

الهدايا الترويجية لتنشيط المنتجات وجذب العملاء
وتطبيقها المعاصرة من منظور الفقه الإسلامي

دكتور

جمال محمد يوسف

أستاذ الفقه المقارن المساعد

كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات - سوهاج



بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، الذي خلق الإنسان وميزه على سائر خلقه، وامتن عليه بنعمة العقل؛ ليميز بين الحلال والحرام، وليتغني من فضله ونعمه - سبحانه وتعالى - أوجب طلب قوت الحلال على كل مسلم ومسلمة، وأصلي وأسلم على رسوله الكريم، المبعوث رحمة للعالمين، الذي أبغض الحرام وأكليه، وحذر الأمة من تناوله والخوض فيه - اللهم صل وسلم وبارك عليه، وعلى آله الطيبين الطاهرين، وأصحابه المخلصين المتقين، العاملين بأحكام الدين.

وبعد

فإنه في ظل التقدم الهائل في وسائل الاتصال الحديثة في عالمنا المعاصر أصبح التنافس في التسويق للسلع والخدمات لا يقل أهمية عن مسألة التصنيع والإنتاج، بل أصبح الإنتاج لا قيمة له إن لم تتول جهات متخصصة وحاذقة أمر تصريفه وتسويقه إلى الجمهور محليا ودوليا.

فالترويج للمنتجات، والخدمات يعد اليوم سمة هذا العصر التقني، وهو يحقق فوائد كثيرة على صعيد ترغيب الناس في تلك السلع والخدمات وتشويقهم لها، فقد غدت طرق جذب الناس للشراء فنا عالميا يتسابق إليه التجار والاقتصاديون في أنحاء العالم، ويسبب التزاحم الشديد بين المنتجين في الأسواق أصبحت مسألة ابتكار وسائل ترويج السلع والخدمات مسألة غاية في الأهمية، حتى غدت اليوم واحدة من أهم مفردات علوم الاقتصاد والتجارة والتسويق التي تدرس في مختلف جامعات العالم.

ومن ثم : باتت الهدايا الترويجية تلعب دورا هاما في تنشيط الأسواق و زيادة الإقبال على المحلات التجارية وغيرها، ذلك أن المنافسة الشديدة بين التجار والمنتجين دفعتهم إلى ابتكار أساليب ووسائل عديدة من أجل ترويج منتجاتهم، وأصبحت مسألة التسويق لا تقل أهمية عن مسألة الإنتاج والتصنيع.

فأصبحت ظاهرة ترويج المنتجات من الأمور المهمة في عصرنا ، نظرا لازدياد النشاطات الاقتصادية ، وتنوعها ، وتداخلها بين التجار ، والصناعيين ، والمستثمرين ، والممولين ونحوهم ، على الصعيد المحلي الداخلي ، والصعيد الدولي العالمي .
ورغم أن الترويج للسلع والخدمات والتعريف بها، حاجة ملحة لنجاح النشاط التجاري والاقتصادي ، إلا أن هذا النشاط كغيره من الأنشطة الاقتصادية لا يخلو من الانحرافات والمخالفات الشرعية التي يجب كشفها والتنبيه عليها ، حيث إننا نجد الكثير من الناس يقبلون على شراء سلع معينة تزيد عن حاجتهم وحاجة أولادهم لهناً وراء هدية معينة فلربما اشترى أحدهم العشرات ، بل المئات من السلع وغيرها من المنتجات للحصول على تلك الهدية التي قد لا تكتحل عيناه برؤيتها إلا على شاشات التلفاز ، أو في المجلات والصحف، ساعة تقتله الحسرة والندم على ما أفناه من مال وقد فاز بشمرته غيره .

ولما كانت بعض الصور المبتكرة للهدايا الترويجية محل شبهة أو تساؤل بين الناس كان لا بد من وضعها على مائدة البحث العلمي ؛ لبيان حكمها الشرعي من قبل أهل الشريعة وفقهائها المتخصصين ؛ حتى يتضح للناس ما يجب عليهم في مثل هذه النوازل المعاصرة ، وحتى يوازن المرء بين ما هو حلال أو حرام منها .

فجاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الصور الحديثة للهدايا الترويجية التي انتشرت في هذا العصر بشكل كبير وتخريج أحكامها الفقهية وبيان ضوابطها الشرعية الواجب مراعاتها ، وذلك وفق مقاصد التشريع الإسلامي وقواعده العامة ؛ لأن الدين الإسلامي الحنيف بني على قواعد وأصول فقهية واضحة ومبينة، وهذه القواعد متواكبة مع متطلبات العصر الحديث، فلا يحرم على الناس من المعاملات التي يحتاجون إليها، إلا ما دل الكتاب والسنة على تحريمه ، حيث احتوت شريعة الإسلام بنصوصها العامة ، وقواعدها الكلية كل خصائص النماء والازدهار، التي تفي بحاجات الإنسانية في كل زمان ومكان ، ففيها جانب كبير لمعالجة قضايا المال الذي هو عصب الحياة ، فهي الملجأ والملاذ في كل الأحوال .

ونظراً لأهمية هذا الموضوع أردت أن أساهم بالكتابة في بعض قضايا ومسائل
الفقه المعاصرة، فوقع اختياري بعون الله - تعالى - و توفيقه على هذه المسألة تحت
عنوان : (الهدايا الترويجية لتنشيط المنتجات وجذب العملاء وتطبيقاً المعاصرة من منظور
الفقه الإسلامي) .

الدراسة السابقة :

بعد البحث في ثنایا الكتب والمؤلفات ومن خلال شبكة المعلومات العالمية
(الإنترنت) لم أقف على كتابة سابقة أفردت دراسة هذا الموضوع بشكل مستقل كما جاء
في هذا البحث ، ولكن هناك بعض الدراسات التي تلتقي مع هذه الدراسة من حيث تناولها
للهدايا الترويجية ، حيث تناول بعض الباحثين جانباً من موضوع الهدايا ومن أهم هذه
الدراسات السابقة التي رجعت إليها وأفدت منها: كتاب : (الحوافز التجارية التسويقية
وأحكامها في الفقه الإسلامي) للدكتور : خالد بن عبد الله بن محمد المصلح ، من
منشورات دار ابن الجوزي بالدمام - الطبعة الأولى (١٤٢٠هـ) .

حيث تطرق في كتابه لبيان الهدايا الترويجية و أنواعها باعتبارها حافزاً من الحوافز
التجارية التي ترغب في الشراء ، فقد ذكر بعضاً من صور هذه الهدايا والتخريجات الفقهية
المحتملة لهذه الصور وأدلة العلماء والردود التي وردت عليها ونحو ذلك ، إلا أنه لم يتطرق
لحكم هدايا البنوك وصورها المعاصرة ، وهناك دراسات كثيرة أخذت عن هذا الكتاب عند
تناولها لموضوع المسابقات أو الجوائز وتداخلها مع الهدايا ، وهي دراسات كثيرة ، فلذلك
أشرت إليها في ثبوت المراجع بنهاية البحث .

ويعتبر كتاب (الحوافز التجارية التسويقية) هو العمدة ، والمرجع في هذا الموضوع
والركيزة التي اعتمد عليها كل باحث عند تناوله لبعض صور الهدايا ، وبالرغم من ذلك :
فإن معظم هذه الدراسات ، لم تكن وافية وكافية لكل جوانب الموضوع كما جاءت هنا في
هذا البحث ، كما أن بعضها اعتمد على الأسلوب الموسوعي في البحث - بحكم أنها
رسائل وأطروحات جامعية .

وقد كان لتلك الدراسات القيمة قصب السبق في محاولة طرق الموضوع والإسهام في تجلية أحكامه، وقد استفدت كثيرا من هذه الدراسات السابقة، فهي تعد إحدى الركائز المهمة التي ساعدتني في إعداد هذا البحث، وقد زادتني ثقة وطمأنينة للمضي في دراسته، فجزى الله - تعالى - أصحابها خير الجزاء على ما أولوه من عناية واهتمام وحرص على بيان الحق بدليله، وبيانه للأمة.

ورغم أن هذه الدراسة لموضوع الهدايا الترويجية قد استندت على تلك الدراسات السابقة، إلا أنها تميزت عليها بسهولة الطرح والبعد عن الإطالة التي تشهت القارئ، كما أنها فصلت صور الهدايا الترويجية في الميدان السلعي، والمصرفي بلغة العصر .
مشكلة البحث :

تبرز مشكلة البحث من حيث كون الهدايا الترويجية من القضايا المعاصرة والمستجدة، فتداخل فيها كثير من المسائل نظرا لتنوع صور الهدايا لترويج السلع والخدمات، ومن ثم : يختلف الحكم فيها بحسب صورها المتعددة والمتجددة، مما يتطلب بذل مجهود كبير، ودراسة علمية تأصيلية معمقة لوضع تصور فقهي يتطابق مع حقيقة الهدايا الترويجية بصورها المتعددة .

منهج البحث :

حرصت - مستعينا بالله تعالى - عند كتابتي في هذا الموضوع أن أتبع المنهج العلمي الاستقرائي وذلك بتتبع المعلومات المتعلقة بمادة موضوع البحث من مظاهرها، فتناولت مسائل هذا البحث بلغة سهلة مفهومة لكل قارئ دون تساهل في قواعد اللغة العربية، كما اعتمدت على المنهج المقارن محاولا جمع آراء العلماء والفقهاء فجعلت الآراء المتفقة في قول واحد يجمع بين أصحابه وحدة الرأي في المسألة الواحدة، مراعيًا في كل ذلك أمانة النقل .

وإضافة إلى ذلك : استعرضت الآيات والأحاديث وغيرها من مصادر التشريع التي احتجتها في البحث، وقمت بتقييم الآيات وعزوها إلى سورها، كما قمت بتخريج الأحاديث النبوية الشريفة والآثار الواردة في ثنايا البحث، وذلك من كتب الأحاديث

المعتمدة والمشهورة، كما ختمت هذا البحث بخاتمة تضمنتها أهم النتائج التي توصلت إليها في هذا البحث، وأخيراً : زيلت البحث بفهرس تفصيلي لأهم المصادر والمراجع التي اعتمدت عليها في جمع المادة العلمية لموضوع البحث وقد اقتصرت عليه دون غيره من الفهارس ؛ حتى لا يطول مقدار البحث عن الملائم في مثله.

خطة البحث :

اقتضت طبيعة موضوع البحث أن أقسمه إلى : مقدمة ، وتمهيد، وخمسة مباحث ،

وخاتمة كما يلي :

أولاً : المقدمة : تحدث فيها عن أهمية موضوع البحث، وسبب اختياره ، والدراسة السابقة ومنهج الكتابة فيه وخطته.

ثانياً : التمهيد : وهو يدور حول التعريف بالهدايا الترويجية المعاصرة، وأنواعها ، والهدف منها ، ويشتمل على مطلبين ، كما يلي :

المطلب الأول : مفهوم الهدايا الترويجية .

المطلب الثاني : أنواع الهدايا الترويجية المعاصرة، والهدف منها، ويشتمل على فرعين :

الفرع الأول : الهدايا المادية الترويجية، وتطبيقها المعاصر .

الفرع الثاني : الهدايا الخدمية الترويجية، وتطبيقها المعاصر .

ثالثاً : المبحث الأول : حكم التعامل بالهدايا الترويجية (بدلاً ، وقبولاً) عند العلماء المعاصرين .

رابعاً : المبحث الثاني : شروط و ضوابط الهدايا الترويجية المعاصرة ، وحكم بذلها وقبولها من غير شرط ، أو عمل معين . ويشتمل على مطلبين ، كما يلي :

المطلب الأول : شروط و ضوابط الهدايا الترويجية المعاصرة .

المطلب الثاني : حكم الهدايا الترويجية المعاصرة بدلاً وقبولاً من غير شرط ، أو عمل معين .

خامساً : المبحث الثالث : الهدايا النقدية الترويجية المقدمة عند شراء السلعة وتطبيقها المعاصر ، ويشتمل على مطلبين ، كما يلي :

المطلب الأول : الهدايا النقدية الترويجية الموجودة في بعض أفراد الصنف الواحد من السلع أو المنتجات وحكمها الشرعي.

المطلب الثاني : الهدايا النقدية إذا كانت موجودة داخل صنف معين وفي جميع أفرادها وحكمها الشرعي .

سادسا : المبحث الرابع : الهدايا الترويجية غير النقدية المقدمة من الشركات أو المؤسسات التجارية المشروطة بالشراء أو القيام بعمل معين. ويشتمل على ثلاثة مطالب ، كما يلي :

المطلب الأول : الهدايا الترويجية غير النقدية المقدمة مع المبيع بشرط الشراء، دون الوعد بها وحكمها الشرعي ، ويشتمل على فرعين ، كما يلي :

الفرع الأول : صور تطبيقية معاصرة للهدايا الترويجية المقدمة مع المبيع دون الوعد بها .

الفرع الثاني : التكيف الفقهي للهدايا الترويجية المقدمة للعميل (المشتري أو غيره) إذا كانت مشروطة بالشراء ، وحكمها الشرعي .

المطلب الثاني : الهدايا الترويجية غير النقدية ، المشروطة بتنفيذ عمل معين ، وحكمها الشرعي . ويشتمل على ثلاثة فروع :

الفرع الأول : الهدية الترويجية المشروطة بجمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة . ويشتمل على مسألتين :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية .

المسألة الثانية : التكيف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بجمع أجزاء مفرقة من أفراد السلعة المياعة ، وحكمها الشرعي .

الفرع الثاني : الهدية الترويجية المشروطة بشراء كمية معينة من السلع . ويشتمل على مسألتين :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية .

المسألة الثانية : التكيف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بشراء كمية محددة من السلع ، وحكمها الشرعي .

الفرع الثالث : الهدية الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في عملية سحب أو قرعة . ويشتمل على مسألتين :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية .

المسألة الثانية : التكيف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في سحب أو قرعة، وحكمها الشرعي .

المطلب الثالث : حكم الهدايا الترويجية المرعود بها قبل عملية الشراء .

سابعاً: المبحث الخامس : الهدايا الترويجية المقدمة من البنوك والمؤسسات المصرفية وصورها المعاصرة ، ويشتمل على مطلبين ، كما يلي :

المطلب الأول : الحكم الشرعي للهدايا الترويجية المقدمة للعملاء من البنوك والمصارف الإسلامية ، ويشتمل على ثلاثة فروع ، كما يلي :

الفرع الأول : الهدايا التشجيعية التي تمنح من البنوك أو المؤسسات الإسلامية على بطاقات الائتمان ، ويشتمل على ثلاث مسائل كما يلي :

المسألة الأولى : تعريف بطاقة الائتمان ، وأنواعها ، والهدف منها .

المسألة الثانية : نماذج تطبيقية لأهم بطاقات الائتمان في المؤسسات أو البنوك الإسلامية وما تقدمه لعملائها من هدايا .

المسألة الثالثة : الحكم الشرعي للهدايا الترويجية التي تمنحها المؤسسات و البنوك الإسلامية لعملائها على بطاقات الائتمان .

الفرع الثاني : الهدايا المقدمة من المصارف الإسلامية للعملاء على الحساب الجاري .

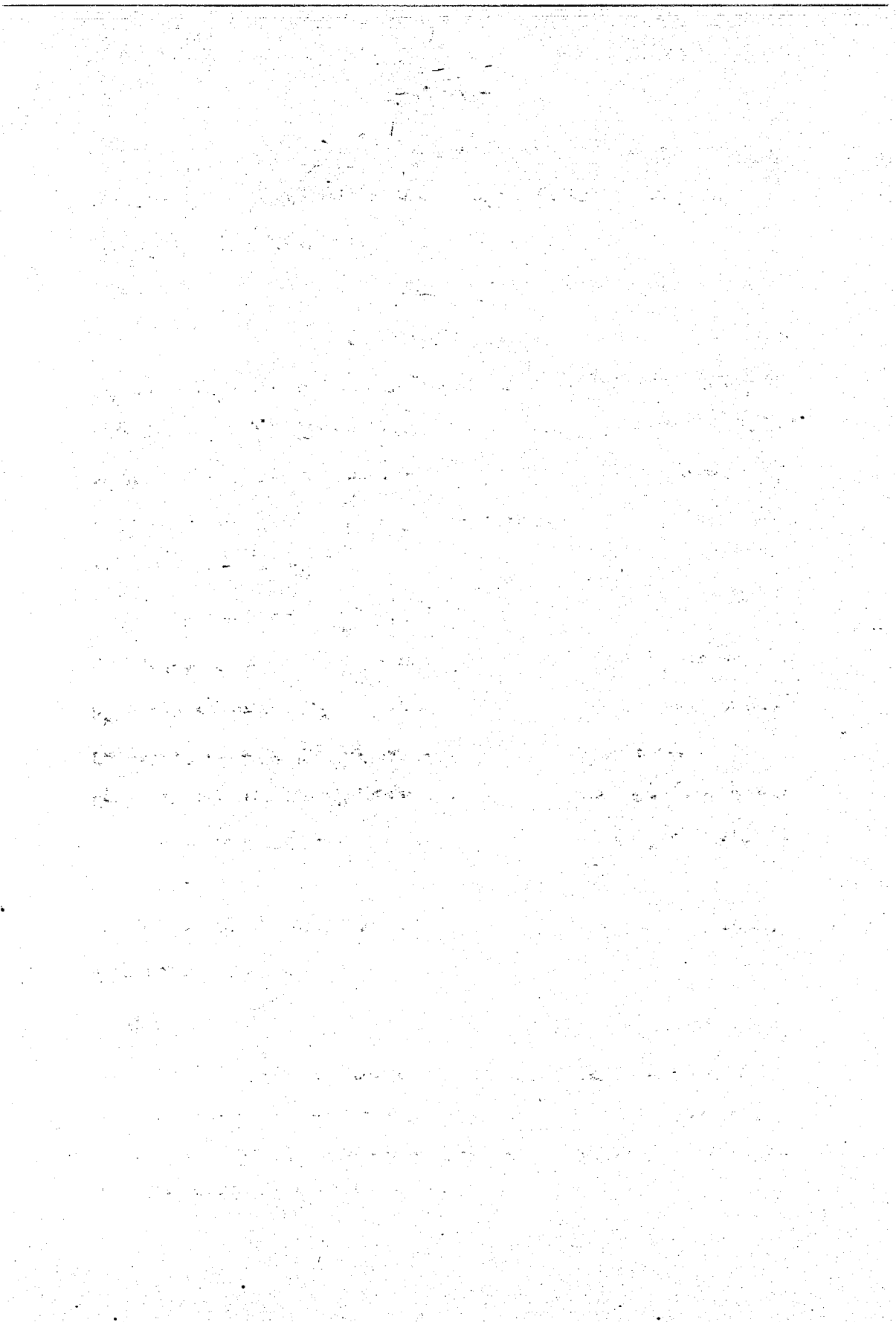
الفرع الثالث : الهدايا على حساب التوفير أو الادخار (الودائع الادخارية) .

المطلب الثاني : الحكم الشرعي للهدايا الترويجية المقدمة من البنوك الربوية لعملائها .

ثامناً : الخاتمة : وتشتمل على أهم النتائج التي توصلت إليها في هذا البحث .

وأخيراً ، وليس آخراً : أسأل الله - العظيم ، رب العرش الكريم - أن يتقبل هذا العمل ويجعله خالصاً لوجهه الكريم ، وأن يجنبني الخطأ والزلل و أن ينفع به كاتبه وقارئه ، فما أردت إلا الخير وما قصدت إلا الحق " وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ " (١) .

(١) من الآية رقم (٨٨) من سورة هود .



تمهيد

حول التعريف بالهدايا الترويجية المعاصرة ، وأنواعها ، والهدف منها
ويشتمل على مطلبين كما يلي :

المطلب الأول

مفهوم الهدايا الترويجية

لكي نتعرف على مفهوم الهدايا الترويجية كمصطلح علمي ، فلا بد من بيان مدلوله في اللغة والاصطلاح ، ولما كان هذا المصطلح يشتمل على جزئين، (هدايا) و(ترويجية) فلا بد من تعريفهما أولاً ؛ حتى نقف على مفهوم الهدايا الترويجية ؛ لضرورة توقف التعريف بالشيء على معرفة أجزائه التي يتكون منها، ومن مجموع تعريفهما يتضح مفهوم الهدايا الترويجية في هذا البحث ، وذلك كما يلي :

أولاً : تعريف الهدايا في اللغة ، والاصطلاح :

١- تعريفها في اللغة : الهدايا جمع هدية ، و تطلق الهدية في اللغة على عدة معان ، كما يلي : الهدية ما أُنحَفَتْ به غيرك ، أو ما أهديته إلى ذي مودة ، يقال : أهديت له وإليه ، ومهادى الناس فيما بينهم : إذا أعطى بعضهم الآخر هدية دون عوض أو مقابل .
وقيل : هي بعثة لطف ، أي من الملاحظة ، وقيل : هي ما بعثته لغيرك إكراماً أو تودداً
تقول : أهديت العروس إلى بعلها هداءً ، أي بعثت إليه ، وأهديت للرجل كذا : بعثت إليه ، إكراماً فهو هدية^(١) .

ومن ثم : فإن الهدية في اللغة : تطلق على العطية الخالية عن العوض بما فيه نفع للمهدى له أو إليه بهدف الإكرام والتودد .

(١) ينظر : لسان العرب ٣٥٧/١٥ ، مادة (هدى) ط : دار صادر ، والمعجم الوسيط ٩٧٨/٢ ط : مجمع اللغة ، ومختار الصحاح للرازي/٧٠٥ - تحقيق : محمود خاطر ط : مكتبة لبنان ناشرون - بيروت (١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م) ، وكتاب العين للخليل بن أحمد ٧٧/٤ ط : دار ومكتبة الهلال ، ومعجم مقاييس اللغة لابن فارس ٤٣/٦ ط : دار الفكر ، مادة (هدى).

٢- تعريف الهدية في الاصطلاح :

أولاً : تعريف الهدية في اصطلاح الفقهاء : لم يفرد الفقهاء تعريفاً خاصاً للهدية ، ولكن جرى عرفهم على ذكرها في باب الهبة ؛ لأن الهدية نوع من الهبة ، ومن ثم : فإن الهبة تطلق على الهدية فلا فرق بين اللفظين في عرف الفقهاء ، لأنهم اعتبروا الهدية والهبة شيئاً واحداً ، فعرفوا الهبة والهدية بشيء واحد ، واعتبروهما مصطلحين لعقد واحد ، ومن هنا : يمكن تعريف الهدية عند جمهور الفقهاء بتعريف الهبة .

وقد عرفت الهبة عند جمهور الفقهاء بعدة تعريفات ، وإن اختلفت في اللفظ عندهم ، إلا أن معناها ومضمونها لا يخرج عن هذا التعريف وهو : أن الهبة تملك عين أو منفعة لوجه المعطى مجاناً بلا عوض في حال الحياة تطوعاً^(١) .

ثم إنهم قالوا : إن كان هذا التملك يقصد به وجه الله - تعالى - أي : عبادة محضة من غير قصد في شخص معين ، ولا طلب غرض من جهته ، فهذا صدقة ، وإن كان المقصود منه الإكرام ، أو التودد أو الصلة ، أو التألف ، أو المكافأة ، أو طلب حاجة ، أو نحو ذلك ، فهو هدية^(٢) .

(١) ينظر: حاشية ابن عابدين ٢٥٥/٦ ط : دار الفكر ، والبحر الرائق لابن نجيم ٢٨٤/٧ ط : دار المعرفة - بيروت ، وحاشية الدسوقي لابن عرفة والشرح الكبير للدردير ٩٧/٤ ط : دار إحياء الكتب العربية لعيسى البابي الحلبي ، ومغني المحتاج للخطيب الشربيني ٣٩٦/٢ ، وما بعدها ط : دار الفكر بيروت ، وإعانة الطالبين للدمياطي ١٤١/٣ ط : دار الفكر ، والمبدع لابن مفلح ٣٦٠/٥ ط : المكتب الإسلامي - بيروت ، وكشاف القناع للبهوتي ٢٩٨/٤ ط : دار الفكر - بيروت ، واخلى لابن حزم ١١٦/٩ ط : دار الفكر ، والبحر الزخار لابن المرتضى ١٣١/٥ ط : دار الكتاب الإسلامي بالقاهرة ، وشرائع الإسلام للحلي ١٧٩/٢ ط : مؤسسة مطبوعاتي إسماعيليان ، وشرح كتاب النيل لأطفيش ٥/١٢ وما بعدها ط : مكتبة الإرشاد بجدة الطبعة الثالثة (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م) .

(٢) ينظر: المراجع السابقة ، وأيضاً : تبين الحقائق للزليعي ١٠٤/٥ ط : دار الكتاب الإسلامي بالقاهرة (١٣١٣هـ) ، والذخيرة للقراقي ٢٢٣/٦ ط : دار الغرب الإسلامي ، وشرح منتهى الإرادات للبهوتي ٤٢٩/٢ ط : عالم الكتب - بيروت ، والمغني لابن قدامة ٢٧٣/٦ ط : دار الفكر .

ومن ثم : تكون الهبة أعم من الهدية^(١).

(١) فالهدية وإن كانت ضرباً من الهبة، إلا أنها مقرونة بما يشعر إعظام المهدي إليه وتوقيره، بخلاف الهبة، ومن ثم : فإنه يظهر الفرق بين الهدية والهبة في اللغة، من حيث إن الهدية ما يقرب به المهدي إلى المهدي إليه، وليس كذلك الهبة، ولهذا لا يجوز أن يقال : إن الله يهدي إلى العبد، كما يقال : إنه يهب له، وتقول : أهدي المرؤوس إلى الرئيس، ووهب الرئيس للمرؤوس؛ لأن أصل الهدية من قولك هدى الشيء إذا تقدمت وسميت الهدية هدية؛ لأنها تقدم أمام الحاجة . ينظر : معجم القروق اللغوية لأبي هلال العسكري / ٥٥٥ وما بعدها - تنظيم الشيخ : بيت الله بيات، ومؤسسة النشر الإسلامي، الطبعة الأولى (١٤١٢هـ) - مؤسسة النشر الإسلامي التابعة لجماعة المدرسين بقم، الموسوعة الفقهية الكويتية ١٢٠/٤٢ .

ولكن ذهب بعض الفقهاء إلى التفريق بين الهبة والهدية في الاصطلاح، حيث ذهب بعض المالكية : إلى أن الهدية لا تأتي بمعنى الهبة على وجه العموم، وإنما تطلق على هبة الثواب فقط . ينظر : حاشية الدسوقي ٩٧/٦ .

كما ذهب الشافعية : إلى أن الهدية تفرق عن الهبة بالنقل للموهوب أو المهدي إليه من مكان لمكان آخر فامتازت الهدية بالنقل وهذا بخلاف الهبة، فإنها تستعمل فيما لا يُنقل . ينظر : معنى المحتاج ٣٩٧/٢ ، وروضة الطالبين للنووي ٣٦٤/٥ ط : المكتب الإسلامي، وحاشية القليوبي على شرح الخلي ١١١/٣، وما بعدها ط : دار الفكر - بيروت (١٤١٩هـ - ١٩٩٨م) .

ولكن ما ذهب إليه جمهور الفقهاء من عدم التفرقة بين اللفظين هو الصحيح ؛ لشيوع استخدام الهبة بمعنى الهدية، والهدية بمعنى الهبة، حيث إن النبي -صلى الله عليه وسلم- أطلق لفظ الهبة على ما يُنقل في حديثه عليه السلام : (لقد هممت أن لا أقب إلا من قرشي أو أنصاري أو ثقيفي) وهو حديث صحيح قوي الإسناد، أخرجه الإمام أحمد في مسنده من حديث أبي هريرة ٢٤٧/٢ ح (٧٣٥٧) ط : مؤسسة قرطبة بمصر ، وابن حبان في صحيحه من حديث ابن عباس ٢٩٦/١٤ ح (٦٣٨٤) ط : مؤسسة الرسالة بيروت - الطبعة الثانية، وخلاصة البدر المنير لابن الملقن ١٢١/٢ ط : مكتبة الرشد بالرياض، والتلخيص الحبير لابن حجر ١٧٠/٣ ح (١٣٢٨) ط : دار الكتب العلمية .

وهذا لا يفهم منه : أن الهدية تختص بما ينقل من العطايا ، فلا يجوز بالنقل من عدمه في هذا المعنى كما أنه لا يليق بأن يهدي رسول -صلى الله عليه وسلم- لأحد من الناس ؛ لأجل الثواب، خاصة أنه أهدي للملوك والضعفاء، وحاشاه إرادة الثواب إلا من الله عز وجل، فالهدية لفظ للهبة، والهبة تطلق على الهدية ولا فرق بين اللفظين في عرف الفقهاء ، وهذا ما أيده الشوكاني في أن الهبة والهدية هما نفس الحكم لغة وشرعا . ينظر : الدراري المضيئة شرح الدرر البهية للشوكاني ٣٥٠/١ ط : دار الجيل - بيروت (١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م) .

ثانيا : تعريف الهدية في اصطلاح التجار، والتسويقيين: هي ما يمنحه التجار والباعة للمستهلكين من سلع أو خدمات دون عوض ، مكافأة، أو تشجيعاً، أو تذكيراً^(١).

ثالثا : الفرق بين تعريف الفقهاء والتسويقيين للهدية : مما سبق يتبين أن الهدية عند أهل التسويق أوسع مدلولاً منها عند الفقهاء؛ فالتسويقيون أدخلوا في الهدية الخدمات، بخلاف الفقهاء؛ فعلى سبيل المثال ما تقدمه بعض محلات تغيير زيوت السيارات، أو غسلها من بطاقات عند كل غسلة أو تغيير، على أنه إذا اجتمع عدد معين من هذه البطاقات، حصل الجامع على غسلة مجانية أو فحص مجاني أو غير ذلك من الخدمات؛ فهذا الحافز الترغيبى هدية عند التسويقيين^(٢).

أما عند الفقهاء : فلا يدخل ذلك في مسمى الهدية ؛ لأن الهدية في اصطلاحهم (تمليك عين من غير عوض لغير حاجة المَعْطَى)^(٣).

والخدمة ليست عينا، بل هي منفعة، فهدية الخدمة حقيقتها عند الحنفية ، والحنابلة في أحد الوجهين هي غارية أو إباحة نفع ؛ لأن هبة المنافع عندهم، لا تكون إلا غارية^(٤).

وأما عند المالكية ، والشافعية ، والحنابلة في الوجه الثاني: أن هدية الخدمة هبة منفعة^(٥).

(١) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد بن عبد الله بن محمد المصلح /٦٠ ط : دار ابن الجوزي بالسعودية، الطبعة الأولى : (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م).

(٢) ينظر: المرجع السابق نفس الصفحة.

(٣) ينظر: حاشية ابن عابدين ٢٥٥/٦ ، والبحر الرائق ٢٨٤/٧ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٩٧/٤ ، ومواهب الجليل ٤٩/٦ ، ومعنى احتاج ٣٩٦/٢ ، وما بعدها ، وإعانة الطالبين للدمياطي ١٤١/٣ ، والمبدع لابن مفلح ٣٦٠/٥ ، وكشاف القناع للبهوتي ٢٩٨/٤ ، واخلى ١١٦/٩ ، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد بن عبد الله المصلح /٦٠ .

(٤) ينظر : الاختيار لتعليل المختار لابن مودود ٦٣/٣ ط : دار الكتب العلمية ، وبدائع الصنائع للكاساني ١١٨/٦ ط : دار الكتاب العربي ، والبحر الرائق ٢٨٥/٧ ، والفتاوى الهندية ٣٦٣/٤ ط : دار الفكر ، والإنصاف للمرداوي ١٠١/٦ - تحقيق : محمد حامد الفقي ، ط : دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، والمبدع لابن مفلح ٣٧٠/٥ .

(٥) ينظر: بداية المجتهد لابن رشد ٢٦٩/٢ ، وما بعدها ط : دار الفكر ، وحاشية قليوبي وعميرة ١١٢/٣ ، وما بعدها ، ومعنى احتاج ٣٩٩/٢ ، والإنصاف للمرداوي ١٠١/٦ .

وبعد النظر في تعريفات العلماء للهدية يمكن إجمال تعريف للهدية يتضمن تكييفاً فقهيًا ملائمًا لواقع الاستخدام المعاصر لها، فالتعريف المختار للهدية: أهما تمليك بلا عوض إلى الغير في حال الحياة من قبل من له التبرع، بما يُعدّ نفعًا ماديًا أو معنويًا، تعارف عليه الناس وفق المشروع توددًا وإكرامًا له .

رابعًا : تعريف الترويج في اللغة، والاصطلاح :

أولاً : تعريفه في اللغة : الرواج اسم من راج يروج روجاً ورواجاً بمعنى : أسرع ، تقول : راج الأمر روجاً ورواجاً، أي : أسرع، وروج بالشيء، أي : عجل به ، ويقال : راج الشيء، أي : نفق وكثر طلابه ، وراجت الدراهم رواجاً، أي : كثر تعامل الناس بها ، وروج كلامه، إذا زينه^(١).

ومن هذه المعاني : يكون تعريف الترويج في اللغة : التعريف بالشيء بوسائل معينة لسرعة التعامل به والإقبال عليه .

ثانياً : تعريف الترويج في الاصطلاح : لا يخرج معناه في الاصطلاح عن معناه في اللغة إلا أنه يعتبر عند التسويقيين وسيلة مرغوبة في تنشيط المنتجات كالسلع والخدمات وغيرها ، فلهذا المصطلح عند التسويقيين معنيان (معنى عام)، و (معنى خاص) ، وذلك كما يلي :
أولاً : تعريف الترويج بمعناه العام : يطلق الترويج بمعناه العام على جميع الأعمال التي تقوم بها الشركة أو المؤسسة؛ لزيادة مبيعاتها ، ومنتجاتها^(٢).

(١) ينظر: لسان العرب ٢/٢٨٥، والمعجم الوسيط ١/٣٨٠، وتاج العروس للزبيدي ٥/٦٠٠ ط : دار الهداية ، مادة (روج) .

(٢) ينظر: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال - الإنجليزي - عربي - لنيه غطاس /٤٨٥ ط : مكتبة لبنان، الطبعة الأولى (١٩٨٠م)، وفن البيع محمود عساف /٣٢ - إصدار: الغرفة التجارية الصناعية بمجدة ط : إدارة الشؤون التجارية (١٤٠١هـ)، والتسويق - نظرة اقتصادية - لسمير محمد يوسف /٧ ط : مؤسسة شباب الجامعة بالإسكندرية، والتسويق مدخل تطبيقي للدكتور: طلعت أسعد عبد الحميد /٣٦٩ ط : مكتبة عين شمس بالقاهرة، والتسويق المعاصر للدكتور: محمد بن عبد الرحيم /٣٠٧ ، والتسويق ، وإدارة المبيعات للدكتور: محمد سعيد عبد الفتاح /١٨، وما بعدها - الطبعة الثانية (١٩٦٦م).

ثانيا : تعريف الترويج بمعناه الخاص: الترويج بمعناه الخاص له عدة تعريفات عند أهل التسوق والاقتصاد، منها ما يلي :

- أنه يطلق على الأعمال التي يقصد بها زيادة حجم المبيعات عدا الإعلان، وأعمال البيع نفسها^(١).

- كما يطلق على عملية الاتصال بهدف البيع^(٢).

ومن ثم : فإنه من خلال التعريفات السابقة للترويج، يمكن تعريفه بأنه : فن تقديم المنتجات و إدارة عرضها ، أو تزيينها بطرق، ووسائل مختلفة؛ لترغيب الناس في التعامل بها ، والإقبال عليها.

وبعد بيان معنى كل من لفظي (الهدية ، والترويج) في اللغة ، والاصطلاح ، فإنه يمكن القول بأن تعريف الهدايا الترويجية كمصطلح علمي هو : الهدايا التي تمنحها المؤسسات أو الشركات التجارية أو الصناعية وغيرها في صورة مكافآت مالية أو خدمية للعميل - (المشتري أو المستهلك أو غيره) في نظير تعامله مع المؤسسة التجارية ، أو الصناعية ، وغيرها تشجيعا له للإقبال على الشراء من منتجاتها أو التواصل مع أعمالها وخدماتها .

وهذا التعريف للهدايا الترويجية يتوافق مع تعريف علماء الاقتصاد في العصر الحديث، حيث جاء تعريفها عندهم : بأنها مكافأة تمنح للمشتري نظير تعامله مع المؤسسة التجارية تشجيعا له للإقبال على الشراء من منتجاتها والتواصل مع خدماتها^(٣).

(١) ينظر: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال - انجليزي - عربي - لنيه غطاس / ٤٨٥ .

(٢) ينظر: الأنشطة الترويجية للشركات السعودية للدكتور : السيد المتولي حسن / ٢٧ - بحث منشور بكلية العلوم الإدارية في جامعة الملك سعود (١٤٠٣هـ).

(٣) ينظر : الترويج المفاهيم (الاستراتيجيات-العمليات النظرية والتطبيق) لعصام الدين أمين أبو علفة / ١٤٤ ط : مؤسسة حوزس الدولية للنشر والتوزيع بالإسكندرية ، وأحكام المسابقات في الشريعة الإسلامية للدكتور : عبد الصمد بن محمد بلحاجي / ٢٤٢ ط : دار النفائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م) ، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر / ١٢١ ط : دار النفائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٦هـ - ٢٠٠٦م) .

المطلب الثاني

أنواع الهدايا الترويجية المعاصرة ، والهدف منها

تمهيد :

لقد تنوعت أشكال ترويج المنتجات بواسطة الهدايا الترويجية وأخذت صورا مختلفة في طريقة تقديمها ومنحها ، فتعددت هذه الصور في العصر الحديث سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى الهيئات العامة والمؤسسات والدول ، فالهدايا الترويجية في هذا العصر يكثر تحقيقها وتقديمها في صورة هدية (مادية) ، أو (خدمية) ومن ثم : فإن الهدايا الترويجية تشتمل على نوعين ، و كل نوع يحتوي على عدة صور ، ومن ثم : فإن الحديث عن هذه الأنواع والهدف منها ينتظم في هذه الفروع ، على النحو التالي :

الفرع الأول

الهدايا المادية الترويجية، وتطبيقها المعاصر

أولا : مفهوم الهدايا المادية الترويجية :

هي الهدايا التي يكون لها قيمة حقيقية في ذاتها ، بحيث يمكن بيعها أو شراؤها ، فتشمل الأموال النقدية، والعينية، والعقارات، وكل ما يمكن تملكه كالسيارات ونحوها وكذلك تشمل تحمل النفقات والمصاريف ، وذلك كتحمل نفقة السفر للدراسة والبحث العلمي في إحدى دول العالم ، أو تحمل نفقة السفر من أجل الرحلات الترفيهية والسياحية ، وغيرها في أماكن معينة ، أو تحمل نفقة السفر من أجل أداء فريضة الحج أو القيام بالعمرة ، أو غير ذلك مما استجد في تقديم الهدايا المادية بين الناس^(١).

(١) ينظر : الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/٦١ ، ومبادئ التسويق للدكتور : محمد فريد الصحن/٦١ ، وما بعدها ط : الدار الجامعية بالإسكندرية (١٩٩٣ م) والحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد بن عبد الله المصلح /٦١ ، ٩٥ .

ثانيا : أهم صور ونماذج الهدايا المادية الترويجية :

توجد في هذا العصر صورا كثيرة متنوعة لهذا النوع من الهدايا ،ومن أبرزها ما يلي :

أولا : بذل الهدية وتقديمها للعميل المشتري أو غيره بلا شرط ، أو عمل معين : وهذه الصورة تقوم على تقديم هدية مادية من قبل التاجر أو المؤسسة ،من غير أن يقوم العميل المشتري - المستهلك ،بأي عمل من الأعمال، ويكثر استخدام هذا الأسلوب من الترويج في بداية عمل مؤسسة تجارية ،أو صناعية ؛ لتعريف الناس بها، وإشهار منتجاتها ، وقد يكون هناك كوبونات توزع لكل من يزور المؤسسة، ومن خلالها يتم السحب على عدد منها، ومن يحالفه الحظ يحصل على هذه الهدايا^(١).

ثانيا : تقديم الهدية و بذلها للعميل المشتري أو غيره بشرط الشراء ، أو عمل محدد : وهذا النوع من الهدايا الترويجية له عدة صور مختلفة وأبرزها ما يلي :

- تقديم هدية من جنس المنتج أو السلعة ويكون شكل الهدية الترويجية هو الزيادة في كمية السلعة ذاتها أو عددها على أن يقوم العميل بالشراء وذلك، كأن تعلن إحدى شركات المنظفات عن نصف كيلو إضافي من منظف كذا، لمن يشتري العبوة سعة كذا، أو تعلن إحدى شركات إنتاج المشروبات الغازية عن إضافة ربع لتر للعبوة، بحيث يكون ثمن الكمية الأصلية والكمية الإضافية واحداً^(٢).

- تقديم هدية في شكل سلعة أخرى ولكنها تعد مكملة للسلعة الأصلية، وذات استعمال واحد، ومن أمثلة ذلك :أن تعلن شركة لإنتاج ماكينات الحلاقة عن تقديم عدد من شفرات الحلاقة ،لكل من يشتري ماكينة من نوع كذا، أو تعلن إحدى شركات إنتاج معاجين الأسنان عن تقديم فرشاة أسنان لكل من يشتري معجوناً من نوع كذا ، أو يعلن أحد مراكز بيع الحاسب الآلي عن عشرة أقراص مدججة (CD)، هدية مع

(١) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير/ ٢٢ - بحث مقدم لمنظمة المؤتمر الإسلامي بالدوحة، قطر - الدورة الرابعة عشرة - بتاريخ (١١/١/٢٠٠٣ م) ،والحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح / ٦١، ٩٥، ١٥٨ .

(٢) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٥ .

كل حاسوب، ويمكن أن تكون الهدية المكتملة للسلعة المباعة خدمة، كأن يعلن أحد مراكز بيع الحاسوب عن دورة تدريبية في برمجيات الحاسوب لكل من يشتري جهازاً من المركز المعلن^(١).

- تقديم هدية في شكل سلعة مختلفة تماماً عن السلعة المشتراة، دون أن تكون هناك علاقة بين السلعتين، كأن يهديه قلماً أو ساعة عند شرائه قميصاً أو حقيبة، أو يهديه طقم أقلام عند شرائه ثلاثة من نوع كذا، بحيث يعلم المشتري بهذه الهدية قبل الشراء، فتكون محفزا له على الشراء.

- تقديم هدية مجهولة، كأن تكون بداخل السلعة أو لها رقم معين يعبر عن كسبه الهدية التي لها نفس الرقم، وقد تكون الهدية عينية أو مادية، وقد لا يعلم ما بداخلها إلا بعد فتحها^(٢).

- تقديم هدية مشروطة ببلوغ مبلغ معين من المال، كأن يعلن أحد محلات التسوق أو التاجر للزبائن والمستخدمين أن من يشتري بمبلغ معين فإنه يحصل على زجاجة عطر، أو مكواة كهربائية أو له هدية بمقدار كذا، أو من يركب بالطائرة في الدرجة الأولى فله هدايا أو تذكرة سفر مجانية، أو ما تحدته شركات الاتصالات من تشجيع على المكالمات لتحصل على خصم أو زيادة في عدد دقائق الشريحة أو الفاتورة^(٣).

- تقديم هدية في شكل سلعة معينة يستحقها المشتري بعد قيامه بعمل معين متعلق بالسلعة المباعة، ولا يمكنه القيام به إلا من خلال شراء المزيد من أفراد السلعة وجمع أجزائها المفرقة وذلك كتكميل ملصق متعلق بالسلعة، أو جمع كلمات موزعة على أجزاء المنتج، بحيث يشكل جملة إعلانية لذلك المنتج، كما تفعله شركات المشروبات الغازية من جمع لأغطية

(١) ينظر: مبادئ التسويق للدكتور: محمد فريد الصحن/٦١، وما بعدها.

(٢) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٥، والخوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/١٦.

(٣) ينظر: المراجع السابقة، وأيضاً: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شبير/٢١، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين/١١٤ بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون - العدد الحادي والعشرون إصدار شهر (ربيع الآخر ١٤٢٥هـ - يونيو ٢٠٠٤ م).

العبوات، أو أرقام، أو غير ذلك من الأشكال التي تعتمد على عمل معين للحصول على الهدية من التاجر، أو الشركة المصنعة^(١).

- تقديم هدية لمن يحالفه الحظ من العملاء في القرعة أو السحب، وذلك كأن يقوم التاجر بعمل كوبون أو قسيمة اشتراك، وتوزيعه عند شراء الزبون من المؤسسة كمية معينة من المنتج، ويدخل المشتري بهذا الكوبون قسيمة السحب على هدايا وضعت وغالبا تكون هذه الهدايا ذات قيمة مالية، كشقة، أو سيارة، أو أدوات كهربائية أو مبالغ مالية، وتتميز هذه الصورة بقوة تأثيرها على الناس مما يجعلهم يسعون في زيادة فرصهم والحصول على مزيد من الكوبونات^(٢).

- ما تقوم به البنوك الربوية، وبعض البنوك الإسلامية من منح هدايا نقدية أو عينية للمتعاملين معهم لتشجيع الناس على التعامل معها، من خلال هذه الهدايا الترويجية^(٣).

(١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٣١، والخوافر التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٩.

(٢) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٩.

(٣) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور: محمد عثمان شبير/٢٥٦ ط: دار النفائس بالأردن (١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م)، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١١٠.

الفرع الثاني

الهدايا الخدمية الترويجية، وتطبيقها المعاصر

أولاً : مفهوم الهدايا الخدمية الترويجية :

هي الهدايا الترويجية التي تقدم للعميل في صورة منفعة، أو خدمة تخصه، وذلك كالإقامة في إحدى الفنادق المشهورة لمدة معينة من الليالي والأيام، والأسابيع، أو أن تكون الهدية بتقديم عمل معين للمهدى إليه في مصلحة تخدمه^(١)، وغير ذلك من المنافع والخدمات التي ظهرت في هذا العصر الحديث .

ثانياً : أهم صور ونماذج الهدايا النفعية الترويجية المعاصرة :

هدية المنافع أو الخدمات كنوع من أنواع الهدايا الترويجية المعاصرة كثر استخدامها في هذا العصر من قبل المؤسسات والشركات ومن أبرز صورها ما يلي :

- ما تقوم به بعض المؤسسات كمحطات الوقود أو شركات الصيانة من تقديم خدمات مجانية لمن يقوم بالشراء أو التعامل معها ، أو كأن يحصل من يتعامل معها على غسيل مجاني لكل من يغير زيت سيارته ثلاث مرات لديها ، وغير ذلك من الهدايا الخدمية .
- ما تقوم به بعض الشركات والمؤسسات بالإعلان عن تقديم هدايا نفعية في مجالات عملها، كأن تهدي شركة طيران تذاكر سفر بالدرجة الأولى مثلا، أو تقوم شركة فنادق بهدايا للترلاء بعدد من الأيام أو الأسابيع كهدية وتشجيعا لهم على الاستمرار والتواصل^(٢) .
- ما تفعله شركات الاتصالات والتقنوات الفضائية، وغيرها من تقديم خدمات مجانية لمسئ يحالفه الحظ من السادة المشاهدين أو المشاركين ، حيث تبث الشركة رسائل على أرقام المشتركين تحثهم على بعث رسائل للدخول في عملية سحب على سيارة، أو للحصول على رحلة مجانية، كالفوز برحلة عمرة أو حج أو غير ذلك من الهدايا المختلفة، وهذا بعد اتصال

(١) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/١٠١، وما بعدها، وأحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شير/٣١، ٢٠، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١١٠ .

(٢) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر بن طه بن علي كراوية/٦٨ - كتاب إلكتروني منقول عن موقع صيد الفوائد (www.saaaid.com)، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح/١٠١، وما بعدها .

العميل برقم معين أو إرسال رسالة (SMS) ودخول هذه الرسالة إلى الكمبيوتر ليتم اختيار الفائزين حسب رقم المتصل، والهدف التجاري منها هو تشجيع المشتركين للاتصال بالشركة أو القناة، وبالتالي : تستفيد شركة الاتصالات من خلال الهدايا الترويجية ، بأنها تزيد من عدد الاتصالات عند تظميع الناس بقيمة الهدايا المعروضة، وهكذا تتحقق الأرباح بين القناة وشركة الاتصالات^(١).

- ما تقوم به بعض البنوك والمصارف الإسلامية من تقديم خدمات لكل من يتعامل معها كحصوله على منح دراسية ، أو حصوله على رحلة عمرة أو حج وتيسيرها له^(٢) .
فهذه نماذج من الهدايا الترويجية المادية ، والنفعية المقدمة للعملاء ، والتي يتفنن فيها المروجون سواء أكانوا شركات أم أفراداً ؛ لتكون مجالاً رحباً لإظهار ملكاتهم ومهاراتهم التسويقية.

(١) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير/ ٢٠ ، وأحكام الهدية في الفقه الإسلامي للباحث : سعيد وجيه سعيد منصور/ ١٥٢ - رسالة ماجستير بجامعة النجاح الوطنية - نابلس - فلسطين (٢٠١١م).

(٢) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور : محمد عثمان شبير/ ٢٥٦ ، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١١٠ ، والمعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر بن علي كراوية/ ١٢٦ ، وما بعدها ، وأحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير / ٣١ ، والفتاوى الاقتصادية ١/ ١١٥٢ - كتاب إلكتروني لمجموعة من المؤلفين منقول عن موقع الإسلام .

الفرع الثالث

الهدف من الهدايا الترويجية المعاصرة

الهدية في الإسلام عنوان محبة وتواصل بين الناس بهدف التواد والتآخي والتعارف، وهذا العقد كغيره من العقود المستحدثة، يتغير شكله وأهدافه وألوانه حسب العصر والمكان، فمع تطور الحياة المعاصرة ازداد استخدام الهدية لتحقيق أهداف متنوعة ومختلفة؛ حتى كثر وانتشر في هذا العصر الحديث إقدام التجار وأصحاب المؤسسات والشركات والصحف ووسائل الإعلام المختلفة من فضائيات وإذاعات ومواقع انترنت استخدام الهدايا الترويجية التي تدفع الناس إلى التعامل مع هؤلاء الأشخاص ومؤسساتهم والإقدام على الشراء من سلعهم والاستفادة من خدماتهم .

فالهدايا الترويجية تحقق فوائد كثيرة على صعيد ترغيب الناس في الإقبال على السلع والخدمات وتشويقهم لها، حيث تلعب دورا هاما في تنشيط الأسواق و زيادة الإقبال على المحلات التجارية وغيرها، ذلك أن المنافسة الشديدة بين التجار والمستهلكين دفعتهم إلى ابتكار أساليب ووسائل عديدة من أجل ترويج منتجاتهم، وأصبحت مسألة التسويق لا تقل أهمية عن مسألة الإنتاج والتصنيع .

فهي نوع من الدعاية والترغيب للفوز بإقبال العملاء، حتى أصبحت طرق جذب الناس للشراء فنا علميا له أساليبه المختلفة ووسائله المتعددة، يتسابق إليه التجار والاقتصاديون في أنحاء العالم حتى غدا علما بمجد ذاته يدرس في علم الاقتصاد والتجارة والترويج في مختلف جامعات العالم^(١).

(١) ينظر: المراجع السابقة، وأيضا: الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور:

المبحث الأول

حكم التعامل بالهدايا الترويجية (بدلاً ، وقبولاً) عند العلماء المعاصرين
لقد تنوعت أشكال ترويج السلع ، والمنتجات ، سواء أكانت صناعية ، أم طيبة ، أم
استهلاكية ، أو غيرها ، وأخذت صوراً متنوعة في طريقة التقديم ، فمن التجار أو المستوردين
، وغيرهم كأصحاب المصانع أو الشركات ، أو المؤسسات الكبرى من اعتمد في ترويج
منتجهم ، أو سلعته على قيمة الهدية ذاتها ؛ لتشجيع العميل وإقباله على التعامل معه ، ومنهم
من ذهب لتقديم الهدية بلا عمل مشروط ، ومنهم من اعتمد قيام المستهلك بعمل ما
للدخول في سحب أو قرعة ؛ لتكون له الفرصة في كسبها ، فهل يصح شرعاً بذل هذه
الهدايا الترويجية من المصانع أو الشركات أو المؤسسات التجارية وغيرها للعميل (المشتري
أو غيره) أم لا ؟ .
للإجابة عن هذا التساؤل أقول :

اختلف العلماء المعاصرون حول حكم التعامل بالهدايا الترويجية (بدلاً ، وقبولاً)
بين مؤيد ومعارض ، وذلك كما يلي :

أولاً : رأي العلماء المؤيدين للتعامل بالهدايا الترويجية بدلاً ، وقبولاً :

ذهب جماعة من العلماء المعاصرين إلى جواز التعامل ببعض هذه الهدايا في الجملة
لأن هذه الهدايا الترويجية لها أشكال وصور عديدة ومتنوعة ، ومن ثم : فإن حكمها الشرعي
متوقف على بيان صورها المختلفة وتكييفها الفقهي ، ولا يصح القول بتحريمها على وجه
الإجمال ، ولكن يكون الحكم عليها بالنظر إلى كل نوع أو صورة وتوضيحها على حدة ،
وعلى حسب الطريقة والأسلوب الذي تعتمده الشركة أو المؤسسة التجارية وغيرها
لترويج منتجاتها^(١) .
ودليلهم على هذا ما يلي :

(١) ينظر : الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/١٢٦ ، وفقه المعاملات
المالية المعاصرة للدكتور : سعد بن تركي الخثلان / ٢٣٠ - كتاب إلكتروني منقولاً عن موقع صيد الفوائد
(www.saaid.com) ، والحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور :
خالد المصلح/٧٧ ، ٩٤ ، وأحكام المسابقات في الشريعة الإسلامية للدكتور : عبد الصمد بن محمد
بلحاجي / ٢٤٥ .

أولا : أن الهدية الترويجية تعد من العقود المركبة المستحدثة ، فلا يمكن أن يقال فيه أنه عقد منفرد ، بل هو عقد مركب من عدة عناصر مكونة من (الهبة ، والترويج للسلع والخدمات ، والمنافسة في عرض الأسعار ، والقرعة أو السحب) ، وباعتبارها عقدا مركبا فإنه ينظر إليه من خلال الأصول والمبادئ الشرعية العامة ومدى انسجامه مع مقاصد الشريعة الإسلامية والشريعة لا تحرم العقود ابتداء ، وإنما الأصل أن العقود قائمة على الحل والإباحة ، ما لم يتم دليل على المنع^(١) .

ثانيا : إن هذا العقد يعد من عقود التبرعات وذلك في شقه المتعلق ببذل الهدية بعد الشراء وبهذا يعد الغرر داخلا في العفو إذا كانت هناك جهالة ، وهذا وفق المرجح عند المالكية ، وابن تيمية والحارثي من الحنابلة^(٢) ، حيث إن عقود التبرع مبناهما التسامح ، ومن ثم : فإن هدفها البر والصلة وإقامة العلاقات^(٣) .

ثانيا : رأي العلماء المعارضين للتعامل بالهدايا الترويجية بدلا وقبولا :

يرى بعض العلماء المعاصرين ، وعلى رأسهم الشيخ : عبد العزيز بن باز ، والشيخ : ابن جبرين ، والدكتور : حسام الدين عفانة ، والدكتور : محمد بن عبد الله الشباني^(٤) : أنه يحرم التعامل بهذه الهدايا الترويجية ، بدلا وقبولا مطلقا ، ولا يصح ترويجها بين الناس^(٥) .

-
- (١) ينظر : أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير / ٢٤ .
(٢) ينظر : بداية المجتهد لابن رشد ٢٦٨/٢ ، والذخيرة للقرافي ٢٢٦/٦ ، والإنصاف للمرداوي ١٣٢/٧ ، وما بعدها ، ومطالب أولي النهى للرحياني ٣٩٤/٤ ، والمغني لابن قدامة ٢٨٨/٦ .
(٣) ينظر : الحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح / ٣١ ، والجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور : محمد عبد الله الشباني / ٥١ - بحث منشور بمجلة البيان عدد (١٠٥) الصادرة في شهر جمادى الأولى ، وشهر أكتوبر عام (١٤١٧هـ - ١٩٩٦ م) .
(٤) ينظر : فتاوى البلد الحرام لخالد عبد الرحمن الجريسي / ٦٩١ ط : مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان بالرياض ، الطبعة الأولى (١٤٢٠هـ - ١٩٩٩ م) ، وكتاب يسألونك للدكتور : حسام الدين موسى عفانة جزء ١ - ١٣٩/٢ ط : مكتبة دنديس بالخليل - القدس ، الطبعة الأولى (١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧ م) ، والجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور : الشباني / ٥١ ، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح / ٩٤ .
(٥) ولكن يرى الدكتور : حسام الدين عفانة : أنه يستثنى من هذا التحريم (الهدايا المقدمة من البنوك الإسلامية) ، وذلك لاختلاف عمل هذه البنوك في الطرق والأساليب التي من خلالها يتم تقديم =

ودليلهم على ذلك :

استدلوا على تحريم التعامل بهذه الهدايا الترويجية بعدة اعتبارات ، وجهلتها :
أن الهدايا الترويجية لا تخرج في تكييفها الفقهي عن المقامرة والميسر وأكل أموال
الناس بالباطل ، والإضرار بالآخرين ، فضلا عن وجود ما يناهز مقتضى العقد كالشرط
الفاقد والذي يترتب عليه فساد العقد ، وأيضا : تحقيق الربح بأي وسيلة ممكنة ، دون
مراعاة للمسائل الأخلاقية في عملية الربح والخسارة و بيان هذه الاعتبارات تفصيلا كما
يلي :

أولا : لا يصح التعامل بهذه الهدايا الترويجية مطلقا ؛ لأنها لا تخرج في تكييفها الفقهي عن
المقامرة المحرمة شرعا ، ولما كان هذا التعامل ضربا من ضروب القمار أو الميسر ، فيأخذ
حكمه وهو التحريم ؛ لما يترتب عليه من أكل أموال الناس بالباطل ، وبيان ذلك من ثلاثة
أوجه كما يلي :

الوجه الأول : يترتب على الهدايا الترويجية أكل أموال الناس بالباطل ، حيث إن المشتري
يبدل مالا للحصول على سلعة ، وقد يحصل معها على هدية ، وقد لا يتحقق له الحصول
عليها فهو بين غنم بتحصيل الهدية وبين غرم بفواتها عليه ، مما يثير للضعيفة والكراهية
والخسدة ؛ لحصول بعض المشاركين في السحب على الهدية ، وخروج البعض بلا هدية ، وهذا
هو عين الميسر أو القمار الذي فهمى عنه الشرع بقوله - تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا
الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجَسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)^(١)
، وهذا المعنى وهو الميسر (القمار) تحقق في الهدية الترويجية ، إذ لا يخلو الداخل فيه من أن
يكون غائما أو غارما - وتحريم الميسر أصل من أصول الشريعة الإسلامية^(٢) .
نوقش هذا الوجه بما يلي :

= الهدايا وتوزيعها على العملاء ، فيجب بيان كل طريقة على حدة ؛ لأن كل طريقة لها حكمها الخاص بما
ينظر : أحكام الهدية في الفقه الإسلامي للباحث : سعيد وجيه سعيد منصور/ ١٥٨ .
(١) الآية رقم (٩٠) من سورة المائدة .

(٢) ينظر : فتاوى البلد الحرام خالد عبد الرحمن الجريسي / ٦٩١ ، وكتاب يسألونك للدكتور :
حسام الدين عفانة جزء ١-٢/ ١٣٩ ، والجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور :
الشباني / ٥١ ، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح / ٩٤ .

بأن الهدية الترويجية لا يترتب على بذلها وقبولها أكل لأموال الناس بالباطل في كل صورها وأشكالها المختلفة، فهي من العقود المستحدثة المركبة من عدة عناصر، وباعتبارها عقدا مركبا فإنه ينظر إلي صورته وإلى الطريقة التي يتم بها ترويج المنتج أو السلعة، فهذا ما يبين لنا أنها أكل لأموال الناس بالباطل، أم أنها هدية مقبولة لا شبهة فيها، ومن ثم : فإنه لا يصح تعميم الحكم بالتحريم في كل صور وأشكال تلك الهدايا الترويجية ؛ لأن الشريعة لا تحرم العقود ابتداء، وإنما الأصل أن العقود قائمة على الحل والإباحة، ما لم يرقم دليل على المنع^(١).

الوجه الثاني : يترتب علي بذل الهدايا الترويجية أكل أموال الناس بالباطل ؛لأن التجار الذين يروجون سلعهم ومنتجاتهم يقومون بزيادة أسعارها ؛حتى يتمكنوا من تغطية قيمة الهدايا من مجموع المشترين ، ومن ثم : فهم في الحقيقة لا يقدمون شيئا للناس، وإن ما يعطونه من هدايا يحصلون عليه من خلال رفع سعر السلع، والذي يربح هذه الهدايا هم الفئة القليلة من المشترين، بينما يخسر الأكترون، وهذا يجعله شبيها بالقمار المحرم (٢) .
نوقش هذا الوجه بما يلي :

إن السلع متنوعة وأماكن تواجدها في سوق ما، أو في بلد ما من الأمور المعروفة عند الناس، ومن ثم : فإن سعر هذه السلع معروف، فمن السهل معرفة ما إذا كان سعر السلعة ارتفع بسبب وضع الهدية عليها أم لا، فإن زاد التاجر في السعر تبعا لزيادة الهدية عليها ، فهذا ولا شك فيه نوع من القمار المنهي عنه، أما إن كان سعر السلعة ثابتا، فلا يعد هذا من قبيل القمار، فالأمر عائد إلى السعر المتعارف عليه، مع الأخذ بعين الاعتبار جودة السلعة وجودها مواصفاتها^(٣) .

(١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٣، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٤، وما بعدها .
(٢) ينظر: كتاب يسألونك للدكتور: حسام الدين عفانة جزء ١-١٣٩/٢، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٣، وما بعدها .
(٣) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير /٢٨، وفتح المعاملات المالية المعاصرة للدكتور : سعد بن تركي الختلان/٢١٤، والمعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر بن علي كراوية /٩٧، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٣، وما بعدها .

الوجه الثالث : أن ترويج السلع والمنتجات بالهدايا يجعل جمهور الناس يقبلون على الشراء وهم ليسوا بحاجة لهذه السلع ، وذلك بسبب استئثار غرائزهم باتجاه الكسب السهل من خلال الهدايا ، وهذا ما يوقع الناس في الإسراف التبذير وإضاعة أموالهم من غير حاجة أو ضرورة^(١) ، والإسراف أو التبذير محرم شرعا بقوله تعالى : { يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ }^(٢) وبقوله تعالى : { وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ شَیَاطِينٍ }^(٣) .

نوقش هذا الوجه بما يلي :

إن ترويج السلع والمنتجات بواسطة الهدايا الترويجية لا يكون سببا في إقدام الناس على الشراء بسبب الهدايا دون الحاجة إلى شراء السلع ، فهذا تصور غير منضبط لأن هذا الإقدام للشراء يعود إلى نية المشتري وحاجته، فقد يكون هدف المشتري : الحصول على الهدية فعلا، وهذا ما يوقعه في القمار، وقد تكون نية المشتري : الحصول على سلعته مع عدم اعتباره للهدية، ولكن يحالفه الحظ، فيريح الهدية، فلا حرج في قبولها شرعا^(٤) .

فهناك أمور من خلالها نستطيع أن نضبط توجه نيات الناس في الإقبال على حاجاتهم من السلع وغيرها بشكل رئيسي، مع الرغبة في الحصول على الهدية، ولكن دون أن تكون هي السبب الرئيسي في عملية الشراء، والذي يضبط ذلك هو قيمة الهدية، وذلك أن الهدية لو كانت قيمتها بقيمة المعتاد في السوق وغير مبالغ فيها؛ فالناس بطبيعتهم يودون الحصول عليها، لكن دون أن يتوجهوا لشراء ما لا حاجة لهم به، أما إذا كانت الهدية ذات قيمة عالية، فلربما توجه أغلب الناس للشراء وهم معنيون بفرصة الحصول على الهدية، مما يجعلهم يقعون في ما يشبه القمار المحرم^(٥) .

(١) ينظر: الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني/ ٥٢ .

(٢) الآية رقم (٣١) من سورة الأعراف .

(٣) من الآيتين رقم (٢٦، ٢٧) من سورة الإسراء .

(٤) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٤ .

(٥) ينظر: فتاوى معاصرة للدكتور : يوسف القرضاوي ٤١٨/٢، وما بعدها ط : دار القلم بالكويت الطبعة الثالثة (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م) ، وأحكام المسابقات في الشريعة الإسلامية للدكتور: عبد الصمد بن محمد بلحاجي / ٢٤٣ ، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٨ .

ثانيا : لا يصح شرعا التعامل بالهدايا الترويجية ؛ لما يترتب عليه من إلحاق الضرر بالتجار الآخرين الذين لا يستطيعون بذلها ، والإضرار بالغير محرم شرعا .
و بيان ذلك : أن بعض التجار يقومون بترويج بضاعتهم بواسطة هذه الهدايا ، مما يجعل الزبائن أو العملاء يتجهون إليهم دون غيرهم من التجار ، مما يؤدي إلى كساد بضاعة و سلع التجار الآخرين فيتضرروا بذلك ، لعدم قدرتهم على القيام بمثل ما قام به الآخرون ، من بذل الهدايا وترويجها بين الناس^(١) ، والضرر أو الإضرار منهي عنه شرعا بقوله (ﷺ) (لا ضرر ولا ضرار)^(٢) .

نوقش هذا :

بأن بذل الهدايا من قبل بعض التجار لا يترتب عليه إلحاق الضرر بالتجار العاجزين عن بذلها ؛ لأن السعي إلى بذلها يخلق في السوق تنافسا مفيدا في زيادة الخدمات المقدمة للناس، وكأي ميدان يتنافس فيه الناس لا يبد من تميز تاجر بقدراته عن تاجر آخر، فمن يجتهد ويبدل وينال استحسان الناس، لا بد من تقدمه وزيادة دخله ونجاحه، وهذا ما يشجع بقية التجار على السير في تقديم ما ينجح اقتصاديا، فمن يقدم الهدايا لزبائنه فقد تحلى عن شيء من ربحه ؛ لكي يحصل على إقبال الناس، أما من لا يبذل ولا يتنازل عن أي شيء، فمن الطبيعي أن يتأخر عن يبذل .
ومن ثم : فلا يصح القول بتحريم بذل الهدايا الترويجية، والتعامل بها من جهة من سعى من التجار و قدم وتنازل ، لأجل من لم يقدم ولم يجتهد منهم ، فهذا العمل فيه منافسة تعود

(١) ينظر: فتاوى البلد الحرام خالد عبد الرحمن الجريسي / ٦٩١، والحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٣، وما بعدها .
(٢) أخرجه ابن ماجه في سننه عن ابن عباس (رضى الله عنه) في كتاب الأحكام ، باب : من بنى في حقه ما يضر بجاره ٧٨٤/٢ ح: (٢٣٤١) والدار قطني في سننه عن ابن عباس في كتاب الأقضية والأحكام ٢٢٨/٤ ح: (٨٤) - تحقيق : السيد عبد الله هاشم المدني - طبعة : دار المعرفة - بيروت (١٣٨٦هـ - ١٩٦٦م) واللفظ لهما ، والإمام أحمد في مسنده بنحوه ٣١٣/١ ح (٢٨٦٧) ، والترمذي بنحوه في سننه ، كتاب البر والصلة ، باب ما جاء في الخيانة والغش ٣٣٢/٤ ح (١٩٤٠) ، وقال عنه: هذا حديث حسن غريب ، والتلخيص الحبير لابن حجر ٤/٤٧٥ ط : دار الكتب العلمية ، الطبعة الأولى (١٤١٩هـ - ١٩٨٩م) ، ونصب الراية للزليعي ٤/٤٤٥ ، وخلاصة البدر المنير لابن الملقن ٢/٤٣٨ ط : مكتبة الرشد بالرياض الطبعة الأولى (١٤١٠هـ) .

مصلحة عامة للاقتصاد في الأمة ، فتنافس التجار على الترويج ، وتقديم الهدايا ، والخدمات يعود بالنفع العام على الناس ، فلا يجوز أن نقدم مصلحة بعض التجار على مصلحة عموم الناس^(١) ، وذلك عملاً بالقاعدة الفقهية (الضرر الخاص يتحمل لدفع الضرر العام)^(٢) .

ثالثاً : إن الهدايا الترويجية تكيف على أنها عقد من عقود المعاوضات و لا تندرج تحت عقود التبرعات وكونها من عقود المعاوضات ، فإنها تخضع لأحكامها وشروطها^(٣) ، ومن ذلك : ألا يشمل العقد على شرط فاسد ، بحيث لا يلائمه وليس من مصلحته ، أو ينافي مقتضاه ، بأن يشترط عقداً في عقد ، كأن يشترط عليه شراء شيء عند بيعه شيئاً آخر ، وألا يكون لأحد المتعاقدين منفعة فيه دون الآخر^(٤) ، فتطبق هذه الشروط جميعها على الهدية الترويجية المشروطة بالشراء ، حيث إن تكيفها الفقهي لا يخرج عن كونها (بيع و شرط) ، فتكون

- (١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٤ ، وأحكام المسابقات في الشريعة الإسلامية للدكتور: عبد الصمد بن محمد بلحاجي/ ٢٤٧ ، والحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/ ٩٤ ، وما بعدها .
- (٢) ينظر: علم أصول الفقه للشيخ : عبد الوهاب خلاف / ٢٠٧ ط : مكتبة الدعوة شباب الأزهر (مصورة عن الطبعة الثامنة لدار القلم) ، والقواعد الفقهية لعلي أحمد الندوي/ ٤٢٢ ، وشرح القواعد الفقهية للشيخ أحمد بن محمد الزرقا / ١٩٦ ط : دار القلم ، وقواعد الفقه للبركتي / ١٣٨ .
- (٣) ينظر: الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني / ٤٨ ، ٥٢ .
- (٤) ينظر: البحر الرائق لابن نجيم ٩٢/٦ ، ٢٨٤/٧ ، وفتح القدير على الهداية لابن الهمام ٤٤٩/٦ وما بعدها ط : دار الفكر - بيروت ، ودرر الأحكام شرح مجلة الأحكام لعلي حيدر ٣٧٧/٢ ط : دار الكتب العلمية ، لبنان ، وبلغة السالك لأقرب المسالك للشيخ : أحمد الصاوي ٥٩/٣ - تحقيق: محمد عبد السلام شاهين ط : دار الكتب العلمية ، بيروت (١٤١٥هـ - ١٩٩٥م) ، ومواهب الجليل للحطاب ٢٤١/٦ - تحقيق: زكريا عميرات ، ط : دار عالم الكتب (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م) ، وأسنى المطالب لزكريا الأنصاري ٣١/٢ ، وما بعدها ط : دار الكتب العلمية ، والمهذب للشيرازي ٢٦٨/١ ، وما بعدها ط : دار الفكر ، ومغني المحتاج ٣١/٢ وما بعدها ، والمبدع لابن مفلح ٥٤/٤ وما بعدها ، والمغني ٣٠٩/٤ ، وكشاف القناع ١٩١/٣ وما بعدها .
- إلا أنه عند الحنفية : لا تفسد أو تبطل الهبة بالشرط الفاسد ؛ لأن النبي - عليه الصلاة والسلام - أجاز العُمُورى وأبطل شرط المُعَمَّر ، وهذا بخلاف البيع فإنه يفسد بالشرط الفاسدة ، ولأن الشرط الفاسد في معنى الربا وهو يجري في المعاوضات دون التبرعات . ينظر : الاختيار لتعليل المختار لابن مودود ٥٧/٣ ط : دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان (١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م) ، والبحر الرائق لابن نجيم ٢٨٤/١٩٤ ، ٧/٦ ، وفتح القدير على الهداية لابن الهمام ٤٤٩/٦ وما بعدها ، ودرر الأحكام شرح مجلة الأحكام لعلي حيدر ٣٧٧/٢ .

من عقود المعاوضات، وهذا الأسلوب من المعاوضات لا يصح ، حيث ورد فيه النهي بقول النبي (ﷺ) (لَا يَجِلُّ سَلْفٌ وَيَبِّعُ وَلَا شَرْطَانٌ فِي بَيْعٍ وَلَا رِبْحٌ مَا لَمْ يُضْمَنْ وَلَا بَيْعٌ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ^(١)).

أو تكيف على أنها (عقد هدية بشرط العوض) ، فتكون من عقود المعاوضات أيضا ، ومن ثم : فإن اشتراط الشراء لسلمة ما من المحل التجاري، أو استخدام خدمة من مؤسسة ليدخل في السحب أو المشاركة، يترتب عليه بطلان العقد لكونه من الشروط الفاسدة ؛ لربط الهدية بمقابل وهو الشراء ؛ حتى يكون عوضا لباذل الهدية ، فمثل هذا الشرط يتعارض مع مقتضى عقد الهدية ، فهو غير ملائم له ، كما أن اشتراطه يهدف لتحقيق منفعة لأحد المتعاقدين وهو البائع أو المنتج ، أو غيره ، مما يترتب عليه بطلان العقد^(٢).

نوقش هذا :

بأن تكيف الهدايا الترويجية على أنها عقد من عقود المعاوضات لا يجوز بصحته ؛ لأن صور الهدايا تتعدد وتختلف في طريقتها من تاجر لآخر، فلا يمكن إطلاق التكيف بأنه عقد معاوضة، ومن ثم : فلا يصح اعتبار الشرط بالشراء شرطا فاسدا؛ لأن هذا لا يحكم عليه إلا من خلال حصر الصورة والطريقة للهدايا الترويجية، وتكييفها الفقهي، فقد يكون

(١) أخرجه الترمذي في سننه من طريق عمرو بن شعيب عن أبيه عن جده - كتاب البيوع ، باب : كراهية بيع ما ليس عندك ٥٣٥/٣ ح (١٢٣٤) و قال عنه : حسن صحيح ، والنسائي في السنن الكبرى كتاب التجارات ، باب النهي عن بيع ما ليس عندك ٣٩/٤ ح (٦٢٠٤) ط : دار الكتب العلمية ، تحقيق : د/عبد الغفار البنداري ، وأحمد في مسنده ١٧٨/٢ ح (٦٦٧١) ، والبيهقي في السنن الكبرى كتاب البيوع ، باب من قال لا يجوز بيع العين الغائبة ٢٦٧/٥ ح (١٠١٩٩) ، وأبو داود في سننه - كتاب البيوع باب الرجل يبيع ما ليس عنده ، ٣٠٥/٣ ح (٣٥٠٤) ط : دار الفكر تحقيق : محمد محيي الدين عبد الحميد ، والحاكم في المستدرک وقال عنه : هذا حديث صحيح على شرط جماعة من أئمة المسلمين ، ووافقه الذهبي ١٧/٢ ح (٢١٨٥) ، و خلاصة البدر النير لابن الملقن ٥٧/٢ ح (١٤٧٥) ، والتلخيص الحبير لابن حجر ٣٢/٣ ح (١١٥٠).

(٢) ينظر : المراجع السابقة للفقهاء في النهي عن اجتماع البيع والشرط الفاسد ، وأيضا : الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور : الشباني / ٤٨ .

بعضها من قبيل الهبة الخضة ، فتكون من عقود التبرع ، وقد تأخذ أشكالا أخرى، فتكون من المعاوضات ، أو من القمار المنهي عنه شرعا ، وذلك وفق شكلها وصورها^(١).

رابعا : لا يصح التعامل بالهدايا الترويجية ؛ لأنها طريقة غريبة رأس مالية: حيث إن الرأسمالية الغربية هي مصدر هذا التعامل، والرأسمالية لا تراعي المسألة الأخلاقية في عملية الربح والخسارة، بل إن ما تقوم عليه هو كيف تكسب، و بأي الطرق، دون مراعاتها للقيم والضوابط الشرعية ولما كانت هذه الهدايا إحدى تعاملاتكم، فلا ينبغي تقليدهم فيما يحدثونه من وسائل^(٢).

نوقش هذا :

بأنه وإن كانت تلك الهدايا الترويجية طريقه غريبة وتقليد للرأسمالية إلا أنه مما لا شك فيه ، أن الغرب - وللأسف - هم الرواد في معظم جوانب الحياة المادية في الزمن المعاصر ، ولهم من الخبرات الاقتصادية ما نحتاج إليه، سواء أكانت وسائل ، أم أدوات ، أو تجارب تقودنا لمواكبة هذه النهضة، فقد غدت طرق جذب الناس للشراء فسا عالميا يتسابق إليه كل التجار والاقتصاديون في أنحاء العالم وتطبيق هذه العلوم والفنون تلقي بفائدتها على السوق في البلاد الإسلامية ومن ثم : فليس بالضرورة أن كل ما صدر عنهم يعد من التقليد الذي يستوجب المخالفة بل على العكس.

فينبغي على المسلمين الحرص على كل وسائل التقدم في أي مجال، مادام لا يخالف تعاليم الشرع الحنيف، فإن الدين الإسلامي بني على قواعد وأصول فقهية واضحة ومبينة، وهذه القواعد متواكبة مع متطلبات العصر الحديث، فلا يحرم على الناس من المعاملات التي يحتاجون إليها إلا ما دل الكتاب والسنة على تحريمه^(٣).

(١) ينظر: الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني/ ٥١، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/ ٩٤، وما بعدها .

(٢) ينظر: الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني/ ٤٠، وفتاوي معاصرة للدكتور: القرضاوي ٤١٩/٢ .

(٣) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد عامر/ ١٢٣، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/ ٣١ .

الرأي الراجح في المسألة :

بعد بيان آراء العلماء المعاصرين حول حكم التعامل بالهدايا الترويجية " بدلا ، وقبولا " و بيان أدلتهم التي استدلووا بها ، ومناقشة ما أمكن مناقشته منها ، فإن الراجح هو ما ذهب إليه أصحاب الرأي الأول (المؤيدين للتعامل بالهدايا الترويجية) ، وهو القول بإباحة التعامل بالهدايا الترويجية في الجملة ، وذلك لما يلي :

أولا : لقوة أدلتهم التي استدلووا بها وسلامتها من المناقشة والمعارضة القوية ، فضلا عن ضعف أدلة المانعين للتعامل بالهدايا الترويجية فلم تسلم من ذلك .

ثانيا : إن الهدايا الترويجية بشكلها العام عقد مشروع ومضبوط بقواعد الشريعة ، وليس كما قال بعض المانعين له بأن الهدية الترويجية تقع في عقد معاوضة فاسد؛ لوجود شرط فاسد ، وهو اشتراط الشراء للحصول عليها ، وإنما هو عقد مستحدث ، له وسائله وضوابطه ، وعندما نحسن قراءة هذا العقد ودوافعه وآثاره على الاقتصاد والتجار ، وأثره في زيادة الخدمات للناس ، وتحسين الأسعار مع وجود التنافس بين التجار لكسب ود الجماهير ، فإنه لا يمكن أن نقر بالمنع على وجه الإطلاق ، وقد غدت طرق جذب الناس للشراء فنا عالميا يتسابق إليه الاقتصاديون و كل التجار في أنحاء العالم ، وتطبيق هذه الفنون تلقي بفائدتها على السوق في البلاد الإسلامية .

فترويج المنتجات (السلع - الخدمات) فيه منافسة تعود بمصلحة عامة للاقتصاد

في الأمة ، فتنافس التجار على الترويج ، بتقديم الهدايا يعود بالنفع العام على الناس ، فلا يجوز أن نقدم مصلحة بعض التجار على مصلحة عموم الناس .

ثالثا : أن الهدية الترويجية تعد من العقود المركبة المستحدثة ، فلا يمكن أن يقال فيه أنه عقد منفرد ، بل هو عقد مركب من عدة عناصر مكونة من (الهبة ، والترويج للسلع والخدمات ، والمنافسة في عرض الأسعار ، والقرعة أو السحب) ، وفي بعض الصور تتكون من عقدين متلازمين ، فالعقد الأول هو عقد (بيع محض) ؛ بأن يدفع المشتري أو العميل ثمنا مقابل الحصول على سلعته المحتاج إليها ، وهذا عقد بيع واضح له أحكامه وضوابطه ، والعقد الثاني هو عقد (الهدية) ، وباعتبارها عقدا مركبا ، فإنه ينظر إليه من خلال الأصول والمبادئ

الشرعية العامة ومدى انسجامه مع مقاصد الشريعة الإسلامية الشريعة لا تحرم العقود ابتداءً، وإنما الأصل في العقود الحل والإباحة، ما لم يَقم دليل على المنع، وهذا ما يتطلب دراسة كل صورة على حدة، وذلك للتمييز بين ما يصنف ضمن العقد الجائز شرعاً، والعقد الذي يشوبه حرمة ما من أي باب، سواء كانت شبهة قمار، أو أكل لأموال الناس بالباطل وغير ذلك.

فلهذه الأسباب يباح شرعاً التعامل ببعض صور الهدايا الترويجية في الجملة، ولكن، ما أبيع منها لا بد أن يكون وفق ضوابط وشروط معينة، يأتي الحديث عنها بمشيئة الله - تعالى - في المبحث التالي.



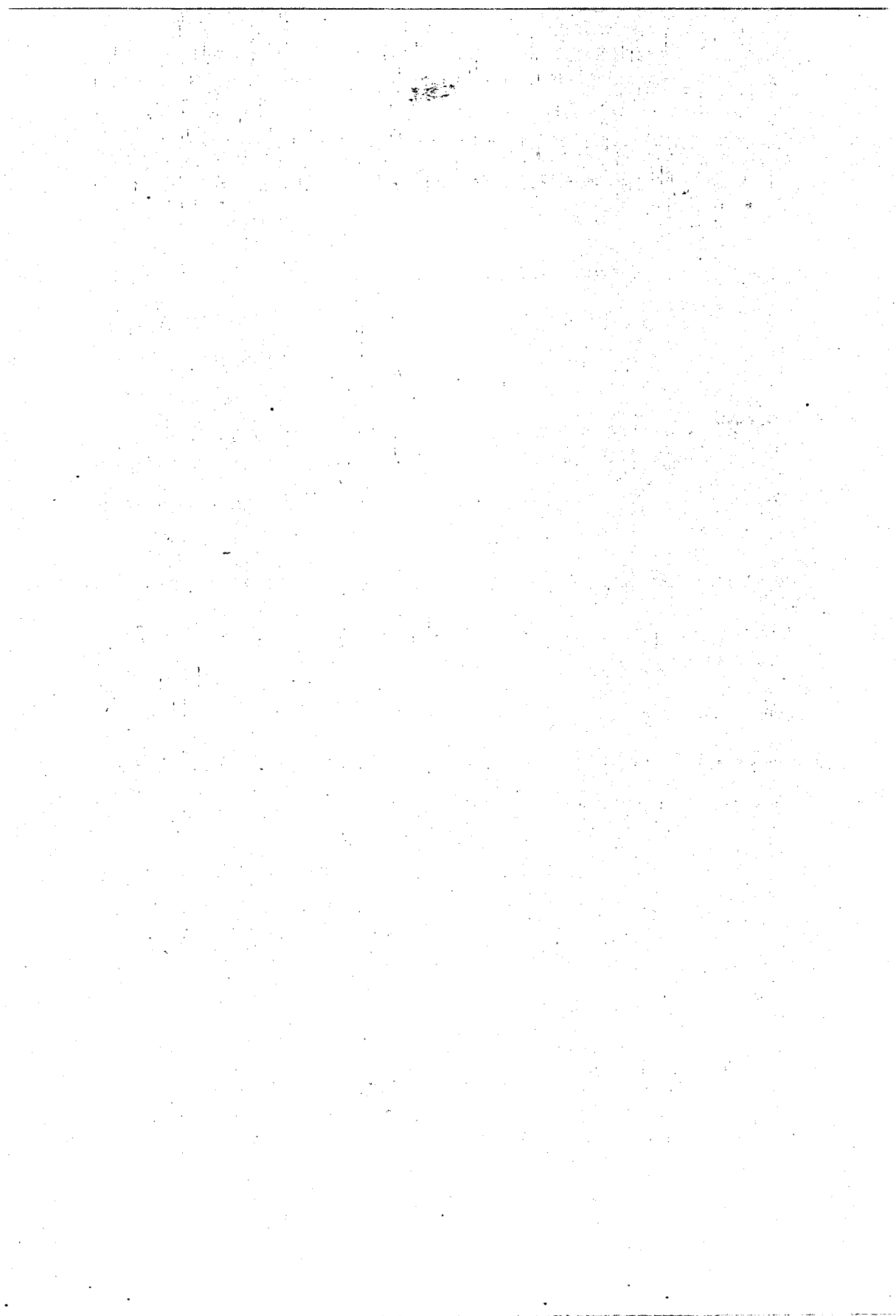
المبحث الثاني

شروط و ضوابط الهدايا الترويجية المعاصرة

وحكم بذها وقبولها من غير شرط ، أو عمل معين

لقد كثر في هذه الأيام المعاصرة الصراع التنافسي بين التجار وغيرهم ، كأرباب المصانع والشركات أو المؤسسات مع اختلاف أعمالها ومهامها ففتن من يريد ترويج منتجه أو سلعته أو بضاعته عدة أساليب ، فمنهم من ذهب لتقديم الهدية بلا شرط ، أو عمل محدد ، ومنهم من اعتمد في منح الهدية للعميل على قيمة الهدية نفسها ، ومنهم من اعتمد على قيام المستهلك أو العميل بعمل معين للدخول في سحب أو قرعة ؛ حتى تتسنى له فرصة الفوز بالهدية المقدمة .

ولقد وضع الفقهاء أحكاماً للهدية ؛ حتى لا تكون الغاية منها التأثير على الشخص الذي يأخذ الهدية ليحيد عن شرع الله ، أو تكون الهدية مرهقة لمن يقدمها ، أو تتضمن نواحي إسراف وتبذير ، ومظهرية وترف ، وهذه الأحكام من الأهمية أن يعرفها أطراف الهدية (المهدي) - باذل الهدية و (المهدي إليه) - الذي يقبلها ؛ حتى تحقق مقاصدها المشروعة ، و لا تكون سبباً في إفساد الذمم أو الإسراف في المال وتبذيره ، ومن ثم : فإن الحديث عن هذا المبحث ينتظم في مطلبين ، كما يلي :



المطلب الأول

شروط وضوابط الهدايا الترويجية المعاصرة

مما سبق بيانه في المبحث الأول أنه يباح شرعا التعامل ببعض صور الهدايا الترويجية في الجملة ولكن ما أبيض منها لا بد أن يكون وفق شروط وضوابط معينة، ومن ثم : فإن الحديث عن ذلك ينتظم في فرعين كما يلي :

الفرع الأول

شروط الهدايا الترويجية المعاصرة

لقد ذكر الفقهاء شروطا في الهبة بصفة عامة وهي تنطبق على الهدية الترويجية باعتبارها عقدا واحدا، أو باعتبار الهدية نوعا من الهبة، وأهم هذه الشروط التي تتفق أو تتناسب مع موضوع البحث ما يلي :

أولا : يشترط في الهدية أن تكون موجودة عند الإهداء، وغير مجهولة : ولكن هذا الشرط هو محل خلاف بين الفقهاء، حيث اختلفوا في اشتراط وجود الشيء الموهوب في عقد الهبة أو الهدية حال العقد، والعلم به، على قولين، كما يلي :

القول الأول : لجمهور الفقهاء (الحنفية، والشافعية، والحنابلة في القول الأصح وهو المذهب والظاهرية)، حيث اتفقوا في عقد الهبة، أو (الهدية) أن تكون موجودة عند العقد، ومعلومة؛ لأنها عقد في الحال^(١)، فكل ما هو غير موجود في وقت العقد ولا معلوم لا يجوز إهداؤه^(٢).

(١) ينظر: بدائع الصنائع ١١٩/٦، والفتاوى الهندية ٣٧٤/٤ ط : دار الفكر، ومغني المحتاج ٣٩٩/٢ والمهذب للشيرازي ٤٤٦/١ ط : دار الفكر، والإنصاف للمرداوي ١٣١/٧، والمغني لابن قدامة ٢٨٠/٦، وكشاف القناع ٢٩٨/٤ .

(٢) ولكن الظاهرية : نظروا إلى نية المهدي ومراعاة الجانب النفسي، في دفع الهدية إلى الغير مع وجود الجهالة، حيث قالوا : إن الهدية هي تملك للغير، وإن الله تعالى حرم أخذ أموال الناس دون رضاهم، فلو أهدى رجل لآخر موسم النخل القادم، فلما جاء الموسم كان موسما مثمرا وغزير الحب، فعندها قد يميل المهدي إلى التراجع لحدوث ما لم يتوقعه من حسن إنتاج وجمال الوصف، فقد لا يكون راضيا عن ضخامة هذه الهدية من ماله في موسم واحد، فيقع الغل والحزن لو جاز انعقاد الهدية بالمعدوم، ولذلك لا يتم العقد ولا يقع صحيحا مع وجود الجهالة . ينظر : الخلى ١١٦/٩ .

ومثال ذلك : لو أهداه مثلا ، ثمر العام القادم ، أو صيد الغد ، أو ربيع الموسم القادم، أو زبدا في لبن أو دهن في سمس ، فهذه هدايا لا تصح ؛ لأن الهدية عليك في الحال ، وتملك المعدوم والمجهول محال ، والضابط عندهم قاعدة (كل ما جاز بيعه جازت هبته) وذلك قياسا على عقد البيع^(١) .

ولقول الرسول (ﷺ) لحكيم بن حزام : (لا تبع ما ليس عندك)^(٢) ، فالهدية على معدوم ، أو مجهول يفقد العقد أهم شروط صحته ، وهو القبض ، فلا قبض مع عدم الوجود فيقع العقد باطلا عندهم .

القول الثاني : للمالكية : حيث ذهبوا إلى صحة الهدية في كل ما يمتلكه الإنسان وإن كان مجهولا أو غير محدود حال العقد ، أو غير ذلك مما لا يصح بيعه كالثمرة قبل بدو صلاحها و الشيء المغصوب ، فلا يشترط عندهم في الهدية أن تكون موجودة عند الإهداء ، ولكن يشترط فيها إمكانية النقل والحيازة شرعا ، إذ الأصل عندهم أنه يصح هبة كل ما يقبل النقل شرعا وإن كان مجهولا ، ومن ثم : إذا أهدى إنسان لآخر ثمر الموسم القادم جاز عندهم ؛ لأنه قادر على قبضه بالحيازة ، والقاعدة عندهم : (أن كل ما لا يصح بيعه في الشرع من جهة الفرد جاز هبته) فالمعدوم المتوقع وجوده تجوز هبته كالثمار قبل نضوجها^(٣) .

(١) ينظر : المراجع السابقة ، وأيضا : الأشباه والنظائر للسيوطي / ٤٦٩ ط : دار الكتب العلمية بيروت ، والمختصر في القواعد للزرکشي ١٣٨/٣ ط : وزارة الأوقاف بالكويت .

(٢) ونص الحديث : أن حكيم بن حزام قال : (أتيت رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت يأتيني الرجل يسألني من البيع ما ليس عندي أتباع له من السوق ثم أيبعه ؟ قال لا تبع ما ليس عندك) أخرجه الترمذي في سننه من حديث : حكيم بن حزام - كتاب البيوع ، باب : كراهية بيع ما ليس عندك ٥٣٤/٣ ح (١٢٣٢) وقال عنه : حسن صحيح ، وابن ماجه في سننه - كتاب التجارات ، باب النهي عن بيع ما ليس عندك ٧٣٧/٢ ح (٢١٨٧) ، والنسائي في السنن الكبرى - كتاب البيوع باب بيع ما ليس عند البائع ٣٩/٤ ح (٦٢٠٦) ، وأحمد في مسنده ٤٠٢/٣ ح (١٥٣٤٦) ، والبيهقي في السنن الكبرى كتاب البيوع ، باب ما ورد في كراهية التبايع بالعينة ٣١٧/٥ ح (١٠٤٨٦) ، وأبو داود في سننه - كتاب البيوع ، باب الرجل يبيع ما ليس عنده ، ٣٠٥/٣ ح (٣٥٠٣) ط : دار الفكر تحقيق : محمد محيي الدين عبد الحميد ، وخلاصة البدر المنير لابن الملقن ٥١/٢ ح (١٤٥٣) ، والتلخيص الحبير لابن حجر ١٠/٣ ح (١١٢٦) .

(٣) ينظر : بداية التجهيد لابن رشد ٢٦٨/٢ ط : دار الفكر ، والقوانين الفقهية / ٢٤١ ، وشرح الخرشي على مختصر خليل ١٠٣/٧ ط : صادر بيروت ، ومنح الجليل للشيخ علبش ٨٢/٤ ط : مكتبة النجاح بطرابلس - ليبيا ، والذخيرة للقرافي ٢٢٦/٦ - تحقيق : سعيد غراب ط : دار الغرب الإسلامي .

ووافقهم الحنابلة في الصحيح من المذهب: إن كان الشيء المهدي مجهولا و يتعذر العلم به كزيت اختلط بزيت أو كإهداء قمح اختلط به شعير، فالهدية صحيحة عندهم على اعتبار أنها صلح على مجهول للحاجة^(١).

ولكن للتوفيق بين أقوال الفقهاء في هذا الشرط، أقول:

إذا كانت الهدية غير موجودة وقت العقد، فإنها لا تصح؛ لأنها تمليك في الحال؛ ولأن في عدمها فتح لنوافذ الخلاف بين المهدي والمهدي إليه، أو من له علاقة بتلك الهدية، وهذا يتوافق مع مذهب جمهور الفقهاء وهو اشتراط وجود الشيء الموهوب حال العقد. وأما بالنسبة لجهالة الهدية: فإن الجهالة لا تضرها، وإن كان الوضوح والبيان أقرب إلى تحقيق المراد من الهدية وهو الود والتقارب، حيث إن المعرفة بالهدية تكون أكثر تأكيدا بحق الباذل لها لأنه سيخسر من ماله للغير، إلا أنه لا حرج في عدم معرفة ماهية الهدية إذا كانت ستسلم في حال العقد، فلا يترتب على الجهالة ضرر بعقد الهدية؛ لأنها من عقود التبرعات، وهذا يتفق مع مذهب المالكية، ومن وافقهم من الحنابلة كشيخ الإسلام ابن تيمية، وابن القيم، والحارثي^(٢).

ثانيا: يشترط في الهدية أن تكون مالا متقوماً شرعاً: المال المتقوم في نظر الشرع هو ما كان له قيمة يضمن بها عند الإتلاف، وبناءً عليه: لا يجوز التهادي بالميتة والدم والخنزير والخمور والمخدرات وغيرها؛ لأن الميتة والدم والخنزير ليست بمال، ولأن الخمور

(١) حيث ذهب الحنابلة إلى التفصيل بالنسبة للشيء الموهوب إن كان مجهولا؛ لأنه لا يخلو: إما أن يتعذر علمه أو لا فإن كان يتعذر علمه كزيت اختلط بزيت، فإن الصحيح من المذهب: صحة الهبة كالصلح على مجهول للحاجة، وقيل: لا يصح، وإن كان الشيء الموهوب مما لا يتعذر علمه كالحمل في البطن واللبن في الضرع والصوف على الظهر فالذهب عدم الصحة؛ للجهالة، وتعذر التسليم، وعليه جماهير الأصحاب، وقيل: تصح هبة المجهول، كما قالوا أيضا في قول آخر مفاده: أن الجهل إذا كان من قبل المهدي منع الصحة، وإن كان من قبل المهدي إليه صحت الهدية، وهذا ما يسميه الناس اليوم بالمفاجأة. ينظر: مطالب أولي النهى للرحيبي ٣٩٤/٤، والإنصاف ١٣٢/٧، والمغني ٢٨٨/٦.

(٢) ينظر: الذخيرة للقرافي ٢٢٦/٦، وبداية المجتهد ٢٦٨/٢، والإنصاف ١٣٢/٧، وما بعدها، ومطالب أولي النهى للرحيبي ٣٩٤/٤، والمغني ٢٨٨/٦.

والمخدرات ليست متقومة بالشرع، أي: لا قيمة لها، فكل محرّم شرعاً لا يجوز التهادي به بين الناس، وذلك وفقاً للضابط الفقهي المعروف (كل ما لا يجوز بيعه لا تجوز هبته)^(١).
ومن أمثلة ذلك في واقعنا المعاصر:

ما تقدمه بعض الشركات، أو المؤسسات، أو التجار، كولات المدخنين، أو طفايات السجائر التي لا تستعمل إلا في هذا الغرض، أو يغلب استعمالها فيه، فإنه لا يجوز بذها؛ لما في ذلك من الإعانة على الإثم، وقد قال الله - تعالى - : { وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ }^(٢).

ويمنع قبولها، أيضاً سداً للذريعة، وإعانة لهذا التاجر على ترك هذا النوع من الهدايا التي تغري بملابسة المحرمات، حتى ولو علم المهدي إليه أنه لا يستعملها إلا في مباح؛ إذ درء المفسد أولى من جلب المصالح^(٣).

ومن ثم: فلا يصح شرعاً التعامل بذلاً، أو قبولاً بالهدايا الترويجية التي يغلب عليها الاستعمالات المحرمة، أو التي تمنح من شركات أو مؤسسات تتعاطى المحرمات، كمصانع الخمور والمسكرات وغيرها^(٤).

فلا بد في الهدية أن تكون مما له قيمة ينتفع بها شرعاً، ولو كانت من الأشياء القليلة التي لا تتمول، أي لا يمكن بيعها أو شراؤها، كما ذهب إليه بعض الشافعية، فتجوز الهدية ولو كانت قليلة، بناءً على قول النبي (ﷺ) (يَا نِسَاءَ الْمُسْلِمَاتِ لَا تَحْقِرَنَّ جَارَةَ لِحَارَتِهَا وَلَوْ فَرَسِينَ شاة)^(٥).

(١) ينظر: بدائع الصنائع ١١٩/٦، وبداية المجتهد ٢٦٨/٢، والأشباه والنظائر للسيوطي/٤٦٩، والمنثور في القواعد للزركشي ١٣٨/٣، ومغني المحتاج ٣٩٩/٢، والإنصاف ١٣١/٧، ومطالب أولي النهي ٣٩٤/٤.

(٢) من الآية رقم (٢) من سورة المائدة.

(٣) ينظر: الأشباه والنظائر للسيوطي ٨٧، وغمز عيون البصائر للحموي ٢٩٠/١، وقواعد الأحكام في مصالح الأنام للعز بن عبد السلام ١٤/١، وما بعدها، ١١٢ ط: دار المعارف بيروت - لبنان.

(٤) ينظر: الحوافر التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح / ٧٥.

(٥) متفق عليه بلفظه: صحيح البخاري - كتاب الحبة وفضلها، باب القليل من الحبة ٩٠٧/٢ ح (٢٤٢٧)، وصحيح مسلم - كتاب الزكاة، باب الحث على الصدقة ولو بقليل ٧١٤/٢ ح (١٠٣٠).

ومعنى (فرسن شاة)، قال أهل اللغة: هو ما دون الرسغ من يدها، وقيل هو: عظم قليل اللحم وهو الظلف، وأصل استعماله في الإبل، ولكن استعير استعماله في الغنم وهو فيها مثل القدم في =

فالحديث يدل على أنه لا حرج في إهداء القليل أو قبوله، وبناء على صحة الصدقة بالتمر والصدقة هبة، ولكن نص بعضهم على أن ما لا يتمول من الطعام لا يهدى، كحبة الخنطة، والزبيبة؛ لأنه لا يباع ولا قيمة له في البيع^(١). وأرى : أنه تصح الهدية بالشيء القليل مما لا يباع من طعام أو شراب أو نحوهما ، إذا لم يقصد بها الاستهزاء، والاستهتار بالمهدى إليه؛ لأن المقصد من الهدية التقريب لا التفريق.

وبالنسبة للقليل أو الكثير من الهدية، فحكمه يكون بالنظر للمقصد منها ، وحسب ما يفهم من بذلها فإن كانت من باب الود والتحبب، كأن يهدي شخص لآخر قطعة حلوى، أو حبة تمر، أو غير ذلك، فهذا جائز لتحقيق المقصود من تشريع الهدية، وأما إن كان المقصود التحقير والتقليل من مكانة المهدى إليه فهذا لا يجوز؛ لما فيه من إيغال للنفوس والقلوب وزرع الحقد والعداوة بين الناس.

ثالثا : يشترط في الهدية أن تكون مملوكة للمهدي: من الشروط الواجبة في الشيء المهدى أن يكون مملوكا في نفسه ، فلا يجوز إهداء المباحات وذلك لعدم الإحراز ، ولأن الهدية تمليك ، وتمليك ما ليس بمملوك محال ، كما يلزم أن تكون الهدية مملوكة للمهدي ؛ لأن هبة أو هدية مال الغير ممنوع بغير إذنه ، ومن ثم : لا تجوز هدية الفضولي.

= الإنسان ، والمتصود : المبالغة في الحث على الإهداء ولو في الشيء اليسير، وخص النساء بالخطاب؛ لأنه يغلب عليهن استمتاع الشيء اليسير والتباهي بالكثرة، ومعناه : لا تمتنع جارة من الصدقة والهدية لجارتها لاستقلالها واحتقارها الموجود عندها، بل تجود بما تيسر ولو كان قليلا كفرسن شاة فهو خير من العدم ، أو لا تحتتر المرأة المهدى إليها ما يهدى لها ولو كان قليلا .

ينظر : لسان العرب ١٣/٦، ٣٢٢/١٥٩، وفتح الباري ٥/١٩٨، وتحفة الأحمدي ٦/٢٧٥، وما بعدها وشرح صحيح البخاري لابن بطال ٧/٨٧، وما بعدها ، وحاشية البجيرمي على شرح منهج الطلاب (التجريد لنفع العبد) ٣/٢١٥ ط : المكتبة الإسلامية بديار بكر - تركيا .

(٢) ينظر : فتح الباري ٥/١٩٨، وتحفة الأحمدي ٦/٢٧٥، وما بعدها، وشرح صحيح البخاري لابن بطال ٧/٨٧، وما بعدها، ومعنى المحتاج ٢/٣٩٩، وحاشية التليزي وعميرة ٣/١١٣ - تحقيق : مكتب البحوث والدراسات ، ط : دار الفكر - بيروت (١٩٤١ - ١٩٩٨ م).

ويستوي أن تكون الهدية عينا أو دينا ، فتجوز هدية العين لإمكانية قبضها ، أما هدية الدين : فإنها تجوز من الدائن للمدين الذي عليه الدين ، لأنه بمثابة إبراء للمدين أو إسقاط الدين عنه ، ولا حاجة لقبض جديد ، وذلك باتفاق جمهور الفقهاء^(١).

أما هدية الدين لغير المدين ، فهي محل خلاف بين الفقهاء ، حيث اختلفوا في حكمها على قولين :

القول الأول : للحنفية في المذهب ، والمالكية ، والشافعية في الصحيح من المذهب^(٢) : أنه تصح هدية الدين لغير المدين ، وهذا مبني على أنه إنابة في قبض الدين ، ولأن ما في الذمة مقدور على تسليمه وقبضه^(٣).

القول الثاني : للحنفية في غير المذهب ، والشافعية في الأصح المعتمد من المذهب ، والحنابلة : أنه لا تصح هدية الدين لغير المدين ؛ لأن الدين غير مقدور على تسليمه لتعلقه بالذمة ، وما في الذمة لا يحتمل القبض ، وهو شرط في جواز الهدية ، وهذا بخلاف ما لو وهب الدين أو أهداه للمدين ، لأن الدين في ذمته ، وذمته في قبضه ، فكان الدين في قبضه بواسطة قبض الذمة ، ومن ثم : فإن الهدية على هذا الوجه غير مقدورة التسليم ، وأن ما يقبض من الديون عين لا دين ، والقبض في الهدية ، إنما يكون فيما ورد العقد عليه^(٤).

(١) ينظر : بدائع الصنائع ١١٩/٦ ، والبحر الرائق ٢٨٤/٧ ، وشرح الخرشي على مختصر خليل ١٠٥/٧ ، ومنح الجليل ٨٦/٤ ، ومعنى المحتاج ٤٠٠/٢ ، وحاشية القليوبي وعميرة ١١٣/٣ ، والإنصاف للمرداوي ١٢٧/٧ ، وكشاف القناع ٣٠٦/٤ .

(٢) ينظر : بدائع الصنائع ١١٩/٦ ، والبحر الرائق ٢٨٤/٧ ، وما بعدها ، وشرح الخرشي على مختصر خليل ١٠٥/٧ ، ومنح الجليل ٨٦/٤ ، ومعنى المحتاج ٤٠٠/٢ ، وحاشية القليوبي وعميرة ١١٣/٣ .

(٣) ولكن اشترط المالكية لصحة هدية الدين لغير المدين (القبول أو التوثيق) ؛ لأن هدية الدين تعد إبراء ، والإبراء يحتاج إلى قبول ، فلا بد من توثيق الدين أو إثباته بأن يدفع المهدي للمهدي إليه وثيقة الدين ، أو ما يشته ؛ لإتمام صحة الهدية له ، أو أن يجمع بين المدين وبين المهدي إليه . ينظر : الشرح الكبير للردديري مع حاشية الدسوقي ٩٨/٤ .

(٤) ينظر : بدائع الصنائع ١١٩/٦ ، والبحر الرائق ٢٨٤/٧ ، ومعنى المحتاج ٤٠٠/٢ ، وحاشية القليوبي وعميرة ١١٢/٣ ، والإنصاف ١٢٧/٧ ، وكشاف القناع ٣٠٦/٤ .

وأرى أن ما ذهب إليه الحنفية في المذهب، والمالكية، ومن وافقهم هو الراجح فتجوز هدية الدين لغير من عليه الدين، وذلك كالإناية في القبض، ولكن يستحسن الأخذ بما اشترطه فقهاء المالكية من القبول والتوثيق؛ لمنع الاختلاف بين المهدي إليه والمدين والدائن^(١).

فهذه هي أهم الشروط التي يجب توافرها في الهدية، وإن كان هناك شروط أخرى للهبة أو الهدية قد نص عليها الفقهاء، إلا أنني اقتصر على ذكر بعضها مع توضيحها، بحيث يتفق، أو يتناسب مع موضوع البحث، وحتى لا يطول البحث دون فائدة عن مثيله^(٢).

(١) ينظر: الشرح الكبير للدردير مع حاشية الدسوقي ٩٨/٤.

(٢) ومن هذه الشروط التي نص عليها الفقهاء في الشيء الموهوب أو المهدي: أن يكون مما يصح قبضه، وأن يكون مفرزا، أو محوزا، وأن يكون متميزا عن غير الموهوب وغير متصل به، ولزيد معرفة هذه الشروط وتوضيحها يراجع وينظر ما يلي: بدائع الصنائع ١١٩/٦، ١٢٣، وبداية المجتهد ٢٦٧/٢، وما بعدها، وشرح الخرشني على مختصر خليل ١٠٣/٧، ومغني المحتاج ٣٩٩/٢، وحاشية اقلويي ١١٢/٣، وروضة الطالبين ٣٧٦/٥، والمغني ٢٧٣/٦، وما بعدها، والإنصاف ١٣١/٧، وما بعدها.

الفرع الثاني

الصوابط الشرعية للهدايا الترويجية المعاصرة

إن الشروط السابقة التي اشترطها الفقهاء، لا بد من تحققها بصفة عامة في كل أنواع الهدايا، ومنها الهدايا الترويجية، ولكن ما أبيع استعماله منها في ترويج المنتجات، لا بد فيه بصفة خاصة أن يخضع لعدة ضوابط شرعية وهي علي النحو التالي :

- ١- أن لا يزيد التاجر في ثمن السلعة المعروضة عن عادة السوق في المكان الذي يقيم فيه، لأن الزيادة على السلعة في حال تقديم هدية معها، أو في حال تمكين المشتري من الدخول في قرعة، أو سحب، تعتبر استغلالاً، وفي هذا العصر يمكن معرفة إن كان هناك زيادة بسبب الهدية أو السحب، أم لا، نظراً لكثرة الخلات التجارية في الأسواق بسبب تنوع السلع واختلافها، فيمكن للناس أن يقارنوا بين ما يسعره التجار لبضاعتهم المختلفة .
- ٢- أن يكون الهدف من عملية الشراء هو الحصول على السلعة التي يحتاج إليها وليس الهدية .

والذي يضبط لنا توجه نيات الناس في الإقبال على حاجاتهم من السلع وغيرها بشكل رئيسي، مع الرغبة في الحصول على الهدية، دون أن تكون هي السبب الرئيسي في عملية الشراء، هو قيمة الهدية؛ لأنها لو كانت قيمتها بقيمة المعتاد في السوق وغير مبالغ فيها؛ فالناس بطبيعتهم يودون الحصول عليها، لكن دون أن يتوجهوا لشراء ما لا حاجة لهم به، أما إذا كانت الهدية ذات قيمة عالية، فلربما توجه أغلب الناس للشراء وهم معنيون بفرصة الحصول على الهدية، مما يجعلهم يقعون في ما يشبه القمار المحرم^(١).

- ٣- أن تكون الهدية التي تقدم للعميل من الهدايا البسيطة المعتادة التي لا تثير نزعات النفس إلى الشراء من غير حاجة، فهذه جائزة ولا حرج فيها، أما الهدايا ذات القيمة العالية كالعقارات أو السيارات أو المبالغ المالية العالية فهذه تدفع جمهور الناس للشراء من غير حاجة لهم بالسلع، بل ربما أهلك بعض الناس أموالهم ليشتروا من هذه الخلات التجارية أو

(١) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شير/ ٣٠، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٧، وما بعدها .

الشركات ، و يدخلوا في القرعة والسحب ، وهذا التوجه هو تجسيد للقمار أو الميسر ، مما يترتب عليه أكل أموال الناس بالباطل ، و ضياع حقوقهم ؛ لأن تدخل التاجر سيزداد بجمع أموال الناس بالتغريب بهم ، وتطميعهم بالحصول على هذه الهدايا ^(١) .
ومن خلال هذه الضوابط ، فإنه يمكن الحكم على أي صورة من صور الهدايا الترويجية ، وهذا ما يتضح بيانه بمشيئة الله - تعالى - في المطلب الثاني ، وما يليه من مباحث .

(١) ينظر: المرجعان السابقان نفس الصفحات .

المطلب الثاني

الحكم الشرعي للهدايا الترويجية المعاصرة بذلا من الجهة المانحة

وقبولا من العميل (المشتري أو غيره)

إذا كانت من غير شرط ، أو عمل معين

يلجأ كثير من التجار إلى توزيع هدايا مادية، وغالبا تكون من الأشياء الملاصقة للأفراد أو مما يكثر استعماله و مباشرته غالبا كالمفكرات ، والآلات الحاسبة الصغيرة ، أو الساعات الإلكترونية رخيصة الثمن، أو سلاسل المفاتيح ، أو غيرها من الأدوات المكتبية.

وهذه الصورة تقوم على تقديم هدية مادية من قبل التاجر أو المؤسسة ، من غير أن يقوم العميل - المشتري - المستهلك - ، بأي عمل من الأعمال ، ويكثر استخدام هذا الأسلوب من الترويج في بداية عمل مؤسسة تجارية ، أو صناعية ؛ لتعريف الناس بها ، وإشهار منتجاتها ، وقد يكون هناك كوبونات توزع لكل من يزور المؤسسة ، ومن خلالها يتم السحب على عدد منها ، ومن يخالفه الحظ يحصل على هذه الهدايا^(١).

وحتى نتعرف على الحكم الشرعي لهذه الصورة من الهدايا الترويجية ، لا بد أولا من بيان تكييفها الفقهي ، ومن ثم : يتضح لنا حكمها الشرعي ، وذلك كما يلي :

أولا : التكييف الفقهي للهدايا الترويجية المعاصرة المقدمة للعميل (المشتري أو

غيره) من غير شرط ، أو عمل معين :

بالنظر إلى الصورة السابقة لهذا النوع من الهدايا الترويجية ، فإن تكييفها الفقهي لا يخرج عن كونها (هبة محضة أو مطلقة) ؛ لأنه يقصد منها تعريف الناس بأعمال التجار ، وإقامة علاقة ودية معهم ، حيث إن الجهة المهدية تبادر إلى إهداء هذه الهدايا دون اشتراط شراء سلعتها أو خدمتها ، فتعد هدية مطلقة^(٢).

(١) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شيبير/٢٢ ، والخوافز التجارية التسويقية ،

وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/١٢٨، ٦١ وما بعدها.

(٢) ينظر: الخوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٥ .

ثانيا : الحكم الشرعي للهدايا الترويجية المعاصرة بذلا من الجهة المانحة وقبولا من العميل (المشتري أو غيره) إذا كانت من غير شرط، أو عمل معين :

بناءً على التكييف الفقهي السابق لهذه الصورة من الهدايا الترويجية، وهو أنها هبة مطلقة، فإن الحكم الشرعي هو: إباحة هذه الهدية الترويجية بصورتها المتقدمة، بذلا وقبولا؛ وذلك إذا تحققت فيها الشروط و الضوابط السابقة، وذلك لما يلي :

أولا : أن الأصل في المعاملات الحل ولم يَقم ما يوجب تحريم هذه الهدايا الترويجية ، والهبة أو الهدية عقد مشروع، إذا توافرت فيها شروطها، حيث أجمع علماء الأمة وفقهاؤها في جميع العصور والمذاهب على أن الهدية مندوبة، ورجبوا بها؛ لما لها من أثر في التقارب، والألفة بين أفراد المجتمع المسلم، ولأن الإنسان مفطور على حب من أحسن إليه وأكرمه، فهي مندوبة لما فيها من التعاون على الخير وكسب للقلوب^(١)، ومن هذا القبيل الهدايا الترويجية بصورتها السابقة، إذا تم تقديمها من غير شرط أو عمل معين يقوم به المهدي إليه لصالح المهدي .

ثانياً: إن هذه الصورة من الهدايا الترويجية وسيلة لترغيب الناس في الشراء، وتشجيعهم على التعامل مع من يستعملها ، فيصح بذلها من المسلم وغيره، كما يستحب قبولها شرعا ما لم يكن استعمالها في محرم، أو يغلب استعمالها فيه، ويكره ردها من غير مسوغ؛ لما فيه من الإساءة للمهدي^(٢).

وذلك لعموم الأدلة التي تحث على قبول الهدية، ولو كانت من غير مسلم، ما لم يَقم مانع شرعي يمنع من قبولها سداً للذريعة ، ومن هذه الأدلة ما يلي :

١- قوله - تعالى - في سياق قصة بلقيس مع سيدنا سليمان عليه السلام { وَإِنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنَظِرَةٌ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ }^(٣).

(١) ينظر: الجامع لأحكام القرآن للقرطبي ١٣/١٩٩ ط : دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥ م)، والاختيار لتعليل المختار لابن مودود ٣/٥٤، والبهجة شرح التحفة للتسولي ٢/٣٩٤ ط : دار الكتب العلمية - بيروت، وروضة الطالبين للنووي ٥/٣٦٤، وما بعدها، ومغني المحتاج ٢/٣٩٦، والمغني ٦/٢٧٣، وكشاف القناع ٤/٣٢١ .

(٢) ينظر: المراجع السابقة، وأيضا : الحوافر التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح /٦٣، ٦٦، ٩٧ .

(٣) من الآية (٣٥) من سورة النمل .

وجه الدلالة :

دلت هذه الآية الكريمة على مشروعية الهدية، للود والملاطفة، حيث إن (بلقيس) ملكة سبأ كانت امرأة لبيبة قد سيست وسانست، حيث دبرت أن تتفادى الحرب بطريقة المصانعة، والملاطفة؛ لأنها علمت أن الهدية تقع موقعا من الناس، فأرسلت إلى سيدنا سليمان بهدية نفيسة، قيمة قيل: إنها كانت من الذهب، أو من الجواهر النفيسة، أو من الغلمان والجواري وذلك؛ لتفادى الحرب معه، أو تختبره بها والظاهر أن نبي الله سليمان - عليه السلام - كان سيقبل الهدية لو كانت خالية عن المساومة والابتزاز ولكن عندما علم بذلك امتنع عن قبولها وأمر بردها^(١).

٢- قول النبي (ﷺ) فيما رواه عنه أبو هريرة - ﷺ - أنه قال: (يَا نِسَاءَ الْمُسْلِمَاتِ لَا تَحْفَرْنَ جَارَةَ لِحَارَتِهَا وَلَوْ فَرَسَنَ شَاةً)^(٢).

٣- وقوله (ﷺ) (لَوْ دُعِيْتُ إِلَى كُرَاعٍ أَوْ ذِرَاعٍ لَأَجَبْتُ، وَلَوْ أُهْدِيَ إِلَيَّ ذِرَاعٌ أَوْ كُرَاعٌ لَقَبِلْتُ)^(٣).

وقوله (ﷺ) (تَادُوا تَحَابُوا)^(٤)، فقد ثبت أن النبي (ﷺ) كان يهدي للناس ويهدى إليه، ويشب عليها ودعا إلى هذا العقد ورجب فيه^(٥).

(١) ينظر: الجامع لأحكام القرآن للقرطبي ١٣/١٩٦، وأيسر التفاسير للجزائري ٤/١٩ وما بعدها، وبحر العلوم لأبي الليث السمرقندي ٥٨١/٢ ط: دار الفكر، وتفسير البحر المحيط لأبي حيان الأندلسي ٧٠/٧ ط: دار الكتب العلمية - بيروت - (١٤٢٢ هـ - ٢٠٠١ م)، وتفسير الخازن ٥/١٤٥ ط: دار الفكر - بيروت.

(٢) الحديث متفق عليه بلفظه وقد سبق تخريجه -.

(٣) صحيح البخاري - كتاب الهبة وفضلها، باب القليل من الهبة ٢/٩٠٨ ح (٢٤٢٩)، كتاب النكاح، باب من أجاب إلى كراع ٥/١٩٨٥ ح (٤٨٨٣).

ومعنى: (ذِرَاعٌ)، أي: اليد من الحيوان، و(كُرَاعٌ) أي: ما استدق من ساق الحيوان وهو ما دون الكعب ومستدق الساق، وهو شيء حقير. ينظر: فتح الباري ٥/١٩٩، وفيض القدير للمناوي ١/٣٤٧.

(٤) السنن الكبرى للبيهقي من حديث أبي هريرة - ﷺ - في كتاب الهبات، باب: التحريض على الهبة والهدية صلة بين الناس ٦/١٦٩ ح (١١٧٢٦)، ومجمع الزوائد للهيتمي عن عائشة - ﷺ - ٤/١٤٦، ونيل الأوطار ٦/١٠٠، وإسناده حسن ورجاله ثقات.

(٥) ينظر: صحيح البخاري - كتاب الهبة، وفضلها، باب: المكافأة في الهبة من حديث عائشة - ﷺ - ٢/٩١٣ ح (٢٤٤٥)، والتمهيد لابن عبد البر ٢١/١٨ ط: وزارة عموم الأوقاف والشؤون =

فلهذه الأسباب : يصح التعامل بالهدية الترويجية بصورتها المتقدمة ، بدلاً وقبولاً وفقاً للضوابط الفقهية ؛ لأنها وسيلة لتشجيع الناس على التعامل ، فهي ليست لأخذ أموالهم بغير حق ، ولا لتوريطهم في شراء ما لا يحتاجون ، ولا لستر عيوب فيما يبيعون ، حيث لا يقصد منها تحييل أو تغريب .



المبحث الثالث

الهدايا النقدية الترويجية المقدمة عند شراء السلعة وتطبيقها المعاصر

تقوم بعض المؤسسات التجارية بوضع هدايا نقدية داخل أنواع السلع أو منتجاتها التي تقوم بتصنيعها أو إنتاجها ، فتعلن الشركة الصناعية أو التجارية مثلا بأنها قد وضعت في علبة أو فرد من أفراد سلعة ما أو منتج معين جنيها من الذهب ، أو عشرة جنيهات مثلا أو أكثر ، وقد يكون ذلك في أكثر من علبة أو فرد من أفرادها أو في كل علبة أو فرد من أفراد سلعة معينة ؛ لحمل الناس على شراء هذه السلعة، وجذبهم إليها.

وعلى ذلك : فإن الهدايا النقدية الترويجية المقدمة عند شراء السلعة ، إما أن تكون موجودة في بعض أفراد الصنف الواحد من هذه السلع ، وإما أن تكون داخل صنف معين منها وفي جميع أفرادها ، ومن ثم : فإن الحديث عن الحكم الشرعي لهذا النوع من الهدايا الترويجية في هذا المبحث ينتظم في مطلبين كما يلي :

المطلب الأول

حكم الهدايا النقدية الترويجية الموجودة

في بعض أفراد الصنف الواحد من السلع أو المنتجات

هذه الصورة تكون بوضع هدايا نقدية في بعض أفراد السلع ، وليس فيها جميعا ؛ بهدف تخفيز المشتري لعدد من هذه السلع .

وحتى يتضح الحكم الشرعي في هذه الصورة لا بد أولا من بيان تكييفها الفقهي ، ومن خلاله يتبين حكمها شرعا ، وذلك كما يلي :

أولا : التكييف الفقهي لهذا النوع من الهدايا ، وحكمها الشرعي :

يمكن تكييف هذه الصورة المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أنها هدية مجردة عن أي شيء (فهي هبة محضة أو مطلقة) ؛ لأنه يقصد منها تعريف الناس بأعمال التجار ، وإقامة علاقة ودية معهم ، حيث إن الجهة المهدية تبادر إلى إهداء هذه الهدايا دون اشتراط شراء سلعتها أو خدمتها ، فتعد هدية مطلقة وهي مباحة شرعا بشرط تحقق الضوابط

والشروط الفقهية من عدم التغرير بالناس بهدايا تدفعهم لشراء ما لا حاجة لهم به، وثبات سعر السلعة بعدم الزيادة عليها^(١).

ثانيا : الحكم الشرعي لهذا النوع من الهدايا :

الحكم على هذه الصورة من جهة الشرع ،يختلف تبعا لاختلاف قيمة وحجم الهدية النقدية المقدمة من المؤسسة، والتي تمنح للعملاء ؛ لأنها إما أن تكون من الهدايا النقدية البسيطة ، وإما أن تكون مبلغا كبيرا يغري الناس بشراء ما لا حاجة لهم بشرائه، ووفقا للشروط الفقهية والضوابط الشرعية للهدية ، فإن الحكم الشرعي لهذا النوع من الهدايا متوقف على قيمة الهدية في الحالتين ،وبيان ذلك كما يلي :

أولا : الحكم الشرعي للهدية النقدية المقدمة للعميل إذا كانت مبلغا بسيطا :
إذا كانت الهدية النقدية المقدمة للعميل من الهدايا البسيطة المعتادة التي لا تثير نزعات النفس إلى الشراء من غير حاجة، فلا بأس بإباحتها شرعا ،و لا حرج فيها بدلا من الجهة المانحة كالشركات أو المؤسسات التجارية وغيرها ،وقبولا من العميل - المشتري أو غيره حيث لا يترتب عليها إغراء الناس بشراء ما لا حاجة لهم فيه ،ولا أكل أموالهم بالباطل ، فهذه جائزة شرعا ، و تكيف الهدية النقدية في هذه الحالة على أنها هدية مطلقة في صورة حسم وتحفيظ من قيمة السلعة وهي من باب المنافسة مع التجار الآخرين^(٢).

ثانيا : الحكم الشرعي للهدية النقدية المقدمة للعميل إذا كانت مبلغا كبيرا :
أما إذا كانت تلك الهدية النقدية من المبالغ العالية التي تغري الناس بشراء ما لا حاجة لهم فيه من السلع، فتكون محرمة شرعا؛ وذلك لما يلي :

(١) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح / ١١٨ ،
والمعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر كراوية / ١٠٤ .
(٢) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شبير / ٣٠ ،والجوائز وأحكامها الفقهية
وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/ ١٢٧، وما بعدها ،والمعاملات المالية المعاصرة للدكتور : خالد
بن علي شفيح/ ٣٧ - كتاب إلكتروني منقول عن موقع صيد الفوائد (www.saaaid.com) ،والحوافز
التجارية التسويقية ،وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/ ١٠٧، وما بعدها.

١- إن إباحة هذه الصورة من الهدايا الترويجية تكون ذريعة للوقوع في الميسر والمقامرة إذ إن غالب من يشتري هذا النوع من السلع إنما يقصد الهدية النقدية في الدرجة الأولى لا سيما إذا كانت الهدية النقدية ثمينة، وأن قصده للهدية لا يقل عن قصده للسلعة، فالمشتري في كلتا الحالتين؛ إما غارم، أو غانم، لأن فوات الهدية النقدية غرم في الحقيقة، وإن كان المشتري قد حصل بعض مقصوده، ومعلوم أن من القواعد الأصولية في الشريعة سد الذرائع، فلو لم يكن في منعها إلا سد ذريعة الميسر لكان كافياً.

٢- إن هذه الصورة يصدق عليها أنها من بيع الغرر، حيث لا يعلم ما الذي سيتم عليه العقد؟ هل هو السلعة والهدية النقدية معاً، أو السلعة فقط؟ وهذا نظير بيع الحصاة، وبيع الملامسة، وبيع المنابذة^(١)، فإنه في جميعها لا يدري ما الذي يحصله المشتري. لأن الحصول على هذا النوع من الهدايا النقدية يعتمد على الحظ والاحتمال، فكلما اشترى من أفراد هذه السلعة أكثر ازدادت فرصته في الحصول على الهدايا النقدية^(٢).

٣- إن هذا النوع من الهدايا النقدية يحمل كثيراً من الناس على شراء ما لا حاجة لهم فيه، رجاء أن يحصلوا على هذه الهدية النقدية، ولا إشكال أن هذا لا يجوز، لما فيه من التغرير بالناس؛ ولما فيه من الإسراف والتبذير المحرمين، ولما فيه من إضاعة المال النهي عن إضاعته كما أن دخل التاجر سيزداد بجمع أموال الناس بالتغرير بهم وتطبيعهم بالحصول على هذه الهدايا^(٣).

(١) بيع الحصاة: هو البيع بإلقاء حجر أو حصاة على السلعة المباعة، فأى سلعة وقع عليها الحجر أو الحصاة لزم المشتري بلا تأمل ولا روية منه، وبيع الملامسة هو: أن يبيعه شيئاً ولا يشاهده على أنه متى لمسه وقع البيع، وبيع المنابذة هو: أن يقول المشتري للبائع: أي ثوب نبذته إلي فقد اشتريته بكذا. ينظر: تبين الحقائق ٤/٤٨، والشرح الكبير للدردير بحاشية الدسوقي عليه ٣/٥٦، وما بعدها، وبداية المجتهد ٢/١٢٠، ومغني المحتاج ٢/٣١، والمغني ٤/٢٩٧، وكشاف القناع ٣/١٦٦، وما بعدها.

(٢) ينظر: الخوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/١٠٧، وما بعدها، والمعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر كراوية/١٠٤، والمعاملات المالية المعاصرة للدكتور: خالد بن علي شفيق/٣٦.

(٣) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شير/٣٠، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٧، وما بعدها، والخوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/١٠٨.

المطلب الثاني

حكم الهدايا النقدية

إذا كانت موجودة داخل صنف معين وفي جميع أفرادها

تقوم بعض الشركات التجارية بوضع هدية نقدية داخل سلعة معينة في كل أفرادها، وذلك بهدف تشجيع الناس على الشراء من هذه السلعة والإقبال عليها .

فهذا النوع من الهدايا الترويجية لا يخرج في تكيفه الفقهي عن مسألة (مُدَّ عَجْوَةٍ

ودرهم)^(١).

فهو صورة من صورها بمعنى : بيع جنس ربوي بمثله ومعه جنس آخر مخالف له ، وهذا النوع من الهدايا حقيقته: أن البائع باع السلعة وما معها من أوراق نقدية بأوراق نقدية ، فهي إحدى صور مسألة (مد عجوة ودرهم) ، وقد اختلفت فيها وجهة النظر بين

(١) مسألة مد عجوة : يذكرها الفقهاء في البيوع ، وتحقق هذه المسألة : إذا جمع البيع ربويا من الجانبين واختلف جنس المبيع منهما بأن اشتمل أحدهما على جنسين ربويين واشتمل الآخر عليهما ، كمد عجوة ودرهم بمد من عجوة ودرهم ، وكذا لو اشتمل على أحدهما فقط كمد ودرهم بمدين أو درهمين ، أو اشتملا جميعهما على جنس ربوي وانضم إليه غير ربوي فيهما كدرهم وثوب بدرهم وثوب ، أو في أحدهما كدرهم وثوب بدرهم ، أو اختلف نوع المبيع كصحاح ومكسرة تنقص قيمتها عن قيمة الصحاح بمدا ، أي : بصحاح ومكسرة ، أو بأحدهما ، أي : بصحاح فقط أو بمكسرة فقط ، فهذه المسألة الفقهية المعروفة بمسألة " مد عجوة " قد اختلفت فيها وجهة النظر بين الفقهاء القدامى فمنهم من أبطل عقد البيع إذا اشتمل على صورة من هذه الصور ومنهم من أجازها .

إلا أن الخفية، والمالكية، والظاهرية : لم يسموا هذه المسألة بمسألة مد عجوة ودرهم ، بل يذكرونها في البيوع في باب الصرف عند كلامهم عن (حكم بيع درهمين ودينار بدينارين ودرهم) ، ونحو ذلك والذي صرح بمسألة (مد عجوة) هم الشافعية ، والحنابلة . ينظر : الاختيار لتعميل المختار لابن مودود ٤١/٢ ، وما بعدها ، ومجمع الأنهر لداماد أفندي ١٦٦/٣ ط : دار الكتب العلمية - بيروت (١٤١٩هـ - ١٩٩٨م) ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٢٩/٣ ، وعقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة لابن شاش ٣٧٧/٢ ، وما بعدها - تحقيق د: محمد أبي الأجنان ، وعبد الحفيظ منصور ط : دار الغرب الإسلامي - بيروت - لبنان ، الطبعة الأولى (١٤١٥هـ - ١٩٩٥م) ، وأسنى المطالب ٢٥/٢ ، وروضة الطالبين للنووي ٣٨٤/٣ ، والإنصاف للمرداوي ٣٦/٥ وما بعدها ، والمغني ١٦٨/٤ ، والمخلى لابن حزم ٤٩٤/٨ ، وما بعدها .

الفقهاء القدامى، ومن ثم : فإنه يختلف الحكم في هذا النوع من الهدايا الترويحية تبعاً لاختلاف الفقهاء القدامى في أصل المسألة .

وقد اختلف الفقهاء في مسألة (مد عجوة ودرهم) على ثلاثة أقوال

كما يلي :

القول الأول : للحنفية، والحنابلة في رواية : أنه يباح هذا البيع عند وجود جنس مخالف يتبع في البيع؛ لأنه لا يمكن اعتبار الجنس الربوي مقابلاً لما هو ربوي دائماً، فقد يكون الجنس غير الربوي هو المقصود من البيع، فهذا لا يضبط ، فيجوز هذا البيع مطلقاً^(١).

وبناءً على هذا القول : فإن هذا النوع من الهدايا الترويحية بصورتها المتقدمة ، يباح التعامل به بدلاً وقبولاً .

القول الثاني : للمالكية، والحنابلة في غير المذهب : وقد فرقوا الحكم في المسألة بين أن يكون التبادل الأصيل قائماً بين الجنس الربوي من مال وغيره، ومن ثم يكون الجنس الربوي هو الأصيل في عقد البيع، وبين ما هو غير ربوي كالسلع مع شيء يسير من الجنس الربوي، فإن كان البيع على الجنس الربوي والسلع للتغطية، فإنه يجرم ذلك لوجود التفاضل بين الجنسين مما يترتب عليه الوقوع في الربا المحرم، أما إن كان البيع والتبادل على غير ما هو ربوي فإنه في هذه الحالة يباح هذا البيع؛ لأن الجنس الربوي كان يسيراً ولم يكن أصيلاً في عملية التبادل، بل هو تابع للبيع فهو غير معتبر^(٢).

وبناءً على هذا القول : فإنه يباح التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويحية النقدية بدلاً وقبولاً إذا كانت الهدية النقدية يسيرة لأنها تكون تابعة وليست مقصودة؛ لأن تبادل السلع والمال هو المقصود في هذه الحالة ، أما لو كانت الهدية النقدية كبيرة، ومقاربة لثمن السلعة اعتبرت من الربا؛ لأنها تكون هي المقصودة في عملية البيع وليس السلعة .

(١) ينظر : الاختيار لتعليل المختار لابن مودود ٤١/٢، وما بعدها، ومجمع الأئمة لداماد أفندي ١٦٦/٣ ، والمغني لابن قدامة ١٦٨/٤، والإتصاف للمرداوي ٣٦/٥، وما بعدها .

(٢) ينظر : المغني لابن قدامة ١٦٨/٤، والإتصاف للمرداوي ٣٦/٥، وما بعدها .

القول الثالث : للشافعية ، والحنابلة في المذهب ، والظاهرية : لا يباح هذا البيع مطلقا على هذه الصورة ؛ لأنه يعد من باب التحايل على الربا فتحجب المساواة بين الجنسين من الذهب ؛ لأن التفاضل في البيع يدخل البيع في الربا ، ولو اختلف الجنس الملازم للجنس الربوي كان سيلا لربا الفضل^(١) .

وبناءً على هذا القول : فإن هذا النوع من الهدايا الترويجية النقدية يحرم التعامل به بدلا وقبولاً ، حيث إن القيمة النقدية المدفوعة تقابل الهدية النقدية والسلعة ، فيكون حكمها الحرمة لأهما من باب بيع أجناس ربوية مع عدم المساواة ، وهذا فيه الربا الصريح ، أو ما يوصل إليه .

الرأي الراجح في المسألة :

أرى أن الرأي الراجح من الأقوال السابقة هو ما ذهب إليه المالكية ، والحنابلة في غير المذهب - أصحاب القول الثاني في المسألة ، وذلك لما فيه من التفصيل والتوضيح للقصد من عملية البيع والشراء وهو قول وسط بين أقوال الفقهاء في المسألة ويجمع بينها . ومن ثم : فإنه يحرم التعامل بالهدايا النقدية الترويجية بدلا وقبولاً إن كانت الهدية النقدية كبيرة ، ومقاربة للثمن ؛ لأنها تكون من الربا المحرم ؛ لأن المال النقدي أو الهدية هو المقصود وليس السلعة .

أما إن كانت الهدية النقدية يسيرة فإنه يباح التعامل بها بدلا وقبولاً ؛ لأنها تكون تابعة وليست مقصودة ، وتعتبر الهدية النقدية المقدمة من التاجر في هذه الحالة حسم وتخفيض من قيمة السلعة ، فمثلا لو أن ثمن السلعة عشرة جنيهات ، وكان في السلعة هدية نقدية قدرها جنيها ، فحقيقة الأمر أن المشتري حصل حسمًا وتخفيضًا من ثمن السلعة بقدر الهدية النقدية .

فتباح هذه الهدية لأنها هبة ممنوحة لكل مشترٍ يُقصد منها حط ثمن السلعة وتخفيضه والحسم منه بشرط أن تكون غير مغرية ومثيرة لزعجات الناس ، وقد ذكر بعض الفقهاء أن هبة البائع للمشتري حط من الثمن وتخفيض حيث جاء في فقه الحنابلة : (هبة بائع لو وكيل اشترى منه كنقص من الثمن ، فتلتحق بالعقد ؛ لأنها موكله ، وهو المشتري)^(٢) .

(١) ينظر: أسنى المطالب ٢/٢٥ ، وروضة الطالبين للنووي ٣/٣٨٤ ، والإنصاف للمرداوي ٥/٣٦ وما بعدها ، والمعني ٤/١٦٨ ، واخلى لابن حزم ٨/٤٩٤ ، وما بعدها .

(٢) ينظر: مطالب أولي النهى ٣/١٣٢ ، وكشاف القناع ٣/٢٣٤ .

المبحث الرابع

الهدايا الترويجية غير النقدية المشروطة بالشراء أو القيام بعمل معين

تمهيد :

تقوم بعض المؤسسات التجارية الكبرى بتقديم هدايا ترويجية لعملائهم ، دون وعد سابق لهم ، أو إخبار متقدم على العقد ، وغالبا تبذل هذه الهدايا مع السلعة المباعة ، وقد تمنح هذه الهدايا الترويجية بناءً على وعد سابق ، حيث تعد المؤسسة التجارية كل من قام بالشراء منها ، أو تعامل معها بالحصول على هدية مجانية ، موصوفة وصفاً مميزاً ، وربما تعد المشتري ، أو العميل بالهدية ، إذا بلغ حداً معيناً من شراء السلع ، أو بلغ ثمناً محدداً ، أو قام بإجراء معين ومن ثم : فإن الحديث في هذا المبحث عن هذه الهدايا الترويجية المشروطة بالشراء أو القيام بعمل معين ، ينتظم في المطالب التالية :

المطلب الأول

الهدية الترويجية المقدمة مع المبيع ، المشروطة بالشراء

دون وعد بها للمشتري قبل الشراء

يقوم كثير من التجار بتقديم هدايا مع السلع المباعة ، ويتمثل هذا في إعطاء المشتري سلعة زائدة على ما اشتره بدون وعد سابق ، أو إخبار متقدم على العقد ، وذلك إكراماً للمشتري ، ومكافأة لهم على شرائهم ، وترغيباً في استمرار التعامل معهم ، والحديث في هذا المطلب عن هذه الهدايا الترويجية التي تمنح مع المبيع ، ينتظم في فرعين ، كما يلي :

الفرع الأول

صور تطبيقية معاصرة للهدايا الترويجية المشروطة بالشراء والمقدمة مع المبيع

الهدايا الترويجية التي تمنح مع المبيع للمشتري تتخذ عدة صور في واقعنا المعاصر ، فهي إما أن تكون من جنس المبيع ، أو من غير جنسه ، أو مجهولة الحال ، فلها عدة صور مختلفة في تقديمها أو بذلها ، وهي على النحو الآتي :

أولاً : تقديم هدية من جنس المبيع : وذلك، كأن تعلن إحدى شركات المنظفات عن نصف كيلو إضافي من منظف كذا لمن يشتري العبوة بسة كذا، أو تعلن إحدى شركات إنتاج المشروبات الغازية، أو إنتاج الزيوت عن إضافة ربع لتر للعبوة، بحيث يكون ثمن الكمية الأصلية والكمية الإضافية واحداً^(١).

ثانياً : تقديم هدية في شكل سلعة أخرى ولكنها تعد مكملة للسلعة الأصلية، وذات استعمال واحد: ومن أمثلة ذلك: أن تعلن شركة من شركات إنتاج ماكينات الحلاقة عن تقديم عدد من شفرات الحلاقة لكل من يشتري ماكينة من نوع كذا، أو تعلن إحدى شركات إنتاج معاجين الأسنان عن تقديم فرشاة أسنان لكل من يشتري معجوناً من نوع كذا، أو يعلن أحد مراكز بيع الحواسيب عن عشرة أقراص مدججة (CD)، هدية مع كل حاسوب، ويمكن أن تكون الهدية المكملة للسلعة المباعة خدمة، كأن يعلن أحد مراكز بيع الحواسيب عن دورة تدريبية في برمجيات الحاسوب لكل من يشتري جهازاً من المركز المعلن .

ثالثاً : تقديم هدية ليست من جنس المبيع أو مكملة له: فالهدية المقدمة عند الشراء هي مختلفة تماماً عن السلعة المشتراة، دون أن تكون هناك علاقة بين السلعتين، كأن تكون الهدية مثلاً: طقم أقلام معينة عند شراء قميص، أو تكون الهدية حقيبة أو ساعة حائط عند شراء ثلاثية من نوع كذا بحيث يعلم المشتري بهذه الهدية قبل الشراء، فتكون محفزا له على الشراء^(٢).

رابعاً : تقديم هدية مع المبيع مجهولة الحال : كأن تكون الهدية بداخل السلعة المباعة، أو لها رقم معين يعبر عن كسب الهدية التي لها نفس الرقم، وقد تكون الهدية عينية أو مادية، وقد لا يعلم ما بداخلها إلا بعد فتحها؛ لأن التاجر أو المصنع أخفاها داخل المبيع أو غلفها بحيث لا تعرف^(٣).

الفرع الثاني

- (١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/١٢٥ .
(٢) ينظر: مبادئ التسويق للدكتور : محمد فريد الصحن/٦١، وما بعدها ط : الدار الجامعية بالإسكندرية (١٩٩٣ م).
(٣) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/١٢٥، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين/١١٤، وما بعدها .

الحكم الشرعي لصور الهدايا الترويجية المشروطة بالشراء والتي تقدم مع المبيع دون وعد بها للمشتري

وحتى نتعرف على الحكم الشرعي لهذه الصور من الهدايا الترويجية التي تقدم مع المنتج أو السلعة المبيعة، لا بد أولاً من بيان تكييفها الفقهي، ومن ثم : يتضح لنا حكمها الشرعي، وذلك كما يلي :

يمكن تكييف هذه الصور المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أحد ثلاثة تكييفات. وذلك على اعتبار أنها (حسم من الثمن) - أي : تخفيض، أو حط منه - أو على اعتبار أنها (زيادة في المبيع) أو (هبة محضنة)، وبيان ذلك، كما يلي :

أولاً : تكييف الهدايا الترويجية المقدمة مع المبيع إذا لم يكن المشتري موعوداً بها على أنها (حسم أو حط من الثمن) :

يمكن تكييف هذه الصور المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أنها حط من الثمن، وذلك لأن المشتري حصل السلعة والهدية دون زيادة في الثمن، فعُد ذلك تخفيضاً ونقصاً من الثمن^(١).

ومن ثم : فبناءً على هذا التكييف، يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً؛ لأنها من المبيع، وقد قال الله - تعالى - (وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ)^(٢).

نوقش هذا التكييف :

بأن تكييف هذه الصور المتقدمة من الهدايا الترويجية على أنها حط من الثمن، غير صحيح؛ لأن البائع لم يخفض الثمن في الحقيقة، فثمن السلعة لم يطرأ عليه تغيير، بل هو ثابت على كل حال بالهدية وبدونها، وذلك لأن الثمن هو للسلعة الأصلية، بدليل أنه هو الذي يسجل في فواتير البيع، وهو الذي يتفق عليه المشتري مع البائع، وأنه لا يجري ذكر للهدية في عقد البيع، ولذلك يفرّق التجار أصحاب السلع بين التخفيض، وبين هذه الهدايا، كما

(١) حيث ورد في فقه الحنابلة (هبة بائع لو كبل اشترى منه كتقص من الثمن، فلتتحق بالعقد؛ لأنها لموكله، وهو المشتري، ويخبر بها ..) . ينظر : مطالب أولي النهى للرحياني ١٣٢/٣، وكشاف القناع للبهوتي ٢٣٤/٣، وشرح منتهى الإرادات ٥٣/٢، وما بعدها .

(٢) من الآية رقم (٢٧٥) من سورة البقرة .

أن المشتريين لا يأخذون هذه الهدايا على أنها تنزيل أو تخفيض من الثمن، ولذلك تجد أن الثمن الذي يسجله الباعة في الفواتير، والذي يتكلم به المشترون هو الثمن الذي بذله المشتري دون اعتبار للهدية، ولذلك فإن التسويقيين يذكرون هذه الوسيلة لمن يريد الترويج لسلعة دون التأثير على الأسعار^(١).

ثانياً : تكييف الهدايا الترويجية المقدمة مع المبيع على أنها زيادة في المبيع فتلتحق بالعقد:

كما يمكن تكييف هذه الصور المتقدمة من الهدايا الترويجية على أنها زيادة في المبيع فتلتحق بالعقد، وذلك لأن الهبة، أو الهدية جاءت ضمن معاوضة حيث اقترنت بعقد البيع، فتكون بمثابة الزيادة في المبيع المعقود عليه، ولفظ الهدية ما هو إلا مجرد تسمية، كما أنها ذكرت بسبب البيع فتلتحق به وهذا ما نص عليه الفقهاء^(٢).

(١) ينظر : إدارة التسويق للدكتور : محمد صادق بازرة ١٦٩/٢ ط : دار النهضة العربية، الطبعة الثامنة (١٩٨٨م).

(٢) حيث جاء في فقه الحنفية ما نصه : (والزيادة في الثمن ، والمثمن ، جائزة حال قيامها ، سواء كانت الزيادة من جنس الثمن أو غير جنسه، وتلتحق بأصل العقد ..) . ينظر: الفتاوى الهندية ١٧١/٣، والاختيار لتعليل المختار ٨/٢ ، وبدائع الصنائع ٢٠٦/٥ .

وجاء في فقه المالكية : (الهبة المقارنة للبيع، إنما هي مجرد تسمية، فإذا قال شخص لآخر: اشتري منك دارك بمائة، على أن تهبني ثوبك، ففعل، فالدار والثوب ميعان معاً بمائة، وإذا قال شخص لآخر: أبيعك داري بمائة، على أن تهبني ثوبك، فالدار مبيعة بالمائة والثوب، والتسمية لا أثر لها) . ينظر : الفروق للقرافي ٢٦٣/٣ ط : دار الكتب العلمية - بيروت (١٤١٨هـ - ١٩٩٨م) ، وعقد الجواهر الثمينة ٣٦٨/٢ .

وفي فقه الشافعية: (لا يؤثر تقدم الهبة وحدها بلا قبض لأن ملكها بالقبض.... ولا تنتشر اخطابة في بيع ونحوه إلى قبض لأنها في ضمن معاوضة) فيفهم من هذا النص أن الهبة إذا وقعت ضمن معاوضة: لم تنتشر إلى القبض، لأنها في ضمن معاوضة : فهي بمثابة الزيادة في المبيع المعقود عليه . ينظر : روضة الطالبين ١٣٦/٦ ، وما بعدها ، وخيانا الروايا للزرركشي / ٣١٩ ط : وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت (١٤٠٢هـ) . وأسنى المطالب ٤١/٣ .

وفي فقه اخطابة: قال شيخ الإسلام ابن تيمية : (الهدية إذا كانت بسبب أحقت به) . ينظر : مجموع الفتاوى لابن تيمية ٣٣٥/٢٩ - تحقيق : أنور النياز وعامر الجزائر ط : دار الوفاء ، الطبعة : = الثالثة (١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م) . وقال ابن رجب : (تعتبر الأسباب في عقود التملكيات) ، والهبة

وبناءً على هذا التكييف الفقهي : فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً؛ لأنها من البيع ، وهو عقد مشروع ، ومن ثم : فتلتحق الهدية المقدمة مع المبيع بعقد البيع، ويجب فيها ما يجب للبيع من شروط، ويثبت لها ما يثبت للمبيع من أحكام^(١).

ثالثاً : تكييف الهدايا الترويجية المقدمة مع المبيع على أنها هبة محضة :

كما يمكن تكييف هذه الهدية الترويجية فقهاً على أنها هبة محضة ؛ وذلك لتشجيع الناس على الشراء، ومكافأهم عليه، أو على اختيارهم للمحل أو النوع وما أشبه ذلك، وذلك لأن الهدية ليست مشروطة بشرط آخر سوى الشراء (٢).

وبناءً على هذا التكييف الفقهي: فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً، بناءً على مشروعية عقد الهبة، واستحبابها ما لم يقم مانع شرعي .

الترجيح بين هذه التكييفات الفقهية:

بالنظر إلى التكييفات الفقهية السابقة يظهر منها : أن التكييف الأقرب إلى الصواب هو أن هذه الصور من الهدايا الترويجية المقدمة مع المبيع تكييف على أنها (زيادة في المبيع ، فتلتحق بعقد البيع)، أو أنها (هدية محضة) .

فهذا التكييف الفقهي لهذا النوع من الهدايا الترويجية هو أقرب التوصيفات الفقهية لمقصود البائع والمشتري؛ لأنه من المعلوم، بلا شك أن البائع يبذل هذه الهدايا ليرغب في الشراء ويشجع عليه، وأن المشتري يقبلها على أنها كذلك لا على أنها جزء من

أو الهدية من عقود التمليكات فيعتبر سببها وتلحق به . ينظر : القواعد لابن رجب / ٣٤٨ ط : مكتبة الكليات الأزهرية .

(١) ينظر: المراجع السابقة، وأيضاً : إثار الإنصاف في آثار الخلاف لسبط بن الجوزي / ٣٠٢ - تحقيق : ناصر العلي الناصر الخليلي ط : دار السلام بالقاهرة الطبعة الأولى (١٤٠٨هـ) .

(٢) ينظر: إثار الإنصاف في آثار الخلاف لسبط بن الجوزي / ٣٠٢، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين / ١١٤ .

المبيع، أو أن لها أثراً في الثمن، ولذلك تجدد المشتري لا يحتاط فيها كما يفعل في السلعة المقصودة بالعقد، إذ إن هذه الهدية أمر تابع زائد.

أما تكييف الهدية الترويجية على أنها تخفيض، فهو تكييف بعيد، وضعيف؛ لما ورد عليه من مناقشة .

ولكن : التوفيق بين الأقوال المتعارضة أولى من الترجيح عند الإمكان، ومن ثم : فإني أرى أنه يمكن التوفيق بين كون الهدية الترويجية المقدمة مع المبيع (زيادة في المبيع، أو أنها هدية محضة)، وذلك على النحو التالي :

أولاً : الهدية الترويجية المقدمة مع المبيع يمكن أن تكيف فقهاً على أنها (زيادة على المبيع، فلتتحقق بعقد البيع) إذا كانت من جنسه .

ثانياً : يمكن أيضاً أن تكيف على أنها (هبة محضة) إذا كانت الهدايا من غير جنس المبيع، أو كانت مجهولة الحال .

وعلى كلا التكييفين، فإن هذه الهدايا الترويجية يكون حكمها الإباحة بدلاً وقبولاً ولا حرج فيها شرعاً؛ لأنها من باب الهدية المجردة عن أي شيء فهي جائزة بشرط تحقق الضوابط والشروط الفقهية من عدم التغرير بالناس بهدايا تدفعهم لشراء ما لا حاجة لهم به، وثبات سعر السلعة بعدم الزيادة عليها.

وكون الهدية الترويجية مجهولة الحال : فهذا لا يخل بالعقد ؛ لأنه لا يترتب على الجهالة ضرر بعقود التبرعات ومنها عقد الهدية ؛ وذلك بناءً على ما ذهب إليه المالكية، وبعض الحنابلة كشيخ الإسلام ابن تيمية، وابن القيم، والحناثي^(١).

حيث إن القاعدة عند المالكية : أنه لا تأثير للغرر أو الجهالة على عقود التبرعات ومنها عقد الهبة أو الهدية^(٢).

(١) ينظر : الذخيرة للقرافي ٢٢٦/٦، ٢٣١، وبداية المجتهد ٢٦٨/٢، والإنصاف ١٣٢/٧، وما بعدها، ومطالب أولي النهى للرحباني ٣٩٤/٤، والمغني ٢٨٨/٦، وأعلام الموقعين لابن القيم ٧/٢ - تحقيق : محمد محي الدين عبد الحميد ط : مكتبة مصر بالفجالة - القاهرة (١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م) .

(٢) ينظر : الذخيرة للقرافي ٢٢٦/٦، ٢٣١، وبداية المجتهد ٢٦٨/٢ .

قال القرافي : (انقسمت التصرفات في قاعدة ما يجتنب فيه الغرر والجهالة وما لا يجتنب إلى ثلاثة أقسام : طرفان وواسطة ، فالطرفان :

أحدهما : معاوضة صرفة ، فيجتنب فيها ذلك إلى ما دعت الضرورة إليه عادة ، وثانيهما : ما هو إحسان صرف لا يقصد به تنمية المال كالصدقة والهبة والإبراء ، فإن هذه التصرفات لا يقصد بها تنمية المال ، بل إن فاتت على من أحسن إليه بما لا ضرر عليه ، فإنه لم يبذل شيئا ، بخلاف القسم الأول إذا فات بالغرر والجهالات ضاع المال المبدول في مقابلته ، فاقترضت حكمة الشرع منع الجهالة فيه ، أما الإحسان الصرف فلا ضرر فيه ، فاقترضت حكمة الشرع وحثه على الإحسان التوسعة فيه بكل طريق بالمعلوم والمجهول ، فإن ذلك أيسر لكثرة وقوعه قطعاً ، وفي المنع من ذلك وسيلة إلى تقليله ، فإذا وهب له عبده الأبق جاز أن يجده فيحصل له ما ينتفع به ، ولا ضرر عليه إن لم يجده ، لأنه لم يبذل شيئا ..)^(١).

ومن ثم : فإنه لا يترتب على الجهالة ضرر بعقد الهدية ؛ لأنها من عقود التبرعات ، وقد تعارف الناس اليوم أنهم يقدمون الهدايا لبعضهم بأغلفة خاصة تحفي الهدية بداخلها ، وذلك من باب التشويق والمفاجأة ، وهذا لا حرج فيه بناءً على القاعدة الفقهية التي تقول : (العَادَةُ مُحَكِّمَةٌ)^(٢).

لو كانت الهدية مجهولة الحال ، أو مخالفة لجنس المبيع ، فلا حرج في منحها ، وقبولها بناءً على أنها هدية محضة ، والتاجر تنازل عن شيء من حقه وماله ليلقى رواجاً بين الناس .

(١) ينظر : الفروق للقرافي ٢٧٦/١ ، وما بعدها ط : دار الكتب العلمية .

(٢) ينظر : شرح الكوكب المنير لابن النجار ٤٤٨/٤ تحقيق : د/ محمد الزحيلي ود/ نزيه حماد ط : مكتبة العبيكان الطبعة الثانية (١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م) ، والأشباه والنظائر لابن نجيم ٩٣/ ط : دار الكتب العلمية - بيروت (١٤٠٠ هـ - ١٩٨٠ م) ، والأشباه والنظائر للسيوطي/ ٨٩ ، وقواعد الفقه للبركي/ ٩٨ ، وشرح القواعد الفقهية للشيخ : الزرقا/ ٢١٥ ، والقواعد والضوابط الفقهية المتضمنة للتيسير لعبد الرحمن بن صالح العبد اللطيف ٢٩٧/١ ط : عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية بالسعودية - الطبعة الأولى (١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م) .

المطلب الثاني

الهدايا الترويجية غير النقدية، المشروطة بتنفيذ عمل معين ، وحكمها الشرعي يلجأ كثير من التجار إلى منح هدايا ترويجية للمشتري، ولكن لا يحصل عليها المشتري، إلا بعد قيامه بعمل من الأعمال التي لها علاقة بعملية البيع والشراء، وذلك بهدف تنشيط البضاعة ورواجها في الأسواق، والهدايا الترويجية التي تمنح للمشتري، أو المستهلك بعد قيامه ببعض الأعمال المتعلقة بعملية البيع، تتخذ عدة صور في واقعنا المعاصر، حيث إن العمل الذي يكلف به المشتري ؛ لحصوله على الهدية، قد يتمثل في جمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة، أو الوصول إلى قيمة معينة مما يشتريه المشتري أو دخوله في عملية سحب أو قرعة، ومن ثم : فإن الحديث عن هذه الهدايا الترويجية المشروطة بتنفيذ عمل معين يقوم به المشتري، ينتظم في الفروع التالية :

الفرع الأول

الهدية الترويجية المشروطة بجمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة

والحديث في هذا الفرع ينتظم في مسألتين، كما يلي :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية :

توجد صور كثيرة في واقعنا المعاصر للهدية الترويجية المشروطة بجمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة، ومن ذلك : ما تقوم به بعض الشركات، من وضع ملصقات مجزأة في أفراد سلعة معينة غالباً ما تكون هذه الأجزاء شكلاً معيناً، ففي هذه الصورة يكون الحصول على الهدية مرهوناً بالقيام بعمل من قبل المشتري، كأن يجمع ملصقات خاصة بالمنتج، أو يقوم بجمع أغطية، أو تجميع كلمات معينة، ويقدمها للتاجر للحصول على الهدية، كما تفعله إحدى شركات إنتاج المشروبات الغازية كشركة (بيبسي كولا) أو غيرها، أو شركات إنتاج المواد الكيماوية والمنظفات، وغيرها من الشركات، أو الإعلان عن عدد من السيارات يستحق واحدة منها كل من يجمع أجزاء هذه السيارة المرسومة على أغطية زجاجات هذا المشروب أو المنتج، إذ تعتمد الشركة إلى إلصاق أجزاء معينة على كل غطاء زجاجة أو في جزء معين من المنتج، في حين تكمن الصعوبة في جزء معين قد يكون الجانب

الأيمن أو الأيسر من السيارة، أو عجلة القيادة والذي لا يلصق منه على الألسنة أو الأغشية إلا العدد المساوي للسيارات الموعودة أو أقل من ذلك العدد .

فالهدية في هذه الصورة يستحقها المشتري بعد قيامه بعمل معين لا يمكنه القيام به إلا من خلال شراء المزيد من أفراد السلعة، وجمع أجزائها المفرقة في السلع المبيعة (١) .

المسألة الثانية : التكييف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بجمع أجزاء مفرقة من أفراد السلعة المبيعة، وحكمها الشرعي :

أرى أن هذه الصورة من الهدايا الترويجية تكيف فقهاً على أنها صورة من صور المقامرة التي يتندرع بها التجار لأكل أموال الناس بالباطل، و لا تخرج عن هذا التوصيف الفقهي لها .

وبناءً عليه : فإنه يحرم التعامل بهذا النوع من تلك الهدايا، بدلاً، وقبولاً، وذلك للأسباب التالية :

أولاً : إن هذا النوع من الهدايا يترتب عليه الوقوع في القمار المحرم شرعاً ؛ لأن مشتري هذه السلع والخدمات يبذل مالاً في شرائها، ليجمع الأجزاء المفرقة، أو يملاً الدفتر الخاص بها ، ثم هو على خطر بعد الشراء، فقد يحصل الجزء المطلوب فيغتم، وقد لا يحصله فيغرم، فالمشتري يتردد حاله بين الغنم ، والغرم ، وهذا نوع من المخاطرات التي أجمع أهل العلم على تحريمها (٢) .

(١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة : للدكتور : باسم أحمد العامر /١٣١٦، وأحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير/٢٩، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح /٩٩، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور: عبد المجيد الصلاحين /١١٦.

(٢) ينظر : الاختيار لتعليل المختار ٤/١٨٠، والبحر الرائق ٨/٥٥٤، وبدائع الصنائع ٦/٢٠٦، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٢/٢٠٩، والذخيرة للقرافي ٣/٤٦٤ وما بعدها، وبلغت السالك لأقرب المسالك للشيخ الصاوي ٢/٢٠٨ وما بعدها ط : دار الكتب العلمية، والمهذب للشيرازي ١/٤١٤، وما بعدها ونهاية المحتاج للرملي ٨/١٦٨ ط : دار الفكر للطباعة - بيروت (١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م) =

وقد وردت نصوص كثيرة من القرآن الكريم ، ومن السنة المطهرة تحرم ، وتحذر من الميسر والمقامرة ، فمن الأدلة القاضية بتحريم القمار من القرآن الكريم : قول الله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)^(١).

ففي الآية الكريمة وصف الميسر بأنه رجس من عمل الشيطان، مما يدل على تحريمه وأنه من الكبائر، وقال العلماء منهم : علي بن أبي طالب ، وابن عباس ، وطاووس ، ومجاهد وقتادة - رضي الله عنهم- في تفسير الميسر: كل شيء فيه قمار من نرد وشطرنج فهو الميسر، و كل ما يتخاطر الناس عليه فهو ميسر، فلذلك يجب اجتنابه، والكف عنه^(٢).

ومن السنة المطهرة : ما روى عن بُريدة عن أبيه - رضي الله عنهما- أن النبي ﷺ قال : (مَنْ لَعِبَ بِالْتَّرْدِشِيرِ فَكَأَنَّمَا صَبَغَ يَدَهُ فِي لَحْمِ خِنْزِيرٍ وَدَمِهِ)^(٣).

ثانيا : إن هذا الأسلوب الترويحي للسلع وغيرها، يترتب عليه الإسراف والتبذير، وإضاعة المال بغير حق ؛ لأنه يفضي إلى حمل الناس على شراء ما لا حاجة لهم فيه من السلع، طمعاً في تكميل هذه الأجزاء المفرقة، وهذا من الإسراف والتبذير بالمال وإضاعته^(٤).

وقد ورد النهي عن هذا في قوله - تعالى - : (يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ)^(٥)، وقوله تعالى : (...وَلَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا

= وروضة الطالبين للنووي ٣٥٤/١٠ وما بعدها ، والإنصاف للمرداوي ٩٣/٦ وما بعدها ، والمعني ١٣١/١١ ، وكشاف القناع ٥٠/٤ ، وفتاوى البلد الحرام لخالد عبد الرحمن الجريسي ٦٩٩/١ ، والخوافر التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح / ١٠٠ .

(١) الآية رقم (٩٠) من سورة المائدة .

(٢) ينظر : الجامع لأحكام القرآن للقرطبي ٥٣/٣ ، وتفسير البخري ٢٥٢/١ ، وما بعدها ط : دار طيبة للنشر والتوزيع ، الطبعة الرابعة (١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م) ، والكشف والبيان لأبي إسحاق النيسابوري ١٥١/٢ ط : دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان (١٤٢٢ هـ - ٢٠٠٢ م) .

(٣) رواه البخاري في الأدب المفرد ، باب من لم يسلم على أصحاب الرد ٤٣٤/٤ ح (١٢٧١) ، وصحيح مسلم في كتاب الشجر ، باب تحريم اللعب بالتردشير ١٧٧٠/٤ ح (٢٢٦٠) .

(٤) ينظر : الخوافر التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح / ١٠٠ .

(٥) الآية رقم (٣١) من سورة الأعراف .

إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ...^(١)، والنبي (ﷺ) أمر بالمحافظة على المال وعدم إضاعته؛ لأنه من الضرورات الخمس التي يجب على الإنسان حفظها، وهذا يتضح من قوله (ﷺ) (إِنَّ اللَّهَ كَرِهَ لَكُمْ ثَلَاثًا: قِيلَ وَقَالَ، وَإِضَاعَةَ الْمَالِ، وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ)^(٢).

ثالثاً: إن هذا الأسلوب الترويحي للسلع وغيرها يحمل الناس على التحوّض في مال الله بغير حق^(٣)، وقد قال النبي (ﷺ): (إن رجلاً يتخوضون في مال الله بغير حق، فلهم النار يوم القيامة)^(٤).

فهذا الأسلوب يتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية؛ لأنها تريد من المسلم أن يتبع سنن الله في اكتساب المال، وأن يطلب النتائج من مقدماتها، ويأتي البيوت من أبوابها، والقمار يجعل الإنسان يعتمد على الحظ والصدقة والأمانى الفارغة، لا على العمل والجد، واحترام الأسباب التي وضعها الله وأمر باتخاذها، والإسلام يجعل لمال الإنسان حرمة فلا يجوز أخذه منه إلا عن طريقة مبادلة مشروعة، أو عن طيب نفس منه هبة أو صدقة، أما ما أخذ بالقمار فهو من أكل المال بالباطل، فهذه الأسباب يحرم التعامل بهذا النوع من تلك الهدايا الترويحية، بدلاً، وقبولاً.

(١) من الآيتين رقم (٢٦، ٢٧) من سورة الإسراء.

(٢) متفق عليه: صحيح البخاري بلفظه من حديث المغيرة بن شعبة، في كتاب الزكاة، باب قول الله تعالى: لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِحْقَاقًا ٥٣٧/٢ ح (١٤٠٧)، و صحيح مسلم من حديث أبي هريرة، وزاد في أوله: إن الله يرضى لكم ثلاثاً... فَيَرْضَى لَكُمْ أَنْ تَعْبُدُوهُ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا..... كتاب الأفضية - باب النهي عن كثرة المسائل من غير حاجة ١٣٤٠/٣ ح (١٧١٥).

(٣) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/ ١٠٠.

(٤) صحيح البخاري - كتاب الخمس، باب قول الله تعالى (فإن لله خمس وللرسول) ١١٣٥/٣ ح (٢٩٥٠).

الفرع الثاني

الهدية الترويجية المشروطة بشراء كمية معينة من السلع

والحديث في هذا الفرع ينتظم في مسألتين ، كما يلي :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية :

ومن صور التطبيق العملي للهدية الترويجية المشروطة بشراء كمية معينة من السلع : ما تقوم به إحدى شركات إنتاج المراتب ، أو المويبلات ، أو الزيوت النباتية ، في الإعلان التالي : اشتر ثلاث مراتب مقاس كذا بسعر كذا واحصل على الرابعة مجاناً أو اشترى عد خمس مويبلات بمبلغ كذا واحصل على السادس مجاناً ، أو اشترى خمس عبوات من زيت كذا سعة أربعة لترات واحصل على السادسة مجاناً ، أو كأن يعلن التاجر أن من يبلغ من الزبائن عدداً معيناً مما يشتريه ، كمن يشتري مثلاً أكثر من (١٠٠ لتر) من المشروبات الغازية فله هدية .

أو ما تقوم به بعض محلات المواد الغذائية والاستهلاكية الكبيرة من إعطاء بطاقة فيها جزء من جهاز معين كتلفزيون أو هاتف محمول ، وغير ذلك لكل من بلغ حداً معيناً من الشراء ، على أنه إذا كرر الشراء ثانية ، وبلغ ذلك الحد ، فإنه يعطى بطاقة أخرى ، فإذا كمل الجزء الآخر يكون ذلك الجهاز هدية مجانية لصاحب البطاقة ، أو غير ذلك مما هو مشاهد ، ومطبق في واقعنا المعاصر^(١) .

فالوصول على هذه الهدية في هذه الصورة مرهون بالوصول إلى قيمة معينة مما يشتريه المشتري .

المسألة الثانية : التكيف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بشراء كمية محددة من السلع وحكمها الشرعي :

يمكن تكيف هذه الصورة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أنهما (هبة متعلقة على شرط العوض) ، فتكون من قبيل هبة الثواب ، بناءً على أن القصد من هذه الهدية : هو

(١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/١٢٥، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور : عبد المجيد الصالحين /١١٦، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح /٧٧، وما بعدها ، ٩٩ .

التشجيع على الشراء، بمعنى أن الهبة هي ثواب للشراء، فالبايع لا يبذل الهبة لكل من زار متجره، أو لكل من يعرفه، وإنما يبذلها لكل من اشترى منه سلعة، فتكون هذه الهبة تشجيعاً للمستهلكين على شراء هذه السلع، أو مكافأة لهم على اختيارهم تاجراً بعينه، فقصد البائع من هذه الهدية، هو تكثير مبيعاته ورواجها^(١).

ولكن لما كان الأصل في الهبة أنهما من عقود التبرعات، أي: أن الموهوب له لا يعرض الواهب شيئاً عما وهبه له، فإن الفقهاء اختلفوا في حكم الهبة بشرط العوض على قولين، كما يلي:

القول الأول: لجمهور الفقهاء (الحنفية، والمالكية، والحنابلة في المذهب، والشافعية في الأصح من المذهب): أنه تصح الهبة بشرط الثواب؛ بناءً على صحة اشتراط العوض في عقد الهبة، إذ لا يترتب على اشتراطه بطلانها^(٢).

القول الثاني: للشافعية في الصحيح من المذهب، والحنابلة في غير المذهب، والظاهرية: أنه لا تصح الهبة بشرط الثواب؛ بناءً على بطلان اشتراط العوض فيها، إذ اشتراطه يترتب عليه بطلان العقد، ولأن لفظ الهبة يفيد التبرع فمن التناقض أن يشترط فيها العوض فطلب الثواب عليها يخرجها من عقود التبرع إلى عقود المعاوضات فتصير في معنى البيع^(٣).

و أرى أن الراجح من القولين: هو ما ذهب إليه جمهور الفقهاء، وهو القول بصحة هبة الثواب؛ لأن الأصل في المعاملات الحل؛ حتى يقوم الدليل على المنع، ولا يزال المسلمون يتعاملون بهذا من غير تكثير من أحد، كالتهادي في الأعراس والمناسبات

(١) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٢.
(٢) ينظر: بدائع الصنائع ١١٨/٦، وما بعدها، والفتاوى الهندية ٣٩٤/٤، وحاشية ابن عابدين ٢٧٧/٦، وبداية المجتهد ٢٧٠/٢، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ١١٤/٤، وإرشاد السالك إلى أشرف المسالك في فقه الإمام مالك لعبد الرحمن البغدادي ١٧٩/٥ ط: الشركة الإفريقية للطباعة والنشر، والمهذب ٤٤٧/١، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥، ومغني المحتاج ٤٠٤/٢، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧، والمغني ٣٣١/٦، وكشاف القناع ٣٠٠/٤.
(٣) ينظر: المهذب ٤٤٧/١، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥، ومغني المحتاج ٤٠٤/٢، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧، والمغني ٣٣١/٦، وكشاف القناع ٣٠٠/٤، والمخلى ١١٨/٩.

الاجتماعية الأخرى ، ما لم تكن الهدية المشروطة بالعرض محرمة في ذاتها كالتهادي بالخمور وما شابهها من المسكرات ، وغيرها .

وبناءً على ما ذهب إليه جمهور الفقهاء : فإن هذه الصورة من الهدايا الترويجية تكييف فقهيًا على أنها (هبة بشرط الثواب) ، ولكن يشترط أن يكون العرض المشروط معلوماً ؛ لأن علم العرض في هبة الثواب واجب عند جمهور الفقهاء^(١) .
ومن ثم : فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً ، وذلك ، لما يلي :

أولاً : إن الأصل في المعاملات الحل ، ولم يرقم ما يوجب تحريم هذه الهدايا الترويجية ؛ لأنها من قبيل الهبة بشرط العرض ، وهو عقد مشروع عند جمهور الفقهاء ، إذا كان العرض معلوماً ، وقد تحقق العلم به وتحدد في الكمية المطلوب شراؤها من السلع ، و من ثم : يصح التعامل بهذه الهدايا بدلاً وقبولاً في هذه الصورة ؛ لعدم وجود ما يمنع ذلك ، حيث لا يترتب عليها أخذ أموال الناس بغير حق ، ولا توريطهم في شراء ما لا يحتاجون إليه .

ثانياً : إن هذه الصورة من الهدايا الترويجية وسيلة لترغيب الناس في الشراء ، وتشجيعهم على التعامل مع من يستعملها ، فيصح بذها ، كما يستحب قبولها شرعاً ما لم يكن استعمالها في محرم ، أو يغلب استعمالها فيه ، و من ثم : فإنه يصح التعامل بها وجود الضوابط التي يجب توافرها في هذه الهدايا الترويجية كثبات وعدم الزيادة عن غيره ، والشراء للحاجة وليس لذات الهدية ، وعدم إغراء الناس بالهدايا الضخمة التي تحفزهم للشراء فتكون شبهة القمار حاضرة فتقع الحرمة فيها .

(١) ينظر: بدائع الصنائع ١١٨/٦ ، وما بعدها ، وحاشية ابن عابدين ٢٧٧/٦ ، وبداية المجتهد ٢٧٠/٢ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ١١٤/٤ ، والمهذب ٤٤٧/١ ، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥ ، ومغني المحتاج ٤٠٤/٢ ، وما بعدها ، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧ ، وكشاف القناع ٣٠٠/٤ .

الفرع الثالث

الهدية الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في عملية سحب أو قرعة والحديث في هذا الفرع ينتظم في مسألتين ، كما يلي :

المسألة الأولى : التطبيق العملي والمعاصر لهذا النوع من الهدايا الترويجية .

من التطبيقات العملية لهذا النوع من الهدايا الترويجية : ما تقوم به بعض المخلات التجارية أو الشركات الكبرى من توزيع كوبونات عليها أرقام لكل مشترء ليُدخل في عملية السحب أو القرعة ومن يحالفه الحظ ينال الهدية .

ومن ذلك ، أيضا وأكثرها انتشارا : ما تقدمه شركات الاتصالات من هدايا للمشاركين ، حيث تبث الشركة رسائل على أرقام المشتركين تحثهم على بعث رسائل للدخول في سحب على سيارة ، أو جهاز حاسوب متطور ، أو غير ذلك من الهدايا المختلفة ، كإرسال رسائل أو دقائق مجانية ، أو تقديم خدمات على شبكة الإنترنت ، أو الفوز برحلات مجانية من شركة الاتصالات عند اتصاله ، أو بعث رسائل ، والتعامل مع الشركة ، فالوصول على الهدية الترويجية في هذه الصورة مرهون باشتراك المشتري ، أو العميل في عملية السحب أو القرعة^(١) .

المسألة الثانية : التكييف الفقهي للهدايا الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في سحب أو قرعة ، وحكمها الشرعي :

إن التكييف الفقهي لهذا النوع من الهدايا الترويجية لا بد فيه من التفريق بين جهتين (الجهة الباذلة ، والجهة الآخذة) ، وحتى يتضح التكييف الفقهي لهذا النوع من الهدايا الترويجية ، ومن خلاله الحكم الشرعي ، فلا بد من التفصيل التالي :

(١) ينظر: الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/١٢٩ ، وأحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير/٢٠ ، وما بعدها ، وإدارة التسويق للدكتور : محمد صادق بازعة ٤٩٨/٢ ، وما بعدها .

أولاً : التكييف الفقهي ، والحكم الشرعي للهدايا الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في سحب أو قرعة بالنسبة للجهة المانحة التي اشترطت على العميل أن يدخل في عملية السحب : إن هذا النوع من الهدايا الترويجية يكيف فقهاً بالنسبة للجهة المانحة للهدايا على أنه صورة من صور القمار المحرم ، وبناءً عليه : فإنه يحرم بذلها من الشركات التجارية وغيرها ، ومن ثم : فإن الترويج للمنتجات وغيرها بهذه الطريقة حرام ، وذلك لما يلي :

أولاً : إن الصور المدرجة تحت هذا النوع من الهدايا هي في عامتها صور الميسر المحرم ، وذلك لأن مشتري هذه السلع والخدمات يبذل مالاً كثيراً في شرائها ليملاً للدقتر الخاص بها أو الكوبون فقد يشتري كميات كثيرة من المنتج أو السلعة المعلن عنها ، ثم هو على خطر بعد الشراء ، فقد يحصل الجزء المطلوب فيغتم ، وقد لا يحصله فيغرم ، وقد يخفق في عملية السحب فلا يكون كابونه من جملة الكوبونات الفائزة ، فالمشتري يتردد حاله بين الغنم ، والغرم والقاعدة في ذلك أن أي صورة من صور هذا النوع من الهدايا يكون فيها المشتري إما غانماً أو غارماً تكون محرمة ، وهذا النوع من الهدايا قد يغتم فيه البعض وقد يغرم فيه الأكثر ، فهي لهذا ميسر وقمار بلا ريب وقد حرمه الله - سبحانه وتعالى - تحريماً قاطعاً في قوله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)^(١) ، فهذا التعامل نوع من المخاطر التي أجمع أهل العلم على تحريمه^(٢).

ثانياً : إن في هذا النوع من الهدايا أكلاً لأموال الناس بالباطل ، وذلك لأن المشتري يغرم الكثير من ماله ليذهب هذا المال إلى الشركة المنتجة أو إلى من حالقه الحظ بالهدية والذي

(١) الآية رقم (٩٠) من سورة المائدة .

(٢) ينظر : الجامع لأحكام القرآن للقرطبي ٥٣/٣ ، وتفسير البغوي ٢٥٢/١ ، وما بعدها ، والكشف والبيان لأبي إسحاق النيسابوري ١٥١/٢ ، والاختيار لتعليل المختار ١٨٠/٤ ، والبحر الرائق ٥٥٤/٨ ، وبدائع الصنائع ٢٠٦/٦ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٢٠٩/٢ ، والذخيرة للقرافي ٤٦٤/٣ وما بعدها ، وبلغة السالك لأقرب المسالك للشيخ الصاوي ٢٠٨/٢ وما بعدها ، والمهذب للشيرازي ٤١٤/١ ، وما بعدها ، ونهاية المحتاج للرمل ١٦٨/٨ ، وروضة الطالبين للنووي ٣٥٤/١٠ وما بعدها ، والإتصاف للمرداوي ٩٣/٦ وما بعدها ، والمغني ١٣١/١١ ، وكشاف القناع ٥٠/٤ .

ربما لا يبذل كثير مال للفوز بها، وربما أسعفه الحظ في ذلك، مع أن الغالب أن الذين يفوزون بهذه الهدايا ربما يكونون من المحاسيب أو المتفعين الذين تُسرب إليهم المعلومات عما يسميه كثير من الناس بالجزء الذهبي من الهدية الموعودة، أو يسرب لهم هذا الجزء بذاته، ولربما كانت العملية برمتها تمثيلية أتقن إخراجها فيظهر الفائز الموهوم على شاشات التلفاز في عملية استعراضية يراود كثيراً من الناس الشك بأنها عملية مفبركة مدفوعة الأجر^(١)، وبصرف النظر عن ذلك فإنه لا ينفي عنها الحرمة لدخولها في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ)^(٢).

ثالثاً: إن هذا الأسلوب الترويجي للسلع وغيرها يحمل للناس على التحوّض في مال الله بغير حق^(٣)، وقد قال النبي (ﷺ): (إن رجلاً يتخوضون في مال الله بغير حق، فلهم النار يوم القيامة)^(٤). فترتب على هذا النوع من الهدايا إضاعة المال بغير حق، وهو أمر منهى عنه كما فيه إشاعة للتبذير والإسراف في المجتمع؛ لأنه يفضي إلى حمل الناس على شراء ما لا حاجة لهم فيه من السلع، طمعاً في الفوز بالهدية عن طريق السحب أو القرعة، وهذا من الإسراف والتبذير بالمال وإضاعته^(٥)، وإن الإسراف والتبذير من الأمور المحرمة شرعاً، فقد ورد النهي عن هذا في قوله - تعالى - : (يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا

(١) ينظر: الإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصالحين/١١٩، وما بعدها، و أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شبير/٣٠، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٧، وما بعدها.

(٢) جزء من الآية (٥٨) من سورة النساء

(٣) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٩، وما بعدها.

(٤) حديث صحيح وقد سبق تحريجه صـ.

(٥) ينظر: المراجع السابقة، وأيضاً: الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني/٥٢.

وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ^(١)، وقوله تعالى : (.. وَلَا تُبْذَرُ تَبْدِيرًا إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ..)^(٢).

والنبي (ﷺ) أمر بالمحافظة على المال وعدم إضاعته؛ لأنه من الضرورات الخمس التي يجب على الإنسان حفظها، وهذا يتضح من قوله (ﷺ) (إِنْ أَلَلَّكُمْ ثَلَاثًا: قِيلَ وَقَالَ، وَإِضَاعَةُ الْمَالِ، وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ)^(٣)، وقوله (ﷺ) (إِنْ دَمَاءَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ وَأَعْرَاضَكُمْ عَلَيْكُمْ حَرَامٌ كَحَرَمَةِ يَوْمِكُمْ هَذَا فِي بِلَدِكُمْ هَذَا فِي شَهْرِكُمْ هَذَا ..)^(٤).

وغير متصور أن يكون قصد الشركة المعلنة عن هذه الهدايا الإحسان ودفع المستوى المعيشي للناس، ومع ذلك : نجد الكثير من الناس أو أحدهم قد يشتري من أفراد السلعة المعلن عنها بهذه الطريقة ما يزيد عن حاجته وحاجة عياله لهناً وراء سيارة تبدو أسرع منه ومن قدرته على اللحاق بها وإحرازها، فلربما اشترى أحدهم العشرات من صناديق المشروبات الغازية أو من عبوات الألبان أو من عبوات المنظفات للحصول على تلك الهدية التي قد لا تكتحل عيناه برؤيتها إلا على شاشات التلفاز، ساعة تقتله الحسرة والندم على ما أفناه من مال فاز بشمرته غيره الذي خرج بعملية إعلانية استعراضية يرقص فرحاً وطرباً بعد حصوله على هذه الهدية^(٥).

ثانياً : التكييف الفقهي، والحكم الشرعي للهدايا الترويجية المشروطة بدخول المشتري أو العميل في سحب أو قرعة بالنسبة للعملاء أو المستهلكين الحقيقيين الذين بذلت لصالحهم الهدايا : وأما بالنسبة للطرف الثاني (العميل المستهلك) فإن الوصف الشرعي لقبول الهدية يختلف؛ لأنه تارة يوصف أو يكيف فقهاً على أنه قمار محرم، وتارة أخرى يوصف بغير ذلك .

(١) الآية رقم (٣١) من سورة الأعراف .

(٢) من الآيتين رقم (٢٦، ٢٧) من سورة الإسراء .

(٣) حديث صحيح متفق عليه، وقد سبق تخريجه صـ .

(٤) صحيح البخارى بلفظه في الحج ، باب : الخطبة أيام منى ٦١٩/٢ ح (١٦٥٢) ، وسنن ابن ماجه في المناسك ، باب : الخطبة يوم النحر ١٠١٥/٢ ح (٣٠٥٦، ٣٠٥٥) .

(٥) ينظر: الإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصالحين / ١٢٠ .

والحديث عن الحكم الشرعي لقبول الهدايا من طرف العميل أو المستهلك لا بد فيه من التفصيل؛ لأن المشتري إما أن يكون غرضه من عملية الشراء هو أن يحصل على الهدية استقلالاً، وأما أن يكون غرضه من الشراء هو حصوله على السلعة لحاجته إليها، أو رغبته فيها لذاتها، وليس من أجل الهدية، وذلك كما يلي :

أولاً : إذا كان غرض المشتري من شراء السلعة هو الحصول على الهدية استقلالاً : إذا كان هدف المشتري من شراء السلعة هو الحصول على الهدية استقلالاً عن طريق السحب أو القرعة ، فإنه يكون آثماً بعملية الشراء هذه سواء أحرز الهدية أم لم يحرزها، ذلك لأنه ساعد على تسهيل اليسر وإشاعته، وعاون الشركة على مخالفة الحكم الشرعي، وقد فحانا الله سبحانه وتعالى عن الإثم والعدوان قال تعالى (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ)^(١) ، والمقصد الاستقلالي أن يقصد بالشراء الهدية دون أن يكون بحاجة إلى السلعة^(٢).

ثانياً : إذا كان غرض المشتري من شراء السلعة هو رغبته فيها لذاتها وحاجته إليها استقلالاً : إذا كان المشتري هدفه كذلك ، كأن يشتري السلعة لحاجته لها أو رغبته فيها لذاتها، ثم يجد بعد عمليات متكررة وغير مفتعلة للشراء كل أجزاء السلعة الموعودة ، فإنه في هذه الحالة يصح له أخذ هذه الهدية، وذلك لأنه لم يكن طرفاً في عملية اليسر لانتفاء القصد إليه، ولأنه لم تصدر من جهته مخالفة شرعية، ومقصده في ذلك معتبر؛ لأن مقاصد المكلفين لها تأثير في الحكم الشرعي حلاً أو حرمة^(٣).

والذي يضبط لنا توجه نيات الناس في الإقبال على حاجاتهم من السلع وغيرها بشكل رئيسي، مع الرغبة في الحصول على الهدية، دون أن تكون هي السبب الرئيسي في عملية الشراء، هو قيمة الهدية؛ لأنها لو كانت قيمتها بقيمة المعتاد في السوق وغير مبالغ

(١) من الآية رقم (٢) من سورة المائدة .

(٢) ينظر: فتاوى البلد الحرام لحالد عبد الرحمن الجريسي/٦٩١، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحيين /١٢٠، والجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: الشباني/٥٢ .

(٣) ينظر: الإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحيين/١٢١، وما بعدها .

فيها؛ فالناس بطبيعتهم يودون الحصول عليها، لكن دون أن يتوجهوا لشراء ما لا حاجة لهم به، أما إذا كانت الهدية ذات قيمة عالية، فلربما توجه أغلب الناس للشراء وهم معنيون بفرصة الحصول على الهدية، مما يجعلهم يقعون في ما يشبه القمار الحرام^(١).

(٤) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شبير/٣٠، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١٢٧، وما بعدها.

المطلب الثالث

الهدايا الترويجية الموعود بها قبل عملية الشراء أو التعامل، وحكمها الشرعي تقوم بعض المؤسسات التجارية، كالشركات الكبرى، أو المصانع الضخمة، أو شركات الطيران، أو الاتصالات، أو محلات المواد الغذائية والاستهلاكية، وغيرها بمنح هدايا ترويجية حيث تعد كل من يقوم بالشراء منها، أو التعامل معها بالحصول على هدية مجانية، أو هدية معينة، موصوفة وصفاً مميزاً، وربما تعد المشتري أو العميل بالهدية، إذا بلغ حداً معيناً من شراء السلع، أو بلغ ثمناً معيناً.

وذلك كأن يعلن أحد محلات التسوق للزبائن والمستخدمين أن من يشتري بمبلغ معين، كأن يشتري بألف جنيه، مثلاً أو أكثر، فإنه يحصل على تلفاز، أو جهاز حاسوب، أو كاسيت، أو مكواة كهربائية، أو له هدية معينة، أو كأن تعلن إحدى شركات إنتاج المشروبات الغازية عن مجموعة هدايا من الأجهزة الكهربائية، ولكن يستحق واحدة منها كل من يشتري عدداً كبيراً من هذه المشروبات كأن يشتري مائة زجاجة أو ألف لتر مثلاً، أو ما تفعله محلات تغيير زيوت السيارات من الإعلان عن غسيل مجاني لكل من يغير زيت سيارته ثلاث مرات لدى المحل المعلن، أو تعلن شركة الطيران، مثلاً أن من يركب بالطائرة في الدرجة الأولى، فله هدايا أو تذكرة سفر مجانية، أو ما تحدته شركات الاتصالات اليوم من تشجيع المستخدم على المكالمات؛ حتى يحصل على خصم أو زيادة في عدد دقائق الشريحة أو الفاتورة^(١).

فالهدية الموعودة المعلن عنها قد تكون سلعة، أو خدمة يستحقها المشتري، أو العميل بعد قيامه بشراء كمية كبيرة من السلع، أو المنتجات أو بلغ إجراءً، أو ثمناً معيناً، فما حكم هذه الهدايا الترويجية الموعودة قبل عملية الشراء بدلاً من الجهة المانحة كالمؤسسات التجارية وغيرها، وقبولاً من جهة العميل - المشتري، أو المستهلك؟ .

(١) ينظر: أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور: محمد عثمان شبير/٢١، والإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصالحين/١١٤، وما بعدها، والحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٨٧، وما بعدها.

حتى يتضح الحكم الشرعي في هذه الصورة لا بد أولاً من بيان تكييفها الفقهي، ومن خلاله يتبين حكمها شرعاً، وهذا ينتظم في فرعين كما يلي :

الفرع الأول

التكييف الفقهي لهذا النوع من الهدايا، وحكمها الشرعي

يمكن تكييف هذه الصورة المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهيّاً على أحد ثلاثة تكييفات وذلك على اعتبار أنّها (جزء من البيع) أو (هبة بشرط العوض) أو (وعد بالهبة)، وبيان ذلك كما يلي :

أولاً : تكييف الهدايا الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة على أنّها (جزء من البيع) : يمكن تكييف هذه الصورة من الهدايا الترويجية فقهيّاً على أنّها جزء من البيع، وذلك لأن الثمن المدلول من المشتري هو عوض عن السلعة والهدية جميعاً، فالمشتري بذل الثمن ليحصل على السلعة والهدية معاً، فالعقد وقع عليهما بثمن واحد^(١).

وبناءً على هذا التكييف الفقهي : فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً؛ لأنّها من البيع، وإن كانت الهبة مقارنة للبيع، إلا أن هذا مجرد تسمية، والتسمية لا أثر لها ومن ثم : فتلتحق الهدية بعقد البيع، وهو عقد مشروع، فيجب فيها ما يجب للبيع من شروط، ويثبت لها ما يثبت للمبيع من أحكام، وهذا ما نص عليه الفقهاء^(٢).

نوقش هذا التكييف بما يلي :

إن تكييف الهدية الترويجية بصورتها السابقة على أنّها جزء من البيع، لا يصح؛ لأن

(١) ينظر: الخوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح / ٩١، وما بعدها .

(٢) ينظر: الفتاوى الهندية ١٧١/٣، والاختيار لتعليل المختار ٨/٢، وبدائع الصنائع ٢٠٦/٥، والفروق للقرافي ٢٦٣/٣، وعقد الجواهر الثمينة ٣٦٨/٢، وروضة الطالبين ١٣٦/٦، وما بعدها، وخبايا الزوايا للزرکشي / ٣١٩، وأسنى المطالب ٤١/٣، وإيثار الإنصاف في آثار الخلاف لسيط بن الجوزي / ٣٠٢، ومجموع الفتاوى لابن تيمية ٣٣٥/٢٩، والقواعد لابن رجب / ٢١١ - تحقيق : طه عبد الرؤوف سعد، ط : مكتبة الكليات الأزهرية، الطبعة الأولى : (١٣٩١هـ - ١٩٧١م).

الهدية غير مقصودة بالعقد، بل هي تابعة، ولذلك: فإن كلاً من البائع والمشتري يقصد بهذا العقد السلعة المياعة، وليس الهدية، وإنما جاءت الهدية؛ لأجل الترغيب في الشراء والتشجيع عليه أو المكافأة بها، فليست الهدية جزءاً من المبيع في حقيقة الأمر، والذي يدل على ذلك هو: أن الهدية الترويجية ليس لها أثر على الثمن بالكلية، فثمن السلعة ثابت لم يتغير بوجود الهدية، ولو كانت جزءاً من المبيع، لكان لها أثر في الثمن^(١).

ثانياً: تكيف الهدايا الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة على أنها هبة بشرط الثواب: يمكن تكيف هذه الصورة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أنها هبة بشرط الثواب؛ لأن القصد من هذه الهدية: هو التشجيع على الشراء، بمعنى أن الهبة هي ثواب للشراء، فالبائع لا يبذل الهبة لكل من زار متجره، أو لكل من يعرفه، وإنما يبذلها لكل من اشترى منه سلعة، فتكون هذه الهبة تشجيعاً للمستهلكين على شراء هذه السلع، أو مكافأة لهم على اختيارهم تاجرًا بعينه، فقصد البائع من هذه الهدية، هو تكثير مبيعاته ورواجها^(٢).

والهبة بشرط الثواب صحيحة عند جمهور الفقهاء، إذا كان العوض المشروط معلوماً، ومعيناً^(٣).

وبناءً على هذا التكيف الفقهي: فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً؛ إذا كان العوض المشروط معلوماً، كما ذهب إليه جمهور الفقهاء^(٤).

(١) ينظر: الحوافز التجارية التسويقية، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد المصلح/٩٢.

(٢) ينظر: المرجع السابق نفس الصفحة.

(٣) ينظر: بدائع الصنائع ١١٨/٦، وما بعدها، وحاشية ابن عابدين ٢٧٧/٦، والفتاوى الهندية ٤٤٧/١، والمهذب ٤٤٧/١، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥، ومغني المحتاج ٤٠٤/٢، وما بعدها، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧، وكشاف القناع ٣٠٠/٤.

(٤) ينظر: بدائع الصنائع ١١٨/٦، وما بعدها، وحاشية ابن عابدين ٢٧٧/٦، وبدائع الصنائع ١١٨/٦، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ١١٤/٤، والمهذب ٤٤٧/١، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥، ومغني المحتاج ٤٠٤/٢، وما بعدها، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧، وكشاف القناع ٣٠٠/٤.

نوقش هذا التكييف :

بأن هبة الثواب عند الفقهاء : هي عطية قصد بها عوض مالي^(١) .
ولذلك اختلفوا في تكييفها ابتداء وانتهاء ، حيث ذهب جمهور الحنفية إلى أنها :
هبة ابتداء وبيع انتهاء^(٢) .

وذهب زفر من الحنفية ، والمالكية ، والشافعية ، والحنابلة إلى أنها : بيع ابتداء وانتهاء^(٣) .
فتكييف هذا النوع من الهدايا الترويجية على هبة الثواب فيه بعد ؛ لأن الواهب لا
يرجو عوضاً مالياً عن هذه الهبة ، بل مقصوده تشجيع المشتري ، وتحفيزه على الشراء ، كما
أن الموهوب له إذا أقدم على الشراء وبذل المال ، فإنه لا يريد بذلك مكافأة البائع على هبته
الترويجية ، بل يريد بذلك السلعة أو الخدمة .

ثم إن هناك فرقاً جوهرياً بين هبة الثواب والهدية الترويجية ، وهو أن هبة الثواب
تبدل ثم يطلب عوضها ، أما الهدية الترويجية فإنها لا تكون إلا بعد حصول الشرط الذي
علقت عليه ، وهو الشراء ، فهذا كله يوضح أن تكييف هذا النوع من الهدايا الترويجية على
هبة الثواب ضعيف جداً^(٤) .

ثالثاً : تكييف الهدايا الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة على أنها وعد بالهبة : فالثمن
المبدول عوض عن السلعة دون الهدية ، وذلك لأن هذه الهدية لا أثر لها على الثمن مطلقاً ،
والمقصود منها التشجيع على الشراء^(٥) .

(١) ينظر : المراجع السابقة ، وأيضاً : مواهب الجليل للحطاب ٣٠/٨ - تحقيق : زكريا عميرات
ط : دار عالم الكتب .

(٢) ينظر : بدائع الصنائع ١٣٢/٦ ، والبحر الرائق ٢٩٥/٧ ، ودرر الحكام شرح مجلة الأحكام لعلي
حيدر ٣٧٨/٢ .

(٣) ينظر : بدائع الصنائع ١٣٢/٦ ، والبحر الرائق ٢٩٥/٧ ، ووحاشية الدسوقي والشرح الكبير
١١٦/٤ ، وبداية المجتهد ٢٧٠/٢ ، والمهذب ٤٤٧/١ ، وروضة الطالبين ٣٨٦/٥ ، ومغني المحتاج
٤٠٤/٢ ، وما بعدها ، والإنصاف للمرداوي ١١٦/٧ ، والمغني ٣٣١/٦ ، وكشاف القناع ٣٠٠/٤ .

(٤) ينظر : الخواصر التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور : خالد المصلح /٩٣ ، وما
بعدها .

(٥) ينظر : المرجع السابق /٨٨ .

وبناءً على هذا التكييف الفقهي: فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً؛ لأن المقصود منها التشجيع على الشراء، ولا أثر لها على الثمن مطلقاً، فيجوز بذلها، ويستحب قبولها .

الترجيح بين هذه التكييفات الفقهية للهدايا الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة:

تبين من خلال العرض السابق للتكييفات الفقهية السابقة لهذا النوع من الهدايا الترويجية، وما ورد عليها من مناقشات أن أقربها إلى الصواب هو تكييف الهدية الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة على أنها وعد بالهبة المطلقة .

مع الأخذ في الاعتبار: أنه لا فرق بين هذه التكييفات من حيث حكم هذه الهدايا فهي مباحة شرعاً؛ لأن الأصل في المعاملات الحل، كما يستحب قبول هذا النوع من الهدايا الترويجية؛ لعموم الأدلة التي تحث على قبول الهدية.

الفرع الثاني

حكم إلزام الجهة المانحة بتقديم الهدايا الموعود بها للعملاء -

إذا كان التكليف الراجح للهدايا الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة: أمّا وعد بالهدية فهل يلزم الجهة المانحة (الشركة التجارية ، أو المؤسسة الاقتصادية وغيرها) التي وعدت بالهدية أن تفي بها للعميل ؟ .

للإجابة عن هذا السؤال أقول :

حتى يتبين لنا حكم هذه الهدايا الموعود بها من الشركات أو المؤسسات التجارية وغيرها ، ينبغي أولاً بيان حكم الشرع في لزوم إنجاز الوعد والوفاء به ، ومن ثمّ : يتضح حكم هذه الهدايا .

فأقول : لقد اختلفت وجهة نظر الفقهاء ، وتعددت أقوالهم حول حكم إنجاز الوعد ولزومه ويمكن حصرها في خمسة أقوال كما يلي :

القول الأول : لجمهور الفقهاء (المالكية في قول ، والشافعية ، والحنابلة في المذهب ، والظاهرية)^(١) : أن الوفاء بالوعد مستحب ديانة ؛ لأنه من مكارم الأخلاق ، وإن تركه فاته الفضل وأن التخلف عن الوفاء به من الأمور المكروهة ، ولكنه لا يلزم قضاء^(٢) .

وبناءً على ذلك : فإنه يستحب للبائع إعطاء المشتري الهدية ؛ لأنه وعده بها ، و الوفاء بالوعد مستحب ، فلو تركه فاته الفضل وارتكب المكروه ، ولكنه لا يأثم .

(١) ينظر : البيان والتحصيل لابن رشد ٣٣٨/١٥ - تحقيق : محمد حجي ط : دار الغرب الإسلامي بيروت ، الطبعة الأولى (١٤٠٤ هـ) ، وتحرير الكلام في مسائل الألتزام لنحطاب / ١٥٤ ط : دار الغرب الإسلامي ، الطبعة الأولى (١٩٨٤ م) ، وروضة الطالبين / ٥ ، ٣٩٠ ، وأسنى المطالب / ١ ، ٤٨٦ ، والمجموع للنووي ٤ / ٦٥٣ ط : دار الفكر ، وكشاف القناع ٦ / ٢٨٤ ، والإنصاف / ١١ ، ١٥٢ ، والفروع لابن مفلح ٦ / ٣٦٩ ط : دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى (١٤١٨ هـ) ، والمخلى / ٨ ، ٢٨ ، ٨٤ ، ٢٠٥ .

(٢) إلا أنه عند الظاهرية : يلزم الوفاء بالوعد في الأمور الواجبة أو اللازمة التي فرضها الله تعالى على عباده . ينظر : المخلى / ٨ ، ٢٠٥ وما بعدها .

القول الثاني : للحنفية : أن إنجاز الوعد المجرد غير واجب ، ولا يلزم الوفاء بالوعد ، إلا إذا كان معلقا على شرط ملائم ، فيما يجوز فيه التعليق ويقبله ، كالإطلاقات والولايات ونحوها وذلك لأن المواعيد بصور التعليق تكون لازمة ؛ لقوة الارتباط بين الشرط والجزاء من حيث إن مضمون الجزاء موقوف على حصول شرطه ، وذلك يكسب الوعد قوة كقوة الارتباط بين العلية والمعلولية ، فيكون لازما ، و مثال ذلك : لو قال شخص لآخر ادفع ديني من مالك ، فوعده بذلك ثم امتنع عن الأداء ، فلا يلزم بوعده هذا على أداء الدين ، أما لو قال رجل لآخر : بع هذا الشيء من فلان وإذا لم يعطك ثمنه فأنا أعطيك إياه ، فلم يعطه المشتري الثمن ، لزم على الرجل المواعد أداء الثمن المذكور بناء على وعده^(١) .

وبناءً على ذلك : فإنه يلزم البائع إعطاء المشتري الهدية ؛ لأنه وعد معلق على شرط الشراء والوعد المعلق على شرط ، فإنه يكون لازما ، بخلاف الوعد المجرد فإنه غير واجب .

القول الثالث : للمالكية في القول المشهور من المذهب : أن الوفاء بالوعد لازم ديانة وقضاء إذا كان مرتبطا بسبب ودخل الموعد في سبب الوعد ، أما إذا لم يباشر الموعد السبب ، فلا يلزم الوفاء به ولا شيء على الواعد^(٢) .

وبناءً على ذلك : فإنه لا يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية ، إلا إذا أنجز عقد البيع وقبض المشتري المبيع والبائع الثمن ، أما قبل ذلك فلا يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية ؛ لأن الوعد إذا كان مرتبطا بسبب ودخل الموعد في السبب ، فإنه يجب الوفاء به كما يجب الوفاء بالعقد ، أما إذا لم يباشر الموعد السبب فلا شيء على الواعد ، وهنا : وعده البائع أنه إذا اشترى أعطاه هدية فإن اشترى وأنجز البيع وجب الوفاء وإلا فلا ، وذلك كما إذا وعده أن يسلفه ثمن دار يريد شراءها فاشترها الموعد حقيقة ، أو أن

(١) ينظر : الأشباه والنظائر لابن نجيم / ٢٨٨ ، ودرر الأحكام شرح مجلة الأحكام لعلي حيدر / ٧٧/١ ط : دار الكتب العلمية - بيروت ، وغمز عيون البصائر للعموي / ٣٣٧/٣ ط : دار الكتب العلمية بيروت الطبعة الأولى (١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م) ، والبحر الرائق / ٣٣٩/٣ ، والفتاوى النزائية مع الفتاوى الهندية / ٦/٣٣٠ .

(٢) ينظر : تحرير الكلام في مسائل الالتزام للحطاب / ١٥٥ ، والذخيرة للقرافي / ٦/٢٩٩ ، والبيان والتحصيل لابن رشد / ١٥/٣٣٨ .

يقرضه مبلغ المهر في الزواج ، فتزوج اعتمادا على هذا الوعد ، فإن الواعد يلزمه إنجاز وعده قضاءً ، أما إذا لم يباشر الموعد السبب ، فلا يلزم الواعد شيء .
القول الرابع : للمالكية في قول : أن الوفاء بالوعد يلزم ديانة و قضاء ، إذا كان مرتبطا بسبب سواء دخل الموعد في سبب الوعد ، أم لم يدخل ، وإن لم يرتبط بسبب فلا يجب الوفاء به ، وذلك كأن يقول شخص لآخر : أعدك بأن أعيرك بقري ومحراثي لحرثة أرضك أو أريد أن أقرضك كذا لتزوج ، أو قال الطالب لغيره : أريد أن أسافر ، أو أن أقضي ديني أو أن أتزوج ، فأقرضني مبلغ كذا ، فوعده بذلك ، ثم بدا له فرجع عن وعده قبل أن يباشر الموعد السبب الذي ذكر من سفر ، أو زواج أو وفاء دين أو حرثة أرض أو غيره ، فإن الواعد يكون ملزما بالوفاء ، ويقضى عليه بالتنفيذ جبرا إن امتنع وذلك لأن هذا الوعد قد ارتبط بسبب .

أما إذا كان الوعد غير مرتبط بسبب ، كما إذا قال شخص لآخر : أسلفني كذا ولم يذكر سببا ، أو أعيرني دابتك أو سيارتك ، ولم يذكر سفرا ولا حاجة ، فقال : نعم ، أو قال الواعد من نفسه : أنا أسلفك كذا أو أهب لك كذا ، ولم يذكر سببا ، ثم رجع عن ذلك ، فلا يلزم الوفاء به^(١) .

وبناء على ذلك : فإنه يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية إذا ارتبط المشتري بسبب مطلقا ، سواء دخل في سبب الوعد أو لا لأن البائع وعده بما وإنجاز الوعد واجب ، أما إذا لم يرتبط المشتري بسبب فلا يجب على البائع الوفاء بالهدية .
القول الخامس : للمالكية في قول اختاره ابن العربي ، والحنابلة في غير المذهب : أن الوفاء بالوعد يلزم ديانةً وقضاءً مطلقا^(٢) ، سواء أكان له سبب ، أم لا سبب له ، إلا إذا كان هناك عذر فلا يلزم^(٣) .

(١) ينظر : أحكام القرآن لابن العربي ٢٠٨/٤ ط : دار الكتب العلمية - بيروت ، والذخيرة للقرافي

٢٩٩/٦ ، والبيان والتحصيل لابن رشد ٣٣٨/١٥ ، وتحرير الكلام في مسائل الالتزام ١٥٤/١ .

(٢) ينظر : أحكام القرآن لابن العربي ٢٠٧/٤ ، وما بعدها ، والذخيرة للقرافي ٢٩٧/٦ ، والإنصاف

١٥٢/١١ ، والفروع ٣٦٩/٦ ، والمبدع ٣٤٥/٩ .

(٣) وهذا القول ذهب إليه عمر بن عبد العزيز ، والقاضي ابن الأشوع ، وابن شبرمة ، وهو ما اختاره تقي

الدين ابن تيمية . ينظر : فتح الباري ٢٩٠/٥ ، وشرح صحيح البخاري لابن بطلال ٧٠/٨ ، والإنصاف

١٥٢/١١ ، والمغلي ٢٨/٨ .

وبناءً على ذلك : فإنه يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية ؛ لأنه وعده بها ، إلا إذا تعذر عليه ذلك ؛ لأن إنجاز الوعد واجب إلا لعذر .

الرأي الراجح في المسألة :

قبل بيان القول الراجح في المسألة تجدر الإشارة إلى أن أغلب كلام الفقهاء حول الوفاء بالوعد ووجوبه ، أو استحبابه ، إنما هو في التبرع ، وفعل المعروف ؛ بدليل أنهم يمثلون بقولهم : تزوج وأعطيك كذا ، أهدم بيتك ، وأعطيك كذا ، اشتر كذا ، وأنا أعينك بكذا ، وهكذا ؛ لأن الأصل في الوعد أن يكون في التبرع ، والمعروف ، وما ورد بلفظ مطلق ، فهو غير مراد على إطلاقه ، فهو إما مقتضب من كلام يدل على أنه غير مراد على إطلاقه كقول ابن العربي " والصحيح عندي أن الوعد يجب الوفاء به على كل حال إلا لعذر " (١) .

فظاهر كلامه أن الوعد يجب الوفاء به مطلقاً في التبرع ، وفي المعاوضة ، ولكن من يقرأ صدر هذه المسألة يعلم أنه أراد أن الوعد بالمعروف يجب الوفاء به سواء كان معلقاً على سبب ، أو مجرد ، حيث قال في صدر كلامه : المسألة الثالثة : فإن كان المقول منه وعداً فلا يخلو أن يكون منوطاً بسبب ؛ كقوله : إن تزوجت أعتك بدينار ، أو ابتعت حاجة كذا أعطيتك كذا ، فهذا لازم إجماعاً من الفقهاء ، وإن كان وعداً مجرداً فقليل : يلزم بمطلقه ، وتعلقوا بسبب الآية فإنه روي أنهم كانوا يقولون : لو تعلم أي الأعمال أفضل ، أو أحب إلى الله لعملناه ، فأنزل الله عز وجل هذه الآية ، وهو حديث لا بأس به .

وقد روى مجاهد أن عبد الله بن رواحة لما سمعها قال : لا أزال حبيسا في سبيل الله حتى أقتل ، والصحيح عندي أن الوعد يجب الوفاء به على كل حال إلا لعذر (٢) .

وإما أن يكون الوعد مطلقاً برمته فيحمل على المقيد من كلام الفقهاء كالمروي عن ابن شبرمة ، وهو قوله : " الوعد كله لازم ، ويقضي به على الواعد ويجبر " (٣) .

(١) ينظر : أحكام القرآن لابن العربي ٢٠٨/٤ .

(٢) ينظر : المرجع السابق نفس الجزء والصفحة .

(٣) ينظر : المحلى لابن حزم ٢٨/٨ .

فالمراد بالوعد في كلامة هنا هو الوعد بمعروف بدليل أن ابن حزم أورده في مسألة : ومن وعد آخر بأن يعطيه مالا معيناً، أو غير معين، أو بأن يعينه في عمل ما حلف له على ذلك، أو لم يحلف لم يلزمه الوفاء به^(١).

فإيراد ابن حزم هذا القول عن ابن شبرمة في هذا الموضوع دليل على أن المراد بالوعد في قول ابن شبرمة هو الوعد بتبرع .

وأيا كان محل كلامهم عن الوعد والوفاء به في التبرعات أو في غيرها، فإني أرى أن الراجح من هذه الأقوال هو ما ذهب إليه (المالكية في القول المشهور من المذهب)، وهو القول بلزوم الوفاء بالوعد ديانة، إلا لعذر؛ لأن المهدي محسن، فإذا تعذر عليه الإحسان فلا يلام، ولزومه قضاءً، إذا كان مرتبطاً بسبب ودخل الموعود في سبب الوعد، أما إذا لم يباشر الموعود السبب، فلا يلزم الوفاء به ولا شيء على الواعد .

ومن ثم : فإنه يلزم الجهة المانحة (الشركة التجارية، أو المؤسسة الاقتصادية وغيرها) التي وعدت بالهدية أن تفي بها للعميل، وذلك إذا تم عقد البيع وقبض المشتري المبيع والبائع الثمن، أما قبل ذلك فلا يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية؛ لأنه لم يباشر السبب وهو الشراء فلا شيء على الواعد وذلك لما يلي :

أولاً : إن الوعد عهد وقد أمر الله - تعالى - بالوفاء بالعقود والعهود وذلك في قوله - تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ... }^(٢)، وقوله - تعالى : { وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا }^(٣).

كما اعتبر النبي صلى الله عليه وسلم - المتخلف عن الوفاء بالوعد فيه خصلة من خصال المنافقين وأن إخلاف الوعد كذب والكذب نوع من الفجور، وذلك في حديثه الشريف المروي عن أبي هريرة - رضي الله عنه - أنه قال : " آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا اتتمن خان "^(٤).

(١) ينظر : المرجع السابق نفس الجزء والصفحة .

(٢) من الآية رقم (١) من سورة المائدة .

(٣) من الآية رقم (٣٤) من سورة الإسراء .

(٤) متفق عليه بلفظه : صحيح البخاري - كتاب الإيمان ، باب علامة المنافق ٢١/١ ح (٣٣) ، وكتاب

الشهادات ، باب من أمر بإنجاز الوعد ٩٥٢/٢ ح (٢٥٣٦) ، وصحيح مسلم - كتاب الإيمان ، باب

بيان خصال المنافق ٧٨/١ ح (٥٩) .

ولهذا قال الجصاص - رحمه الله - في تفسير قوله - تعالى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ " (١) ما نصه : " يحتج به في أن كل من ألزم نفسه عبادة أو قرية ، وأوجب على نفسه عقداً لزمه الوفاء به ، إذ ترك الوفاء به يوجب أن يكون قائلاً ما لا يفعل ، وقد ذم الله فاعل ذلك ، وهذا فيما لم يكن معصية ، فأما المعصية فإن إيجابها في القول لا يلزمه الوفاء بها.... وإنما يلزم ذلك فيما عقده على نفسه مما يتقرب إلى الله عز وجل ، مثل النذور ، وفي حقوق الآدميين ، والعقود التي يتعاقدونها " (٢).

كما قال ابن عابدين - رحمه الله - : " وفي جامع الفصولين أيضاً لو ذكرا أي العاقدان - البيع بلا شرط ، ثم ذكرا الشرط على وجه العقد جاز البيع ولزم الوفاء بالوعد ، إذ المواعيد قد تكون لازمة فيجعل لازماً حاجة الناس " (٣).

فهذه العبارات تدل على أن الوعود يجب إيفاءها إذا كانت متعلقة بالعقود التي يتعاقد بها الناس ، وإن كانت الوعود من الطرفين .

ثانياً : إن العمل بلزوم الوعد يحقق مصلحة كبرى لعموم الناس ، فالأخذ بالإنزام هو حفظ لمصلحة التعامل واستقرار المعاملات التجارية وتسهيلها ، كما فيه مراعاة لمصلحة المصرف والعميل لهذا كان الأخذ بالإنزام من الأمور المقبولة شرعاً ؛ لأنه لا يترتب عليه مضرة تلحق الواعد فهو الذي التزم على نفسه ولغيره بما لا يلزمه ابتداء طائعا مختاراً غير مكره ولا ملجأ هذا والله - تعالى - أعلم .

(١) الآية رقم (٢) من سورة الصف .

(٢) ينظر : أحكام القرآن للجصاص ٣٣٤/٥ ط : دار إحياء التراث العربي - بيروت (١٤٠٥هـ).

(٣) ينظر : حاشية ابن عابدين ٢٠٤/٥ .

المبحث الخامس

الهدايا الترويجية المقدمة من البنوك والمؤسسات المصرفية وصورها المعاصرة من الوسائل التشجيعية المتبعة في هذا العصر، تقديم هدايا من المؤسسات المصرفية وتوزيعها على العملاء ، سواء أكانت المؤسسة من البنوك الربوية ، أم كانت من المصارف الإسلامية تشجيعاً للناس في التعامل معها ، حيث يقوم البنك أو المؤسسة المالية والمصرفية بإعطاء العميل هدية ذات قيمة مالية ، أو خدمة وذلك عند بلوغه درجة كبار العملاء أو صعوده إلى درجة أعلى داخل تصنيف العملاء أو عند بقاء مستوى رصيده مرتفعاً خلال تعامله مدة زمنية معينة أو غير ذلك ، فهذه الهدايا هي من باب الترويج ، وحتى يتضح الحكم الشرعي لهذه الهدايا الترويجية المقدمة من البنوك والمؤسسات المصرفية للعملاء ، فإن الحديث عن ذلك يتنظم في مطلبين ، كما يلي :

المطلب الأول

الحكم الشرعي للهدايا المقدمة للعملاء من البنوك والمصارف الإسلامية المصارف الإسلامية هي إحدى المؤسسات المالية التي تلتزم العمل بالشريعة الإسلامية بجانبها المذهبي (الثابت) والنظامي (المتغير) في كل ما يتعلق بأموال المسلمين حفظاً كأمانات أو ودائع بأنواعها مطلقة أم مقيدة وتمويلاً للتجارة واستثماراً للإنتاجية، ومشاركة بالمشروعات التنموية .

ولقد برزت فكرة البنوك الإسلامية وتطورت تطورا ملحوظا من أجل المساعدة على استيعاب الفائض النقدي المتوفر في الدول الإسلامية وصاحب ظهورها تطور في الفكر الاقتصادي الإسلامي والذي اعتمد تحريم الإسلام للربا أساسا له وأعاد النظر في الهياكل النقدية والمالية في الدول الإسلامية بشكل يلغى فيه نظام الفوائد ويحل محله مبدأ المشاركة في الربح أو الخسارة ، هذا المبدأ الذي جاءت البنوك الإسلامية لكي تكرسه عن طريق ممارستها لمختلف العمليات والخدمات البنكية.

ويعود تاريخ العمل المصرفي الإسلامي إلى عام (١٩٤٠م) عندما أنشأت في ماليزيا صناديق للادخار تعمل بدون فائدة ، وفي عام (١٩٥٠م) بدأ التفكير المنهجي المنظم يظهر في باكستان بوضع تقنيات تمويلية تراعي التعاليم الإسلامية^(١).

وفي عام (١٩٦٣م) أنشئ في مصر بقرية ميت غمر بنك الادخار وقام بفتح حسابات توفير تحت الطلب وحسابات استثمار سنوية وحسابات الخدمة الاجتماعية مثل الزكاة والهدايا الخيرية ولم يكتب لهذه التجربة النجاح مما حدا بالبنك المركزي المصري والبنك الأهلي المصري أن يضعا أيديهما عليه في عام (١٩٨٦م)^(٢).

وفي عام (١٩٧١م) أسس بنك ناصر الاجتماعي وهو هيئة عامه (مصرف حكومي) من أجل تشجيع الادخار وتوسيع قادة التكافل الاجتماعي بين المواطنين وتوفير العمل ومنح القروض بدون فوائد والاستثمار وفقا لنظام المشاركة وتقديم المعونات .

وفي عام (١٩٧٤م) أسس البنك الإسلامي للتنمية في جده بالمملكة العربية السعودية وهو مؤسسه دوليه مستقلة تهدف لدعم التنمية الاقتصادية لشعوب الدول والمجتمعات الإسلامية وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية وتقديم القروض الحسنه وتمويل المشروعات على أساس المشاركة في الأرباح .

وفي عام (١٩٧٥م) أسس بنك دبي الإسلامي وكان البداية الحقيقية للعمل المصرفي الإسلامي المتكامل الخدمات ثم توالى إنشاء البنوك الإسلامية وبيوت التمويل في البلاد الإسلامية مثل بيت التمويل الكويتي، وبنوك فيصل الإسلامية هذا بالإضافة إلى عدد آخر من الشركات والمؤسسات الاستثمارية^(٣).

(١) ينظر : البنوك الإسلامية - التجربه بين الفقه والقانون والتطبيق - للدكتورة : عائشة الشرفاوي المألقي/٢٢ - إصدار المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، الطبعة الأولى (٢٠٠٠م).

(٢) ينظر : نظرية الإسلام الاقتصادية للدكتور :عبد السميع المصري /٢٠٩ ط : مكتبة الأنجلو المصرية بالقاهرة (١٩٧٢م).

(٣) ينظر : العلاقة بين البنوك المركزية والبنوك الإسلامية ، النسب المصرفية للدكتور : عدنان الهندي/٢٧ طبعة ، وإصدار : اتحاد المصارف العربية ، بيروت (١٩٨٩م)، وتطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية للدكتور : سامي حسن أحمد حود /٢ ط : مطبعة ومكتبة الشرق بالأردن (١٩٨٢م) .

ولقد عرف النشاط البنكي الذي لا يأخذ بنظام الفائدة انتشارا كبيرا في العديد من الدول الإسلامية الأخرى وبعض الدول الأوروبية وبدأت بعض البنوك التقليدية تنشئ فروعها للمعاملات الإسلامية^(١).

ولما كانت البنوك الإسلامية مؤسسة تجارية تنافسية، فقد حذت حذو غيرها من البنوك الأخرى في تشجيع الناس على التعامل معها، ومن وسائل التشجيع المتبعة، تقديم الهدايا وتوزيعها على العملاء، فإنها تمنح أو تبذل هدايا مادية أو خدمة للمشاركين تشجيعا لهم في التعامل معها، فهذه الهدايا هي من باب الترويج .

ولكن ما هو الحكم الشرعي لهذه الهدايا التي تقدمها البنوك الإسلامية بدلا منها وقبولا من العملاء ؟ .

للإجابة عن هذا التساؤل أقول : تتعدد طرق منح أو بذل الهدايا في البنوك والمصارف أو المؤسسات الإسلامية ، فمن البنوك أو المؤسسات من يمنح هداياها على بطاقات الائتمان ومنها من يمنحها على حسابات التوفير، وأيضا على الحسابات الجارية، أو غير ذلك ومن ثم : تعددت هذه الهدايا فكان لكل هدية في هذه الطرق تكييفها فقها معينا ينبي عليه حكما شرعيا، ومن ثم فإن الحديث عنها ينتظم في الفروع الآتية، وذلك على النحو الآتي :

(١) ينظر : البنوك الإسلامية - التجربه بين الفقه والقانون والتطبيق - للدكتورة : عائشة الشرقاوي

الفرع الأول

الهدايا الترويجية التي تمنح من البنوك أو المؤسسات الإسلامية

على بطاقات الائتمان

والحديث عن هذا الفرع ينتظم في المسائل التالية :

المسألة الأولى : تعريف بطاقة الائتمان ، وأنواعها ، والهدف منها :

أولاً : تعريف بطاقة الائتمان :

ورد تعريف مصطلح بطاقة الائتمان في المعجم الاقتصادي العربي بأنها : " بطاقة خاصة يصدرها المصرف لعميله، تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينة عند تقديمه لهذه البطاقة، ويقوم بائع السلع أو الخدمات بتقديم الفاتورة الموقعة من العميل إلى المصرف - مصدر الائتمان- فيسدد قيمتها له، ويقدم المصرف للعميل كشفاً شهرياً بإجمالي القيمة لتسديدها، أو لخصمها من حسابه الجاري لطرفه" (١).

وجاء أيضاً تعريفها في مجلة مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر بأنها (مستند يعطيه مصدره ، لشخص طبيعي أو اعتباري - بناء على عقد بينهما - يمكنه من شراء السلع ، أو الخدمات ممن يعتمد المستند ، دون دفع الثمن حالا ، لتضمنه التزام المصدر بالدفع ، ومن أنواع هذا المستند ما يُمكن من سحب نقود من المصارف) (٢).

التعريف الشكلى لبطاقة الائتمان :

هي بطاقة بلاستيكية مصنوعة من مادة كلوريد الفينيل المتعدد وغير المرن ، مستطيلة الشكل طبع على وجهها بشكل بارز : (رقمها ، واسم حاملها ، وتاريخ

(١) ينظر : معجم المصطلحات التجارية والتعاونية "عربي - إنجليزي - فرنسي" للدكتور : أحمد زكي بدوي / ٢٦ ط : دار النهضة العربية للطباعة والنشر - بيروت (١٩٨٤ م) .

(٢) ينظر : مجلة مجمع الفقه الإسلامي ٧١٧/١ - عدد (٧) (١٤١٢هـ - ١٩٩٢م) ، وبطاقة الائتمان للدكتور : نزيه حامد / ١٤٢ - بحث مطبوع ضمن قضايا معاصرة في المال والاقتصاد ، ط : دار القلم دمشق ، الأولى (١٤٢١هـ - ٢٠٠١ م) ، والربا في المعاملات المصرفية للدكتور : عبد الله السعيدى / ٢٨٦ ، والمعاملات المالية المعاصرة للدكتور : وهبة الزحيلي / ٥٣٧ ط : دار الفكر بدمشق الطبعة الثالثة (١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦ م) .

صلاحيتها) ، كما طبع عليه : (اسم الشركة العالمية للبطاقة وشعارها ، والمصرف المصدر لها) ، وفي خلفها شريط معلومات الكتر ومغناطيسي أسود اللون ، يليه شريط ورقي أبيض اللون مخصص لتوقيع حاملها ، كتب تحته عنوان مصدرها ورقم هاتفه ، والحديثة منها تطبع عليها - بالليزر أو النقل الحراري - صورة صاحبها وتوقيعه^(١) .

ثانيا : أنواع بطاقة الائتمان :

تنقسم بطاقة الائتمان من حيث الخدمة المتاحة - كما هو مشاهد - إلى نوعين تحت أسماء مختلفة ، كالبطاقة الذهبية ، والبطاقة الفضية ، والذهبية والخضراء ، ويختلف مقدار المبلغ الذي يُمكن سحبه في كل مرة من بطاقة إلى أخرى وأنواعها كما يلي :

١- بطاقات ائتمان قرضية غير متجددة : وتسمى بطاقة (الاعتماد الشهري) ، أو الخصم الشهري ، أو البطاقة على الحساب) : وأهم ما يميز هذه البطاقات : أنه لا يلزم لإصدارها وجود حساب للعميل في بطاقة (أمريكيان إكسبريس) و (الداينرز كلوب) ، وأيضا : وجود سداد مسحوبات حاملها عليها بالكامل ، خلال فترة سماح معينة لا تتعدى في الغالب ثلاثين يوما ، وقد تصل إلى شهرين ، ويلتزم حاملها بمدفوعات أربعة : (رسم الاشتراك أو العضوية ، ورسم التجديد ، وفوائد الإقراض والتأخر في حال عدم السداد) ، فإذا تأخر حاملها عن الوفاء في هذه الفترة لزمته غرامة تأخير ، فإن ماطل ألغيت عضويته ، وسحبت مئة البطاقة ، واتخذت ضده إجراءات المطالبة القضائية^(٢) .

٢- بطاقات ائتمان قرضية متجددة ، وتسمى بطاقة (التسديد بالأقساط) : وهي الأكثر انتشاراً في الدول المتقدمة ، ولا يلزم لإصدارها وجود حساب للعميل ، وهذه يخير صاحبها بين سداد مسحوبات عليها بالكامل خلال فترة السماح ، أو سداد جزء منها وتأجيل

(١) ينظر : بطاقات الائتمان : إنتاجها وكيفية تأمينها للدكتور : حسن سعيد/٣ - بالندوة العربية حول حماية العملات والشيكات ضد التزوير ، التابعة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - القاهرة ، أكتوبر (١٩٩٣ م) .

(٢) ينظر : قضايا فقهية معاصرة للدكتور : نزيه حماد /١٤٣ ، وما بعدها ط : دار القلم - دمشق ، الطبعة الأولى (١٤٢١ هـ) ، وبطاقات المعاملات المالية للدكتور : عبد الوهاب بن إبراهيم أبو سليمان /٥٥ وما بعدها - بحث مقدم لجمع الفقه الإسلامي في دورته العاشرة .

الباقى إلى الفاتورة المقبلة فالتسديد فيها يكون بالتقسيط على شكل دفعات ، وليس محددًا بشهر ، ويلزم حاملها بمدفوعات أربعة (رسم الاشتراك أو العضوية ، ورسم التجديد ، وفوائد الإقراض، وفوائد التأخير) ، وعند التأخير تفرض عليه فائدتان : فائدة على التأخير ، وأخرى على المبلغ غير المسدد ، وأشهر هذا النوع من البطاقات (فيزا ، وماستركارد)^(١).

ثالثا : الحاجة إلى بطاقة الائتمان وفكرة إنشائها : أصبحت "البطاقات" تشكل ظاهرة متنامية، متوسعة الانتشار، إصداراً من البنوك مباشرة، أو بواسطة المنظمات، والجمعيات، واستقبلاً وحملًا لها من الأفراد، حتى يمكن أن يطلق على عصرنا هذا : (عصر البطاقات).

وقد نشأت الحاجة إلى استخدام بطاقة الائتمان ، تفادياً لحمل الأموال أو الاحتفاظ بها في البيوت أو الفنادق عند السفر، وما قد يطرأ عليها من خطر ، فصارت بطاقة الائتمان تحقق للإنسان أماناً على أمواله ، وتمكّنه من شراء ما يريد في ظروف مفاجئة لم يستعد لها بحمل المال^(٢).

وقد بدأت فكرة بطاقة الائتمان في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي في إنجلترا ، حيث قامت شركة المنسوجات، والألبسة البريطانية بتقديم قسائم لعمالها تمكنهم من شراء ما يحتاجون إليه من حاجيات من عدد من المحلات التجارية ، مقابل تسليم هذه القسائم دون حاجة إلى دفع الثمن وكانت الشركة تدفع ثمن هذه الحاجيات لأصحاب المحلات التجارية، ثم تقبض من عملائها ما دفعته عنهم^(٣).

(١) ينظر : المرجعان السابقان ، وأيضاً : مجلة مجمع الفقه الإسلامي ٤٥٣/١ وما بعدها - العدد السابع .

(٢) ينظر : مجلة مجمع الفقه الإسلامي ٣٧٥/١ وما بعدها - العدد السابع ، وبطاقات المعاملات المالية للدكتور : عبد الوهاب أبو سليمان / ٥٠ ، وما بعدها ، وبحوث في المعاملات والأساليب المصرفية الإسلامية للدكتور : عبد الستار أبو غدة / ٤٠٩ من مطبوعات وإصدار بيت التمويل الكويتي عام (١٤١٣ هـ) .

(٣) ينظر : المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور : محمد عثمان شير / ١٧٤ ط : دار النفائس - عمان ، الأردن - الطبعة السادسة (١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٧ م) .

وفي أوائل القرن العشرين قامت بعض الشركات الكبرى في أمريكا بتقديم بطاقة خاصة لبعض عملائها المعروفين لديها لضمان استمرار تعاملهم معها ، وارتباطهم بها ، ففي عام (١٩١٤ م) أصدرت شركة وسترن يونين (western union) في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقة تسديد المدفوعات ، وهي عبارة عن بطاقة معدنية تعطى لبعض العملاء المميزين للشركة ، والتي بموجبها يحصلون على مزايا خاصة عند معاملتهم مع الشركة ، إضافة إلى منحهم ائتمانا ماثلا في تسهيلات زمنية لدفع المستحقات عليهم، وفي عام (١٩١٧ م) قامت بعض الفنادق الكبرى، والمحلات التجارية، وشركات البترول، والسكك الحديدية، والتلغراف باتباع نفس الفكرة^(١).

وفي عام (١٩٥٠ م) ظهرت أول شركة متخصصة في إصدار البطاقات الائتمانية في أمريكا، حيث أصدرت بطاقة بلاستيكية أطلق عليها اسم (نيرس كارد - ners id Card) ، وفي وقت قريب، وتحديدًا عام (١٩٥١ م) دخلت البنوك مجال إصدار البطاقات الائتمانية حيث قام بنك فرانكلين في نيويورك بإصدار بطاقة خاصة به ، ثم تبعه في ذلك عدد كثير من البنوك في أمريكا زادت عن مائة بنك ، ثم حدث ركود في سوق البطاقات أدى إلى انكماش البنوك المصدرة لها إلى حوالي ٢٧ بنكاً ، ورغم هذه الانتكاسة التي ألمت بالبطاقات إلا إنها عادت، وانطلقت انطلاقة جديدة عام (١٩٥٨ م) حيث تولى أكبر بنك في أمريكا - وهو بنك أمريكا- إصدار بطاقة الائتمان تحت اسم بنك (أمريكارد) وقد تبع بنك أمريكا بنوك أخرى في إصدار بطاقات الائتمان^(٢).

وفي عام (١٩٧٧ م) تم إنشاء منظمة الفيزا حيث اتفقت بعض البنوك الأمريكية المصدرة لبطاقة بنك أمريكارد وسمحت هذه المنظمة على إنشاء منظمة غير ربحية لإصدار بطاقة جديدة سميت ببطاقة (فيزا كارد) لأي بنك في أنحاء العالم أن يكون عضواً بها^(٣).

(١) ينظر : الجوانب الشرعية والمصرفية والحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر/٣٧ ط : إيتراك للنشر والتوزيع - القاهرة، الطبعة الأولى (١٩٩٧ م) .
(٢) ينظر : التكيف الشرعي لبطاقات الائتمان للدكتور : عبد الله محمد الحمادي/١١ ط : مكتبة الفرقان الطبعة الأولى (١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٥ م)، والمعاملات المالية المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير /١٧٦، والجوانب الشرعية والمصرفية والحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر/٣٨ .

(٣) ينظر : الجوانب الشرعية والمصرفية والحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر/٣٩ .

فبطاقات الائتمان بأنواعها المختلفة ، سواء كانت بطاقة صرف فوري، أم شهري، أم ائتماني ، لا يصدرها إلا بنك معتمد فقط، ويكون إصداره لها إما مباشرة، أو من خلال عضويته في منظمة البنوك ، وإن إصدار البنك لها يخضع لنظامه الداخلي، سواء كان إصداره لها مباشرة، أم بواسطة إحدى المنظمات، المهم أن إصدارها، وشروطها، ومواصفاتها، تعتمد سياسة البنك الراغب لإصدارها.

ولهذا كانت البطاقة تصدر بواسطة المنظمة - الفيزا مثلاً - فتختلف شروطها من بنك إلى آخر، وإن البطاقة يصدرها البنك مباشرة، أو بواسطة المنظمة، وهي على درجات حسب حدودها الائتمانية المنخفضة، أو العالية المرتفعة، وقد جعل لهذا أوصاف مميزة، وهي على سبيل التعلي: الفضية، ثم الذهبية، ثم الماسية وقد تأتي بوصف مميز آخر مثل : (الخضراء).

وهذه المنظمات البنكية متعددة منها : (منظمة الأمريكان إكسبريس) ، (منظمة الفيزا) ، و (منظمة الماستر كارد) ، و (منظمة اليورو كارد) ، و (منظمة الداينرز كلوب) .

فهذه المنظمات تباشر الأنشطة المصرفية، ومن نشاطاتها العمل على خدمة البنك العضو في المنظمة، بإصدار البنك بطاقة من أي نوع يرغب، وعلى أي درجة ومستوى، وفي "المنظمة" التي ترعاها، فيقال مثلاً: "بطاقة الفيزا" وهكذا^(١).

المسألة الثانية : نماذج تطبيقية لأهم بطاقات الائتمان في المؤسسات أو البنوك الإسلامية وما تقدمه لعملائها من هدايا :

توجد عدة صور لبطاقة الائتمان الإسلامية ومن أهم أسماء هذه البطاقات التي تصدر من المصارف الإسلامية وما تقدمه لعملائها من هدايا ومميزات ما يلي :

أولاً : بطاقة سامبا الخير الائتمانية التي تصدر من البنك السعودي الأمريكي : بطاقة سامبا الخير هي إحدى المنتجات المالية للبنك السعودي الأمريكي ، وقد جاء في إحدى النشرات التعريفية لبطاقة الخير الائتمانية أنها : بطاقة تميز لحاملها أن يستخدمها للتسوق لدى أكثر

(١) ينظر : مجلة مجمع الفقه الإسلامي ٣٩٤/٧، ٤٤٧، ٤٥٢، وما بعدها.

من (٢٦) مليون مؤسسة تجارية حول العالم ، ثم يقوم العميل بعد ذلك بتسديد المبلغ المستحق عليه على شكل أقساط شهرية خلال (١٥) شهرا ، وهذا ما يجعل من البطاقة طريقة مريحة للدفع^(١).

وبطاقة سامبا الخير الائتمانية كغيرها من البطاقات الائتمانية تتمتع بنفس المميزات التي تتمتع بها البطاقات الأخرى ، بالإضافة إلى بعض المميزات الخاصة أهمها موافقة أحكام الشريعة ، وإطمئنان التاجر على المبالغ التي أنشأها من استعمال البطاقة ، و تحقيق الأمان على أمواله، فلا يخشى التاجر من سرقة الأموال، بخلاف ما لو بقيت نقودا داخل المحل ، وكذلك تحقيق الأمان لحامل البطاقة حيث لا يحتاج الشخص لحمل النقود معه في كل الأوقات ، كما تيسر لحاملها السداد بأي عملة كانت ، وبهذا يستريح الشخص من إجراءات السماح بدخول العملات، وخروجها في بعض البلاد التي بها قيود على تحويل العملة، أو منع دخولها، أو خروجها، والحصول على النقود عن طريق السحب من ماكينات الصرف الآلي.

وإضافة إلى هذه المميزات يتمتع حامل بطاقة سامبا الخير الائتمانية الذهبية ببعض المنافع تتمثل في الهدايا التالية : استرداد ٥٥% نقداً على جميع المشتريات ، و استرداد ٥٥% نقداً على تذاكر السينما ، كما تمنح حاملها بالدعم الطارئ للسيارات من سامبا على مدار الساعة، وصيانة السيارة وإعداد مواقف مجانية لسيارات العملاء شهرياً^(٢).

ثانياً : بطاقة تيسير من البنك الأهلي السعودي: هذه البطاقة يصدرها البنك الأهلي السعودي ، وهي تتيح للعميل سداد قيمة مشترياته على أقساط مريحة وقد أجازتها هيئة الفتوى، والرقابة الشرعية بالبنك الأهلي السعودي^(٣).

(١) ينظر : الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية للدكتور :عمر يوسف عبد الله عباينه / ١٤٤ ط : دار النفائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٨هـ — ٢٠٠٨م).

(٢) ينظر : المرجع السابق ، وأيضاً : موقع البنك السعودي الأمريكي ، قسم البطاقات (بطاقة سامبا الخير).

(٣) ينظر : الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية للدكتور : عمر يوسف عباينه / ١١٧ .

فالعميل طالب البطاقة يقوم بتوقيع اتفاقية مع البنك الأهلي لتنظيم آلية استخدام البطاقة ، والالتزام بكافة الشروط، والأحكام العامة لها ، وبعد ذلك يحق للعميل استخدام البطاقة في شراء السلع، أو الانتفاع بالخدمات، أو السحب النقدي^(١) ، وهي بديل للبطاقات التقليدية، ومن ثم فهي تتمتع بنفس المزايا الموجودة في البطاقات الائتمانية ، فضلا عن موافقتها لأحكام الشريعة وتحقيق الطمأنينة والأمان لكل من التاجر أو المنتفع بها^(٢) ، فضلا عن بعض المميزات الخاصة والتي تتمثل في تحقيق المنافع والمدايا التالية :

تمنح بطاقة تيسير الأهلي صاحبها مكافآت مالية حتى ٢% من قيمة مشترياته المحلية، والدولية، وأيضا : مكافآت مالية تصل حتى ١٥% من قيمة المشتريات لدى شركاء برنامج المكافآت، والتأمين ضد حوادث السفر، وأيضا على المشتريات، وعضوية لدى فيزا ماستر كارد تمكن صاحبها من التمتع بالعروض الخاصة لأرقى الفنادق، والخدمات السياحية^(٣).

ثالثا : بطاقة فيزا مصرف الراجحي : بطاقة فيزا مصرف الراجحي هي إحدى المنتجات المالية لشركة الراجحي المصرفية ، وهي من أشهر البطاقات، وأكثرها رواجاً ، حيث يبلغ عدد المؤسسات التجارية، والخدمية القابلة لها حوالي (٨ ملايين) مؤسسة منتشرة في أنحاء العالم ، و يمكن لحاملها الحصول على النقد في أكثر من (٢٥,٠٠٠) مصرف منتشرة في (١٧٥) دولة^(٤).

(١) ينظر : المرجع السابق / ١٢٠ .

(٢) ينظر : أدوات الاستثمار الإسلامية للدكتور : أحمد صبحي العبادي/٢٢٥ وما بعدها ط : دار الفكر- ناشر، عمان - الطبعة الأولى (١٤٣٠هـ - ٢٠١٠م) ، والبطاقات البنكية الإقراضية والسحب المباشر من الرصيد للدكتور : عبد الوهاب أبو سليمان/٣٩ وما بعدها ، ٦٦ ، ٧٠ ، وما بعدها ط : دار القلم بدمشق .

(٣) ينظر: موقع البنك الأهلي التجاري السعودي- قسم بطاقات الائتمان، بطاقة تيسير .

(٤) ينظر : المعاملات الاقتصادية في شركة الراجحي المصرفية للاستثمار من منظور الاقتصاد الإسلامي للدكتور : راشد بن أحمد بن عبد الكريم العليوي /٣٢٢/١ ط : (١٤١٦هـ - ١٩٩٦م) .

وبطاقة فيزا الراجحي تتمتع بنفس المميزات التي تتمتع بها البطاقات الأخرى ، بالإضافة إلى بعض المميزات الخاصة أهمها موافقة أحكام الشريعة ، وبدون أي عمولات، أو رسوم تأخر السداد وتحقيق الأمن والطمأنينة والأمان^(١).

كما تمنح هذه البطاقة حاملها بعدة هدايا أو منافع وخدمات ، حيث يتمتع حملة هذه البطاقة بتأمين مجاني ضد حوادث السفر جواً، وذلك عند استخدام البطاقة في شراء تذاكر السفر بحد أقصى (٢٥٠,٠٠٠ دولار) بالنسبة للبطاقة الذهبية، و (١٠٠,٠٠٠ دولار) للفضية .

كما أنه إذا وصل متوسط رصيد العميل خلال الستة أشهر الأخيرة مبلغ (٥٠,٠٠٠ ريال) يعفى من التأمين النقدي ، وإذا وصل (١٠٠,٠٠٠ ريال) يعفى من التأمين، ورسوم الإصدار ، كما أن حملة البطاقة الذهبية يتمتعون بخدمات استثمارية، ومالية، وطبية، وسياحية ، ونحو ذلك من خلال خطوط الاتصال الهاتفية الساخنة التي تمكن حامل البطاقة من استخدامها^(٢).

المسألة الثالثة : الحكم الشرعي للهدايا الترويجية التي تمنحها المؤسسات و البنوك الإسلامية لعملائها على بطاقات الائتمان : ذهب بعض العلماء المعاصرين إلى القول بتحريم هذه الهدايا التي تبذلها البنوك الإسلامية على بطاقات الائتمان؛ لأنها تعد من باب القرض الذي جر نفعاً، ولأن ظاهرها مصلحة حامل البطاقة وحقيقتها مصلحة البنك والشركات المصدرة حيث تزيد من أرباحها^(٣).

ولكن من وجهة نظري : أرى أن هذه الهدايا التشجيعية تصب في مصلحة الطرفين معا ؛ لأنها غير ملزمة فلحامل البطاقة أن يقوم بإلغائها ، ومن ثم : فلا يمكن القول بتحريمها بذلاً وقبولاً جملة واحدة ؛ لأن هذه الهدايا قد تكون لكل من يستخدم بطاقة

(١) ينظر : موقع مصرف الراجحي ، قسم البطاقات .

(٢) ينظر : المعاملات الاقتصادية في شركة الراجحي المصرفية للاستثمار من منظور الاقتصاد الإسلامي للدكتور : راشد بن أحمد العليوي ١/٣٢٣ : ٣٢٥ .

(٣) ينظر : البطاقات البنكية الإقراضية والسحب المباشر من الرصيد للدكتور : عبد الوهاب أبو سليمان /١٥٣ .

الائتمان من قبل البنك أو المؤسسة المصرفية ، وقد تتغير أشكالها فقد تكون على شكل نقاط في فترة زمنية معينة، وقد تكون على شكل قرعة بين المستخدمين، ومن ثم : فلا بد من التفصيل في حكم المسألة، وذلك على النحو التالي :

أولا : إذا كانت هذه الهدايا على شكل نقاط في فترة زمنية معينة، أو على شكل قرعة بين المستخدمين ، ومن ثم يشترط البنك على العميل صاحب البطاقة بأن يقوم بالدفع ؛ لكي يتسنى له الدخول في السحب أو القرعة ، ففي هذه الحالة يكون حكمها التحريم ؛ لأنها تعد من باب القمار المنهي عنه ، وكذلك إذا كانت بشرط من عملاء البنك حاملي البطاقات في ضمن عقد البطاقة فهي محرمة لا تجوز شرعا؛ لأنها في هذه الحالة تكون من باب القرض الذي جر نفعاً^(١).

ثانيا : إذا كان البنك هو المقترح لهذه الهدايا على سبيل التبرع دون شرط من حاملي البطاقات فهي مباحة شرعا لأنها تبرع عن طيب نفس وليس فيها معنى الربا ولا شبهته ولا ذرائعه ؛ لأنها ليست ملزمة كشرط لإصدار البطاقة ، وإذا كان الحال كذلك فإن هذه الهدايا تصب في مصلحة الطرفين معا (البنك وصاحب البطاقة) ولا تقتصر المنفعة للبنك فقط ؛ لأنه يمكن لحامل البطاقة أن يقوم بإلغائها فهي غير ملزمة وليست في صلب العقد فلا تؤثر على صحته ، ولا ينبغي التوسع في مسألة سد الذرائع^(٢).

ومن ثم : فهذه الهدايا التي يبذلها البنك الإسلامي أو المؤسسة الإسلامية للعملاء مباحة شرعا ، ويباح للعميل قبولها ؛ لأنها مشروعة في أصلها وليس فيها ما يمس صحة عقد البطاقة .

(١) ينظر :الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر / ٨٨ ، وبطاقة الائتمان في ميزان الفقه الإسلامي المعاصر للدكتور : السيد حافظ خليل السخاوي/ ٤٦٠ ، وما بعدها ط : (١٤٢٩ هـ ، ٢٠٠٨ م) ، وبطاقات الائتمان للدكتور : نزيه حماد / ١٥٩ - بحث مطبوع ضمن قضايا معاصرة في المال والاقتصاد ، ط : دار القلم دمشق ، الطبعة الأولى (١٤٢١ هـ - ٢٠٠١ م) ، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر/ ١١٤ .

(٢) ينظر : بطاقة الائتمان في ميزان الفقه الإسلامي المعاصر للدكتور : السيد حافظ السخاوي/ ٤٦٣ .

وهذا على اعتبار تكييف بطاقة الائتمان بأنها (كفالة) ، حيث يعد البنك هو الكفيل، والمشارك - صاحب البطاقة - هو المكفول، والهدية من الكفيل للمكفول عنه مباحة شرعاً وليس العكس^(١).

أو على اعتبار تكييف بطاقة الائتمان بأنها (حوالة) فالمُصدِر لها هو البنك (الدائن) ومن أخذها هو (المدين)، والهدية للمدين من قبل الدائن مباحة شرعاً وليس العكس^(٢).

فهذه الهدايا المبذولة على بطاقات الائتمان من البنوك أو المؤسسات الإسلامية للعملاء مباحة شرعاً بناءً على هذين الاعتبارين^(٣).

(١) ينظر : بدائع الصنائع ١١/٦، والفتاوى الهندية ٣٨٤/٤، ودرر الحكام شرح مجلة الأحكام ٦٩٥/١ والبحر الرائق ٢٥٥/٦ ومطالب أولي النهى ٢٩٩/٣، والمبدع ٣٦٥/٥، والمغني ٢٨٨/٦، وكشاف التناخ ٣٠٤/٤.

(٢) ينظر : المحیط البرهاني في الفقه النعماني لابن مازة ٢٧٦/٥ وما بعدها، وافتاوى الهندية ٣/٢٠٣، ٣٨٤/٤، والبحر الرائق ٢٧٦/٦، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٢٢٤/٣، والذخيرة للقرافي ٢٩٤/٥، والكافي في فقه أهل المدينة لابن عبد البر ٧٢٨/٢ وبلغت السالك إلى أقرب المسالك ١٨٣/٣، وما بعدها، ومعني محتاج ١١٩/٢، وهماية المحتاج ٢٢٥/٤، وروضة الطالبين ٣٧/٤، والمغني ٣٩٠/٤، ٢٨٨/٦، والمبدع ٢١٠/٤ والكافي لابن قدامة ١٢٦/٢، وكشاف القناع ٣/٣١٨، ٣٠٤/٤، والخلی ٨٥/٨، وما بعدها، والجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور: باسم أحمد العامر/١١٤.

(٣) قد اختلف العلماء المعاصرون في تكييف بطاقة الائتمان، فمن العلماء من قال : هي قرض حيث يستقرض العميل مبلغاً من المصدر، ويطلب منه دفعه للتاجر، ومنهم من قال: هي معاملة مستحدثة، ومنهم من قال: هي حوالة حيث يحيل العميل التاجر على المصدر، ومنهم من قال: هي ضمان، ومنهم من قال: هي وكالة حيث يوكل العميل حامل البطاقة البنك في سداد ديونه. ينظر : التكييف الشرعي لبطاقات الائتمان لعبد الله محمد الحمادي /٣١ : ٣٤، وأدوات الاستثمار الإسلامية للدكتور : أحمد صبحي العبادي/٢٢٨ وما بعدها ط : دار الفكر- ناشرون، عمان - الطبعة الأولى (١٤٣٠هـ - ٢٠١٠م) ، والجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر /٥٣ : ٥٦.

ولكن أرى : أن أقرب التوصيفات الفقهية لبطاقة الائتمان هي أنها (وكالة ، أو ضمان) وللتوفيق بين هذين التكييفين أقول : إن بطاقة الائتمان إذا كانت (مغطاة فهي وكالة) ، وصورة ذلك : أن حامل البطاقة يقول للبنك هذه نقودي أخشى عليها من السرقة ، أو أن تضيع ، فاحفظها عندك ، وإذا جاءك من يحمل فاتورة موقعة باسمي، فأعطه الثمن المدون فيها من هذه النقود ، والبنك المصدر يقول للتاجر : =

الفرع الثاني

الهدايا المقدمة من المصارف الإسلامية للعملاء على الحساب الجاري تعتبر الحسابات الجارية أهم الودائع المصرفية النقدية لدى المصارف والمصدر الأساسي للسيولة في النشاط المصرفي إذ يتحقق من خلالها الجزء الأكبر من موارده الخارجية .
ويقصد بالحساب الجاري : المبالغ التي يودعها الناس في البنوك ويحق لهم سحبها كاملة في أي وقت كلما أرادوا بلا زيادة أو عائد وبدون نقصان ويلتزم البنك بأدائها إليهم فور الطلب، ولا يتوقف الأداء على إخطار سابق من قبل صاحب الوديعة ، ويغلب أن يكون الحساب الجاري بين البنك وتاجر ، أو صانع ، أو صاحب حرفة ، لمقتضيات الائتمان الخاصة بحرفته أو تجارته .

وإن هذا النوع من الودائع لا يدفع البنك إلى أصحابها شيئا من الفوائد، بل المعمول به في بعض البلاد أن البنك يطالب صاحب الوديعة برسوم على القيام بخدمة الإبقاء عليها، ولكن هذه الودائع تبقى عند البنك مختلطة لا تتميز وديعة شخص من وديعة الآخر، وكذلك يحق للبنك أن يستخدمها لصالحه، وإن كان المعمول به في البنوك أنهم يحتفظون بنسبة منها احتفاظا بالسيولة الكافية لمواجهة طلبات السحب^(١).

= إذا جاءك أحد من طرفي، فبعه ما يريد، وأنا أدفع لك عنه ما يثبت في ذمته من ثمن، فأنا وكيه في قضاء ديوته من ماله الذي عندي .

أما البطاقة (غير المغطاة فهي ضمان)؛ لأنها معاملة ثلاثية الأطراف، والضمان كذلك عقد ثلاثي الأطراف فمن قال لشخص دابن فلانا، فما حصل لك عليه، فهو عليّ ، فهذا ضمان ما لم يجب، وهو جائز عند أكثر الفقهاء، خلافا للإمام الشافعي في المذهب الجديد . ينظر : بدائع الصنائع ٥/٦ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٣/٣٣٣ ، والبهجة شرح النخبة للتسولي ١/٢٩٥ ، وتكملة المجموع للمطيعي ١٤/١٩ ، ومعني المحتاج ٢/٢٠١ ، والمعني ٥/٧١ ، وكشاف القناع ٣/٣٦٧ .
وهذه هي حقيقة بطاقة الائتمان غير المغطاة ، فالبنك المصدر يقول للتاجر : دابن فلانا، فما حصل لك عليه، فهو عليّ ، ويعطي العميل بطاقة تدل على أنه قادم من طرف البنك، وتسهل عملية إثبات الدين، وتحصيله .

(١) ينظر : العقود وعمليات البنوك التجارية للدكتور : على البارودي/٣٠٤ وما بعدها - الطبعة الثانية والمعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور : محمد عثمان شير /٢٦٤ ، والعقود التجارية وعمليات المصارف للدكتور : أدوار عيد /٦٠٧ وما بعدها طبعة : مطبعة النجوى ، =

ويعتبر الحساب الجاري قائمة تقيّد بها المعاملات المتبادلة بين العميل والبنك ، وتكون هذه المعاملات متشابكة يتخلل بعضها بعضاً بحيث تكون مدفوعات كل من الطرفين مقرونة بمدفوعات من الطرف الآخر، ويتميز هذا الحساب بأنه قابل للسحب منه عند الطلب، ولذلك يسمى في بعض الأحيان بالحساب تحت الطلب، ولا تمنح البنوك عادة على هذا النوع من الحسابات أي عائد، وإنما قد تطلب من العميل في بعض الأحيان رسوماً قليلة نظير الخدمات المؤداة له، اذ ما يقترن الحساب الجاري في البنوك التقليدية بنوع واحد من أنواع التكييف القانوني وهو (القرض)، فيعتبر الإيداع في هذا الحساب من الناحية القانونية كقرض من العميل للبنك^(١).

وإنما سمي الحساب الجاري بهذا الاسم؛ لأن طبيعته تجعله في حركة مستمرة من زيادة بالإيداع أو نقصان بسبب ما يطرأ عليه من قيود ومن ثم يتغير من حاله فلا يبقى على صفة واحدة .

أما بالنسبة للبنوك الإسلامية فيتبع بعضها نفس هذا الأسلوب فلا تختلف الحسابات الجارية في البنوك الإسلامية - من حيث مصادر الأموال - عنها في البنوك التقليدية، فهي قروض ، المدين فيها البنك والدائن العميل، وهي قروض حسنة (بدون فوائد) حالة (غير آجلة)، ويمكن لصاحبها أن يسحبها مستخدماً دفتر الشيكات أو يحيل عليها بأي وسيلة أخرى ولا يحصل صاحب الأموال في الحساب الجاري على الربح لأن طبيعة علاقته مع المصرف معتمدة على صيغة القرض فأمواله مضمونة على المصرف، أما

= والأسس القانونية لعمليات البنوك للدكتورة : سميحة القليوبي/٣٣١، ٣٤١ ط : دار النهضة العربية (١٩٨٨م)، والمصارف والأعمال المصرفية وبيوت التمويل في الشريعة الإسلامية والقانون للدكتور : غريب الجمال/٣٦ ط : دار الشروق، الطبعة الأولى، وأحكام الودائع المصرفية للدكتور : محمد تقي العثماني - بحث منشور بمجلة مجمع الفقه الإسلامي ٧٩٢/١ - العدد التاسع .

(١) ينظر : موسوعة أعمال البنوك للدكتور: محي الدين إسماعيل علم الدين ٣٣١/١ - طبعة (١٩٨٧م) وعمليات البنوك من وجهة القانونية للدكتور : علي جمال الدين عوض/٢١ وما بعدها - طبعة : دار النهضة العربية ، وحكم ودائع البنوك وشهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي للدكتور : علي أحمد السالوس /٥١ ط : دار الثقافة بالدوحة ، قطر - الطبعة الأولى (١٤١٠هـ) .

البعض الآخر فيفضل إضفاء صفة الوديعة المأذون باستعمالها على هذا الحساب ويشترط اعتبار صفة الإيداع في الحساب الجاري كقرض حسن من العميل إلى البنك^(١) .

وبهذا يتبين أن الحسابات الجارية هي حسابات ليس هدفها الاستثمار وإنما هي حسابات لغرض حفظ هذه الأموال وصيانتها من السرقة أو الهلاك، أو لغرض تسهيل التعامل التجاري والمعاملات المصرفية الأخرى التي تقدمها هذه المصارف لعملائها؛ لذا فإن هذه الحسابات ليس لها أي علاقة بالمضاربة أو المشاركة، ولا تستحق أي عائد أو ربح في المصارف الإسلامية، بل إنه قد يتقاضى المصرف عليها أجراً. أو عمالة في مقابل ما يمنحه لأصحابها من امتيازات^(٢) .

وحتى يتبين لنا الحكم الشرعي للهدايا التشجيعية الممنوحة من البنوك والمصارف الإسلامية على الحساب الجاري للعملاء، فإنه يتسنى لنا أن نتعرض بإيجاز للتكييف الفقهي للحساب الجاري عند العلماء المعاصرين، ومن ثم : يتبين لنا حكم هذه الهدايا ؛ لأن الحكم على الشيء فرع عن تصوره ، فأقول وبالله - تعالى - التوفيق:

اختلفت أقوال العلماء المعاصرين في التكييف الفقهي للحسابات الجارية ، وذلك

على قولين ، كما يلي :

القول الأول : أن الحسابات الجارية تعتبر وديعة بالمعنى الفقهي، وهذا القول ذهب إليه بعض العلماء المعاصرين ومن أبرزهم الدكتور: حسن عبد الله الأمين ، والدكتور: حسين كامل فهمي ، وبه أخذ بنك دبي الإسلامي^(٣) .

وحجتهم على هذا : أن أموال الحساب الجاري عبارة عن مبالغ توضع لدى المصرف ويسحب منها في الوقت الذي يختاره المودع، وذلك كل ما يطلب في الوديعة الحقيقية، ولا

(١) ينظر : المراجع السابقة ، وأيضاً : عقد الوديعة للدكتور : نزيه حماد / ١١٧ ط : دار القلم بدمشق ، الطبعة الأولى (١٤١٤هـ - ١٩٩٣م) .

(٢) ينظر : المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق للدكتور: عبد الرازق رحيم جدي الهيتي / ٢٤٥ ط : دار أسامة للنشر، عمان - الأردن، الطبعة الأولى (١٩٩٨م) .

(٣) ينظر : الودائع المصرفية النقدية للدكتور : حسن عبد الله الأمين / ٢٣٣ ط : دار الشروق ، الطبعة الأولى (١٤٠٣هـ) ، وبحوث في المصارف الإسلامية للدكتور : رفيق يونس المصري / ١٩٠ ، ١٩٣ ط : دار المكتبي ، دمشق ، الطبعة الثانية (١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م) ، ومجلة مجمع الفقه الإسلامي ١ / ٦٩٤ ، ٧٠٠ ، ٧٥٥ - العدد التاسع .

توجد أي شائبة في ذلك، كما أن المصرف لا يتسلم هذه الوديعة على أنها قرض، بدليل أنه يتقاضى أجرة (عمولة) على حفظ الوديعة تحت الطلب، بعكس الوديعة لأجل التي يدفع هو عليها فائدة .

فالمودع عندما يدفع المال في الحساب الجاري للمصرف لا يقصد أبداً أن يقرض المصرف، ولا أن يشاركه في الأرباح العائدة للمصرف من استغلال مال المودع ومال غيره، وإنما مقصوده - أي المودع - حفظ ماله ثم طلبه عند الحاجة إليه وهذا مقتضى عقد الوديعة؛ فلا يسمى فعله إقراضاً^(١).

القول الثاني: إن الحسابات الجارية تكيف فقهيًا على أنها (قرض) فالمودع هو المقرض، والمصرف هو المقرض، وبه قال أكثر العلماء المعاصرين، ومن أبرزهم الدكتور: علي السالوس، والدكتور: غريب الجمال، والدكتور: محمد عثمان شبير، والدكتور: رفيق المصري، وغيرهم كثير^(٢).
وحجتهم على هذا ما يلي:

١- إن المصرف يملك المال في الحساب الجاري، ويتصرف فيه فيكون قرضاً، وليس إيداعاً، إذ في عقد الإيداع لا يملك الوديع الوديعة، وليس له أن يتصرف فيها، والعبرة في العقود للمعاني لا للألفاظ والمباني، وتسميتها وديعة وإنما هو على سبيل المجاز لا الحقيقة لعدم توفر حقيقة الوديعة فيها، ومن ثم: فإن المصرف يعتبر ضامناً لأموال الحساب الجاري برد مثلها لأصحابها، ولو كانت هذه الأموال وديعة بالمعنى الحقيقي لما ضمنها المصرف، والمديونية والضمان يتأنيان الأمانة، بل لو شرط رب الوديعة على الوديع ضمان الوديعة لم يصح

(١) ينظر: الودائع المصرفية النقدية للدكتور: حسن عبد الله الأمين/٢٣٣، وما بعدها.
(٢) ينظر: حكم ودائع البنوك وشهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي للدكتور: علي السالوس/٥٥، ٥٢، والمصارف والأعمال المصرفية وبيوت التمويل في الشريعة الإسلامية والقانون للدكتور: غريب الجمال/٥٩، والمعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور: محمد عثمان شبير/٢٢٢، وبحوث في المصارف الإسلامية للدكتور: رفيق يونس المصري/٢٠٣، وموقف الشريعة من المصارف الإسلامية المعاصرة للدكتور: عبد الله عبد الرحيم العبادي/١٩٨، وما بعدها - ط: المكتبة العصرية - صيدا، بيروت (١٤٠١هـ - ١٩٨١م)، ومجلة مجمع الفقه الإسلامي ١/٧٣٠، ٧٧٧، ٨٠٢، ٨٣٨، ٨٨٣، ٨٨٨، ٨٩٠، ٩٠٦ - العدد التاسع.

الشرط ؛ لأنه شرط ينافي مقتضى العقد، وكذلك لو قال الوديع: أنا ضامن للوديعة لم يضمن ما تلف بغير تعد أو تفريط ؛ لأن ضمان الأمانات غير صحيح، إلا عند التعدي أو التقصير من جهة الأمين عليها^(١).

٢- من المعلوم أن المصرف لا يأخذ أموال الحسابات الجارية كأمانة يحتفظ بعينها لترد إلى أصحابها، وإنما يستهلكها ويستثمرها في أعماله، حيث يستهلك نسبة كبيرة من هذه الحسابات، ويلتزم برد مثلها، وهذا واضح في أموال الحسابات الجارية، ومن ثم : فإن المال في الحساب الجاري عبارة عن نقود يضعها صاحب الحساب وهو يعلم أن المصرف يتصرف فيها، ويخلطها بالأموال التي لديه بمجرد استلامها وإدخال بياناتها بالحاسب، ثم يستثمرها، وقد دفعها إليه راضياً بذلك فكان إذناً بالتصرف؛ فهذه الأموال في حقيقتها قرض وليست وديعة^(٢).

الترجيح بين أقوال العلماء المعاصرين في التكييف الفقهي للحساب الجاري:

أرى أن القول الراجح من التكييفين السابقين للحساب الجاري في الفقه الإسلامي هو ما ذهب إليه أكثر العلماء المعاصرين وهو القول الثاني الذي ذهب أنصاره إلى أن الحساب الجاري الذي يضعه صاحبه في البنك يكيف فقها على أنه قرض وليس وديعة وذلك لما يلي :

أولاً : إن الفقه الإسلامي يعتبر الحسابات الجارية في حكم القرض ؛ لاتفاقها معه من حيث النتيجة في تملك عينها وتعلقها بذمة آخذها ورده مثلها في حال مطالبة صاحبها بها، فتعريف القرض وأحكامه في الفقه الإسلامي ينطبق على الحساب الجاري، حيث عرف القرض بأنه : دفع مال إلى الغير؛ لينتفع به ويرد بدله^(٣).

(١) ينظر : حكم ودائع البنوك وشهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي للدكتور : علي السالوس/٥٢ ، ٦١ ، ومجلة مجمع الفقه الإسلامي ١/٧٣٠ ، ٨٨٣ - العدد التاسع .

(٢) ينظر : المراجع السابقة ، وأيضاً : بحوث في المصارف الإسلامية للدكتور : رفيق يونس المصري/٢٠١ .

(٣) ينظر : حاشية البجيرمي على منهج الطلاب (التجريد لنفع العبد) ٢/٣٤٨ ، وحاشية قليوبي وعميرة ٢/٣٢٠ ، ومغني المحتاج ٢/١١٧ ، والإنصاف ٥/١٢٣ ، والمبدع ٤/٢٠٤ ، وكشاف القناع ٣/٣١٢ .

أما ما ذهب إليه بعض العلماء المعاصرين من إضفاء صفة الوديعة المأذون باستعمالها على الحساب الجاري، فإنه لا يصح، رغم أنه من الناحية الشرعية لا فارق بين هاتين الصورتين (القرض، والوديعة) للحساب الجاري؛ لأن الوديعة المأذون باستعمالها تؤول في حالة التقود إلى القرض، وتفسير ذلك يرجع إلى اعتبار الفقهاء هذه الوديعة كعمارية، ويطبق عليها أحكامها^(١)، إلا أنه لكون هذا الوصف يختص بإعارة الأعيان التي ينتفع بها، ولأن الأمر في حالة أرصدة الحسابات الجارية يتعلق بالتقود، وهي بطبيعتها لا ينتفع بها إلا باستهلاكها، فإن إطلاق صفة الإعارة عليها تعتبر من طريق المجاز، وبالتالي فهي في حقيقتها قرض^(٢).

ثانياً : إن صاحب المال إذا وضع ماله في حساب جارٍ في البنك فإنه لا يقصد مجرد الحفظ فقط، بل يريد الحفظ والضمان معاً، بدليل أنه لا يقوم بعملية الإيداع ما لم يكن ماله مضموناً، وكذلك المصرف لا يقبل هذه الأموال لحفظها فقط، بل للانتفاع بها مع ضمانها، فنبت أن يد البنك عليها يد ضمان، وليس يد أمانة، ويد الضمان لا تثبت بالوديعة، وإنما تثبت بالقرض، ومن ثم : فإن المال المودع في البنك عن طريق الحساب الجاري هو مضمون على البنك، وكونه مضموناً على البنك يخرج عن طبيعة عقد الوديعة الاصطلاحية في الفقه الإسلامي، لكونها أمانة في يد المودع، وعلى هذا فالوديعة في العرف المصرفي القائم هي قرض في الفقه الإسلامي وتسمية هذا العقد بين صاحب المال والمصرف وديعة لا يغير من حقيقة العقد ولا يؤثر في كونه عقد قرض؛ لأن عامة المتعاملين مع المصارف لا يدركون الفرق بين معنى القرض ومعنى الوديعة، ولا يستحضرون الفروق بينهما، فهم لا تهمهم المصطلحات بقدر ما تهمهم النتائج والغايات، وإنما سمي وديعة من باب المجاز والعبارة في العقود بالمقاصد والمعاني لا بالألفاظ والمباني^(٣).

(١) ينظر : بدائع الصنائع ٦/٢١٥، والفتاوى الهندية ٤/٣٦٣، وبداية المجتهد ٢/٢٥٥ وما بعدها، ومغني المحتاج ٣/٨٩، وكشاف القناع ٤/٦٣، ١٦٧.

(٢) ينظر : عقد الوديعة للدكتور : نزيه حامد / ١١٧ ط : دار القلم بدمشق، الطبعة الأولى (١٤١٤هـ - ١٩٩٣ م)، والفقه الإسلامي وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ٥/٥٨ ط : دار الفكر (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥ م)، وتطور الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية للدكتور : سامي حسن حمود / ٢٦٤.

(٣) ينظر : الربا والمعاملات المصرفية في نظر الشريعة الإسلامية للدكتور : عمر بن عبد العزيز الشريك / ٣٤٨ ط : دار العاصمة -- الرياض، الطبعة الأولى (١٤١٤هـ)، وأحكام الودائع =

وبذلك فإن أصحاب الحسابات الجارية يقصدون الإقراض دون الإيداع بمعناه الفقهي الدقيق، غير أن مقصودهم الأساسي من وراء هذا الإقراض هو حفظ أموالهم بطريق مضمون، لا من طريق التبرع على البنك لمساعدته في مهماته، وإن هذا القصد لا يخرج تكييف الحساب الجاري عن كونه قرضاً؛ لأن عقد القرض يعتمد على أمرين:

الأمر الأول: أن يعطي المال إلى أحد ويؤذن له بصرفه لصالحه، بشرط أن يرد مثله إلى المقرض متى طلب منه ذلك.

والأمر الثاني: أن يكون المال المدفوع مضموناً على المقرض.

وهذان العنصران متوفران في الحساب الجاري^(١).

لهذه الأسباب السابقة : يكيف الحساب الجاري المودع في البنوك على أنه قرض حسن بمعناه الشرعي سواء أكان هذا في البنوك التقليدية الربوية أم الإسلامية، وهذا ما قرره علماء مجمع الفقه الإسلامي المنبثق من منظمة المؤتمر الإسلامي بجدة في دورته التاسعة المنعقدة في أبي ظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من (١ - ٦ ذي القعدة ١٤١٥هـ الموافق لشهر أبريل ١٩٩٥ م) حيث نص على ما يلي :

بعد اطلاع مجلس مجمع الفقه الإسلامي على البحوث الواردة إليه بخصوص موضوع الودائع المصرفية (حسابات المصارف)، وبعد استماعه إلى المناقشات التي دارت حوله، قرر ما يلي:

أولاً: الودائع تحت الطلب (الحسابات الجارية)، سواء أكانت لدى البنوك الإسلامية أم البنوك الربوية هي قروض حسنة بالمنظور الفقهي، حيث إن يد المصرف المستلم لهذه

= المصرفية للدكتور : محمد تقي العثماني - بحث منشور بمجلة مجمع الفقه الإسلامي ٧٩٤/١، وما بعدها العدد التاسع، وبحوث في المصارف الإسلامية للدكتور : رفيق يونس المصري/٢٠٣، وما بعدها .
(١) ينظر: المراجع السابقة، وأيضاً: حكم ودائع البنوك وشهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي للدكتور: علي أحمد السالوس /٥٢، والأسس القانونية لعمليات البنوك للدكتورة : سميحة القليوبي/٣٣١ .

الودائع يد ضمان لها وهو ملزم شرعاً بالرد عند الطلب، ولا يؤثر على حكم القرض كون البنك المقترض مليئاً^(١).

و بناءً على ذلك : تحرم هذه الهدايا التي تقدمها البنوك الإسلامية على الحساب الجاري كما يجرم قبولها من العميل ؛ لأنها في حقيقة الأمر تعد من القرض الذي جر نفعاً والمقصود بالنفع هنا : النفع الذي يجزه القرض للدائن، أما المدين فإنه إنما اقترض لينتفع بالقرض فالمدين هو البنك ، والدائن في الحسابات المصرفية هو العميل المودع للثمن في حساباته لدى البنك وهو يتلقى أنواعاً متعددة من الخدمات، بل وتتسابق البنوك في تقديم الخدمات الخاصة لأصحاب هذه الحسابات ، ومنها الهدايا النفعية وغيرها، وكل ما كان كذلك فهو من ربا الجاهلية الذي حرمه الإسلام^(٢).

وذلك لما يلي :

أولاً : القرض في الشريعة الإسلامية عقد إرفاق وقربة^(٣)، ومن ثم : إذا اشتمل على أي نفع لصالح المقرض يخرج عقد القرض من أن يكون عقد إرفاق وقربة إلى معاملة ربوية، فإذا شرط فيه النفع أخرجته عن موضوعه^(٤).

فأصبح تحريم اشتراط المنفعة للمقرض (صاحب الحساب الجاري) في أي شكل وصورة من المسلمات في الفقه الإسلامي، و بناءً على ذلك : تحرم هذه الهدايا

(١) ينظر : قرارات وتوصيات مجلس مجمع الفقه الإسلامي بشأن الودائع المصرفية (حسابات المصارف) قرار رقم : (٨٦) بمجلة مجمع الفقه الإسلامي ٦٦٧/١، ٩٣١ - العدد التاسع .

(٢) ينظر : أحكام القرآن لابن العربي ١٣٧/١، والمنهاج شرح النووي على صحيح مسلم ٩/١١ ، وفيض القدير للمناوي ٢٨/٥، وبيدائع الصنائع ٨٧/٦، ٩٦، ٣٩٥/٧، والفتاوى الهندية ٢٠٢/٣ والبحر الرائق ٢٦٨/٧، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٥٢٠/٣، والقوانين الفقهية لابن جزي/١٦٥ والكافي لابن عبد البر ٣٥٩/٢، والحاوي الكبير للماوردي ١٣٣/٥ وما بعدها، وأسنن المطالب ١٤٢/٢ والمبدع ٢٠٩/٤، وشرح منتهى الإرادات ٦٤/٢، واغلى لابن حزم ٧٧/٨.

(٣) ينظر : تكملة المجموع الثانية ١٩٤/١٣ ط : دار الفكر، والمغني ٣٩٠/٤، والمبدع ٢٠٩/٤، وشرح منتهى الإرادات ١٠٢/٢ .

(٤) ينظر : المراجع السابقة، وأيضاً : مواهب الجليل للحطاب لشرح مختصر خليل ٦٤٥/٤ ط : مطبعة السعادة بمصر، الطبعة الأولى (١٣٩٢هـ)، وروضة الطالبين ٣٤/٤ وكشاف القناع للبهوتي ٣١٧/٣ .

أولاً : يجب على البنك الإسلامي ألا يقوم بتقديم هدايا على حساب التوفير للمدخرين بصورة معلنة ومتكررة وإن كانت غير مشروطة في عقد وديعة الادخار، فلا بد من عدم الإعلان المسبق عن هذه الهدايا على حسابات التوفير، بل يجب أن تكون دون علم مسبق للمودعين، وإلا كانت من باب القرض الذي جر منفعة؛ لأن ذلك سيصير بمرور الزمن عرفاً بين الناس وخاصة مع التكرار والديمومة، وبالتالي يأخذ حكم المنفعة المشروطة في عقد القرض واشتراط منفعة المقرض غير جائز شرعاً .

ثانياً : يجب على البنك الإسلامي ألا يقوم بتحديد هدايا معينة على حساب التوفير للمدخرين بحيث تتعدد وتباين صور هذه الهدايا في كل مرة ولا تكون في فترات ثابتة حتى لا تكون هي الدافع لعملية الادخار.

ثالثاً : يجب على البنك الإسلامي أن يقدم هذه الهدايا من أمواله، أي : من أموال الشركاء المستثمرين والمساهمين في رأس مال المصرف الإسلامي؛ لأنهم قبلوا بالنظام الأساسي للبنك عند مشاركتهم له في عملياته الاقتصادية، ومنها تقديم الهدايا التشجيعية للعملاء ، و يكون تقديمه لهذه الهدايا باختياره لتشجيع الناس على التعامل معه، ومن ثم : فإنه لا يجوز أن تكون هذه الهدايا من أموال بقية المودعين في حسابات التوفير ؛ لأن الهدية بهذه الصورة تكون من القمار والميسر ، أما إذا أشعر البنك المستثمرين بهذه الهدايا وقبول بالموافقة على بذلها من قبلهم، فلا حرج فيها شرعاً ؛ لأن هذه أموال مملوكة لأصحابها، فلا يجوز الاعتداء عليها بلا إذن، وإلا وقع هذا في القمار المحرم^(١).

(١) ينظر : أحكام المسابقات شير / ٣١ ، والفتاوى الاقتصادية ١/ ١١٥٢ ، والفتاوى الشرعية الصادرة عن لجنة الإفتاء التابعة للبنك العربي الإسلامي ١/ ٧٦ ، وما بعدها ، ٨٥ .

المطلب الثاني

الحكم الشرعي للهدايا المقدمة من البنوك الربوية لعملائها

قد يقوم البنك الربوي بإعطاء العميل هدية ذات قيمة مالية وذلك عند بلوغه درجة كبار العملاء أو صعوده إلى درجة أعلى داخل تصنيف العملاء أو عند بقاء مستوى رصيده مرتفعاً خلال تعامله مدة زمنية معينة، وعندما يحصل العميل على عدد من النقاط حسب طول المدة ونمو رصيده المالي، فإن هذا يؤهله لمستوى معين من الهدايا، وذلك كالعطور والساعات، وأجهزة الهواتف المحمولة أو السيارات الفارهة ذات القيمة العالية، فما الحكم الشرعي لتلك الهدايا ؟ .

أقول الهدايا التي يقدمها البنك لعملائه إما أن تكون من قبيل التسويق والدعاية للبنك، وإما أن تكون خاصة بالمودين أصحاب الحسابات الجارية، أو على شهادات الاستثمار، فهي على ثلاثة أنواع، ولكل نوع منها حكمه الخاص وذلك كما يلي :

النوع الأول : الهدايا التي يقدمها البنك بغرض التسويق والدعاية له : قد يقوم البنك بتقديم بعض الهدايا لجميع الناس دون نظر إلى رصيد العميل فقد يضع مثلاً أقلاماً في مكان معين في البنك وكل من يدخل البنك فإنه يأخذ من هذه الأقلام، وأحياناً يوزع تقاويم لجميع الناس كنوع من الدعاية والتسويق له، فقبول مثل هذه الهدايا جائز ولا يترتب عليه محذور شرعي ولا يعد من القرض بفائدة .

النوع الثاني : الهدايا الخاصة التي يقدمها البنك لعملائه من أصحاب شهادات الاستثمار من النوع (ج) : تصدر بعض البنوك في بعض الدول شهادات استثمار من المجموعة (ج) (الشهادات المشترية) وهي عبارة عن : شهادات تشتري من البنك ويجري السحب عليها شهرياً والشهادة التي تفوز تريح مبلغاً كبيراً من المال مع احتفاظ صاحب الشهادة برد الشهادة إلى البنك وأخذ قيمتها في أي وقت شاء .

فهي الشهادة التي تستحق فائدة متزايدة، ويجري عليها السحب بإعطاء هدايا للفائزين فلا تعطى ربحاً محدداً كل سنة، ولكنها خصصت مبلغاً من أرباحها تمنحه للمتعاملين معها بالقرعة .

ونظراً لانخفاض قيمة هذه الشهادة يلجأ إليها كثير من الناس الذين لا يجدون أي إغراء في سعر الفائدة على المجموعتين: (أ، ب) لضالة مدخراقم، وصاحب هذه الشهادة لا يحصل على فوائد دورية، ولا على فوائد في نهاية مدتها - وهي عشر سنوات أيضا ، وإنما تحتسب الفائدة المستحقة على جملة رصيد المدخرات لمجموع هذه الفوائد الموظفة بما يتداول لدى الأشخاص - كل ربع سنة مثلاً- ويجري سحب علي بالقرعة على أرقام الشهادات^(١) ، ويصرف لأصحاب الشهادات الفائزة هدايا قيمة^(٢).

ما حكم الشرع في هذه الهدية المالية الطائلة التي يفوز بها صاحب الشهادة الراجعة ؟ للإجابة عن هذا السؤال أقول :

ذهب بعض العلماء كفضيلة الشيخ جاد الحق على جاد الحق ، إلى القول بإباحة هذا النوع من الهدايا ، فأفتى بإباحة هذه المعاملة على اعتبار أنها من قبيل القراض، أي : المضاربة فهي نوع من أنواعها، ويتغاضى عن اشتراط كون الربح جزءاً شائعاً لا قدرأً معيناً؛ لأن القراض العادي يقع بين أفراد الناس، وهذه المعاملة مع مؤسسة للدولة ،ومن ثم : يصح أن يكون المال كله من جانب رب المال ، والربح كله للعامل في مقام تبرع رب

(١) ينظر : المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور: محمد عثمان شبير/٢١٧ .
(٢) هناك نوعان آخران من شهادات الاستثمار التي تصدرها البنوك الربوية هما : أولاً : (شهادات استثمار من المجموعة أو الفئة - أ-) وهي الشهادات ذات القيمة المتزايدة، حيث يبقى القرض عشر سنوات لدى المؤسسة، ثم يسترد صاحبه القرض مع الزيادة المحددة المعلن عنها، ومدتها عشر سنوات، وتستحق فوائدها كل ستة أشهر، ولكن لا يحصل صاحب الشهادة على فوائدها أولاً فأول، وإنما تضاف إلى أصل قيمة الشهادة إلى أن تنتهي مدتها، ويحق لصاحب الشهادة استرداد قيمتها بعد مضي خمسة أشهر، وإذا تركها إلى نهاية المدة فإنه يأخذها مضافاً إليها الفوائد المركبة التي استحققت على هذه الشهادة.
ثانياً : (شهادات استثمار من المجموعة أو الفئة - ب-) وهي الشهادات ذات العائد الجاري، حيث يمكن سحب الأرباح كل فترة زمنية كسنة أو نصف سنة، وتؤخذ الزيادة المحددة مع مرور الزمن وتظل قيمة الشهادة ثابتة كما هي إلى نهاية المدة التي تبقى فيها .

وكلا هذين النوعين يعد قرضاً، وتكون الزيادة المحددة من ربا الديون، وكلاهما من القروض الإنتاجية الربوية، فهما حرام مثل ودائع البنوك التي هي قرض، سواء قصد بها مجرد الإيداع كالحساب الجاري، أم الاستثمار مع الإيداع وهي الودائع ذات الفائدة . ينظر : المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور: محمد عثمان شبير/٢١٧، والفقه الإسلامي وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ٥/٤٥٠، وما بعدها ط : دار الفكر، ومجلة البحوث الإسلامية ١٨/١٠٨ .

المال بكل الربح للعامل، وهذا جائز على المشهور من مذهب مالك، وبذلك فإن الزيادة في هذا النوع من الهدايا ليست على صورة الفائدة، ولكنها هدية تشجيعية لتشجيع الناس على شراء هذه الشهادات فهذه الهدايا مباحة شرعاً؛ لأنها معاملة نافعة لكل من العامل ورب المال، ولا ضرر فيها لواحد منهما^(١).

كما يمكن أن تكون هذه المعاملة من باب الوعد بمجازرة عند من أباحها، إذ ليست لها فائدة مشروطة ولا محددة زماً ومقداراً، فتدخل في باب المعاملات المباحة عند بعض فقهاء الشريعة الذين أجازوا الوعد بمجازرة^(٢).

(١) ينظر : بداية المجتهد ١٩٢/٢، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٥٢٣/٣، والبهجة شرح التحفة ٣٥٦/٢ وما بعدها، والفقهاء الإسلاميين وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ٤٥١/٥، والفتاوى الاقتصادية ١٣٨٣/١، و١٣٨٦.

(٢) الوعد بمجازرة : مصطلح قانوني يستخدم عند الفقهاء القانونيين، وهو في عرفهم يقصد به (المكافأة أو الجعل أو الأجر المعين)، واصطلاحاً عندهم : عقد أو التزام بإرادة منفردة، فهي من أبرز صور الإلتزام بالإرادة المنفردة، باعتبارها المصدر الثاني من مصادر الإلتزام في القانون ينظر : المدخل الفقهي العام لمصطفى أحمد الزرقا ٤٣٥/١ وما بعدها ط : دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى (١٤١٨هـ — ١٩٩٧م) ومجلة البحوث العلمية هيئة كبار العلماء بالملكة العربية السعودية ٢٩٢/٥ طبعة، وإصدار: رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء بالسعودية (١٤٢٢هـ -)، ومجلة البحوث الإسلامية ١٢١/٨، والفقهاء الإسلاميين وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ٥١٢/٥ .

أما عند فقهاء الشريعة الإسلامية : فيطلق هذا المصطلح على عقد الجمالة، ولكن لا تجوز الجمالة عند الحنفية لما فيها من القدر أي : جهالة العمل والمدة قياساً على سائر الإجراءات التي يشترط لها معلومية العمل والمأجور والأجرة والمدة، وإنما أجازوا فقط استحساناً دفع الجعل لمن يرد عبده الأبق فقط . ينظر : بدائع الصنائع ٢٠٣/٦ وما بعدها بفتح القدير على الهداية ٣/٥ . وهي مباحة شرعاً عند المالكية، والشافعية، والحنابلة، فتطلق عندهم شرعاً على : التزام عوض معلوم على عمل معين، أو مجهول، عسر علمه .

كما عرفها المالكية : بأنها الإجارة على منفعة مظنون حصولها، مثل قول القائل: من رد علي دايتي الشاردة، أو متاعي الضائع، أو بنى لي هذا الحائط أو حفر لي هذا البئر حتى يصل إلى الماء، أو حاط لي قميصاً أو ثوباً، فله كذا، ومنها ما يخص من المكافآت لأوائل الناجحين، أو المتسابقين فيما يحل =

ولكن من وجهة نظري أرى : أن هذا النوع من الهدايا الترويجية يكيف فقها على أنه صورة من صور القمار المحرم ، وبناءً عليه : فإنه يحرم بذلها من البنوك الربوية لأصحاب هذه الشهادات ، كما يحرم قبولها من العملاء ، وذلك لما يلي :

أولاً : إن هذا النوع من الهدايا يشتمل على الميسر أو القمار ، من طريق تقسيم مجموع الفوائد الربوية إلى مبالغ مختلفة ، لتشمل عدداً أقل من مجموع عدد المقرضين ، موزعة باسم الهدايا عن طريق القرعة أو السحب ، فعمل البنك بالنسبة لشهادة الاستثمار من النوع (ج) هو قيامه بجمع الفائدة الربوية المستحقة للمقرضين وعدم توزيعها عليهم واحداً واحداً ، وإنما يقسمها إلى مبالغ مختلفة لتشمل عدداً أقل بكثير جداً من عدد المقرضين ، ثم يوزع هذه المبالغ المسماة بالهدايا على من يحالفه الحظ عن طريق القرعة أو السحب ، فهذه المعاملة من الميسر و القمار وهو من كبائر الذنوب ، لقوله تعالى { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ } (١).

ثانياً : يشتمل هذا النوع من الهدايا على المخاطرة والغبن الواضح ؛ لأن صاحب قرض ضئيل قد يأخذ آلاف الجنيهات ، وصاحب الآلاف قد لا يأخذ شيئاً ، فالأول صاحب القرض الضئيل أخذ نصيبه من الربا ونصيب مجموعة كبيرة من أصحاب الشهادات ، والثاني صاحب الآلاف ، ذهب نصيبه لغيره ، وفي كل مرة يتم فيها توزيع الهدايا يترقب أصحاب هذه الشهادات الفوز بالهدية ، فيخرج هذا فرحاً بما أصاب ، ويجزن ذاك لما فاتته من خسارة ،

= فيه السباق ، أو ما يلتزمه القائد من مبلغ معين أو سهم من الغنيمة لمن يقتحم حصناً للعدو ، أو يسقط عدداً من الطائرات .

ومنها الالتزام بمبلغ مالي لطبيب يشفي مريضاً من مرض معين ، أو لعلم يحفظ ابنه القرآن ، وغير ذلك ويمثل لها الفقهاء عادة بحالة رد الدابة الضالة أو المال الضائع ، والعبد الآبق أي الهارب .

ينظر : بداية المجهد ١٩٠/٢ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٦٠/٤ ، والإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع للشريبي ٣٥٣/٢ - تحقيق : مكتب البحوث والدراسات - ط : دار الفكر ، بيروت (١٤١٥هـ) ، ومغني المحتاج ٤٢٩/٢ ، وكشاف القناع ٢٠٣/٤ ، ومطالب أولي النهى ٢٠٦/٤ .

(١) الآية رقم (٩٠) من سورة المائدة .

وهكذا في انتظار مرة تالية ، فمشتري هذه الشهادة يتردد حاله بين الغنم والغرم ، وهذا نوع من المخاطر التي أجمع أهل العلم على تحريمها^(١).

ثالثا : أن هذه الهدايا الناتجة عن شهادات الاستثمار من الفئة (ج) هي معاملة ربوية للاحتيال على الربا من خلال طرق التوزيع على المستثمرين أصحاب الشهادات ؛ لأنه إذا نص في وثيقة الدين على هذه الهدايا أو المكافأة الدورية ولجت المسألة في باب الربا، ثم إن مشتري السند إنما يفعل ذلك رغبة في الحصول على تلك الهدية ، فكأنه قد دخل في عقد قرض وعقد آخر يتضمن شراء فرصة الفوز شبيه بورقة اليانصيب ، فإذا أضيف إلى ذلك أن فرصة الفوز بالهدية تتحسن بمرور الوقت أو بكثرة عدد السندات أو ما شابه ذلك ، فقد جمعت الربا والقمار فضلا عن المخاطرة المنهي عنها^(٢).

رابعا : إن هذه الهدايا الممنوحة من البنوك الربوية الناتجة عن شهادات الاستثمار من الفئة (ج) هي من الربا الحرام ؛ لأنها لا تخرج عن عقد القرض، ولا تزيد عن كونها صورة من صور ودائع البنوك بحيث تستخدم النقود في الاستثمارات الخاصة بعد التملك وضمن رد

(١) ينظر : الاختيار لتعليل المختار ١٨٠/٤ ، والبحر الرائق ٥٥٤/٨ ، وبدائع الصنائع ٢٠٦/٦ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٢٠٩/٢ ، والذخيرة للقرافي ٦٤٤/٣ وما بعدها ، وبلغة السالك لأقرب المسالك للشيخ الصاوي ٢٠٨/٢ وما بعدها ط : دار الكتب العلمية ، والمهذب للشيرازي ٤١٤/١ ، وما بعدها ، وهماية المحتاج للرملي ١٦٨/٨ ط : دار الفكر للطباعة - بيروت (١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م) ، وروضة الطالبين للنووي ٣٥٤/١٠ وما بعدها ، والإنصاف للمرداوي ٩٣/٦ وما بعدها ، والمغني ١٣١/١١ ، وكشاف القناع ٥٠/٤ ، وفتاوى البلد الحرام لخالد عبد الرحمن الجريسي ٦٩١/٦٩١ .

(٢) ينظر : موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي للدكتور علي أحمد السالوس / ٢١٤ ط : دار الثقافة ، ومكتبة دار القرآن - قطر ، الدوحة ، وجمهورية مصر العربية - الطبعة السابعة ، والمعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور : محمد عثمان شبير / ٢٢٥ ، والإعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصالحين / ١٢٠ ، وفتاوى البلد الحرام لخالد عبد الرحمن الجريسي / ٦٩١ ، ٧١٥ ، والجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور : الشباني / ٥٢ .

المثل وزيادة ، وهذا هو القرض الربوي الإنتاجي الذي كان شائعاً في الجاهلية ، وهذا ما أيده أعضاء اللجنة الدائمة للإفتاء في بلاد الحرمين^(١).

كما أقره مجمع الفقه الإسلامي الذي ضم عدداً كبيراً من العلماء والفقهاء المعاصرين حيث نص على تحريم هذه السندات (شهادات الاستثمار) ؛ لأنها من الربا الحرام فقد جاء في قرار المجمع ما يلي :

(وبعد الاطلاع على أن السند شهادة يلتزم المصدر بموجبها أن يدفع لحاملها القيمة الاسمية عند الاستحقاق مع دفع فائدة متفق عليها منسوبة إلى القيمة الاسمية للسند أو ترتيب نفع مشروط سواء أكان جوائز توزع بالقرعة أم مبلغاً مقطوعاً أم حسماً) قرر المجلس ما يلي :

١- إن السندات التي تمثل التزاماً بدفع مبلغها مع فائدة منسوبة إليه أو نفع مشروط محرمة شرعاً من حيث الإصدار أو الشراء أو التداول لأنها قروض ربوية سواء أكانت الجهة المصدرة لها خاصة أو عامة ترتبط بالدولة ولا أثر لتسميتها شهادات أو صكوكاً استثمارية أو ادخارية أو تسمية الفائدة الربوية الملتزم بها ربحاً أو ربياً أو عمولة أو عائداً .

٢- تحرم أيضاً السندات ذات الكوبون الصفري باعتبارها قروضاً يجري بيعها بأقل من قيمتها الاسمية ويستفيد أصحابها من الفروق باعتبارها خصماً لهذه السندات .

٣- كما تحرم أيضاً السندات ذات الجوائز باعتبارها قروضاً اشترط فيها نفع أو زيادة بالنسبة لمجموع المقرضين أو لبعضهم لا على التعيين فضلاً عن شبهة القمار^(٢).

خامساً : لا يصح قياس هذه الصورة من الهدايا الترويجية على المضاربة المشروعة فهو قياس مع الفارق ؛ لأن حقيقة هذه الهدايا المترتبة على شهادات الاستثمار أنها قرض ربوي أضيف

(١) ينظر : موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي للدكتور علي أحمد السالوس / ٢١٤ ، وأحكام المسابقات في الشريعة الإسلامية للدكتور: عبد الصمد بن محمد بلحاجي / ٢٣٩ .

(٢) ينظر : مجلة مجمع الفقه الإسلامي ١٧٢٥/٢ ، وما بعدها - العدد السادس شهر شعبان ، الموافق لشهر مارس (١٤١٠هـ - ١٩٩٠م) ، وفتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالسعودية ٣٠١/١٣ ، وما بعدها.

إليه القمار المحرم فهي على خلاف أحكام عقد المضاربة إذ هو عقد مشروع وصحيح إذا لم يشتمل على ما يبطله، ولو سلمنا جدلاً بصحة قياسها على المضاربة الشرعية فهي مضاربة فقدت شروط صحتها شرعاً؛ لأن المضارب في شركة المضاربة شريك لرب المال، والشريك لا يضمن إلا بالتعدي أو بالتقصير في العمل، مع أن رأس المال مضمون من قبل المصرف كالمقترض تماماً، فإنه ضامن بالشرط والتعهد والاتفاق لا تبرعاً لما يقتضيه من مال.

ثم إنه لا بد من الاشتراك في الربح دون تحديد نسبة مقطوعة، وتكون الخسارة على رب المال في المضاربة، ولا خسارة على أصحاب هذه الأموال، وقد يقرض المصرف بعض الأموال المودعة لديه، وليس هذا جائزاً في المضاربة، وعليه : إذا شرط في المضاربة ضمان رأس المال لصاحبه خرجت عن كونها مضاربة، وصارت قرضاً، وهذا الشرط متحقق في هذه الصورة من الهدايا، حيث اشترط فيها نفع لمجموع المقرضين أو لبعضهم، والمقرر عند جماهير الفقهاء أن كل قرض جر نفعاً فهو ربا^(١).

وبناءً على هذه الأسباب السابقة : فإنه يجرم بذل الهدايا الناتجة عن شهادات الاستثمار من الفئة (ج) من البنوك الربوية لأصحاب هذه الشهادات، كما يجرم قبولها من العملاء أيضاً؛ لأن العميل صاحب الشهادة هو آثم بعملية شرائها من البنك، سواء أحرز الهدية أم لم يجرزها؛ لأنه بذلك يساعد على تسهيل الميسر وإشاعته بين الناس، كما يعاون البنك على مخالفة الحكم الشرعي، وهذا الأمر لا يصح شرعاً.

النوع الثالث : الهدايا الخاصة التي يقدمها البنك لعملائه (أصحاب الودائع، والحسابات الجارية) : قد يقوم البنك بتقديم مجموعة من الهدايا ولكن ليس لكل الناس، وإنما هي خاصة

(١) ينظر : المراجع السابقة، وأيضاً : أحكام القرآن لابن العربي ١/١٣٧، والمنهاج شرح النووي على صحيح مسلم ٩/١١، وفيض القدير شرح الجامع الصغير للمناوي ٥/٢٨ ط : المكتبة التجارية الكبرى بمصر الطبعة الأولى، وبدائع الصنائع ٦/٨٧، ٩٦، ٣٩٥/٧، والفتاوى الهندية ٣/٢٠٢، والبحر الرائق ٧/٢٦٨، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٣/٥٢٠، والقوانين الفقهية لابن جزي/١٦٥، والكافي لابن عبد البر ٢/٣٥٩، والحاوي الكبير للماوردي ٥/١٣٣ وما بعدها، وأسنى المطالب ٢/١٤٢، وشرح منتهى الإرادات ٢/٦٤، واغلى لابن حزم ٨/٧٧، والفتحة الإسلامي وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ٥/٤٥٠.

بالمودعين أصحاب الحسابات الجارية، وهنا ينظر البنك إلى حالة عميله بالنسبة للرصيد المالي فإن كان رصيده كبيراً أعطاه هدية قيمة تتناسب مع مقدار رصيده، وإذا كان قليلاً أعطاه هدية خفيفة على قدر رصيده .

فهذا النوع من الهدايا هو في حقيقة الأمر له حكم هدية المقرض للمقترض ؛ لأن البنك هو المقرض في هذه الحالة ؛ لأنه ما دام للعميل حساب مفتوح فهو دائن للبنك بهذا القرض، فهل هذه الهدية المقدمة من البنك المقترض لعميله المقرض قبل الوفاء مباحة شرعاً أم لا ؟

قد تكلم الفقهاء عن حكم هدية المقترض للمقرض قبل السداد، واختلفت فيها وجهة النظر بينهم على قولين كما يلي :

القول الأول : للحنفية ، والشافعية ، والظاهرية : أنه لا بأس بهدية من عليه القرض لمقرضه ما لم تكن الهدية عن شرط، فإن كانت عن شرط فهي حرام، لكن الأفضل أن يتورع المقرض عن قبول هديته إذا علم أنه إنما يعطيه لأجل القرض ، أما إذا علم أنه يعطيه لأجل القرض ، بل لقرابة أو صداقة بينهما ، فلا يتورع عن القبول ، وكذا لو كان المستقرض معروفاً بالجود والسخاء^(١).

القول الثاني : للمالكية ، والحنابلة : أنه لا يحل للمقترض أن يهدي الدائن رجاء أن يؤخره بدينه ، ويحرم على الدائن قبول الهدية إذا علم أن غرض المدين ذلك ؛ لأنه يؤدي إلى التأخير مقابل الزيادة ، أما إذا لم يقصد المدين ذلك وصحت نيته ، فله أن يهدي دائنه والتزهر عن ذلك أفضل ، إلا إذا جرت عادة بينهما بذلك قبل القرض^(٢).

(١) ينظر : المحيط البرهاني في الفقه النعماني لابن مازة ٢٧٦/٥ وما بعدها ط : دار إحياء التراث العربي ، والفتاوى الهندية ٣ / ٢٠٣ ، والبحر الرائق ٦ / ٢٧٦ ، ومغني المحتاج ٢ / ١١٩ ، ونهاية المحتاج ٤ / ٢٢٥ ، وروضة الطالبين ٤ / ٣٧ ، والمحلى ٨ / ٨٥ وما بعدها .

(٢) ينظر : حاشية الدسوقي والشرح الكبير ٣ / ٢٢٤ ، والذخيرة للقرافي ٥ / ٢٩٤ ، والكافي في فقه أهل المدينة لابن عبد البر ٢ / ٧٢٨ - تحقيق : محمد محمد أحمد الموريتاني ط : مكتبة الرياض الحديثة =

الراي الراجح من القولين :

أرى أن الرأي الراجح في المسألة هو ما ذهب إليه أصحاب القول الثاني (المالكية والحنابلة) أنه لا يحل للمقترض أن يهدي الدائن رجاء أن يؤخره بدينه ، ويحرم على الدائن قبول الهدية إذا علم أن غرض المدين ذلك .

وبناءً عليه : فإن هذه الهدايا التي تقدمها البنوك الربوية لعملائها المودعين قبل وفاء ما عليها من دين لا يخرج تكييفها الفقهي عن كونها (صورة من صور الربا ؛ لأنها قرض في مقابل المنفعة) .

فتحرم هذه الهدايا التي تقدمها البنوك الربوية لعملائها المودعين ؛ وذلك لما يلي :

أولاً : إن هذه الهدايا التي تقدمها البنوك الربوية لعملائها المودعين ، إنما هي من أجل القرض أو في مقابله ، أي من أجل أن يؤخر المقرض استيفاء القرض ، أو يقرضه مرة ثانية ونحو ذلك ، فلا يجوز للبنك المقترض أن يهدي عميله المودع قبل أن يسدد له وديعته ، وذلك لوجود شبهة المحاباة ؛ لأنه قد يقصد من ذلك المحاباة ، فيمنع هذا التصرف سداً للذريعة ؛ لئلا يتخذ ذريعة إلى تأخير السداد من أجل هذه المنافع فتكون ربا ، حيث يعود للعميل المقرض ماله وزيادة هذا النفع الذي حصل عليه بسبب القرض .

ثانياً : كما أنه يؤدي إلى القرض بمنفعة ؛ وكل قرض جر منفعة فهو ربا كما هو مقرر عند الفقهاء^(١) ؛ لأن المقرض سيكون قد انتفع بذلك القرض ، كما لا يحل للعميل المودع قبول

= بالرياض السعودية الطبعة : الثانية (١٤٠٠ هـ ١٩٨٠ م) ، وبلغت السالك إلى أقرب المسالك ١٨٣/٣ وما بعدها والمعني ٣٩٠/٤ ، والمبدع ٢١٠/٤ ، والكافي لابن قدامة ١٢٦/٢ ط : المكتب الإسلامي بيروت ، وكشاف القناع ٣ / ٣١٨ .

(١) ينظر : أحكام القرآن لابن العربي ١٣٧/١ ، والمنهاج شرح النووي على صحيح مسلم ٩/١١ ، وفيض القدير شرح الجامع الصغير للمناوي ٢٨/٥ ط : المكتبة التجارية الكبرى بمصر ، الطبعة الأولى =

هذه الهدية من البنك قبل وفاء الدين وذلك لأنه ذريعة إلى الربا أو قد يكون سبباً للزيادة في القرض وهذا كله مخالف لحكم الشريعة الإسلامية الغراء .

ثالثاً : القول بإباحة هذا النوع من الهدايا يكون ذريعة إلى الربا الذي بسببه نشأت البنوك الحديثة فبعد أن كان الربا محارباً من الديانات السماوية أحلته اليوم تلك الشرائع الوضعية فنشأت البنوك الحديثة ، وصارت تقدم لأصحاب هذه الودائع فوائد ضئيلة لإغرائهم بالإيداع ، مصورين لهم أن الربح الضئيل الثابت خير لهم من المجازفة بتوظيف أموالهم في مشروعات قد تفشل وتهلك فيها أموالهم ، ثم يقرضون هذه الودائع بفوائد مرتفعة ويستغلون الفرق بين الفائدتين ، فهذا كان المصدر الأكبر للقوة المالية التي أحرزتها البنوك الحديثة .

هذه القوة المالية التي انتزعت السيطرة الكاملة على اقتصاديات عالمنا المعاصر، حيث تركز في أيدي أصحابها الجانب الأكبر من المال المتداول في المجتمع، و صارت لهم السيطرة الكبرى على اقتصاديات المجتمع، وليس ذلك فحسب ، بل امتدت هذه السيطرة إلى سياسة المجتمع الداخلية والخارجية، وإلى تشريعات المجتمع، بل وإلى أخلاقياته وأسلوب تفكيره، بما أحرزوه من سيطرة على وسائل الإعلام، ودأبوا على توجيه كل هذه القوى في الاتجاه الذي يكفل لهم المزيد من القوة المالية، ويدعم المكانة الرفيعة التي اغتصبوها، وإن ضحوا في سبيل ذلك بالمصالح الحقيقية للشعوب التي يعيشون بينها.

وعلى هذا النحو تضخمت ثرواتهم التي لم تكن في أصلها إلا مال المودعين ، وكلما تضخمت ثرواتهم الخاصة من هذه المصادر استخدموها بالمثل في الإقراض بالربا ،

= وبدائع الصنائع ٨٧/٦ ، ٩٦ ، ٣٩٥/٧ ، والفتاوى الهندية ٢٠٢/٣ ، والبحر الرائق ٢٦٨/٧ ، وحاشية الدسوقي والشرح الكبير ٥٢٠/٣ ، والقوانين الفقهية لابن جزي/١٦٥ ، والكافي لابن عبد البر ٣٥٩/٢ ، والحاوي الكبير للماوردي ١٣٣/٥ ، وما بعدها ، وأسنى المطالب ١٤٢/٢ ، وشرح منتهى الإرادات ٦٤/٢ والمحلى لابن حزم ٧٧/٨ .

فبعد أن كانت هذه الفئة طوال تاريخها موضع ازدراء الكافة من الناس، أصبح لهم اليوم احترام ومكانة في المجتمع، فتطور مركز الصيرفي وأصبح صاحب بنك له احترامه عند الكافة، وذلك عندما تطورت الصناعات بتطور المجتمع البشري واحتاج الناس إلى توسيع صناعاتهم وإنشاء صناعات جديدة، وعندما اتسع نطاق التبادل التجاري بين الدول والشعوب، فتطور تبعاً لذلك نشاط هؤلاء الصيارفة - تجار النقود والعملة^(١).

من أجل ذلك : ذهب الفقهاء المعاصرون في المجامع الفقهية ومراكز الفتوى وكبار العلماء على حرمة استثمار المال أو إيداعه في البنوك الربوية ، ومن ثم : فإنه تحرم الهدايا التي تقدمها البنوك الربوية ترغيباً للناس في الاستثمار والإيداع فيها ؛ وذلك لأن أصل المال فيها قائم على تعامل البنك في الربا المحرم قطعاً ، وخاصة عند وجود البديل الإسلامي لهذه البنوك التقليدية ، لما في ذلك من التعاون على الإثم والعدوان ، إلا إذا لم يجد الإنسان بديلاً إسلامياً يحفظ فيه أمواله ، كمن يعيش في بلد أجنبي غير مسلم ولا يوجد إلا مثل هذه البنوك فلا حرج في تعامله معها ، فإذا خاف على أمواله من الضياع بسرقة أو غصب أو نحو ذلك، ولم يجد طريقاً لحفظها إلا إيداعها في البنوك الربوية فله ذلك بشرط أن يكون الإيداع دون فوائد، وهذا من باب ارتكاب أخف الضررين^(٢).

(١) ينظر : موسوعة الاقتصاد الإسلامي للدكتور : محمد عبد المنعم الجمال / ٣٨٩ ط : دار الكتب الإسلامية، ودار الكتاب المصري، ودار الكتاب اللبناني - القاهرة، بيروت - الطبعة الثانية (١٤٠٦ هـ ١٩٨٦ م)، ومحاضرات في الثقافة الإسلامية لأحمد محمد جمال / ٣١٠ ط : دار الكتاب العربي - بيروت الطبعة السادسة (١٤٠٣ هـ ١٩٨٣ م) .

(٢) ينظر : المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور: محمد عثمان شبير/ ٢٥٦ ، والمعاملات المالية المعاصرة للدكتور: خالد بن علي شفيح / ٦٥ ، وفقه المعاملات المالية المعاصرة للدكتور: الختلان / ٢٥ وما بعدها .

الخاتمة

نسأل الله - تعالى - حسنها

الحمد لله الذي بينعمته تتم الصالحات ، وفضله تضاعف الحسنات ، ويعفوه تمحي السيئات ويعونه تكمل الغايات ، وترفع الدرجات ، والصلاة والسلام على خير خلق الله على الإطلاق سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أهل الرجاء والإشفاق ، صلاة وسلاما دائمين إلى يوم التلاق .

فبعد أن يسر الله لي الأمر ، وأتممت هذا البحث بعونه وتوفيقه ، ومن خلال التناول الفقهي لموضوع (الهدايا الترويجية) ، فقد أسفرت الدراسة عن النتائج ، والتوصيات التالية :

أولا : نتائج البحث :

١- الهدايا الترويجية نوع من الدعاية والترغيب للفوز بإقبال العملاء على التعامل ، فمع تطور الحياة المعاصرة ازداد استخدام الهدية لتحقيق أهداف متنوعة ومختلفة ؛ حتى كثر وانتشر في هذا العصر الحديث إقدام التجار وأصحاب المؤسسات المصرفية ، والتجارية ، والصناعية والشركات والصحف ووسائل الإعلام المختلفة من فضائيات وإذاعات ومواقع انترنت استخدام الهدايا الترويجية التي تدفع الناس إلى التعامل مع هؤلاء الأشخاص ومؤسساتهم والإقدام على الشراء من سلعهم والاستفادة من خدماتهم ، فترويج المنتجات (السلع - الخدمات) فيه منافسة تعود بمصلحة عامة للاقتصاد في الأمة .

٢- المقصد الشرعي من عقد الهدية هو الإكرام ، أو التودد أو الصلة ، أو التألف ، أو المكافأة ، أو طلب حاجة ، أو نحو ذلك ، و تحقيق المودة والمحبة بين الناس ، ومن ثم : فإن لفظ الهدية مرادف لعقد الهبة في كتب الفقه ، ولا أثر يترتب على إطلاق الهبة على الهدية ، والعكس ، ومن هنا كانت أحكام الهبة هي ذاتها أحكام الهدية ، ولكن لفظ الهدية

هو الأنسب لواقع ما يتعامل به الناس اليوم ، فيقصد بها هنا : الهدايا التي تمنحها المؤسسات أو الشركات التجارية أو الصناعية وغيرها من المؤسسات المصرفية في صورة مكافئات مالية أو خدمة للعميل - (المشتري أو المستهلك أو غيره) في نظير تعامله مع المؤسسة التجارية أو الصناعية ، وغيرها تشجيعا له للإقبال على الشراء من منتجاتها أو التواصل مع أعمالها و خدماتها .

٣- تعددت صور الهدايا الترويجية في العصر الحديث سواءً على مستوى الأفراد أو على مستوى الهيئات العامة والمؤسسات ، فيكثر تحققها وتقديمها في صورة هدية (مادية) ، أو (خدمة) ، وذلك كتقديم الهدية للعميل المشتري أو غيره بلا شرط ، أو عمل ، أو بشرط الشراء أو السحب والقرعة أو تقديمها للعميل في صورة منفعة أو خدمة تخصه ، وذلك كالإقامة في إحدى الفنادق المشهورة لمدة معينة من الليالي والأيام ، والأسابيع ، أو أن تكون الهدية بتقديم عمل معين للمهدى إليه في مصلحة تخدمه .

٤- الهدايا الترويجية عقد مركب من عدة عناصر فهي مكونة من (الهبة ، والترويج للسلع والخدمات ، والمنافسة في عرض الأسعار ، والقرعة أو السحب) وباعتبارها عقدا مركبا ، فإنه ينظر إليه من خلال الأصول والمبادئ الشرعية العامة ومدى انسجامه مع مقاصد الشريعة الإسلامية ، والشريعة لا تجرم العقود ابتداءً ، وإنما الأصل في العقود الحل والإباحة ، ما لم يرق دليل على المنع ، وهذا ما يتطلب دراسة كل صورة من صور الهدايا الترويجية على حدة ، وذلك للتمييز بين ما يصنف ضمن العقد الجائز شرعاً ، والعقد الذي يشوبه حرمة ما من أي باب ، سواء كانت شبهة قمار ، أو أكل لأموال الناس بالباطل وغير ذلك .

٥- يباح التعامل في الجملة بالهدايا الترويجية ، ولكن ما أبيع التعامل به منها لا بد أن يكون وفق شروط و ضوابط معينة ، حيث توجد عدة ضوابط مستنبطة من اجتهادات الفقهاء في المذاهب الفقهية الأربعة ، أو من بعض الاجتهادات المعاصرة والتي يمكن من خلالها ضبط أي صورة من هذه الصور والحكم عليها بميزان الشرع ، ومن ثم : فإنه يشترط في

الهدية أن تكون موجودة عند الإهداء ، و أن تكون مالا متقومًا شرعًا ، و أن تكون مملوكة للمهدي ، ولا بد أن تكون بعيدة عن كل ما فيه استغلال ، فلا يزيد التاجر في ثمن السلعة المعروضة عن عادة السوق في المكان الذي يقيم فيه ، ولا بد أن يكون الهدف من عملية الشراء هو الحصول على السلعة التي يحتاج إليها وليس الهدية ، و أن تكون الهدية التي تقدم للعميل من الهدايا البسيطة المعتادة التي لا تثير نزعات النفس إلى الشراء من غير حاجة ، وإلا كانت الهدية محرمة .

٦- إذا كانت الهدايا الترويجية المعاصرة المقدمة للعميل (المشتري أو غيره) من غير شرط أو عمل معين يقوم به العميل ، فإنه لا يخرج تكييفها الفقهي عن كونها هبة محضة أو مطلقة) لأنه يقصد منها تعريف الناس بأعمال التجار ، وإقامة علاقة ودية معهم ، و بناءً على هذا التكييف الفقهي لهذه الصورة من الهدايا الترويجية ، فإنه يباح التعامل بها ، بدلاً وقبولاً ؛ وذلك إذا تحققت فيها الشروط و الضوابط السابقة .

٧- إذا كانت الهدايا الترويجية من الأموال النقدية ، وكانت موجودة في بعض أفراد السلع : فتكف فقهيًا على أنها (هبة محضة أو مطلقة) ؛ لأنه يقصد منها تعريف الناس بأعمال التجار ، وإقامة علاقة ودية معهم ، إلا أن حكمها الشرعي ، يختلف تبعاً لاختلاف قيمة وحجم الهدية النقدية المقدمة من المؤسسة ، والتي تمنح للعملاء ، فإذا كانت الهدية النقدية المقدمة للعميل من الهدايا البسيطة المعتادة التي لا تثير نزعات النفس إلى الشراء من غير حاجة ، فلا بأس بإباحتها شرعاً ، و لا حرج فيها بدلاً من الجهة المانحة كالشركات أو المؤسسات التجارية وغيرها ، وقبولاً من العميل - المشتري أو غيره - حيث لا يترتب عليها إغراء الناس بشراء ما لا حاجة لهم فيه ، ولا أكل أموالهم بالباطل ، أما إذا كانت تلك الهدية النقدية من المبالغ العالية التي تغري الناس بشراء ما لا حاجة لهم فيه من السلع ، فتكون محرمة شرعاً ؛ لأنها تكون ذريعة للوقوع في الميسر والمقامرة ، كما يترتب عليها إضاعة المال والإسراف والتبذير فيه ، والتغريب بالناس .

٨- إذا كانت الهدايا النقدية موجودة داخل صنف معين وفي جميع أفرادها فلا يخرج هذا النوع من الهدايا الترويجية في تكييفه الفقهي عن مسألة (مُدَّ عَجْوَةٌ ودرهم) بمعنى : بيع جنس ربوي بمثله ومعه جنس آخر مخالف له، وقد اختلف الفقهاء في مسألة (مد عجوة ودرهم) فمن الفقهاء من أباحه مطلقاً ومنهم من منعه مطلقاً، ومنهم من فرق وفصل الحكم في المسألة كالمالكية والحنابلة في غير المذهب بين أن يكون الجنس الربوي هو الأصل في البيع، أم هو تابع له وهو الراجح، وبناءً عليه : فإنه يحرم التعامل بالهدايا النقدية الترويجية بدلاً وقبولاً إن كانت الهدية النقدية كبيرة، ومقاربة للثمن ؛ لأنها تكون من الربا المحرم ؛ لأن المال النقدي أو الهدية هو المقصود ، وليس السلعة ، أما إن كانت الهدية النقدية يسيرة فإنه يباح التعامل بها بدلاً وقبولاً ؛ لأنها تكون تابعة وليست مقصودة ، وتعتبر الهدية النقدية المقدمة من التاجر في هذه الحالة حسم وتخفيض من قيمة السلعة ، فمثلاً لو أن ثمن السلعة عشرة جنيهات ، وكان في السلعة هدية نقدية قدرها جنيتها ، فحقيقة الأمر أن المشتري حصل حسمًا وتخفيضاً من ثمن السلعة بقدر الهدية النقدية.

٩- الهدايا الترويجية المشروطة بالشراء ، والتي تمنح مع المبيع للمشتري تتخذ عدة صور في واقعنا المعاصر ، فهي إما أن تكون من جنس المبيع أو تكون من غير جنسه ، ويمكن تكييف هذه الصور المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهيًا على أحد ثلاثة تكييفات ، وذلك على اعتبار أنها (حسم من الثمن) - أي تخفيض ، أو حط منه - أو على اعتبار أنها (زيادة في المبيع) أو (هبة محضة) ولكن أقرب هذه التكييفات إلى الصواب هو أنها (زيادة في المبيع ، فلتتحقق بعقد البيع) ، أو أنها (هدية محضة) فتكيف فقهيًا على أنها (زيادة على المبيع ، فلتتحقق بعقد البيع) إذا كانت من جنسه ، ويمكن أيضًا أن تكيف على أنها (هبة محضة) إذا كانت الهدايا من غير جنس المبيع ، أو كانت مجهولة الحال ، وعلى كلا التكييفين ، فإن هذه الهدايا الترويجية يكون حكمها الإباحة بدلاً وقبولاً ولا حرج فيها شرعاً ؛ لأنها من باب الهدية المجردة عن أي شيء فهي جائزة بشرط تحقق الضوابط

والشروط الفقهية من عدم التغرير بالناس بهدايا تدفعهم لشراء ما لا حاجة لهم به، وثبات سعر السلعة بعدم الزيادة عليها.

١٠- يلجأ كثير من التجار إلى منح هدايا ترويجية للمشتري وقد تعده بها، ولكن لا يحصل عليها المشتري، إلا بعد قيامه بعمل من الأعمال التي لها علاقة بعملية البيع والشراء، وذلك بهدف تنشيط البضاعة ورواجها في الأسواق، ويتخذ هذا النوع من الهدايا عدة صور في واقعنا المعاصر، حيث إن العمل الذي يكلف به المشتري؛ لحصوله على الهدية، قد يتمثل في جمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة، أو الوصول إلى قيمة معينة مما يشتريه المشتري أو دخوله في عملية سحب أو قرعة، وبيان ذلك على النحو التالي :

أولاً : إذا كانت الهدية الترويجية مشروطة بجمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة ، فإنها تكيف فقهاً على أنها صورة من صور المقامرة التي يتذرع بها التجار لأكل أموال الناس بالباطل ، و لا تخرج عن هذا التوصيف الفقهي لها ، وبناءً عليه : فإنه يحرم التعامل بهذا النوع من تلك الهدايا ، بدلاً ، وقبولاً ؛ لم يترتب على هذا النوع من الهدايا من الوقوع في القمار المحرم شرعاً .

ثانياً : إذا كانت الهدية الترويجية مشروطة بشراء كمية معينة من السلع : فإنه يمكن تكيف هذه الصورة من الهدايا الترويجية فقهاً على أنها (هبة بشرط الثواب) ، بناءً على أن القصد من هذه الهدية : هو التشجيع على الشراء، بمعنى أن الهبة هي ثواب للشراء، ولكن يشترط أن يكون العوض المشروط معلوماً ؛ لأن علم العوض في هبة الثواب واجب عند جمهور الفقهاء ، ومن ثم : فإنه يصح شرعاً التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية بدلاً وقبولاً ، وذلك لأن الأصل في المعاملات الحل ، ولم يرقم ما يوجب تحريم هذه الهدايا الترويجية ؛ لأنها من قبيل الهبة بشرط العوض ، وهو عقد مشروع عند جمهور الفقهاء ، إذا كان العوض معلوماً .

ثالثاً : إذا كانت الهدية الترويجية مشروطة بدخول المشتري أو العميل في عملية سحب أو قرعة ، فإن هذا النوع من الهدايا الترويجية يكيف فقهاً بالنسبة للجهة المانحة للهدايا على

أنه صورة من صور القمار المحرم، وبناءً عليه: فإن الترويج للمنتجات وغيرها بهذه الطريقة حرام لأن الصور المندرجة تحت هذا النوع من الهدايا هي في عامتها صور الميسر والقمار، ومن ثم: فإنه يحرم بذلها من الشركات التجارية وغيرها.

أما بالنسبة لقبول العميل أو المستهلك لهذا النوع من الهدايا لا بد فيه من التفصيل لأن المشتري إما أن يكون غرضه من عملية الشراء هو أن يحصل على الهدية استقلالاً، وإما أن يكون غرضه من الشراء هو حصوله على السلعة لحاجته إليها، أو رغبته فيها لذاتها، وليس من أجل الهدية، وذلك كما يلي:

أ- إذا كان هدف المشتري من شراء السلعة هو الحصول على الهدية استقلالاً عن طريق السحب أو القرعة، فإنه يكون آتماً بعملية الشراء هذه سواء أحرز الهدية أم لم يحرزها، ذلك لأنه ساعد على تسهيل الميسر وإشاعته، وعاون الشركة على مخالفة الحكم الشرعي.

ب - أما إذا كان المشتري لا يقصد من شرائه السلعة الحصول على الهدية استقلالاً، كأن يشتري السلعة لحاجته لها أو رغبته فيها لذاتها، ثم يجد بعد عمليات متكررة وغير مفتعلة للشراء كل أجزاء السلعة الموعودة، ففي هذه الحالة يصح له أخذ هذه الهدية، وذلك لأنه لم يكن طرفاً في عملية الميسر لانتفاء القصد إليه، ولأنه لم تصدر من جهته مخالفة شرعية.

رابعاً: الهدايا الترويجية الموعود بها قبل عملية الشراء أو التعامل قد تكون سلعة، أو خدمة يستحقها المشتري، أو العميل بعد قيامه بشراء كمية كبيرة من السلع، أو المنتجات أو بلغ إجراءً، أو ثمناً معيناً، ويمكن تكييف هذه الصورة المتقدمة من الهدايا الترويجية فقهاً على أحد ثلاثة تكييفات، وذلك على اعتبار أنها (جزء من المبيع) أو (هبة بشرط العوض) أو (وعد بالهبة)، ولكن أقربها إلى الصواب هو تكييف الهدية الترويجية الموعود بها من قبل الجهة المانحة على أنها وعد بالهبة المطلقة، وبناءً على أرجح أقوال الفقهاء في حكم الوفاء بالوعد، فإنه يلزم الجهة المانحة (الشركة التجارية، أو المؤسسة

الاقتصادية وغيرها) التي وعدت بالهدية أن تفي بها للعميل ، وذلك إذا تم عقد البيع وقبض المشتري المبيع والبائع الثمن ، أما قبل ذلك فلا يجب على البائع إعطاء المشتري الهدية ؛ لأنه لم يباشر السبب وهو الشراء فلا شيء على الواعد .

١١- البنوك الإسلامية مؤسسة تجارية تنافسية، فقد حذت حذو غيرها من البنوك الأخرى التقليدية في تشجيع الناس على التعامل معها ، فإنها تمنح أو تبذل هدايا مادية أو خدمية للمشاركين تشجيعا لهم في التعامل معها ، إلا أن طرق منح أو بذل الهدايا في البنوك والمصارف أو المؤسسات الإسلامية متعددة ، فمن البنوك أو المؤسسات من يمنح هداياه على بطاقات الائتمان ومنها من يمنحها على حساب التوفير، وأيضا على الحساب الجاري أو غير ذلك ، ويختلف الحكم فيها تبعا لاختلاف الطريقة والصورة التي تم بها التوزيع ، وبيان ذلك كما يلي :

أولا : توزيع الهدايا على بطاقة الائتمان من قبل البنوك الإسلامية :

توجد عدة صور لبطاقة الائتمان الإسلامية ، ومن أهم أسماء هذه البطاقات التي تصدر من المصارف الإسلامية وما تقدمه لعملائها من هدايا ومميزات (بطاقة سامبا الخير الائتمانية التي تصدر من البنك السعودي الأمريكي - بطاقة تيسير من البنك الأهلي السعودي - بطاقة فيزا مصرف الراجحي) .

وهذه الهدايا التشجيعية المقدمة على بطاقات الائتمان لا يمكن القول بتحريمها بذلا وقبولا جملة واحدة ؛ لأن هذه الهدايا قد تكون لكل من يستخدم بطاقة الائتمان من قبل البنك أو المؤسسة المصرفية ، وقد تتغير أشكالها فقد تكون على شكل نقاط في فترة زمنية معينة، وقد تكون على شكل قرعة بين المستخدمين ، ومن ثم : فلا بد من التفصيل في حكم المسألة ، وذلك على النحو التالي :

أ - إذا كانت هذه الهدايا على شكل نقاط في فترة زمنية معينة، أو على شكل قرعة بين المستخدمين ، بحيث يشترط البنك على العميل صاحب البطاقة بأن يقوم بالدفع ؛ لكي

يتسنى له الدخول في السحب أو القرعة ، ففي هذه الحالة يكون حكمها التحريم ؛ لأنها تعد من باب القمار المنهي عنه ، وكذلك إذا كانت بشرط من عملاء البنك حاملي البطاقات في ضمن عقد البطاقة فهي محرمة لا تجوز شرعا ؛ لأنها في هذه الحالة تكون من باب القرض الذي جر نفعا .

ب - إذا كان البنك هو المقترح لهذه الهدايا على سبيل التبرع دون شرط من حاملي البطاقات فهي مباحة شرعا لأنها تبرع عن طيب نفس وليس فيها معنى الربا ولا شبهته ولا ذرائع ؛ لأنها ليست ملزمة كشرط لإصدار البطاقة ، وإذا كان الحال كذلك فإن هذه الهدايا تصب في مصلحة الطرفين معا (البنك وصاحب البطاقة) ولا تقتصر المنفعة للبنك فقط ؛ لأنه يمكن لحامل البطاقة أن يقوم بإلغائها فهي غير ملزمة وليست في صلب العقد فلا تؤثر على صحته ، و لا ينبغي التوسع في مسألة سد الذرائع .

وهذا على اعتبار تكييف بطاقة الائتمان بأنها (كفالة) ، حيث يعد البنك هو الكفيل، والمشارك - صاحب البطاقة - هو المكفول، والهدية من الكفيل للمكفول عنه مباحة شرعا وليس العكس أو على اعتبار تكييف بطاقة الائتمان بأنها (حوالة) فالمُصدِر لها هو البنك (الدائن) ومن أخذها هو (المدين)، والهدية للمدين من قبل الدائن مباحة شرعا وليس العكس فهذه الهدايا المبذولة على بطاقات الائتمان من البنوك أو المؤسسات الإسلامية للعملاء مباحة شرعا بناءً على هذين الاعتبارين .

ثانيا : توزيع الهدايا على الحساب الجاري من قبل البنوك الإسلامية :

الهدايا التي تمنحها البنوك الإسلامية على الحساب الجاري ، حكمها التحريم ، فيحرم بذلها من هذه البنوك الإسلامية ، كما يحرم قبولها من العميل وذلك بناءً على التكييف الراجح للحساب الجاري في الفقه الإسلامي وهو ما ذهب إليه أكثر العلماء المعاصرين وهو القول بأنه يكيف فقها على أنه قرض وليس وديعة ؛ فهي في حقيقة الأمر تعد من القرض الذي جر نفعاً .

ثالثا : توزيع الهدايا على حساب التوفير من قبل البنوك الإسلامية :

الهدايا الممنوحة من البنوك الإسلامية على حساب التوفير حكمها الشرعي هو الإباحة بدلا وقبولا بناء على أنها مضاربة مع البنك مع مراعاة عدة ضوابط شرعية في هذا الأمر ، وهي :

أ - يجب على البنك الإسلامي ألا يقوم بتقديم هدايا على حساب التوفير للمدخرين بصورة معلنة ومتكررة وإن كانت غير مشروطة في عقد وديعة الادخار .

ب- يجب على البنك الإسلامي ألا يقوم بتحديد هدايا معينة على حساب التوفير للمدخرين بحيث تتعدد وتباين صور هذه الهدايا في كل مرة ولا تكون في فترات ثابتة حتى لا تكون هي الدافع لعملية الادخار .

ج- يجب على البنك الإسلامي أن يقدم هذه الهدايا من أمواله ، أي : من أموال الشركاء المستثمرين والمساهمين في رأس مال المصرف الإسلامي .

١٢- قد يقوم البنك الربوي بإعطاء العميل هدية معينة وذلك من باب التسويق والدعاية للبنك ، و قد تكون الهدية خاصة بالمودعين أصحاب الحسابات الجارية ، أو شهادات الاستثمار ، فهي على ثلاثة أنواع ، ولكل نوع منها حكمه الخاص وذلك كما يلي :

أولا : إذا كانت الهدايا التي يقدمها البنك الربوي بغرض التسويق والدعاية له : فإن قبولها من العميل جائز ولا يترتب عليه محذور شرعي ولا يعد من القرض بفائدة .

ثانيا : إذا كانت الهدايا التي يقدمها البنك الربوي خاصة لعملائه من أصحاب شهادات الاستثمار من النوع (ج) ، فإن هذا النوع من الهدايا الترويجية يكفي فقها على أنه صورة من صور القمار المحرم ، وبناءً عليه : فإنه يحرم بذلها من البنوك الربوية لأصحاب هذه الشهادات ، كما يحرم قبولها من العملاء .

ثالثا : إذا كانت الهدايا التي يقدمها البنك الربوي خاصة بأصحاب الحسابات الجارية ، فهذا النوع من الهدايا هو في حقيقة الأمر له حكم هدية المقرض للمقترض قبل السداد ، وقد اختلفت فيها وجهة النظر بين الفقهاء ، و الراجح من أقوالهم أنه لا يحل للمقترض أن يهدي الدائن رجاء أن يؤخره بدينه ، كما يحرم على الدائن قبول الهدية إذا علم أن غرض المدين ذلك .

وبناءً عليه : فإن هذه الهدايا التي تقدمها البنوك الربوية لعملائها المودعين قبل وفاء ما عليها من دين لا يخرج تكييفها الفقهي عن كونها (صورة من صور الربا ؛ لأنها قرض في مقابل المنفعة) ، فيكون حكمها التحريم بدلا وقبولا .

ثانيا : التوصيات :

إن أبرز التوصيات التي أوصي بها فهي كما يلي :

أولا : يجب على المؤسسات التجارية والاقتصادية على اختلاف أنشطتها - أن تتواصل باستمرار مع الهيئات الشرعية القادرة على تقديم الفتاوى الشرعية الموثوق بها في هذا المجال - وذلك لتجنب الوقوع في الحرام .

ثانيا : أوصي هيئات البحث العلمي أن تعتني بالبحوث التي تهتم بتحسين أخلاق الفرد مع المجتمع، وتبين أحكامها .

ثالثا : ينبغي على الهيئات ، والوكالات وكافة الوسائل الإعلانية أن تتجنب كل ما من شأنه أن يشيع الأنماط الاستهلاكية غير المرغوب فيها أو يجعل ثقافة الأمة ثقافة استهلاكية ، من خلال الإعلانات الداعية صراحة أو ضمناً إلى الإسراف والتبذير، بل يجب عليها منع الإسراف والتبذير من خلال تقليل النفقات الإعلانية وعدم تحميلها للمستهلك النهائي للسلة أو الخدمة .

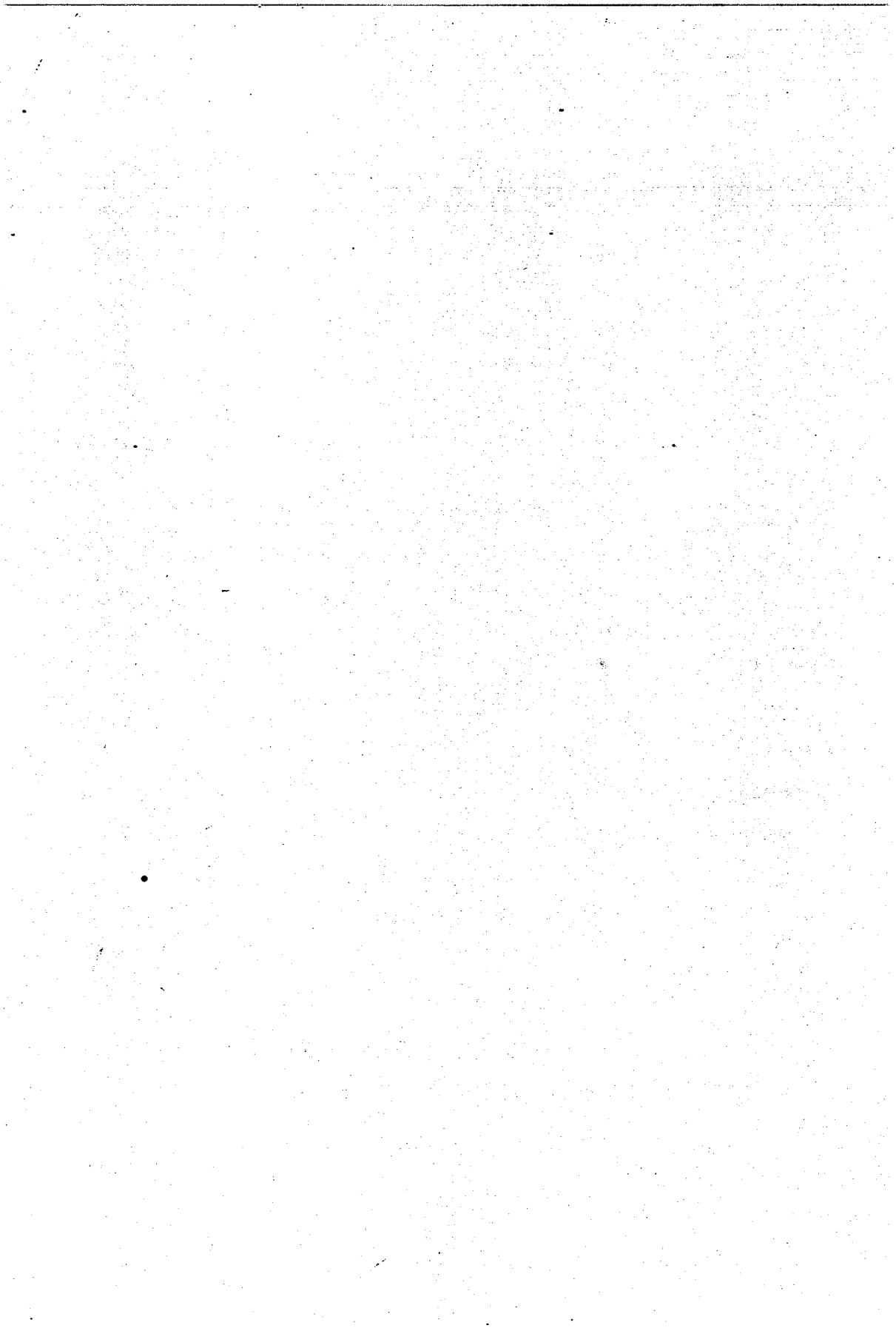
رابعا : أوصي أصحاب المؤسسات المالية والشركات التجارية وغيرها والمنتجين والتجار

إلى ضرورة إشاعة المنافسة الشريفة بينهم بالقدر الذي يرفع سوية الإنتاج ويوفر السلعة والخدمات بأسعار معقولة للمستهلك، واستبعاد كل الممارسات التي تشيع الضغائن والأحقاد بينهم .

وختاما : أحمد الله - تعالى - وأشكره على أن وفقني لإتمام هذا البحث ، فقد بذلت فيه جهدا يعلم الله - تعالى - مداه ، وحاولت إخراجه في أجمل صورة ممكنة شكلا وموضوعا ، فإن كان هناك توفيق فيه ، فهو من الله وحده ، وإن كان غير ذلك ، فحسبي أني اجتهدت ، والخير أردت ، ولم آلو جهدا أو أدخر وسعا .

أسأل الله - تعالى - أن ينفع بهذا البحث ، وأن يكتب له القبول ، وأن يغفر لي ما كان فيه من خلل أو تقصير ، فلا أبرئ نفسي من الزلات والهفوات ، ولا أدعي الكمال فيه ، فالكمال لله وحده ، والحمد لله أولا وآخرا ، وصلى الله وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .

تم بعون الله - تعالى - و توفيقه .



فهرس المصادر والمراجع

أولاً : القرآن الكريم - جل من أنزله .

ثانياً : كتب التفسير وعلومه :

١- أحكام القرآن لابن العربي : أبي بكر محمد بن عبد الله الأندلسي المالكي المعروف بابن العربي، ت سنة (٥٤٣هـ) طبعة : دار الكتب العلمية - بيروت (د.ت) .

٢- أحكام القرآن للجصاص : أبي بكر أحمد بن علي الرازي الجصاص ، ت سنة (٣٧٠هـ) - تحقيق : محمد الصادق قمحاوي - طبعة : دار إحياء التراث العربي بيروت (١٤٠٥هـ) .

٣- أيسر التفاسير لأبي بكر الجزائري : جابر بن موسى بن عبد القادر بن جابر أبو بكر الجزائري ط : مكتبة العلوم والحكم بالمدينة المنورة، السعودية - الطبعة : الخامسة (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م) .

٤- بحر العلوم لأبي الليث السمرقندي : أبي الليث نصر بن محمد بن إبراهيم السمرقندي تحقيق : د/محمود مطرجي ط : دار الفكر - بيروت .

٥- تفسير البحر المحيط لأبي حيان الأندلسي : محمد بن يوسف الشهرستاني أبي حيان الأندلسي الغرناطي، ت سنة (٧٥٤هـ) ط : دار الكتب العلمية - بيروت - (١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م) .

٦- تفسير الإمام البغوي (معالم التنزيل) : للحسين بن مسعود أبي محمد البغوي، ت سنة (٥١٠هـ) دار طيبة للنشر والتوزيع ، الطبعة : الرابعة (١٤١٧هـ - ١٩٩٧م) .

٧- تفسير الخازن " لباب التأويل في معاني التنزيل : لعلاء الدين علي بن محمد بن إبراهيم البغدادي الشهير بالخازن ط : دار الفكر - بيروت (١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م) .

٨- الجامع لأحكام القرآن للقرطبي : محمد بن أحمد بن أبي بكر الأنصاري القرطبي أبو عبد الله ، ت سنة (٦٧١هـ) - تحقيق : أحمد عبد العليم البردوني - طبعة : دار إحياء التراث العربي (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م) .

٩- الكشف والبيان لأبي إسحاق النيسابوري : أبي إسحاق أحمد بن محمد بن إبراهيم
التعلي النيسابوري ط : دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان (١٤٢٢ هـ -
٢٠٠٢ م) .

ثالثا : كتب الحديث وشروحه :

١٠- تحفة الأحوذى شرح جامع الترمذي للمباركفوري : محمد بن عبد الرحمن بن عبد
الرحيم أبي العلا ، ت (١٣٥٣ هـ) ط : دار الكتب العلمية - بيروت - .

١١- التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير لابن حجر العسقلاني : الحافظ أبي
الفضل شهاب الدين أحمد بن علي بن محمد بن حجر العسقلاني، ت سنة (٨٥٢ هـ)
ط : دار الكتب العلمية ، الطبعة الأولى (١٤١٩ هـ - ١٩٨٩ م) .

١٢- التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد لابن عبد البر : أبي عمر يوسف بن عبد الله
بن محمد بن حسن بن عبد البر القرطبي ت (٤٦٣ هـ) - تحقيق مصطفى بن أحمد العلوي ،
ومحمد عبد الكبير البكري - طبعة : وزارة عموم الأوقاف والشئون الإسلامية بالمغرب
(١٣٧ هـ) .

١٣- خلاصة البدر المنير لابن الملقن : سراج الدين أبي حفص عمر بن علي بن الملقن
الأنصاري ، ت (٨٠٤ هـ) - تحقيق : حمدي عبد الحميد إسماعيل - طبعة : مكتبة الرشد
بالرياض الطبعة الأولى (١٤١٠ هـ) .

١٤- الدراري المضيئة شرح الدرر البهية للشوكاني: محمد بن علي بن محمد الشوكاني ،
ت سنة (١٢٥٠ هـ) ط : دار الجيل - بيروت (١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م) .

١٥- سنن ابن ماجه : لأبي عبد الله محمد بن يزيد القزويني، ت سنة (٢٧٣ هـ) تحقيق :
محمد فؤاد عبد الباقي - طبعة : دار الفكر - بيروت (د.ت) .

١٦- سنن أبي داود : الإمام سليمان بن الأشعث أبي داود الأزدي السجستاني ،
ت سنة (٢٧٥ هـ) تحقيق : محمد محي الدين عبد الحميد - طبعة : دار الفكر
(د.ت) .

١٧- سنن الترمذى : لمحمد بن عيسى بن تنورة، ت سنة (٢٧٩ هـ) تحقيق : أحمد محمد
شاكر وآخرين ، طبعة : دار إحياء التراث العربي - بيروت (د.ت) .

- ١٨- سنن الدارقطني : لعلى بن عمر أبي الحسن الدارقطني البغدادي، ت سنة (٣٨٥هـ) تحقيق/ السيد عبد الله هاشم المدني - طبعة : دار المعرفة - بيروت (١٣٨٦هـ-١٩٦٦م).
- ١٩- السنن الكبرى للبيهقي : أبي بكر أحمد بن الحسين علي بن موسى البيهقي، ت سنة (٤٥٨هـ) تحقيق : محمد عبد القادر عطا - طبعة : مكتبة دار الباز بمكة المكرمة (١٤١٤هـ-١٩٩٤م).
- ٢٠- السنن الكبرى للنسائي : أحمد بن شعيب أبي عبد الرحمن النسائي ت سنة (٣٠٣هـ) تحقيق د/عبد الغفار سليمان البنداري ، وسيد كسروي حسن ط : دار الكتب العلمية بيروت - الطبعة الأولى (١٤١١هـ-١٩٩١م).
- ٢١- شرح صحيح البخاري لابن بطلال : أبي الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطلال البكري القرطبي- تحقيق: أبي تميم ياسر بن إبراهيم ط : مكتبة الرشد بالسعودية (١٤٢٣هـ).
- ٢٢- شرح صحيح مسلم للنووي : محي الدين أبي زكريا بن شرف النووي ، ت سنة (٦٧٦هـ) طبعة : دار إحياء التراث العربي - بيروت - الطبعة الثانية (١٣٩٢هـ).
- ٢٣- صحيح ابن حبان: محمد بن حبان بن أحمد بن حبان أبو حاتم التميمي السجستاني ت (٣٥٤هـ) تحقيق : شعيب الأرنؤوط - طبعة : مؤسسة الرسالة - بيروت الطبعة الثانية (١٤١٤هـ-١٩٩٣م).
- ٢٤- صحيح البخاري : لمحمد بن إسماعيل أبي عبد الله بن إبراهيم بن المغيرة بن بردزبة البخاري، ت (٢٥٦هـ)- تحقيق : مصطفى ديب البغا - طبعة : دار ابن كثير واليماة بيروت - الطبعة الثالثة (١٤٠٧هـ-١٩٨٧م).
- ٢٥- صحيح مسلم : لمسلم بن الحجاج أبي الحسين ، القشيري ، النيسابوري، ت سنة (٢٦١هـ) - طبعة : دار إحياء التراث العربي - بيروت (د.ت) - تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي .

- ٢٦- عون المعبود في شرح سنن أبي داود للعظيم أبادى : محمد شمس الحق أبي الطيب العظيم أبادى - طبعة : دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الثانية (١٤١٥هـ) .
- ٢٧- فتح البارى شرح صحيح البخارى لابن حجر العسقلانى - تحقيق : عبد العزيز بن عبد الله بن باز ، ومحمد فؤاد عبد الباقي ، ومحب الدين الخطيب - طبعة : دار الفكر مصورة عن الطبعة السلفية .
- ٢٨- فيض القدير للمناوي : زين الدين محمد عبد الرؤوف بن تاج الدين بن علي المناوي ت (١٠٣١هـ) ط : المكتبة التجارية الكبرى بمصر الطبعة الأولى .
- ٢٩- مجمع الزوائد ومنبع الفوائد للهيثمي : نور الدين علي بن أبي بكر الهيثمي ، ت سنة (٨٠٧هـ) - طبعة : دار الفكر - بيروت - الثانية (١٤١٢هـ - ١٩٩٢م) .
- ٣٠- المستدرک على الصحيحين للحاكم النيسابورى : أبى عبد الله محمد بن عبد الله الحاكم النيسابورى ت (٤٠٥هـ) - تحقيق : مصطفى عبد القادر عطا - طبعة : دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى (١٤١١هـ - ١٩٩٠م) .
- ٣١- مسند الإمام أحمد : أحمد بن حنبل أبو عبد الله الشيباني، ت سنة (٢٤١هـ) ط : مؤسسة قرطبة بالقاهرة .
- ٣٢- نصب الراية فى تخريج أحاديث الهداية للزيلعى : جمال الدين أبى محمد عبد الله بن يوسف الزيلعى ت (٧٦٢هـ) - تحقيق : محمد يوسف البتورى ط : دار الحديث بمصر (١٣٥٧هـ) .
- ٣٣- نيل الأوطار للشوكانى : ط : دار الحديث بمصر .
- رابعا : كتب اللغة ، والمعاجم ، والمصطلحات :
- ٣٤- تاج العروس فى جواهر القاموس للزبيدي: محمد مرتضى الزبيدي ط : دار الهداية .
- ٣٥- العين للخليل بن أحمد الفراهيدي - تحقيق د : مهدي الخزومي ، ود: إبراهيم السامرائي ، ط : دار ومكتبة الهلال .
- ٣٦- لسان العرب لابن منظور : محمد بن مكرم بن منظور الأفریقی المصرى، ت سنة (٧١١هـ) ، طبعة : دار صادر - بيروت - الطبعة الأولى (١٣٧٥هـ) .

٣٧- مختار الصحاح للرازي : محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ،
ت سنة (٦٦٦هـ) تحقيق : محمود خاطر - طبعة : مكتبة لبنان - ناشرون - بيروت
(١٤١٥هـ - ١٩٩٥م) .

٣٨- معجم الفروق اللغوية لأبي هلال العسكري - تنظيم الشيخ : بيت الله بيات ،
ومؤسسة النشر الإسلامي ، الطبعة الأولى (١٤١٢هـ) مؤسسة النشر الإسلامي التابعة
لجماعة المدرسين بقم .

٣٩- معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال - انجليزي - عربي - لنييه
غطاس ط : مكتبة لبنان ، الطبعة الأولى (١٩٨٠م) .

٤٠- معجم المصطلحات التجارية والتعاونية "عربي - إنجليزي - فرنسي" للدكتور :
أحمد زكي بدوي - ط : دار النهضة العربية للطباعة والنشر - بيروت (١٩٨٤م) .

٤١- معجم مقاييس اللغة لابن فارس : أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا - ط : دار
الفكر ، بيروت (١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م) .

٤٢- المعجم الوسيط : تأليف : إبراهيم مصطفى ، وأحمد الزيات ، وحامد عبد القادر ،
ومحمد النجار - ط : دار الدعوة - تحقيق : مجمع اللغة العربية .

خامسا : كتب أصول الفقه ، والقواعد الفقهية :

أولا : (كتب أصول الفقه) :

٤٣- شرح الكوكب المنير المسمى (بمختصر التحرير) أو (المختصر المتكسر) لابن
النجار : محمد بن أحمد الفتوحى المعروف بابن النجار ، ت سنة (٩٧٢هـ) طبعة : مكتبة
العيكان - الطبعة الثانية (١٤١٨هـ - ١٩٩٧م) .

٤٤- علم أصول الفقه للشيخ عبد الوهاب خلاف ، ت سنة (١٣٧٥هـ) - تحقيق :
د/ محمد الزحيلي ، ود/ نزيه حماد - طبعة : مكتبة الدعوة ، وشباب الأزهر ، مصورة عن
الطبعة الثامنة لدار القلم .

ثانيا : (كتب قواعد الفقه) :

٤٥- الأشباه والنظائر لابن نجيم : زين الدين بن إبراهيم بن نجيم ت (٩٧٠هـ)
ط : دار الكتب العلمية - بيروت (١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م) .

٤٦- الأشباه والنظائر في قواعد وفروع الشافعية للسيوطي : جلال الدين عبد الرحمن بن أبي بكر بن محمد السيوطي ت (٩١١هـ - ١٥٠٥م) تحقيق: محمد المعتصم بالله البغدادي، ط : دار الكتب العلمية - بيروت - لبنان، الطبعة الأولى (١٤٠٧هـ).

٤٧- شرح القواعد الفقهية للشيخ : أحمد بن محمد الزرقاط : دار القلم .
٤٨- غمز عيون البصائر شرح الأشباه والنظائر للحموي : أحمد بن محمد الحنفى الحموي طبعة : دار الكتب العلمية بيروت- الطبعة الأولى (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م) .

٤٩- الفروق للقراfi المسمى " أنوار البروق في أنواع الفروق " : لشهاب الدين أحمد بن إدريس القراfi : ت (٦٨٤هـ - ١٢٨٥م) طبعة : عالم الكتب بيروت (د.ت) .

٥٠- قواعد الأحكام في مصالح الأنام للعز بن عبد السلام : أبي محمد عز الدين عبد العزيز بن عبد السلام بن أبي القاسم بن حسن السلمى الملقب بسطان العلماء ت (٦٦٠هـ) - تحقيق : محمود بن التلاميذ الشنقيطي - طبعة : دار المعارف بيروت - لبنان .

٥١- القواعد والضوابط الفقهية المتضمنة للتيسير : لعبد الرحمن بن صالح العبد اللطيف ط : عمادة البحث العلمى بالجامعة الإسلامية بالسعودية - الطبعة الأولى (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م) .

٥٢- القواعد في الفقه الإسلامى لابن رجب الحنبلى : أبي الفرج عبد الرحمن بن رجب الحنبلى ت (٧٩٥هـ) - تحقيق : طه عبد الرؤف سعد ، طبعة : مكتبة الكليات الأزهرية ، الطبعة الأولى (١٣٩١هـ - ١٩٧١م) .

٥٣- قواعد الفقه للبركتى : محمد بن عميم الإحسان المجدوى البركتى ، طبعة : الصدف بيلشرز - كراتشى - الطبعة الأولى (١٤٠٧هـ - ١٩٨٦م) .

٥٤- المنشور في القواعد الفقهية للزرركشي : بدر الدين محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي ، ت (٧٩٤هـ - ١٣٩٢م) - تحقيق : د/ تيسير فائق أحمد محمود ، طبعة : وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت ، الطبعة الثانية (١٤٠٥هـ) .

سادسا : كتب الفقه :

(١) كتب الحنفية :

٥٥- الاختيار لتعليل المختار لابن مودود : عبد الله بن محمود بن مودود الموصلي - تحقيق : عبد اللطيف محمد عبد الرحمن ط : دار الكتب العلمية بيروت - الطبعة الثالثة (١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م) .

٥٦- البحر الرائق شرح كتر الدقائق لابن نجيم : - طبعة : دار المعرفة - بيروت لبنان- الطبعة الثانية (د.ت) .

٥٧- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع للكاساني : علاء الدين أبي بكر بن مسعود الكاساني الملقب بملك العلماء ت (٥٨٧هـ) طبعة : دار الكتاب العربي بيروت (١٩٨٢م) .

٥٨- تبيين الحقائق للزليعي ط : دار الكتاب الإسلامي بالقاهرة (١٣١٣هـ) .

٥٩- حاشية ابن عابدين المسماة (رد المختار على الدر المختار) ل محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز بن أحمد بن عابدين ، ت سنة (١٢٥٢هـ) طبعة : دار الفكر .

٦٠- درر الحكام شرح مجلة الأحكام لعلي حيدر - ط : دار الكتب العلمية بيروت .

٦١- الفتاوى الهندية للشيخ نظام : أبي المظفر محي الدين أورنيك ، وجماعة من علماء الهند - طبعة : دار الفكر (١٤١١هـ - ١٩٩١م) .

٦٢- فتح القدير على الهداية لابن الهمام ط : دار الفكر - بيروت .

٦٣- الميسوط للسرخسي : شمس الأئمة أبي بكر محمد بن أحمد بن أبي سهل السرخسي ، ت سنة (٤٥٠هـ) ، طبعة : دار المعرفة - بيروت (١٤٠٦هـ - ١٩٨٥م) .

٦٤- مجمع الأثر لداماد أفندي ط : دار الكتب العلمية - بيروت (١٤١٩هـ - ١٩٩٨م).

٦٥ - احيط البرهاني في الفقه النعماني لابن مازة : برهان الدين محمود بن أحمد ابن مازة المرغيناني الحنفي ت (٦١٦هـ) ط : دار إحياء التراث العربي . (٢) كتب المالكية :

٦٦- إرشاد السالك إلى أشرف المسالك في فقه الإمام مالك : لعبد الرحمن شهاب الدين البغدادي- ط : الشركة الأفريقية للطباعة والنشر .

٦٧ - بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد الحفيد : أبي الوليد محمد بن أحمد بن محمد ابن أحمد بن رشد القرطبي ت (٥٩٥هـ) ط :: دار الفكر- بيروت - لبنان (١٤١٥هـ - ١٩٩٥م).

٦٨- بلغة السالك لأقرب المسالك للشيخ : أحمد الصاوي - تحقيق: محمد عبد السلام شاهين ط : دار الكتب العلمية ، بيروت (١٤١٥هـ - ١٩٩٥م).

٦٩- البهجة في شرح التحفة للتسولي : أبي الحسن علي بن عبد السلام التسولي ط : دار الكتب العلمية - بيروت - الأولى (١٤١٨هـ - ١٩٩٨م) - تحقيق: محمد عبد القنادر شاهين .

٧٠- البيان والتحصيل لابن رشد - تحقيق : محمد حجي ط : دار الغرب الإسلامي بيروت، الطبعة الأولى (١٤٠٤هـ).

٧١- تحرير الكلام في مسائل الالتزام للحطاب : أبي عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي - المعروف بالحطاب الرعيثي ت (٩٥٤هـ) طبعة : دار الغرب الإسلامي، الطبعة الأولى (١٩٨٤م).

٧٢- حاشية الدسوقي على الشرح الكبير لابن عرفة : محمد بن عرفة الدسوقي شمس الدين ت (١٢٣٠هـ) طبعة : دار إحياء الكتب العربية لعيسى الحلبي بالقاهرة .

٧٣- الذخيرة للقراقي - تحقيق : سعيد غراب ط : دار الغرب الإسلامي ، الطبعة الأولى (١٩٩٤م).

- ٧٤- شرح الخرشى على مختصر خليل : لأبي عبد الله محمد بن عبد الله الخرشى
ت (١١٠١هـ) ط : دار صادر - بيروت - لبنان
- ٧٥- الشرح الكبير للدردير : أبي البركات أحمد بن أحمد بن أبي حامد العدوى :
ت (١٢٠١هـ) مطبوع مع حاشية الدسوقي ، طبعة : دار إحياء الكتب العربية لعيسى
الخلبي بالقاهرة .
- ٧٦- عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم أهل المدينة لابن شاس - تحقيق محمد أبي الأجنان
وعبد الحفيظ منصور ط : دار الغرب الإسلامي - بيروت (١٤١٥هـ) .
- ٧٧- القوانين الفقهية لابن جزی: أبي القاسم محمد بن أحمد بن جزی الكلبي
ت (٧٤١هـ) ط : دار القلم بيروت - لبنان (١٤٢٠هـ) .
- ٧٨- الكافي في فقه أهل المدينة لابن عبد البر : أبي عمر يوسف بن عبد الله بن محمد
بن حسن بن عبد البر القرطبي ت (٤٦٣هـ) تحقيق : محمد محمد أحمد ولد مادريك
الموريتاني ط : مكتبة الرياض الحديثة، بالرياض - السعودية الطبعة الثانية : (١٤٠٠هـ -
١٩٨٠م) .
- ٧٩- مواهب الجليل للحطاب : ط : دار عالم الكتب (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م) ،
و ط : دار الرشد البيضاء ، المغرب الطبعة الثالثة (١٤١٢هـ - ١٩٩٢م) .
(٣) كتب الشافعية :
- ٨٠- أسنى المطالب لأبي زكريا الأنصاري : أبو يحيى بن زكريا الأنصاري ، ت سنة
(٩٢٦هـ) ط : دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى (١٤٢٢هـ - ٢٠٠٠م)
تحقيق : محمد محمد تامر .
- ٨١- إعانة الطالبين للدمياطي : أبي بكر السيد البكري بن السيد محمد شطا الدمياطي -
ط : دار الفكر - بيروت .
- ٨٢- الإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع للشريبي : شمس الدين محمد بن أحمد الشريبي
الخطيب ت (٩٧٧هـ) - تحقيق : مكتب البحوث والدراسات - ط : دار الفكر ، بيروت
(١٤١٥هـ) .

- ٨٣- تكملة المجموع للمطيعي - التكملة الثانية ط : دار الفكر.
- ٨٤ - حاشية البجيرمي على شرح منهج الطلاب (التجريد لنفع العبيد) لسليمان بن محمد البجيرمي المصري ت (١٢٢١هـ) ط : المكتبة الإسلامية - ديار بكر - تركيا .
- ٨٥ - حاشية القليوبي ، وعميرة على شرح جلال الدين الخلي : لشهاب الدين أحمد بن بن أحمد بن سلامة القليوبي ، ت سنة (١٠٦٩هـ) ، و شهاب الدين أحمد البرلسي الملقب بعميرة ت سنة (٩٥٧ هـ) - تحقيق : مكتب البحوث والدراسات ط : دار الفكر بيروت (١٤١٩هـ - ١٩٩٨م) .
- ٨٦ - الحاوي الكبير للماوردي : أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي البصري ، ت (٤٥٠هـ) - تحقيق د : محمود مطرحي ط : دار الفكر - بيروت - (١٤١٤هـ - ١٩٩٤م) .
- ٨٧ - خبايا الزوايا للزركشي : محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي ، ت (٧٩٤هـ) ط : وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت (١٤٠٢هـ) .
- ٨٨ - روضة الطالبين وعمدة المفتين للنووي : أبي زكريا محيى الدين بن شرف النووي ، ت (٦٧٦هـ) طبعة : المكتب الإسلامي - بيروت - الطبعة الثانية (١٤٠٥هـ) .
- ٨٩ - المجموع شرح المهذب للنووي : تحقيق : محمود مطرفي - طبعة : دار الفكر بيروت - الطبعة الأولى (١٤١٧هـ - ١٩٩٦م) .
- ٩٠ - مغنى المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج للشرييني الخطيب : شمس الدين محمد بن أحمد الشرييني الخطيب ت (٩٧٧هـ) طبعة : دار الفكر - بيروت (د.ت) .
- ٩١ - المهذب في فقه الإمام الشافعي للشيرازي : إبراهيم بن علي بن يوسف الفيروزآبادي الشيرازي ، ت (٤٧٦هـ) - طبعة : دار الفكر (١٤١٤هـ - ١٩٩٤م) .
- ٩٢ - نهاية المحتاج إلى شرح ألفاظ المنهاج للرملي : شمس الدين محمد بن أبي العباس أحمد بن حمزة بن شهاب الدين الرملي - الشهرير بالشافعي الصغير - ت (١٠٠٤هـ) . طبعة : دار الفكر - بيروت - الطبعة الأخيرة (١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م) .

(٤) كتب الخنايلة :

- ٩٣- إعلام الموقعين لابن القيم : أبي عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر - المعروف بابن قيم الجوزية ت (٧٥١هـ) - ط : مكتبة مص بالفجالة القاهرة (١٤٢٠هـ - ١٩٩٩ م) تحقيق : محمد محي الدين عبد الحميد.
- ٩٤- الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف للمرداوى : علاء الدين أبي الحسن بن سليمان المرادوى ، ت (٨٨٥هـ) طبعة : دار إحياء التراث العربي - بيروت .
- ٩٥- إينار الإنصاف في آثار الخلاف لسبط بن الجوزي - تحقيق : ناصر العلي الناصر الخليلي ط : دار السلام بالقاهرة الطبعة الأولى (١٤٠٨هـ).
- ٩٦- شرح منتهى الإرادات المسمى " بدقائق أولى النهى لشرح المنتهى " للبهوتي : منصور بن يوسف بن إدريس البهوتي ، ت (١٠٥١هـ) طبعة : عالم الكتب - بيروت الطبعة الثانية (١٤١٦هـ-١٩٩٦م).
- ٩٧- الفروع لابن مفلح : إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن مفلح الحنبلي ت (٨٨٤هـ) تحقيق : أبي الزهراء حازم القاضي - طبعة : دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى (١٤١٨هـ).
- ٩٨- الكافي في فقه الإمام أحمد لابن قدامة : أبي محمد عبد الله بن أحمد بن قدامة موفق الدين المقدسي ت (٦٢٠هـ) تحقيق : زهير الشاويش طبعة : المكتب الإسلامي - بيروت الطبعة الخامسة (١٤٠٨هـ-١٩٨٨م).
- ٩٩- كشف القناع عن متن الإقناع للبهوتي : تحقيق : هلال مصيلحي مصطفى هلال ، طبعة : دار الفكر - بيروت (١٤٠٢هـ) .
- ١٠٠- المبدع شرح المقنع لابن مفلح : طبعة : المكتب الإسلامي - بيروت (١٤٠٠هـ)
- ١٠١- مجموع الفتاوى لابن تيمية : أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام أبي العباس بن تيمية ت (٧٢٨هـ) - ط : دار عالم الكتب بالرياض (١٤١٢هـ) .
- ١٠٢- مطالب أولى النهى للرحياني : مصطفى بن سعد بن عبدة السيوطي الشهير بالرحياني ت (١٢٤٣هـ) ط : المكتب الإسلامي - دمشق (١٩٦١ م) .

١٠٣- المغنى على مختصر الخرقى : لابن قدامه المقدسى أبى محمد ، طبعة : دار الفكر بيروت - الطبعة الأولى (١٤٠٥هـ) .

(٥) كتب الظاهرية :

١٠٤- المحلى بالآثار لابن حزم : أبى محمد على بن أحمد بن سعيد بن حزم الظاهرى ، ت (٤٥٦هـ) طبعة : دار الفكر - بيروت .

(٦) كتب الفرق الإسلامية :

كتب الشيعة الزيدية :

١٠٥- البحر الزخار الجامع لمذاهب علماء الأمصار لابن المرتضى : المهدي لدين الله أحمد بن يحيى المرتضى ت (٨٤٠هـ) طبعة : دار الكتاب الإسلامى - بالقاهرة .

كتب الشيعة الإمامية :

١٠٦- شرائع الإسلام فى مسائل الحلال والحرام للحلى : أبى القاسم نجم الدين جعفر بن الحسن المحقق الحلى بن يحيى الهزلى ت (٦٧٦هـ) ، طبعة : مؤسسة مطبوعاتي إسماعيليان .

كتب الإباضية :

١٠٧- شرح كتاب النيل وشفاء العليل لأطفيش : محمد بن يوسف بن عيسى أطفيش ت (١٣٣٢هـ) ط : مكتبة الإرشاد بجدة ، الطبعة الثالثة (١٤٠٥هـ-١٩٨٥م) .

سابعا : الكتب العامة المتنوعة (الحديثة المتخصصة وغيرها) :

١٠٨- أحكام المسابقات فى الشريعة الإسلامية للدكتور : عبد الصمد بن محمد بلحاجي ط : دار النفائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م) .

١٠٩- أحكام المسابقات المعاصرة للدكتور : محمد عثمان شبير - بحث مقدم لمنظمة المؤتمر الإسلامى بالدوحة ، قطر - الدورة الرابعة عشرة - بتاريخ (١١/١/٢٠٠٣ م) .

١١٠- أحكام الودائع المصرفية للدكتور : محمد تقي العثماني -- بحث منشور بمجلة مجمع

الفقه الإسلامى - العدد التاسع

- ١١١- أحكام الهدية في الفقه الإسلامي للباحث : سعيد وجيه سعيد منصور - رسالة ماجستير بجامعة النجاح الوطنية - نابلس - فلسطين (٢٠١١ م).
- ١١٢- إدارة التسويق للدكتور : محمد صادق بازرعة - ط : دار النهضة العربية، الطبعة الثامنة (١٩٨٨م).
- ١١٣- أدوات الاستثمار الإسلامية للدكتور : أحمد صبحي العيادي- ط : دار الفكر ناشرون، عمان - الطبعة الأولى (١٤٣٠هـ - ٢٠١٠م).
- ١١٤ - الأسس القانونية لعمليات البنوك للدكتورة : سميحة القليوبي - ط : دار النهضة العربية (١٩٨٨م).
- ١١٥ - الإعلانات التجارية - أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور : عبد المجيد الصلاحيين - بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون - العدد الحادي والعشرون إصدار شهر (ربيع الآخر ١٤٢٥هـ - يونيو ٢٠٠٤ م).
- ١١٦- الأنشطة الترويجية للشركات السعودية للدكتور : السيد المتولي حسن- بحث منشور بكلية العلوم الإدارية في جامعة الملك سعود (١٤٠٣هـ).
- ١١٧- بحوث في المصارف الإسلامية للدكتور : رفيق يونس المصري - ط : دار المكتبي ، دمشق ، الطبعة الثانية (١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م).
- ١١٨- بحوث في المعاملات والأساليب المصرفية الإسلامية للدكتور : عبد الستار أبو غدة من مطبوعات وإصدار بيت التمويل الكويتي عام (١٤١٣ هـ) .
- ١١٩- بطاقات المعاملات المالية للدكتور: عبد الوهاب بن إبراهيم أبو سليمان - بحث مقدم لمجمع الفقه الإسلامي في دورته العاشرة .
- ١٢٠- بطاقات الائتمان: إنتاجها وكيفية تأمينها للدكتور : حسن سعيد - إصدار الندوة العربية حول حماية العملات والشيكات ضد التزوير، التابعة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، أكتوبر (١٩٩٣م).
- ١٢١- بطاقات الائتمان للدكتور : نزيه حماد - بحث مطبوع ضمن قضايا معاصرة في المال والاقتصاد ، ط : دار القلم بدمشق ، الطبعة الأولى (١٤٢١هـ - ٢٠٠١م).

- ١٢٢- بطاقة الائتمان في ميزان الفقه الإسلامي المعاصر للدكتور : السيد حافظ خليل السخاوي- ط : (١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م) .
- ١٢٣- البطاقات البنكية الإقراضية والسحب المباشر من الرصيد للدكتور : عبد الوهاب أبو سليمان- ط : دار القلم بدمشق .
- ١٢٤- البنوك الإسلامية ، تجربته بين الفقه والقانون والتطبيق للدكتورة : عائشة الشرقاوي المالقي - إصدار المركز الثقافي العربي ، الدار- البيضاء ، الطبعة الأولى (٢٠٠٠م) .
- ١٢٥- الترويج المفاهيم (الاستراتيجيات-العمليات النظرية والتطبيق) للدكتور : عصام الدين أمين أبو علفة - ط : مؤسسة حوزس الدولية للنشر والتوزيع بالإسكندرية .
- ١٢٦- التسويق وإدارة المبيعات للدكتور: محمد سعيد عبد الفتاح - الطبعة الثانية (١٩٦٦م) .
- ١٢٧- التسويق مدخل تطبيقي للدكتور: طلعت أسعد عبد الحميد - ط : مكتبة عين شمس بالقاهرة .
- ١٢٨- التسويق- نظرة اقتصادية- لسمير محمد يوسف ط : مؤسسة شباب الجامعة بالإسكندرية .
- ١٢٩- تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية للدكتور : سامي حسن أحمد حمود ط : مطبعة ومكتبة الشرق بالأردن (١٩٨٢م) .
- ١٣٠- التكيف الشرعي لبطاقات الائتمان للدكتور : عبد الله محمد الحمادي ط : مكتبة الفرقان - الطبعة الأولى (١٤٢٥هـ - ٢٠٠٥م) .
- ١٣١- الجوائز وأحكامها الفقهية وصورها المعاصرة للدكتور : باسم أحمد العامر ط : دار النفائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٦هـ - ٢٠٠٦م) .
- ١٣٢- الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي للدكتور: محمد عبد الله الشباني بحث منشور بمجله البيان عدد (١٠٥) الصادرة في شهر جمادى الأول ، وشهر أكتوبر عام (١٤١٧هـ - ١٩٩٦م) .

- ١٣٣- الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان للدكتور : محمد عبد الحليم عمر ط : إيتراك للنشر والتوزيع - القاهرة، الطبعة الأولى (١٩٩٧م) .
- ١٣٤- حكم ودائع البنوك وشهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي للدكتور : علي أحمد السالوس ط : دار الثقافة بالدوحة ، قطر - الطبعة الأولى (١٤١٠هـ) .
- ١٣٥- الحوافز التجارية التسويقية ، وأحكامها في الفقه الإسلامي للدكتور: خالد بن عبد الله بن محمد المصلح - ط : دار ابن الجوزي بالسعودية ، الطبعة الأولى : (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م) .
- ١٣٦- الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية للدكتور :عمر يوسف عبد الله عباينه ط : دار النقائس بالأردن ، الطبعة الأولى (١٤٢٨هـ — ٢٠٠٨م) .
- ١٣٧- الربا في المعاملات المصرفية للدكتور : عبد الله محمد السعيدى - ط : دار طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية (١٤٢١هـ) .
- ١٣٨- الربا والمعاملات المصرفية في نظر الشريعة الإسلامية للدكتور :عمر بن عبد العزيز المترك - ط : دار العاصمة - الرياض، الطبعة الأولى (١٤١٤هـ)
- ١٣٩- العقود التجارية وعمليات المصارف للدكتور : أدوار عيد - طبعة : مطبعة النجوى
- ١٤٠- عقد الوديعة للدكتور : نزيه حماد - ط : دار القلم بدمشق ، الطبعة الأولى (١٤١٤هـ - ١٩٩٣م) .
- ١٤١- العقود وعمليات البنوك التجارية للدكتور : علي البارودي - الطبعة الثانية .
- ١٤٢- العلاقة بين البنوك المركزية والبنوك الإسلامية ، النسب المصرفية للدكتور : عدنان الهندي طبعة ، وإصدار : اتحاد المصارف العربية ، بيروت (١٩٨٩م)
- ١٤٣- عمليات البنوك من الوجهة القانونية للدكتور : علي جمال الدين عوض - طبعة : دار النهضة العربية .
- ١٤٤- الفقه الإسلامي وأدلته للدكتور : وهبة الزحيلي ط : دار الفكر (١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م) .

- ١٤٥- فقه المعاملات المالية المعاصرة للدكتور: سعد بن تركي الخثلان / ٢٣٠ - كتاب إلكتروني، منقولاً عن موقع صيد الفوائد (www.saaaid.com).
- ١٤٦- فن البيع لمحمود عساف - إصدار: الغرفة التجارية الصناعية بجدة ط : إدارة الشئون التجارية (١٤٠١هـ).
- ١٤٧- قضايا فقهية معاصرة للدكتور: نزيه حماد ط : دار القلم - دمشق ، الطبعة الأولى (١٤٢١هـ).
- ١٤٨- مبادئ التسويق للدكتور: محمد فريد الصحن ط : الدار الجامعية بالإسكندرية (١٩٩٣ م).
- ١٤٩- محاضرات في الثقافة الإسلامية لأحمد محمد جمال- ط : دار الكتاب العربي- بيروت الطبعة السادسة (١٤٠٣هـ - ١٩٨٣ م).
- ١٥٠- المدخل الفقهي العام لمصطفى أحمد الزرقا - ط : دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى (١٤١٨هـ - ١٩٩٧ م).
- ١٥١- المصارف الإسلامية للدكتور: رفيق المصري - ط : دار المكتبي ، دمشق ، الطبعة الثانية (١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩ م).
- ١٥٢- المصارف الإسلامية للدكتور: محمود بابلي- ط : المكتب الإسلامي - الطبعة الأولى (١٤٠٩هـ).
- ١٥٣- المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق للدكتور: عبد الرازق رحيم جدي الهيتي ط : دار أسامة للنشر، عمان - الأردن، الطبعة الأولى (١٩٩٨ م).
- ١٥٤- المصارف والأعمال المصرفية وبيوت التمويل في الشريعة الإسلامية والقانون للدكتور: غريب الجمال- ط : دار الشروق، الطبعة الأولى .
- ١٥٥- المعاملات الاقتصادية في شركة الراجحي المصرفية للاستثمار من منظور الاقتصاد الإسلامي للدكتور: راشد بن أحمد بن عبد الكريم العليوي ط : (١٤١٦هـ - ١٩٩٦ م).

- ١٥٦- المعاملات المالية المعاصرة للدكتور : خالد بن علي شفيح - كتاب إلكتروني منقول عن موقع صيد الفوائد .
- ١٥٧- المعاملات المالية المعاصرة للدكتور : وهبة الزحيلي - ط : دار الفكر ، دمشق الطبعة الثالثة (١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م) .
- ١٥٨- المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي للدكتور : محمد عثمان شير ط : دار النفائس بالأردن (١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م) ، والطبعة السادسة (١٤٢٧هـ - ٢٠٠٧م) .
- ١٥٩- المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي لياسر بن طه بن علي كراوية - كتاب إلكتروني منقول عن موقع صيد الفوائد (www.saaid.com) .
- ١٦٠- موسوعة أعمال البنوك للدكتور : محيي الدين إسماعيل علم الدين - طبعة (١٩٨٧م) .
- ١٦١- موسوعة الاقتصاد الإسلامي للدكتور : محمد عبد النعم الجمال - ط : دار الكتب الإسلامية ، ودار الكتاب المصري ، ودار الكتاب اللبناني - القاهرة ، بيروت - الطبعة الثانية (١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م) .
- ١٦٢- موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي للدكتور علي أحمد السالوس - ط : دار الثقافة ، ومكتبة دار القرآن - قطر ، الدوحة ، وجمهورية مصر العربية الطبعة السابعة .
- ١٦٣- الموسوعة الفقهية الكويتية - ط : دارالسلاسل بالكويت ، الطبعة الثانية - إصدار: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت - مطابع دار الصفوة - مصر الطبعة الأولى .
- ١٦٤- موقف الشريعة من المصارف الإسلامية المعاصرة للدكتور : عبد الله عبد الرحيم العبادي - ط : المكتبة العصرية - صيدا ، بيروت (١٤٠١هـ - ١٩٨١م) .
- ١٦٥- كتاب يسألونك للدكتور: حسام الدين موسى عفانة ط : مكتبة دنديس بالخليل القدس ، الطبعة الأولى (١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م) .
- ١٦٦- نظرية الإسلام الاقتصادية للدكتور: عبد السمیع المصري ط : مكتبة الأنجلو المصرية بالقاهرة (١٩٧٢م) .

- ١٦٧- الودائع المصرفية - أنواعها - استخدامها - استثمارها للدكتور : أحمد حسن أحمد الحسيني - ط : مكتبة دار ابن حزم ، بيروت ، لبنان (١٩٩٩ م).
- ١٦٨- الودائع المصرفية النقدية للدكتور : حسن عبد الله الأمين - ط : دار الشرق ، الطبعة الأولى (١٤٠٣هـ).
- تاسعا : مجلات ، وفتاوى ، ومواقع :
- أولا : المجالات :
- ١٦٩- مجلة البحوث الإسلامية - الضادرة عن الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد بالرياض العدد الثامن ، إصدار شهر (ذي القعدة إلى شهر صفر) عام (١٤٠٣هـ : ١٤٠٤هـ).
- ١٧٠- مجلة مجمع الفقه الإسلامي - العدد الثاني (١٩٨٥ م) - العدد السادس شهر شعبان ، الموافق لشهر مارس (١٤١٠هـ - ١٩٩٠ م) ، و العدد السابع (١٤١٢هـ - ١٩٩٢ م)، والعدد التاسع .
- ١٧١- مجلة البحوث العلمية هيئة كبار العلماء بالمملكة العربية السعودية طبعة ، وإصدار: رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء (١٤٢٢هـ).
- ثانيا : الفتاوى :
- ١٧٢- الفتاوى الاقتصادية - كتاب إلكتروني لمجموعة من المؤلفين - منقول عن موقع الإسلام (<http://fatawa.al-islam.com>).
- ١٧٣- فتاوى البلد الحرام لخالد عبد الرحمن الجريسي - ط : مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان بالرياض ، الطبعة الأولى (١٤٢٠هـ - ١٩٩٩ م).
- ١٧٤- الفتاوى الشرعية الصادرة عن لجنة الإفتاء التابعة للبنك العربي الإسلامي ، الطبعة الثانية (١٤٢١هـ - ٢٠٠٠ م).
- ١٧٥- فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والافتاء بالسعودية .
- ١٧٦- فتاوى معاصرة للدكتور : يوسف القرضاوي ط : دار القلم بالكويت - الطبعة الثالثة (١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣ م).

ثالثا : المواقع على الشبكة العالمية (الإنترنت):

١٧٧- موقع الإسلام (<http://fatawa.al-islam.com>) .

١٧٨- موقع البنك الأهلي التجاري السعودي ، قسم بطاقات الائتمان ، بطاقة تيسير

(<http://www.alahli.com/ar-SA/Personal>) .

١٧٩- موقع البنك السعودي الأمريكي ، قسم البطاقات (بطاقة سامبا الخير) .

١٨٠- موقع صيد الفوائد (www.saaid.com) .

١٨١- موقع مصرف الراجحي ، قسم البطاقات .

