اضطرابات السوق التجارية
وطرق الحد من أثرها على المستهلك والاقتصاد
في
الفقه الإسلامي

إعداد الدكتور
عادل عبد الله جعفر الفخري
الأستاذ المشارك بكلية الشريعة والأنظمة - جامعة الطائف
قسم الشريعة

مقـــدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

والحمد لله رب العالمين – والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين – سيدنا محمد وعلى آله وصحبه والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أما بعد،

إن السوق باعتباره مكان يتم فيه التبايع بين من يتعاطى البيع والشراء وباعتباره وسيلة يتلقى من خلالها المشتري نقل ملكية السلعة مقابل ثمن تنتقل ملكيته إلى البائع وُجد بوجود الإنسان الأول فقد عرف الإنسان القديم بيع المقايضة وهي استبدال سلعة بسلعة، وهو لازم لكل أمة أو مجتمع يحتاج إلى عقود واتفاقات(١)، يعبرون بها عن إرادتهم يخضعون فيها لأعرافهم ولعاداتهم الجارية بينهم، وقد عرف العرب كأي أمة أو مجتمع السوق، حيث كان موسم الحج موسماً تجارياً تفد فيه العديد من السلع والبضائع من خارج الجزيرة العربية إلى مكة، قال تعالى: {يُجْبَىٰ إِلَيْهِ ثَمَرَاتُ كُلِّ شَيْءٍ}(٢)، كما أنهم أقاموا العديد من الأسواق التي يجتمعون فيها لعرض سلعهم للبيع والشراء مثل سوق عكاظ وهجر وبصري وغيرها، لكن التجار كانوا يمارسون في هذه الاسواق بعض المعاملات الربوية والغش والتطفيف في الكيل والميزان ويحلفون أيمان كاذبة لترويج سلعهم الفاسدة ، أو للحصول على ثمن أعلى بما لا يتناسب مع قيمة السلعة، وغيرها من المعاملات التي كان الضحية فيها الفقير والمسكين، وقليل الخبرة في البيع والشراء(٣).

---

(١) د. محمد عثمان شبير – المدخل إلى فقه المعاملات – ص١٧ – ط دار النفائس – ابن هشام – السيرة النبوية – ج٢، ص٥، ط دار الجيل – بيروت – ط ١٤١١هـ.

(٢) سورة القصص – من الآية ٥٧.

(٣) د. محمد نجيب حمادي الجوعاني – ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي – ص٤٠ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤٢٦هـ – د. إبراهيم حسني عبد السميع – استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية – ص١٢، ١٣، ١٥ – ط مكتبة نانسي – القاهرة – ط ٢٠٠٨م.

كما عرف العرب تصدير السلع واستيرادها التي تحتاجها مجتمعاتهم فقاموا بالتوجه شمالاً إلى الشام وجنوباً إلى اليمن اللتان أشار إليهما القرآن الكريم في قوله تعالى: **{لإِيلافِ قُرَيْشٍ * إِيلافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاء وَالصَّيْف}**(١)، كما اشتغل النبي (ﷺ) بالتجارة في مال السيدة خديجة بنت خويلد، وكان ذلك قبل البعثة المحمدية، فلما جاء الإسلام وضع الضوابط والقواعد والشروط التي تضمن عدم الإضرار بطرفي عقد البيع، فقد كان الرسول (ﷺ) يذهب إلى السوق بنفسه ويراقب ما يجري فيه موجهاً ومرشداً(٢)، مبيناً للتجار ما يجب عليهم أن يلتزموا به وما يجب عليهم أن يجتنبوه، كما عين أمير المؤمنين عمر بن الخطاب المحتسبين الذين يراقبون أحوال الأسواق ويهتمون بالمكاييل والموازيين ويحاربون الغش والتدليس والاحتكار عن طريق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر(٣)، ومع تطور الحياة وتعدد طرق البيع والشراء والتي لم تعد قاصرة على مجلس العقد بل شملت التعاقد بالوسائل الحديثة كالإنترنت والتليفزيون والتليفون والفاكس وإعلانات الشركات في وسائل الإعلام بات من اللازم بحث هذه البيوع من حيث الحل والحرمة، وذلك بتطبيق الضوابط الواردة في الفقه الإسلامي عليها حتى تتحقق العدالة بين البائع أو المنتج والمستهلك بما يضمن حمايته.

أهمية الدراسة:

تمثل هذه الدراسة خطوة في طريق إخضاع معاملات السوق الحديثة، حيث اتسع السوق من مكان يجمع بين البائع والمشتري والسلعة بما يمكن المشتري من رؤية المبيع ويتأكد من خلوه من العيوب الظاهرة ليكون قبوله للشراء برضا تام خال من الغش أو التدليس، إذ أصبح السوق عبر الوسائل الحديثة كالتعاقد عبر الإنترنت وإعلانات وسائل الإعلام بما لا يبيح للمشتري التعرف

(١) سورة قريش – الآيتان ١ ، ٢.
(٢)د. محمد عثمان شبير– المدخل في فقه المعاملات المالية – ص١٨.
(٣) ابن هشام – السيرة النبوية – المرجع السابق – ج٢، ص٦، د. إبراهيم حسني عبد السميع – استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية – ص١٥.

على السلعة، فكانت هذه الدراسة لتطبيق الضوابط الشرعية لتجعل هذه البياعات حلال أم حرام، ولحماية الطرف الضعيف وهو المستهلك.

الدراسات السابقة:

لقد كتب في هذه الدراسة مما تيسر لنا الاطلاع عليه بعض

الباحثين الذين تناولوا السوق بأحكامه العامة دون التعمق في إخضاع معاملاته الحديثة للضوابط الشرعية الواردة في كتب الفقه الإسلامي **ومن هذه الدراسات ما يلي**:

١- د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المنافسة التجارية وأثرها على السوق – بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الفقه والتشريع – بكلية الدراسات العليا – جامعة النجاح الوطنية – نابلس – فلسطين عام ٢٠١٢م.

٢- د. فريدة حسن طه ظاهر – الرقابة على السلع والأسعار – في الفقه الإسلامي – بحث لنيل درجة الماجستير في الفقه والتشريع – بكلية الدراسات العليا – جامعة النجاح الوطنية – نابلس – فلسطين عام ٢٠١١م.

مشكلة الدراسة:

إن موضوع اضطرابات السوق وأثرها علي المستهلك والاقتصاد الإسلامي لا يزال في حاجة إلى مساهمة تبين قواعده وأسسه وتميزه عن غيره من الأنظمة الوضعية، كما أن الحاجة ماسة إلى أن تتعدد البحوث في مواضيع الاقتصاد الإسلامي من عدة باحثين للوصول إلى آراء علمية تسهم في بناء الاقتصاد الإسلامي،

فالجانب الاستهلاكي من القضايا المهمة والأساسية في العالم المعاصر حيث تنتشر المجاعات في أنحاء كثيرة من العالم، وفي المقابل تكثر أمراض التخمة والإسراف الغذائي في قطاعات أخرى من المجتمعات المعاصرة، وما هذه إلا صورة من المشكلات التي تعاني منها المجتمعات في الوقت الحاضر مما يدل على أن الأنماط والقواعد السائدة في استهلاك المجتمعات منحرفة عن الخط

الصحيح، فبدت الحاجة إلى إبراز المنهج الإسلامي في سلوك المستهلك، والقواعد التي وضعها الإسلام لتنظيم هذا السلوك[1].

منهج الدراسة:

لقد اتبعت في منهج البحث الأسلوب الآتي:

١- عرضت مظاهر السوق التقليدية والحديثة وطرق حماية المستهلك منها، وذلك من خلال عرض صور اضطرابات السوق التقليدية كالغش والاحتكار والتعامل بالربا والنجش وتلقي الركبان، ثم عرضت مظاهر اضطرابات السوق الحديثة مثل التعامل عبر الإنترنت والبورصة والإعلانات التي تبثها وسائل الإعلام.

٢- ذكرت أقوال الفقهاء والأقوال الفقهية الواردة في حكم مظاهر اضطرابات السوق التقليدية على مظاهر اضطرابات السوق الحديثة لبيان الحل والحرمة مستأنساً في ذلك بما ورد في الكتب والبحوث المعاصرة وعزوت الأقوال إلى مصادرها الاصلية بذكر المرجع ورقم الجزء والصفحة والطبعة ودار النشر ما استطعت إلى ذلك سبيلاً.

٣- عزوت الآيات القرآنية والأحاديث النبوية إلى مواضعها بذكر اسم السورية ورقم الآية،ثم خرجت الأحاديث تخريجاً صحيحاً.

خطة البحث:

قسمت البحث إلى مقدمة وفصل تمهيدي وفصلين رئيسين وخاتمة.
- المقدمة وتشتمل على:
١- أهمية البحث.
٢- الدراسات السابقة.

---

(١) د. خورشيد أحمد – التنمية الاقتصادية في إطار إسلامي – ترجمة د. رفيق المصري – مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي – العدد الثاني – ص٤٩ – ٥٠ مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي – جامعة الملك عبد العزيز – جدة – ١٤٠٢هـ.

٣- المشاكل التي يثيرها الموضوع.

٤- منهج البحث.

٥- خطة البحث.

الفصل التمهيدي: وتناولت فيه تعريف المصطلحات الرئيسية للبحث وهي السوق – التجارة – المستهلك.

أولاً: تعريف السوق.

ثانياً: تعريف التجارة.

ثالثاً: تعريف المستهلك.

الفصل الأول: **مظاهر اضطرابات السوق التقليدية والمعاصرة، وأثرها على المستهلك والاقتصاد.**

المبحث الأول: مظاهر اضطرابات السوق التقليدية.

المطلب الاول: الغش بإخفاء عيب السلعة – الاحتكار – الغبن والتغرير – النجش – بيع المسلم على بيع أخيه، وأثر هذه البياعات على المستهلك والاقتصاد.

المطلب الثاني: البيع بالربا – بيع الباد للحاضر والعكس– تلقي الركبان – البيع بالمنزل– التطفيف ، أثر هذه البياعات على المستهلك والاقتصاد.

المبحث الثاني: اضطرابات السوق التجارية المعاصرة، وأثرها على المستهلك والاقتصاد.

المطلب الأول: بيع البورصة – التسويق الشبكي – البيع عن طريق الإعلانات عبر وسائل الإعلام.

المطلب الثاني: البيع عن طريق نشر بيانات غير صحيحة عبر وسائل الإعلام – البيع المقرون بالحصول على جائزة – بيع السلعة قبل نزولها إلى السوق.

الفصل الثاني: **طرق الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية على المستهلك والاقتصاد في الفقه الإسلامي.**

المبحث الأول: استعمال حق الرجوع للبائع والعدول عن إتمام الصفقة ، ونظام التسعير للسلع من قبل ولي الأمر.

المطلب الأول: استعمال خيار الرجوع للمستهلك في العدول عن إتمام الصفقة.

المطلب الثاني: التسعير للسلع من قبل ولي الأمر أو نائبه.

المبحث الثاني: دور الرقابة والمحتسب في الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية على المستهلك والاقتصاد.

المطلب الأول: الرقابة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق التجارية.

المطلب الثاني: الحسبة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق التجارية.

الخاتمة وتشتمل على:

١- أهم النتائج.

٢- التوصيات المقترحة.

٣- فهرس المراجع.

٤- فهرس الموضوعات.

الفصـــل التمهيدي

في التعريف بمصطلحات البحث (السوق - التجارة - المستهلك)

أولاً: تعريف السوق:

السوق: مفرد أسواق يطلق **ويراد به**: المكان الذي يجلب إليه المتاع والسلع للبيع والابتياع يقال ساق الغنم إلى موضع كذا أي جلبها إلى ذلك الموضع، والسوق المالية في الاقتصاد هي سوق استغلال الأموال وتسمى البورصة، والسوق الحرة هي سوق يتعامل فيها من خارج البورصة أو الجمرك، والسوق السوداء هي سوق يتعامل فيها خفية هرباً من التسعير الجبري، والسوق المشتركة هي: تنظيم يتم بين دولتين أو أكثر ويرمي إلى تحقيق وحدة جمركية، وتنسيق السياسة الاقتصادية ،ونجاح إطلاق حرية العمل ورأس المال، وقد تكون لها أهداف سياسية لتحقيق الوحدة السياسية بين أعضائها(١).

ولقد فرق الفقهاء بين السوق بالمعنى الاقتصادي والسوق بالمعنى التجاري، فيطلقون السوق بالمعنى الأول على كل اسلوب أو وسيلة تجارية يتم من خلالها نقل ملكية السلعة إلى المشتري ونقل ملكية الثمن إلى البائع، سواءً تم ذلك على نطاق محلي أو دولي(٢)، أما السوق بالمعنى التجاري فهو اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين من يتعاطى البيع والشراء(٣)، وبالتأمل في التعريفين

---

(١) مجمع اللغة العربية – المعجم الوجيز – ص٣٢٩ – ط الأميرية – ط ٢٠٠٨م.

(٢) أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري – النهاية في غريب الأثر – ج٢، ص ١٠٣٦ – ط المكتبة العلمية – بيروت – أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيدة – المحكم والمحيط الأعظم – ج٧، ص٤٣٥، ط دار الكتب العلمية – بيروت.

(٣) المقريزي – المغرب في ترتيب المعرب – ج١، ص٤٢٢ – ط دار المعرفة – بيروت – د. علي جمعة محمد – موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية – ج١، ص٣٧٦ – ط دار السلام والمعهد العالمي للفكر الإسلامي – ط ١٩٨١م.

نجد أنهما متقاربان إلا أن السوق في التعريف الاقتصادي أوسع من مجرد مكان،وهذا ما يناسب التطور في المعاملات التجارية في زمننا الحاضر.

هذا ولقد أباح الله تعالى تبادل السلع والخدمات عن طريق البيع والشراء بين الأفراد والمجتمعات بقوله تعالى: **{وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا}**(١).

وقول الرسول (ﷺ): "البيعان بالخيار ما لم يفترقا فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما"(٢)، فالآية والحديث واضحي الدلالة في حلية البيع بتبادل السلع والبضائع.

ثانياً: تعريف التجارة:

التجارة مصدر من الفعل تجر يتجر الذي يدل على المهنة وهي ممارسة البيع والشراء، فالتاجر هو الذي يبيع ويشتري ويقلب المال ويصرفه لطلب النماء(٣).

أما التجارة في اصطلاح الفقهاء، فقد وردت تعريفات كثيرة في كتب فقهاء المذاهب الأربعة وهي وإن اختلفت مبانيها لكنها متفقة ومتقاربة في معانيها وهي في جملتها أقرب إلى تعريف البيع الذي يُعد نوعاً منها(٤)؛ لذا حاول بعض

---

(١) سورة البقرة – من الآية ٢٧٥.

(٢) أخرجه البخاري – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٣٢ برقم ١١٧٣.

(٣) الزبيدي – تاج العروس – ج١٠، ص٢٧٨ وما بعدها – ط دار الهداية – الفيروز أبادي – القاموس المحيط – ج١، ص٤٥٤ – الجرجاني – التعريفات – ج١، ص٧٣ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤١٥هـ – النووي – تهذيب الأسماء – ص٣٧٣.

(٤) الكاساني – بدائع الصنائع – ج٦، ص٥٧ – الدردير – الشرح الكبير – ج٢، ص١١٤ – الأنصاري – أسنى المطالب – ج١، ص٣٨١ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤٢٢هـ – الرحيباني – مطالب أولى النهى – ج٢، ص٥٥ – ط المكتب الإسلامي – دمشق – ط ١٩٦١م.

المعاصرين أن يعرف التجارة بما يشمل البيع وغيره فقال التجارة هي: كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة(١).

فهذا التعريف يمتاز بأنه يشمل البيع وغيره من أنواع التجارات مثل الإجارة والسلم وغيرهما ، كما يشمل كل الشركات مثل المضاربة والمشاركة بالأسهم والسندات، كما أنه يشمل التجارة الداخلية وهي المبادلات التي تجري في البلاد التي تخضع لسلطة الدولة ، وكذلك التجارة الخارجية وهي المبادلات التي تجري في البلاد الغير خاضعة لسلطان الدولة(٢).

ثالثاً: **تعريف المستهلك**:

المستهلك اسم فاعل من استهلك وأصله هلك زيدت فيه الألف والسين والتاء ويراد به: من ينفق الشيء وينفذه يقال استهلك ماله اي أنفقه وأنفذه(٣).

استهلك الشيء أي أهلكه، واستهلك في كذا أي جهد نفسه فيه(٤)، وقد عرفه البعض بأنه: المستعمل المباشر لسلع وخدمات في إشباع حاجة ما(٥).

---

(١) د. أمل محمد محمود – المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق – ص١٠، ط ٢٠١٢م.

(٢) د. محمد عبد الرحمن الجنيدل – نظرية التملك في الإسلام – ص٢٠٩ – ط مؤسسة الرسالة – ط ١٤٠٣هـ – عطوى فوزي – القانون التجاري – ص١٥ – ط دار العلوم العربية – ط ١٩٨٥م – د. أبو العز محمد أحمد – التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي – ص٣٦ – ط دار النفائس – الأردن – ط ٢٠٠٨م.

(٣) مجمع اللغة العربية – المعجم الوجيز – ص٦٥١ – ط وزارة التربية والتعليم – ط ١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م.

(٤) المعجم الوجيز – المرجع السابق – ص٦٥١.

(٥) لجنة من الاساتذة المصريين والعرب – معجم العلوم الاجتماعية – ص٢٦ – الشعبة القومية للتربية والثقافية والعلوم (اليونسكو) – ط الهيئة المصرية العامة للكتاب – ط ١٩٧٥م.

هذا، ولقد حمى الله تعالى المستهلك الذي يخدع في البيوع أو يغرر به بخيار الرجوع في البيعة بصوره الأربع المجلس والشرط والرؤية والعيب[١]، حتى يتحقق رضاه بالمبيع رضاءً تاماً.

هذا، ولقد أباح الإسلام العمل التجاري وحث عليه بقوله تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ}**[٢].

وقول الرسول (ﷺ): "التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء"[٣]، كما أجمع علماء المسلمين على جواز التجارة في الجملة لأن الناس يحتاج بعضهم إلى ما في أيدي بعضهم، والتجارة هي الطريق التي توصل كل واحد منهم إلى غرضه ودفع حاجته[٤].

---

(١) راجع البخاري – كتاب البيوع – ج٣، ص٣٥ – مسلم – كتاب البيوع – ج١، ص٦٦٠ – النسائي في سننه كتاب البيوع – ج٧، ص٢٥٦ – البيهقي في السنن الكبرى – ج٥، ص٢٦٨ – الترمذي في سننه ج٣، ص٢٨١ – ابن ماجه في سننه – ج٢، ص٧٥٤ – الحاكم في المستدرك – ج٢، ص١٨.

(٢) سورة النساء – الآية ٢٩.

(٣) أخرجه الترمذي في سننه – كتاب البيوع – باب ما جاء في التجارة – ج٣، ص٥١٥.

(٤) ابن قدامة – المغني – ج٣، ص٥٦٠ – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٤٠٥هـ.

الفصـــل الأول

مظاهر اضطرابات السوق التقليدية ،والمعاصرة ،وأثرها على المستهلك والاقتصاد في الفقه الإسلامي

ويشتمل على مبحثين:

المبحـــث الأول: اضـطرابات الـسوق التقليديـة ،وأثرهـا علـى المـستهلك والاقتصاد.

المبحث الثاني: اضطرابات السوق المعاصرة ،وأثرها على المستهلك والاقتصاد.

المبحث الأول
صور اضطرابات السوق التجارية التقليدية،
وأثرها على المستهلك والاقتصاد

تتمثل هذه الاضطرابات في الغش بإخفاء عيب السلعة والاحتكار، وتلقى الركبان، وبيع الحاضر للباد والعكس، والنجش ، وبيع الرجل على بيع أخيه، والتطفيف، والبيع بالحلف الكاذب، والغبن والتغرير، والبيع بالمنزل، والبيع بالربا، **وسوف نتناول بيان هذه البيوع وأثرها في مطلبين كما يلي**:

المطلب الأول

وسوف نعرض فيه لبيان الغش بإخفاء عيب السلعة، والاحتكار، والغبن والتغرير، وبيع الرجل على بيع أخيه، والنجش، **وذلك فيما يلي**:

الفرع الأول: **الغش بإخفاء عيب السلعة وأثره**:

وهو أن يتعمد البائع أو المنتج إخفاء العيب الذي بالمبيع، وقد حرم الإسلام هذا البيع فقد مر النبي (ﷺ) على صبرة من طعام فأدخل يده، فنالت أصابعه بللاً فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال أصابته السماء يا رسول الله (ﷺ) قال: "أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ من غشنا فليس منا"(١)، وقال (ﷺ): "فإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما"(٢).

وجه الدلالة:

الحديثان يدلان على تحريم الغش بإخفاء العيب في المبيع، وأنه من كتم قصداً إخفاء العيب فقد منى بخسائر كبيرة لأنه يفتضح أمره فيقل الإقبال على الشراء منه.

---

(١) أخرجه الترمذي في سننه كتاب البيوع – ج٣، ص٦٠٦ برقم ١٣١٥.
(٢) اخرجه البخاري في صحيحه – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٣٢ برقم ١٩٧٣.

أثر الغش بإخفاء العيب على المستهلك والاقتصاد:

الغش بإخفاء عيب السلعة فيه ظلم للمستهلك وأكل لماله بالباطل والخائن غاش ورزقه سحت لأنه يأخذ لسلعته أكثر مما يستحقه ويبيع بضاعته التي ليست بالمواصفات المطلوبة فيقدم المستهلك لشراء ما يحتاجه وهو ظان أن ما يدفعه من نقود سيأخذ ما يقابله من سلعة جيدة لا غش فيها ولا خداع، كما أن الغش بإخفاء العيب قد يؤدي إلى أضرار صحية إذا كان الأمر متعلقاً ببيع مواد غذائية قد انتهت مدة صلاحيتها أو أدوية فاسدة(١)، كما أن الغش في البياعات والمعاملات يهدد الأسواق بالانهيار، ومعلوم أن السوق أهم مقومات الاقتصاد(٢).

الفرع الثاني: **الاحتكار وأثره على المستهلك والاقتصاد**:

يطلق الاحتكار لغة ويراد به: الجمع والإمساك والادخار والاستبداد بالشيء للإضرار بالآخرين وظلمهم(٣)، ولقد تعددت عبارات الفقهاء في تعريف الاحتكار، لكنها تتفق في كون الاحتكار هو: حبس الأقوات وغيرها من السلع في وقت توفرها ورخصها لبيعها وقت شحها وندرتها بأكثر من ثمنها للإضرار بالآخرين(٤).

---

(١) في نفس المعنى: د. عبد الحق حبيش – حماية المستهلك من منظور إسلامي – ص٦٧ وما بعدها – ط ٢٠٠٤م – د. أمل احمد محمود الحاج حسن – المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق – ص٢٢ وما بعدها.

(٢) د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المرجع السابق – ص٢١.

(٣) ابن منظور – لسان العرب – ج٤، ص٢٠٨ – الرازي – مختار الصحاح – ج٢، ص٦٥٥ – الزبيدي – تاج العروس – ج١١، ص٧٢.

(٤) راجع البابرتي – العناية شرح الهداية – ج٨، ص١٢٦ – ابن عابدين – حاشية رد المحتار –ج٨، ص٣٩٨ – مالك – المدونة الكبرى – ج١٠، ص٢٩١ – ط دار صادر – بيروت – البجيرمي – حاشيته على شرح الخطيب – ج٢، ص٢٢٥ – ط المكتب الإسلامي – تركيا – النووي – روضة الطالبين – ج٥، ص١٤١١ – ط المكتب الإسلامي – بيروت – ابن قدامة – المغني – ج٤، ص١٥٤ – الجصاص – مختصر اختلاف الفقهاء – ج١، ص٤١٤ – د. زكي لينا حسن – قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار – ص٣٠٠٦ – ط ٢٠٠٥م.

هذا، وقد قال بحرمة الاحتكار جمهور الفقهاء[١]، ولم يقل بالكراهية إلا بعض الشافعية[٢]، وقد استدل الجمهور على التحريم بأدلة كثيرة من القرآن الذي أتى بأحكام عامة وقواعد كلية منها تحريم الظلم، وكل ما يضر الناس ويؤدي إلى الحرج والمشقة، وما يكون سبباً في التهلكة[٣]، مثل قوله تعالى: {وَمَن يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ}[٤].

وقول الرسول (ﷺ): "من احتكر فهو خاطئ"[٥].

ومن صور الاحتكار الحديثة ما تقوم به هيئة بشراء كمية كبيرة من أسهم الشركات المنتجة للسلع تمكنها من السيطرة الكاملة على عمليات هذه الشركات وعلى سياساتها وبالتالي تسيطر على أسعار هذه السلع وتفرض الثمن الذي تريده[٦]، ومنها أن تتحد شركتين أو أكثر بشراء جميع أسهم الشركات الأخرى بحيث تختفي كل الشركات ولا تبقى إلا شركة واحدة فتعرض الثمن الذي تريده ، ومنها أيضاً ما يقوم به المنتجون من تحديد الثمن، وذلك عن طريق تخفيض كمية الإنتاج من سلع معينة للحصول على أكبر قدر من الربح[٧]، أو أن يقوم تاجر برفع ثمن سلعة فيقتدى به الباقون[٨].

---

(١) البابرتي – العناية في شرح الهداية – ج٨، ص١٣٠ – الكاساني – بدائع الصنائع – ج٥، ص١٢٩ – الحطاب – مواهب الجليل – ج٤، ص٢٢٨ – الشيرازي – المهذب – ج١، ص٢٩٢ – ط دار الفكر – بيروت – ابن قدامة – المغني ج٤، ص١٥٣ – ابن حزم – المحلي – ج٩، ص٦٤.

(٢) الشيرازي – المهذب – ج١، ص٢٩٢.

(٣) القرطبي – الجامع لأحكام القرآن – ج١٢، ص٣٥.

(٤) سورة الحج – الآية ٢٠.

(٥) أخرجه مسلم في صحيحه – كتاب المساقاة – باب تحريم الاحتكار في الأقوات برقم ١٦٠٥ – ج٣، ص١٢٢٨.

(٦) د. إبراهيم الطحاوي – الاقتصاد الإسلامي مذهباً ونظاماً – ج٢، ص٢٦ – د. محمد عبد المنعم الجمال – موسوعة الاقتصاد الإسلامي – ج١، ص٦١ وما بعدها.

(٧) د. محمد عبد المنعم الجمال – المرجع السابق – ص٦٢، ٦٥.

(٨) د. إبراهيم الطحاوي – المرجع السابق – ج٢، ص٢٧.

أثر الاحتكار على المستهلك والاقتصاد:

الاحتكار سواءً قام به تاجر أو مجموعة فإنه يصيب المستهلك

بأضرار كثيرة منها: ارتفاع ثمن السلع عن أثمانها مما يكون له أثره على قدرة المستهلك الشرائية للحاجات اللازمة الضرورية التي كان من الممكن شراءها لولا تدخل المحتكرين(١).

وهذا يؤثر ضرورة على كساد التجارة مما يكون له أثره على الاقتصاد المحلي، بل والعالمي متى انتشر الاحتكار عالمياً، كما قد يؤدي احتكار مؤسسات الإنتاج لسلعة ما إلى عدم إدخال التحسينات والتجديدات وعدم مسايرة ركب تطور الإنتاج لهذه السلع لانعدام المنافسة بين منتجاتهم ومنتجات المؤسسات الأخرى(٢)، كما لا يخفى ما تفعله صور الاحتكار الحديثة على بخس أسعار المواد الخام التي تمتلكها الدول الفقيرة أو النامية حتى تجعلها سوقاً لترويج منتجاتها(٣).

الفرع الثالث: **الغبن والتغرير وأثرهما على المستهلك والاقتصاد**:

الغبن يطلق في اللغة ويراد به: النقص والخداع يقال: غبنه في البيع أي خدعه(٤)، وفي اصطلاح الفقهاء هو: النقص في البيع أو الشراء(٥)، **وهو**

(١) في نفس المعنى ابن القيم – الطرق الحكمية – ص٣٢٧ وما بعدها – د. محمد عبد المنعم عمر الجمال – موسوعة الاقتصاد الإسلامي – ج٢، ص٤٢.

(٢) في نفس المعنى – ابن القيم – الطرق الحكمية – ص٣٢٨ – د. فيليب عطية – أمراض الفقر – ص١٤.

(٣) في نفس المعنى د. محمد عبد المنعم الجمال – موسوعة الاقتصاد الإسلامي – المرجع السابق – ص١٧٠.

(٤)المصباح المنير،مادة غبن ج٢ص٥٢٩، الفيروز أبادي – القاموس المحيط – ج٤، ص٢٤.

(٥) البحر الرائق ج٧ص١٦٩، رد المحتار ج٤ص١٥٩.

نوعان: غبن فاحش: لا يدخل في تقويم أهل الخبرة للسلعة ، وغبن يسير وهو: ما يدخل في تقويمهم(١).

أما التغرير فهو تعريض المتعاقد لما فيه خطر أو تهلكه(٢)، **وقيل هو**: ما له ظاهر محبوب وباطن مكروه(٣)، وفي اصطلاح الفقهاء، الجهل بالمبيع أو بقيمته أو بأصله.

وعرفه الماوردي بأنه ما تردد بين متضادين أغلبهما أخوفهما كبيع السمك في الماء والطير في الهواء(٤).

والتغرير إغراء العاقد وخديعته ليأخذ السلعة وهو يعتقد أنه أخذ ما فيه فوائد كثيرة والواقع غير ذلك(٥).

ومن صور الغبن والتغرير المعاصرة ما تبثه القنوات القضائية المتخصصة من إعلانات عن سلع بأن لها مزايا وهي في الحقيقة غير ذلك بقصد تضليل جمهور المستهلكين، ومنها قول البائع للمشتري أن غيره دفع في السلعة أكثر مما يدفعه، ولكنه مع ذلك يفضله بالبيع بهذا الثمن، ومنها كذلك صبغ الملابس القديمة وكيها ثم بيعها على أنها جديدة، أو أن يصنع علامة تجارية لسلعة جيدة على سلعة رديئة، أو أن يطبع عليها علامات تدل على أنها مصنوعة في بلد مشهورة بجودة الصناعة وهي مصنوعة في بلد غير التي معلن عنها(٦).

---

(١) البحر الرائق ج٧ ص١٦٩،رد المحتار ج٤ص ٤٠٨.
(٢) الرازي – مختار الصحاح – ص٤٧١.
(٣) د. إبراهيم أحمد عبد الفتاح – القاموس القويم للقرآن الكريم – ج٢، ص٥١.
(٤) الشربيني الخطيب – مغني المحتاج – ج٢، ص١٢.
(٥) ابن حجر العسقلاني – تلخيص الحبير – ج٣، ص٦ – د. محمد حلمي عيسى – التدليس وأثره في عقود المعاوضات – ص١٠١.
(٦) الحطاب – مواهب الجليل – ج٤، ص٤٣٨ – الدسوقي – حاشيته على الشرح الكبير – ج٣، ص١١٥.

هذا، وقد نهت الشريعة الإسلامية عن هذه الأنواع من البيوع التي فيها غبن وتغرير، فكل جهالة دخلت العقد في محله وأدت إلى خطر لا تعلم عاقبته أو جعلت العقد متردداً بين أمرين أغلبهما أخوفهما تجعل العقد باطلاً(١).

وقال النووي: وأعلم أن بيع الملامسة وبيع المنابذة وبيع حبل الحبلة وبيع الحصاة وبيع عسب الفحل وأشباههم من البيوع التي جاءت فيها نصوص خاصة وهي داخلة في النهي عن بيع الغرر(٢)، ولكن أُفردت بالذكر ونهى عنها لكونها من بيوع الجاهلية المشهورة(٣)، أما بيع الحصاة فصورته أن: يقول بعتك من هذه الأرض إلى ما انتهت إليه الحصاة التي أرميها أو أن يقول بعتك على أنك بالخيار إلى أن أرمى بهذه الحصاة، وبيع المنابذة هو: أن يقول بعتك حيث أنبذ الحصاة وبيع الملامسة هو أن يلمس المشتري الثوب أو نحوه ولا يقلبه ليعرف كنهته، بل يجعل نفس اللمس قائم مقام النظر والرؤية وبيع حبل الحبلة هو: بيع حمل الناقة الحامل في الحال(٤).

دليل ذلك من الكتاب قول الله تعالى: **{إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللّهِ الْكَذِبَ لاَ يُفْلِحُونَ * مَتَاعٌ قَلِيلٌ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ}**(٥)، وقوله تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ اتَّقُواْ اللّهَ وَكُونُواْ مَعَ الصَّادِقِينَ}**(٦).

ومن السنة ما روى: أن النبي (ﷺ) نهى عن بيع الحصاة، وعن بيع الغرر(١)، وقال (ﷺ): "لا تشتروا السمك في الماء فإنه غرر"(٢).

---

(١) د. سعد الدين الهلالي – الغبن وأثره في العقود – ص١١٤.

(٢) النووي – روضة الطالبين – ج٥، ص١٤١٢، ط دار الكتب العلمية.

(٣) راجع البخاري – كتاب البيوع برقم ٢١٤٤، ٢١٤٦ ، مسلم – كتاب البيوع برقم ١١٥١، ابن ماجه برقم ٢١٩٤ ، أحمد في مسنده – ج٢، ص٤٣٦، ٤٩٦.

(٤) راجع في عرض هذه البيوع بإسهاب د. زكريا الحسيني – من البيوع المنهي عنها مقال على موقع مسجد التوحيد – بلبيس – العدد ٤٣١ السنة ٣٦ ذو القعدة ١٤٢٨هـ من ص ٣٣ إلى ص١٦.

(٥) سورة النحل – الآيتان – ١١٦ ، ١١٧.

(٦) سورة التوبة – الآية ١١٩.

أثر الغبن والتغرير على المستهلك:

الأصل في المستهلك الاطمئنان والثقة فيما يخبر به البائع عن

أوصاف السلعة محل العقد، كما أن الأصل في البائع الصدق والبعد عن الكذب فإذا غبن وغرر بالمستهلك فإنه يكون قد سبب له التضجر والتألم كلما رأى السلعة التي غبن فيها وهذا ضرر، وقد نهت الشريعة الإنسان أن يلحق الضرر بنفسه أو بالغير ؛ ولذلك يقول الرسول (ﷺ): "لا ضرر ولا ضرار"[(٣)].

ولما كان المغرر لا يراعي قاعدة العدل التي تقضي بضرورة علم المشتري بالسلعة التي يبذل الثمن مقابلاً لها قضت الشريعة بحق المستهلك في فسخ العقد إذا أثبت تغرير البائع له.

---

(١) أخرجه مسلم في صحيحه – كتاب البيوع – ج٤، ص١٥١٣.

(٢) أخرجه أبو داود في سننه – ج٣، ص٢٥٤ برقم ٣٣٧٦ – ج٢، ص٨ – وراجع في حرمة الغبن والتغرير – أحمد بن حنبل الشيباني – الفتح الرباني – ج١٥، ص٣٥ – ط دار الشهاب – القاهرة – الزرقاني – حاشيته على الموطأ – ج٣، ص١٣٢ – ابن حجر – فتح الباري – ج٤، ص٤١٨.

(٣) أخرجه ابن ماجه في سننه – كتاب الأحكام – ج٢، ص٧٨٤.

الفرع الرابع: بيع الرجل على بيع أخيه وأثره على المستهلك:

وصورة هذا البيع أن يقول بائع لمن اشترى شيئاً في مدة الخيار أفسخ هذا البيع وأنا أبيعك مثله بأرخص منه ثمناً أو يقول المشتري لبائع سلعة أفسخ البيع مع فلان وأنا اشتري منك بأعلى من هذا الثمن.

هذا وقد ذهب بعض الشافعية وبعض الحنابلة إلى أن هذا البيع محرم ومنهي عنه وفاعله آثم(١)، وقال المالكية بكراهته دون تحريمه(٢)، والدليل على حرمته عند من قال بذلك قول الرسول (ﷺ): لا يبع بعضكم على بيع أخيه وكونوا عباد الله إخوانا"(٣)، وكذلك من البيوع المحرمة سوم المسلم على سوم أخيه وصورته: أن يرضى المشتري بالثمن الذي طلبه البائع في السلعة فيجئ مشتر آخر وجيه ويدخل على سوم الأول فيشتري السلعة بزيادة فيبيعه البائع له(٤)، وهذا السوم محرم كسابقه منهي عنه لأن الرسول (ﷺ) نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه(٥).

---

(١) في نفس المعنى: زكريا الأنصاري – أسنى المطالب – ج٢، ص٣٩ – المرداوي – الإنصاف – ج٨، ص٢٩ – ابن قدامة – المغني – ج٤، ص٣٢١ – ابن قدامة – الكافي – ج٢، ص١٤ – الزركشي – شرح الزركشي – ج٢، ص٣٨٧، ومن المعاصرين – د. رمضان حافظ عبد الرحمن السيوطي – البيوع الضارة – ص٧٩ – ط دار السلام – د. محمد علي حلاوة – صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها – ص١٣٥ – ط مكتبة العلوم والحكمة – ط ١٤٢٧هـ.

(٢) ابن رشد – بداية المجتهد – ج٢، ص١٦٥.

(٣) أخرجه النسائي – كتاب البيوع – ج٧، ص٢٥٨ برقم ٤٥١٤.

(٤) في نفس المعنى الجرجاني – التعريفات – ج١، ص١٦٣ – الموسوعة الفقهية الكويتية – ج٩، ص٢١٦ – ومن المعاصرين – د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المنافسة التجارية وأثرها على السوق – ص١٤٩.

(٥) أخرجه البخاري في صحيحه – كتاب الشروط – ج٢، ص١٩٧١ برقم ٢٥٧٧ ، مسلم في صحيحه – كتاب النكاح –ج٢، ص١٠٣٣ برقم ١٤١٥.

أثر البيعين على المستهلك والاقتصاد:

هذين النوعين من البيوع لهما أثر شديد في وقوع الشحناء والبغضاء بين المستهلكين، كما أن فيهما منع لما رزق الله به المستهلك من رخص السلعة بسبب مزاحمة الغير فيه، وكذلك حرمان البائع من الثمن الذي اشترى به الأول وفي كلا الحالتين ظلم(١)، كما

أنه يؤدي إلى فقدان الثقة بين طرفي العقد والتخوف من التعامل بينهما، وهذا مما لاشك له أثر على الاقتصاد القومي.

الفرع الخامس: **النجش وأثره على المستهلك**:

النجش: مصدر من الفعل نجش الذي بمعنى المدح والإطراء(٢)، وهو أن يزيد في ثمن السلعة من لا يريد شراءها ليرغب غيره فيها ويقتدي به في الزيادة(٣).

ومن صور النجش الحديثة أن يقول البائع للمشتري جاءني في هذه السلعة سعر كذا أو كذا وهو غير صادق، أو أن يتواطأ البائع مع آخر فيقول إذا

(١) الدهلوي – حجة الل البالغة – ج٢، ص١١٠ – ط دار الكتب الحديثة – النووي – روضة الطالبين – ج٢، ص٤١٥ – الشافعي – الأم – ج٣، ص١٠ – لنفس المؤلف – الرسالة – ج١، ص٢٩٥ – ومن المعاصرين – د. الكفراوي – أصول الاقتصاد الإسلامي – ص٧٣ – د. عثمان عبد الحكيم أحمد محمد – المناقصات وأحكامها في الفقه الإسلامي – ص١٦٥ – ط دار الجامعة الجديدة – الإسكندرية – ط ٢٠٠٦م.

(٢) ابن منظور – لسان العرب – ج٢، ص٤٣٥ – ابن فارس – معجم مقاييس اللغة – ج٥، ص٣٩٤ – ط دار الجيل – بيروت – ط ١٩٩٩م.

(٣) ابن حجر – فتح الباري – ج٤، ص٣٥٥ – ابن الهمام – شرح فتح القدير – ج٦، ص٤٧٨ – مالك – الموطأ ج٢، ص٦٨٥ – ط دار إحياء التراث – ابن عبد البر – الاستذكار – ج٦، ص٥٢٨ – المقدسي – المغني مع الشرح الكبير – ج٤، ص٣٠٠ ط– دار الفكر – البهوتي – شرح منتهى الإرادات – ج٢، ص١٧٣ – أطفيش – شرح النيل – ج٨، ص٩٨٥.

عرضت السلعة للمزايدة فزد في ثمنها حتى يغتر الحضور، ومنها أن تذكر وسائل الإعلام السمعية أو المرئية أو المقروءة أوصافاً للسلعة ليست حقيقية لتغري المشتري فيرضى بالثمن(١).

وهذا البيع حرام بجميع صوره(٢)، منهي عنه بقول الرسول (ﷺ): "ولا تناجشوا"(٣).

أثر النجش على المستهلك:

هذا البيع فيه إيذاء للمستهلك، وذلك لرفع السعر من قبل الناجش، وقد يحجم المستهلك نتيجة لهذا عن شراء ما يحبه بسبب تلك الزيادة، كما أن فيه استنزاف لأموال المستهلكين – إذا ما رضوا بالزيادة – لحساب فئة قليلة من التجار(٤).

---

(١) إسماعيل بن محمد العجلوني – كشف الخفاء ومزيل الالتباس عما اشتهر من ألسنة الناس – ج٢، ص٢٨١ – ط مؤسسة الرسالة – ط ١٤٠٥هـ – د. عطية عدلان –عطية رمضان– موسوعة القواعد الفقهية المنظمة للمعاملات المالية الإسلامية ودورها في توجيه النظم المعاصرة – ص٢٥٩ – ط دار الإيمان – الإسكندرية.

(٢) ملا خسرو محمد بن فراموز – درر الحكام شرح الأحكام – ج١، ص٣٠١ – عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي المتوفى سنة ٣٦٢هـ – التلقين – ج٢، ص٣٨٣ – ط المكتبة التجارية – ط ١٤١٥هـ – المرغيناني – الهداية – ج٣، ص٥٣ – الكاساني – بدائع الصنائع – ج٥، ص٢٣٣.

(٣) أخرجه البخاري – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٥٣، ٨٨٥ برقم ٢٠٣٥، مسلم في صحيحه – كتاب البيوع – ج٣، ص١١٥٦ – برقم ١٥١٦ ، الترمذي في سننه – كتاب البيوع برقم ١٣٠٤ – ج٣، ص٥٩٧ – ، أبو داود في سننه – كتاب البيوع برقم ٣٤٣٨ – ط المكتب التجارية – ط ١٤١٥هـ – الماوردي – الحاوي الكبير – ج٥، ص٣٤٣ – ابن قدامة – الكافي – ج٢، ص٢٢ – ابن حزم – المحلي – ج٨، ص٤٤٥ – ابن رشد – بداية المجتهد – ج٢، ص١٦٧.

(٤) د. فريدة حسن طه ظاهر – الرقابة على السلع والأسعار في الفقه الإسلامي – ص٧٧ – ط ٢٠١١م.

المطلب الثاني
بعض صور اضطراب السوق التقليدية
وأثرها على المستهلك والاقتصاد

وسوف نتناول في هذا المطلب البيع بالربا – وبيع الباد للحاضر والعكس وتلقي الركبان – والتطفيف في المكيلات والموزونات– والبيع بالمنزل، **وذلك فيما يلي**:

الفرع الأول: **البيع بالربا وأثره على المستهلك والاقتصاد**:

الربا: الزيادة والنماء وهو أما في أصل الشيء يقال: نما الشيء إذا زاد ونما، وإما في مقابلة كدينار بدينارين(١).

ولقد تعددت عبارات الفقهاء في تعريف الربا، لكنها لا تخرج عن كونه: زيادة خالية عن العوض مشروطة في العقد حالة انعقاده نظير تأخير أحد البدلين أو كلاهما(٢)، وصورته في السوق التجارية أن يحصل المستهلك على سلعة ما بالثمن الأصلي مع زيادة نظير تأخير سداد الدين، وهو بجميع أنواعه محرم شرعاً لقول الله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ اتَّقُواْ اللّهَ وَذَرُواْ مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ * فَإِن لَّمْ تَفْعَلُواْ فَأْذَنُواْ بِحَرْبٍ مِّنَ اللّهِ وَرَسُولِهِ}(٣).

وقوله تعالى: {وَأَحَلَّ اللّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَن جَاءهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانتَهَىَ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَـئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ * يَمْحَقُ اللّهُ الْرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللّهُ لاَ يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ}(٤).

---

(١) ابن منظور – لسان العرب – ج٤، ص٥٧٢، ٥٧٤.

(٢) في نفس المعنى البابرتي – العناية شرح الهداية – ج٥، ص٢٧٤ – المكتبة التجارية الكبرى – العدوي – حاشيته بهامش شرح الخرشي على مختصر خليل – ج٥، ص٥٦ – الشرقاوي – حاشيته – ج٢، ص٣٢ – المقدسي – الشرح الكبير على المغني – ج٤، ص١٢٣.

(٣) سورة البقرة – الآيتان – ٢٧٨ ، ٢٧٩.

(٤) سورة البقرة – الآيتان – ٢٧٥ ، ٢٧٦.

وقول الرسول (ﷺ): "إلا وإن ربا الجاهلية موضوع وأول ربا أُضع ربا العباس بن عبد المطلب، فإنه موضوع كله"(١).

أثر البيع بالربا على المستهلك والاقتصاد:

إن الزيادة على ثمن السلعة الأصلي يؤدي إلى ارتفاع ثمنها فيؤدي هذا إلى إحجام المستهلكين عن الإقبال إلى شراء هذه السلع، وقد يكونون في أشد الحاجة إليها، فالإسلام يقصد من تحريم الربا حماية رأس مال الكادحين ويسعى إلى تحقيق المساواة بين أفراد الأمة، كما أن في الربا عن طريق الإيداع في البنوك يؤدي إلى عدم استثمار هذه الأموال ؛ ومن ثم خمول الشخص وكسله كبير له دور هذا في تعطيل العمل وانقطاع المنافع العامة التي لا تنتظم إلا بالتجارة أو الصناعة وغيرها من الأعمال التي تعود على المجتمع بالخير والزيادة والرخاء(٢)، كما أن الربا يؤدي إلى توقف عجلة الإنتاج التي من شأنها أن تؤثر على المستهلكين حيث يتجه المرابون إلى إنتاج السلع التي تدر عليهم عائداً مادياً كبيراً ويهملون في المشروعات المنتجة للسلع الضرورية كالمأكولات والملبوسات(٣).

الفرع الثاني:**بيع الباد للحاضر والعكس وأثرهما على المستهلك والاقتصاد**:

الباد هو من يقيم بالبادية، والحاضر هو المقيم بالمصر أو المدن(٤)، وصورة هذا البيع هو أن يبيع الباد شيئاً مما يحتاجه أهل الحضر لبعضهم فيبيعه

---

(١) أخرجه مسلم في صحيحه – كتاب الحج باب حجة النبي (ﷺ) – ج٨، ص١٢٨ برقم ١٢١٨.

(٢) د. عقيدة عبد الفتاح طبارة – روح الدين الإسلامي – ص٣٣١ وما بعدها – ط دار العلم – ط ١٩٧٨م – د. الجوعاني – ضوابط التجارة في الاقتصاد – ص٣٣٧ – د. عبد الهادي محمد – الربا والقروض في الفقه الإسلامي – ص١٥١ وما بعدها ، د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المنافسة التجارية – ص١٠٤.

(٣) في نفس المعنى – د. خالد عبد العظيم غابة – حماية المستهلك– ص٦٣.

(٤) الكاساني – بدائع الصنائع – ج٥، ص٢٣٢؟

الحضري لأهله مع زيادة كبيرة في الربح[١]، أو أن يكون الحضري سمساراً للبادي فيجلب البادي السلعة فيأخذها حاضر ليبيعها بعد وقت الجلب بأعلى من السعر الموجود[٢]، أو أن يأتي شخص ببضاعة مما يحتاجه الناس فيتلقاه آخر فيقول له أترك ذلك عندي حتى أبيعه لك شيئاً فشيئاً بأعلى من ثمنه الحال[٣].

وهذا البيع منهي عنه بقول الرسول (ﷺ): "ولا يبيع حاضر لباد"[٤].

أثر بيع الباد للحاضر على المستهلك:

إن هذا البيع يؤدي إلى تزاحم الوسطاء بين المنتج والمستهلك مما يؤدي إلى رفع الأسعار ولا ينتفع الناس برزق الله الذي ساقه للعباد عن طريق بعضهم البعض قال رسول الله (ﷺ): "دعوا الناس يرزق الله بعضهم ببعض"[٥]، كما أن هذا البيع يؤدي إلى إضرار المستهلكين وإغلاء السعر عليهم،وقد نهى الإسلام عن الضرر والإضرار[٦].

الفرع الثالث: **تلقي الركبان وأثره على المستهلك**:

---

(١) العراقي – طرح التثريب في شرح التقريب – ج٦، ص٨٧ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ٢٠٠٠م.

(٢) الكاساني – بدائع الصنائع – ج٥، ص٢٣٢.

(٣) الكاساني – المرجع السابق – ج٥، ص٢٣٢ – ابن رشد – بداية المجتهد – ج١، ص١٣٧ – الحطاب – مواهب الجليل – ج٤، ص٣٧٨ – الصنعاني – سبل السلام – ج٣، ص٨١٨ – الشيرازي – المهذب – ج١، ص٢٩١ – الدسوقي – حاشيته – ج٣، ص٦٩ – المرداوي – الإنصاف – ج٤، ص٣٣٥، ٣٤١ – ابن مفلح – المبدع شرح المقنع – ج٤، ص٨٠.

(٤) أخرجه البخاري في صحيحه – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٥٢ برقم ٢٢٠٣٣، مسلم في صحيحه – ج٣، ص١١٣٥ برقم ١٥١٥ وبرقم ١٥٢٢، ص٧٥٧.

(٥) أخرجه مسلم في صحيحه – كتاب البيوع – ج٦، ص٢١ برقم ١١٥٧.

(٦) الكمال بن الهمام – شرح فتح القدير – ج٥٦، ص٤٧٨ – ط دار الفكر – بيروت – ومن المعاصرين – د. حبيش – حماية المستهلك من منظور إسلامي – المرجع السابق – ص٩١ – د. الكفراوي – اصول الاقتصاد الإسلامي – ص٧٣.

التلقي معناه: الاستقبال – والركبان: جمع راكب والركب الإبل أو القافلة، ومعنى هذا البيع أن يتلقى شخص أو مجموعة من تجار أهل البلد القادمين من سفر بسلع لا يعرفون سعرها في الحضر – فيشترون منهم هذه السلع رخيصة الثمن ويبيعوها لأهل البلد بالزيادة(١).

وهذا التلقي محرم عند جمهور الفقهاء(٢)، وذلك ترجيحاً للمصلحة العامة المتمثلة في مصلحة المستهلكين على المصلحة الخاصة المتمثلة في مصلحة المتلقين(٣)، قال رسول الله (ﷺ): "ولا تلقوا السلع حتى تهبط السوق"(٤)، فالحديث واضح الدلالة في النهي عن تلقي السلع التي يحملها الركبان حتى تنزل السوق فيبيعونها بسعرها.

أثر تلقي الركبان على المستهلك:

---

(١) ابن منظور – لسان العرب – ج١، ص٢٥٦ – الرازي – مختار الصحاح – ج١، ص١٠٧ – ومن الفقهاء– ابن الجزري – كشف المشكل من حديث الصحيحين – ج٢، ص٣٣٧ – ط دار الوطن – الرياض – ط ١٤١٨هـ/١٩٩٧م – ابن عابدين – رد المحتار – ج٥، ص١٠٢، ومن المعاصرين – د. نصر محمد السلامي – الضوابط الشرعية للاستثمار – ص١٨٥ – ط دار القمة – إسكندرية – د. عفيفي – الاحتكار وموقف الشريعة الإسلامية منه – ص١٧٠.

(٢) ابن نجيم – البحر الرائق – ج٦، ص١٠٨ – ابن عبد البر – الاستذكار – ج٦، ص٦٢٥ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ٢٠٠٠م – ابن رشد – بداية المجتهد – ج٢، ص١٢٥ – الشيرازي – المهذب – ج١، ص٢٩٢ – ابن قدامة – الكافي – ج٢، ص٢٢ – ط المكتب الإسلامي – ابن حزم – المحلي – ج٨، ص٤٥١.

(٣) خالد عبد العظيم غابة – حماية المستهلك – ص٧١.

(٤) أخرجه البخاري – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٥٩ برقم ٢٠٥٧ ، مسلم في صحيحه – كتاب البيوع – ج٣، ص١١٥٧، ١٥١٩ – ، أبو داود في سننه – كتاب البيوع – ج٣، ص٢٦٩ برقم ٣٤٣٧.

يترتب على هذا البيع تضييق على المستهلكين وحرمان لهم من أن يتمتعوا برخص الاسعار، كما أن فيه استغلال للركبان إذ يبيعون سلعهم بأقل من سعرها، وذلك حينما ينفرد تاجر واحد أو مجموعة بالسيطرة على السلع ويبيعونها بالأسعار التي يريدونها(١).

الفرع الرابع: البيع بالمنزل وأثره على المستهلكين:

وصورة هذا البيع أن يتوجه البائع أو التاجر إلى مكان سكن أو إقامة المستهلك بدون سابق إنذار فيعرض عليه ما لديه من سلع وخدمات، وهذه الطريقة كانت هي السائدة في طريقة البيع الأولى لبعد المسافات بين المدن التي توجد بها هذه السلع وبين المناطق النائية، ولا شك أن هذه الطريقة تعتريها كثير من العيوب التي تضر بالمستهلك حيث لا يكون أمامه أي مجال للمقارنة بين ما يعرض عليه من سلع وخدمات وبين السلع والخدمات المشابهة لها في السوق المحلي، كما يكون المستهلك فيها عرضة للغش والخداع والتضليل من جانب البائع، وكل بيع يشتمل على هذا يكون حرام ومنهي عنه(٢).

الفرع الخامس: التطفيف وأثره على المستهلك:

الأصل أن المعاملات لا يحرم منها إلا ما حرمه الله تعالى ورسوله (ﷺ) ولا دين إلا ما شرعه الله.

هذا وقد جاءت النصوص الصريحة بتحريم التطفيف في المكيلات والموزونات، وقد سمى الله سورة بهذه المعاملة وهي سورة المطففين، وذكر صورتها وتوعد مقترفها بالويل وهو العذاب الشديد في قوله تعالى: {وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

(١) د. فريدة حسن طه ظاهر – المرجع السابق – ص٧٤ – د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المرجع السابق – ص١٣٥.

(٢) د. السيد محمد عمران – حماية المستهلك أثناء تكوين العقد – ص٨٨ – ط منشأة المعارف – الإسكندرية – د. خالد محمد السباتين – تقرير حول الحماية القانونية للمستهلك – مشروع تطوير القوانين – ص٨٨.

* الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُواْ عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ}[1]، وقال في قصة نبيه شعيب (عليه السلام): {أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ * وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ * وَلا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءهُمْ وَلا تَعْثَوْا فِي الأَرْضِ مُفْسِدِينَ}[2].

فهذه الآيات القرآنية صريحة في النهي عن التطفيف في الكيل والميزان.

أثر التطفيف على المستهلك:

هذا الفعل في المبيع يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين إذ يأخذ المشتري السلعة بالكيل والميزان الكاذب بأكثر من ثمنها، كما أن فيه مخالفة لشروط العقد التي تتطلب أن تكون السلعة موافقة لما ذكره البائع من الكيل أو الوزن قال رسول الله (ﷺ): "المسلمون على شروطهم إلا شرطاً احل حراماً أو حرم حلالاً"[3]، فالحديث واضح الدلالة في الالتزام بالشروط الواردة في العقود[4].

(١) سورة المطففين – الآيات ١ ، ٢ ، ٣.
(٢) سورة الشعراء – الآيات من ١٨١ حتى ١٨٣.
(٣) أخرجه أبو داود في سننه – كتاب الأقضية – باب الصلح – ج٣، ص٣٠٤
(٤) راجع في شرح الحديث ابن تيمية – مجموعة الرسائل والمسائل – ص٢٠٩ – ط لجنة إحياء التراث العربي.

المبحث الثاني
اضطرابات السوق التجارية المعاصرة
وأثرها على المستهلك والاقتصاد

من هذه البيوع، الصفقات التي تعقد عن طريق البورصة ،والتسويق الشبكي، والبيع عن طريق إعلانات تجارية ونشر بيانات عن السلع عبر وسائل الإعلام ،والبيع المقرون بوعد بالحصول على جائزة ، وبيع السلع قبل نزولها السوق، وسوف نتناول بيان هذه البيوع وأثرها في إحداث الاضطرابات، **وذلك في مطلبين فيما يأتي**:

المطلب الأول

(بيع البورصة – التسويق الشبكي – البيع عن طريق الإعلانات عبر وسائل الإعلام)

سوف نتناول في هذا المطلب عرض بيع البورصة ،والتسويق الشبكي، والبيع عن طريق الإعلانات عبر وسائل الإعلام **وذلك فيما يلي**:

الفرع الأول: **التعامل في البورصة وأثره على المستهلك والاقتصاد**:

البورصة هي: عبارة عن سوق منظمة يجري فيها التعامل بشراء الأوراق المالية والحاصلات الزراعية عن طريق سماسرة وسطاء بين البائعين والمشترين(١)، وهي تنقسم من حيث **المعقود عليه إلى**:

١- عقود تعقد على سلع وأسهم حاضرة في ملك البائع، وهذا النوع جائز مادام أن المعقود عليه منتجاً بالفعل وليس محرماً شرعاً كالشركات التي تعمل في إنتاج الخمور.

(١) د. محمد عبد اللطيف قنديل – محاضرات في فقه المعاملات المالية المعاصرة – ص٦٣ – ط دار الفتح – ط ٢٠١٥م.

٢- عقود عاجلة أو آجلة على سندات بفائدة أو على أسهم أو سلع ليست في ملك البائع، وهذا النوع محرم شرعاً لأنه يشتمل على بيع ما لا يملك قال رسول الله (ﷺ) لحكيم بن حزام: "لا تبع ما ليس عندك"(١)، أي ما لم تملك كما حرم الإسلام الوساطة بين البائع والمستهلك فيما يخص السلع الغير منتجة، وذلك بأن يأتي أهل البادية من المنتجين بمحصولاتهم إلى المدن فيبيعوها لبعض التجار على أن يتولى البيع التجار مقابل جزء من الثمن قال رسول الله (ﷺ): "لا يبع حاضر لباد دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض"(٢)، ومن الوساطة المنهي عنها أيضاً الوسيط الذي يحول بين التعامل المباشر بين المنتج والمستهلك بحيث يشتري السلعة لنفسه ثم يبيع ما اشترى للمستهلك دون أن يكون له جهد كأن يقرب السلعة إلى المستهلك وهو المعبر عنه بتلقي الركب المنهي عنه(٣).

ومن الوساطة الممنوعة أيضاً الوساطة التي تكون في صورة الاحتكار الذي ينتظر قلة المعروض من السلعة في السوق فيبيع بأعلى ثمن(٤).

أثر معاملات البورصة على المستهلك والاقتصاد:

تحتوي البورصة في كثير من تعاملاتها على كثير من المظالم والمحرمات كالمقامرة والاستغلال والاحتكار وأكل أموال الناس بالباطل والتلاعب بمقدرات الأمم والشعوب، ففيها تباع السلعة المعقود عليها وهي في ذمة البائع الأول – وقبل أن يحوزها المشتري الأول – عدة بيوعات وليس الغرض من ذلك إلا قبض

(١) أخرجه الترمذي – كتاب البيوع برقم ١٢٣٢ ، أبو داود في سننه – كتاب الاجارة برقم ٢٥٠٣ ، النسائي في سننه باب بيع ما ليس عندك – ج٧، ص٢٨٩.
(٢) البخاري في صحيحه – كتاب البيوع برقم ١٢٥٠.
(٣) البخاري – كتاب البيوع – ج٢، ص٧٥٩ برقم ٢٠٥٧.
(٤) المجلة المصرية للدراسات القانونية والاقتصادية – العدد ٢٠١٤/٢ – ص٢٨.

أو دفع فروق الأسعار بين البائعين والمشترين غير الفعليين مخاطرة منهم على الربح فهي كالمقامرة المنهي عنها سواءً بسواء(١).

الفرع الثاني: التسويق الشبكي وأثره على المستهلك والاقتصاد:

وهو نظام يتم فيه شراء سلعة ما – ساعة أو قلم – مقابل ثمن معلوم عن طريق الدعاية والإعلان والوسطاء ثم يقوم المستهلك بعد أن يصبح وكيلاً عن الشركة بالترويج لمنتجاتها مستعملاً الدعاية الشفهية وقوة حجة المستهلك في إقناع آخرين لشراء منتجات الشركة مقابل عمولة عن كل مشتر، وهكذا تتكون شجرة من المستهلكين تشتري فيها منتجات الشركة فيبدأ بتزكية المنتج لأصدقائه وعند اشتراكهما في الشركة بشراء منتج يصبح من حق المستهلك الأول الحصول على عمولة تحفيزية ثم يبدأ الشخصان أو الأشخاص في نفس السلوك(٢)، وهذه المعاملة محرمة شرعاً لأنها عبارة عن وسيلة للكسب السريع للمال بوسائل السلعة لأن جودة السلعة ليست مقصودة إنما المقصود هو التوصل إلى الربح والعمولات فالمشترك دفع مبلغاً قليلاً ليحصل على مبالغ كثيرة منه، ولما كانت العبرة بالمعاني لا بالألفاظ والمباني كان الحكم بتحريمها(٣)، كما أن فيها بيع نقود بنقود مع التفاضل والتأخر وهو الربا المحرم بالنص والإجماع، كما أن البيع عن طريقها يشتمل على غرر محرم شرعاً لأن المستهلك وهو المشترك لا يدري هل سينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين ليحصل على العمولة المقررة أم لا؟(٤).

أثر التسويق الشبكي على المستهلك والاقتصاد: يترتب على هذه المعاملة أن تزيد نسبة المخاطرة بالنسبة للمشترك فيها، إذ قد يصعب عليه تحقيق شرط

---

(١) راجع ما قرره المجمع الفقهي التابع لرابطة العالم الإسلامي في دورته السابعة المنعقدة بمكة المكرمة عام ١٤٠٤هـ.

(٢) د. محمد عبد اللطيف قنديل – المرجع السابق – ص١١٩.

(٣) ابن حجر الهيثمي – تحفة المحتاج في شرح المنهاج – ج٤، ص٤٠٢ – ط دار إحياء التراث العربي – بيروت.

(٤) د. محمد عبد اللطيف قنديل – المرجع السابق – ص١٢٧ وما بعدها.

العائد المادي للتسويق، كما أنه قد يتعرض لخطر كبير نتيجة عدم وجود تشريع ينظم العلاقات بين الشركة البائعة والمشتري وهو المشترك إذ ليس له ما يضمن حقه بالرجوع على الشركة ومقاضاتها إذا احتاج إلى ذلك في استيفاء حقوقه، كما أن للتعامل بهذه الوسيلة في التجارة أثر كبير في تحول كثير من الممارسين للمهن القيمة إلى التعامل مع هذه الشركات رغبة في سرعة العائد وكثرته الذي لا ينتج عن تحسن في حجم الإنتاج مما يكون له أثره على الاقتصاد المحلي، كما أن فيها أكل لأموال الناس بالباطل المنهي عنه بقوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلاَ تَقْتُلُواْ أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيماً}[(١)]، كما أن في هذه المعاملة كثير من الغش والتدليس من جهة إظهار المنتج بحال والحال خلاف ذلك، كما أن فيه خداع للمشترك، وذلك حين تعطي الشركة العمولة لبعض المشتركين وتخدع الآخرين[(٢)].

الفرع الثالث: **البيع عن طريق الإعلانات التجارية عبر وسائل الإعلام وأثره على المستهلك**:

الإعلان يطلق لغة ويراد به: المجاهرة التي هي خلاف السر[(٣)]، وفي اصطلاح الفقهاء المعاصرين هي: وسيلة يمكن من خلالها تعريف المستهلك بالسلع والخدمات وبيان طرق استعمالها والاستفادة منها ومكان بيعها وطرق تركيبها ومكان إنتاجها وكل ما يلزم لصالح المعلن والمعلن إليه، كما يتحصن بها ضد المرض المتوقع[(٤)]، ولقد عرف العرب قديماً هذه الوسيلة عن طريق

(١) سورة النساء – الآية ٢٩.
(٢) راجع فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالمملكة العربية السعودية – مشاراً إليها د. محمد عبد اللطيف قنديل – المرجع السابق – ص١٣٠.
(٣) ابن منظور – لسان العرب – ج٤، ص٣٠٨٦.
(٤) د. محمد بن علي الكاملي – أحكام الإعلانات التجارية – ص١٢٨ – د. رضا محمد وهدان – الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس – ص٢٥ – ط دار الفكر – بيروت – ط ٢٠٠٨م.

(الدلال) وهو الشخص الذي ينادي على السلع لتباع[١]، وقد تطورت وسائل الإعلام في العصر الحديث فمنها الكتابة في الصحف والمجلات والملصقات واللوحات والإعلان عن طريق وسائل الإعلام المرئية كالتلفاز والعرض في نوافذ المحلات التجارية والمسموعة كالراديو وكالإعلان عن طريق التقنيات الحديثة كالحاسب الإلكتروني والشبكة العنكبوتية[٢]، والأصل في هذا البيع أنه مباح شرعاً لما فيه من تحقيق المصالح لكلا طرفي العقد فجمهور المستهلكين يتعرفون على السلعة من حيث تركيبها ومحل إنتاجها وفوائدها، كما أن فيه مصلحة للمنتج والبائع بترويج السلع وبيعها وما يستتبع ذلك من تحقيق الربح – إلا أن هذا الأصل يحتاج إلى بعض الضوابط تمنع دون تحوله إلى قوة وهمجية في يد المنتجين لتصريف منتجاتهم وذلك عن طريق العبث بمشاعر وغرائز المستهلكين واستثارتها بصورة مدمرة لحالتهم الصحية والمادية أو العقلية أو النفسية[٣]، وذلك حين يبالغ البائع أو المنتج من مزايا السلع لتضليل المستهلكين؛ لذا يجب أن تلتزم هذه الإعلانات بالصدق والموضوعية في بيان مواصفات السلعة ، كما أنه يجب أن تبتعد هذه الإعلانات عن الأيمان الكاذبة لترويج السلعة المعلن عنها، أما إذا لم تلتزم هذه الإعلانات بهذه الضوابط فإنها تكون أقرب إلى التزوير

(١) د. خالد عبد العظيم غابة – حماية المستهلك – ص٨٧ وما بعدها.

(٢) د. خالد ممدوح إبراهيم – حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية – ص٨٩ – الدار الجامعة – الإسكندرية – ط ٢٠٠٧م – د. الشناوي – التسويق مبادئ وسياسات – ص٣٨١ – د. محرز – حق المنافسة المشروعة – ص٢٦ وما بعدها – د. حبيش – حماية المستهلك من منظور إسلامي – ص٢٠٨، ٢١٠.

(٣) د. علي أصفر – أسس التسويق الحديث – ص٢٧٤ وما بعدها – ط دار الرسالة – بغداد – د. خالد عبد العظيم غابه– حماية المستهلك – المرجع السابق – ص٨٧ وما بعدها.

بالقول والتغرير بالناس والتحايل عليهم[١]، والله تعالى نهى عن ذلك بقوله تعالى: **{إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللّهِ الْكَذِبَ لاَ يُفْلِحُونَ}**[٢].

كما أنها إذا لم تلتزم فإنها تكون قد اقترفت غشاً بإخفاء العيب الذي في السلعة قال رسول الله (ﷺ): "المسلم أخو المسلم، لا يحل لمسلم باع من أخيه شيئاً فيه عيب إلا بينه"[٣]، كما قد يتولد عن ذلك المسلك الحقد والكراهية في القلوب.

أثر البيع عن طريق وسائل الإعلام على المستهلك:

إن للبيع غير الدعاية عن طريق وسائل الإعلام السابقة قد يكون لها أثر سيئ على المستهلك من حيث أنها تبالغ كبيرة مبالغة في عرض مميزات السلعة بما يشتمل على كذب وتضليل وخداع، كما أنها تزيد في أسعار السلع لأن تكاليف الإعلان تضاف إلى ثمن السلعة؛ لذا يجب أن تلتزم بوصف السلعة وصفاً حقيقياً، مما تمكن

المستهلكين من تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها[٤].

المطلب الثاني

(البيع عن طريق نشر بيانات غير صحيحة عبر وسائل الإعلام – البيع المقرون بالحصول على جائزة – بيع السلعة قبل نزولها إلى السوق)

---

(١) د. الحديدي – الإعلان – ص١٥٥ – د. محرز – الحق في المنافسة المشروعة – ص٢٦ وما بعدها – د. وهدان – المرجع السابق – ص٢٤ – د. علي أصفر – المرجع السابق – ص٢٨٢.

(٢) سورة النحل – الآية ١١٦.

(٣) أخرجه ابن ماجه في سننه – ج٢، ص٧٥٥ برقم ٢٢٤٦.

(٤) جامعة القدس المفتوحة – مبادئ التسوق – ص٢٢ ، ٢٣٥ ، ٢٣٨ – ط ٢٠٠٨م – د. الشناوي – التسويق مبادئ وأساسيات – ص٣٧٥ ، ٣٨٠ ، ٣٨١، د. علي أصفر – أسس التسويق الحديث – ص٢٧٥ – ط دار الرسالة.

سوف نتناول في هذا المطلب عرض لبعض صور اضطرابات السوق التجارية ، مثل نشر البيانات عبر وسائل الإعلام، والبيع المقرون بوعد بالحصول على جوائز ،وبيع السلعة قبل نزولها إلى السوق، **وذلك فيما يلي**:

الفرع الأول: **البيع عن طريق نشر البيانات غير الصحيحة عبر وسائل الإعلام وأثره على المستهلك والاقتصاد**:

رغبة في اجتذاب العملاء قد يقوم التاجر أو المنتج بنشر بيانات غير صحيحة عن نفسه أو السلعة أو أن ينتحل اسم وهمي أو لقب علمي ليس له أو أن يذكر مواصفات عن السلعة خلاف الواقع(١)، أو أنه حاصل على جوائز أو نياشين أو ميداليات تتعلق بإنتاجه للسلعة، أو أن ينشر في وسائل الإعلام أموراً غير حقيقية تتعلق بمكونات بضاعته أو خصائصها، أو أن يقلد الشكل الخارجي لبضاعة أكثر جودة من بضاعته، أو أن يعتدي على براءات الاختراع الممنوحة لمؤسسات وشركات تجارية مماثلة أو مشابهة لمؤسسته أو شركته أو أن يدعي أن سلعته من أجود السلع(٢).

فمثل هذه الأعمال غير مشروعة لأنها تشتمل على غش وخديعة ، وقد نهى الإسلام عن كل غش واحتيال وكل ما يسبب ضرراً بالآخرين، كما يشمل النهي وضع البيانات التجارية المخالفة للحقيقة التي يضعها التاجر على بضاعته للدلالة على عددها أو مقدارها أو طريقة صنعها أو مكوناتها أو أن يقلد

(١) د. الغريب – الاحتكار والمنافسة غير المشروعة – ص٧٧ – د. فوزي محمد سامي – القانون التجاري – ص٩٥ – ط دار الثقافة – عمان ط ١٩٩٩م.

(٢) د. محرز – الحق في المنافسة المشروعة – المرجع السابق – ص٨٥ – د. عزيز العليكي – الوسيط في شرح التشريعات التجارية – ص١٠٨ – ط دار الثقافة – عمان – ط ٢٠٠٨م – د. عبد الحفيظ فرغلي القرني – آداب السوق الإسلامية – ص٤٨ وما بعدها.

بضاعات أخرى لشركات أو مصانع تميزت في إنتاجها بالجودة فوجدت إقبالاً من المستهلكين حرصاً على اقتنائها(١).

أثر نشر البيانات غير الصحيحة عن السلعة على المستهلك والاقتصاد:

إن مثل هذه الأعمال تؤثر سلباً على المستهلك لأنها تهدف إلى جذب الزبائن إلى تلك السلع بطرق ووسائل ملتوية، كما أن فيها إضرار بالمستهلكين الذين يخدعون بهذه البيانات فيقبلون على شراء السلع والبضائع التي ليس فيها الأوصاف التي ذكرت في البيانات المنشورة عنها، كما أنه ينتج عن التقليد خروج بعض المصانع والشركات الوطنية من الأسواق لعدم تمكنها من التنافس مع الشركات المقلدة التي ترخص ثمن السلعة لعدم التزامها بالمقاييس الصناعية، ومن صور الأضرار من استعمال السلع المقلدة أن يصاب المستهلك بأمراض نتيجة استعماله مواد غذائية أو أدوية فاسدة كما يؤثر التقليد على بيئة الاستثمار المحلي وسمعة الصناعات المحلية عالمياً(٢).

الفرع الثاني: **البيع المقرون بوعد بالحصول على جوائز وأثره على المستهلك**:

الجوائز جمع جائزة وهي العطية والتحفة(٣)، وفي اصطلاح المعاصرين هي: ما يقدمه أصحاب المحلات والمؤسسات التجارية من جوائز للمستهلكين مقابل شرائهم سلعاً معينة ، وذلك بأن يأخذ المستهلك سلعة مجاناً مقابل سلعة

(١) د. فايز نعيم رضوان – مبادئ القانون التجاري – ص٤٩٦ وما بعدها – د. عبد الحفيظ فرغلي القرني – آداب السوق الإسلامية – المرجع السابق – ص٤٩.
(٢) في نفس المعنى – د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المرجع السابق – ص٩٦ – د. فوزي محمد سامي – القانون التجاري – المرجع السابق – ص٩٦.
(٣) الفيروز أبادي – القاموس المحيط – ج١، ص٦٩٨ – الموسوعة الفقهية الكويتية – وزارة الأوقاف – ج١٥، ص٧٦١٥.

يشتريها[١]، والأصل في هذه الجائزة أنها مباحة؛ ومن ثم فإن الوعد بها مشروع لقول الرسول (ﷺ): "من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه جائزته قالوا وما جائزته يا رسول الله (ﷺ) قال: يومه وليلته والضيافة ثلاثة أيام، فما كان وراء ذلك فهو صدقة عليه"[٢].

لكن هذه المشروعية مشروطة بأن لا يكون السعر مرفوعاً في مقابل الجائزة لأنها حينئذ تصبح أي الجائزة على حساب المستهلك[٣].

أثر البيع بالوعد بالحصول على جائزة على المستهلك:

حث الإسلام على بيان العيب الذي في السلعة وعدم إخفائه بقول الرسول (ﷺ): "لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بين ما فيه"[٤]، وعلى ذلك فمتى كان الغرض من هذه الجوائز هو الترويج وحث المستهلكين علي شراء سلع غير جيدة الصنع بالإغراء على الحصول على الجائزة فإن هذا العمل يعد من الغش والحيل والخديعة التي تضر بنفسية المستهلك، كما أن فيه أكل لماله بالباطل[٥].

الفرع الثالث: **بيع السلع قبل نزولها في السوق وأثره على المستهلك**:

وصورة هذا البيع أن يبيع التاجر أو المنتج سلعته ويحصل على ثمنها قبل أن يطرحها في الأسواق بالفعل، وقد نهى النبي (ﷺ) عنه لما فيه من تغرير

(١) د. خالد بن عبد الله المصلح – الجوائز التجارية التسويقية في الفقه الإسلامي – ص٦١ – ط دار ابن الجوزي – الرياض – ط ١٤٢٠هـ.
(٢) أخرجه البخاري – كتاب الأدب – ج٥، ص٢٢٤٠ برقم ٥٦٧٣.
(٣) د. قاسم أحمد عامر – الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة – ص١٩ – ط دار النفائس – الأردن – ط ١٤٢٦هـ – د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المرجع السابق – ص٧٧.
(٤) أخرجه الحاكم في المستدرك – كتاب البيوع – ج٢، ص١٢ برقم ٢١٥٧.
(٥) د. أمل أحمد محمود الحاج حسن – المرجع السابق – ص٧٨.

البائع أو المنتج بالمشتري فقد نهى (ﷺ) عن بيع الثمار حتى تزهى قبل وما تزهى؟ قال حتى تحمر ثم قال أرأيت إن منع الله الثمرة فبما يستحل أحدكم مال أخيه"[(١)].

أثر هذا البيع على المستهلك:

هذا البيع يسبب ضرراً بالمستهلك ، وذلك عندما يقرر البائع أو المنتج سعراً معيناً قبل إنتاجها أو نزولها في السوق، وقد يكون هذا السعر فيه زيادة كبيرة عن سعرها الحقيقي، فيصاب المستهلك بخسارة الفرق بين ما دفعه والثمن المعروض في السوق، كما أن فيه ظلم للمستهلك لأنه اشترى سلعة لم يرها[(٢)].

(١) أخرجه البخاري – كتاب البيوع – باب إذا باع الثمار قبل أن يبدو صلاحها – ج٣، ص٧٧ برقم ٢١٩٨ – وأخرجه مسلم – كتاب المسافاة – باب ما جاء في وضع الجوائح – ج٣، ص١١٩٠ برقم ١٥٥٥.

(٢) في نفس المعنى محمد محمود عبد الله يوسف – ابن تيمية والاحتساب في التعاملات المحرمة – ص١٢ – ط ٢٠١٠م – ابن تيمية – الحسبة في الإسلام – ص٢٢.

الفصل الثاني

طرق الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية على المستهلك والاقتصاد في الفقه الإسلامي

المبحث الأول: استعمال خيار الرجوع للمستهلك ونظام التسعير.

المبحث الثاني: الرقابة، ونظام الحسبة.

المبحث الأول

استعمال حق الرجوع للبائع، والعدول عن إتمام الصفقة ونظام التسعير للسلع من قبل ولي الأمر

وسوف نتناول بيان هذين الطريقين من طرق الحد من اضطرابات السوق في مطلبين أولها: في حق الرجوع، وثانيها: في نظام التسعير، **وذلك فيما يلي**:

المطلب الأول

استعمال خيار الرجوع للمستهلك في العدول عن إتمام الصفقة

أعطى الإسلام فرصة للتأمل في مكاسب التعاقد على سلعة أو خدمة تكون حقاً لكل من البائع أو المنتج والمستهلك على السواء، فشرع خيار المجلس المنصوص عليه بقول الرسول (ﷺ): "البيعان كل واحد منهما بالخيار على صاحبه حتى يتفرقا"[(١)]، كما شرع خيار الشرط الذي يمنح كلا المتعاقدين مدة كافية يكشف فيها بنفسه أو بواسطة خبير حالة محل العقد، فقد شكا رجل إلى رسول الله (ﷺ) أنه يخدع في البيوع فقال له: "إذا ابتعت فقل: لا خلابة ولي الخيار ثلاثة أيام"[(٢)]، ثم شرع خيار العيب وهو حق فسخ العقد إذا وجد المستهلك فيما اشتراه عيباً[(٣)]، كما شرع خيار الرؤية لمن اشترى شيئاً لم يره[(٤)]، وخيار الغبن الذي بموجبه يحق لمن استغل البائع جهله بالأسعار فباعه شيئاً بأكثر من ثمنه[(٥)]، كما أباح الإسلام حق طلب الإقالة، بل وحث عليه بقول

---

(١) أخرجه البخاري في صحيحه برقم ٢١١١.

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه برقم ١٢١ – ج١، ص٦٦٦ – وراجع ابن حزم – المحلي – ج٨، ص٤٠٩ وابن ماجه في سننه ج٢، ص٢٨٨ – والبيهقي – ج٥، ص٢٧٣.

(٣) ابن عابدين – رد المحتار – ج٥، ص١٩٣ – الكاساني – بدائع الصنائع – ج٥ – ص٢٧٤.

(٤) البيهقي – ج٥، ص٢٦٨، الخيارات في الإسلام – ص٧١ – ط ١٣٩٦هـ/١٩٧٦م.

(٥) راجع البخاري – ج٣، ص٣٥ – ، مسلم – ج١، ص٦٦٥ ، النسائي – ج٧، ص٢٥٦.

الرسول (ﷺ): "من أقال مسلماً أقال الله عثرته يوم القيامة"[١]، وصورة الإقالة أن يطلب المستهلك إقالته من تلك البيعة لأن في إتمامها ضرر له"[٢]، ولا يخفى أن حق الرجوع عن إتمام الصفقة يجعل العقد محاطاً بحالة الشك وعدم الاستقرار يجعله عرضة للفسخ بإرادة المستهلك المنفردة[٣]، كما أنه قد يتم بشكل صريح أو ضمني أو قد يتم الاتفاق عليه مسبقاً بين المتعاقدين[٤]، وهو لا يمنع البائع من تنفيذ العقد من جانبه فيستطيع أن يقوم بتسليم المبيع للمستهلك خلال فترة العدول، كما أن ملكية السلعة تنتقل للمستهلك فهو يملك التصرف فيها خلال فترة العدول ويعد ذلك إمضاءً ضمنياً للعقد، كما أنه لا يمنع انتقال تبعة الهلاك فيضمن المشتري هلاك السلعة مادام تم ذلك في يده، ويضمن البائع هلاك الثمن مادام تم ذلك في يده[٥]، ويستمر هذا الخيار قائماً حتى يختار المستهلك إما إمضاء العقد فيكون العقد لازماً من وقت هذا القبول، وإما أن يختار العدول الذي به تزول الرابطة العقدية، وينتهي هذا الخيار بمضي المدة المحددة للرجوع، فإذا انقضت المدة المتفق عليها دون أن يستعمل المستهلك حقه في العدول عن إتمام الصفقة ودون أن يفصح عن إرادته بإمضاء العقد أو العدول عنه كان سكوته قرينة على الاختيار لإمضاء العقد[٦].

---

(١) أخرجه ابن ماجه في سننه برقم ١٨٠٠.

(٢) المجلة المصرية للدراسات القانونية والاقتصادية – العدد الثاني – يونيه ٢٠١٤م – ص٢٩ وما بعدها.

(٣) د. إبراهيم أبو الليل – العقد غير اللازم – المرجع السابق – ص٢٥٥ – د. غازي أبو عرابي – حماية رضا المستهلك – ص١٩٨.

(٤) د. نبيل صبيح – حماية المستهلك – رسالة دكتوراه بجامعة عين شمس – كلية الحقوق – ص٧٧٩ – د. ممدوح مبروك – أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته المعاصرة – ص٥٩٢.

(٥) في نفس المعنى د. غازي أبو عرابي – حماية رضا المستهلك – ص١٩٨ – د. إبراهيم أبو الليل – العقد غير اللازم – ص٢٥٦.

(٦) في نفس المعنى د. محمد بودالي – حماية المستهلك – د. أيمن ساعده، د. علاء خصاونة – خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع المسافة – ص١٨٢ وما بعدها – ص١٤٠ – ط دار الكتاب الحديث – ط ٢٠٠٦م.

المطلب الثاني
التسعير للسلع من قبل ولي الأمر أو نائبه

السعر مبلغ من النقود يتم دفعه مقابل الحصول على منتج محدد (سلعة أو خدمة) وهو الأداة التي تستخدم لحصاد الأرباح الممكنة(١)، والأصل في الشريعة هو حرية التعامل التجاري بين الناس فللبائعين أن يتعاملوا كما يشاءون مادام أن ذلك يتم وفق أحكام الشريعة والتزم الناس الصدق في تعاملاتهم وتخلو عن الغش والتدليس والظلم والاحتكار والتلاعب في أسعار السلع والخدمات الضرورية للمستهلكين فلا يمنع البائع ربحاً لكن لا يسوغ له ما يضر بالناس(٢)، لكن إذا تعدى المنتج أو البائع وخالف ما جاء في الشريعة فقد سوغ الإسلام لولي الأمر أن يتدخل لتسعير السلع والخدمات.

هذا وقد وردت كلمة التسعير في معاجم اللغة **ويراد بها**: تقدير سعر معلوم للسلعة لا يجوز تعديه(٣).

---

(١) ابن تيمية – السياسة الشرعية – ج١، ص٦ – ابن القيم الجوزيه – الطرق الحكمية – ص١٩ – الشيخ حسنين مخلوف – فتاوى شرعية وبحوث إسلامية – ١، ص٨٦ – د. محمد عودة سلمان – التسعير في الفقه الإسلامي – بحث بمجلة البحوث الإسلامية – ج٤٤، ص٣٥٦ – د. يوسف أبو قارة – إدارة الأسعار في الاسواق التقليدية والإلكترونية – ص٣٧ – ط ٢٠١٠م.

(٢) السياجي – المنتقى – ج٥، ص١٨ – ابن تيمية – الحسبة – ص٣٤ – د. محمد أحمد الصالح – الرؤى الإسلامية للتسعير – ص٥٧ وراجع المجلة المصرية للدراسات القانونية والاقتصادية – مجلة إلكترونية محكمة لمجموعة من العلماء برئاسة د. أحمد عبد الصبور الدلجاوي – ص٢٧ – العدد الثاني يونيو ٢٠١٤م.

(٣) الجوهري – الصحاح – ج٢، ص٦٨٤ – ط دار العلم للملايين – بيروت – ط ١٤٠٧هـ/١٩٨٧م – الفيومي – المصباح المنير – ج١، ص٢٧٧ – ط المكتبة العلمية – بيروت – الرازي – مختار الصحاح – ص١٤٨ – أحمد أبو حاقة – معجم النفائس الوسيط – ص٥٦٩ – مصطفى إبراهيم – المعجم الوسيط – ج١، ص١ – سعدي أبو حبيب – القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً – ص١٧٢.

وقد **عرف الإمام الشوكاني وبعض الفقهاء التسعير** بأنه أن يأمر السلطان أو نائبه أو وكل من ولي من أمور المسلمين شيئاً أهل السوق أن لا يبيعوا سلعهم إلا بسعر كذا فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان عنه للمصلحة العامة(١)، ويمتاز هذا التعريف بأنه يتمشى مع معنى التسعير في زمننا الحاضر الذي عرفه البعض بأنه: تدخل الدولة ممثلة في وزارة التجارة أو الغرفة التجارية أو أي جهة أخرى في وضع أسعار محددة لسلع معينة أو لكل السلع تكون ملزمة للتجار أو المنتجين وليس لهم تجاوزها(٢)، والتسعير جائز بقول الرسول (ﷺ): "من أعتق شركاً له في عبد فكان له مال يبلغ ثمن العبد قوم عليه قيمة العدل فأعطى شركاءه حصصهم وعتق عليه العبد وإلا فقد عتق منه ما عتق"(٣).

ففي الحديث منع الرسول (ﷺ) الزيادة على ثمن المثل، والتسعير العادل ليس فيه أكل المشتري لمال البائع بغير حق كما يظن البعض لأن السعر يراعي فيه القيمة الحقيقية للسلعة مع إضافة كسب معقول للتاجر(٤)، ومن الأسباب الموجبة للتسعير إغلاء التجار لأسعار السلع والخدمات التي يحتاجها الناس(٥)، أو أن يتعمد التجار ألا يبيعوا الطعام أو غيره إلا لأناس معروفين حتى يبيعها

(١) الشوكاني – نيل الأوطار – ج٥، ص٢٦٠ – الساعاتي – بلوغ الأماني من استمرار الفتح الرباني – ج٢، ص٣٠٨ – أبو حبيب – القاموس الفقهي – المرجع السابق – ص١٧٣.
(٢) د. محمد أحمد الصالح – التسعير في نظر الشريعة – بحث بمجلة البحوث الإسلامية – ج٤، ص٥٣٨ – الرؤى الإسلامية للتسعير السلع والخدمات – ص٤٥.
(٣) أخرجه مسلم في صحيحه – ج٥، ص٩٥ برقم ٤٤١٥.
(٤) د. محمد أحمد الصالح – الرؤى الإسلامية – المرجع السابق – ص٥٠.
(٥) د. البشرى الشوربجي – التسعير في الإسلام – ص١٠٨ – د. عبد الرحمن آل حسين – التسعير ومكانته في السياسة الشرعية – ص٢٢٠ – د. ربيع محمود الروبي – الأبعاد الاقتصادية للمفهوم الإسلامي للاحتكار – ص٢٣ – بحث بمركز البحوث والدراسات الإسلامية – مكة المكرمة – عام ١٤١١هـ.

هؤلاء لآخرين بأغلى من سعرها جشعاً واستغلالاً وهو ما يسمى ببيع الباد للحاضر المنهي عنه[1].

(١) في نفس المعنى عبد الله بن مودود الموصلي – الاختيار لتعليل المختار – ج٤، ص١٧٢ – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤٢٦هـ/٢٠٠٥م – السياجي – المنتقى شرح الموطأ – ج٥، ص١٧ – ابن تيمية – مجموع الفتاوى – ج٢٨، ص٩٦ – ابن تيمية – الحسبة – ص٢١، ٣٢، ٣٦ – ابن القيم الجوزية – الطرق الكمية – ج١، ص٣٧٤ – نظام الدين ومجموعة من علماء الهند – الفتاوى الهندية – ج٣، ص٢١٤ – د. محمد المبارك – آراء ابن تيمية في الدولة ومدى تدخلها في المجال الاقتصادي – ص١١١ – ط دار الفكر – البشرى الشوربجي – المرجع السابق – ص١٠٦ – د. محمود محمد الطنطاوي – مجلة الأمن القانوني – ص٣٢ – د. أحمد الحصري – السياسة الاقتصادية والنظم المالية في الفقه الإسلامي – ص١٢٢ – ط مكتبة الكليات الأزهرية.

المبحث الثاني
دور الرقابة والمحتسب في الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية على المستهلك والاقتصاد

سوف نتناول بيان أحكام هاتين الوسيلتين من خلال مطلبين أولهما: في بيان أحكام الرقابة، وثانيهما: في بيان أحكام المحتسب، وذلك على النحو التالي:

المطلب الأول
الرقابة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق التجارية

الفرع الأول: معني الرقابة ودليل مشروعيتها:

تطلق الرقابة في معاجم اللغة على **معان عدة منها**:

١- الحفظ قال تعالى: {**إِنَّ اللّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيباً**}(١)، أي حافظاً لأعمالكم(٢).

٢- الانتظار، ومنه قوله تعالى: {**وَلَمْ تَرْقُبْ قَوْلِي**}(٣)، أي لم تنتظر قولي(٤).

٣- الحراسة فرقيب القوم حارسهم(٥)، **وفي الاصطلاح** يختلف معناها باختلاف محلها فقد عرفها بعض علماء الإدارة بأنها: وسيلة يمكن بواسطتها التأكد من إمكانية تحقق الأهداف في الوقت المحدد لها(٦)، كما **عرفها علماء**

---

(١) سورة النساء – الآية ١.
(٢) ابن منظور – لسان العرب – ج١، ص٤٢٤ – ط صادر – البلخي – تفسير ابن مقاتل بن سليمان – ج١، ص٢١٣.
(٣) سورة طه – الآية ٩٤.
(٤) ابن منظور – لسان العرب – ج١، ص٤٢٤.
(٥) ابن منظور – لسان العرب – ج١، ص٤٢٥.
(٦) د. طارق المجدوب – الإدارة العامة والعملية الإدارية والوظيفية العامة والإصلاح الإداري – ص٦٦٥ – ط الحلبي – ج ٢٠٠٥م – د. فياض حمزة رملي – الرقابة المالية في

المالية المعاصرون بأنها: مجموعة العمليات اللازمة لمتابعة أعمال تنفيذ الخطط والسياسات الموضوعة بقصد التعرف على الانحرافات ومعالجتها في الوقت المناسب(١)، فهذه التعريفات وإن اختلفت عباراتها لكنها متفقة في معانيها، ولما كان هذا المصطلح حديثاً لم يتعرض لتعريفه فقهاء المذاهب الإسلامية؛ لذا حاول بعض المعاصرين تعريف الرقابة بأنها: متابعة الأعمال التي يقوم بها الأفراد والجماعات للتأكد من أنها تتم وفق قواعد الشريعة الإسلامية(٢)، فالمتابعة تشمل العرض الدقيق للأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسات، ومنها السوق للتأكد من أنها تسير وفق مبادئ الشريعة، وهذا ما يجعل هذا التعريف قريب في معناه مع ما سبق عرضه من تعريفات(٣)، **والرقابة مشروعة بالكتاب والسنة:**

أما الكتاب فقوله تعالى: **{وَلاَ تُؤْتُواْ السُّفَهَاء أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللّهُ لَكُمْ قِيَاماً}**(٤).

فالآية صريحة في النهي عن تضييع المال وإهمال حفظه بما يجعل أيدي السفهاء الذين لا يحسنون التصرف تصل إليه لينفقوه فيما لا يفيد الأمة أو

القطاع الحكومي – بحث منشور على شبكة الإنترنت – د. فوزي حبش – الإدارة العامة والتنظيم الإداري – ص١٠٩ – ط دار النهضة العربية – ط ١٤١١هـ/١٩٩١م – د. ماجد راغب الحلو – علم الإدارة العامة – ص٢٢٩ – ط مؤسسة شباب الجامعة – إسكندرية – ط ١٩٧٣م.

(١) د. فياض حمزة رملي – المرجع السابق.

(٢) د. حسين شحاته – منهج وأساليب وتقييم أداء الأفراد – بحث منشور على شبكة الإنترنت.

(٣) في نفس المعنى – د. فريدة حسن طه – المرجع السابق – ص٥.

(٤) سورة النساء – الآية ٥.

أنفسهم أو ذويهم[١]، كما أنها تحث على حفظ المال العام وتنميته لاسيما أن حفظ المال من الكليات الخمس[٢].

وأما السنة فمنها أن النبي (ﷺ) راقب بنفسه أعمال السوق كما حدث في حديث إدخال يده في الصبرة[٣].

كما أنه منع موظفي الدولة من أخذ الهدية أو قبولها ممن هم تحت حكمهم وإمرتهم كما في حديث ابن اللتبينة الذي استعمله النبي (ﷺ) على جمع صدقات بني سليم، فلما جاء قال: هذا لكم وهذا أهدى إليَّ فقال (ﷺ): "هلا جلست في بيت أبيك وأمك حتى تأتيك هديتك إن كنت صادقاً؟ ثم قام فخطب فقال إني استعمل الرجل منكم على العمل مما ولاني الله فيأتي فيقول هذا مالكم وهذا هدية والله لا يأخذ أحد منكم شيئاً إلا لقي الله يحمل بعيراً له رغاء أو بقرة لها خوار أو شاة تبعر، ثم رفع يده حتى روئ باطن إبطه يقول الله اللهم قد بلغت بصر عيني وسمع إذني"[٤]، فالحديث فيه رقابة قولية على حفظ المال ورد الهدية إلى صاحبها إن أمكن وإلا فلبيت مال المسلمين[٥].

الفرع الثاني:أنواع الرقابة

تنقسم الرقابة باعتبارين هما اعتبار وقتها، واعتبار جهتها فتنقسم باعتبار وقتها إلى رقابة سابقة ومتزامنة ولاحقة، وتنقسم باعتبار جهتها إلى رقابة داخلية وخارجية، **وسوف نتناول بيان أنواع الرقابة بهذين الاعتبارين فيما يلي**:

---

(١) الجصاص – أحكام القرآن – ج٢، ص٣٤٥، ٣٥٥ د دار إحياء التراث – ط ١٤٠٥هـ – د. فريده حسن – المرجع السابق – ص١٠.
(٢) د.حسين يوسف راتب ريان – الرقابة المالية في الفقه الإسلامي – ص٣٩.
(٣) أخرجه مسلم – كتاب الإيمان – ج١، ص٩٩ برقم ١٠١.
(٤) أخرجه البخاري في صحيحه – ج٦، ص٢٥٥ برقم ٦٥٧٨.
(٥) د. ريان – المرجع السابق – ص٢٢.

أولاً: أنواع الرقابة باعتبار وقتها:

تنقسم الرقابة بهذا الاعتبار إلى ما يلي:

١- الرقابة السابقة:

وهي الرقابة التي تسبق المخالفات وهي تهدف إلى تجنب الأخطاء قبل وقوعها وذلك عن طريق القوانين والقرارات المتعلقة بتصرفات السوق كالغبن والنجش والاحتكار وغير ذلك من المخالفات التي ذكرت عقوباتها في الفقه الإسلامي(١)، وهذه الرقابة واجبة على ولي الأمر(٢).

وذلك كفعل النبي (ﷺ) وفعل أمير المؤمنين عمر بن الخطاب (رضي الله عنه)(٣).

٢- الرقابة المتزامنة:

وهي تسمى رقابة التنفيذ حيث يتم بموجبها التحقق من أن ما يجري عليه العمل بالسوق يسير وفقاً لأحكام الشريعة، وذلك من خلال متابعة العمل أولاً بأول ويوماً بيوم(٤).

٣- الرقابة اللاحقة:

وتسمى الكاشفة لأنها تكشف الأخطاء والمخالفات التي وقعت بالفعل أثناء التعامل في السوق، ومن أمثلتها رقابة النبي (ﷺ) عندما

---

(١) في نفس المعنى د. محمد أحمد حجازي – المحاسبة الحكومية والإدارة المالية العامة – ص٢٩١ – ط ١٩٩٧م – د. الكفراوي – الرقابة المالية في الإسلام – ص٣٢ – د. طلال عبد الوهاب سهيل – قياس فاعلية الرقابة المالية الداخلية – ص ٥٨ – ط ٢٠٠٧م – د. ريان – المرجع السابق – ص٣٩.

(٢) راجع مسلم – كتاب الإيمان – ج١، ص٩٩.

(٣) ابن زنجوية – الأموال – ج٣، ص٣٢٧ – د. ريان – الرقابة المالية – ص٣٣– د. فريدة حسن طه – المرجع السابق – ص٢٤ .

(٤) البغوي – شرح السنة – ج١٠، ص٢٠٦ – د. سهيل – المرجع السابق – ص٥٩ – ط ٢٠٠٧م.

مر في السوق ووضع يده في صبرة الطعام(١).

ثانياً: أنواع الرقابة من حيث جهتها:

وتنقسم الرقابة بهذا الاعتبار إلى ما يلي:

١- الرقابة الداخلية:

وهي التي تتم داخل السلطة التنفيذية نفسها على الوحدات التي تكون تابعة لها كرقابة وزارة التموين والصحة على التجار والسلع من حيث أسعارها وسلامتها من الناحية الصحية كعدم فسادها وهي تهدف إلى حماية المعاملات التجارية من أي تلاعب أو غش(٢).

٢- الرقابة الخارجية:

وهي الرقابة التي تباشرها السلطة التشريعية والقضائية عندما

تقصر وزارتي التموين والصحة عن القيام بدورهما أو عندما تقوم الوزارتان بتحويل المخالفات ومرتكبيها إلى القضاء لتقدير العقوبة(٣).

دور ولي الأمر في الرقابة:

ولي الأمر هو خليفة المسلمين أو رئيس الدولة ومن يعاونه من الوزراء والولاة والأمراء في رعاية أمور الدولة الإسلامية ويدخل فيه كذلك كل من فوض

---

(١) أخرجه مسلم في صحيحه – ج١، ص١٩٩ برقم ١٠١ – البخاري في صحيحه – ج٦، ص٢٥٥ برقم ٦٥٧٨ – وراجع من الفقهاء المعاصرين الكفراوي – الرقابة المالية – ص٣٣.

(٢) د. الصحن عبد الفتاح – المحاسبة في شركات الأموال – ص٣٣٩ – ط دار المعارف – الإسكندرية – ط ١٩٦٢م – د. سالم رمضان الدهان – مخامرة المفاهيم الإدارية، ص٥٣ – د. الكفراوي – أصول الاقتصاد الإسلامي، ج١، ص١٢٢ – ط مطبعة الانتصار – ط ٢٠٠٣م – د. محمد أحمد حجازي، المرجع السابق، ص١٨٧.

(٣) د. الكفراوي – الرقابة المالية – ص٣٤ – د. فريدة حسن طه – المرجع السابق – ص٣٠.

إليه ولي الأمر إمارة بلد أو مؤسسة فعلى هؤلاء أن يراعوا حق الله تعالى في كل أمر من أمور المسلمين(١).

قال (ﷺ): " كلكم راع ومسئول عن رعيته الإمام راع ومسئول عن رعيته .. الحديث"(٢)، وحتى ينجح ولي الأمر في الرقابة عليه استعمال الأصلح، ففي الرقابة على السوق يجب عليه أن يولي الخبير بالأسعار والسلع والتجارات حتى ولو كان له عداوة أو ضغينة أو اختلاف عرف أو جنس قال تعالى: **{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَخُونُواْ اللّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُواْ أَمَانَاتِكُمْ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ}**(٣). ولا يولي من طلبها وحرص عليها قال رسول الله (ﷺ): "إنا لا نولي هذا من سأله ولا من حرص عليه"(٤).

ثم يجب عليه اختيار الأمثل فالأمثل لقوله تعالى: **{فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ}**(٥).

فصاحب القوة والأمانة مطلوب في الأمور المالية حتى لا تذهب أموال الناس بسبب الغش والسرقة، قال تعالى: **{إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الأَمِينُ}**(٦)، كما عليه أن يختار صاحب الاختصاص في عملية الرقابة على السوق وأن يكون عمله موافقاً لقواعد الشريعة من حيث الحلال والحرام ومتجنباً لكل ما فيه محظور شرعي(٧).

---

(١) الماوردي – الأحكام السلطانية – ج١، ص٣١.
(٢) أخرجه البخاري – كتاب الجمعة – ج١، ص٣٠٤ برقم ٨٥٣.
(٣) سورة الأنفال – الآية ٢٧.
(٤) أخرجه البخاري – كتاب الأحكام – ج٦، ص٢٦١٤ برقم ٧١٤٩.
(٥) سورة التغابن – الآية ١٦.
(٦) سورة القصص – الآية ٢٦.
(٧) ابن تيمية – السياسة الشرعية – ص١٧، ٢٢، ٢٥ – ومن المعاصرين – د. فريدة حسن – المرجع السابق – ص٣٢ وما بعدها.

المطلب الثاني
الحسبة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق التجارية

الفرع الأول:معني الحسبة ودليل مشروعيتها:

يطلق الاحتساب لغة على عدة معان منها:

١- الإحصاء والتقدير.

٢- طلب الأجر والثواب ومنه قول الرسول (ﷺ): "من صام رمضان إيماناً واحتساباً"[(١)]، أي طالباً مرضاة الله تعالى.

٣- الإنكار يقال احتسب فلان على فلان أي أنكر عليه فعله القبيح ونهاه عنه[(٢)].

٤- حسن التدبر في الأمر والنظر فيه وعلى ذلك فالمحتسب هو الذي ينكر وقوع المعاصي والمفاسد طالباً بذلك الأجر من الله تعالى[(٣)].

وفي اصطلاح الفقهاء أن الحسبة هي وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف متى ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله[(٤)]، فهو مشروط بظهور الفساد وعلانيته، أما إذا لم يظهر فليس للمحتسب كشف أي شيء منعاً للتعدي على أسرار الناس[(٥)].

---

(١) أخرجه البخاري – ج٢، ص٧٠٩ برقم ١٩١٠.

(٢) ابن منظور – لسان العرب – ج١، ص٣١٥، ٣١٧ – ابن فارس – معجم مقاييس اللغة – ج٢، ص٦٠ – ومن المعاصرين د. عبد القادر الزيات النجار – المعجم الوسيط – ج١، ص١٧١.

(٣) د. فريدة حسن طه – المرجع السابق – ص٩٠.

(٤) الماوردي – الأحكام السلطانية – ج١، ص٢٧ – ابن تيمية – الحسبة في الإسلام – ج٢٨، ص٦٩ – ابن القيم – الطرق الحكمية – ج١، ص٣٤٥.

(٥) ابن القيم – الطرق الحكمية – ج١، ص٣٤٦.

والحسبة مشروعة بالكتاب والسنة:

أما الكتاب فآيات كثيرة منها:

١- قوله تعالى: **{وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُوْلَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ}**(١).

٢- وقوله تعالى: **{الَّذِينَ إِن مَّكَّنَّاهُمْ فِي الأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنكَرِ وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الأُمُورِ}**(٢).

٣- وقوله تعالى: **{وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاء بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلاَةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللّهَ وَرَسُولَهُ أُوْلَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللّهُ إِنَّ اللّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ}**(٣).

وجه الدلالة من الآيات:

تدل هذه الآيات بمنطوقها على أهمية الحسبة، لأن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر يعد من أهم الفرائض التي يصان بها الدين، كما أنه يعتبر عاملاً أساسياً في بناء الأمة الإسلامية البعيدة عن عوامل الانحراف(٤).

وأما السنة: فمنها قول الرسول (ﷺ): "من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان"(٥).

وقوله (ﷺ): "والذي نفسي بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو ليوشكن الله أن يبعث عليكم عذاباً منه ثم تدعونه فلا يستجاب لكم"(٦)، وقوله

---

(١) سورة آل عمران – الآية ١٠٤.
(٢) سورة الحج – الآية ٤١.
(٣) سورة التوبة – الآية ٧١.
(٤) في نفس المعنى د. عبد الله محمد عبد الله – ولاية الحسبة في الإسلام – ص٢٦ – ط مكتبة عابدين – ط ١٤١٦هـ/١٩٩٥م.
(٥) أخرجه مسلم في صحيحه – ج١، ص٦٩ برقم ٤٩.
(٦) أخرجه الترمذي في سننه – ج٤، ص٤٦٨ برقم ٢١٦٩.

(ﷺ): "مثل القائم على حدود الله والواقع فيها كمثل قوم استهموا على سفينة فأصاب بعضهم أعلاها وأصاب بعضهم أسفلها، فكان الذين في أسفلها إذا استقوا من الماء مروا على من فوقهم فقالوا لو أن خرقنا في نصيبنا خرقاً ولم نؤذ من فوقنا، فإن تركوهم وما أرادوا هلكوا وهلكوا جميعاً وإن أخذوا على أيديهم نجوا ونجوا جميعاً[(١)].

وجه الدلالة من الأحاديث:

الأحاديث توجب بمنطوقها الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتبين أن ترك ذلك يسبب عدم إجابة الدعاء وهلاك المجتمع بأسره[(٢)].

الفرع الثاني: **مهام المحتسب**:

الحسبة بمعناها العام تتناول كافة شئون الحياة فالمحتسب يراقب الموازين والمكاييل ويحذر من التطفيف بلصق حديدة أو غيرها في أسفل الميزان أو جانبه، كما عليه أن يراقب الطحانين فيمنعهم من خلط ردئ الحنطة بجيدها ، والصيادلة فيتأكد من صلاحية الأدوية للاستعمال ، ويمنع الاحتكار بمراقبة السلع والبضائع من حيث سعرها وتواجدها وخاصة السلع التموينية لأنها تقوم عليها حياة الناس من المأكل والمشرب، كما يراقب مواد البناء ويقوم بهذا الدور الآن المختصون من المهندسين المدنيين التابعين لوزارة الإسكان[(٣)].

---

(١) أخرجه البخاري في صحيحه – ج٢، ص٨٨٢ برقم ٢٣٦١.

(٢) في نفس المعنى – العيني – عمدة القارئ شرح صحيح البخاري – ج١٥، ص٥٧ – د. عبد القادر الزيات النجار – الحسبة ودور الفرد فيها – ص٢٣ وما بعدها – النووي – شرح صحيح مسلم – ج٢، ص٢٣.

(٣) في نفس المعنى الشيرازي – نهاية الرتبة في طلب الحسبة – ص١٣، ٢٧، ٤٧ – ومن المعاصرين – د. عبد القادر الزيات النجار – الحسبة ودور الفرد فيها – المرجع السابق، ص٤٤ وما بعدها، د. فريدة حسن طه، المرجع السابق – ص٩٣ وما بعدها.

الخاتمة

وتشتمل على:

١- أهم النتائج.

٢- أهم التوصيات.

٣- فهرس المراجع.

٤- فهرس الموضوعات.

أولاً: أهم النتائج

لقد تمخض عن هذه الدراسة نتائج عدة يمكن حصرها فيما يلي:

١- إن للسوق اضطرابات في الأسعار وفي تواجد السلع وندرتها وذلك لرغبة التجار في تحقيق المزيد من الربح أو بسبب المنافسة التجارية بينهم بما يدعو إلى التعامل بما يوجب الحرمة كالربا وإخفاء العيوب في المبيع أو تلقي الركبان أو الغش أو الاحتكار أو النجش أو التطفيف.

٢- مع تطور وسائل التجارة كثرت مظاهر هذه الاضطرابات وذلك عن طريق بيوع لا تتحقق فيها الشروط الشرعية لحلية البيع والشراء كالصفقات التي تعقد عن طريق البورصة بشراء الأوراق المالية أو الحاصلات الزراعية أو بشراء سندات بفائدة أو على أسهم وبضائع ليست في ملك البائع.

٣- إن التسويق الشبكي يعد من إحدى صور الاضطرابات الحديثة حيث أنه نظام يتم فيه بيع السلعة عن طريق المستهلك نفسه حينما يروج لمنتجات الشركة ليرغب غيره بشراء السلعة أو ليكون وكيلاً عن الشركة في الترويج لها مقابل عمولة عن كل مستهلك ومروج.

٤- إن الإعلانات التجارية في الصحف والمجلات والملصقات وكافة وسائل الإعلام تعد نوعاً من هذه الاضطرابات، وذلك حين يبالغ البائع أو المنتج في ذكر مزايا السلعة أو أن ينشر بيانات غير صحيحة عنها أو عن التاجر أو المنتج لتضليل المستهلكين.

٥- تعتبر الرقابة المالية على السلع والأسعار في ظل متطلبات العصر الحديث ضرورة اقتصادية واجتماعية.

٦- على ولي الأمر أو نائبه معرفة أحوال السوق وما تشتمل عليه المعاملات من المخالفات الشرعية فيمنعها كالغش والنجش والتدليس والاحتكار وإخفاء العيب.

٧- إن من أهم وسائل الرقابة الحث على تقوى الله ومخافته وبيان أنه الرقيب على أفعال عباده.

٨- أثبتت الدراسة أن التسعير وسيلة فعالة في الحد من اضطرابات السوق التجارية في حالة تعدي أرباب السلع في قيمتها تعدياً فاحشاً بما لا يمكن الفقراء من ذوي الدخل المحدود من شراء حاجاتهم الضرورية.

٩- إن خيار الرجوع بأنواعه خيار المجلس والشرط والرؤية والعيب والغبن الذي ينص عليه القانون أو يتفق عليه المتعاقدان يثبت الثقة في نفوس المستهلكين.

١٠- إن النظام الإسلامي أروع وأعظم نظام مالي متوازن متكامل يفوق كل الأنظمة الحديثة.

ثانياً: التوصيات:

بعد دراسة هذا الموضوع الذي يمس واقع الحياة فإني اقترح بعض التوصيات الآتية:

١- الحرص على غرس الرقابة الذاتية في نفوس المسلمين بالتربية الدينية حتى يكون الوازع الديني أقوى الأجهزة الرقابية، وذلك عن طريق وسائل الإعلام ودور التعليم والمحتسبين وعقد الندوات والمحاضرات وخطب المساجد بتسليط الضوء على فقه المعاملات وبيان ما هو حلال وحرام.

٢- الاهتمام بجهاز الحسبة لما له من دور في المجال الرقابي والعمل على تطويره ودعمه وتزويده بالكوادر المتخصصة في الاقتصاد والفقه.

٣- يجب أن يتكاتف عامة الناس والجهات المعنية والمؤسسات العاملة في مجال حماية المستهلك كوزارة الزراعة والتجارة والصناعة مع اتخاذ إجراءات قانونية صارمة ضد الممارسات الاحتكارية والعمل على إيجاد سلع بديلة رخيصة الثمن عند مغالاة التجار فيها كما عليها مراقبة المنافذ البرية والبحرية لمنع دخول سلع رديئة أو ضارة لصحة الإنسان، كما يجب على وزارة الإعلام الحث على الاكتفاء بشراء ما يسد الحاجة دون التوسع لمنع جشع التجار يرفع أثمان السلع.

وختاماً:

في نهاية هذه الرحلة العلمية المباركة فإني استميح كل ناظر في بحثي هذا العذر لما عساه أن يبدو له فيه من قصور أو تقصير، فحسبي أني أعملت قلمي وبذلت جهدي وغاية وسعي في تحري الحق والصواب واجتهدت طاقتي لإصابة الحق المنشود فإن أكن قد وفقت فذلك فضل من الله، وإن كانت الأخرى فاستغفر الله، والله أسأل أن يمنحنا توفيقه وسداده ، وصلى الله على سيدنا محمد (ﷺ) وعلى آله وصحبه والتابعين والحمد لله رب العالمين.

ثالثاً: فهرس المراجع

القرآن الكريم.

أبادي: محمد شمس الحق العظيم أبادي – المتوفى سنة ١٣٢٩هـ – **القاموس المحيط** – ط مؤسسة الرسالة – بيروت – ط ١٤٢٨هـ/٢٠٠٧م.

إبراهيم: خالد ممدوح إبراهيم – **حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية** – ط الدار الجامعية – الإسكندرية – ط ٢٠٠٧م.

أحمد: أبو العز علي محمد أحمد – **التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي** – ط دار النفائس – الأردن – ط ٢٠٠٨م.

خالد عبد العظيم غابة – **حماية المستهلك دراسة فقهية معاصرة**، بدون ناشر وسنة نشر.

أصفر: علي أصفر – **أسس التسويق الحديث** – ط دار الرسالة – بغداد.

أطفيش: محمد بن يوسف بن عيسى بن أطفيش – المتوفى سنة ١٣٢٢هـ – **شرح النيل** – ط مكتبة الإرشاد – السعودية – ط ١٤٠٥هـ/١٩٨٥م.

أنصاري: زكريا الأنصاري الشافعي – المتوفى سنة ٩٢٦هـ – **أسنى المطالب** – ط دار الكتاب الإسلامي – القاهرة – ط ١٣١٣هـ.

بابرتي: أبو عبد الله محمد بن محمد بن محمود البابرتي الحنفي – المتوفى سنة ٧٨٦هـ – **العناية شرح الهداية** – ط دار إحياء التراث العربي.

باجي: سليمان بن خلف الباجي – **المنتقى شرح الموطأ** – ط السعادة – ط ١٩١٣ و ط ١٣٣٢هـ.

بخاري: أبو عبد الله محمد بن إسماعيل – المتوفى سنة ٨٥٦هـ – **صحيح البخاري** – ط دار ابن كثير – ط ١٤٠٧هـ/١٩٨٧م.

بشرى: محمد الأمين البشري – **التسعير في الإسلام**، بدون ناشر وسنة نشر.

بلخي: أبو الحسن مقاتل بن سليمان – المتوفى سنة ١٥٠هـ – **تفسير ابن مقاتل بن سليمان** – ط دار الكتب العلمية – ط ٢٠٠٣م ، ط دار غريب ط ٢٠٠١م.

بهوتي: منصور بن يونس بن إدريس البهوتي – المتوفى سنة ١٠٥١هـ – **شرح منتهى الإرادات** – ط عالم الكتب – بيروت.

بجيرمي: سليمان بن عمر بن محمد – المتوفى سنة ١٣٢١هـ – **حاشيته على شرح منهاج الطالب** – ط المكتب الإسلامية – تركيا.

بيهقي: أحمد بن الحسين بن علي بن موسى البيهقي – المتوفى سنة ٤٥٨هـ – **السنن الكبرى** – ط مكتب دار الباز – ط ١٤١٤هـ/١٩٩٤م.

ترمذي: محمد بن عيسى السلمي الترمذي – المتوفى سنة ٢٧٩هـ – **سنن الترمذي** – ط دار إحياء التراث – بيروت – ط ١٣٥٦هـ/١٩٣٧م.

تيمية: أبو العباس أحمد بن تيمية المتوفى سنة ٧٢٨هـ – **مجموع الفتاوى** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤٠٨هـ – **الحسبة في الإسلام** – ط المكتب السلفية – ط ١٩٨٠م – **السياسة الشرعية** – ط الدار العثمانية – ط ١٤٢٥هـ/٢٠٠٤م.

ثعلبي: عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي المالكي – المتوفى سنة ٣٦٢هـ – **التلقين** – ط المكتب التجارية – مكة المكرمة – ط ١٤١٥هـ.

جرجاني: الشريف علي بن محمد الجرجاني – المتوفى سنة ٨١٦هـ – **التعريفات** – ط دار السرور – بيروت – لبنان – ط ١٣٥٧هـ.

جوزي: أبو الفرج عبد الرحمن – المتوفى سنة ٥٩٧هـ – **النهاية في غريب الأثر** – **كشف المشكل في حديث الصحيحين** – ط دار الوطن – ط ١٤١٨هـ.

جصاص: أحمد بن علي الرازي الجصاص الحنفي – المتوفى سنة ٣٧٠ هـ – **أحكام القرآن** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤١٥هـ.

أحمد بن محمد الجصاص: **مختصر اختلاف العلماء** – ط دار البشاير الإسلامية – بيروت – ط ١٤١٧هـ.

جمال: محمد بن عبد المنعم الجمال – **موسوعة الاقتصاد الإسلامي** – ط دار الكتاب اللبناني – بيروت – ط ١٩٨٠م.

جنيدل: أحمد عبد الرحمن الجنيدل – **نظرية التملك في الإسلام** – مؤسسة الرسالة – ١٤٠٣هـ.

جوعاني: محمد نجيب حمادي الجوعاني – **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي** – ط دار الكتب العلمية.

جوهري: أبو نصر حماد إسماعيل بن حماد الجوهري – **الصحاح** – ط دار العلم للملايين – بيروت – ط ١٤٠٧هـ.

حاكم: محمد بن عبد الله النيسابوري المتوفى سنة ٤٠٥هـ – **المستدرك على الصحيحين** – ط دار الكتب العلمية – ط ١٤١١هـ.

حاقة: أحمد أبو حاقة – **معجم النفائس الوسيط** – ط دار النفائس – ط ١٤٢٨هـ.

حبيش: فوزي حبيش – **الإدارة العامة والنظام الإداري** – ط دار النهضة – ط ١٤١١هـ/١٩٩١م.

حبيب: سعيد أبو حبيب – **القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً** – ط دار الفكر.

حجازي: محمد أحمد حجازي – **المحاسبة الحكومية والإدارة المالية** – ط ١٩٩٧م.

حديدي: منى الحديدي – **الإعلان** – ط الدار المرية اللبنانية – ط ١٤١٨هـ.

حزم: ابن حزم الظاهري علي بن أحمد بن سعيد المتوفى سنة ٤٥٦هـ – **المحلي** – ط دار الفكر – دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤٠٨هـ.

حسني: محمد أبو الهدى اليعقوبي الحسني – **أحكام التسعير في الفقه الإسلامي** – ط دار البشائر – بيروت – ط ١٤٢١هـ/٢٠٠٠م.

أمل أحمد محمود الحاج حسني – **المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق** – رسالة ماجستير – جامعة النجاح – نابلس – فلسطين – ط ٢٠١٢م.

زكي لينا حسن – **قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار** – ط ٢٠٠٥م.

عبد الرحمن آل حسين – **التسعير ومكانته في السياسة الشرعية** – ط دار العصيمي – الرياض – ط ١٤٢٩هـ.

زكريا حسيني – **من البيوع المنهي عنها** – مقال على موقع مسجد التوحيد – بلبيس العدد ٤٣٢ عام ١٤٢٨هـ.

حصري: أحمد الحصري – **السياسة الاقتصادية في النظم المالية في الفقه الإسلامي** – ط مكتبة الكليات الأزهرية.

حطاب: أبو عبد الله محمد بن عبد الرحمن الحطاب – المتوفى سنة ٩٥٤هـ – **مواهب الجليل** – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٣٩٨هـ.

حلو: ماجد راغب الحلو – **علم الإدارة العامة** – ط مؤسسة شباب الجامعة – إسكندرية – ط ١٩٧٣م.

محمد بن علي حلاوة – **صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها** – ط مكتبة العلوم والحكمة – ط ١٤٢٧هـ.

حنبل: أحمد بن حنبل – المتوفى سنة ٢٤١هـ – **مسند الإمام أحمد بن حنبل** – ط دار صادر – بيروت – ط ١٣٩٩هـ/١٩٥٠م.

خطيب: الشربيني محمد الخطيب – المتوفى سنة ٩٧٧هـ – **مغني المحتاج** – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٣٧٧هـ.

داود: سليمان بن الأشعث – المتوفى سنة ٢٧٥هـ – **سنن أبي داود** – ط دار الحديث – ط ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م.

دردير: أبو البركات أحمد بن محمد العدوي – المتوفى سنة ١٢٠هـ – **الشرح الكبير على حاشية الدسوقي** – ط ١٤٢٣هـ.

دسوقي: الدسوقي المالكي شمس الدين محمد عرفه – المتوفى سنة ١١٣٠هـ – **حاشيته على الشرح الكبير** – ط دار إحياء الكتب العربية.

دهان: سالم رمضان الدهان – **مخامرة المفاهيم الإدارية**، بدون ناشر وسنة نشر.

دهلوي: أحمد ولي الله بن عبد الرحيم الدهلوي – **حجة الله البالغة** – ط دار الكتب الحديثة.

رازي: محمد بن ابي بكر عبد القادر – المتوفى سنة ٦٦٦هـ – **مختار الصحاح** – ط مكتبة ناشرون – بيروت – ط ١٤١٥هـ.

رحيباني: مصطفى السيوطي الرحيباني – المتوفى سنة ١٢٤٣هـ – **مطالب أولي النهى** – ط المكتب الإسلامي – ط ١٩٦١م.

رضوان: فايز نعيم رضوان – **مبادئ القانون التجاري** – ط دار النهضة العربية – ط ١٩٩٧م.

رمضان: عطية عدلان رمضان – **موسوعة القواعد الفقهية المنظمة للمعاملات المالية الإسلامية ودورها في توجيه النظم المعاصرة** – ط دار الإيمان – اسكندرية.

رملي: فياض حمزة رملي – **الرقابة المالية في النظام الحكومي** – بحث منشور على شبكة الإنترنت.

روبي: ربيع محمود الروبي – **الأبعاد الاقتصادية للمفهوم الاقتصادي للاحتكار** – مركز بحوث الدراسات الإسلامية – مكة المكرمة – ١٤١١هـ.

ريان: حسين يوسف راتب ريان – **الرقابة المالية في الفقه الإسلامي** – ط دار النفائس – الأردن – ط ١٤١٩هـ/١٩٩٩م.

زبيدي: محمد مرتضى الحسيني الزبيدي – المتوفى سنة ١٢٠٥هـ – **تاج العروس** – ط دار الهداية.

زحيلي: وهبة الزحيلي – **الفقه الإسلامي وأدلته** – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٩٨٩م.

زرقاني: محمد بن عبد الباقي بن يوسف الزرقاني – المتوفى سنة ١١٢٢هـ – **حاشيته على الموطأ** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤١١هـ.

زقرد: أحمد الزقرد – **حق المشتري في إعادة النظر في عقود البيع بواسطة التليفزيون** – مجلة الحقوق – الكويت – ١٩٩٥م.

زنجوية: حميد بن قتيبة بن عبد الله – المتوفى سنة ٢٥١هـ – **الأموال**، بدون ناشر وسنة نشر.

سابق: سيد سابق – **فقه السنة** – ط دار الكتاب العربي – بيروت.

ساعاتي: أحمد عبد الرحمن البنا الساعاتي – المتوفى سنة ١٣٧١هـ – **بلوغ الأماني من أسرار الفتح الرباني** – ط بيت الأفكار الدولية.

سامي: فوزي محمد سامي – **القانون التجاري** – ط عمان – ط دار الثقافة – ط ١٩٩٩م.

سباتين: خالد محمد السباتين – **تقرير حول الحماية القانونية للمستهلك**، بدون ناشر وسنة نشر.

سرخسي: أبو بكر بن أبي السهيل السرخسي – المتوفى سنة ٥٨٣هـ – **المبسوط** – ط دار المعرفة – بيروت.

سليمان: الحسيني سليمان – **التسعير في الفقه الإسلامي** – مجلة البحوث الفقهية المعاصرة – ربيع الأول ١٤١٥هـ.

سلامي: نصر محمد السلامي – **الضوابط الشرعية للاستثمار** – ط دار القمة – الإسكندرية.

سهيل: طلال عبد الوهاب سهيل – **قياس فاعلية الرقابة المالية** – ط جامعة عمان – ط ٢٠٠٧م.

سيدة: أبو الحكم علي بن إسماعيل بن سيدة – **المحكم والمحيط الأعظم** – ط دار الكتب العلمية – بيروت.

سيوطي: رمضان حافظ عبد الرحمن السيوطي – **البيوع الضارة** – ط دار السلام.

شافعي: محمد بن إدريس الشافعي – المتوفى سنة ٢٠٤هـ – **الأم** – ط دار المعرفة – بيروت – ط ١٣٩٣هـ – **الرسالة** – ط دار النشر – ط ١٣٥٨هـ/١٩٣٩م.

شحاته: حسين شحاته – **منهج وأساليب وتقييم أداء الأفراد** – بحث منشور على شبكة الإنترنت.

شرقاوي: عبد الله بن حجازي بن إبراهيم الشرقاوي – المتوفى سنة ١٢٢٧هـ – **حاشيته على التحرير** – ط دار إحياء الكتب العلمية – ط ١٤١٨هـ/١٩٩٧م.

شرنباصي: رمضان علي السيد الشرنباصي – **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي – دراسة مقارنة** – ط دار الجامعة الجديدة – الإسكندرية – ط ٢٠٠٤م.

شناوي: صلاح الشناوي – **التسويق – مبادئ وأساسيات** – ط المكتب الشرقي – بيروت – ط ١٩٧٠م.

شوكاني: محمد بن علي بن محمد الشوكاني المالكي – المتوفى سنة ١١٧٢هـ – **نيل الأوطار** – ط ١٢٥٠هـ – ط دار الجيل – بيروت – ط ١٩٧٣م.

شيرازي: إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي – المتوفى سنة ٤٧٦هـ – **المهذب** – ط دار الفكر – بيروت.

نهاية الرتبة في طلب الحسبة – ط دار الثقافة – بيروت.

صالح: محمد بن أحمد بن صالح – **التسعير في نظر الشريعة** – ط مجلة البحوث بالمملكة ط ١٣٩٨هـ – **الرؤى الإسلامية لتسعير السلع والخدمات** – ط ١٤١٢هـ/٢٠٠١م.

صبيح: نبيل صبيح – **حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية** – مجلة الحقوق الكويت – عام ٢٠٠٨م.

صحن: عبد الفتاح الصحن – **المحاسبة في شركات الأموال** – ط دار المعارف – إسكندرية – ط ١٩٦٢م.

صنعاني: محمد بن إسماعيل الصنعاني المالكي – المتوفى سنة ١١٨٢هـ/١٠٥٩م – **سبل السلام** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٣٧٩هـ وط دار إحياء التراث العربي.

طحاوي: إبراهيم الطحاوي – **الاقتصاد الإسلامي مذهباً ونظاماً**- بدون ناشر وسنة نشر.

طنطاوي: محمود محمد الطنطاوي – **مجلة الأمن القانوني** – ط كلية الشرطة – دبي ط ١٤١٩هـ.

طبارة: عفيفي عبد الفتاح طبارة – **روح الدين الإسلامي** – ط دار العلم – بيروت – ط ١٩٧٨م.

ظاهر: فريدة حسني طه ظاهر – **الرقابة على السلع والأسعار في الفقه الإسلامي** – رسالة ماجستير بجامعة النجاح – فلسطين عام ٢٠١١م.

عابدين: محمد أمين الشهير بابن عابدين – المتوفى سنة ١٢٥٢هـ – **حاشية رد المحتار** – ط دار الفكر – بيروت ، ط الحلبي ط ١٣٩٨هـ/١٩٦٦م.

عامر: باسم عامر – **الجوائز – أحكامها الفقهية** – ط دار النفائس – ط ١٤٢٤هـ.

عبد السميع: إبراهيم حسن عبد السميع – **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية** – ط مكتبة نانس – ط ٢٠٠٨م.

عبد الفتاح: إبراهيم أحمد عبد الفتاح – **القاموس القويم للقرآن الكريم** – ط مجمع البحوث الإسلامي – ط ١٤٠٤هـ.

عثمان: شبير محمد عثمان – **المدخل في فقه المعاملات المالية** – ط دار النفائس – **المناقصات وأحكامها في الفقه الإسلامي** – ط دار الجامعة الجديدة.

عبد الله: عبد الله محمد عبد الله – **ولاية الحسبة في الإسلام** – ط مكتبة عابدين – ط ١٤١٦هـ/١٩٩٦م.

عبد البر: عمر بن يوسف بن عبد الله – المتوفى سنة ٤٦٣هـ – **الاستذكار** – ط دار الكتب العلمية – ط ٢٠٠٠م.

عجلوني: إسماعيل بن محمد الجراحي العجلوني – المتوفى سنة ١١٦٢هـ – **كشف الخفاء ومزيل الالتباس عما اشتهر من ألسنة الناس** – ط مؤسسة الرسالة – بيروت – ط ١٤٠٥هـ.

عدوي: علي أحمد الصعيدي العدوي – المتوفى سنة ١١٨٩هـ – **حاشيته على مختصر خليل** – ط الأميرية – ط ١٣١٧هـ.

عرابي: غازي أبو عرابي – **حماية رضا المستهلك** – **دراسة مقارنة** – كلية الشريعة والقانون – ط ٢٠٠٩م.

عراقي: أبو الفضل زين الدين بن الحسيني – **طرح التثريب في شرح التقريب** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ٢٠٠٠م.

عريفي: سعد بن عبد الله بن سعد العريفي – **الحسبة والسياسة الجنائية في المملكة العربية السعودية** – ط مكتبة الرشد – الرياض – ط ١٤٢٢هـ.

عسقلاني: ابن حجر العسقلاني – المتوفى سنة ٨٥٢هـ – **فتح الباري** – ط دار الريان للتراث.

عطية: فيليب عطية – أمراض الفقر – **المشكلات الصحية في العالم الثالث**.

عفيفي: أحمد مصطفى عفيفي – **الاحتكار وموقف الشريعة الإسلامية منه** – ط مكتبة وهبة – ط ١٤٢٤هـ.

عيني: بدر الدين محمود أحمد العيني – المتوفى سنة ٨٥٥هـ – **عمدة القارئ شرح صحيح البخاري** – ط دار إحياء التراث.

عباينة: علاء عباينة – **حق المستهلك في الرجوع في بيوع المسافة** – مجلة أبحاث اليرموك عام ٢٠٠٧م.

غريب: الغريب – **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة** – ط دار النهضة – ط ٢٠٠٤م.

عزوان: إبراهيم عبد الرحمن العزوان – **المشكلة الاقتصادية في ضوء الشريعة الإسلامية** – ط مجلة البحوث الأمنية ربيع الأول ١٤٢٧هـ.

فارس: ابن الحسين أحمد بن فارس – المتوفى سنة ٣٩٥هـ – **معجم مقاييس اللغة** – ط الحلبي – ط ١٣٩٠هـ/١٩٧٠م.

فقي: محمد السيد الفقي – **القانون التجاري** – ط دار الجامعة الجديدة – الإسكندرية – ط ٢٠٠٨م – محمد علي عثمان الفقي – **القانون التجاري**.

فوزي: محمد سامي فوزي – **القانون التجاري** – ط دار الثقافة – عمان – ط ١٩٩٩م.

فيومي: الفيومي أحمد بن محمد بن علي – المتوفى سنة ٧٧٠هـ – **المصباح المنير** – ط دار المعارف – ط ١٩٨٣م.

قارة: يوسف أبو قارة – **إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والإلكترونية** – ط ٢٠١٠م.

قدامة: أبو محمد عبد الله بن أحمد المقدسي – المتوفى سنة ٦٢٠هـ – **المغني** – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٤٠٥هـ – **الكافي** – ط ١٣٨٢هـ/١٩٦٣م.

قرطبي: أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي – المتوفى سنة ٦٧١هـ – **الجامع لأحكام القرآن** – ط دار الشعب – ط دار الكتب المصرية – ط ١٣٨٤هـ/١٩٦٤م.

قرني: عبد الحفيظ فرغلي علي قرني – **آداب السوق في الإسلام** – ط دار الصحوة – ط ١٩٨٧م.

قلعة جي: محمد رواس – **معجم لغة الفقهاء** – ط دار النفائس – الأردن ط ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م.

قنديل: محمد عبد اللطيف قنديل – **محاضرات في فقه المعاملات** – ط دار الفتح – ط ١٤١٥هـ.

قيم: ابن القيم الجوزية الحنبلي – المتوفى سنة ٧٥١هـ – **الطرق الحكمية** – مطبعة السنة المحمدية – ط ١٩٥٣م.

كاساني: علاء الدين الكاساني الحنفي – المتوفى سنة ٥٨٧هـ – **بدائع الصنائع** – ط دار الكتاب العربي – بيروت – ط ١٤٠٢هـ.

كاملي: محمد بن علي الكاملي – **أحكام الإعلانات التجارية**،بدون ناشر وسنة نشر.

كريم: زهير عباس كريم – **مبادئ القانون التجاري** – ط ١٩٩٧م.

كفراوي: عوف محمود الكفراوي – **أصول الاقتصاد الإسلامي** – ط الانتصار – ط ٢٠٠٣م – **الرقابة المالية في الإسلام** – ط مؤسسة الجامعة – ط ١٩٨٣م.

كويت: **الموسوعة الفقهية الكويتية** – وزارة الأوقاف – ط دار السلاسل – الكويت.

ليل: إبراهيم أبو الليل – **العقد غير اللازم – دراسة مقارنة في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية** – جامعة الكويت ١٩٩٤م.

ماجه: ابن ماجه – المتوفى سنة ٢٧٥هـ – **سنن ابن ماجه** – ط دار إحياء الكتب العربية.

مالك: أبو عبد الله مالك بن أنس الأصبحي – المتوفى سنة ١٧٩هـ – **المدونة الكبرى** – ط ١٣٢٣هـ – ط السعادة.

مالكي: يحيى الأندلسي المالكي – **أحكام السوق في الإسلام** – ط ١٩٧٥م.

ماوردي: أبو الحسن علي بن حبيب الماوردي – المتوفى سنة ٤٥٠هـ – **الأحكام السلطانية** – ط دار الكتب العلمية – ط ١٤٠٥هـ/١٩٨٥م – **الحاوي الكبير** – ط دار الكتب العلمية – بيروت – ط ١٤١٩هـ/١٩٩٩م.

مبارك: محمد المبارك – **آراء ابن تيمية في الدولة ومدى تداخلها في المجال الاقتصادي** – ط دار الفكر – بيروت.

مبروك: ممدوح مبروك – **أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته** – ط المكتب الفني للإصدارات القانونية – ط ٢٠٠٠م.

مجمع: مجمع اللغة العربية – **المعجم الوجيز** – ط الأميرية – ط ٢٠٠٨م – **المجمع الفقهي التابع لرابطة العالم الإسلامي في دورته السابقة المنعقدة بمكة المكرمة** – ١٤٠٤هـ.

مجدوب: طارق المجدوب – **الآداب العامة والعملية الإدارية والوظيفة العامة والإصلاح الإداري** – ط الحلبي – ط ٢٠٠٥م.

مجلة: **المجلة المصرية للدراسات القانونية والاقتصادية.**

محمد: عبد الهادي محمد – **الربا والقروض في الفقه الإسلامي**، بدون ناشر وسنة نشر.

علي جمعة محمد – **موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية** – ط دار السلام والمعهد العلمي للفكر – ط ١٩٨١م.

مخلوف: حسنين مخلوف – **فتاوى شرعية وبحوث إسلامية** – ط دار الكتاب العربي – ط ١٩٥١م.

مرداوي: ابو الحسن علي بن سليمان – **الإنصاف** – ط دار إحياء التراث العربي – بيروت.

مسلم: أبو الحسن مسلم بن حجاج القشيري – المتوفى سنة ٢٦١هـ – **صحيح مسلم** – ط دار إحياء التراث العربي – بيروت.

مصلح: خالد بن عبد الله المصلح – **الجوائز التجارية التسويقية في الفقه الإسلامي** – ط دار ابن الجوزي – الرياض – ط ١٤٢٠هـ.

معجم: **معجم العلوم الاجتماعية** – **معجم النفائس الوسيط**،بدون ناشر وسنة نشر.

مناوي: عبد الرؤوف المناوي – المتوفى سنة ١٠٣١هـ – **فيض القدير** – ط المكتبة التجارية الكبرى – ط ١٣٥٦هـ.

منظور: محمد بن مكرم بن منظور المصري – المتوفى سنة ٧١١هـ – **لسان العرب** – ط دار صادر – بيروت.

ملا: محمد بن فراموز ملا خسرو – المتوفى سنة ١٠٨٨هـ – **دور الحكام في شرح غرر الأحكام** – ط المطبعة العامرة – ط ١٣٠٤هـ.

موصلي: محمود بن مودود الموصلي – المتوفى سنة ٦٨٣هـ – **الاختيار لتعليل المختار** – ط الجهاز المركزي للكتب الجامعية – ط ١٣٩٦هـ/١٩٧٦م.

نجار: إبراهيم مصطفى ، أحد الزيات ، حامد عبد القادر ، محمد النجار – **المعجم الوسيط تحقيق مجمع اللغة العربية** – ط دار الدعوة.

عبد الله مبروك النجار – **الحسبة ودور الفرد فيها** – ط الأزهر – ط ١٤١٥هـ.

نسائي: أحمد بن شعيب بن علي النسائي – المتوفي سنة ٣٠٣هـ – **سنن النسائي** – ط المطبعة المصرية الأزهرية.

نظام: نظام ومجموعة من علماء الهند – **الفتاوى الهندية** – ط دار الفكر – بيروت – ط ١٤١١هـ .

نووي: يحيى بن شرف النووي – المتوفى سنة ٦٧٦هـ – **روضة الطالبين** – ط دار الإرشاد – ط ١٤٠٥هـ/١٩٨٥م – **شرح صحيح مسلم** – ط المطبعة المصرية – ط ١٩٨٦م.

هشام: عبد المالك بن أيوب الحميري – المتوفى سنة ٢١٣هـ – **السيرة النبوية** – ط دار الجيل – بيروت – ط ١٤١١هـ.

هلالي: سعد الدين الهلالي – **الغبن وأثره في العقود**، بدون ناشر وسنة نشر.

همام: كمال الدين بن محمد ابن الهمام الحنفي – المتوفى سنة ٨٦١هـ – **شرح فتح القدير** – ط دار إحياء التراث العربي.

هيثمي: ابن حجر الهيثمي – المتوفى سنة ٩٧٤هـ – **تحفة المحتاج في شرح المنهاج** – ط دار إحياء التراث العربي.

وهدان: رضا متولي وهدان – **الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس** – ط دار الفكر – بيروت – ط ٢٠٠٨م.

يوسف: محمد محمود عبد الله يوسف – **ابن تيمية والاحتساب في التعاملات المحرمة** – ط ٢٠١٠م.

يونس: علي حسن يونس – **المحل التجاري** – ط دار الفكر – بيروت.

رابعاً: فهرس الموضوعات

الموضـــــوع	الصفحة
المقدمة في:	٣٤١
– أهمية الدراسة.	٣٤٢
– الدراسات السابقة.	٣٤٣
– مشكلة الدراسة.	٣٤٣
– منهج الدراسة.	٣٤٤
– خطبة البحث.	٣٤٤
الفصل التمهيدي **في التعريف بمصطلحات البحث**	٣٤٧
أولاً: تعريف السوق.	٣٤٧
ثانياً: تعريف التجارة	٣٤٨
ثالثاً: تعريف المستهلك.	٣٤٩
الفصل الأول **مظاهر اضطرابات السوق التقليدية والمعاصرة،** **وأثرها على المستهلك في الفقه الإسلامي**	٣٥١
المبحث الأول: صور اضطرابات السوق التجارية التقليدية وأثرها على المستهلك والاقتصاد.	٣٥٢
المطلب الأول: في الغش بإخفاء عيب السلعة والاحتكار والغبن والتغرير وبيع الرجل على بيع أخيه والنجش.	٣٥٢
الفرع الأول: الغش بإخفاء عيب السلعة وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٥٢
الفرع الثاني: الاحتكار وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٥٣
الفرع الثالث: الغبن والتغرير وأثرهما على المستهلك والاقتصاد.	٣٥٥
الفرع الرابع: بيع الرجل على بيع اخيه وأثره على المستهلك.	٣٥٩
الفرع الخامس: النجش وأثره على المستهلك.	٣٦٠
المطلب الثاني: البيع بالربا وبيع الباد للحاضر وتلقي الركبان والتطفيف والبيع بالمنزل.	٣٦٢

الموضـــــوع	الصفحة
الفرع الأول: البيع بالربا وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٦٢
الفرع الثاني: بيع الباد للحاضر وأثره على المستهلك.	٣٦٣
الفرع الثالث: تلقي الركبان وأثره على المستهلك.	٣٦٥
الفرع الرابع: البيع بالمنزل وأثره على المستهلك.	٣٦٦
الفرع الخامس: التطفيف وأثره على المستهلك.	٣٦٦
المبحث الثاني: اضطرابات السوق المعاصرة وأثرها على المستهلك والاقتصاد.	٣٦٨
المطلب الأول: بيع البورصة والتسويق الشبكي والبيع عن طريق الإعلانات عبر وسائل الإعلام.	٣٦٨
الفرع الأول: التعامل في البورصة وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٦٨
الفرع الثاني: التسويق الشبكي وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٧٠
الفرع الثالث: البيع عن طريق الإعلانات التجارية عبر وسائل الإعلام وأثره على المستهلك.	٣٧١
المطلب الثاني: البيع عن طريق نشر البيانات غير الصحيحة عبر وسائل الإعلام – والبيع المقرون بوعد بالحصول على جائزة وبيع السلعة قبل نزولها بالسوق.	٣٧٣
الفرع الأول: البيع عن طريق نشر البيانات غير الصحيحة عبر وسائل الإعلام وأثره على المستهلك والاقتصاد.	٣٧٤
الفرع الثاني: البيع المقرون بوعد بالحصول على جائزة وأثرة على المستهلك.	٣٧٥
الفرع الثالث: بيع السلع قبل نزولها في السوق وأثره على المستهلك.	٣٧٦
الفصل الثاني **طرق الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية** **على المستهلك والاقتصاد في الفقه الإسلامي**	٣٧٨
المبحث الأول: استعمال حق الرجوع للبائع والعدول عن إتمام الصفقة ونظام التسعير.	٣٧٩
المطلب الأول: استعمال خيار الرجوع للمستهلك.	٣٧٩
المطلب الثاني: التسعير للسلع من قبل ولي الأمر أو نائبه.	٣٨١

الموضـــــوع	الصفحة
المبحث الثاني: دور الرقابة والمحتسب في الحد من أثر اضطرابات السوق التجارية.	٣٨٤
المطلب الأول: الرقابة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق.	٣٨٤
المطلب الثاني: الحسبة وأثرها في الحد من اضطرابات السوق التجارية.	٣٩٠
الخاتمة: وتشتمل على:	٣٩٣
١- أهم النتائج.	٣٩٣
٢- التوصيات.	٣٩٥
٣- فهرس المراجع.	٣٩٦
٤- فهرس الموضوعات.	٤٠٨