الله عنه - قال: "غلا السعر على عهد رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فقال الناس: يا رسول الله سعر لنا؟ فقال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: "إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، و إني لأرجو أن ألقى ربي و ليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال"<sup>7</sup>.

وجه الدلالة: أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - لم يسعر رغم غلاء السعر.

وقد جاء في المذهب: "ولا يحل للسلطان التسعير"<sup>8</sup>.

<sup>1</sup> عبده، موفق محمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، مجدلاوي، الأردن، 2002م، ص 297.

<sup>2</sup> الزرقا، أحمد بن الشيخ محمد، شرح القواعد الفقهية، دار القلم، دمشق، ط6، 1422هـ ص165.

<sup>3</sup> الزرقا، شرح القواعد الفقهية، ص109.

<sup>4</sup> انظر: المزني، مختصر المزني، (209/2). الأنصاري، أسنى المطالب، (38/2). البكري، حاشية إعانة الطالبين (31/3).

<sup>5</sup> انظر: الحجاوي، الإقناع، (77/2). المرادوي، الإنصاف، (244/4).

<sup>6</sup> انظر: ابن رشد القرطبي، البيان والتحصيل، (355/9).

<sup>7</sup> سبق تخريجه، ص156.

<sup>8</sup> الشيرازي، تكملة المجموع، (47/12).

وقال صاحب مغني المحتاج: "ويحرم التسعير ولو في وقت الغلاء"<sup>1</sup>.

**القول الثاني:** جواز التسعير إذا غلا السعر، وذهب إليه بعض الحنفية<sup>2</sup> وبعض المالكية<sup>3</sup>، وبعض

الشافعية<sup>4</sup>.

ودليلهم على ذلك ما ورد عن النبي - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: "من أعتق شركاً له عبد، فكان له مال يبلغ ثمن العبد قوم عليه قيمة العدل، فأعطي شركاؤه حصصهم وعتق عليه العبد، وإلا فقد عتق منه ما عتق"<sup>5</sup>.

وفي هذا المعنى يقول ابن تيمية: "وأما إذا كانت حاجة الناس لا تندفع إلا بالتسعير العادل، سعر عليهم تسعير عدل لا وكس ولا شطط"<sup>6</sup>

**الترجيح:** أنا أرى الجمع بين أدلة الطرفين، حيث أرى أن التسعير جائز بل إنه واجب في أحوال معينه مثل اكتساح السوق من قبل المحتكرين أو من قبل فئة قليلة من التجار تتلاعب بالأسعار وترفعها كما تشاء، وخاصة إذا كان ذلك في أقوات الناس والأشياء الضرورية كالأدوية مثلاً، أما إذا كانت السلع تباع بالثمن المتعارف عليه، وكانت الأسواق تسير على طبيعتها، فأرى أن التسعير في هذه الحالة محرم ؛ لأنه ظلم لصاحب السلعة وتدخل في حرية التجارة بدون وجه حق، وهذا ما ذهب إليه شيخ الإسلام ابن تيمية، حيث قال: "السعر منه ما هو ظلم لا يجوز ومنه ما هو عدل جائز"<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> الشربيني، مغني المحتاج، (38/2).

<sup>2</sup> انظر: سليمان، عبد الرحمن، ملئقى الأبحر، (214/1). ابن عابدين، الحاشية، (400/6).

<sup>3</sup> العبدري، التاج والإكليل، (380/4).

<sup>4</sup> انظر: الماوردي، الحاوي، (409/5). الهيتمي، الفتاوى الفقهية الكبرى، (236/2).

<sup>5</sup> البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: الشركة في الرقيق، (885/2) حديث رقم (2369).

<sup>6</sup> ابن تيمية، الحسبية، ص48.

<sup>7</sup> ابن تيمية، مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية (76/28).

### ثالثاً: الأشياء التي يجري فيها التسعير:

اختلف العلماء في الأشياء التي يجري فيها التسعير على النحو التالي:

أولاً: أن التسعير يجوز في القوتين " قوت الآدمي و قوت الحيوان " وغيرهما مما تعم الحاجة إليه لجميع الناس، لأن الضرر إنما يحصل في إغلاء أسعار كل ما تعم حاجة الناس إليه من الأقوات وغيره.

ثانياً: إن التسعير خاص بالقوتين فلا يجري في غيرهما؛ وذلك لأن الضرر في الأغلب إنما يلحق العامة بإغلاء السعر في هذين القوتين دون غيرهما، فلا يجوز للإمام أو نائبه التسعير إلا فيهما<sup>1</sup>.

ثالثاً: أن التسعير لا يكون إلا في المكيل و الموزون سواء أكان مأكولاً أو غير مأكول دون غيره مما لا يكال ولا يوزن<sup>2</sup>.

رابعاً: أن التسعير لا يكون إلا في المأكول دون غيره<sup>3</sup>.

الراجح: القول الأول هو القول الراجح، لأن قواعد الشريعة الإسلامية تسعى إلى رعاية مصالح الأمة و دفع الضرر والاستغلال عنهم في جميع شؤون حياتهم الضرورية، كما أن حاجة الناس إلى غير الأقوات قد تفوق حاجتهم أحياناً إلى الأقوات، و ذلك كحاجتهم إلى الأدوية و نحوهما<sup>4</sup>.

رابعاً: دوافع التسعير في الاقتصاد الإسلامي:

يمكن إجمال دوافع التسعير في الإسلام بأربعة دوافع رئيسية هي<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> انظر: الصنعاني، سبل السلام (25/3).

<sup>2</sup> العبدري، التاج و الإكليل، (380/4).

<sup>3</sup> ابن جزى، القوانين الفقهية، ص 169.

<sup>4</sup> ابن عمر، أحكام السوق في الإسلام، ص 394.

<sup>5</sup> الهيتي، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، ص 154.

1- **الاحتكار**: عند حدوث الاحتكار فإن لولي الأمر إجراءات عديدة يمكنه بها معالجة هذه الحالة، و لعل من أهمها هو التدخل من أجل تسعير المواد عندئذ، فقد جاء في مواهب الجليل: "أنه إذا اشتراه من الأسواق واحتكر وأضر بالناس فيشترك فيه الناس بالسعر الذي اشتراه به"<sup>1</sup>.

أما ابن قيم الجوزية فيقول: "إذا امتنع أرباب السلع من بيعها مع حاجة الناس إليها إلا بزيادة على القيمة المعروفة فهنا يؤمرون بالواجب على البيع بثمن المثل ويعاقبون على تركه"<sup>2</sup>.

2- **حاجة الناس إلى السلعة**: و تقدير حجم هذه الحاجة راجع إلى ولي الأمر، بحيث إذا رأى أن المصلحة تقتضي تدخله لتسعير السلع جاز له أن يسعر على الناس، كما في حالة المجاعة مثلاً، أو عند وقوع الكوارث أو الحروب، ففي مثل هذه الحالات يجوز لولي الأمر أن يسعر للناس إذا ما تعدوا في الأسعار أو حاولوا استغلال الناس.

يقول ابن قيم الجوزية: "إذا احتاج الناس إلى سلاح للجهاد فعلى أربابه أن يبيعه بعوض المثل و لا يُمَكِّنوا من حبسه بما يريدون من الثمن و الله تعالى قد أوجب الجهاد بالنفس والمال، فكيف لا يجب على أرباب السلاح بذله بقيمة المثل"<sup>3</sup>.

3- **التسعير في حالة الاختصاص**: المقصود بالاختصاص: هو أن يلتزم التجار البيع لفئة معينة من الناس لتبيعها بأسعار مرتفعة لا يمكن لعامة الناس دفعها للحصول على تلك السلع، وقد أشار ابن تيمية إلى كون الاختصاص دافعاً من دوافع التسعير يسوغ لولي الأمر التدخل من أجل ضمان قيمة المثل للسلع الاستهلاكية، حيث قال بصدد بيان الحالات التي يكون فيها التسعير مشروعاً، بل واجباً: "وأبلغ من هذا أن يكون الناس قد التزموا أن لا يبيع الطعام أو غيره إلا أناس معروفون - أي لا تباع تلك السلع إلا لهم ثم يقومون هم ببيعها -...فهنا يجب التسعير عليهم بحيث لا يبيعون

<sup>1</sup> الخطاب، مواهب الجليل شرح مختصر خليل، (227/4).

<sup>2</sup> ابن قيم الجوزية، الطرق الحكمية، ص 356.

<sup>3</sup> ابن قيم الجوزية، الطرق الحكمية، ص 356/355.

إلا بقيمة المثل بلا تردد في ذلك عند أحد من العلماء...فالتسعير في مثل هذا واجب بلا نزاع و حقيقته إلزامهم أن لا يبيعوا و لا يشتروا إلا بثل المثل"<sup>1</sup>.

#### 4- التسعير عند تواطؤ البائعين ضد المشتريين أو العكس:

وهذه الحالة مزدوجة تتمثل في حصول التواطؤ من قبل الطرفين، فالتواطؤ من الطرف الأول: هو اتفاق مجموعة من الباعة على تحديد سعر معين للسلع ويكون هذا السعر فاحشاً وغير متناسب مع دخول الأفراد، والتواطؤ من الطرف الثاني: هو اتفاق مجموعة من المشتريين على الاشتراك في تحديد سعر لسلعة معينة من أجل هدر حق صاحبها.

وقد عد ابن تيمية مثل هذه التصرفات إحدى الدوافع التي تجيز للإمام فرض سعر معين ليس فيه غبن أو ظلم لأحد الطرفين<sup>2</sup>، وقد أجاز فقهاء الأحناف تدخل الحاكم في التسعير إذا حصل تعدي من قبل البائعين، حيث قالوا: إذا تعدى أرباب الطعام في القيمة تعدياً فاحشاً كان لولي الأمر أن يسعر عليهم<sup>3</sup>.

#### رابعاً: كيفية تطبيق التسعير:

من أجل ضمان التوصل إلى السعر الذي يحقق المصلحة العامة، يتعين على ولي الأمر ان يستعين في تقدير ذلك السعر بأهل السوق أولاً، و بأهل الخبرة ثانياً، يقول ابن حبيب المالكي: "ينبغي للإمام أن يجمع وجوه أهل سوق ذلك الشيء ويحضر غيرهم استظهاراً على صدقهم فيسألهم كيف يشترون وكيف يبيعون؟ فينازلهم إلى ما فيه لهم و للعامة سداد حتى يرضوا به.. ولا يجبرون على التسعير، ولكن عن رضا، وعلى ذلك أجازته من أجازته، ووجه ذلك أنه بهذا يتوصل إلى معرفة

<sup>1</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 17.

<sup>2</sup> ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 18.

<sup>3</sup> الزيلعي، تبين الحقائق، (28/6). الشوكاني، فتح القدير (492/8).

مصالح الباعة و المشتريين، ويجعل للباعة في ذلك من الربح ما يقوم بهم ولا يكون فيه إجحاف بالناس"<sup>1</sup>.

وفي الحقيقة أن هذا يعتبر من أبداع ما أفرزه التفكير الاقتصادي في الإسلام؛ لأنه يدل على أن التسعير فيه لا يكون عشوائياً، وإنما يقوم بناءً على خطة مدروسة تقوم بها لجنة مختصة مناظرة بولي الأمر تتشكل من ثلاث جهات هي:

**الجهة الأولى:** ممثل عن التجار و أهل السوق، عبر عنها ابن حبيب بقوله: "وجوه أهل سوق ذلك الشيء".

**الجهة الثانية:** ممثل عن أهل الخبرة والاختصاص، وعبر عنها بقوله: "ويحضر غيرهم استظهاراً على صدقهم".

**الجهة الثالثة:** ممثل عن أفراد الأمة، فإنها مفهومة من قوله: "فينازلهم إلى ما فيه لهم وللعمامة سداد حتى يرضوا عنه".

والواقع أن الإسلام بهذا التنظيم الاقتصادي يعتبر سباقاً في هذا المجال حيث أدرك أهمية إشراك جميع أطراف المبادلة في تحديد الأسعار قبل أن ينتبه إلى ذلك رواد الفكر الاقتصادي الوضعي بعدة قرون مما يشير إلى أن الاقتصاد الإسلامي و نظرياته قائمة بذاتها و مستقاه من أصولها الشرعية من الكتاب و السنة و إجماع العلماء و غيرها من الأصول الشرعية المعتمدة<sup>2</sup>.

#### خامساً: أثر الأخذ بنظام التسعير على المنافسة التجارية:

التسعير سلاح ذو حدين فقد يكون أحياناً في مصلحة المشتريين، ولكن أحياناً أخرى يضر بهم؛ وذلك لأن التسعير وحده قد لا يكون كافياً للقضاء على غلاء الأسعار والحد من استغلال وجشع التجار، فسرعان ما تعود الأسعار إلى الارتفاع بعد فرض التسعير، فيتضاعف ثمن السلعة

<sup>1</sup> الباجي، المنتقى، (17/5). ابن تيمية، الحسبة في الإسلام، ص 33.

<sup>2</sup> الهيتي، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، ص 166-167.

أكثر مما كانت عليه قبل فرضه، فلا يؤدي التسعير الغرض الذي فرض من أجله، فالعلاج بالتسعير وحده هو علاج لظواهر المرض دون استئصال لجذوره، ولهذا قال بعض العلماء "إن التسعير سبب غلاء الأسعار"<sup>1</sup>، فالتسعير مهما سلمنا بجوازه لا يجوز أن يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين لأن الهدف منه ابتداءً هو حمايتهم من جشع التجار وطمعهم<sup>2</sup>.

لهذا فإنه ينبغي على الدولة كي تحافظ على استقرار الأسعار، و حتى يؤدي نظام التسعير الغرض الذي من أجله فرض، أن تتخذ مجموعة من التدابير الوقائية و التي منها<sup>3</sup>:

1- مراقبة الأسعار مراقبة دقيقة من قبل ولي الأمر أو نائبه؛ لمنع التجار من التلاعب بالأسعار والتحكم بالأثمان.

2- معاقبة كل من يثبت مخالفته لنظام التسعير بإحدى العقوبات التعزيرية، على حسب ما يراه ولي الأمر مناسباً للردع و الزجر.

3- زيادة العرض و ذلك بطرح مواد و سلع كثيرة يحتاج إليها الناس بحيث تفي بحاجات الناس وتسعيرها بثمن مناسب، مع منح إعانات مالية للمنتجين والجاليين لتشجيعهم على عرض السلع بأسعار مناسبة.

4- التخطيط الدقيق والشامل لمدى حاجة الدولة إلى الاستهلاك من السلع الضرورية والكمالية على المدى الطويل وذلك ضمن إطار خطة الدولة الاقتصادية.

5- إنشاء عدد من الجمعيات التعاونية للمستهلكين في جميع المدن و القرى، حيث تباع السلع والبضائع بأسعار معقولة في متناول المستهلكين.

6- بث الوعي الديني بين الناس منتجين ومستهلكين وتعريفهم بنظام الإسلام في المعاملات والاستهلاك؛ وذلك لغرس روح التعاون والإخاء فيما بينهم، وتحذيرهم من عقوبة الاستغلال

<sup>1</sup> ابن قدامة، المغني، (4/151)

<sup>2</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 199

<sup>3</sup> ابن عمر، أحكام السوق في الإسلام، ص 395-397.



والاحتكار، وذلك عن طريق وسائل الإعلان المختلفة، وعقد اللقاءات والندوات بين المنتجين والمستهلكين.

أما إذا تعين التسعير ولم تجد الدولة بدءاً من حماية المستهلك إلا عن طريقه، وجب التسعير وذلك للأسباب التالية<sup>1</sup>:

- 1- لأنه الوسيلة الصارمة لمحاربة المحتكرين.
- 2- التسعير يمثل حماية للمستهلك من جشع أرباح التجار غير المحدودة، كما يعطي التاجر ربحاً محدوداً ومعقولاً حماية لمصلحته أيضاً.
- 3- التسعير وسيلة لضبط عملية المضاربة و المنافسة في الأسعار التي تؤدي بالكثير من التجار إلى إشهار إفلاسهم و خروجهم من السوق بسبب منافسة الأقوياء أصحاب المصالح التجارية الكبرى.
- 4- بالتسعير نحاول الموازنة بين المصلحة العامة (عامه الناس) و المصلحة الخاصة (مصلحة التجار).
- 5- بالتسعير أيضاً نحمي الناس الذين لا علم لهم بالأسعار، فبنشر نظام التسعير يقبل الإنسان على الشراء وهو مطمئن من انه لا يخدع و لا يقع في شرك جشع التجار و طمعهم.

---

<sup>1</sup> حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص 200.

## المبحث الثاني

### حماية المنافسة التجارية حديثاً

يتحدث هذا المبحث عن حماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً وذلك من خلال القانون، وقد وقع المبحث في خمسة مطالب، حيث احتوى المطلب الأول الغرض من سن القوانين التجارية، والمطلب الثاني تناول بعض الأمور و بصورة مختصرة فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة، في حين تحدث المطلب الثالث عن الجزاءات المترتبة على المنافسة غير المشروعة، وتناول المطلب الرابع الإجراءات الوقائية لمنع أعمال المنافسة غير المشروعة، وأخيراً تناول المطلب الخامس الحماية القانونية للمتجر من أعمال المنافسة غير المشروعة.

#### المطلب الأول: الغرض من سن قوانين تحمي المنافسة

هناك فوائد تتحقق من سن قوانين تنظم وتحمي المنافسة التجارية، ومن ذلك<sup>1</sup>:

أولاً: حماية و تشجيع المنافسة التجارية المشروعة.

ثانياً: تعزيز كفاءة الاقتصاد.

ثالثاً: مكافحة الاتفاقيات أو الترتيبات أو الممارسات التجارية التقليدية للمنافسة.

رابعاً: توفير تنمية متوازنة و متنافسة للأنشطة الاقتصادية.

خامساً: الحد من الآثار الضارة التي تلحق بالنظام الاقتصادي و الاجتماعي.

سادساً: توزيع أفضل للموارد الاقتصادية، و تحقيق أسعار دنيا مع زيادة الجودة و النوعية.

سابعاً: إيجاد بيئة تنافسية جذابة للاستثمارات.

ثامناً: تمكين القطاع الخاص من الدخول في الأنشطة الاقتصادية الرئيسية.

<sup>1</sup> انظر: النجار، المنافسة والترويج الاقتصادي، ص158، حميش، حماية المستهلك من منظور إسلامي، ص219.

تاسعاً: تحقيق رفاهية المستهلك من خلال الإبداع و التفاني في توفير سلع بأسعار معقولة.

### المطلب الثاني: ما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة

يعطي القانون الحق للمتضرر من المنافسة غير المشروعة من رفع دعوى تضرر لرفع

الضرر عنه، وتتم الأمور على النحو الآتي:

أولاً: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة:

تقام دعوى المنافسة غير المشروعة من المتضرر، فرداً كان أو أكثر، ففي الحالة الأخيرة يمكن أن ترفع منهم مجتمعين أو منفردين، و إذا كان الضرر غير متحقق بعد، فيمكن رفع دعوى للمطالبة بوقفه فقط<sup>1</sup>، ولا يجوز أن ترفع الدعوى من غير المتضرر أو نائبه، ويكون لكل متضرر دعوى شخصية باسمه، دون أن يمس ذلك حقوق الآخرين ممن أصابهم الضرر، ولا تقبل دعوى المنافسة غير المشروعة متى كانت تجارة المدعي غير مشروعة كتجارة المخدرات<sup>2</sup>.

ثانياً: الأساس القانوني لدعوى المنافسة:

أعطى المشرع للمتضررين من أعمال المنافسة غير المشروعة الحق في إقامة دعوى تسمى دعوى المنافسة غير المشروعة، و الحصول على التعويض عن الأضرار اللاحقة بهم<sup>3</sup>، فما هو الأساس القانوني الذي استندت عليه؟

يرى البعض أن أساس هذه الدعوى: هو حماية ما يتمتع به التاجر من حق ملكية على متجره، وعلى ذلك فإن أي اعتداء على عناصر هذا الحق يعتبر منافسة غير قانونية توجب المساءلة القانونية<sup>4</sup>، وهناك من يرى أن دعوى المنافسة غير المشروعة ترتكز - كما أسسها القضاء - على القواعد العامة، أي العمل غير المشروع، أي قواعد المسؤولية التقصيرية، والتي تقتضي بأن

<sup>1</sup> العطير، عبد القادر حسين، الوسيط في شرح القانون التجاري، ط2، دار الثقافة، عمان، 1999م، ص 177

<sup>2</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص501.

<sup>3</sup> الفقى، القانون التجاري، ص314.

<sup>4</sup> العليكي، القانون التجاري، ص161.

كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض، إلا أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تهدف فقط إلى إصلاح الضرر، وإنما هي كذلك دعوى وقائية، تهدف إلى منع وقوع الضرر في المستقبل، و قد نصت المادة (66) مدني على ما يلي<sup>1</sup>:

1- يجب الضمان على من استعمل حقه استعمالاً غير مشروع.

2- يكون استعمال الحق غير مشروع بما يلي:

أ- إذا توافر قصد التعدي.

ب- إذا كانت المصلحة المرجوة من الفعل غير مشروعة.

ج- إذا كانت المنفعة منه لا تتناسب مع ما يصيب الغير من الضرر.

د- إذا تجاوز ما جرى عليه العرف و العادة.

**ثالثاً: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة:**

يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة وجود منافسة تتصف بعدم المشروعية، ويسمى هذا ركن الخطأ، و أن ينشأ ضرر عن هذه المنافسة غير المشروعة و يسمى هذا ركن الضرر، و أن تتوافر علاقة سببية بين الخطأ و الضرر الذي أصاب التاجر المتضرر<sup>2</sup>، وتوضيح ذلك على النحو الآتي:

\* **الخطأ:** المقصود بالخطأ انه إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل إياه، ويتطلب الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة بين شخصين، وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال

<sup>1</sup> بو ذياب، مبادئ القانون التجاري، ص 179.

<sup>2</sup> العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري، ص 175.

وعدم تبصر، أي سواء توفر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير و سوء النية، أو كان الخطأ غير عمدي مبعثه الإهمال بحقيقة نشاط المنافس<sup>1</sup>.

\* **حصول ضرر للمدعي:** فلا بد أن يثبت المدعي الضرر الذي لحقه من المنافسة غير المشروعة، و لا يهم أن يكون الضرر مادياً أو أدبياً، حالاً أو محتمل الوقوع في المستقبل، ما دام سببه فعل منافسة غير مشروعة، و يكفي أن يكون محتملاً لا مؤكداً، لأن الضرر من هذه المنافسة يتمثل في فقد الزبائن، علماً بأن وضعهم في الأصل غير ثابت، لذا يكفي بخطر فقدهم<sup>2</sup>، كما لا يشترط أن ينتج عن وقوع الضرر خسارة فعلية و إنما يكفي مجرد تفويت الربح على المحل التجاري<sup>3</sup>.

\* **العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر:** و حتى تقوم الدعوى بحق المدعى عليه، فلا بد من إثبات وجود رابطة سببية بين الخطأ و الضرر المتعدى به، أي الارتباط بين المنافسة غير المشروعة و الضرر الذي لحق بصاحب المحل التجاري المدعي بهذه الدعوى<sup>4</sup>، أما إذا انتقت العلاقة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة و الضرر، كما لو كان الضرر بسبب المنافسة المشروعة، أو فعل الغير، أو خطأ المضرور، عنده تنتفي المسؤولية عن الضرر بالنسبة للمدعى عليه<sup>5</sup>، و الحقيقة أن إثبات دعوى المنافسة غير المشروعة لا يكون أمراً سهلاً في جميع الأحوال، ذلك أنه إذا كان بالإمكان إثبات وجود هذه الرابطة عند تحقق الضرر فعلاً، فإنه يكون من الصعب بيان رابطة سببية عندما يكون الضرر محتملاً، و الضرر الاحتمالي هو الذي يميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية التقصيرية العادية<sup>6</sup>، حيث يقصد من دعوى المنافسة غير المشروعة هنا إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل فلا يتطلب السببية في دعوى المنافسة

<sup>1</sup> كريم، مبادئ القانون التجاري، ص 232.

<sup>2</sup> العليكي، القانون التجاري، ص 155-156.

<sup>3</sup> يونس، المحل التجاري، ص 146.

<sup>4</sup> بو ذياب، مبادئ القانون التجاري، ص 181.

<sup>5</sup> العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري، ص 177.

<sup>6</sup> العليكي، القانون التجاري، ص 160.

غير المشروعة، و هذا على عكس المسؤولية التقصيرية التي تهدف إلى تعويض الضرر فلا بد من إثبات رابطة السببية<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: الجزاءات المترتبة على المنافسة غير المشروعة

يترتب على من يرتكب عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة المسؤوليات التالية:

**أولاً: المسؤولية المدنية:** تُرتب المنافسة غير المشروعة المسؤولية على فاعلها، و يلتزم من جراء ذلك بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالمدعي، و تقدر المحكمة التعويض وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، و فضلاً عن ذلك و منعاً لاستمرار الضرر أو تكراره، فإنه يجوز للمحكمة أن تأمر باتخاذ التدابير الكفيلة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، كأن تأمر بمنع استخدام العلامة التجارية أو الاسم التجاري، و قد تأمر المحكمة بإضافة بيان إلى الاسم التجاري لتمييزه عن الاسم المشابه لإزالة اللبس بينهما، كما يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم في جريدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه، و للمحكمة كذلك أن تحكم بغرامة تهديدية عن كل يوم يتأخر فيه المحكوم عن التنفيذ.

**ثانياً: المسؤولية الجنائية:** وقد يترتب على المنافسة غير المشروعة مسؤولية جنائية إذا توافر سوء القصد من قبل الفاعل، فيما يعرف بجريمة المنافسة الاحتيالية<sup>2</sup>.

**ثالثاً: التعويض:** رتب القانون على فعل المنافسة غير المشروعة إذا ألحقت الضرر بالتجار التعويض عن الضرر المادي أو الأدبي أو المعنوي، و كذلك إيقاف عمل المنافسة غير المشروعة، و أن تأمر بمصادرة أو إتلاف الوسائل التي استخدمت في فعل المنافسة غير المشروعة، كما اعتبرت بعض أعمال المنافسة غير المشروعة جريمة و عقوبتها الحبس مدة لا تزيد عن سنة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> منشورات القدس المفتوحة، القانون التجاري، ط1، 1997م، ص252.

<sup>2</sup> كريم، مبادئ القانون التجاري، ص235.

<sup>3</sup> بو ذياب، مبادئ القانون التجاري، ص181-182.

أما أنواع التعويض فيجوز للقضاء أن يحكم بالتعويض التقدي، أو بالتعويض العيني، أو بالتعويضين معاً، مع الحكم بغرامة عن كل يوم لا تنفذ فيه<sup>1</sup>.

### المطلب الرابع: الإجراءات الوقائية لمنع أعمال المنافسة غير المشروعة

هناك إجراءات وقائية وضعها القانون للحيلولة دون حصول أعمال المنافسة غير المشروعة، ومن ذلك:

**أولاً: أهمية وجود علامات على البضائع:** حيث تتبع أهمية هذه العلامات في أنها تشكل وسيلة فعالة من وسائل قمع المنافسة غير المشروعة، ذلك أن أحكام علامات البضائع تهدف في الأساس إلى تنظيم المنافسة المشروعة، ووضع التدابير لقمع المنافسة غير المشروعة، وردع الممارسات أو الأعمال التي تخالف الممارسات الشريفة في مجال التجارة، و هي تعمل كذلك على حماية جمهور المستهلكين من الغش التجاري، بالإضافة إلى تحقيق الرقابة على البضائع التي يتم تداولها في الأسواق<sup>2</sup>.

**ثانياً: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية:** تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائرية إذا كانت مسجلة، فإذا انتفى التسجيل انتفت الحماية، وهي تتمتع بهذه الحماية خلال فترة تسجيلها، فإذا ما وقع الاعتداء على العلامة قبل تسجيلها فلا جريمة، و إذا ما وقع بعد انتهاء التسجيل لأي سبب كان فلا جريمة أيضاً<sup>3</sup>.

**ثالثاً: تقوم المحكمة باتخاذ الوسائل الوقائية في وقف الاعتداء أو منعه،** كأن تأمر المحكمة بإضافة معينة إلى الاسم التجاري، تزيل اللبس بينه و بين اسم مشابه، أو تأمر بتعديل العنوان تحقيقاً لنفس الغاية، هذا إذا كانت وسائل المعتدي من شأنها تضليل الجمهور، و يتضح من هذه الإجراءات أنها ذات طابع وقائي، و لذلك يجوز الحكم بها لو انعدم الضرر كلية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> القضاة، و آخرون، مبادئ القانون التجاري، ص 67.

<sup>2</sup> محرز، القانون التجاري، ص 235.

<sup>3</sup> زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، ص 466-467.

<sup>4</sup> كالوري، رولاند و آخرون، المنافسة العالمية، ترجمة: عبد الحكيم أحمد الخزامي، دار الفجر، 2000م، ص 171.

**رابعاً: التدخل في السوق وتحديد الأسعار:** يتحدد سعر السلعة في الظروف العادية عن طريق تفاعل قوى العرض و الطلب، و في الاقتصاد الإسلامي يترك لجهاز الأسعار أن يلعب دوره التلقائي بالنسبة لتخصيص الإنتاج و توزيعه، أما إذا حدث تلاعب في السوق لإنقاص العرض بغية إحداث ارتفاع في السعر بصورة تعسفية، فإن من واجبات الدولة التدخل في السوق وتحديد الأسعار.

**خامساً: محاربة الاحتكار و تشجيع المنافسة بين المنتجين:** و يكون بمحاربة أساليب الاحتكار المحرمة مثل إقفال الأسواق، و التحكم في الإنتاج عن طريق منع مؤسسات أخرى من استخدام المواد الخام، أو منعها من استخدام منافذ التسويق و إغراق الأسواق لتدمير المؤسسات المنافسة، و الدولة في هذه الحالة عليها واجب التدخل بصورة مباشرة، أو غير مباشرة لتفسيح المجال أمام دخول مؤسسات جديدة؛ لترشيد العملية الإنتاجية، و تحسين السلع، و تخفيض السعر<sup>1</sup>.

#### **المطلب الخامس: الحماية القانونية للمتجر من أعمال المنافسة غير المشروعة:**

**تمهيد:** لاشك أن المنافسة بين المحال التجارية مطلوبة، إذا كانت في إطار المشروعية، و ذلك للأهداف التي تحققها للمستهلكين و التجار و المجتمع على السواء، فالمنافسة بين المحال التجارية تؤدي إلى حث هذه المحال على انتقاء أفضل البضائع و أجودها حتى تظل محتفظة بفعاليتها، كما تؤدي إلى خفض الأسعار لجذب عملاء جدد، مما يعود بالفائدة على المستهلكين، وبالأرباح على المحال التجارية<sup>2</sup>.

فكان لا بد من تنظيم هذا التنافس بحيث لا يسمح للتجار من تجاوز حرية المنافسة بأفعال مخالفة للقانون، من خلال استخدامه لوسائل غير مشروعة، و أساليب غير شريفة تؤثر على اختيار المجتمع<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محرز، القانون التجاري، ص 333.

<sup>2</sup> رضوان، مبادئ القانون التجاري، ص 484.

<sup>3</sup> كريم، مبادئ القانون التجاري، ص 229.



لذلك سأتناول في هذا المطلب عناصر المتجر، ثم وسائل حماية المتجر من المنافسة غير

المشروعة:

أولاً، المقصود بالمحل التجاري: هو مجموعة من الأموال المنقولة مادية و معنوية، تآلفت معاً ورتبت بقصد استغلال مشروع تجاري و الحصول على العملاء، و العناصر التي تتركب منها هذه المجموعة لا تذوب فيها ولا تتلاشى في محيطها و لا تتفاعل فيما بينها تفاعلاً يترتب على فقدان معالمها أو خصائصها، إنما يظل كل عنصر منها محتفظاً بذاتيته و طبيعته، و خاضعاً للقواعد القانونية الخاصة به<sup>1</sup>.

ثانياً: عناصر المحل التجاري: يتكون المحل التجاري من العناصر المادية و المعنوية، و لكن ليس معنى ذلك أن العناصر التي يتكون منها المحل التجاري تكون واحدة في كل الأحوال، بل تختلف العناصر التي تلزم لوجود المحل التجاري حسب ظروف و نوع التجارة الممارسة<sup>2</sup>، وفيما يلي توضيح هذه العناصر<sup>3</sup>:

#### 1- العناصر المادية: وأهم هذه العناصر:

\* المعدات و الأثاث التجاري: وهي بصفة عامة منقولات مادية تستعمل في الاستغلال التجاري دون أن تكون مخصصة للبيع.

\* البضائع و السلع: تحتل السلع مكانة خاصة بالنسبة للعناصر المكونة للمحل التجاري، فهي كل الأشياء المعدة للبيع، و تعد العنصر الأقل استقراراً في المحل التجاري؛ لأن وجودها مسألة مؤقتة فهي معدة أصلاً لغرض بيعها، فهي ليست عنصراً دائماً.

<sup>1</sup> يونس، المحل التجاري، ص 3.

<sup>2</sup> يونس، المحل التجاري، ص 449.

<sup>3</sup> منشورات جامعة القدس المفتوحة، القانون التجاري، ص 224-239

## 2- العناصر المعنوية: وأهم هذه العناصر:

\* **الاتصال بالعملاء و السمعة التجارية:** و المقصود بهما القيمة الناتجة من العلاقات القائمة بين المحل التجاري و بين الأشخاص أصحاب الطلب.

\* **الحق في الإيجار:** أي حق المستأجر في الانتفاع في المكان المؤجر، فعقد الإيجار يضمن استقرار المحل التجاري، و يشكل عنصراً مهماً من عناصره، ذلك أن تحديد موقع المحل غالباً ما يكون له دور مهم في اجتذاب العملاء.

\* **الاسم التجاري:** وهو التسمية التي يمارس تحتها التاجر تجارته و يستخدمها علامة تميز مشروعه التجاري، يشكل عنصراً من عناصر المحل التجاري فأندته جمع العملاء.

\* **حقوق الملكية الصناعية:** و تشمل الحقوق الواردة على براءات لاختراع و الرسوم والنماذج الصناعية و العلامة التجارية، و هي تعد عناصر معنوية في المحل التجاري.

**ثالثاً: اكتساب صفة التاجر:** إن احتراف العمل التجاري من قبل شخص ما يكسبه صفة التاجر، فالتاجر هو الذي تكون مهمته القيام بأعمال تجارية، و يترتب على اكتساب هذه الصفة خضوع الشخص للالتزامات التي يخضع إليها التاجر، و أهمها القيد في السجل التجاري، ومسك السجل التجاري، و الانضمام إلى عضوية الغرف التجارية، كما يطبق عليه نظام الإفلاس، و هذا خلافاً للشخص الذي يمارس العمل المدني، كالمزارع مثلاً فهو يخضع لأحكام القانون المدني<sup>1</sup>.

### رابعاً: وسائل حماية المتجر من المنافسة غير المشروعة:

إن القانون يحمي تلك العناصر من اعتداء الغير عليها، وذلك عند استعمالها أو الإدعاء بعائديتها له بدون وجه حق، كما هو الحال بالنسبة للعنوان التجاري المسجل في السجل التجاري والاسم التجاري و براءة الاختراع<sup>2</sup>، و يترتب مثلاً على سرقة الاسم التجاري إلحاق الضرر بالمحل

<sup>1</sup> منشورات القدس المفتوحة، القانون الجاري، ط1، 1997م، ص29.

<sup>2</sup> سامي، القانون التجاري، ص 92-94.

التجاري، و لذلك يكون لصاحب المحل التجاري رفع دعوى المنافسة غير المشروعة على من سرقه لمطالبته بتعويض الضرر الذي أصابه من جراء ذلك<sup>1</sup>، و يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة مخالفة بائع المتجر لالتزامه بعدم ممارسة نشاط مماثل لمحل تجاري آخر بمنطقة محددة و لمدة محددة<sup>2</sup>.

وأخيراً أسأل الله تعالى أن أكون قد وفقته بطرحي لهذه المادة، وأن أكون قد وفيت الموضوع حقه، فما كان من خير فمن الله عز وجل، وما كان من خطأ فمن نفسي والشيطان، وأرجو الله أن يرزقني الإخلاص، والتوفيق و السداد، والحمد لله رب العالمين.

---

<sup>1</sup> يونس، المحل التجاري، ص 454.  
<sup>2</sup> القضاة، مبادئ القانون التجاري، ص 67.

## الخاتمة والنتائج

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، فله الحمد سبحانه على ما منّ به من إعانة وتوفيق في إتمام هذا العمل، وإنجاز هذه الدراسة، فله الحمد كل الحمد على جزيل كرمه، وكثير نعمه وعطاياه. والصلاة والسلام على خاتم الرسل و الأنبياء، صلاة أختم بها هذه الدراسة، راجياً ببركتها أن يمن الله تعالى علي بقبول هذا الجهد، إنه سميع مجيب الدعوات.

وبعد، ففي ختام هذه الدراسة، و بعد تمام هذا الجهد، لا بد من تسجيل أبرز ما توصلت إليه من نتائج، و خلاصة ما ذكرت فيها من أمور، أجملها فيما يلي:

- 1- التعريف الأشمل و الأدق للمنافسة المشروعة هو: أنها المنافسة الشريفة ذات الجدوى، التي لا بد منها من أجل العمل الدؤوب وعدم التراخي والكسل، والتي تقوم على جملة من الأخلاق والمبادئ الشرعية، ذات مصلحة لأطراف كثيرة، بما فيها العاملين والمجتمع.
- 2- التجارة أعم من البيع إذ البيع نوع منها فالتجارة يراد بها كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة.
- 3- أباح الإسلام المنافسة التجارية ودل على ذلك الكثير من الأدلة الشرعية من الكتاب والسنة وكذلك إجماع الأمة.
- 4- أحاط الشرع المنافسة التجارية بالعديد من الضوابط منها: (تحريم الغش، وتحريم الحلال، وتحريم التطفيف في الميزان...).
- 5- للغش أضرار كثيرة منها: (أضرار أخلاقية، ومالية، وصحية...).
- 6- لمراقبة الجهات المسؤولة للموازن والمكاييل فوائد وآثار منها: زرع الثقة في النفوس، وحماية أموال الناس، وخدمة الاقتصاد...).

- 7- إن الإلتزام بالضوابط الشرعية للمنافسة التجارية يعود بآثار ونتائج طيبة على المتعاملين في الأسواق منها: (تجعل السوق مكاناً تحكمه القيم والأخلاق، وكفاءة الأداء في العمل والجودة في الصناعة والتجارة، وإرضاء العاملين في الأسواق، وتحقيق أهداف العمل التجاري).
- 8- هناك صور عديدة وكثيرة للمنافسة التجارية المشروعة، مثل: المزايدة، والتقسيط، والدعاية والإعلان، والجوائز.
- 9- من دوافع زيادة البائع للثمن في التقسيط: خوفه إفلاس المشتري أو موته، وفوات استغلاله للمبلغ لو باع نقداً.
- 10- وجه الخلاف بين القائلين بجواز التقسيط والقائلين بمنعه قياس الزيادة مقابل الأجل على الدين أو منع قياسها عليه، مع أن هناك فروقا بين الزيادة في الدين مقابل الأجل، والزيادة في الثمن مقابل الأجل، ومنها أن الزيادة في الدين هي زيادة في أحد المتساويين على الآخر أما في بيع الأجل فهي زيادة بين شيئين مختلفين.
- 11- هناك العديد من الضوابط الشرعية المتعلقة بالجوائز، منها: أن تكون الجائزة مباحة في ذاتها، وأن يكون موضوع الجائزة مباحا، وأن تكون معلومة الجنس والصفة و القدر مع وجوب الوفاء بها.
- 12- لتعريف المنافسة غير المشروعة خصائص عامة يتميز بها، منها: القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة والشرف، وإلحاق الضرر بالآخرين.
- 13- طرق الكسب غير المشروعة قديما متعددة ومتنوعة، منها: الغش التجاري، والربا، والقمار.
- 14- أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري كثيرة، منها: ضعف الإيمان، وعدم الخشية من الله تعالى، والجهل وعدم المعرفة والإحاطة بفقهاء المعاملات الشرعية، وغيرها.
- 15- هناك صور حديثة ومتنوعة للمنافسة غير المشروعة، مثل: الإساءة إلى سمعة التاجر، وإثارة أعمال تؤدي إلى اضطراب التنظيم الداخلي للمتجر، وغيرها.

16- للاحتكار آثار سيئة ومدمرة على السوق، فهو يؤدي إلى إهدار حرية التجارة حيث يتحكم المحتكر في السوق، ويقتل روح المنافسة البنائة، فيكون ذلك سببا في عدم إتقان وتحسين وتطوير المنتجات.

17- بيع الحاضر للبادي منهي عنه لما فيه من الضرر بأهل البلد، ولما فيه من غبن يلحق صاحب السلعة كونه يجهل ثمن السلعة الحقيقي، مما يؤدي إلى إضرار بالمشتريين، وارتفاع الأسعار.

18- من أجل صحة المعاملات في السوق، ومراقبة التصرفات وسلوك البائعين والمشتريين و التأكد من سلامتها، وتصحيح الانحرافات التي قد تحصل، كان نظام الحسبة في الإسلام.

19- حتى يؤدي نظام التسعير الغرض الذي من أجله فرض ينبغي على الدولة أن تقوم بمجموعة من التدابير الوقائية، منها: مراقبة الأسعار مراقبة دقيقة، ومعاينة كل من يثبت مخالفته لنظام التسعير.

20- نظرا للتطور السريع الذي يحدث في شتى مجالات الحياة، ولاسيما مجال التجارة والمنافسة فيها، كان لابد من سن القوانين والتشريعات الكفيلة بضبط جميع الأمور المتعلقة بذلك، ومراقبة تطبيقها.

21- هناك فوائد تتحقق من سن قوانين تنظم وتحمي المنافسة التجارية، منها: تشجيع المنافسة التجارية المشروعة، تعزيز كفاءة الإنتاج، توزيع أفضل للموارد الاقتصادية.

# المصادر

مسرد الآيات القرآنية

مسرد الأحاديث النبوية

مسرد الأعلام





		<p> </p>	
87	2	<p> </p>	
115	17	<p> </p>	
101	90	<p> </p>	
115	120	<p> </p>	
31	82	<p> </p>	الأنعام
72	112	<p> </p>	
الصفحة	رقم الآية	الآية	السورة
21	152	<p> </p>	الأنعام
32	105	<p> </p>	التوبة
31	93	<p> </p>	النحل
75	34	<p> </p>	الإسراء
87	35	<p> </p>	

		<p>  </p>	
29	9	<p>  </p>	الجمعة
19	10	<p>  </p>	
30	37	<p>  </p>	النور
19 ، 13	20	<p>  </p>	الفرقان
128	35	<p>  </p>	فصلت
154	6	<p>  </p>	الحجرات
21	7	<p>  </p>	الرحمن
87 ، 84 ، 25	5-1	<p>  </p>	المطففين
18	26	<p>  </p>	
2	20	<p>  </p>	الفجر
16	2-1	<p>  </p>	قريش



## فهرس الأحاديث النبوية

الصفحة	الحديث	الرقم
97	اجتنبوا السبع الموبقات	1
102	إذا بايعت فقل لا خلاية	2
157	إن الله عز وجل يرفع ويخفض	3
31	إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه	4
131	أن النبي نهى عن التلقي وأن يبيع حاضر لباد	5
138	أن النبي نهى عن النجش	6
131	أن النبي نهى عن تلقي البيوع	7
41	أن رجلاً من الأنصار أتى النبي	8
159	أنت مضار "فقال النبي عليه السلام للأنصاري: " اذهب فاقلع نخله	9
28	إنما البيع عن تراض	10
88 ، 84	أیما راع استرعي رعية فغشها فهو في النار	11
123 ، 118	بئس العبد المحتكر، إن سمع برخص ساءه	12
102	بيع المحفلات خلاية ولا تحل الخلاية لمسلم	13
27 ، 19	البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن بينا	14
124 ، 19	التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين	15
26	ثلاثة لا يكلمهم الله يوم القيامة ولا ينظر إليهم	16
40 ، 27	الحلف منقعة للسلعة، ممحقة للبركة	17
97	درهم ربا يأكله الرجل وهو يعلم أشد	18
62	الدين النصيحة، قيل لمن يا رسول الله؟	19
98	الذهب بالذهب، و الفضة بالفضة	20
150	مثل القائم في حدود الله	21
52	ضعوا و تعجلوا	22
156	غلا السعر على عهد رسول الله	23
20	قيل يا رسول الله، أي الكسب أطيب؟	24
23	كل جسد نبت من سحت فالنار أولى به	25
الصفحة	الحديث	الرقم

26	كنا نتلقى الركبان، فنشتري الطعام، فنهانا رسول الله	130
27	لا إيمان لمن لا أمانة له	89
28	لا تتبعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل	98
29	لا تتلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى	130
30	لا تلقوا الركبان، ولا يبيع بعضكم	36، 130، 133
31	لا ضرر ولا ضرار	72، 80، 89، 120، 160
32	لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه	22، 105
33	لا يبيع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله	141
34	لا يبيع حاضر لباد، دعوا الناس	130، 133، 134
35	لا يحتكر إلا خاطئ	118، 151
36	لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بين ما فيه	72
37	لا يحل لمريء مسلم يبيع سلعة يعلم أن بها داء	87
38	لا يحل مال امرئ مسلم إلا بطيبة من نفسه	157
39	لا يحل مال امرئ مسلم بغير طيب نفس منه	28
40	لا يسوم الرجل على سوم أخيه	145
41	لعن الله أكل الربا و موكله و كاتبه و شاهديه	97
42	ما قوله لا يبيع حاضر لباد	134
43	ما من عبد يسترعيه الله رعية يموت يوم يموت	84
44	من رأى منكم منكراً	150
45	مر على صبرة من طعام	2، 17، 22
46	المسلم أخو المسلم، لا يحل للمسلم أن يبيع على بيع أخيه	145
47	من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله بالجذام	124
48	من استشاره أخوه فأشار عليه بغير رشد فقد خانته	84
49	من أسلف في شيء ففي كيل معلوم	16، 53
50	من أعتق شركاً له عبداً، فكان له مال	159
الرقم	الحديث	الصفحة

55	من باع بيعتين في بيعة، فله أوكسهما	51
29	من دخل السوق فقال: لا إله إلا الله	52
119، 118	من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه	53
74	من قرأ حرفاً من كتاب الله فله حسنة	54
74	من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فليكرم ضيفه	55
138	الناجش أكل ربا خائن	56
138، 133، 159	نهى النبي أن يبيع حاضر لباد	57
145، 43	نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه	58
134	نهينا أن يبيع حاضر لباد، و إن كان أخاه أو أباه	59
141	ولا تتاجشوا، ولا يبيع الرجل على بيع أخيه	60
25	ولا طففوا المكيال إلا منعوا النبات وأخذوا	61
23	يا سعد، أظب مطعمك تكن مستجاب الدعوة	62
74	يا عم ألا أصلك، ألا أحبوك ألا أنفعلك	63
26، 20	يا معشر التجار فاستجابوا له ورفعوا أعناقهم	64

## فهرس الأعلام

الصفحة	العلم	الرقم
42	إبراهيم بن مالك (النخعي)	1
88	أحمد بن غانم (النفراوي)	2
43	إسحاق بن إبراهيم (ابن راهويه)	3
111	حاطب بن أبي بلتعة	4
52	الحسين بن أحمد (السياغي)	5
19	رفاعة بن نافع	6
43	سفيان بن وهب	7
43	عبد الله بن لهيعة (ابن لهيعة)	8
41	عطاء بن أبي رباح	9
130	الليث بن سعد	10
43	مجاهد بن جبر (مجاهد)	11
30	محمد بن جرير (الطبري)	12
11	محمد بن محمد (الغزالي)	13
38	محمود بن عمر (الزمخشري)	14
120	يعقوب بن إبراهيم (أبو يوسف)	15

## قائمة المصادر والمراجع

- أبادي، أبو الطيب محمد شمس الحق العظيم، عون المعبود شرح سنن أبي داود، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415هـ/ 1995م.
- إبراهيم، خالد ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007م.
- الإبراهيم، محمد عقلة، حكم بيع التفسير في الشريعة في الشريعة و القانون، مكتبة الهداية الحديثة، الأردن، ط1، 1987م.
- أبو إسحاق، إبراهيم بن محمد بن عبد الله (ت:884هـ)، المبدع شرح المقنع، عالم الكتب، الرياض، 1423هـ.
- أحمد، أبو عبد الله بن محمد الشيباني، المسند، مؤسسة قرطبة- القاهرة.
- ابن الأزرق، بدائع السلك، تحقيق: علي سامي النشار، دار النشر: وزارة الإعلام، العراق، ط1.
- الأزهري، أبو منصور محمد بن أحمد، تهذيب اللغة، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي، ط1، 2001م.
- الأشقر، عمر سليمان، الربا وأثره على المجتمع الإنساني،
- الأشقر، محمد سليمان، وآخرون، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، دار النفائس، الأردن، ط1، 1998م.
- الأطرم، عبد الرحمن بن صالح، الوساطة التجارية في المعاملات المالية، دار إشبيلية، الرياض، ط2، 1997م.
- الألباني، محمد ناصر الدين، الجامع الصغير وزيادته، المكتب الإسلامي.



- الأوذن، سمير عبد السميع، تسويق الشهرة التجارية ودور التحكيم في منازعاتها، ط1، 2009م.
- البابرتي، محمد بن محمد (ت:786هـ)، العناية شرح الهداية، بلا دار نشر أو طبعة.
- بابلي، محمود محمد، الأسس الفكرية والعلمية للاقتصاد الإسلامي، دار الرفاعي، السعودية، ط1، 1983م.
- الباجي، أبو وليد سليمان بن خلف، المنتقى شرح موطأ الإمام مالك، مطبعة السعادة، القاهرة، 1913م.
- البجيرمي، سليمان بن عمر بن محمد، حاشية البجيرمي، المكتبة الإسلامية، تركيا.
- البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل الجعفي، صحيح البخاري (الجامع الصحيح المختصر)، تحقيق: مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، بيروت، ط3، 1407هـ.
- البركتي، محمد المجدوي، قواعد الفقه، الصدف، كراتشي، 1407هـ.
- الشيرازي، نهاية الرتبة في طلب الحسبة، تحقيق: حسام الدين السامرائي، مطبعة المعارف، بغداد، 1968م.
- البعلي، أبو عبد الله محمد بن أبي الفتح، المطلع على أبواب المقنع، تحقيق: محمد بشير الأدلبي، المكتب الإسلامي، بيروت، 1981م.
- البعلي، بدر الدين، أبو عبد الله محمد بن علي، مختصر الفتاوي المصرية لابن تيمية، تحقيق: محمد حامد الفقي، دار ابن القيم، السعودية، ط2، 1986م.
- البكري، أبو عبد الله بن عبد العزيز الأندلسي، معجم ما استعجم من أسماء البلاد والمواضع، تحقيق: مصطفى السقا، عالم الكتب، بيروت، ط3، 1403هـ.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، (ت 1051 هـ)، **الروض المربع شرح زاد المستنقع في اختصار المقنع**، تحقيق: سعيد محمد اللحام، دار الفكر، بيروت.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **شرح منتهى الإرادات**، عالم الكتب، بيروت.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **كشاف القناع عن متن الإقناع**، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، دار الفكر، بيروت، 1402هـ.

بو ذياب، سليمان، **القانون التجاري**، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر، ط2، 1995م.

بو ذياب، سليمان، **مبادئ القانون التجاري**، مؤسسة الجامعة (مجد)، بيروت، ط1، 2003م.

الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى السلمي، **سنن الترمذي**، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

تقي الدين، النهائي، **النظام الاقتصادي في الإسلام**، منشورات القدس، ط2، فلسطين، 1953م.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم، **الحسبة في الإسلام**، المكتبة السلفية، القاهرة، 1980م.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني، (ت:728هـ)، **الفتاوي الكبرى**، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1408هـ.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني (ت:728هـ)، **كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية**، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد النجدي.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس بن عبد الحلیم الحراني، (ت:728هـ)، **مجموع الفتاوي**، تحقيق: أنور الباز وعامر الجزار، دار الوفاء.

ابن تيمية، تقي الدين أبي العباس أحمد بن عبد الحلیم الحراني، مجموعة فتاوى ابن تيمية، دار الفكر، بيروت، 1403 هـ.

جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، 2008م.

الجرجاني، علي بن محمد بن علي، التعريفات، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1.

الجزيري، أبو السعادات المبارك بن محمد، النهاية في غريب الحديث والأثر، المكتبة العلمية، بيروت.

الجزري، عبد الرحمن، كتاب الفقه على الأربعة، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، 1970م.

ابن جزري، محمد بن أحمد الكلبي الغرناطي، القوانين الفقهية.

الجصاص، أبو بكر أحمد بن علي الرازي، أحكام القرآن، تحقيق: محمد الصادق قمحاوي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1405 هـ.

الجمال، محمد بن عبد المنعم، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، دراسات مقارنة، دار الكتاب المصري، القاهرة دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1980 م.

الجمال، سليمان، حاشية الجمل، دار الفكر، بيروت.

الجنيدل، حمد عبد الرحمن، نظرية التملك في الإسلام، مؤسسة الرسالة، ط2، 1403 هـ.

الجنيدل، محمد بن عبد الرحمن. و ابو ديب، إيهاب حسين، الاستثمار و التمويل في الاقتصاد الإسلامي، دار جرير، ط1، 2009م.

الجوزي، أبو الفرج عبد الرحمن، كشف المشكل من حديث الصحيحين، تحقيق: علي حسين البواب، دار الوطن، الرياض، 1997م.

الجوعاني، محمد نجيب حمادي، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1.

الحاكم، محمد بن عبد الله النيسابوري، المستدرک علی الصحیحین، تحقیق: مصطفیٰ عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، 1411هـ، 1990م.

ابن حجر، أبو الفضل أحمد بن علي العسقلاني، تهذيب التهذيب، دار الفكر، بيروت، ط1، 1404هـ.

ابن حجر، شهاب الدين أحمد بن علي العسقلاني، تحفة الأشراف شرح المنهاج، تحقيق: عبد الصمد شرف الدين، المكتب الإسلامي، بيروت.

الحديدي، منى، الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1418هـ.

ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد الظاهري، المحلى، تحقيق: لجنة إحياء التراث العربي، دار الآفاق الجديدة، بيروت.

الخطاب، أبو عبد الله محمد بن عبد الرحمن، مواهب الجليل لشرح مختصر خليل، دار الفكر، بيروت، ط2، 1398هـ.

حلاوة، محمد بن علي: صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها. مكتبة العلوم والحكمة، القاهرة، مصر، 1427هـ.

أبو حمد، رضا صاحب، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، دار مجدلاوي، الأردن، ط1، 2006م.

حمدان، ماهر فوزي، حماية العلامة التجارية دراسة مقارنة، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م.

حمودة، محمود محمد، الاستثمار والمعاملات المالية في الإسلام، ط1، 2006م.

حمودة، محمود محمد، **المعاملات في الإسلام**، مؤسسة الوراق، عمان، 2000م.

الحموي، أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله، **معجم البلدان**، دار الفكر، بيروت.

الحميدي، محمد بن أبي نصر بن فتوح الأسدي، **تفسير غريب ما جاء في الصحيحين**، مكتبة السنة، القاهرة، ط1.

حميش، عبد الحق، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، 2004م.

حيدر، علي، **درر الحكام شرح مجلة الأحكام**، تحقيق: فهمي الحسني، دار الكتب العلمية، بيروت.

الخرشي، أبو عبد الله محمد بن عبد الله بن علي، **حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل**، 1306هـ.

الخرشي، شرح مختصر سيدي خليل، دار الفكر، بيروت.

الخطابي، حمد بن محمد بن إبراهيم البستي، **غريب الحديث**، تحقيق: عبد الكريم العزياوي، جامعة أم القرى، مكة، 1402هـ.

ابن خلدون، عبد الرحمن، **المقدمة**، دار القلم، بيروت، بدون تأريخ.

الدارقطني، أبو الحسن علي بن عمر البغدادي، **سنن الدارقطني**، تحقيق: السيد عبد الله هاشم المدني، دار المعرفة، بيروت، 1386هـ.

أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، **سنن أبي داود**، تحقيق: محي الدين عبد الحميد، دار الفكر، بيروت.

الدبو، إبراهيم فاضل، **الاقتصاد الإسلامي: دراسة و تطبيق**، دار المنهاج، الأردن، ط1، 2008م.

الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي، (ت:120هـ)، **الشرح الكبير**

الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي، (ت:1201هـ)، **الشرح الصغير**.

الدسوقي، شمس الدين محمد عرفة، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير للدردير**، مكتبة الباجي، القاهرة، بدون تأريخ.

الدمياطي، أبو بكر بن السيد محمد شطا، **إعانة الطالبين**، دار الفكر، بيروت.

الدهلوي، الإمام أحمد ولي الله بن عبد الرحيم، **حجة الله البالغة**، دار الكتب الحديثة، القاهرة.

دويدار، هاني، **القانون التجاري**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004م.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، ت: 748هـ، **معرفة القراء الكبار على الطبقات والأعصار**، تحقيق: بشار عواد وآخرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1404هـ.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، (ت: 748هـ)، **سير أعلام النبلاء**، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وغيره، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هـ.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، (ت: 748هـ)، **تذكرة الحفاظ**، تحقيق: زكريا عميرات، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1419هـ.

الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، **مختار الصحاح**، تحقيق: محمد خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415هـ.

الربابعة، محمد إبراهيم، **الفقه الميسر في أحكام البيوع**، دار الكتاب الثقافي، الأردن.

الرحباني، مصطفى السيوطي، **مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى**، المكتب الإسلامي، دمشق، 1961م.

ابن رشد، أبو الوليد محمد بن محمد القرطبي، **بداية المجتهد و نهاية المقتصد**، دار الفكر، بيروت.

رضوان، فايز نعيم، **مبادئ القانون التجاري**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2، 1997م.

الرملي، شمس الدين بن محمد بن أبي العباس، (ت:1004هـ)، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، دار الفكر، بيروت.

الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني، تاج العروس جواهر القاموس، دار الهداية.

الزحيلي، وهبة، الفقه الإسلامي و أدلته، دار الفكر، بيروت.

الزرقا، أحمد بن الشيخ محمد، شرح القواعد الفقهية، دار القلم، دمشق، ط6، 1422هـ.

الزركلي، خير الدين محمود بن محمد، الأعلام، دار العلم للملايين، الطبعة الخامسة عشر، (طبعة سنة 2002م).

زعتيري، علاء الدين، فقه المعاملات المالية المقارن، دار العصماء، سوريا، ط1، 2007م.

زكريا الأنصاري، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ.

زكي، لينا، قانون حماية المنافسة و منع الاحتكار، 2005م.

الزمخشري، ابو القاسم محمود بن عمر بن محمد، أساس البلاغة، دار الفكر، بيروت، 1979م.

أبو زهرة، محمد، الإمام زيد - حياته وعصره - آراءه وفقهه، دار الفكر العربي، بيروت، ص290.

الزيلعي، فخر الدين عثمان بن علي، تبيين الحقائق، دار الكتب الإسلامي، القاهرة، 1313هـ.

زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية و التجارية، دار الثقافة، عمان، ط1، 2000م.

الزين، سميح عاطف، الإسلام خطوط عريضة عن: الاقتصاد - الحكم - الاجتماع، الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1974م.

السالوس، علي أحمد، فقه البيع و الاستيثاق و التطبيق المعاصر، مؤسسة الريان، بيروت، ط1، 2003م.

سامي، فوزي محمد، القانون التجاري، عمان، ط1، 1999م.

سامي، فوزي محمد، شرح القانون التجاري، دار الثقافة، عمان، ط1، 1999م.

سانو، قطب مصطفى، الاستثمار أحكامه و ضوابطه في الفقه الإسلامي، دار النفائس الأردن، ط1، 1420هـ.

الساوي، المال و طرق استثماره في الإسلام، ط1، 1981م.

السبحي، محمد عبد ربه محمد، القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط، دار الجامعة الجديدة، 2008م.

السبكي، علي بن عبد الكافي، تكملة المجموع شرح المهذب، مطبعة الإمام، مصر (بلا تاريخ).

السرخسي، شمس الدين، المبسوط، دار المعرفة، بيروت.

ابن سعد، أبو عبد الله محمد بن سعد بن منيع البصري، (ت: 230هـ)، الطبقات الكبرى، دار صادر، بيروت.

السعدي، أبو القاسم علي بن جعفر، الأفعال، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1983م.

السلامات، ناصر عبد الحليم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، دار السلامة الحديثة، القاهرة، ط1، 2008م.

سلطان، أنور، العقود المسماة شرح عقدي البيع و المقايضة.

سليمان، سناء عبد السلام جابر، تحقيق التوازن الاقتصادي من منظور إسلامي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ط1.

السمرفندي، علاء الدين، (ت: 529هـ)، تحفة الفقهاء، دار الكتب العلمية- بيروت، (طبعة سنة 1405هـ / 1984م).



- السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، دار النهضة العربية، 1986م.
- السنهوري، عبد الرزاق، مصادر الحق في الفقه الإسلامي، دار المعارف، مصر، 1967.
- أبو السيد، أحمد محمد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، 2004م.
- السيوسي، كمال الدين بن محمد بن عبد الواحد، شرح فتح القدير، دار الفكر، بيروت، ط2.
- السيوطي، رمضان حافظ عبد الرحمن، البيوع الضارة، دار السلام.
- السيوطي، عبد الرحمن بن أبي بكر، الأشباه و النظائر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1403هـ.
- الشافعي، أبو عبد الله محمد بن إدريس، الأم، دار المعرفة، بيروت، 393هـ.
- شبرا، محمد بن عمر، الإسلام و التحدي الاقتصادي، ترجمة: محمد زهير السنهوري، المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
- شبير، محمد عثمان، المدخل إلى فقه المعاملات المالية، دار النفائس، الأردن.
- الشربيني، محمد الخطيب، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، دار الفكر، بيروت.
- الشرواني، عبد الحميد، (ت: 1301هـ)، حواشي الشرواني، دار الفكر، بيروت.
- الشناوي، صلاح، التسويق مبادئ و سياسات، المكتب الشرقي، بيروت، ط1، 1970م.
- الشنقيطي، محمد بن الأمين بن بن الجكني، أضواء البيان، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت.
- الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير، دار الفكر، بيروت.

الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار شرح منتقى الأخبار، دار الجيل، بيروت، 1973م.

ابن أبي شيبة، أبو بكر عبد الله بن محمد الكوفي، مصنف ابن أبي شيبة، تحقيق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1409هـ.

الشيرازي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف، المذهب في فقه الإمام الشافعي، دار الفكر، بيروت.

الصاوي، أحمد، بلغة السالك لأقرب المسالك، تحقيق: محمد عبد السلام الشاهين، 1415هـ، دار الكتب العالمية، بيروت.

الصفار، زينة غانم بن عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار الحامد، الأردن، ط1، 2002م.

الصنعاني، شرف الدين الحسين بن أحمد بن علي السياغي، الروض النضير شرح مجموع الفقه الكبير، دار الجيل، بيروت، بدون تاريخ.

الصنعاني، محمد بن إسماعيل، سبل السلام شرح بلوغ المرام من أدلة الحكام، تحقيق: محمد بن عبد العزيز الخولي، ط4، 1379هـ.

طبارة، عفيف عبد الفتاح، روح الدين الإسلامي، دار العلم، بيروت، 1978م.

الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، المعجم الكبير، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، مكتبة الزهراء الموصل، ط2، 1404هـ.

الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير، (ت: 310هـ)، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، دار الفكر - بيروت، ط1، 1405هـ.

الطحاوي، أحمد بن محمد بن سلامة الجصاص، مختصر اختلاف العلماء، تحقيق: عبد الله أحمد، دار البشائر الإسلامية، بيروت، ط2، 1417هـ.

ابن عابدين، حاشية ابن عابدين (رد المحتار على شرح الدرر المختار شرح تنوير الأبصار) دار الفكر، بيروت.

عامر، باسم أحمد، الجوائز: احكامها الفقهية و صورها المعاصرة، دار النفائس، الأردن، ط1، 1426هـ.

عبد الباقي، زيدان، العمل و العمال و المهن في الإسلام، مكتبة وهبة القاهرة، 1978م.

عبد السميع، إبراهيم حسني، استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية. مكتبة نانسي، القاهرة، 2008.

عبد القادر، علي حسن، دراسات في الاقتصاد و المعاملات المعاصرة، دار المال الإسلامي، القاهرة، 1981م.

عبد اللطيف، أحمد عبد الموجود، محددات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2010م.

عبد الهادي، أبو سريع محمد، الربا و القرض في الفقه الإسلامي، دار الاعتصام.

العبدري، أبو عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم (ت:897هـ)، التاج و الإكليل لمختصر خليل، دار الفكر، بيروت، 1398هـ.

العبدلي، قحطان، الدعاية و الإعلان.

عبد، موفق محمد، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي، مجدلاوي، الأردن، ط1، 2002م.

عثمان، عبد الحكيم أحمد محمد، المناقصات و أحكامها في الفقه الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، مصر، ط1.

العدوي، علي الصعيدي، حاشية العدوي، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، 1412هـ، دار الفكر، بيروت.

العراقي، أبو الفضل زين الدين بن الحسيني، طرح التثريب في شرح التقريب، تحقيق: عبد القادر علي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2000م.

أبو العز، علي محمد أحمد، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس، الأردن، ط1، 2008 م.

العسقلاني، أحمد بن علي بن حجر بن الشافعي، فتح البارئ شرح صحيح البخاري، تحقيق: محب الدين الخطيب، دار المعرفة، بيروت.

عطوي، فوزي، القانون التجاري، دار العلوم العربية، ط1، 1986م.

العطير، عبد القادر حسين، الوسيط في شرح القانون التجاري، دار الثقافة، عمان، ط2، 1999م.

عفيفي، أحمد مصطفى، الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه، مكتبة وهبة، القاهرة، ط1، 2003م.

علي أصغر، محمد حسين، أسس التسويق الحديث، دار الرسالة، بغداد.

العليكي، عزيز، القانون التجاري، دار الثقافة، عمان.

العليكي، عزيز، الوسيط في شرح التشريعات التجارية، دار الثقافة، عمان، ط1، 2008م.

ابن عمر، يحيى الأندلسي المالكي، أحكام السوق في الإسلام، 1975م.

عميرة، شهاب الدين أحمد الرلسي، حاشية عميرة، تحقيق: مكتب البحوث و الدراسات، دار الفكر، بيروت، 1419هـ.

عناية، غازي، ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي، دار النفائس، بيروت، 1992م.

عيد، عادل عبد الفضيل، البيع بالتقسيط في الاقتصاد الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الاسكندري، ط1، 2008م.

العيني، بدر الدين محمد أحمد، عمدة القارئ شرح صحيح النجاري، دار إحياء التراث العربي، بيروت

الغرياني، الصادق عبد الرحمن، أحكام المعاملات المالية في الفقه الإسلامي، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس.

الغريب، الاحتكار و المنافسة غير المشروعة، دار النهضة القاهرة، ط1، 2004م.

الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد الطوسي، الوجيز في فقه الشافعي، دار الكتب العلمية، بيروت.

الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد بن محمد الطوسي، إحياء علوم الدين، دار المعرفة، بيروت.

اللقى، حامد عبده، بيع النجش في الشريعة الإسلامية، دار الجامعة الجديدة، 2003م.

اللقى، محمد اليد، القانون التجاري، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2008م.

الفيروز آبادي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي الشيرازي، التنبيه في الفقه الشافعي، تحقيق: عماد الدين حيدر، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1402هـ.

الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت.

القاري، علي بن سلطان بن محمد، مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح، تحقيق: جمال عيتاني، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1422هـ.

قاسم، يوسف، التعامل التجاري في ميزان الشريعة، 1992م.

ابن قاضي شهبة، أبو بكر بن أحمد بن محمد (ت:851هـ)، طبقات الشافعية، تحقيق: الحافظ عبد الحلیم خان، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1407هـ.

ابن قدامة، أبو محمد عبد الله بن أحمد المقدسي، **المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني**، دار الفكر، بيروت، ط1، 1405هـ.

القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري، **الجامع لأحكام القرآن**، دار الشعب، القاهرة.

القرني، عبد الحفيظ فرغلي علي، **آداب السوق في الإسلام**، دار الصحوة القاهرة، ط1، 1987م.

القضاة، سالم و آخرون، **مبادئ القانون التجاري**، دار صفاء، عمان، ط1، 2000م.

القضاة، مصطفى مفلح، **إصلاح المال**، در الوفاء، المنصورة، ط1، 1990م.

الفتوحي، أبو الطيب بن حسن بن علي بن حسن البخاري، **الروضة الندية شرح الدرر البهية**، بيروت، ط2، 1988م.

قوقازي، نجاتي محمد الياس، **بيع المزايمة**، دار النفائس، الأردن، ط1، 2004م.

ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبي عبد الله بن محمد بن أبي بكر، **الطرق الحكمية في السياسة الشرعية**، تحقيق: محمد حامد الفقي، مطبعة السنة المحمدية، القاهرة، 1953م.

ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبي عبد الله بن محمد بن أبي بكر، **إعلام الموقعين عن رب العالمين**، دار الفكر، بيروت، ط2، 1977م.

الكاساني، علاء الدين، **بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع**، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1982م.

كالوري، رولاند، و آخرون، **المنافسة العالمية**، ترجمة: عبد الحكيم أحمد الخزامي، دار الفجر، 2000م.

ابن كثير، إسماعيل بن عمر الدمشقي، **تفسير ابن كثير (تفسير القرآن العظيم)**، دار الفكر، بيروت، 1401 هـ.

كريم، زهير عباس، مبادئ القانون التجاري، ط2، 1997م.

الكفراوي، عوف محمود، أصول الاقتصاد الإسلامي، الانتصار لطباعة الأوفست، ط1، 2000م.

أبو الليل إبراهيم الدسوقي، البيع بالتقسيط و البيوع الإتمانية الأخرى، ط1، 1984م.

ابن ماجه، أبو عبد الله بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجه، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار الفكر، بيروت.

مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، المدونة الكبرى، دار صادر، بيروت.

مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، موطأ الإمام مالك، دار القلم، دمشق، 1413هـ.

المرداوي، أبو الحسن علي بن سليمان، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، تحقيق: محمد حامد الفقى، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري الشافعي، الحاوي الكبير، تحقيق: علي محمد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ.

الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري، الأحكام السلطانية و الولايات الدينية، المكتبة التوفيقية، مصر.

المبارك، محمد، آراء ابن تيمية في الدولة و مدى تدخلها في المجال الاقتصادي، دار الفكر، بيروت.

المبارك، محمد ، نظام الإسلام الاقتصادي، دار الفكر، بيروت، 1972م.

المباركفوري، أبو العلا محمد بن عبد الرحمن بن عبد الرحيم، تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذى، دار الكتب العلمية، بيروت.

المجيبدي، أحمد سعيد المالكي، التيسير في أحكام التسعير، تحقيق: موسى لقبال، الشركة الوطنية، الجزائر، بدون تاريخ

محرز، أحمد بن محمد، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، 1994م.

محرز، أحمد محمد، القانون التجاري، 1998م.

المحفوظ، عبد الله بن الشيخ بن بيه، توضيح أوجه اختلاف الأقوال في مسائل من معاملات الأموال، دار ابن حزم، ط 1، 1418هـ.

محمد، علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، تحرير: رفعت السيد عوضي، دار السلام و المعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981م.

المرسي، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، تحقيق: عبد الله هنداوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1.

المرغيناني، ابو الحسن علي بن أبي بكر الرشداني، الهداية شرح بداية المبتدي، المكتبة الإسلامية.

مسلم، ابن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

المصري، رفيق يونس، أصول الاقتصاد الإسلامي، دار القلم، الأردن، ط2، 1413هـ.

المصري، رفيق يونس، الجامع في أصول الربا، دار القلم، دمشق.

المصري، رفيق يونس، المصارف الإسلامية، ط1، 1995م.

المصري، رفيق يونس، بيع التفسير: تحليل فقهي و اقتصادي، دار القلم، دمشق، ط2، 1987م.

مصطفى إبراهيم و آخرون، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة.

المصلح، خالد بن عبد الله، الجوائز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار ابن الجوزي، الرياض، ط1، 1420هـ.



- مطران، سعيد سعد، مدخل للفكر الإسلامي في الإسلام، مؤسسة الرسالة، 1986م.
- المطريزي، المغرب في ترتيب المغرب، تحقيق: محمود فاخوري، وعبد الحميد مختار، مكتبة أسامة بن زيد - حلب، (ط1/1979م)المطريزي.
- المغربي، أبو حنيفة النعمان، دعائم الإسلام، مكتبة مدبولي.
- ابن مفلح، أبو إسحاق إبراهيم بن محمد بن عبد الله، النكت و الفوائد السننية، مكتبة المعارف، الرياض، ط2، 1404هـ.
- المقري، أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، المكتبة العلمية، بيروت.
- المناوي، عبد الرؤوف، فيض القدير بشرح الجامع الصغير، المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط1، 1356هـ.
- المنداوي، محمد عبد الرؤوف، التعاريف، تحقيق: محمد رضوان، دار الفكر المعاصر، بيروت، ط1، 1410هـ.
- منشورات القدس المفتوحة، القانون التجاري، ط1، 1997م.
- منصور، محمد حسين، أحكام البيع، 2001م.
- ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم الإفريقي المصري، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، 1968م.
- موسى لقبال، الحسبة المذهبية في بلاد المغرب العربي، ط1، 1971م.
- النجار، فريد، المنافسة و الترويج الاقتصادي، مؤسسة الشباب، الاسكندرية.
- نجم، عبود نجم، أخلاقيات الإدارة و مسؤوليات الاعمال، ط1، 2006م.

ابن نجيم، زين الدين الحنفي، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، دار المعرفة، بيروت، ط2.

نظام، وآخرون، الفتاوي الهندية، دار الفكر، بيروت، 1411هـ.

النفاوي، أحمد بن غنيم بن سالم المالكي، الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، دار الفكر، بيروت، 1415هـ.

النمري، أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد، (ت: 463هـ)، الكافي في فقه أهل المدينة، تحقيق: محمد محمد الموريتاني، مكتبة الرياض الحديثة، السعودية، 1400هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، (ت: 676هـ)، تهذيب الأسماء، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، تحرير ألفاظ التنبيه، دار القلم، دمشق، ط1، 1408هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، روضة الطالبين و عمدة المفتين، المكتب الإسلامي، بيروت، 1405هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، صحيح مسلم بشرح النووي، دار إحياء التراث العربي - بيروت (ط2/1392هـ)

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، منهاج الطالبين وعمدة المفتين، دار المعرفة، بيروت.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، (ت: 676هـ)، المجموع شرح المهذب، بلا دار نشر أو سنة نشر.

النووي، شرح النووي على صحيح مسلم، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط2، 1392هـ.

هارون، محمد صبري، أحكام الأسواق المالية، دار النفائس، الأردن، ط1، 1419هـ.

ابن هشام، عبد الملك بن هشام بن أيوب الحميري، السيرة النبوية، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، ط1، دار الجيل، بيروت، 1411هـ، دار الجيل، بيروت.

الهندي، علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ.

الهيتمي، عبد الستار إبراهيم، السياسة السعوية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2005م.

الهيثمي، عبد الرزاق رحيم، المصارف الإسلامية بين النظرية و التطبيق، دار أسامة، الأردن، ط1، 1998م.

الهيثمي، علي بن أبي بكر (ت: 807هـ)، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1967م.

هيكل، عبد العزيز فهمي، مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي، دار النهضة العربية، بيروت.

وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية الكويتية، دار السلاسل، الكويت، ط2.

وهدان، رضا متولي، الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس، دار الفكر، بيروت، ط1، 2008م.

يونس، علي حسن، المحل التجاري، دار الفكر العربي، بيروت.

**An-Najah National University  
Faculty of Graduate studies**

**Commercial Competition in Islamic  
Jurisprudence and its Impact on the Market**

**By  
Amal Ahmed Mahmoud Al-Haj Hasan**

**Supervised by  
Dr. Jamal Al-Kilani**

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree Master of Fundamentals of Islamic Law (Usul  
Al\_Din) Faculty of Graduate Studies, An-Najah National University,  
Nablus, Palestine.**

**2012**

**Commercial Competition in Islamic Jurisprudence  
and its Impact on the Market**

**By**

**Amal Ahmed Mahmoud Al-Haj Hasan**

**Supervised by**

**Dr. Jamal Al-Kilani**

**Abstract**

This study is submitted in partial fulfillment of the requirements for a Master Degree at the Faculty of Graduate Studies at An-Najah National University and consists of four chapters and a conclusion.

In the first chapter, the researcher discussed the concept of legitimate commercial competition, its objectives, its importance along with examples on legitimate commercial competition and its impact on the market. This chapter was divided into four parts in which the researcher explained commercial competition, the opinion of Islamic Law regarding commerce and commercial competition, the objectives of commercial competition, its importance and conditions, in addition to examples on legitimate commercial competition and its impact on the market.

In the second chapter, the researcher addressed the issue of illegitimate commercial competition and its impact on the market in three different parts in which she explained illegitimate competition, illegitimate sources of income, and modern examples of illegitimate competition.

In the third chapter, the researcher talked about the examples of selling approaches that are prohibited by Islam and their impact on the market. This chapter came in six parts and addressed monopoly and its

impact on the market, Talaqi Al-Rukban (a form of selling contract that is made between the owners of the goods and the one who receives them before entering the city; this man would deceive the owners of the goods by not telling them real price of the goods), Bay' Al-Hader Lil Badi and its impact on the market (which is a form of commercial act whereby the inhabitant of a certain city tries to sell the goods brought into this city by a stranger instead of letting the latter do the selling by himself with the people of this city), Bay' Al-Najash and its impact on the market (Here a person tries to increase the price of a certain good so that others would not be able to purchase it), selling things to a person that have previously been sold to another and the impact of this on the market, and finally the form of commercial transaction whereby a person would tell another who is about to buy a certain good that he has a better piece of good that he would like to sell to him.

The researcher concluded her study with the major findings and recommendations, in addition to a list of the reference books that she used in her study.