

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإسلامية

الهدايا الترويجية التي تقدمها المؤسسات التجارية

– دراسة فقهية –

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية

تخصص: فقه مقارن وأصوله

إشراف الأستاذ:

الدكتور / مصطفى وينتن

إعداد الطالبة:

سويلم عائشة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ.د/مُحَمَّد قاسم حدبون	جامعة غرداية	رئيسا
أ.د/ مصطفى وينتن	جامعة غرداية	مشرفا مقرر
أ.د/ علي عزوز	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي:

1441-1442هـ/2020-2021م.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإسلامية

الهدايا الترويجية التي تقدمها المؤسسات التجارية

– دراسة فقهية –

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية

تخصص: فقه مقارن وأصوله

إشراف الأستاذ:

الدكتور / مصطفى وينتن

إعداد الطالبة:

سويلم عائشة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ.د/ محمد قاسم حدبون	جامعة غرداية	رئيسا
أ.د/ مصطفى وينتن	جامعة غرداية	مشرفا مقرا
أ.د/ علي عزوز	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي:

1441-1442هـ/2020-2021م.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: ﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمٍ

الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾ التوبة: 105

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك

ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك

ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك

ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله .

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة .

إلى نبي الرحمة ونور العالمين

سيدنا محمد ﷺ .

إهداء

إلى من وضع المولى - سبحانه وتعالى - الجنة تحت قدميها، و وقَّرها في كتابه العزيز

(أمي الحبيبة).

و إلى من علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار

(أبي الغالي)

وإلى من كانوا لي سنداً في هذه الحياة وتقاسموا معي الأمان والآنسة

أخواتي وأخوتي الأعزاء.

وإلى من علموني الحرف الأول وبصروني بالعلم إلى من أخذوا بيدي في هذا

المجال وجعلوا من العلم أعلى آيات المنال أساتذتي الأفاضل.

وإلى من حفروا بصورهم الرقيقة على جدران قلبي ذكرى لم يمحوها نهار صديقتي

عجيلة حنان وأميرة بن حمودة

ولكل زملائي وأصدقائي الطيبون.

عائشة



شكر و عرفان

أشكر الله العليّ القدير الذي أنعم عليّ بنعمة العقل والدين. القائل في محكم التنزيل

﴿ وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ ﴾

سورة يوسف آية 76 صدق الله العظيم

وقال رسول الله (صلي الله عليه وسلم):

"من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه"

(رواه أبو داود).

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى من شد بيدي وأقال عثرتي وصبر في توجيهي و إرشادي، وساعدني في

إنجاز مذكرتي فضيلة الدكتور: " مصطفى وينتن "

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة الذين بذلوا من نفيس وقتهم

وتكرموا بتصحيح المذكرة وتصويب أخطائها.

كما أتقدم بالشكر العميق لمنارات الهدى : أساتذتي الأفاضل في قسم العلوم الإسلامية بجامعة غرداية.

ولكل زملائي وكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

سائلة المولى أن يجزي الجميع عني خيراً، وأن يجزل لهم المثوبة.



المقدمة

مقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا مُحَمَّد النبي الأمين وعلى آله وصحبه أجمعين. أما بعد :

إن حاجة الأفراد إلى السلع والخدمات دفعت التجار إلى ابتكار أساليب ووسائل عديدة، من أجل ترويج منتجاتهم. وأصبح التنافس في ميادين التجارة شديدا، وصار اهتمام التسويقيين بالبيع والخدمات لا يقل أهمية عن مسألة التصنيع والإنتاج، وصارت مسألة ابتكار وسائل الترويج السلعي غاية في الأهمية حتى غدت اليوم واحدة من أهم مفردات العلوم الاقتصادية والتجارية والتسويقية التي تهتم بها الجامعات وتكرس لها دراسات وبحوثا خاصة .

و يلاحظ اليوم أن المؤسسات التجارية خصصت جهدا ووقتها ومالها ، للترويج من أجل الحصول على الزيادة في الطلب وترغيبا للمستهلك . وهذه الأساليب كثيرة منها الهدايا الترويجية التي باتت تلعب دورا هاما في تنشيط المؤسسات التجارية ، وزيادة الإقبال عليها . وهذه الهدايا الترويجية أصبحت قوة دافعة في اتجاه تمييز المؤسسات التجارية وتوطيد صلتها بزبائنهم وبناء صورة محببة وكذلك تقرب منتجاتها للمستهلك . ورغم أن الترويج للسلع والخدمات بهذه الطريقة أراه كغيره من الأنشطة التجارية لا يخلو من الانحرافات والمخالفات الشرعية لاشتمالها على صور الميسر والقمار والكذب والخداع والتدليس في السلع والخدمات .

فكان من الواجب علينا تسليط الضوء على هذا الميدان ، لنكشف عن أحكام الهدايا الترويجية وهذا ما سنحاول توضيحه في دراستنا .

أولا: أهمية الموضوع و أسباب اختياره

يعتبر موضوع الهدايا الترويجية من البحوث المستجدة والجديرة بالدراسة بحيث تكمن أهميته وأسباب اختيار له فيما يلي :

- أصبحت واقعا في حياتنا اليومية و معاملاتنا فلا يكاد يمر بك محل تجاري صغير أو مؤسسة كبيرة إلا وتجد شيئا من هذه الهدايا

- الإجابة على الكثير من الأسئلة الشائكة والتي أصبحت أطرحها كغيري من الناس الذين تستوقفهم مثل هذه المسائل خشية وقوعهم في الحرام. وأكثر من ذلك أنني أصبحت معرضة للتعامل بها وهذا مازاد من حاجتي الماسة إلى بيان حكمها الشرعي.
- عدم وجود دراسة مستقلة تجمع تفاريع موضوع الهدايا الترويجية التي تقدمها المؤسسات التجارية ، وبيان تكييفها الفقهي و استخراج أحكامها.
- معرفة الآثار الإيجابية التي تحققها الهدايا الترويجية والتي تسهم في بناء مؤسسات تجارية رصينة .
- المبالغة في استعمال الهدايا الترويجية في التسويق مما جعل الأولية في الشراء عند الكثير من المستهلكين هو الهدايا الترويجية.

ثانيا: الإشكالية الرئيسية

تشهد التجارة تطورا وتنافسا كبيرا في الفترة الأخيرة فأصبحنا نرى العديد من المحلات والتجار يسعون جاهدين لجلب الزبائن لهم بشتى الأساليب والطرق وذلك لزيادة حجم مبيعاتهم و من أبرز هذه الطرق الهدايا الترويجية التي أصبحت فنا من فنون التسويق و الترويج ونظرا لكثرة التعامل بها في وقتنا الحاضر وجب علينا معرفة حكم الله تعالى فيها ومن هنا الإشكال يكون في الآتي:

تبدو الهدايا الترويجية في صورة هدية وهو ما يجبذه الشرع أن يتهدى الناس فيما بينهم

لكن الهدية في أصلها تكون لغرض تراحي وتواددي بين المهدي والمهدى له إلا أن هدايا الترويجية لا تحمل هذا الغرض

فهل يسوغ لنا أن نقول إن الهدايا الترويجية تبقى مقبولة وجائزة لأنها نوع من الهدايا؟

وهل يكون للهدايا الترويجية حكما خاصا غير الحكم العام للهدايا باعتبارات مختلفة بالغرض منها، وبعلقتها بنوعية عقد البيع وغيرها من الأسباب؟

فكيف يكون التعامل مع هذه الهدايا مع انتشارها بشكل واسع في الحياة الاقتصادية والتجارية؟

ثالثا: الأسئلة الفرعية

للإجابة على الإشكال الرئيسي نطرح التساؤلات التالية :

- ما مفهوم الهدايا الترويجية ؟
- ماهي أنواع الهدايا الترويجية ؟
- ماهو حكم الهدايا الترويجية ؟

رابعا: أهداف البحث:

تتلخص أهداف هذا البحث بشكل أساسي في مايلي:

- بيان حكم الهدايا الترويجية.
- الاستجابة للسؤال المُلح عن هذه التصرفات والإهداء من أجل الترويج.
- الإسهام في تبصير المسلم في جانب مهم من حياته اليومية.
- مساعدة المهتمين بالاقتصاد والتجارة بما ينير طريقهم ويزيل حيرتهم في الموضوع.

خامسا: منهج البحث:

لمناقشة إشكال الدراسة والوصول إلى حلوله فقد اعتمدت على منهجين رئيسيين والثالث خادم لهما:

- المنهج استقرائي : من خلال تتبع المادة العلمية من مصدرها كتاب الله تعالى والسنة النبوية و أقوال العلماء الدالة على مشروعية الهدايا الترويجية أو عدمها.
- المنهج الوصفي: وذلك عند عرض الأقوال وتقديم تصور عن أنواع الهدايا الترويجية المستعملة من طرف المؤسسات التجارية.
- المنهج الخادم لهما: هو المنهج المقارن وذلك عند مقابلة أقوال الأئمة بعضها ببعض عند الكلام عن الحكم الشرعي والتكليف الفقهي للهدايا الترويجية.

سادسا: الدراسات السابقة:

سبقت هذه الدراسة جملة من الدراسات الأكاديمية التي تناولت الموضوع من جوانب متعددة وبحسب حدود ما أمكنني الإطلاع عليه فقد وجدت الدراسات الآتية:

- دراسة، التميمي عماد محمد رضا علي، واللصاصمة عادل حرب بعنوان "الهدايا الترويجية التجارية تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية"، الجامعة الإسلامية السعودية، 2013م، حيث بينت الدراسة مفهوم الهدايا الترويجية وتخريجها الفقهي وهو الجانب المتفق مع دراستي، في حين تميزت دراستي عنها من جهة التعريف بـ أنواع الهدايا الترويجية.
- دراسة عيسى بن عواض العيضاني "الجوائز التجارية التحفيزية وأحكامها في الفقه الإسلامي" الجامعة الإسلامية لعام 1432هـ. حيث بينت الدراسة مفهوم الحوافز التجارية وتبين حكمها وضوابطها وأقسامها وتميزت دراستي عنها في تقسيم أنواع الهدايا .
- دراسة، هشام غربي "ضوابط استعمال الحوافز التجارية في التسويق الطمبولا انموذجا" مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص في المعاملات المالية المعاصرة ، بجامعة الوادي لسنة 2017 م. حيث بينت الدراسة مفهوم الحوافز وأهميتها وأنواعها والتكيف المتفق مع دراستي ونوع أخر على شكل مسابقات وحدد دراسته بالطمبولا أنموذجا دراسة تطبيقية وتميزت دراستي عنها في تحديد أنواع الهدايا .
- دراسة العلوي : سعيد جمعة بن سعيد بعنوان "أحكام الهدايا المعاصرة وضوابطها الشرعية والقانونية" لنيل درجة الماجستير في الفقه وأصوله من جامعة العلوم الإسلامية – الأردن، 2010م ، حيث بحثت هذه الرسالة في مفهوم الهدايا المعاصرة ومنها الترويجية وميزت الهدية عن الهبة والصدقة والوصية واتفقت مع الدراسة الحالية في أنها بحث الهدايا الترويجية باعتبار ماهيتها وتميزت دراستي في أني قسمت الأنواع على ثلاثة أقسام الهدايا الترويجية وبينت مدى الشبهة في بعضها.

سابعاً: خطة البحث

ينقسم موضوع الدراسة إلى مقدمة وثلاثة مباحث في كل مبحث مطالب، وكل مطلب يحتوي على مجموعة من الفروع، ثم الخاتمة.

➤ اشتملت المقدمة على عناصر المقدمة المتمثلة في اسباب اختيار الموضوع، وأهمية الدراسة والإشكالية الرئيسية وأسئلتها الفرعية ، وكذا أهداف البحث، والمناهج المتبعة، وخطة البحث، إضافة إلى الدراسات السابقة .

➤ المبحث الأول في مفهوم الهدايا الترويجية ومكانتها وقد تطرقت في المطلب الأول إلى تعريف الهدايا الترويجية، وأما المطلب الثاني فكان عن الفرق بين تعريف الفقهاء والتسويقيين، وفي المطلب الثالث تطرقت إلى الألفاظ ذات الصلة ، وفي المبحث الرابع ذكرت مكانة الهدايا الترويجية.

➤ بينما المبحث الثاني فكان في أنواع الهدايا الترويجية وقد تطرقت في المطلب الأول إلى الهدايا العينية والمنتجات، وفي المطلب الثاني الهدايا النقدية، ليكون المطلب الثالث في الهدايا الخدمائية(المنفعة) .

➤ أما المبحث الثالث كان في حكم الهدايا الترويجية وقد تطرقت في المطلب الأول إلى حكم الهدايا العينية والمنتجات، ليكون المطلب الثاني في عرض حكم الهدايا العينية، أما المطلب الثالث فكان في حكم الهدايا الخدمائية.

➤ وختم الموضوع بخاتمة تضمنت أهم النتائج التي تم الوصول إليها.

ثامناً: الصعوبات

من الصعوبات التي واجهتني أثناء البحث ما يلي:

1. قلة المصادر والمراجع في الموضوع.
2. عدم الأهتمام بالموضوع رغم كثرة تعامل الناس به.
3. الموضوع من النوازل وعدم وجود مصادر عند المتقدمين.

" والحمد لله تعالى أولاً و آخر على بلوغ مرحلة تمام البحث".

المبحث الأول: مفهوم الهدايا الترويجية و مكانتها

ويحتوي على أربعة مطالب:

✓ المطلب الأول: تعريف الهدايا الترويجية

✓ المطلب الثاني: الفرق بين تعريف الفقهاء

والتسويقيين.

✓ المطلب الثالث: أفاظ ذات صلة.

✓ المطلب الرابع: مكانة الهدايا الترويجية.

المبحث الأول : مفهوم الهدايا الترويجية ومكانتها .

إنطلاقاً من قاعدة "الحكم على الشيء فرع عن تصوره"، سأخصص هذا المبحث للتطرق إلى ماهية الهدايا الترويجية، وكذا الألفاظ ذات الصلة والفرق بينها وبين الهدية العادية، ثم أبرز مكانة الهدايا الترويجية ليكتمل بهذا تصور حقيقتها.

المطلب الأول : تعريف الهدايا الترويجية .

➤ الفرع الأول : تعريف الهدايا .

أولاً: الهدايا لغة

الهدية ما أتخف به، وهي ما يعطى للغير إكراماً وتودداً وما أهديته إلى ذي مودة، والجمع هدايا وهداوى¹، ويقال أهديت له وإليه وتهدى الناس فيما بينهم : إذ أعطى بعضهم الآخر هدية دون عوض أو مقابل. ويقال : فلان يهدي للناس: إذا كان كثير الهدايا²، وقيل هي بعثة لطف، أي من الملاطفة. ومن ثم : فإن الهدية في اللغة : تطلق على العطية الخالية عن العوض بما فيه نفع للمهدى له وإليه بهدف الإكرام والتودد.

¹ ابن منظور الأنصاري الإفريقي، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، (د.ط)، بيروت، (د.ت)، المجلد 15 الصفحة 357.

² الجوهري، إسماعيل بن حماد، تاج اللغة وصحاح العربية، دار الحضارة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، سنة 1974م، الصفحة 635.

ونجد في قول الله عز وجل:

قال تعالى: ﴿وَإِنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنَظِرَةٌ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ﴾ [النمل:35]

وفي قول الرسول ﷺ أيضا:

«من هدى زقاقا كان له مثل عتق رقبة»¹

ثانيا: الهدايا اصطلاحا

تكلم الفقهاء عن الهدية في باب الهبة²،

لأن الهدية نوع من الهبة³ على النحو التالي :

أولا: عند المالكية

لم يفرق المالكية بين الهبة والهدية مثل الحنفية ، فعرفوا الهبة " بأنها تملك بلا عوض"⁴.

¹ الترميذي، سنن الترميذي، كتاب البر والصلة، باب ماجاء في المنحة، بلفظ " من منح منيحة أو رق أو هدى زقاقا كان له مثل عتق رقبة" ، حديث رقم 1957، وقال عنه الترميذي: هذا حديث حسن صحيح غريب، الترميذي، مُجَدِّد بن عيسى الترميذي، جامع الصحيح سنن الترميذي، تح مُجَدِّد شاکر وآخرون، بيروت دار إحياء التراث العربي، 4/340، وأخرجه الإمام أحمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد بن حنبل، مصر، مؤسسة قرطبة، 4/272، صححه الألباني التبريزي مُجَدِّد بن عبدالله الخطيب: مشكاة المصابيح. تح مُجَدِّد ناصر الدين الألباني، بيروت، المكتب الإسلامي. الطبعة 3، سنة 1405 هـ 1985 م . حديث رقم: 1917.

² الزيلعي، فخر الدين، عثمان بن علي بن محجن البارع، تبیین الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشِّلْبِي، الحاشية: شهاب الدين أحمد بن مُجَدِّد بن أحمد بن يونس بن إسماعيل بن يونس الشِّلْبِي، الناشر: المطبعة الكبرى الأميرية، بولاق، الطبعة الأولى، القاهرة ، 1313 هـ الجزء 05 الصفحة 91 ، ثم صورتها دار الكتاب الإسلامي ط2.

³ الرُّعَيْنِي الحطاب، شمس الدين أبو عبد الله مُجَدِّد بن مُجَدِّد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، دار الفكر الطبعة الثالثة، بيروت، 1412 هـ 1992 م، الجزء 06 الصفحة 49.

⁴ الدسوقي، شمس الدين الشيخ مُجَدِّد بن أحمد بن عرفة، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، دار إحياء الكتب العربية ، عيسى البابي الحلبي، (د.ط)، (د.م)، (د.ت)، الجزء 04 الصفحة 97.

أو هي : "تمليك ذي منفعة لوجه المعطي بغير عوض"¹.

أو هي : "تمليك بلا عوض لوجه المعطي"².

ثانيا: عند الحنفية

لم يفرد الحنفية تعريفا خاصا بالهدية ، لأنهم عدوا الهبة والهدية شيأ واحدا. فعرفوها بأنها : "تمليك العين بلا عوض"³.

أو هي : "تمليك العين مجانا"⁴ أي بلا عوض.

ثالثا: عند الشافعية

عرف الشافعية الهدية بما يلي :

هي "تمليك بلا عوض وحمل الموهوب من مكان إلى مكان آخر إعظاما له و إكراما"⁵.

أو هي : "تمليك تطوع في حياة"⁶.

¹ الخطاب الرُعيني المالكي ، شمس الدين أبو عبد الله مُجَدُّ بن مُجَدُّ بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، دار الفكر، الطبعة الثالثة، بيروت، 1412هـ - 1992م الجزء 06 الصفحة 49.

² عليش مُجَدُّ بن أحمد بن مُجَدُّ أبو عبد الله المالكي، منح الجليل شرح مختصر خليل، دار الفكر، (د.ط)بيروت، 1409هـ/1989م الجزء 08 الصفحة 174.

³ الغنيمي، عبد الغني بن طالب بن حمادة بن إبراهيم الدمشقي الميداني الحنفي، اللباب في شرح الكتاب، تح مُجَدُّ محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العلمية، (د.ط)، بيروت، لبنان(د.ت) الجزء 01 الصفحة 171.

⁴ بن عابدين، مُجَدُّ أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين الدمشقي الحنفي، رد المختار على الدر المختار، دار الفكر، الطبعة الثانية، بيروت ، 1412هـ - 1992م ، الجزء 05، الصفحة 687.

⁵ النووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تزهير الشاويش، المكتب الإسلامي، بيروت، دمشق، عمان الطبعة الثالثة، 1412هـ، 1991م ، الجزء 05 الصفحة 364.

⁶ زكريا الأنصاري، زكريا بن مُجَدُّ بن أحمد ، زين الدين أبو يحيى السنيكي، فتح الوهاب بشرح منهج الطلاب، دار الفكر للطباعة والنشر، 1414هـ، 1994م ، المجلد 01، الصفحة 311.

أو هي : "تمليك لعين بلا عوض في حال الحياة تطوعا هبة"¹.

رابعاً: عند الحنابلة

وعرفها الحنابلة بأنها : "تمليك عين بلا عوض"².

أو هي : "تمليك في حياته بغير عوض"³.

وقال ابن مفلح في الفروع : "هي تبرع الحي بما يعد هبة عرفاً"⁴.

وعلى الرغم من تعدد التعريفات إلا أنها متقاربة في معناها والراجح منها ماذهب إليه الحنفية والحنابلة من عدم التفرقة بين اللفظين لشيوع استخدام الهبة على الهدية وهذا ما أيده الشوكاني في أن الهبة والهدية لهما نفس الحكم لغة وشرعاً⁵.

¹ الخطيب الشربيني، مُجَدُّ بن مُجَدُّ، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، تح، علي مُجَدُّ معوض، عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، بيروت، 2000م، 1421هـ، الجزء 03، الصفحة 559.

² البعلبي، شمس الدين مُجَدُّ بن أبي الفتح بن أبي الفضل، أبو عبد الله، المطلع على ألفاظ المقنع، تح محمود الأرنؤوط وياسين محمود الخطيب، مكتبة السوادى للتوزيع الطبعة الأولى، 1423هـ - 2003م، الجزء 01، الصفحة 352.

³ المقدسي، عبد الله بن أحمد بن قدامة موفق الدين، المقنع مع حاشية، المطبعة السلفية ومكبتها، 1374هـ، الطبعة 03، الجزء 02، الصفحة 331.

⁴ المقدسي، أحمد بن مفلح بن مُجَدُّ بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين، الفروع وتصحيح الفروع، تح عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى 1424 هـ، 2003 م، المجلد 07، الصفحة 405.

⁵ الشوكاني، مُجَدُّ بن علي بن مُجَدُّ بن عبد الله، الدراري المضية شرح الدرر البهية، دارالكتب العلمية، الطبعة الأولى، (د.م)، 1407هـ، 1987م، المجلد 02، الصفحة 350.

➤ الفرع الثاني : تعريف الترويج.

أولا : الترويج لغة

من (رَوَّجَ) يقال روج السلعة ، إذا جعلها تروج في السوق بسرعة ويكثر الطلب عليها ، ويقال روج فلان السلعة : أي جعلها تروج في السوق بسرعة، وأيضا راجت السلعة رواجاً : كثر الطلب عليها . وراج الأمر روجاً ورواجاً أي أسرع ، وروجته ترويجاً أي عجلت به ¹ .

➤ ثانياً: الترويج اصطلاحاً

نظراً لأن مصطلح الترويج من المصطلحات المعاصرة ، فلم أجد فيما اطلعت عليه من كتب الفقهاء تعريفاً لمفهوم الترويج ، غير أن علماء التسويق المعاصرين عرفوا الترويج (promotion) بمعنيين معنى عام ، ومعنى خاص :

فالمعنى العام : هو جميع الأعمال التي تقوم بها المؤسسة أو الشركة لزيادة مبيعاتها² ومنتجاتها.

والمعنى الخاص : له عدة تعريفات عند أهل التسوق والاقتصاد،

منها مايلي :

✓ تلك الأعمال التي يقصد بها زيادة حجم المبيعات عدا الإعلان ، وأعمال البيع نفسها³.

¹ الزبيدي مُجَّد بن مُجَّد بن عبد الرزاق المرتضي، تاج العروس من جواهر القاموس، طبعة الكويت، الطبعة الثانية، الجزء 05، الصفحة 600؛ الرازي، أبي بكر بن عبد القادر، الصحاح مختار، مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الثانية، بيروت، 1415هـ، 1995م، الجزء 01، الصفحة 110.

² نبيه غطاس، معجم مصطلحات الإقتصاد والمال وإدارة الأعمال، مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الأولى، لبنان 01/01/1997، الصفحة 485.

³ نفس المرجع السابق، الصفحة 485.

- ✓ وعرفه آخرون بأنه : "عملية إتصال بهدف البيع"¹ .
- ✓ وعرفه آخرون بأنه : "عملية اتصال يتم من خلالها إمداد المستهلك بمعلومات عن المنشأة والسلع والخدمات التي تقدمها ، بهدف إقناع المستهلك لشراء السلع والخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات"² .
- ✓ وعرفه آخرون بأنه : "الجهد المبذول من طرف البائع لإقناع المشتري المترقب بقبول معلومات معينة عن سلعة الخدمة ، بغرض التأثير على القرار الشرائي لهذا المشتري ودفعه لشراء هذه السلعة ، أو الخدمة"³ .
- ✓ وعرفه آخرون بأنه : "نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقناعي يتم من خلالها إبراز المزايا النسبية الخاصة بالسلعة أو السلعة المعينة ، بهدف التأثير على أذهان أفراد جمهور معين لاستمالة السلوك الشرائي"⁴ .
- ومن ثم : فإنه من خلال التعريفات السابقة للترويج، يمكن تعريفه بأنه : كل ما تقوم به المنشأة، أو البائع، أو المنتج من أعمال تعرف بالسلع، وتزوده بالمعلومات اللازمة، لإزالة جهله بالمنتجات والخدمات وتحث عليها، وتدفع إلى إقتنائها وتملكها من صاحبها بالثمن، سواء أكانت تلك الأعمال قبل عقد البيع، أو بعده⁵ .

¹ ينظر: السيد المتولي حسن، الأنشطة الترويجية للشركات السعودية، رسالة دكتوراه، إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1403هـ، مايو 1983م، ص27.

² انظر: ليلي كوسة، واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، العلوم التجارية، إشراف مرداوي كمال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007م/2008م، ص 42.

³ انظر: شريف احمد شريف العاصي، التسويق النظرية والتطبيق، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 1428هـ، 2008م، ص373.

⁴ انظر: معلا ناجي، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، د.ن، الطبعة الثانية، عمان ، الأردن، 1996م، ص 05.

⁵ انظر: محمد الناجي الجعفري، التسويق، د.ن، الطبعة الثانية، السودان،

1415هـ، 1998م، ص28.

➤ الفرع الثالث: تعريف الهدايا الترويجية.

من تعريف الهدايا والترويج في اللغة والاصطلاح ، فإنه يمكن القول بأن تعريف الهدايا الترويجية كمصطلح علمي هو: عبارة عن وعد بتملك مال أو غيره من الهدايا ، بشرط القيام بعمل معين من شراء أو ما شابه، أو بغير شرط، بهدف استمالة قلوب الجمهور وزيادة مبيعات المؤسسة¹ .

ويعرفها علماء الاقتصاد في العصر الحديث: هي مكافأة تمنح للمشتري نظير تعامله مع المؤسسة التجارية تشجيعاً له للإقبال على الشراء من منتجاتها والتواصل مع خدماتها.

المطلب الثاني: الفرق بين تعريف الفقهاء والتسويقيين.

مما سبق يتضح أن الهدية في نظر التسويقيين أوسع وأشمل في مدلولها عند الفقهاء المعاصرين، فالتسويقيون أدخلوا في الهدية الخدمات، بخلاف الفقهاء، فلا تدخل الخدمات عندهم في مسمى أو مفهوم الهدايا .

وعلى ذلك : فإن ماتقدمه بعض محلات تغيير زيوت السيارات مثلاً، أو غسيلها من بطاقات عند كل غسلة أو تغيير، على أنه إذا اجتمع عدد معين من هذه البطاقات، حصل الجامع على غسلة مجانية أو الفحص مجاني أو غير ذلك من الخدمات، فهذا الحافز الترويجي أو التشجيعي هدية عند التسويقيين، أما عند الفقهاء فلا يدخل ذلك في المسمى الهدية عندهم، لأن الهدية في اصطلاحهم تملك عين من غير عوض لغير حاجة المعطي. والخدمات ليست عينا، بل هي منفعة. فهدية الخدمات حقيقتها عندهم هي هبة المنفعة. أو هي العارية أو الإباحة نفع ، لأن هبة المنافع عندهم لا تكون إلا عارية².

¹ عدنان محمود العساف ونادر محمد القضاة، الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مج14، ع04، الأردن، 1440هـ، 10/12/2017م، ص213.

² خالد بن عبد الله المصلح، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار ابن الجوزية، الطبعة الثانية، د، م، 1426هـ، 2005م، ص67، بتصرف.

المطلب الثالث: ألفاظ ذات صلة.

لها صلة بالهدية نذكر أهمها : الهبة . العطية . المنحة . الصدقة . النحلة . الوصية .

➤ الفرع الأول: تعريف الهبة.

الهبة لغة :

أصلها من وهب له الشيء يهبه وهبا، ووهبه : أعطاه إياه بلا عوض فهو واهب و وهوب ووهاب ، وهبٌ : فعل للأمر¹ .

قال صاحب تهذيب اللغة : "وهبت له هبةً و موهبةً ووهباً إذ أعطيته ، واتمبت منه أي قبلت "².

ونقل عن الليث قوله : "تقول : وهب الله له الشيء فهو يهبُ هدية ، وتواهبه الناس بينهم والله هو الوهاب³ ، وفيه قال تعالى :

﴿ رَبَّنَا لَا تُزِغْ قُلُوبَنَا بَعْدَ إِذْ هَدَيْتَنَا وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً إِنَّكَ أَنْتَ الْوَهَّابُ ﴾ [آل عمران: 8]

وتأتي الهبة بمعنى التبرع⁴ ، وفي تاج العروس : " الهبة : العطية الخالية من الأغراض والأعواض ، فإذا كثرت سُمي صاحبها وهاباً⁵ .

¹ إبراهيم مصطفى ، أحمد الزيات ، حامد عبد القادر ، محمد النجار ، المعجم الوسيط، دار الدعوة، د.ط، بيروت، د.ت، الجزء 02، ص 1059.

² الأزهرى محمد بن أحمد الهروي، أبو منصور ، التهذيب، تح محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي، الطبعة الأولى، بيروت، 2001م، الجزء 06، ص 244.

³ المصدر نفسه ص 244.

⁴ الجرجاني ، علي بن محمد بن علي الزين الشريف ، التعريفات، حققه و ضبطه وصححه جماعة من العلماء، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1403هـ 1983م، ص 256.

⁵ الزبيدي، تاج العروس، (365/4) .

الهبة اصطلاحا :

عرفت الهبة بتعريفات متقاربة عند الفقهاء بما يلي :

أولا: عند المالكية

" الهبة تملك من له التبرع ذاتا تنقل شرعا بلا عوض " ¹.

عرفوها أيضا : "الهبة تملك بلا عوض " ².

ثانيا : الحنفية

الهبة هي : " تملك العين مجانا" ³، أي بلا عوض، لأن عدم العوض شرط فيها".

ومن التعريفات أيضا : " تملك المال والمنفعة بلا عوض " ⁴.

في الفتاوى الهندية : " هي : تملك العين بلا عوض " ⁵ ،

وفي حاشية الطحطاوي أضافوا : " في الحال " لإخراج الوصية ⁶.

¹ الكشناوي، أبو بكر بن حسن بن عبد الله، أسهل المدارك شرح إرشاد السالكين مذهب إمام الأئمة مالك، دار الفكر، الطبعة الثانية، بيروت، لبنان، د.ت، الجزء 03، ص 87.

² الدسوقي، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، 49/6.

³ عابدين، محمد أمين بن عمر، حاشية ابن عابدين، تح عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض، دار عالم الكتب، د.ط، الرياض، 2003م، الجزء 8، ص 488.

⁴ أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين بدر الدين العيني، البناية في شرح الهداية ، تح أيمن صالح شعبان ، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى ، بيروت، لبنان، 1420هـ 2000م، الجزء 10، ص 159.

⁵ نظام الدين البلخي، الفتاوى الهندية، دار الفكر الطبعة الثانية، بيروت، 1310 هـ، الجزء 04، ص 374.

⁶ الطحطاوي، أحمد بن محمد بن إسماعيل، حاشية الطحطاوي على الدر المختار، دار الطباعة العامرة، الطبعة الثالثة، مصر القاهرة، 1254هـ/ 1838م.، الجزء 03، الصفحة 392.

ثالثا : عند الشافعية

التعريف المختار في المذهب: "تمليك في حياته بغير عوض"¹.

رابعا: عند الحنابلة

تعددت التعريفات للهبة عندهم مع وجود التقارب فيها ، ومن هذه التعريفات :

عرفها ابن قدامة بأنها: "تمليك في حياته بغير عوض"².

أما ابن مفلح فقد عرفها بقوله إنها: " تبرع الحي بما يعد هبة في حياته"³.

وعرفها صاحب الروض المربع: " هي التبرع بتمليك ماله المعلوم الموجود في حياته لغيره"⁴.

الفرع الثاني: تعريف العطية

العطية لغة:

"وهو اسم يعطى، والجمع : أعطية و أعطيات ، وعطايا"⁵

فهي ما يتناول إلى الغير⁶. ومنها أعطيات الجند: أرزاقهم وما يترتب لهم من مال ، منها أعطيات الملوك

¹ النووي، روضة الطالبين عدة المفتين، 364/5.

² المرادوي، علي بن سليمان المرادوي علاء الدين أبو الحسن، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف على مذهب الإمام أحمد بن حنبل، تح مجَّد حامد الفقي، مطبعة السنة المحمدية، الطبعة الأولى، د.م، 1375هـ، 1956م، الجزء 03، ص 107.

³ المقديسي، الفروع، 638/4.

⁴ الحجاوي، شرف الدين ابو النجا موسى بن أحمد، الروض المربع شرح زاد المستقنع - مختصر المقنع، والشرح للبهوتي، دار الكتب العلمية، د.ط ، بيروت، د.ت، الجزء 01، ص 270.

⁵ الأزهرى، تهذيب اللغة، 244/6.

⁶ ابن قدامة؛ عبد الله بن مُجَّد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي، أبو مُجَّد، موفق الدين، المغني في فقه الأمام أحمد بن حنبل الشيباني، تح لله بن عبد المحسن التركي - عبد الفتاح الحلو ، دارعالم الكتب، الطبعة الثالثة، د.م 1417هـ، 1997م، الجزء 08، ص 239.

و هباتهم¹.

العطية اصطلاحاً :

عرفها الفقهاء بأنها: "ما يعطى إلى الغير" فالعطية تشمل الهبة والهدية والصدقة والوصية ، والعطية عام لكل ما يعطى² فيصح إطلاق لفظ العطية على الهدية والصدقة ، ولكن لا تعد كل عطية هدية³ ، وقد تطلق من باب إطلاق اللفظ بوجه عام أما المعنى الخاص فهو " العطية المقدمة من الحكام للجنود"⁴ .

الفرع الثالث: تعريف المنحة

المنحة لغة :

والمقصود هنا المنحة الهدية التي تقدم على وجه المكافأة والتكريم كجوائز التفوق التي تقدم لطلبة العلم اليوم من جنس المنح.

"من منح الشاة والناقة ، ومنحه مالاً : وهبه ، ويمنحه : أقرضه ، ومنحه : أعطاه ، و الإسم : المنحة بالكسر وهي العطية"⁵. ومنحه الناقة: جعل له وبرها ولبنها و وولدها.

المنحة اصطلاحاً :

عرفها الإمام الشافعي بأنها : " أن يمنح الرجل شاته لرجل ليحلبها فيكون اللبن ممنوحاً"⁶.

وهي من العطية ، وذلك حسب ما أضيفت إليه ، فإن أضيفت لمنفعة عين لا تستهلك فهي المنحة المعروفة

¹ الفيروز آبادي، مُجَّد بن يعقوب مجد الدين، المعجم الوسيط، تح أنس مُجَّد الشاميو زكريا جابر أحمد، دار الحديث، د، ط، القاهرة، 1429هـ، 2008م، الجزء 02، ص 609.

² ابن قدامة، المغني، 395/5.

³ ابن قدامة، المغني، 397/5.

⁴ الفيروز آبادي، المعجم الوسيط، 609/2 .

⁵ الزبيدي ، تاج العروس، 154/7،

⁶ الماوردي، أبو الحسن علي بن مُجَّد بن حبيب البصري البغدادي، الحاوي الكبير، تح الشيخ علي مُجَّد معوض، الشيخ عادل أحمد عبد الموجود ، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت ، لبنان، 1419 هـ - 1999 م، الجزء 07، ص 117.

: من منح الشاة لقلبها ، والخبيل لركوبها ، والبيت سكنا ، وقد تطلق على الهدية في حال كانت المنحة لذات العين¹.

الفرع الرابع: تعريف الصدقة

الصدقة لغة :

"الصدقة محرمة : هي ما أعطيته في ذات الله تعالى " والجمع : صدقات² ، ومن ذلك قال تعالى:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ ﴾ [التوبة:60]

الصدقة اصطلاحا :

عرف الفقهاء الصدقة بأنها : تملك مال بلا عوض طلبا لثواب الآخرة³ ،

وزاد ابن قدامة⁴ ، بشرط أن يكون البذل في الصدقة للمحتاج

قال تعالى، ﴿ إِن تَبَدُّوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِن تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهِيَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِّن سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴾ [البقرة:271].

الفرع الخامس: تعريف النحلة.

النحلة لغة :

"مصدر نحله ينحله ، أي أعطاه " ⁵

¹ المصدر نفسه 117/7.

² الفيروزآبادي ، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب، القاموس المحيظ ، تح محمد نعيم العرقسوسي ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، الطبعة الثامنة، بيروت، لبنان 1426 هـ 2005م، الجزء 01، ص900.

³ النووي، روضة الطالبين، 3/5، الدردير، الصاوي، احمد بن محمد الخلوئي، بلغة السالك لأقرب المسالك، تح محمد عبد السلام شاهين، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1415هـ، 1995م، الجزء 02، ص289.

⁴ ابن قدامة، المغني، 6/273.

⁵ الرازي، مختار الصحاح، 1/271.

ومنه " نَحَلُ المرأة مهرها نحلة أي عن طيب نفس"¹.

النحلة اصطلاحاً :

هي العطية من غير عوض بطيب نفس² وقد أطلق لفظ نحلة على المهر للتكريم وليس من باب أن ما يدفع للمرأة من مهر يكون من طيب نفس على الحقيقة .

➤ الفرع السادس: تعريف الوصية .

الوصية لغة :

من وصيت إلى فلان توصية ، وأوصيت إليه إيصاء، وأوصيته ، بولده استعطفته عليه³ .

الوصية اصطلاحاً :

عرفها الفقهاء بأنها : " تمليك مضاف إلى ما بعد الموت من مال الموصي بما لا يتجاوز الثلث"⁴.

الفرق بين الهدية والألفاظ ذات الصلة الأخرى:

مما سبق يمكن القول أن الهدية والهبة والألفاظ ذات الصلة من صدقة ونحلة ومنحة و وصية، يصل بينها التملك بلا عوض، نجد من الفقهاء من فرق بين الهبة والهدية منهم الشافعية، فالهدية تفرق عن الهبة بالنقل للموهوب من مكان لآخر⁵،

¹ الرازي أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني، أبو الحسين معجم مقاييس اللغة، تح عبد السلام محمد هارون، دار الخيل، الطبعة الثانية، بيروت ، لبنان 1399هـ - 1979م ، الجزء 05، ص403.

² الفيومي، أحمد بن محمد بن علي ثم الحموي، أبو العباس، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، المكتبة العلمية، د.ط، بيروت، د.ت، الجزء 02، ص595.

³ الفيومي، المصباح المنير، 669/2.

⁴ الكساني، بدائع الصنائع، 330/7.

⁵ النووي، روضة الطالبين، 364/5.

وعند بعض المالكية أن الهدية هي هبة الثواب¹، أما عند الحنفية فالهدية لفظ للهبة والهبة لاتطلق على الهدية ولا فرق بين اللفظين² وهو كذلك عند الحنابلة³

وعند بعض المالكية أيضاً⁴.

و من أدلتهم على ذلك أحاديث الرسول صلى الله عليه و سلم، التي جاءت بلفظ الهدية والتهادي و بلفظ الهبة بنفس المعنى والنص، ومنها ماورد في الصحيح «أن النبي عليه الصلاة والسلام كان يقبل الهدية ويثيب عليها»⁵،

وفي حديث النبي «تهادوا تحابوا»⁶، و وجه الدلالة من الحديثين بأن لفظ الهبة يطلق على الهدية ولا فرق وهو واضح في عبارات الأحاديث السابقة. واستدلال الشافعية⁷ على أن الهدية من باب النقل للآخر،

¹ الدسوقي، حاشية الدسوقي، 97/4.

² المرغيناني، علي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني أبو الحسن برهان الدين، الهداية في شرح بداية المبتدي، تح طلال يوسف، دار احياء التراث العربي، د، ط، بيروت لبنان، د.ت، الجزء 03، ص 222.

³ عند الحنابلة، كلها الفاظ متقاربة ولم يفرقوا بينها.

⁴ الصاوي، بلغة المسالك لأقرب المسالك، 289/2.

⁵ البخاري مُجَّد بن اسماعيل، الجامع الصحيح المختصر، تح مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، الطبعة الثالثة، بيروت،

1407هـ 1987م، كتاب الهبة وفضلها، باب المكافأة في الهبة، من طريق مسدد عن عيسى بن يونس، حديث رقم 2، 913/2445.

⁶ البخاري، مُجَّد بن اسماعيل، الأدب المفرد، تح مُجَّد فؤاد عبد الباقي، دار البيان الإسلامي، الطبعة الثالثة، بيروت، 1409هـ، 1989م، باب

قبول الهدية، حديث رقم 1، 208/594، حسن إسناده ابن حجر في تلخيص الكبير، ابن حجر: تلخيص الحبير، تح السيد عبد الله الهاشم اليماني المدينة المنورة، 1384هـ 3، 1964/69-70. قال عنه السخاوي: حديث جيد؛ السخاوي، أبو الخير مُجَّد بن عبد الرحمن بن مُجَّد، المقاصد الحسنة، تح مُجَّد عثمان، دار الكتاب العربي، الطبعة الأولى، بيروت، 1405هـ 1985م، 271/1. حسن إسناده الألباني، مُجَّد ناصر الدين، إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، المكتب الإسلامي، الطبعة الثاين بيروت، 1405هـ 1985م، حديث رقم 1601. 44/6.

⁷ النووي روضة الطالبين، 364/5.

والهبة لما لا ينقل وهذا مستفاد من فعل الرسول صلى الله عليه و سلم: «أنه أهدى إلى المقوقس»¹.

فأطلق على هذا: الإهداء، لانه منقول للآخر. أما المالكية فقد استدلوا أن الهدية هي هبة الثواب²، وذلك من خلال حديث الأعرابي الذي أهدى للنبي فأثابه النبي على ذلك³.

والراجح والله أعلم هو ماذهب إليه الحنفية والحنبلة بعدم التفرقة بين اللفظين بكثرة استخدام لفظ الهبة على الهدية، والعكس في الأحاديث التي استدلوا بها وعدم ترتب الأثر على هذه التفرقة عندهم.

وهذا ما أيده الشوكاني بقوله أن الهبة والهدية لهما نفس الحكم لغة وشرعا⁴.

أما ما استند إليه الشافعية فهو داخل في إطلاق لفظ الهبة على الهدية والعكس، لا من باب التفريق، فالنبي صلى الله عليه و سلم أطلق لفظ الهبة على ما ينقل في حديثه عليه السلام: «لقد هممت أن لا أتعب إلا من قرشي أو أنصاري أو ثقيفي»⁵ فلا يتأكد بالنقل من عدمه في هذا المعنى، ورأي المالكية فلا يليق بأن يهدي الرسول صلى الله عليه و سلم، لأحد لأجل الثواب، خاصة أنه أهدى الملوك والضعفاء، وحاشاه إرادة الثواب إلا من الله عز وجل.

¹ الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب، المعجم الكبير، تح حمدي بن عبد الحميد السلفي، مكتب الزهراء، الطبعة

الثانية، الموصل، 1404هـ/1983م، 12/4، وقال عنه الهيثمي: ذكره البزار ورجاله ثقات الهيثمي، علي بن أبي بكر الهيثمي، مجمع الزوائد، القاهرة. دار لريان للتراث، دار الكتاب العربي، بيروت، 1407هـ. 152/4.

² الدسوقي، حاشية الدسوقي، 97/4.

³ أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، سنن أبي داود، تح محمد محي الدين، د.ط، بيروت، د.ت، باب قبول الهدايا، حديث رقم 3537. بلفظ الهدية "وأيم الله لا أقبل هدية بعد يومي هذا.. 290/3؛ وأخرجه ابن حبان، محمد بن حبان بن أحمد أبو حاتم التميمي البستي، صحيح ابن حبان، تح شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية، بيروت، 1414هـ/1993م، حديث رقم: 14، 295/6383، صححه الألباني؛ محمد ناصر الدين الألباني، صحيح وضعيف الجامع الصغير، المكتب الإسلامي، د.ط، بيروت، د.ت، حديث رقم: 2119.

⁴ الشوكاني محمد علي، الدراري المضيئة شرح الدرر البهية، دارالجيل، د.ط، بيروت، 1407 هـ 1987م، الجزء 01، ص 350.

⁵ نفس التخريج السابق، وهو حديث صحيح.

المطلب الرابع: مكانة الهدايا الترويجية.

إن مكانة الهدايا الترويجية لا تتوقف على تنشيط المبيعات فقط، بل تتعدى إلى خدمات أو منافع لثلاثة أقطاب وهي: المستهلك والموزع والمؤسسة المنتجة كما يلي :

أولا : مكانتها للمستهلكين :

- تساعد المستهلكين على سرعة اتخاذ قرارات الشراء ومقاومة تردددهم في الشراء
- تعد مصدرا للمعلومات وتسهل على المستهلكين المقارنة بين أصناف السلع و اتخاذ قرارات شراء أفضل .
- تساهم في توفير أموال المستهلكين حيث يستفدون من تخفيضات السعر، والعينات المجانية ، وخدمات الصيانة.

ثانيا : مكانتها للموزعين :

- ارتفاع مبيعات وعائدات الموزعين .
- ارتفاع معدل دوران السلع لدى الموزعين .
- اطلاع المنتجين بكثير من المعلومات التسويقية التي تساعدهم على أداء وظائف البيع وخدمة العملاء بشكل أفضل .

ثالثا : مكانتها للمنتجين :

- ترويج السلع على نطاق أكبر و الوصول إلى أكبر عدد من المستهلكين .
- التأثير على المستهلكين من خلال خلق ولاء لديهم نحو السلع المنتجة.
- مساعدة المنتجين من مواجهة المنافسين.

المبحث الثاني: أنواع الهدايا الترويجية وأهدافها

ويحتوي على ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: الهدايا العينية والمنتجات.

المطلب الثاني: الهدايا النقدية

المطلب الثالث: هدايا السلع والخدمات (المنفعة).

المبحث الثاني: أنواع الهدايا الترويجية وأهدافها.

بعد أن ذكرت مفهوم الهدايا الترويجية، سأتناول في هذا المبحث ثلاثة أنواع لها وهي الهدايا العينية والخدمات والهدايا النقدية والهدايا الخدمائية(المنفعة) و أهداف كل نوع منها.

المطلب الأول : الهدايا العينية والمنتجات.

➤ الفرع الأول: تعريف الهدايا العينية والمنتجات.

هي النماذج الإنتاجية التي تقدمها المؤسسات التجارية والمحلات للمستهلكين، تم إعدادها بطريقة دقيقة وخاصة من أجل التعريف بالمنتج الجديد، أو إعطاء المستهلكين فرصة تجربة المنتج، لمعرفة إلى أي مدى يمكنها أن تساعدهم في القيام بحاجاتهم، و مدى استفادتهم منها في الحياة، كما أنها قد تستعمل في بعض الأحيان نموذجاً¹ للمواصفات المطلوب وجودها في المنتج المتفق عليه²

¹ النموذج: بفتح النون، ويقال: الأ نموذج، بضم الهمزة، وهو ما يدل على صفة الشيء، وهو معرب. [ينظر: الفيروز آبادي، القاموس المحيط،

مادة (النموذج)، ص 266. الفيومي؛ المصباح المنير، مادة، (ن م و د ج)، 2/625.]

² المصري أحمد مُجَّد، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 2006م، ص 93.

➤ الفرع الثاني: أهداف الهدايا العينية والمنتجات .

وهذا النوع من الهدايا الترويجية يهدف إلى تحقيق أحد الأمرين:

❖ إمداد المستهلك بالمعلومات الأساسية التي تخص السلعة الجديدة، و ذلك بالكشف عن كيفية

استعمالها

والاستفادة منها، ومعرفة إلى أي مدى يمكنها أن تلبى احتياجات المستهلك لأن ذلك يشجعه على

تجربتها.

❖ أن تكون هذه العينات نموذجاً، بكل المواصفات والسمات المطلوبة المتفق عليها مع المتعاقد، و

تستعمل هذه الهدايا في المنتجات التي يطلب تصنيعها .

المطلب الثاني : الهدايا النقدية .

الفرع الأول: تعريف الهدايا النقدية

هي مايقوم به بعض المنتجين و أصحاب السلع بوضع هدايا نقدية أو قطع ذهبية أو فضية في منتجاتهم وسلعهم، بهدف تحفيز الناس على الشراء¹ .

وهذا النوع من الهدايا له صور مختلفة، فقد تكون الهدية وضعت في علبة أو فرد من أفراد المنتج، أو في كل

علبة أو كل فرد من أفراد منتج معين، فيعلن التاجر صاحب المحل أو المؤسسة، بأنه قد وضع في كل أفراد

هذا المنتج أو بعضها قطعة ذهبية وزنها كذا أو نقود بقيمة كذا ، وذلك لتحفيز المستهلكين على شراء هذا

المنتج وإغرائهم، وجذبهم إليها .

¹أنظر: المصلح، خالد بن عبد الله، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار ابن الجوزي، الطبعة الأولى،

الدمام، 1420هـ، 1999م، ص124.

ويعد هذا النوع من الهدايا أنها هبة يقصد منها حسم ثمن المنتج والخط من ثمنه مثال ذلك كما لو كان ثمن المنتج بقدر الهدية النقدية التي بداخلها.

ولهذه الهدايا النقدية صورتان:

الصورة الأولى: وضع هدايا نقدية في كل أفراد المنتج الواحد.

الصورة الثانية: وضع هدايا نقدية في بعض أفراد المنتج الواحد.

➤ الفرع الثاني: أهداف الهدايا النقدية.

- ❖ تحفيز و تشجيع المزيد من العملاء والمستهلكين على شراء المنتج .
- ❖ ربط المشتري أو المستهلك بالتعامل مع المؤسسات التجارية أو المحلات من خلال هذه الهدايا النقدية.

❖ حسم ثمن المنتج مع المحافظة على ثبات السعر.

المطلب الثالث: هدايا السلع والخدمات.

➤ الفرع الأول: تعريف هدايا السلع والخدمات.

هي الهدايا التي تقدم للمستهلك على شكل سلعة و منفعة،وهي ما يقدمه التاجر من مكافآت تشجيعية للمشتريين، مقابل شراء سلع أو اختيار خدمات تاجر معين¹، وهي من الوسائل التي يحرص الكثير من التجار والعديد من المؤسسات على توفيرها لكسب المنافسة في التسويق، ويطلق عليها في علم الاقتصاد بخدمات مابعد البيع²، وذلك من أجل الحفاظ على المستهلكين وجذب عملاء جدد وكسبهم، وتتنوع هذه السلع والخدمات غالبا بتنوع المنتوجات والسلع،مثل أن تكون السلعة أدوات مدرسية والهدية محفظة،هنا الهدية تكون مكاملة للسلعة،أو السلعة مستخلص تجميل والهدية كرة أطفال هنا تكون الهدية من غير جنس

¹ سعيد بن جمعة بن سعيد العلوي، أحكام الهدايا المعاصرة وضوابطها الشرعية والقانونية، ماجستير، الفقه وأصوله، المشرف الدكتور موفق الدلالة، جامعة العلوم الإسلامية، الاردن، 1431هـ/2010م، ص103.

² بدر بن عبد الله الجدوع، خدمات مابعد البيع وأحكامها في الفقه الإسلامي، موقع الألوكة،

<https://majles.alukah.net/t167734/>، الأحد 29 إمارس 2021 م 6 شعبان 1442 هـ،

السلعة، وقد تكون نفس السلعة المشتراة، أو من السلعة التي يراد الترويج لها، وقد تكون الهدية مشروطة بجمع أجزاء متفرقة في أفراد سلعة معينة، أو غير مشروطة¹.

أما جانب الخدمات فتوجد فيه أمثلة كثيرة، نذكر بعضها مثل: الخدمات التي يقدمها بائعي المنتوجات الكهرومنزلية، وهو تحمل تكاليف إيصال المنتج إلى مكان المشتري، مع تحمل تكاليف التركيب، والتأكد من أن الجهاز يعمل بشكل جيد، ومنها أيضا ماتقوم به شركة الفنادق بتقديم هدايا للنزلاء بعدد من الأيام والأسابيع، كتحفيز لهم على التواصل، وهذه الخدمات لا تخلو من حالتين هما:

الحالة الأولى: أن يكون المشتري موعوداً بالمنفعة (الخدمة) قبل العقد.

الحالة الثانية: ألا يكون المشتري موعوداً بالمنفعة قبل العقد.

➤ الفرع الثاني: أهداف هدايا السلع والخدمات.

لهدايا السلع والخدمات أهداف تسعى وراءها المؤسسات التجارية لترويج منتجاتها أهمها:

- ❖ استقطاب أكبر عدد من المستهلكين، بواسطة هذه الهدايا الترويجية.
- ❖ كسب التنافس بين التجار، لكسب الشهرة التجارية.
- ❖ تسويق أكبر عدد من المنتجات، لضمان زيادة ونمو معدل الإنتاج.
- ❖ منح الصدارة لبعض المنتوجات من حيث الترويج والتسويق لها، فيصبح الإقبال عليها كبيرا فتتحقق الشهرة للمنتج.
- ❖ عن طريق هذه الهدايا يمكن التعريف بالمنتج الجديد، و أهم خدماته.

¹ أنظر: الكاملي، محمد بن علي الكامل، أحكام الإعلانات التجارية والجوائز الترويجية، دار طيبة الخضراء، الطبعة الأولى، مكة المكرمة، 1422هـ/2001م، ص221.

المبحث الثالث: حكم الهدايا الترويجية.

ويحتوي على ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: أحكام الهدايا العينية والمنتجات

المطلب الثاني: حكم الهدايا النقدية

المطلب الثالث: حكم هدايا السلع

والخدمات (المنفعة).

المبحث الثالث: حكم الهدايا الترويجية.

في هذا المبحث سأحدث عن الأحكام التي يجب مراعاتها عند العمل بالهدايا الترويجية، التي أصبح التعامل بها شائعا في المؤسسات التجارية.

المطلب الأول: أحكام الهدايا العينية و المنتوجات.

يعد هذا النوع من الهدايا الترويجية فقهيا، من باب الهدية والهبة.

حكمها:

أولا: جواز هذا النوع من الهدايا الترويجية، لأن المعاملات الأصل فيها الحل ولادليل على المنع، متى كانت هذه المعاملة أو التجارة متوفرة على الضوابط الشرعية لها من الرضا المعتبر والصدق والعدل¹.

ثانيا: إن قبول هذا النوع من الهدايا مستحب ومندوب إليه؛ لدخوله في عموم الأحاديث التي تدل على قبول الهدية.

ثالثا: لا يجوز للواهب الرجوع في هذا النوع من الهدايا؛ لدخولها في عموم قوله ﷺ: «العائد في هبته كالكلب يقي ثم يعود في قيئة»²

وفي معنى هذا الحديث نجد الرسول ﷺ قام بتحريم الرجوع في الهدية.

رابعا: ومن شروط هذه الهدايا العينية أن تكون مطابقة للواقع في بيان حقيقة السلعة ومواصفاتها ، وجودتها ومدى تلبيتها لحاجات العملاء و المستهلكين.

¹ ينظر: حسام عفانة ، حسام الدين بن موسى محمد بن عفانة، فتاوى،

<https://al-maktaba.org/book/10517/578>، 12مارس2021، 12:30ص. خالد بن عبد الله المصلح، الحوافز التجارية التسويقية

وأحكامها في الفقه الإسلامي، ص121.

² رواه البخاري، في كتاب الهبة، باب هبة الرجل لإمرأته والمرأة لزوجها برقم 2589، (2349/2). ومسلم في كتاب الهبات، باب تحريم الرجوع في الصدقة و الهبة بعد القبض، رقم(1622)، (1241/3)، من حديث عبد الله بن عباس، رضي الله عنهما.

خامساً: جواز الاعتماد على هذه العينات التعريفية عند إجراء العقود مادامت تدل بصورة كافية على باقيه ، وهذا بناءً على القول بصحة بيع الأنموذج¹.

وفي هذا اختلف الفقهاء على قولين:

القول الأول: يصح اعتماد هذه العينات في عقد البيع، إذا كان المبيع من المثليات التي لا تتفاوت آحادها، ويمكن ضبط أوصافه بهذا الأنموذج، ويطلبونه في غير المثلي كالعدد المتفاوت².

وهذا مذهب المالكية³، والحنفية⁴،

والشافعية⁵، وقول في مذهب أحمد⁶ وهو قول ابن حزم من الظاهرية⁷.

القول الثاني: لا يصح اعتماد هذه العينات من عقد البيع مطلقاً. وهذا هو الصحيح من مذهب أحمد⁸.

وأصل هذا الخلاف هو هل يمكن أن يحصل بهذا الأنموذج أو العينة العلم بالمبيع كله أو لا؟

فمن قال: إنه يحصل بها العلم بالمبيع صحح بيع العينة أو الأنموذج.

¹عقلة الابراهيم، بيع العينة او الامنودج في الشريعة والقانون، دار البيضة، الطبعة الأولى، د.م، د.ت، المجلد 2.

²مجموعة مؤلفين، نتائج البحوث وخواتيم الكتب، موقع الدرر السنية، <https://al-maktaba.org/book/32635/1724> ، 12 مارس 2021م، 14:20.

³الدسوقي، حاشية الدسوقي، 24/3.

⁴ينظر: الزيلعي، فخر الدين عثمان بن علي الزيلعي، تبين الحقائق، المطبعة الكبرى الأميرية، الطبعة الأولى، بولاق مصر، 1314هـ، الجزء 04، ص 26. المرغيباني، علي بن أبي بكر المرغيباني برهان الدين أبو الحسن، الهداية، إدار القرآن والعلوم الإسلامية، الطبعة الأولى، باكستان، 1417هـ، الجزء 06، ص 240.

⁵أنظر: الشيرازي، إبراهيم بن علي بن يوسف الفيروزابادي الشيرازي أبو إسحاق، المهذب في فقه الإمام الشافعي، دار المعرفة، الطبعة الثانية، بيروت، 1379هـ، 1959م، الجزء 01، ص 271.

⁶أنظر: المرادوي، الإنصاف، 295/4.

⁷أنظر: ابن حزم، المحلى، 337/8.

⁸أنظر، المرادوي، الإنصاف، 295/4.

ومن قال: لا يحصل بها العلم بالمبيع وقت العقد لم يصح البيع.

ولذلك اشترط القائلون بصحة بيع الأنموذج أن يكون المبيع مما لا تتفاوت آحاده كالمكيل والموزون، أما ماتتفاوت أجزاءه فلا يجوز¹. وقد مثل الفقهاء بالمكيل والموزون بناء على أنه لا يمكن ضبط غيرهما، وهذا بالنظر إلى زمانهم صحيح. أما اليوم فإن عصرنا بات يواكب التطور الصناعي والإنتاجي ويتسابق ويتزاحم عليه، حتى استطاع أن يبلغ مستوى أعلى في إتقانه بأوصاف ومقاييس لا تختلف، ولا تتفاوت آحاده، ومن هذا فإنه يمكن القول بأن بيع الأنموذج بيع صحيح وإن استخدام العينات الإعلانية التعريفية في المبيعات جائز لا إشكال فيه.

المطلب الثاني: حكم الهدايا النقدية

الصورة الأولى: وضع هدايا نقدية في كل أفراد المنتج الواحد.

واقع هذه الهدية، أن تعلن المؤسسات التجارية أن في كل أفراد المنتج الواحد عملة نقدية² ونحو ذلك، بهدف تشجيع الناس وزيادة الإقبال على شراء هذا المنتج.

وهذا أسلوب من أساليب الترويج، فائدته حسم ثمن المنتج مع المحافظة على ثبات السعر، دون الإخلال بسياسة تجار التجزئة التخفيضية³.

¹ أنظر: العيني، أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين بدر الدين العيني، النباية في شرح الهدايا، دارالفكر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1400هـ، 1980م، الجزء 07، ص 124-125.

² النقدية: مأخوذة من النقد، بمعنى العملة من الذهب، أو الفضة، أو غيرها مما يتعامل به الناس. مجموعة من المؤلفين، المعجم الوسيط، ص 944.

³ عيسى بن عواض العضاني، الجوائز التجارية التحفيزية وأحكامها في الفقه الإسلامي، د. د. فقه إسلامي، بإشراف، أحمد البلادي، الجامعة الإسلامية، السعودية، 1432هـ.

حكمها:

لهذا النوع من الهدايا النقدية صورتان.

الأولى: حقيقة هذا النوع من الهدايا، أن البائع باع المنتج وما معه من أوراق نقدية بأوراق نقدية، فهي إحدى أنواع مسألة "مد عجوة ودرهم".

ومسألة مد عجوة ودرهم هي أن يبيع ربويا بجنسه وما معهما أو مع أحدهما من غير جنسه¹.

وقد اختلفت وجهة النظر بين الفقهاء، في جواز هذا النوع من الهدايا النقدية وهذا يتوقف على بيان اختلافهم، فيحكم مسألة مد عجوة ودرهم.

قال القرافي في الفروق "اتفق الجميع على المنع إذا كان الربويان مستويين في المقدار، ومع أحدهما عين أخرى؛ لأنها تقابل من أحدهما جزءاً، فيبقى أحدهم أكثر من الآخر بالضرورة أما إذا كان الربويان مختلفين في المقدار"²، وهذه الصور مشهورة بمسألة "مد عجوة ودرهم"، فقد اختلف الفقهاء فيها على ثلاثة أقوال:

القول الأول: لا يجوز مطلقاً.

وهو ما قال به مذهب الشافعية³

¹ ينظر: مُجَدِّد بن عبد الواحد السيواسي السكندري كمال الدين ابن الهمام - أحمد بن قودر قاضي زاده، شرح فتح القدير على الهداية شرح بداية المبتدي، تح عبد الرزاق غالب المهدي، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1424هـ/2003م، الجزء 07، ص 144.

الشرقاوي، عبد الله بن حجازي بن إبراهيم الخلوئي الأزهرى الشافعي، حاشية الشرقاوي على تحفة الطلاب بشرح تحرير تنقيح اللباب، دار الفكر، الطبعة الثالثة، د.ت، بيروت، لبنان، الجزء الثاني، ص 35.

ملاحظة: الفقهاء من المالكية والحنفية والظاهرية لم يتناولوا مسألة مد عجوة بهذا اللفظ بل يذكرونها دون تسمية، عكس الشافعية والنحابلة صروحوا بلفظ مسألة مد عجوة .

² القرافي، ابو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي القرافي، الفروق = أنوار البروق في أنواع الفروق، عالم الكتب، د.ط، د.ت، د.م، الجزء 03، ص 248.

³ أنظر: البغوي، الحسين بن مسعود بن مُجَدِّد بن الفراء البغوي أبو مُجَدِّد، التهذيب في فقه الإمام الشافعي، تح عادل أحمد عبد الموجود - علي مُجَدِّد معوض، دار الفكر العلمية، الطبعة الأولى، بيروت لبنان، 1418هـ/1997م، الجزء 03، ص 347-348.

والحنابلة¹ وابن حزم من الظاهرية².

القول الثاني: يجوز إن كان مع الربويين تابعا، والفرض أكثر من الذي معه غيره .

وهذا ما قال به مذهب المالكية³، ورواية في مذهب أحمد⁴ اختارها شيخ الإسلام ابن تيمية.

القول الثالث: يجوز مطلقا.

وهذا ما قال به مذهب الحنفية⁵

و رواية عن أحمد⁶.

أدلة القول الاول: لا يجوز مطلقا.

استدلوا بأدلة من السنة، والعقل.

أولا: من السنة

الأول: أن معاوية رضي الله عنه ابتاع سيفا محلي بالذهب بذهب، فقال أبو الدرداء رضي الله عنه: لا يصلح هذا، فإن رسول الله صلى الله عليه وسلم نهى عنه فقال: «الذهب بالذهب مثلا. بمثل» ، فقال معاوية رضي الله عنه: ما أرى بذلك بأسا، فقال

¹ أنظر: منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي، كشف القناع عن متن الإقناع، دار الكتب العلمية، د. ط، بيروت، لبنان، د. ت، الجزء 03، ص 260.

² أنظر: ابن حزم، المحلى، 8/494-495.

³ أنظر: ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني، مجموع الفتاوى، تح بدر الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، د. ط، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، 1416هـ/1995م، الجزء 29 ص 27-28.

⁴ أنظر: المرادوي، الإنصاف، 5/33.

⁵ أنظر: أبي جعفر، أحمد بن محمد بن سلامة بن عبد الملك بن سلمة الأزدي الحجري المصري الطحاوي الحنفي، شرح معاني الآثار، تح محمد زهري النجار، عالم الكتب، الطبعة الأولى، بيروت لبنان، 1414 هـ، 1994 م الجزء 04، ص 72.

⁶ أنظر: ابن تيمية، مجموع الفتاوى، 29/457.

أبو الدرداء رضي الله عنه : أحدثك عن رسول الله صلى الله عليه وسلم وتحدثني عن رأيك. والله لا أساكنك أبدا¹.

وجه الدلالة :

أن الرسول الله في الحديث نهي عن بيع الذهب بالذهب مثلاً بمثل و أبا الدرداء رضي الله عنه جعل هذه الصورة داخلة في عموم هذا الحديث.

المناقشة :

نوقش هذا بثلاثة أمور:

- 1- أن هذه القصة غير معروفة لأبي الدرداء رضي الله عنه ، بل القصة الصحيحة المشهورة معروفة لعبادة بن الصامت رضي الله عنه مع معاوية رضي الله عنه من وجوه وطرق شتى².
- 2- أن الأثر منقطع ، فإن عطاء ماسم من أبي الدرداء كما هو مبين في تخريجه .
- 3- أنه لا يعرف أن لأبي الدرداء رضي الله عنه حديث في الصرف، ولا في بيع الذهب، ولا في الورق بالورق . وهذا مما يؤكد ضعف هذه الرواية³ .

¹ رواه مالك في كتاب البيوع- باب بيع الذهب بالفضة تبراً وعيناً -، رقم (33)، (634/2)، ورواه الشافعي في الرسالة، فقرة رقم (1228)، ص (446).

وأصل القصة رواها النسائي في كتاب البيوع- باب الذهب بالذهب-، رقم (2572)، (279/7).

وقال ابن عبد البر في التمهيد (71/4) بأن هذا الأثر منقطع؛ لكون عطاء بن يسار لم يسمع من أبي الدرداء.

وقال الزرقاني في شرح الموطأ (279/3): "الإسناد صحيح، وإن لم يرد من وجه آخر". وصححه أيضاً أحمد شاکر في تحقيق كتاب الرسالة ص (446)، والألباني في صحيح سنن النسائي رقم (4263)، (949/3).

² أنظر: ابن عبد البر أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد بن عبد البر بن عاصم النمري القرطبي، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد ، تح مصطفى بن أحمد العلوي، محمد عبد الكريم البكري، وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية ، دط، المغرب، 1387هـ، الجزء 04، ص72.

³ ابن عبد البر، التمهيد، 71/4-73 .

الإجابة :

أجيب عن هذه المناقشات بما يلي :

- 1- كون القصة المشهورة معروفة لعبادة ﷺ لا ينكر وقوع نظيرها لأبي الدرداء ﷺ.
- 2- بأن الأثر صححه جماعة من العلماء كالزرقاني وعبد القادر الأرنبوط، كما أنه لا يتطلب الانقطاع لأجل عدم سماع عطاء من أبي الدرداء ﷺ؛ لاحتمال أن يكون سمعه من معاوية ﷺ فإنه قد سمع من جماعة من الصحابة هم أقدم موتاً من معاوية¹.
- 3- حيث لا يعلم لأبي الدرداء ﷺ حديث في الصرف ، لا يدل على ضعف هذه القصة ، فعدم العلم ليس علماً بالعدم .

الثاني: أغلب الأحاديث التي فيها النهي عن بيع الذهب بالذهب ، وسائر الأجناس الربوية إذا بيعت بجنسها، إلا مثلاً بمثل وزناً في الموزونات ، وكيلاً في المكيالات .

ومن ذلك قول النبي ﷺ : «الذهب بالذهب ، وزناً بوزن ، مثلاً بمثل ، فمن زاد أو استزاد فهو ربا»².

وجه الدلالة :

نهى النبي ﷺ أن لا يباع الذهب بالذهب ، والفضة بالفضة، إلا عينا بعين، وزناً بوزن، وكذلك في سائر الأجناس الربوية إذا بيعت بجنسها، ومعلوم أنه إذا وجد خلط أو شيء مضاف إلى الجنس الربوي يحول دون ما نهى عنه النبي ﷺ من المساواة³، فيجب إزالة الخلط لتحقيق المساواة ، فإن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب⁴.

¹ ابن عبد البر، التمهيد،/72.

² رواه مسلم في كتاب المساقات ، باب بيع الصرف وبيع الذهب بالورق نقداً، رقم (1588)، 1212/3 .

³ ابن حزم، المحلى، 490/8.

⁴ الكلؤذاني ،حفوظ بن أحمد بن الحسن أبو الخطاب الكلؤذاني الحنبلي، التمهيد في أصول الفقه، تح مفيد محمد أبو عمشة، (الجزء 1 -

الثالث : الحديث الذي روي عن فضالة بن عبيد رضي الله عنه قال : اشترت يوم خيبر قلادة باثني عشر دينارا ، فيها ذهب وخرز ففصلتها، فوجدت فيها أكثر من اثني عشر دينارا، فذكرت ذلك للنبي صلى الله عليه وسلم، فقال: «لاتباع حتى تفصل»¹.

وجه الدلالة:

أن النبي صلى الله عليه وسلم في هذا الحديث نهي عن بيع القلادة من الذهب بالدنانير حتى يفصل ما فيها من خرز، وهذا ما يدل على تحريم بيع الربوي بجنسه ومعه أو معهما من غير جنسة².

المناقشة:

نوقش هذا الدليل من وجهين:

● الوجه الأول : أن الحديث مضطرب في سنده ومتمنه³، وقد ورد بروايات مختلفة في بعضها.

فأما سنده فقد روى مرفوعا إلى النبي صلى الله عليه وسلم، وموقوفا على فضالة، أما متمنه ففي بعض الروايات أنه اشترى القلادة «بتسعة دنانير أو بسبعة دنانير»⁴، وفي بعضها: «باثني عشر دينارا»⁵، وفي بعضها «فيها ذهب وورق وجوهر»⁶، وفي بعضها

(2) ومُجَّد بن علي بن إبراهيم (الجزء 3 - 4)، مركز البحث العلمي وإحياء التراث الإسلامي جامعة أم القرى، الطبعة الأولى، 1406 هـ 1985 م، 322/1.

¹ رواه مسلم في كتاب المساقات، باب بيع القلادة فيها خرز وذهب، (1591)، (1213/3).

² انظر: المارودي، الحاوي الكبير، 5/114.

³ انظر: احمد بن محمد بن سلمة، شرح معاني الآثار، 4/73.

⁴ رواه أبو داود في كتاب البيوع والتجارات، باب في حلية السف تباع بالدرهم، رقم(3351)، (647/3)، من حديث فضالة بن عبيد رضي الله عنه.

⁵ رواه مسلم في كتاب المساقاة، باب بيع القلادة فيها خرز وذهب، رقم(90/1591)، (1213/3)، من حديث فضالة بن عبيد رضي الله عنه.

الله عنه.

⁶ رواه مسلم في كتاب المساقاة، باب بيع القلادة فيها خرز وذهب، رقم(92/1591)، (1213/3)، من حديث فضالة بن عبيد رضي الله عنه.

عنه.

«فيها ذهب وخرز»¹.

• الوجه الثاني: أن النبي ﷺ إنما نهي عن بيع القلادة التي فيها ذهب وخرز؛ لأن ذهب القلادة أكثر من الثمن، فلا يدل ذلك على منع ما لو كان الذهب أكثر من الذي معه غيره.

الإجابة :

وأجيب على هذا بما يلي:

- 1- بالنسبة للاضطراب، فأجاب عنها الحافظ ابن حجر، فقال: "هذا الإختلاف لا يوجب ضعفاً، بل مقصود الاستدلال محفوظ لا إختلاف فيه، وهو النهي عن بيع ما لم يفصل، أما جنسها وقدر ثمنها، فلا يتعلق به في هذه الحالة ما يوجب الحكم بالاضطراب، وعندها يجب الترجيح بين روايتها، وإن كان الجميع ثقات، فيحكم بصحة رواية أحفظهم وأضبطهم، وتكون رواية الباقيين بالنسبة إليه شاذة"².
 - 2- أما في حديثهم: إن النهي محمول على غير ما إذا كان الذهب المفرد أكثر من الذي معه شيء فجوابه أن "النبي ﷺ أعطى الجواب من غير سؤال فدل على استواء الحالين"³.
- ويشهد لهذا أن فضالة رضي الله عنه وهو صاحب القصة، وقد حمل نهي النبي ﷺ على العموم، فأجاب من سأله عن شراء قلادة فيها ذهب، وورق، وجواهر، فقال: انزع ذهبها فاجعله في كفة، واجعل ذهبك في كفة، ثم لا تأخذه إلا مثلاً بمثل، فإني سمعت رسول الله ﷺ يقول: « من كان يؤمن بالله واليوم الآخر، فلا يأخذن إلا مثلاً بمثل»⁴.

¹ رواه مسلم في كتاب المساقاة، باب بيع القلادة فيها خرز وذهب، رقم (90/1591)، (1213/3)، من حديث فضالة بن عبيد رضي الله عنه.

² أنظر: النووي، تكملة السبكي للمجموع، 313/10.

³ أنظر: أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي البصري، الحاوي الكبير، تح شيخ علي محمد معوض الشيخ عادل أحمد بن عبد الموجود، دار الكتب، العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1414هـ، 1994م، الجزء 05، ص 113.

⁴ رواه مسلم، في كتاب المساقاة، القلادة فيها خرز وذهب، رقم 1591، 1214/3.

ويرد عن ذلك أيضا: أن النهي يشمل بذلك غير صورة الحديث مما يكون فيه المفرد مساويا أو أقل من الذي معه غيره. ومنه يمكن القول إن العبرة بعموم اللفظ لا بخصوص السبب

ثانيا: من العقل.

المسألة الأولى: أن العقد إذا جمع شيئين غير متساويين في القيمة، فإن الثمن يكون مقسما على قيمتهما لا على أعدادها، وهذا يؤدي إلى أحد أمرين: إما إلى العلم بالتفاضل، أو إلى الجهل بالتماثل، وكلا الأمرين مفسد للعقد، لأنه مظنة الربا، مثال ذلك لو باع درهما ومدا، والمد يساوي درهمين، باعهما بمدين، يساويان ثلاثة دراهم، كان الدرهم في مقابلة ثلثي مد، ثم يبقى مد في مقابلة مد وثلث، وهذا ربا؛ ولا يجوز، لأنه قد علم التفاضل.

وإذا وجب التساوي بأن باع درهما ومدا، والمد يساوي درهما، باعهما بدرهم ومد، يساوي درهما لم يجز أيضا؛ لأن التقويم ظن وتخمين، لا تتحقق معه المساواة¹، والقاعدة أن الجهل بالتساوي كالعلم بالتفاضل²؛ فإن الشارع قد أكد مراعاة التساوي واشترطه، حتى قال النبي ﷺ: «مثلا بمثل، وزنا بوزن، ولا تشفوا³ بعضها عن بعض»⁴.

¹ ينظر: المرادوي، الحاوي الكبير (114/5-115)؛ إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن مفلح الحنبلي أبو إسحاق، المبدع، دار النشر المكتب الإسلامي، د. ط. بيروت، لبنان، د. ت. (144/4).

² انظر: الكساني، علاء الدين أبي بكر بن مسعود الكاساني، بدائع الصنائع، (193/5-194).

³ لا تشفوا: أي لا تفضلوا.

انظر: مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد بن محمد بن عبد الكريم الشيباني الجزري ابن الأثير، النهاية في الغريب الحديث والأثر، تح: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي، المكتبة العلمية - د. ط. بيروت، 1399 هـ - 1979 م مادة (شفف)، (486/2).

⁴ رواه البخاري في كتاب البيوع، باب بيع الفضة، رقم (2177)، (108/2)، من حديث أبي سعيد رضي الله عنه.

المناقشة:

بأنه إذا كان المنقسم هو قيمة الثمن على قيمة المئتمن لا أجزاء أحدهما على قيمة الآخر، ومنه فالمفاضلة التي ذكرها غير موجودة¹.

الإجابة:

الأول: أجيب عنه بالمنع؛ لأنه لو ظهر أحد العوضين مستحقاً أو زُد بعيب أو غيره، فلا بد من معرفة ما يقابل الدرهم أو المد من الجملة الأخرى².

الثاني: أن مد عجوة ودرهم بدرهمين مباحة وذلك ذريعة إلى الوقوع في الربا المحرم، فيمنع ذلك سدا للذريعة التي توصل إلى الربا الصريح³.

أدلة القول الثاني: يجوز إن كان مع الربويين تابعا، والفرض أكثر من الذي معه غيره.

استدلوا بدليل من السنة وتعليل:

أولا: السنة.

فَعَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنِ أَبِيهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ «مَنْ ابْتَاعَ عَبْدًا، وَلَهُ مَالٌ، فَمَالُهُ لِلَّذِي بَاعَهُ إِلَّا أَنْ يَشْتَرِطَ الْمُبْتَاعُ»⁴.

¹ الزيلعي، تبين الحقائق، (4/138-139).

² انظر: المارودي، الحاوي الكبير، 5/115.

³ أنظر: زين الدين عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي، قواعد ابن رجب، تح أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، دارين عفان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 1419هـ، ص249.

⁴ رواه البخاري في كتاب الشركة والمساقاة، باب الرجل يكون له ممرأو شرب في حائط أو في نخل، رقم(2379)، (2/169-170) ومسلم في كتاب البيوع باب من باع نخلا وعليها تمر، رقم(1543)، (3/1143). من حديث عبد الله بن عمر، رضي الله عنهما.

وجه الدلالة:

أن النبي ﷺ في هذا الحديث قد أجاز بيع العبد بمال من ماله إن اشترطه المبتاع فهو له نقداً كان أو ديناً أو عرضاً يعلم أو لا يعلموا إن كان للعبد من المال أكثر مما اشتري به كان ثمنه نقداً أو ديناً أو عرضاً، فيدخل في البيع.. ولو كان المال الذي معه مما يجري فيه الربا مع الثمن فإنه جائز؛ لأنه تابع غير مقصود لذاته، والتابع لا حكم له؛ لأنه في حكم المتبوع.

فدل ذلك على جواز بيع الربوي بجنسه ومعه من غير جنسه، إذا كان ذلك الغير تابعا¹.

ونوقش هذا: بأن الاستدلال ببيع الربوي في مسألة "مد عجوة" مقصود بالعقد، أما هذا الحديث، فلو فرضنا أن مال الذي مع العبد المبيع ربوي من جنس الثمن، فهو تابع غير مقصود بالأصالة، فلا يتم الاستدلال به².

ومما يوضح ويؤكد هذا المعنى أن الذين استدلووا بهذا الحديث على جواز مسألة مد عجوة اشترطوا أن يكون المفرد أكثر من الذي معه غيره، والقول بجواز بيع العبد الذي له مال لا يلتزم بذلك.

الثاني: أن العقد إذا أمكن حمله على الصحة لم يجز حمله على الفساد؛ لأن الأصل حمل العقود على الصحة³.

المناقشة :

إن الأصل الذي ذكره الحنفية وغيرهم : بأنه لا يتساوى مع "من باع سلعة إلى أجل ثم اشتراها نقداً بأقل من الثمن الأول، فإنه لا يجوز عندهم مع إمكان حمله على الصحة، وهما عقدان يجوز كل واحد منهما على الأفراد، فجعلوا العقد الواحد هنا عقدين⁴؛

¹ انظر: ابن تيمية، مجموع الفتاوى، (465/29).

² أنظر: زين الدين عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي، قواعد ابن رجب، ص250.

³ أنظر: نفس المصدر السابق، ص251.

⁴ أنظر: المارودي، الحاوي الكبير، 113/5.

ليحملوه على الصحة، فكان هذا إفسادا لقولهم"¹.

أدلة القول الثالث: يجوز مطلقا.

استدل أصحاب هذا القول بالدليل الثاني من أدلة أصحاب القول الثاني، وأن الأصل في المعاملات الحل.

الترجيح:

والذي يرجح والله أعلم ، هو القول الأول، الذي يقتضي المنع وعدم الجواز، لقوة أدلتهم وسلامتها من المناقشة والردود، ولما فيه أيضا من التوضيح والتفصيل لعملية البيع والشراء، وهو قول وسط بين أقول الفقهاء ويجمع بينهم، بعكس أدلة الآخرين التي لم تسلم من المناقشات والردود بسبب ضعفها.

المسألة الثانية: أن هذه الهدية النقدية هبة ممنوحة لكل مشتر

الغاية منها تعريف الناس بأعمال المنتجين، وإنقاص ثمن المنتج والحسم منه، ومثال هذا أنه لو كان ثمن المنتج مئة دينار ، وكان في المنتج هدية نقدية قدرها عشرون دينار،

فحقيقة الأمر أن المستهلك قد حصل على تخفيض في ثمن السلعة بقدر الهدية النقدية، ونجد أن بعض الفقهاء قد ذكروا أن هبة البائع حط من الثمن وتخفيض قال في "مطالب أولي النهى" وهبة بائع لو كيل اشترى منه كنقص من الثمن، فتلتحق بالعقد لأنه موكله، وهو المشتري"².

¹ نفس المصدر السابق، 5/115.

² ظفر أحمد العثماني التهانوي، إعلاء السنن، إدارة القرآن والعلوم الإسلامية، الطبعة الأولى، باكستان، 1717م، الجزء 14، ص 279-

حكمها:

- 1- جواز هذا النوع من الهدايا النقدية، لأنها من باب المعاملات والأصل في المعاملات الإباحة، ولا يوجد دليل يثبت الحرمة أو المنع.
- 2- يجب معرفة قيمة و حجم الهدية النقدية، لكي لانقع في عدم العلم بالثمن .
- 3- ثمن السلعة هو باقي حسم ما في السلعة من نقود.
- 4- إذا أراد المستهلك أن يفسخ العقد أرجع للمُنتج مابقى من الثمن بعد التخفيض.

مناقشة:

نوقش هذا أن المنتج والمستهلك لا يتعاملان مع هذه الهدية النقدية على أنها حسم من السعر، بل تبقى هبة لا يدخلونها في السعر، ونجد المنتج والمستهلك يتكلمان عن السعر الذي اتفقا عليه فقط، دون إدخال لهذه الهدية النقدية كأنها لا توجد أصلا.

الترجيح:

الراجح والله أعلم، أن تخريج الهدايا النقدية على مسألة مد عجوة ودرهم، أقرب للصواب، ومنه فإنه لا يجوز هذا النوع من الهدايا النقدية ؛ وذلك لاشتماله على الربا.

ونجد أن التسويقيين يبررون المقصود من هذه الهدايا النقدية الترويجية الإنقاص والحسم، فيمكن الجواب عنه أنه حتى وإن كان هذا المقصود سليما ومنطقيا، فإن وسيلته محرمة وممنوعة وموقعة في الربا.

الصورة الثانية: وضع هدايا نقدية في بعض أفراد المنتج الواحد.

وذلك بأن تعلن المؤسسات التجارية أو التاجر، بوضع هدايا نقدية في بعض أفراد المنتج أو السلع دون بعض، وذلك تحفيزا للمستهلكين على شراء المنتج وجذبهم إليها.

وهذا النوع من الهدايا يعد هبة ممنوحة محضة .

حكمها:

عدم جواز هذا النوع من الهدايا التخفيزية لما يلي:

أولاً: لاشتمالها على الميسر والغرر، اللذان حرهما الله ورسوله وحذرمنه، لأن المستهلك قد يشتري المنتج فيحصل على هدية فيحصل الربح، وقد لا يحصل فيخسر.

مناقشة:

أن هذه النوع لا يعد من الميسر والغرر لأن المستهلك قد يكون راجحاً بكسب الهدية مع المنتج، أو أيكون سالماً بتحصيل المنتج الذي اشتراه.

الإجابة:

لا يمكن القول بأن هذه الهدايا النقدية ليست ميسراً وغرراً، لأن أغلب من يقصد هذه المنتجات غرضه الأكبر منها الهدايا النقدية التي تحتويها، والتي لا تقل أهمية بالنسبة له من أهمية المنتج، فالمستهلك يكون خاسراً لفوات الهدية، حتى وإن كان المستهلك قد حصل على بعض مقصوده.

ومنه حتى وإن أمكن القول أن هذا النوع ليس من الميسر، فهي لا تخلو من ثلاثة أمور:

1- مماثلة الميسر: لأن هذه النوع من الهدايا النقدية كثير الشبه بالمسير وقد نقل عن الإمام أحمد في بيع المراجعة¹: إذا قال البائع رأس مالي فيه مئة بعتهك بها على أن اربح في كل عشرة درهما، أن

¹ بيع المراجعة: من الربح، وهو أن يبيعه الشيء بثمنه المعلوم وبيع معلوم.

[أنظر: ابن المبرد، جمال الدين أبي المحاسن يوسف بن حسن بن عبدالهادي الحنبلي الدمشقي الصالحي، الدر النقي، دار المجتمع للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مكة المكرمة، 1411هـ، 1991م، الجزء 2، ص 210. علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني، التعريفات للجرجاني، تح: ضبطه وصححه جماعة من العلماء، دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، بيروت - لبنان، 1403هـ - 1983م، ص 210. قاسم القنوني، أنيس الفقهاء للقنوني، تح أحمد بن عبد الرزاق الكبيسي، درا الوفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، السعودية، جدة، 1406هـ، 1986م، ص 211]

ذلك لا يصح، قال: " كأنه دراهم بدراهم"¹، فمنع من ذلك في قول؛ لكونه يشبه الربا².

2- أن جواز هذا النوع من الهدايا النقدية يكون ذريعة للوقوع في الميسر إذ أن غالب من يشتري هذا النوع من السلع ،

إنما يقصد منه تحصيل الهدايا النقدية في الدرجة الأولى ، ومعلوم أن من القواعد الأصولية في الشريعة سد الذرائع ، فلو لم يكن في سد ذريعة الميسر لكان كافيا.

3- إن هذا النوع يماثل بيع الغرر، فالمشتري لا يعلم ما الذي سيتم عليه العقد؟ هل هو السلعة والهدية النقدية معا، أو السلعة فقط؟ وهذا نظير بيع الحصاة وبيع الملامسة، وبيع المنابذة، فإن جميعها لا يدري ما الذي يحصله المشتري، وهذا أخطر لأن الحصول على هذا النوع من الهدايا النقدية يعتمد على الحظ والاحتمال، فكلما اشترى من أفراد هذه السلعة أكثر إزدادت فرصته في الحصول على الهدايا النقدية.

ثانيا: أن هذا النوع من الهدايا النقدية يجعل كثيرا من الناس يشترون ما لا حاجة لهم فيه، رجاء أن يحصلوا على هذه الهدية النقدية، ولا شك في أن هذا لا يجوز، لإشتماله على التغيرير بالناس؛ وإتباع خطوات الشيطان من الإسراف والتذبير المحرمين، وما إضاعة المال المنهي عن إضاعته ، كما أن دخل التاجر سيزداد بجمع أموال الناس بالتغيرير بهم وتطميعهم بالحصول على هذه الهدايا.

¹ أنظر: المرادوي، الإنصاف، 4/438.

² نفس الصدر السابق.

المطلب الثالث: حكم هدايا السلع والخدمات (المنفعة).

الفرع الأول: حكم هدايا السلع .

لهذا النوع من الهدايا صورتان كمايلي:

الصورة الأولى: هدية لكل مشتر.

وهي بأن يقوم صاحب المؤسسة أو المحل بوضع إعلان أن لكل مشتري أو متعامل يتشري سلعة معينة تكون له هدية مجانية.

حكم هدية لكل مشتر:

وهذا النوع من الهدايا الترويجية له عدت احتمالات:

❖ قد يكون هذا النوع من الهدايا وعدا بالهبة، أما الثمن المبذول هو عوض عن السلعة ولا يدخل في الهبة، لأن الهدية لا تدخل في الثمن. والغاية منها التحفيز والترغيب على الشراء.

قال ابن قدامة: "ولا يصح تعليق الهبة بشرط؛ لأنها تمليك لمعين في الحياة، فلم يجز تعليقها على شرط كالبيع، فإن علقها على شرط، كقول النبي ﷺ «إن رجعت هديتنا إلى النجاشي فهي لك»¹ كان وعدا"²

ويترتب على هذا الحديث :

بناء على هذا الحديث يكون حكم الهدايا الترويجية في هذه الحالة جائزا، لأن أصل المعاملات الحل، و يستحب قبول هذه الهدايا الترويجية، لعموم الأدلة الحاتة على قبول الهدية. وأنه لا يمكن للواهب الرجوع عن هديته بعد قبض المشتري، حتى لو فسخ العقد، وذلك لعموم النهي عن الرجوع في الهبة. ويجب إعطاء

¹ رواه أحمد (404/6) بلفظ: "فإن ردت عليّ فهي لك"، أما اللفظ الذي ذكره المؤلف فلم أجده فيما اطلعت عليه من كتب السنة، والحديث من رواية أم كلثوم بنت أبي سلمة، وفيه وعد النبي ﷺ - أم سلمة - ﷺ - بهذا الوعد. قال الحافظ ابن حجر في فتح الباري (222/5) بعد ذكر الحديث: "إسناده صحيح."

² عبد الله بن قدامة، المغني، 256/2.

المشتري الهدية، بناء على رأي الفقهاء القائلين بوجوب الوفاء بالوعد¹. حتى ولو كانت الهدية مجهولة لا يضر ولا يخل بعقود التبرعات لأنه يغتفر فيها مالا يغتفر في عقود المعاوضات. وهذا مذهب المالكية²،

وشيخ الإسلام ابن تيمية³، وبعض الحنفية⁴ وهو الراجح في مسألة حكم الوفاء بالعقد⁵.

❖ أن هذه الهدية الترويجية جزء من المبيع، فالثمن المبذول يكون عوضاً عن السلعة والهدية معا، ومنه فالمستهلك بذل الثمن على السلعة والهدية معا، فالعقد هنا وقع عليهما معا بثمن واحد⁶.

قال: المالكية في تهذيب الفروق "الهبة المقارنة للبيع إنما هي مجرد تسمية، فإذا قال شخص لآخر أشتري منك دارك بمائة على أن تهبني ثوبك ففعل، فالدار والثوب مبيعان معا بمائة"⁷.

وبناء على هذا فإنه يجوز التعامل بهذا النوع من الهدايا الترويجية، بذلاً وقبولاً، لأنه يبيع.

قال تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾ [البقرة: 275].

¹ خالد بن عبدالله المصلح، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، 89-101.

² أنظر: ابن رشد، البيان والتحصيل (18/8)، ابو الوليد سليمان بن خلف بن سعد بن أيوب بن وارث التجيبي القرطبي الباجي الأندلسي، المنتقى شرح الموطأ، مطبعة السعادة الطبعة الأولى، بجوار محافظة مصر 1332 هـ (227/4). القراني، الفروق للقراني (20، 25) تنبيه: انقسم المالكية إلى فريقين في هذا القول. الأول: أن الوفاء بالوعد لا يجب إلا إذا كان الوعد قد أتم على سبب، ودخل الموعد له بسبب الوعد في شيء، وهذا هو المشهور عندهم. الثاني: أن الوعد يكون لازماً، ولو لم يدخل الموعد له في شيء، بل يكفي كون الوعد على سبب.

³ ابن تيمية، الاختيارات الفقهية، ص331.

⁴ بدر الدين أبو محمد محمود بن أحمد العيني، عمدة القاري شرح البخاري، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت- لبنان، 1421هـ، 2001م، 12/12.

⁵ عماد علي التميمي، عادل حرب اللصاصة، الهدايا الترويجية التجارية تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية، ص874.

⁶ أنظر: عماد علي التميمي، عادل حرب اللصاصة، الهدايا الترويجية التجارية تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية، ص874.

⁷ القراني، الفروق أو أنوار البروق في أنواء الفروق، 3/173.

ويترتب على هذا القول:

- 1- يشترط في هذه الهدية، كل شروط البيع، وأنه لا يجوز أن تكون مجهولة. بل يجب أن تكون معلومة بصفة أو برؤية.
 - 2- يثبت في هذه الهدية جميع أنواع الخيار التي تثبت في عقد البيع.
 - 3- يجب على البائع تسليم الهدية مع السلعة، لأنها جزء من المبيع المعقود عليه.
 - 4- للبائع الحق في الرجوع بالهدية مع السلعة، إذا انفسخ العقد لأنها جزء من المبيع المعقود عليه.
- ❖ أن هذه الهدية الترويحية من الهدايا المحرمة التي يتذرع بها إلى أكل أموال الناس بالباطل والإضرار بالتجار الآخرين.

ويترتب على هذا :

تحريم هذا النوع من الهدايا بذلا وقبولا، وذلك لأن فيها احتيالا وتمويهها و تغريبا بالناس لأكل أموالهم بالباطل. وأن هذا الأسلوب من المعاولات يدخل تحت بيع وشرط وقد نهى النبي عن مثل هذا النوع من البيع قال ﷺ « لا يحل سلف وبيع ولا شرطان في بيع، ولا ربح ما لم يضمن، ولا بيع ما ليس عندك»¹.
 وأن طريقة ترويج المنتجات بالهدايا يجعل الناس يقبلون على شرائها وهم ليسوا بحاجة لها، وهذا ما يوقع الناس في الإسراف. وأن هذه الهدايا فيها إضرار كبير بالتجار الذين لم يستعملوها قال ﷺ « لا ضرر ولا ضرار»².

¹ ابن حبان الصحيح كتاب باب الكتابة ذكر الأخبار عن كيفية الكتابة للمكاتب حديث رقم 4321، 10 ص 161، الترمذي في سننه، باب "ما جاء في كراهية بيع ما ليس عندك" قال فيه ابو عيسى حديث حسن صحيح، رقم 1234، 3/535.

² ابن عبد البر في التمهيد (175/20): "إن هذا الحديث لا يستند من وجه صحيح"، وقال عنه البوصيري في مصباح الزجاجية (222/2): "هذا إسناد فيه جابر وقد أتهم"، وقال ابن رجب بعد ذكر هذا الطريق في جامع العلوم (209/2): "وجابر الجعفي ضعفه الأكترون". وعلى كل حال فللهديث طرق كثيرة قد استوعبها الزيلعي في نصب الراية (384/4 - 386)، والألباني في إرواء الغليل (408/3 - 414). ومع تعدد هذه الطرق فقد قال عنه ابن حزم في المحلى (241/8): "هذا خبر لم يصح قط". وقال عنه ابن عبد البر

الترجيح:

مما سبق يتبين أن الرأي الأقرب للصواب، والله أعلم، هو أن هذه الهدايا الترويجية وعد بالهبة مطلقاً، وأنها جائزة، لأن الأصل في المعاملات الحل.

الصورة الثانية: هدية معلقة بشرط.

وهذه الصورة فيها نوعان من الهدايا هما كما يلي:

النوع الأول: هدية يشترط لتحصيلها بلوغ حد معين من السلع، أو بلوغ ثمن معين.

وذلك بأنه إذا اشترى المستهلك عدداً محدداً من سلعة معينة، فله هدية مجانية، كما أنه نجد بعض المنتجين والبائعين، يقولون: من اشترى بمبلغ كذا فله هدية مجانية.

النوع الثاني: هدية يشترط لتحصيلها جمع أجزاء متفرقة في أفراد سلعة معينة.

هو ما نجده في بعض المؤسسات والمحلات التجارية، كأن يقوموا بوضع ملصقات مفرقة على بعض أفراد سلعة معينة، وأغلب ما تكون هذه الأجزاء بشكل معين، مثال ذلك: ماتقوم به بعض المؤسسات التجارية، بمنح من يبلغ حداً معيناً من الشراء بطاقة فيها جزء من جهاز، على أنه إذا اشترى مرة ثانية وبلغ ذلك الحد فإنه بمنح بطاقة أخرى، وهكذا حتى يكمل جمع أجزاء الجهاز. فإن اكتمل الجزءان وكونا صورة الجهاز، أعطي ذلك الجهاز كهدية لصاحب البطاقة.

في التمهيد بعد كلامه على بعض طرقه: ((وأما معنى هذا الحديث فصحيح في الأصول))، وقد حسنه النووي في الأربعين وابن رجب في شرحها (210/2)، ونقل عن أحمد وابن صلاح وأبي داود قبوله. وقال عنه المناوي في فيض القدير (432/6): ((وله طرق يقوي بعضها بعضاً، وقال العلائي: للحديث شواهد ينتهي مجموعها إلى درجة الصحة والحسن المحتج به))،

أو تكون الهدية لمن يجمع ملصق متعلق بالمنتج، مثال ذلك: ماتقوم به بعض منتجين القهوة المعلبة، من جمع الملصقات الموجودة داخل أو خارج العلبة، أو غيرها من الأشكال وذلك للحصول على الهدية¹ من المؤسسات التجارية المصنعة.

حكم الهدية المعلقة بشرط.

1-هدية يشترط لتحصيلها بلوغ حد معين من السلع، أو بلوغ ثمن معين.

هناك من العلماء من أجاز هذا النوع من الهدايا ومنهم من منعها وما يفصل الحكم في هذه الصورة هو الالتزام بالضوابط من ثبات السعر وعدم زيادته بسبب الهدية ولأن يكون سبب الشراء السلعة لا الهدية، فإذا توفرت هذه الشروط فلا وجود لمانع في التعامل بهذه الهدية بدلا وقبولا لأنها هبة مطلقا. ومن العلماء من أجاز هذا النوع من الهدايا الترويجية الشيخ محمد بن عثيمين²، ففي جواب له عن حكم هذا النوع من الهدايا الترويجية قال إذا كانت السلعة التي يبيعها هذا التاجر الذي جعل الجائزة لمن تجاوز قيمة مشترياته كذا، وكذا إذا كانت السلع تباع بقيمة المثل في الأسواق، فإن هذا لا بأس به³.

حكم الهدية التي يشترط لتحصيلها جمع أجزاء مفرقة في أفراد سلعة معينة.

عدم الجواز لتوفرها على الأسباب التالية:

هذه الهدايا الترويجية تجعل الناس يتهافتون لشراء مالا حاجة لهم فيه من ذلك المنتج طمعا في تكميل جمع الأجزاء المتفرقة، وهذا عين التبذير والإسراف، وقد نهي عن ذلك الله تعالى في قوله:

﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأنعام: 141].

وأن هذا النوع من الهدايا يوقع في القمار والميسر وذلك أن المستهلك عندما يشتري هذا المنتج يبذل وينفق مالا لجمع الأجزاء المتفرقة ثم بعد الحصول عليها قد يكون رابحا للهدية وقد يكون خاسرا لها. وقد أفتى

¹ سعيد وجيه سعيد منصور، احكام الهدية ، في الفقه الإسلامي، ص138.

² الشيخ محمد بن صالح العثيمين، مجموع فتاوى ورسائل فضيلة الشيخ محمد بن صالح العثيمين ، جمع وترتيب فهد بالناصر ، بن ابراهيم بن ناصر، ج28، دار الفرایا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 2009م، 265.

³ عماد علي التميمي، عادل حرب للصاصة، الهدايا الترويجية التجارية تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية، ص876.

الشيخ بن صالح العثيمين رحمه الله تعالى بتحريم هذا النوع من الهدايا الترويجية¹.

الفرع الثاني: حكم هدايا الخدمات (منفعة).

وهذه الخدمات لا تخلو من حالتين هما:

الحالة الأولى: أن يكون المشتري موعوداً بالمنفعة (الخدمة) قبل العقد.

مثل ما تقوم به محطات وقود السيارات، أو تغيير الزيت، أو غسيل السيارات، من أنه من جمع عدداً محدداً من البطاقات التي تثبت أنه تعامل معها، فله غسلة مجانية، وغيرها من الخدمات.

ومما يدخل أيضاً في هذه الحالة، ما تقوم به بعض المؤسسات التجارية و أصحاب السلع، أنه من استفاد من خدمة أو اشترى منتجاً، يحصل على تذكرة سفر مجانية لبلد معين، هدية من المؤسسة التجارية.

حكم الوعد بالخدمة (المنفعة) قبل العقد

أنواع الهدايا الترويجية في هذه الحالة مايلي:

❖ أن هذه الهدايا الترويجية في هذه الحال وعد بجهة الخدمة.

❖ أن هدية الخدمة معقود عليها، فإن كان المقصود بالعقد المنتج فإنه يكون قد جمع بين بيع وإجارة،

وهذا جائز، كما هو عند مذهب المالكية²، والأظهر عند الشافعية³،

ومذهب الحنابلة⁴.

¹ الشيخ محمد بن صالح العثيمين، مجموع فتاوى ورسائل فضيلة الشيخ محمد بن صالح العثيمين، 265.

² أنظر: بالحطاب الرعيني، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي المالكي، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، دار الفكر الطبعة الثالثة، بيروت لبنان، 1412هـ - 1992م، الجزء 04، ص314.

³ شهاب الدين أحمد بن أحمد بن سلامة القليوبي، بعميرة، شهاب الدين أحمد البرلسي، حاشيتنا القليوبي وعميرة، شرح المحلى على منهاج الطالبين، شركة ومطبعة مصيطفى البابي الحلبي وأولاده، الطبعة الثالثة، مصر، 1375هـ، 1956م، الجزء 02، ص188.

⁴ أنظر: الحجاوي، موسى بن أحمد بن موسى بن سالم بن عيسى بن سالم الحجاوي المقدسي، ثم الصالح، شرف الدين، أبو

وإن كان المقصود بالعقد أصلا الخدمة ، فإن هذه الهدية زيادة في المعقود عليه.

❖ أن الهدية المنفعة إنما هي من هبة الثواب

❖ أن هدية الخدمة من الهدايا غير الجائزة التي يتذرع بها إلى أكل أموال الناس بالباطل، والإضرار

بالتجار الآخرين.

والراجع من هذه الأحوال:

هو أن هذه الهدايا الترويجية الخدمائية ماهي إلا وعد بهبة الخدمة.

وقد أفتى بجواز هذه الصورة من الهدايا الترويجية اللجنة الدائمة العلمية والإفتاء في المملكة العربية السعودية؛

وذلك في جوابها على السؤال الآتي:

"لدى محطة محروقات وعملت كروتا توزع على المواطنين أي: بمعنى أنه عندما يكمل السائق ألف لتر يحق له غسيل سيارته مجانا، وأرفق لكم صورة من هذا الكرت، فهل يجوز لنا الاستمرار فيه وتوزيعه أو نتوقف عنه نهائيا؟ علما بأننا الآن أوقفنا التوزيع"¹.

كما أفتى بالجواز أيضا الشيخ محمد الصالح العثيمين ففي جواب له على السؤال التالي "يوجد لدينا بنشر ومغسلة طبعنا كروتا كتب عليها اجمع أربعة كروت من غيار الزيت وغسيل، واحصل على غسلة لسيارتك مجانا،

هل في عملنا هذا شيء محذور؟، ولعلكم تضعون قاعدة في مسألة المسابقات وغيرها؟"، قال أثابه الله: أقول ليس في هذا محذور مادامت القيمة لم تزد من أجل الجائزة، والقاعدة هي: أن العقد إذا كان الإنسان فيه

النجاء، الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، تح. بد اللطيف محمد موسى السبكي، دار المعرفة، دط، بيروت، دت، الجزء 02، ص 73-

74.

¹ ياسر بن طه كراويه، المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي، ص 98.

سالماً أو غانماً فهذا لا بأس به، أما

إذا كان غارماً أو غانماً فإن هذا لا يجوز. هذه القاعدة¹.

الحالة الثانية: ألا يكون المشتري موعوداً بالمنفعة قبل العقد .

لهذه الحالة أمثلة كثيرة منها: ماتقدمه بعض المؤسسات التجارية وأصحاب السلع، في غالب الأحيان من إعطاء المتعاملين خدمات و سلع زائدة جزاء تعاملهم أو شرائهم للمنتج دون وعد سابق على العقد ، وذلك من أجل تحفيزهم وإكرامهم وضمان إستمرار التعامل معهم .

-وتكون هذه الهدية هبة محضة للخدمة ، جزاء على التعامل وتحفيزاً عليه.

حكم الخدمة (المنفعة) غير الموعود بها قبل العقد

جواز هذا النوع من الهدايا الترويجية، تطبيق الأصل الإباحة في المعاملات.

وليس للبائع الرجوع بأجرة الخدمة إذا انفسخ العقد؛ لعموم قوله ﷺ «العائد في هبته كالكلب يقيء ثم يعود في قيئه»²

¹ الجوائز الترويجية في ميزان الشريعة صورها وأحكامها 02، ص 04.

² رواه البخاري في كتاب الهبة - باب هبة الرجل لامرأته والمرأة لزوجها -، رقم (2589)، (234/2)، ومسلم في كتاب الهبات - باب تحريم الرجوع في الصدقة والهبة بعد القبض -، رقم (1622)، (1241/3)، من حديث عبد الله بن عباس - رضي الله عنهما - .

الخاتمة

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، المبعوث رحمة للعالمين وبعد: فهذه الدراسة قدمتها تحت عنوان الهدايا الترويجية التي تقدمها المؤسسات التجارية - دراسة فقهية- أختتمها بسرد نتائج البحث التي توصلت إليها في النقاط التالية:

➤ النتائج.

- ✓ أن الهدايا الترويجية عبارة عن مكافأة تمنح للمشتري نظير تعامله مع المؤسسة التجارية تشجيعاً له للإقبال على الشراء من منتجاتها والتواصل مع خدماتها.
- ✓ أن الهدايا التي تقدمها المؤسسات التجارية والمحلات للترويج لمنتجاتها وسلعها وزيادة مبيعاتها منها: قد تكون عينية، وقد تكون نقود وقد تكون سلعة او خدمة معينة.
- ✓ فإذا كانت الهدايا الترويجية عينية فإنها تكون عبارة عن نماذج انتاجية تم إعدادها بطريقة خاصة من أجل تعريف المتعاملين تعريفًا شاملاً بالمنتج أما إذا كانت هذه الهدايا الترويجية نقدية فيوجد فيها نوعان :

أولاً: في كل سلعة فتكون من نموذج "مد عجوة ودرهم بدرهمين".

ثانياً: أن تكون الهدية النقدية في بعض أفراد سلعة معينة

✓ وإذا كانت الهدايا الترويجية سلعة فإنها إما:

✓ أن تكون كمية إضافية من المنتج ذاته.

✓ أو تكون موعوداً بها قبل الشراء.

✓ أو لا تكون قد موعوداً بها قبل الشراء.

✓ أو يكون الحصول على الهدية مشروطا بعمل معين لا يحصل إلا من خلال شراء السلعة المباعة والمراد الترويج لها لزيادة مبيعاتها.

✓ وإذا كانت الهدايا الترويجية خدمة معينة، فإنها إما:

✓ أن تكون المؤسسة أو الشركة قد وعدت بها المشتري قبل الشراء للسلعة المراد الترويج لها، لتكون حافزا مرغبا له في الشراء، أو لا تكون قد وعدت بها المشتري قبل الشراء، بأن كانت تقدمها له من غير أي وعد سابق بها مكافأة له على الشراء، وتشجيعا له على استمرار التعامل مع هذه المؤسسة أو الشركة .

يختلف حكم الهدايا الترويجية على حسب كل نوع من أنواعها :1- فإذا كانت الهدايا الترويجية عينية يختلف الحكم فيها على حسب المقصود منها:

أ- إن كان المقصود منها التعريف بالسلعة وخصائصها فإنها تكون هبة جائزة يثبت لها ما يثبت للهبة من أحكام.

ب- أما إن كان المقصود منها أن تكون نموذجا لما يطلب في المنتجات من مواصفات فإنها تكون هبة جائزة يثبت لها ما يثبت للهبة من أحكام، إلا أنه يجب أن تكون مطابقة للواقع في بيان حقيقة السلعة، وقد اختلف أهل العلم في جواز اعتماد هذه العينات عند إجراء العقود، والراجح جواز ذلك .

2- فإذا كانت الهدايا الترويجية نقدية يكون الحكم على حسب أنواعها :

● إذا كانت الهدايا الترويجية النقدية في كل سلعة فتعد من مسألة "مد عجوة ودرهم ودرهمين"، فهي من الربا المحرم .

● وإذا كانت في بعض أفراد المنتج فهي غير جائزة لأنها نوع من الميسر وتحمل على شراء مالا حاجة إليه طمعا في تحصيل الهدية.

3- إذا كانت الهدايا الترويجية سلعة او خدمات فحكمها حسب الآتي :

أولا السلعة: وكان المشتري موعودا بها من قبل المؤسسات التجارية قبل الشراء للمنتج المطلوب شراؤها للحصول على الهدية الترويجية فقد اختلف فقهاء العصر في حكم هذا النوع من الهدايا الترويجية وكان خلافهم على أربعة اقول:

- القول الأول ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو هبة بشرط الثواب .
- والقول الثاني إن هذا النوع من الهدايا الترويجية هو وعد بالهبة .
- والقول الثالث ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو من الهدايا المحرمة .
- والقول الرابع ان هذه الهدايا الترويجية هي جزء من المبيع .

والأقرب إلى الصواب في حكم هذا النوع من الهدايا الترويجية هو أنها هبة مطلقة وذلك لأنها ليست هبة بشرط الثواب أي هبة مقابل عوض كما أنها ليست جزءا من المبيع . على أنه لا فرق بين الأقوال السابقة من حيث حكم هذه الهدايا وأنها جائزة، حيث تجيز جميع هذه الأقوال هذا النوع من الهدايا الترويجية. لأن الأصل في المعاملات الحل والإباحة ،عدا القول الثالث الذي يجرمها .

3- وإذا كانت الهدايا الترويجية سلعة، ولم يكن المشتري موعودا بها من قبل المؤسسات التجارية قبل الشراء للسلعة المطلوبة شراؤها للحصول على الهدية الترويجية :فقد اختلف فقهاء العصر على ثلاثة أقوال :

- القول الأول ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو هبة محضة.
- القول الثاني ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو زيادة في المبيع فتلحق بالعقد .
- القول الثالث أن هذا النوع من الهدايا الترويجية ماهو إلا حط من الثمن أو حسم منه .

والأقرب إلى الصواب في هذا النوع من الهدايا الترويجية هو القول الاول على أنها هبة محضنة، لان هذا هو أقرب لمقصود البائع والمشتري ، ومعلوم أن البائع يبذل في هذه الهدايا الترويجية ليرغب الناس في الشراء وتشجيعهم عليه، وأن المشتري يقبلها على أنها كذلك لاعلى انها جزء من المبيع أو أن لها أثرا في الثمن ، ولذلك نجد المشتري لا يحتاط فيها كما يفعل في السلعة المقصودة بالقعد .

- وإذا كانت الهدايا الترويجية الموعودة المعلن عنها من قبل المؤسسات التجارية سلعة ،ولكن لا يستحقها المتعامل ولا يستطيع الحصول عليها إلا بعد أن يقوم بعمل معين لا يحصل إلا من خلال شراء السلعة المباعة: حكمها ماهو إلا هبة أي أن البائع يقصد التشجيع على شراء كميات كبيرة من السلع من هذه المؤسسات التجارية.

4- أما إذا كانت الهدايا الترويجية خدمة وكان المشتري موعودا بها من قبل المؤسسة التجارية المروجة للسلعة المراد بيعها قبل العقد فقد اختلف فقهاء العصر على أربعة أقول :

- القول الأول ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو وعد بجهة المنفعة.
- والقول الثاني ان هذا النوع من الهدايا الترويجية ماهو إلا خدمة معقود عليها .
- القول الثالث ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو هبة الثواب .
- القول الرابع ان هذا النوع من الهدايا الترويجية هو من الهدايا المحرمة والأقرب للصواب في هذا النوع من الهدايا هو القول الأول القائل على أنها وعد بجهة المنفعة.ومنه فإن هذه الهدايا الترويجية الخدماتية جائزة بناء على الاقوال الثلاثة عدا القول الرابع القائل بأنها من الهدايا المحرمة التي يتذرع بها لأكل أموال الناس بالباطل .

5- وإذا كانت الهدايا الترويجية خدمة ،ولم يكن المشتري موعودا بها من قبل المؤسسات التجارية قبل الشراء للسلع المراد الترويج لها فالحكم الشرعي لهذا النوع من الهدايا الترويجية وهو عدم الوعد بالهدية

(أو الخدمة) للمشتري قبل العقد هو أنه هبة محضة. وهي جائزة بذلا وقبولا بناء على الأصل العام في المعاملات وهو الإباحة، كما أنه لا يجوز للواهب أي (البائع) الزيادة في سعر سلعة عن سعر السوق من أجل تعويض هذه الهدايا حتى لا يتحمل المشتري أي زيادة في ثمن السلعة من أجل الحصول على الهدية، فإن فعل الواهب كان ذلك غير جائز، لأنها لا تكون هبة محضة وكذلك لا يجوز للواهب الرجوع بأجرة الخدمة إذا انفسخ العقد بناء على ما ذهب إليه جمهور الفقهاء أصحاب الرأي الراجح في حكم الوفاء بالوعد من أنه لا يجوز للواهب الرجوع في هبته، إلا الوالد فيما يهبه لابنه.

"أسأل الله العظيم أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم، وأن يتقبله مني وينفعني به يوم لا ينفع مال ولا بنون إلا من أتى الله بقلب سليم، إن أصبت فما توفيقي إلا بالله وإن أخطأت فمن نفسي المقصرة و أسأله عز وجل أن يغفر لي ولمن استفاد من هذا البحث فائدة فدعا لي".

"وصلى الله وسلم وبارك على نبيه ورسوله مُحَمَّد وعلى آله وصحبه أجمعين".

الفهارس العامة

قائمة الفهارس

فهرس الآيات القرآنية

رقم الآية	رقم الصفحة	رقم الآية	رقم الصفحة	إسم سورة	الآية
09	35	09	35	النمل	﴿وَإِنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنَاظِرَةٌ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ﴾
15	08	15	08	آل عمران	﴿رَبَّنَا لَا تُرِغْ قُلُوبَنَا بَعْدَ إِذْ هَدَيْتَنَا وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً إِنَّكَ أَنْتَ الْوَهَّابُ﴾
19	60	19	60	التوبة	﴿إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ﴾
19	271	19	271	البقرة	﴿إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرْ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾
47	275	47	275	البقرة	﴿فَ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾
50	141	50	141	الأنعام	﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾

فهرس الأحاديث والأثر

الصفحة	طرف الحديث أو الأثر
13	من هدى زقاقا كان له مثل عتق رقبة
21	تهادوا تحابوا
22	لقد هممت أن لا تهب إلا من قرشي أو أنصاري أو ثقفى...
30	العائد في هبته كالكلب يقيئ ثم يعود في قيئه
34	أن معاوية <small>رضي الله عنه</small> ابتاع سيفاً محلي بالذهب بذهب، فقال أبو الدرداء <small>رضي الله عنه</small> : لا يصلح هذا، فإن رسول الله <small>صلى الله عليه وسلم</small> نهى عنه فقال: «الذهب بالذهب مثلاً. بمثل».....
36	الذهب بالذهب وزناً بوزن مثلاً بمثل فمن زاد أو إستزاد فهو ربا
38	الحديث الذي روي عن فضالة بن عبيد <small>رضي الله عنه</small> قال : اشتريت يوم خير فلادة باثني عشر ديناراً.....
39	من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فلا يأخذن إلا مثلاً بمثل
39	مثلاً بمثل وزناً بوزن ولا تشفوا بعضها عن بعض
40	فَعَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنِ أَبِيهِ <small>رضي الله عنه</small> قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ <small>صلى الله عليه وسلم</small> : يَقُولُ مَنْ إِبْتَاعَ عَبْدًا وَلَهُ مَالٌ فَمَالُهُ لِلَّذِي بَاعَهُ إِلَّا أَنْ يَشْتَرِطَ الْمُبْتَاعُ
46	إن رجعت هديتنا إلى النجاشي فهو لك
47	لا يجل سلف وبيع ولا شرطان.....
48	لا ضرر ولا ضرار

المصادر و المراجع

- القرآن الكريم برواية حفص.

❖ كتب الأحاديث والتخريج

(1) أحمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد، تح: شعيب الأرنؤوط وآخرون، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية، 1420 هـ / 1999م.

(2) البزار، علي بن أبي بكر الهيثمي، مجمع الزوائد، القاهرة. دار لريان للتراث، دار الكتاب العربي، بيروت، 1407هـ.

(3) البخاري، مُجَدِّد بن اسماعيل، الجامع الصحيح المختصر، تح مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، الطبعة الثالثة، بيروت، 1407هـ/1987م.

(4) البخاري، مُجَدِّد بن اسماعيل، الأدب المفرد، تح مُجَدِّد فؤاد عبد الباقي، دار البيان الإسلامي، الطبعة الثالثة، بيروت، 1409هـ، 1989م

(5) التهانوي، ظفر أحمد العثماني، إعلاء السنن، إدارة القرآن والعلوم الإسلامية، الطبعة الأولى، باكستان، 1717م.

(6) ابن حبان، مُجَدِّد ابن حبان بن أحمد أبو حاتم التميمي البستي، صحيح ابن حبان، تح شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية، بيروت، 1414هـ/1993م

(7) السجستاني، سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي أبي داوود، سنن أبي داوود، تح مُجَدِّد محي الدين، د.ط، بيروت، د.ت.

(8) القرطبي، ابن عبد البر أبو عمر يوسف بن عبد الله، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد، تح مصطفى بن أحمد العلوي، مُجَدِّد عبد الكريم البكري، وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية، دط، المغرب، 1387هـ.

- 9) الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب، المعجم الكبير، تح حمدي بن عبد الحميد السلفي، مكتب الزهراء، الطبعة الثانية، الموصل، 1404هـ/1983م.
- 10) الألباني، مُجَّد ناصر الدين ، إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، المكتب الإسلامي، الطبعة الثانية بيروت، 1405هـ/1985م.
- 11) الألباني، مُجَّد ناصر الدين ، صحيح وضعيف الجامع الصغير، المكتب الإسلامي، د.ط، بيروت، د.ت،
- 12) الألباني مُجَّد ناصر الدين ، صحيح وضعيف الجامع الصغير، المكتب الإسلامي، د.ط، بيروت، د.ت.
- 13) مسلم، بن الحجاج مسلم، صحيح مسلم، دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، 1412هـ/1991م.
- 14) النسائي، أحمد بن علي بن شعيب بن علي بن سنان بن بحر بن دينار، أبو عبد الرحمن النسائي، صحيح سنن النسائي، المحقق: مُجَّد ناصر الدين الألباني ، مكتبة المعارف، 1419 هـ/ 1999 م .

❖ كتب أصول الفقه

- 15) إبراهيم بن مُجَّد بن عبد الله بن مفلح الحنبلي أبو إسحاق، المبدع، دار النشر المكتب الإسلامي ، د.ط بيروت، لبنان، د.ت.
- 16) البغوي، الحسين بن مسعود بن مُجَّد بن الفراء البغوي أبو مُجَّد، التهذيب في فقه الإمام الشافعي، تح عادل أحمد عبد الموجود - علي مُجَّد معوض، دار الفكر العلمية، الطبعة الأولى، بيروت لبنان، 1418هـ/1997م.

- 17) البعلي، شمس الدين مُجَّد بن أبي الفتح بن أبي الفضل، أبو عبد الله، المطلع على ألفاظ المقنع، تح محمود الأرنؤوط وياسين محمود الخطيب، مكتبة السوادي للتوزيع الطبعة الأولى، 1423هـ - 2003 م.
- 18) ابن تيمية، الإختيارات الفقهية، دار عالم الفوائد للنشر والتوزيع، مكة المكرمة المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 1435 هـ.
- 19) الحجاوي، موسى بن أحمد بن موسى بن سالم بن عيسى بن سالم الحجاوي المقدسي، ثم الصالحي، شرف الدين، أبو النجار، الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، تح بد اللطيف مُجَّد موسى السبكي، دار المعرفة، دط، بيروت، دت.
- 20) ابن حزم، أبو مُجَّد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري، المحلى بالآثار، دار الفكر، بيروت، د.ط، د.ت.
- 21) الخطاب، شمس الدين أبو عبد الله مُجَّد بن مُجَّد بن عبد الرحمن، الرُّعيني الخطاب، الطرابلسي المغربي، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، دار الفكر الطبعة الثالثة، بيروت، 1412هـ 1992م.
- 22) الحجاوي، شرف الدين ابو النجا موسى بن أحمد، الروض المربع شرح زاد المستقنع مختصر المقنع، والشرح للبهوتي، دار الكتب العلمية، د.ط، بيروت، د.ت.
- 23) الخطيب الشربيني، مُجَّد بن مُجَّد، المغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، تح، علي مُجَّد معوض، عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، بيروت، 2000 م، 1421هـ.
- 24) الخطيب، حمد بن عبد الله، مشكاة المصابيح. تح مُجَّد ناصر الدين الألباني، المكتب الإسلامي. الطبعة الثالثة،، بيروت، 1405هـ 1985م.
- 25) الخطيب الشربيني، مُجَّد بن مُجَّد، المغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، تح، علي مُجَّد معوض، عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، بيروت، 2000 م، 1421هـ.

- (26) الدردير، الصاوى، احمد بن مُجَّد الخلوتى، **بلغة السالك لأقرب المسالك**، تح مُجَّد عبد السلام شاهين، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1415هـ، 1995م.
- (27) زين الدين عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي، **قواعد ابن رجب**، تح أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، دار بن عفان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 1419هـ.
- (28) السنكي، بن زكريا الأنصاري، زكريا بن مُجَّد بن أحمد، زين الدين أبو يحيى، **فتح الوهاب بشرح منهج الطلاب**، دار الفكر للطباعة والنشر، 1414هـ، 1994م.
- (29) شمس الدين الشيخ مُجَّد بن أحمد بن عرفة الدسوقي، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير**، تح سيدي الشيخ و مُجَّد عليش شيخ السادة المالكية، دار إحياء الكتب العربية، عيسى البابي الحلبي، (د.ط)، (د.م)، (د.ت).
- (30) الشوكاني، مُجَّد بن علي بن مُجَّد بن عبد الله، **الدراري المضية شرح الدرر البهية**، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، (د.م)، 1407هـ، 1987م.
- (31) الشيرازي، إبراهيم بن علي بن يوسف الفيروزابادي الشيرازي أبو إسحاق، **المهذب في فقه الإمام الشافعي**، دار المعرفة، الطبعة الثانية، بيروت، 1379هـ، 1959م.
- (32) الطحطاوي، أحمد بن مُجَّد بن إسماعيل، **حاشية الطحطاوي على الدر المختار**، دار الطباعة العامرة، الطبعة الثالثة، مصر القاهرة، 1254هـ / 1838م.
- (33) عابدين، مُجَّد أمين بن عمر، **حاشية ابن عابدين**، تح عادل أحمد عبد الموجود وعلي مُجَّد معوض، دار عالم الكتب، د.ط، الرياض، 2003م.
- (34) عليش مُجَّد بن أحمد بن مُجَّد أبو عبد الله المالكي، **منح الجليل شرح مختصر خليل**، دار الفكر، (د.ط) بيروت، 1409هـ / 1989م.

- 35) الغنيمي، عبد الغني بن طالب بن حمادة بن إبراهيم الدمشقي الميداني الحنفي، اللباب في شرح الكتاب، تح مُجَّد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العلمية، (د.ط)، بيروت، لبنان (د.ت).
- 36) فخر الدين، عثمان بن علي بن محجن البارعي، الزيلعي، تبين الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشلبي، الحاشية، تح شهاب الدين أحمد بن مُجَّد بن أحمد بن يونس بن إسماعيل بن يونس الشلبي، المطبعة الكبرى الأميرية، بولاق، الطبعة الأولى، القاهرة ، 1313هـ.
- 37) الكلؤذاني ،حفوظ بن أحمد بن الحسن أبو الخطاب الحنبلي، التمهيد في أصول الفقه، تح مفيد مُجَّد أبو عمشة، (الجزء 1 - 2) و مُجَّد بن علي بن إبراهيم (الجزء 3 - 4)، مركز البحث العلمي وإحياء التراث الإسلامي جامعة أم القرى، الطبعة الأولى، 1406 هـ 1985 م .
- 38) الكشناوي ،أبو بكر بن حسن بن عبد الله ،أسهل المدارك شرح إرشاد السالكين مذهب إمام الأئمة مالك، دار الفكر، الطبعة الثانية، بيروت، لبنان، د.ت.
- 39) قاسم القونوي ،أنيس الفقهاء للقونوي، تح أحمد بن عبد الرزاق الكبيسي، درا الوفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، السعودية، جدة، 1406هـ، 1986م.
- 40) ابن قدامة؛ عبد الله بن مُجَّد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي، أبو مُجَّد، موفق الدين، المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني، تح لله بن عبد المحسن التركي - عبد الفتاح الحلو ، دارعالم الكتب، الطبعة الثالثة، د.م 1417هـ، 1997 م.
- 41) أبو مُجَّد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين بدر الدين العيني، البناية في شرح الهداية ، تح أيمن صالح شعبان ،دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى ،بيروت، لبنان، 1420هـ 2000م.
- 42) المرادوي، علي بن سليمان المرادوي علاء الدين أبو الحسن، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف على مذهب الإمام أحمد بن حنبل، تح مُجَّد حامد الفقي، مطبعة السنة المحمدية، الطبعة الأولى، د.م، 1375هـ، 1956 م.

- 43) منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي، كشف القناعن متن الإقناع، دار الكتب العلمية، د.ط، بيروت، لبنان، د.ت.
- 44) ابن المبرد، جمال الدين ابي المحاسن يوسف بن حسن بن عبدالهادي الحنبلي الدمشقي الصالحي، الدر النقي، دار المجتمع للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مكة المكرمة، 1411هـ، 1991م.
- 45) الماوردي، أبو الحسن علي بن مُجَّد بن مُجَّد بن حبيب البصري البغدادي، الحاوي الكبير، تح الشيخ علي مُجَّد معوض، الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1419 هـ/ 1999 م.
- 46) المقدسي، أحمد بن مفلح بن مُجَّد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين، الفروع وتصحيح الفروع، تح عبدالله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى 1424 هـ، 2003 م.
- 47) مُجَّد أمين بن عمر بن عبد العزيز ابن عابدين الدمشقي الحنفي، رد المختار على الدر المختار، دار الفكر، الطبعة الثانية، بيروت، 1412هـ - 1992 م.
- 48) النووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تحزهير الشاويش، المكتب الإسلامي، بيروت، دمشق، عمان الطبعة الثالثة، 1412هـ، 1991م
- 49) النووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تحزهير الشاويش، المكتب الإسلامي، بيروت، دمشق، عمان الطبعة الثالثة، 1412هـ، 1991م.
- 50) أبو الوليد مُجَّد بن أحمد بن رشد القرطبي، البيان والتحصيل والشرح والتوجيه والتعليل لمسائل المستخرجة، تح مُجَّد حجي وآخرون، دار الغرب الإسلامي، بيروت. لبنان الطبعة الثانية، 1408 هـ/ 1988 م.
- 51) ابو الوليد سليمان بن خلف بن سعد بن أيوب بن وارث التجيبي القرطبي الباجي الأندلسي، المنتقى شرح الموطأ، مطبعة السعادة الطبعة الأولى، بجوار محافظة مصر 1332 هـ.

❖ كتب الفتاوى

(52) ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني، **مجموع الفتاوى**، تح بدر الرحمن بن مُجَّد بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، د.ط، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، 1416هـ/1995م.

(53) الشيخ مُجَّد بن صالح العثيمين، **مجموع فتاوى ورسائل فضيلة الشيخ مُجَّد بن صالح العثيمين**، جمع وترتيب فهد بالناصر، بن ابراهيم بن ناصر، ج28، دار الثرايا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 2009م.

(54) نظام الدين البلخي، **الفتاوى الهندية**، دار الفكر الطبعة الثانية، بيروت، 1310 هـ.

❖ كتب المعاجم اللغوية

(55) ابن منظور الأنصاري الإفريقي، أبو الفضل جمال الدين مُجَّد بن مكرم، **لسان العرب**، دار صادر، (د.ط)، بيروت، (د.ت).

(56) الجوهري، إسماعيل بن حماد، **تاج اللغة وصحاح العربية**، دار الحضارة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، سنة 1974م.

(57) الجرجاني، علي بن مُجَّد بن علي الزين الشريف، **التعريفات**، حققه و ضبطه وصححه جماعة من العلماء، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1403 هـ 1983م.

(58) الفيروز أبادي، مُجَّد بن يعقوب مجد الدين، **المعجم الوسيط**، تح أنس مُجَّد الشاميو زكريا جابر أحمد، دار الحديث، د، ط، القاهرة، 1429هـ، 2008م.

(59) الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب، **المعجم الكبير**، تح حمدي بن عبد الحميد السلفي، مكتب الزهراء، الطبعة الثانية، الموصل، 1404هـ 1983.

- 60) مجد الدين أبو السعادات المبارك بن مُجَدِّد بن مُجَدِّد بن مُجَدِّد ابن عبد الكريم الشيباني الجزري ابن الأثير، **النهاية في الغريب الحديث والأثر**، تح: طاهر أحمد الزاوي - محمود مُجَدِّد الطناحي ، المكتبة العلمية - د.ط، بيروت ، 1399هـ - 1979م .
- 61) نبيه غطاس، **معجم مصطلحات الإقتصاد والمال وإدارة الأعمال**، مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الأولى، لبنان/01/01/1997.
- 62) الزيبي مُجَدِّد بن مُجَدِّد بن عبد الرزاق المرتضي، **تاج العروس من جواهر القاموس**، طبعة الكويت، الطبعة الثانية، د.ت.
- 63) الرازي، أبيبكر بن عبد القادر، **الصحاح مختار**، مكتبة لبنان ناشرون ، الطبعة الثانية ، بيروت ، 1415هـ ، 1995م.
- ❖ الرسائل الجامعية
- 64) عماد علي التميمي، **عادل حرب اللصاصة، الهدايا الترويجية التجارية تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية**.
- 65) عيسى بن عواض العضاني، **الجوائز التجارية التحفيزية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، د.د ، فقه إسلامي ، بإشراف، أحمد البلادي، الجامعة الإسلامية، السعودية، 1432هـ.
- 66) مُجَدِّد عقله الابراهيم ، **بيع العينة او الامنوخ في الشريعة والقانون**، دار البيضة، الطبعة الأولى، د.م، د.ت.
- 67) الكامل، مُجَدِّد بن علي الكامل، **أحكام الإعلانات التجارية والجوائز الترويجية**، دار طيبة الخضراء، الطبعة الأولى، مكة المكرمة، 1422هـ 2001م.
- 68) هشام غربي، **ضوابط استعمال الحوافز التجارية في التسويق الطمبولا انموذجا**، الماجستير، المشرف علي باللموشي ، المعاملات المالية المعاصرة ، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي - 2017 م.

- (69) القمار حقيقته واحكامه، سليمان بن احمد الملحم وهي رسالة دكتوراه نوقشت في كلية الشريعة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض بتاريخ 1417/08/25هـ.
- (70) سعيد بن جمعة بن سعيد العلوي، أحكام الهدايا المعاصرة وضوابطها الشرعية والقانونية، ماجستير، الفقه وأصوله، الدكتور موفق الدلالة، جامعة العلوم الإسلامية، الاردن، 1431هـ/2010م.
- (71) المصلح، خالد بن عبد الله، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار ابن الجوزي، الطبعة الاولى، الدمام، 1420هـ/1999م.
- (72) المصري أحمد محمد، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 2006م.
- (73) عدنان محمود العساف ونادر محمد القصاة، الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مج 14، ع 04، الأردن، 1440هـ، 10/12/2017م.
- (74) معلا ناجي، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، د.ن، الطبعة الثانية، عمان ، الأردن، 1996م.
- (75) محمد الناجي الجعفري، التسويق، د.ن، الطبعة الثانية، السودان، 1415 هـ، 1998م.
- (76) شريف احمد شريف العاصي، التسويق النظرية والتطبيق ، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 1428هـ، 2008م.
- (77) ليلي كوسة، واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، العلوم التجارية، إشراف مرداوي كمال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007م/2008م.
- (78) السيد المتولي حسن، الأنشطة الترويجية للشركات السعودية، رسالة دكتوراه، إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1403هـ، مايو 1983م.
- (79) سعيد منصور سعيد وجيه، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، الماجستير، الفقه والتشريع ، إشراف مروان القدومي، جامعة فلسطين، 2011م.

❖ المراجع الإلكترونية

(80) مجموعة مؤلفين، نتائج البحوث وخواتيم الكتب، موقع الدرر السنية، [https://al-](https://al-maktaba.org/book/32635/1724)maktaba.org/book/32635/1724 ، 12 مارس 2021م.

(81) حسام عفانة ، حسام الدين بن موسى مُجَدِّد بن عفانة، فتاوى، [https://al-](https://al-maktaba.org/book/10517/578)maktaba.org/book/10517/578، 12 مارس 2021م.

(82) بدر بن عبد الله الجدوع، خدمات ما بعد البيع وأحكامها في الفقه الإسلامي، موقع الألوكة ، [/https://majles.alukah.net/t167734](https://majles.alukah.net/t167734)، الأحد 29 مارس 2021 م 6 شعبان 1442 هـ .

(83) مركز، الفتوى، فتوي رقم 696 منشورة علي شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت "، موقع الإسلام ويب www.islamweb.net 14 مارس 2021م.

(84) الجوائز والترويج السلعي من المنظور الإسلامي، محمد بن عبد الله الشبانة، مقال إلكتروني منشور علي شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت " عن موقع www.islamweb.net 24 فيفري 2021م.

(85) فتاوى التجار ورجال الأعمال للشيخ مُجَدِّد الصالح العثيمين، منشورة على شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت " عن موقع الإسلام سؤال وجواب: www.islam-qa.com . 18 أبريل 2021م.

ملخص:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ، والحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وبعد:

تأتي هذه الدراسة العلمية بعنوان " أحكام الهدايا الترويجية التي تقدمها المؤسسات التجارية (دراسة فقهية)" للإجابة عن الإشكالية الرئيسية والمتمثلة في :ماهي الأحكام التي يجب مراعاتها في استعمال الهدايا الترويجية؟ والهدف منها هو تأصيل موضوع الهدايا الترويجية بين المذاهب الفقهية وإزالة الغموض عن أحكامه ، وعرض أثره في الفقه الإسلامي ، ولقد افتتح البحث ببيان مفهوم الهدايا الترويجية ومكانتها، والتصور السليم للهدايا الترويجية مع كثرة الاشتباه بينه وبين المصطلحات القريبة منه، كما ذكرت أنواع الهدايا الترويجية وأهدافها، وتطرق البحث إلى بيان أحكام كل نوع منها بذكر موقف العلماء منه وآرائهم مع عرض أدلة كل منهم ، ليختتم البحث بخاتمة تضمنت أهم النتائج التي تم التوصل إليها .

Abstract

Summary: In the name of God, the Most Gracious, the Most Merciful, and praise be to God, Lord of the worlds. This scientific study entitled “Provisions for promotional gifts provided by commercial establishments (a jurisprudential study)” comes to answer the main problem of: What are the provisions that must be taken into account in the use of promotional gifts? The aim of it is to root the topic of promotional gifts among the jurisprudential schools of thought and to remove ambiguity from its rulings, And its impact on Islamic jurisprudence was presented, and the research opened with a statement of the concept of promotional gifts and their position, and the proper conception of promotional gifts with a lot of suspicion between it and the terms close to it, as I mentioned the types of promotional gifts and their objectives, and the research touched upon a statement of the provisions of each type by mentioning the scholars' position on it and their opinions with a presentation Evidence for each of them, to conclude the research with a conclusion that includes the most important results that have been reached.

-	إهداء
-	شكر وعرهان
1	المقدمة
	المبحث الأول : مفهوم الهدايا الترويجية ومكانتها
9	المطلب الأول : تعريف الهدايا الترويجية
9	الفرع الأول : تعريف الهدايا
13	الفرع الثاني : تعريف الترويج
15	الفرع الثالث: تعريف الهدايا الترويجية
15	المطلب الثاني: الفرق بين تعريف الفقهاء والتسويقيين
16	المطلب الثالث: ألفاظ ذات صلة
18	الفرع الثاني: تعريف العطية
19	الفرع الثالث: تعريف المنحة
20	الفرع الرابع: تعريف الصدقة
20	الفرع الخامس: تعريف النحلة.
21	الفرع السادس: تعريف الوصية
24	المطلب الرابع: مكانة الهدايا الترويجية
	المبحث الثاني: أنواع الهدايا الترويجية وأهدافها
26	المطلب الأول : الهدايا العينية والمنتوجات

فهرس المحتويات

26	الفرع الأول: تعريف الهدايا العينية والمنتوجات
27	الفرع الثاني: أهداف الهدايا العينية والمنتوجات
27	المطلب الثاني : الهدايا النقدية
27	الفرع الأول: تعريف الهدايا النقدية
28	الفرع الثاني: أهداف الهدايا النقدية
28	المطلب الثالث: هدايا السلع والخدمات
28	الفرع الأول: تعريف هدايا السلع والخدمات
29	الفرع الثاني: أهداف هدايا السلع والخدمات
	المبحث الثالث: حكم الهدايا الترويجية
31	المطلب الأول: أحكام الهدايا العينية والمنتوجات
33	المطلب الثاني: حكم الهدايا النقدية
47	المطلب الثالث: حكم هدايا السلع والخدمات (المنفعة).
47	الفرع الأول: حكم هدايا السلع
52	الفرع الثاني: حكم هدايا الخدمات (منفعة).
55	الخاتمة
62	فهرس الآيات القرآنية
64	المصادر و المراجع
74	الملخص باللغة العربية
74	الملخص باللغة الإنجليزية

