



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المعهد العالي للقضاء

قسم الفقه المقارن

عقود التسويق ومحفزاته في الجمعيات

التعاونية الاستهلاكية في الكويت

دراسة فقهية تطبيقية

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الفقه المقارن

إعداد الطالب

محمد مهدي محمد العجمي

إشراف

فضيلة الدكتور محمد بن فهد بن عبدالعزيز الفريح

الأستاذ المساعد بقسم الفقه المقارن بالمعهد العالي للقضاء

العام الجامعي

١٤٣٣ - ١٤٣٤

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

الحمد لله ، والصلاة والسلام على رسول الله، أما بعد :

فإن الفقه المستمد من الوحيين لم يكن عاجزا في يوم من الأيام عن استيعاب الحوادث التي لا تتناهى؛ ذلك أنه شريعة اللطيف الخبير.

وإن الجمعيات التعاونية من تلك الحوادث التي جدّت في عصرنا، وهي أرض خصبة للدراسة الشرعية، وحيث إن طبيعة البحث التكميلي تقتضي الاختصار وقع اختياري على دراسة الجانب الأهم من الأنشطة الاقتصادية للجمعيات التعاونية ألا وهو عقود التسويق ومحفزاته، إذ هو عصب أعمال الجمعيات التعاونية وركنها.

أهمية الموضوع:

صار علم التسويق في عصرنا علما مستقلا يدرس في الجامعات، وكُتبت في طرقة وأساليبه مؤلفات وبحوث متخصصة، حتى إن من السلع ما يُسوق لها قبل صناعتها أحيانا. هذا الاهتمام البالغ بالتسويق لم ينشأ من فراغ، بل هو أحد نتائج الثورة الصناعية وتطور وسائل الاتصال التي وضعت السلع والخدمات في العالم بين يدي المستهلك أيا كان مكانه في المعمورة.

وفي ظل هذا التقارب لم يعد الاقتصار على عملية جلب السلع والبيع والشراء المباشرين مجديا، بل تنافس التجار والمنتجون على تسويق سلعهم وخدماتهم لإيصالها إلى شتى بقاع العالم.

إن هذا التنافس التجاري الشديد حثّم على أصحاب السلع والخدمات التنويع في أساليب استقطاب العملاء، وذلك من خلال أساليب التحفيز المختلفة، ومن يتخلف عن هذا الركب التحفيزي فإنه يحكم على نفسه بالخروج من المنافسة.

الجمعيات التعاونية - كنوع من الأسواق - تأثرت بهذه البيئة التسويقية وعملت بما هو متعارف عليه في مجال عقود التسويق ومحفزاته في أنشطتها التجارية.

إن هذه الجمعيات تتوزع في كل منطقة من مناطق الكويت على النحو التالي : جمعية رئيسية كبيرة واسعة النشاط التجاري تلبي احتياجات المواطنين المختلفة في هذه المنطقة، وفروع كثيرة منتشرة في متناول المواطنين تلبي احتياجاتهم الأساسية اليومية، فالجمعية التعاونية تمس حياة المواطن الكويتي بشكل يومي، ومن هنا تتبين أهمية دراسة أنواع ما تجر به هذه الجمعيات من عقود وحوافز تسويقية دراسة فقهية من حيث هي لبيان حكمها، ثم تطبيق هذا التأصيل على واقع الجمعيات لقياس مدى شرعية هذه المعاملات.

أسباب اختيار الموضوع:

- ١ - عدم وجود دراسة فقهية تطبيقية - فيما أعلم - تُعنى بالجانب التسويقي والتحفيزي المتعلق بهذا المرفق المهم في الاقتصاد الكويتي.
- ٢ - حاجة القائمين على الجمعيات التعاونية الاستهلاكية لدراسة تُعالج ما يمارسونه في هذا المجال وتبصرهم بضوابطه الشرعية كما لمستهم في مقابلاتي الشخصية معهم.
- ٣ - رغبة الباحث في أن يكون هذا البحث نواة مشروع قانون لضبط ما لم يضبط هذه التعاملات من خلال تقديمه عن طريق مجلس الأمة الكويتي، إذ إن جزءاً ليس بالقليل من تعاملات الجمعيات في هذا المجال خاضعة للعرف دون مراقبة شرعية ، ولا شك أن صدور هذا البحث من تحت عباءة صرحٍ علميٍّ مرموق كالمعهد العالي للقضاء سيكسب البحث صبغةً علميةً وقبولاً رسمياً.

الدراسات السابقة:

لم أجد -في حدود اطلاعي- على دراسة تخص عقود التسويق ومحفزاته في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بدراسة مستقلة، أما الدراسات الموافقة لمجال دراستي فقد وقفت على بحثين هما :

١- الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، وهي رسالة ماجستير مقدمة إلى قسم الفقه بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض قدمها الباحث : خالد بن عبدالله المصلح، وقد حصل بها الباحث على درجة الماجستير بتقدير ممتاز سنة ١٤١٩ .

اختصت الرسالة ببحث الحوافز التجارية التسويقية ولم تتعرض لعقود التسويق، مع ملاحظة أن موضوع البحث حوافز التسوق أي الحوافز المرغبة للمستهلكين في الشراء بينما البحث التالي بحث حوافز التسويق لا التسوق، وقد تمحضت في الجانب النظري التأسيلي ولم يكن للتطبيق فيها نصيب.

تميز دراستي عن هذا البحث باختصاصها بواقع معين تُعنى بمعالجته فقهاً وتوسعي للوصول إلى ضوابط شرعية تحل مكان العرف الجاري في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

٢- التسويق التجاري وأحكامه في الفقه الإسلامي، وهي رسالة دكتوراه مقدمة إلى قسم الفقه بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض قدمها الباحث حسين بن معلوي الشهراني، وقد حصل بها الباحث على درجة الدكتوراه بتقدير ممتاز مع مرتبة الشرف الأولى سنة ١٤٢٩ .

بحث فيها جملة من عقود التسويق ومحفزاته ثم عقد الفصل الثامن لطائفة من التطبيقات المعاصرة، وقد غلب على البحث الجانب النظري.

تتميز دراستي عن هذا البحث باهتمامها بعقود التسويق المعمول بها في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت ودراسة الشروط فيها وإجراءات البيع وضبط ذلك بالضوابط الشرعية لتحل محل العرف الذي لا يخلو من مخالفة.

الجديد في هذه الدراسة:

تميزت هذه الدراسة بشيئين:

١- العناية بالجانب التطبيقي، فالدراسة الأولى تمحضت في الجانب النظري التأصيلي، والدراسة الثانية غلب الجانب النظري التأصيلي عليها، والمقصود الأكبر من دراستي هو معالجة ما تجرته الجمعيات التعاونية الاستهلاكية على وجه الخصوص من تسويق وتحفيز وما يحتف بذلك من أحوال خاصة.

ولا يخفى الفرق بين التأصيل النظري والتطبيق العملي، كما أن الدراسة التطبيقية أكثر خدمة للجمعيات التعاونية.

٢- سعيها أن تكون واقعا ملموسا في الاقتصاد الكويتي عن طريق إقرار ما تصل إليه من معايير شرعية فيما يتعلق بالتسويق والتحفيز المعمول به في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية إقرارا رسميا عن طريق القنوات المتاحة قانونيا.

فإن لم تقرر رسميا فلا أقل من أن تكون مرجعا شرعيا يلجأ إليه الغيورون من أعضاء مجالس إدارة الجمعيات التعاونية ويعملون بما فيه خاصة إذا عُلِمَ أن تفاصيل العقود متروكة لإدارة الجمعية.

منهجي في البحث :

١- صورت المسألة المراد بحثها تصويرًا دقيقًا قبل بيان حكمها ليتضح المقصود من دراستها إن احتاجت المسألة إلى تصوير.

- ٢- إذا كانت المسألة من مواضع الاتفاق فأذكر حكمها بدليله مع توثيق الاتفاق من مظانه المعتمدة.
- ٣- إذا كانت المسألة من مسائل الخلاف، فأتبع ما يلي:
- أ- حررت محل الخلاف إذا كانت بعض صور المسألة محل خلاف وبعضها محل اتفاق.
- ب- ذكرت الأقوال في المسألة وبيان من قال بها من أهل العلم، ويكون عرض الخلاف حسب المذاهب الفقهية.
- ج- اقتصر على المذاهب المعتمدة، مع العناية بذكر ما تيسر الوقوف عليه من أقوال السلف الصالح، وإذا لم أقف على المسألة في مذهبٍ ما فأسلك بها مسلك التخريج.
- د- وثقت الأقوال من مصادرها الأصلية.
- هـ- استقصيت أدلة الأقوال مع بيان وجه الدلالة، وذكر ما يرد عليها مناقشات وما يجاب به عنها إن كانت وأذكر ذلك بعد الدليل مباشرة.
- و- رجحت في المسائل الخلافية مع بيان سببه وذكرت ثمرة الخلاف إن وجدت.
- ٤- اعتمدت على أمهات المصادر والمراجع الأصلية في التحرير والتوثيق والتخريج والجمع.
- ٥- ركزت على موضوع البحث وتجنب الاستطراد.
- ٦- تجنبت ذكر الأقوال الشاذة.
- ٧- اعتنيت بدراسة ما جدَّ من القضايا مما له صلة واضحة بالبحث.
- ٨- رقمت الآيات وبيان سورها مضبوطة بالشكل.

- ٩- خرجت الأحاديث من مصادرها الأصلية وإثبات الكتاب والباب والجزء والصفحة، وبيان ما ذكره أهل الشأن في درجتها - إن لم تكن في الصحيحين أو أحدهما - فإن كانت كذلك فأكتفي حينئذ بتخريجها منهما أو من أحدهما.
- ١٠- خرجت الآثار من مصادرها الأصلية والحكم عليها.
- ١١- عرفت بالمصطلحات من كتب الفن الذي يتبعه المصطلح، أو من كتب المصطلحات المعتمدة.
- ١٢- وثقت المعاني من معاجم اللغة المعتمدة، وتكون الإحالة عليها بالمادة والجزء والصفحة.
- ١٣- اعتنيت بقواعد اللغة العربية والإملاء، وعلامات الترقيم، ومنها علامات التنصيص للآيات الكريمة، وللأحاديث الشريفة، وللآثار، ولأقوال العلماء، وميزت العلامات أو الأقواس فوضعت لكل منها علامته الخاصة.
- ١٤- أنهيت البحث بخاتمة متضمنة أهم النتائج والتوصيات.
- ١٥- ترجمت الأعلام غير المشهورين بإيجاز بذكر اسم العلم ونسبه، وتاريخ وفاته، ومذهبه الفقهي، والعلم الذي اشتهر به، وأهم مؤلفاته، ومصادر ترجمته.
- ١٦- إذا ورد في البحث ذكر مكان، أو قبائل، أو فرق، أو أشعار، أو غير ذلك فإني أصنع لها فهرس خاصة إن كان لها من العدد ما استدعي ذلك.
- ١٧- إتباع البحث بالفهارس الفنية وهي:
- فهرس الآيات القرآنية.
 - فهرس الأحاديث النبوية.
 - فهرس الآثار.
 - فهرس الأعلام.

- فهرس المراجع والمصادر.
- فهرس الموضوعات.

خطة البحث:

قد قسمت العمل في هذا الموضوع إجمالاً إلى: مقدمة، وتمهيد، وثلاثة فصول، وخاتمة، وملحقات، وفهارس.

أما التفصيل فهو كالتالي:

- المقدمة، وفيها:
 - ١- الافتتاحية.
 - ٢- أهمية الموضوع.
 - ٣- أسباب اختيار الموضوع.
 - ٤- الدراسات السابقة.
 - ٥- منهج البحث.
 - ٦- خطة البحث.

- التمهيد: وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تعريف العقد، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف العقد لغةً.

المطلب الثاني: تعريف العقد اصطلاحاً.

المبحث الثاني: تعريف التسويق وأهميته، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف التسويق.

المطلب الثاني: أهمية التسويق.

المبحث الثالث: تعريف المحفزات وأهميتها، وفيه مطلبان:

المطلب الأول : تعريف المحفزات.

المطلب الثاني : أهمية المحفزات التسويقية.

الفصل الأول: الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت، وفيه تمهيد وأربعة

مباحث :

تمهيد: وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تاريخ الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الثاني: نشأة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت.

المبحث الأول: تعريف وأحكام الجمعية التعاونية، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الثاني: أحكام الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

المبحث الثاني: تأسيس الجمعية التعاونية.

المبحث الثالث: إدارة الجمعية التعاونية.

المبحث الرابع: اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

الفصل الثاني: عقود التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الشرعية

وتطبيقاتها العملية، وفيه أربعة مباحث :

المبحث الأول: التسويق المباشر، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول: تعريف التسويق المباشر.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق المباشر.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق المباشر في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق المباشر.

المبحث الثاني: التسويق عن طريق الشراء برسم البيع، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الشراء برسم البيع.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للشراء برسم البيع.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق الشراء برسم البيع في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق الشراء برسم البيع.

المبحث الثالث: التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق عن طريق البيع الآلي.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي.

المبحث الرابع: التسويق الهجومي، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق الهجومي.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق الهجومي.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق الهجومي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق الهجومي.

الفصل الثالث: حوافز التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الفقهية وتطبيقاتها العملية، وفيه ستة مباحث:

المبحث الأول: مسابقات السحب، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف مسابقات السحب.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لمسابقات السحب.

المطلب الثالث: تطبيق مسابقات السحب في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية لمسابقات السحب.

المبحث الثاني: المهرجانات التخفيضية، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف المهرجانات التخفيضية وأنواعها.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للمهرجانات التخفيضية.

المطلب الثالث: تطبيق المهرجانات التخفيضية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيضية.

المبحث الثالث: بطاقة العائلة، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف بطاقة العائلة.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لبطاقة العائلة.

المطلب الثالث: تطبيق بطاقة العائلة في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيضية.

المبحث الرابع: الإعلانات والدعايات الترويجية، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الإعلانات والدعايات الترويجية.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للإعلانات والدعايات الترويجية.

المطلب الثالث: تطبيق الإعلانات والدعايات الترويجية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للإعلانات والدعايات الترويجية.

المبحث الخامس: التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية، وفيه

أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المطلب الثالث: تطبيق التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير للتحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المبحث السادس: رد السلعة الترخيبي، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف رد السلعة الترخيبي وأنواعه.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لرد السلعة الترخيبي.

المطلب الثالث: تطبيق رد السلعة الترخيبي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية لرد السلعة الترخيبي.

الخاتمة:

وفيها أبرز النتائج والتوصيات.

الملحقات: صور الوثائق المعتمدة في هذه الدراسة.

الفهارس:

- فهرس الآيات القرآنية.
- فهرس الأحاديث النبوية.
- فهرس الآثار.
- فهرس الأعلام.
- فهرس المراجع والمصادر.
- فهرس الموضوعات.

شكر وتقدير:

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، أحمد ربي سبحانه على جليل نعمه وعظيم قسّمه، أحمده جل جلاله ولا تبلغ حروفي حق حمده، فالحمد لله عدد خلقه، ورضا نفسه، وزنة عرشه، ومداد كلماته.

ثم أشكر والديّ الكريمين على إحسانهما الذي لا أستطيع مكافأتهما عليه، ولا أستطيع اختزاله في سطر أو سطرين، فجزاهما الله عني خير ما جزى والدأ عن ولده.

ثم أشكر هذه الدولة المباركة المملكة العربية السعودية على ما تقدمه من جهود جبارة في سبيل نشر العلم لعموم المسلمين، ثم أشكرها لفضلها عليّ خاصة، في قبولها لي في الجامعة الإسلامية أولاً في مرحلة البكالوريوس، ثم المعهد العالي للقضاء ثانياً في مرحلة الماجستير، فجزاها الله عني خير الجزاء وأوفاه.

ثم أشكر المشرف على هذا البحث فضيلة الشيخ الدكتور/ محمد بن فهد الفريح حفظه الله وبارك في عمره وذريته، وقد كان في إشرافه فوق الوصف كرمًا ومساعدة ومبادرة، بالإضافة إلى توجيهاته العلمية المفيدة، كل هذا بنفس متواضعة وأسلوب لطيف، فجزاه الله عني خيراً.

كما أشكر كل من ساعدني في البحث ولو بالاهتمام والسؤال والتشجيع، فجزاهم الله عني خيراً.

والحمد لله أولاً وآخراً، والصلاة والسلام على النبي الكريم وعلى آله وصحبه أجمعين.

التمهيد

وفيه ثلاثة مباحث :

المبحث الأول : تعريف العقد.

المبحث الثاني : تعريف التسويق، وأهميته.

المبحث الثالث : تعريف المحفزات، وأهميتها.

المبحث الأول : تعريف العقد :

وفيه مطلبان :

المطلب الأول : تعريف العقد لغةً :

العَقْدُ مصدر عَقَدَ يَعْقِدُ عَقْدًا، والعَيْنُ والقَافُ والدالُّ أصلٌ واحدٌ يدلُّ على شَدِّ وشِدَّةِ وُثُوقٍ، وإليه ترجعُ فروعُ البابِ كُلِّها.

تقول عَقَدْتُ الحِبلَ أَعقِدُه عَقْدًا، وقد انعقد، والعُقْدَةُ والمعقِد: موضعُ العَقْدِ من الحبل، والمعاقدة: المعاهدة الموثقة، وعَقْدُهُ النكاحُ وكلُّ شيءٍ : وُجُوبُهُ وإِبرامُهُ، وعَقَدَ قلبَهُ على كذا فلا يَنْزِعُ عنه، وليس له معقود: أي عقد رأي، واعتَقَدَ الشيءُ: اشتدَّ وصَلَبَ، واعتقد بينهما الإخاءُ: صدق وثبت، وعسلٌ عَقيد: غليظ، وناقَةٌ معقودةُ القَرَى: موثقةُ الظهر، وتعقَدُ السَّحابُ إذا صار كأنه عَقْدٌ مضروبٌ مبيئ^(١).

المطلب الثاني: تعريف العقد اصطلاحًا:

العقد في الاصطلاح له معنيان:

الأول:

المعنى العام، وهو الوارد في قوله تعالى: ﴿يَتَأَيَّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾ [المائدة: ٢]، وللسلف في تفسير العقود خمسة أقوال:

- ١- أنها العهود.
- ٢- أنها حلفُ الجاهلية.
- ٣- أنها الذي عقد الله علينا وعقدنا بعضنا على بعض.
- ٤- أنها عقد النكاح والشركة واليمين والعهد والحلف والبيع.

(١) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (٤/٨٦-٩٠)، الأزهرى: تهذيب اللغة (١/١٣٤)، الجوهرى: الصحاح (١/٤٣٢)، الزمخشري: أساس البلاغة (ص ٤٣٢)، مادة (عقد) من جميع المصادر المتقدمة.

٥ - أنها الفرائض.

وهذا الخلاف - عند التأمل - اختلافٌ تنوع لا اختلاف تضاد؛ فإن كلاً منهم ذكر بعض ما يدخل في الاسم العام للعقد، فالعقد بمعناه الواسع هو: الالتزام بما عهد الله تعالى به إلينا من قول أو فعل، أو بما تعاهدنا به بيننا من قول أو فعل^(١).

فالنذر: عقد قولي مع الله تعالى، والحج: عقد فعلي مع الله تعالى، والنكاح: عقد قولي مع آدمي، وبيع المعاطاة: عقد فعلي مع آدمي.

ويلاحظ في هذا الإطلاق العام شموله للالتزام الناتج عن اتفاق بين طرفين كالإجارة، وللالتزام الناتج عن إرادة طرف واحد كالطلاق.

الثاني:

المعنى الخاص، وهو: التزام المتعاقدين أمراً بارتباط الإيجاب بالقبول^(٢)، وهذا المعنى هو الأكثر تداولاً واستعمالاً، وتنصرف إليه كلمة العقد عند الإطلاق^(٣).
وهذا المعنى الثاني هو المقصود في عنوان هذا البحث: (عقود التسويق..).

(١) انظر: ابن جرير: جامع البيان (٥/٨-١٢)، ابن العربي: أحكام القرآن (٢/٥٢٤-٥٢٦)، القرطبي: الجامع لأحكام القرآن (٧/٢٤٦-٢٤٨)، ابن عطية: المحرر الوجيز (٢/١٤٣-١٤٤).
(٢) انظر: مجلة الأحكام العدلية: (ص٣٤)، المادة (١٠٣)، وقد خلص د. صالح الغليقة إلى رجحان هذا التعريف بعد مناقشته سائر التعريفات، انظر: صيغ العقود (ص٣٢-٣٣).
(٣) انظر: أبو زهرة: الملكية ونظرية العقد (ص١٧٥).

المبحث الثاني: تعريف التسويق، وأهميته:

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف التسويق:

أولاً: تعريف التسويق لغةً:

السين والواو والقاف أصلٌ واحد، وهو حَدُّ الشَّيءِ، يقال: ساقه يَسوقه سَوْقاً، ويُقال: سقتُ إلى امرأتي صَدَاقها وَأَسَفْتُه، والساق للإنسان وغيره، والجمع سَوْق، إِنَّمَا سَمَّيتَ بذلك لأنَّ الماشي يَسَاق عليها^(١).

والسوق موضع البياعات^(٢)، يُدَكَّرُ وَيُؤنَّثُ، وأصلُ اشتقاقها من سوق الناس إليها بضائعهم^(٣)، وتسوّق القومُ: إذا باعوا واشتروا^(٤).

والتسويق: مصدرٌ سَوَّقَ يُسَوِّقُ، والأغلب في (فَعَّلَ) أن يكون لتكثير فاعله أصلُ الفعل^(٥)، وعليه: فالتسويقُ تكثيرُ السائقِ السَّوْقِ، ومنه قول امرئ القيس^(٦):

لنا غنمٌ نُسَوِّفُها غِزَارٌ كأنَّ قُرُونَ جِلَّتِها العِصِيُّ^(٧)

وسوّق البضاعة: طلب لها سوقاً^(٨).

ثانياً: تعريف التسويق اصطلاحاً:

يختلف تعريف التسويق باختلاف النظر إلى التسويق نفسه، ويمكن النظر إلى التسويق من

(١) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (٨٩/٣)، ابن سيده: المحكم (٥٢٣/٦)، الزبيدي: تاج العروس (٤٧٠/٢٥)، مادة (سوق) في جميع المصادر المتقدمة.

(٢) الزبيدي: تاج العروس (٤٨٢/٢٥)، مادة (سوق).

(٣) ابن دريد: جمهرة اللغة (٤٣/٣)، مادة (سوق).

(٤) الجوهري: الصحاح (١١٣٩/٢)، مادة (سوق).

(٥) الاسترأبادي: شرح شافية ابن الحاجب (٩٢/١).

(٦) امرؤ القيس بن حُجر بن الحارث بن عمرو الكندي، شاعرٌ جاهليٌّ مشهور، صاحب المعلقة، عده ابن سلام من شعراء الطبقة الأولى، توفي سنة (٨٠) قبل الهجرة.

انظر: ابن سلام: طبقات فحول الشعراء (٥١/١)، ابن قتيبة: الشعر والشعراء (١٠٥/١-١٣٦).

(٧) هذه رواية الجاحظ في "الحيوان" (٤٩٥/٥)، وتتابع عليه كثير من المصادر الأدبية، ورواية صدر البيت في "الديوان" (ص ١٣٦): "ألا إلا تكن إبلٌ فمعزى".

(٨) المعجم الوسيط (٤٦٤/١).

جهتين:

الأولى: النظرة الشمولية، أي: من وجهة نظر الاقتصاد القومي ككل.

الثاني: النظرة الجزئية، أي: النظر إلى التسويق على مستوى المنشأة^(١).

أما التسويق باعتبار النظرة الشمولية فقد عرفه ستانتون^(٢) (Stanton) بأنه :

"ذلك النشاط الذي يحكم التدفق الاقتصادي للسلع والخدمات للمستهلكين بما يحقق الأهداف الاقتصادية للمجتمع"^(٣).

وعرفه آخرون بأنه:

"نشاط اقتصادي يضمن تحقيق التعادل في أي مجتمع بين الكمية المطلوبة من السلع والخدمات والكمية المعروضة من كل منهما بما يحقق أهداف ذلك المجتمع"^(٤).

والتسويق بهذا النظر ضروري لرجال التسويق باعتباره المحدد الرئيسي لإطار النظام التسويقي الذي تعمل فيه منشأة الأعمال، كما أنه يركز فكر رجال التسويق على بحث إمكانيات الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة في المجتمع، واستخدام المؤشرات الاقتصادية العامة في اتخاذ القرارات التسويقية، مثل: صورة توزيع الدخل، ومستقبل النشاط الاقتصادي وغيرهما، والعمل على مواءمة ذلك مع الأهداف التسويقية في المنشأة^(٥).

أما التسويق باعتبار النظرة الجزئية أو بالنظر إليه على مستوى المنشأة فله عدة تعريفات، منها :

١ - تعريف جمعية التسويق الأمريكية (AMA)، وقد عرفت التسويق بأنه:

"العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ وإيجاد وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار أو السلع أو الخدمات اللازمة لإتمام عمليات التبادل، والتي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمات"^(٦).

(١) انظر : د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص١٨)، د. المرسي و د. ثابت إدريس: المنشآت التسويقية (ص١٨).

(٢) لم أستطع الوصول إلى ترجمته، وهو معاصر.

(٣) بواسطة : د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص١٨).

(٤) نسيم حنا: مبادئ التسويق (ص٢١).

(٥) د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص١٨).

(٦) بواسطة : د. عبدالسلام أبو قحف: أساسيات التسويق (ص٥٠).

ويتميز هذا التعريف بما يلي:

أ- تحديد الأنشطة التي تدخل في نطاق العملية التسويقية، وهي أنشطة المنتج، والترويج، والتسعير، والتوزيع، والتي اصطلح على التعبير عنها باسم المزيج التسويقي.

ب- أن فيه توسيعاً لمفهوم التسويق، حيث يصور أن التسويق يبدأ قبل إنتاج السلعة، ويفترض انه قد تم اختيار قطاعات المستهلكين وتم تحليل رغباتهم، وأنهم هم الذين يحددون البرنامج التسويقي للمؤسسة.

ت- أن فيه شمولاً بحيث تدخل فيه المؤسسات التي لا تهدف للربح؛ كالمؤسسات والجهات الخيرية التي تستخدم أساليب التسويق لكن ليس للربح المادي^(١).

وتعريف الجمعية الأمريكية هذا من أشهر التعاريف وأكثرها تداولاً مع تعريف كوتلر^(٢) (Kotler) الآتي.

٢- وعُرِّف التسويق -أيضاً- بأنه :

"جميع مراحل النشاط التجاري الذي ينجم عنه انتقال البضائع من المنتج الأصلي إلى المستهلك الأخير"^(٣).

٣- ومن أكثر التعاريف قبولاً بين رجال التسويق هو تعريف كوتلر (Kotler) رائد المدرسة الحديثة في التسويق، وهو:

"الجهود التي يبذلها الأفراد والجماعات في إطار إداري واجتماعي معين للحصول على حاجاتهم ورغباتهم من خلال توليد وإيجاد وتقديم وتبادل المنتجات والقيم من

(١) د. حسين الشهراني: التسويق التجاري (ص ٢٨).

(٢) فيليب كوتلر: مواليد ٢٧ مايو ١٩٣١م في شيكاغو، بروفييسور في التسويق الدولي، اختير من مجلة (فاينانشال تايمز) في عام ٢٠٠١م كواحد أهم مفكر في مجال الإدارة، وفي عام ٢٠٠٨م اختارته مجلة (وول ستريت) كسادس أكثر المفكرين تأثيراً في مجال الأعمال، كوتلر يعمل كمستشار لعدة شركات أمريكية كبرى، ويعد كتابه (إدارة التسويق) الكتاب الأساسي لتدريس التسويق في العديد جامعات العالم، ويعتبر كوتلر رائد التسويق الحديث، من موقع (ويكيبيديا)، ولم أجد مصدراً آخر لترجمته.

(٣) نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص ٣٤٦).

الآخرين" (١).

ومن هذا التعريف يتضح أن التسويق مزيج من مجموعة من العناصر، وهي:

أ- أن التسويق نشاط إنساني يرتبط بوجود الأفراد وسلوكهم، ومن الضروري على المسوق أن يتعرف على حاجات هؤلاء الأفراد ورغباتهم حتى يتسنى له إشباعها.

ب- أن الإشباع يتم عن طريق المنتجات التي تقدمها المنشأة للسوق والمتمثلة في سلع وخدمات وأفكار.

ت- أن الإشباع يجب أن يتم من خلال عمليات التبادل.

ث- أن التبادل يجب أن يتم من خلال بعد زمني وبعد مكاني يمثل السوق (٢).

مما تقدم يتبين أن التسويق عملية واسعة ومعقدة تبدأ قبل إنتاج السلعة أو الخدمة وتنتهي بانتقالها إلى المستهلك الأخير.

هذه الدراسة لها مجالان:

الأول: مجال أصلي، وهذا المجال يتعلق بمرحلة من مراحل التسويق، وهي مرحلة التعاقد بين الجمعية التعاونية الاستهلاكية والمنتج أو تاجر الجملة.

الثاني: مجال تبعي، وهو ما يتعلق بالمستهلك الأخير عندما تحتاج هذه العلاقة إلى تكيف فقهي.

المطلب الثاني: أهمية التسويق:

التسويق مهم للمجتمع، وللمنشأة، ولل فرد، وتوضيح ذلك ما يلي:

أولاً: أهمية التسويق للمجتمع:

يحتل التسويق أهمية واضحة للمجتمع طالما أنه يسمح للأفراد أن يتمتعوا بمستويات مرتفعة للمعيشة، فالمستهلك لديه حاجات مختلفة ورغبات متباينة يحاول إشباعه اقدر المستطاع، ومهمة إشباع هذه الحاجات والرغبات تقع على عاتق التسويق، فإن فشل التسويق في أداء

(١) بواسطة: د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص ٢٠).

(٢) د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص ٢٠).

هذه المهمة فس نجد تناقضًا واضحًا في تخصيص وتوزيع الموارد على الاستخدامات المختلفة، وهذا معناه عدم إشباع حاجات ورغبات المجتمع.

كما يوفر النشاط التسويقي عددًا كبيرًا من الوظائف، لأن التسويق الناجح يؤدي إلى زيادة الطلب على الإنتاج، فإذا زاد الإنتاج احتاج إلى عمليات توزيع ضخمة من رجال البيع وال مندوبين وغيرهم، بالإضافة إلى فرص التوظيف لدى منشأة التوزيع المتخصصة، مثل: تجار الجملة والتجزئة، ومنظمات النقل والتخزين.^(١)

ثانيا: أهمية التسويق للمنشأة:

يعتبر التسويق من المؤثرات الرئيسية التي تحدد قدرات المنشأة على الحياة والبقاء، والمنشأة بحاجة إلى تقديم سلعاتها وخدماتها للعملاء، وعليها أن توضح المغريات البيعية بشكل يلفت عناية الآخرين واهتمامهم^(٢).

إن التسويق هو حلقة الوصل بين إدارة المنشأة والمجتمع الذي تعيش فيه، وإدارة التسويق الناجحة هي التي تغذي الإدارة العليا للمنشأة بالمعلومات والدراسات عن حاجة المجتمع إلى بعض السلع والخدمات والتي بدونها تتخبط المنشأة في سياستها الإنتاجية.

وفي السنوات الماضية عندما المنتج قريبًا من السوق الذي يخدمه لم تظهر مشكلة الاتصال بالسوق، ولكن بعد توسع الأسواق المحلية والخارجية استلزم الأمر الاعتماد على منافذ التوزيع للحصول منها على المعلومات السوقية لكي توصلها إلى إدارة المنشأة، فالتسويق هو الذي يربط المنشأة بالمجتمع الذي يعيش فيه والأسواق التي يخدمها^(٣).

والتسويق يحقق للمنشأة الإيرادات والأرباح، ويدعم مركزها السوقي، وصورتها الذهنية في السوق، ويساعدها في تحقيق هدفها بأعلى درجة ممكنة من الكفاءة^(٤).

(١) د. محمد سعيد عبدالفتاح: التسويق (ص ١٥-١٦).

(٢) انظر: د. طلعت أسعد: التسويق الفعال (ص ٢٥).

(٣) انظر: د. محمد سعيد عبدالفتاح: التسويق (ص ١٦-١٧).

(٤) انظر: د. نعيم أبو جمعة: أساسيات وإدارة التسويق (ص ٣٤).

ثالثًا: أهمية التسويق للفرد:

يحتل التسويق جزءًا كبيرًا من حياة الفرد اليومية، وذلك لارتباط مستوى الفرد المعيشي بالمؤسسات التسويقية أو محلات التجزئة، والإعلانات التي تزوده بالمعلومات عن السلع والخدمات المختلفة، ويؤكد ذلك أن إنفاق الفرد على السلع والخدمات يحتل الجزء الأكبر من ميزانيته.

ويساعد التسويق على تنمية معلومات الفرد مما يجعله مستهلكًا واعيًا^(١).

(١) انظر: د. المرسي و د. ثابت إدريس: المنشآت التسويقية (ص ٢٦).

المبحث الثالث: تعريف المحفزات، وأهميتها:

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف المحفزات:

أولاً: تعريف المحفزات لغةً:

المحفزات جمع مُحَفِّز، وهو اسمُ فاعلِ التحفيز، والتحفيز (تفعيل) من حَفَّزَ يُحَفِّزُ، والحاء والفاء والزاي: كلمةٌ واحدةٌ تدل على الحث وما قَرَّبَ منه، فالحفز: حثُّك الشيء من خلفه، والرَّجُلُ يحفز في جلوسه إذا أراد القيام، كأنَّ حائناً حَثَّهُ ودافعاً دفعه، يقال: الليل يسوقُ النهارَ ويحفزه، وحفزته بالرُّمَح: طعنته^(١).

ثانياً: تعريف المحفزات اصطلاحاً:

للمحفزات التسويقية عدة تعريفات، منها أنه:

"جميع الأعمال التي تقوم بها الشركة لزيادة مبيعاتها"^(٢).

ومنها تعريف كوتلر (Kotler) رائد المدرسة الحديثة في التسويق، وهو:

"مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة، وإثارة اهتمامه بها، وإقناعه بمقدرتها عن غيرها من السلع والخدمات الأخرى بإشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار بشرائها ثم الاستمرار في استعمالها في المستقبل"^(٣).

(١) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (٦٨/٢)، ابن سيده: الحكم (٢٢٩/٣-٢٣٠)، الجوهري: الصحاح (٦٩٧/١)،

مادة (حفز) في جميع المصادر المتقدمة.

(٢) نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص٤٨٥).

(٣) بواسطة: د. منى الغيص: مبادئ التسويق (٣٨٣).

ومن أحسن التعريفات وأوضحها هو أن المحفزات التسويقية هي:

"كل ما يقوم به البائع أو المنتج من أعمال تُعرّف بالسلع أو الخدمات وتُحث عليها وتدفع إلى اقتنائها وتملكها من صاحبها بالثمن، سواء كانت تلك الأعمال قبل عقد البيع أو بعده"^(١).

ويمكن اختصار هذا التعريف ليكون: ما يقوم به البائع أو المنتج من أعمال تُعرّف بالسلعة أو الخدمة وتدفع على شرائها.

المطلب الثاني: أهمية المحفزات التسويقية:

ما انفك التجار وأصحاب السلع والخدمات يستعملون أنواعاً من الوسائل والأساليب التي تشجع الناس على شراء سلعتهم وخدماتهم وترغبهم فيها منذ زمن بعيد، وكانت هذه الوسائل التحفيزية في ذلك الوقت محدودة قليلة محصورة وإن كانت مؤثرة جذابة.

ثم لما حصل التقدم الحضاري والإنتاجي واخترعت الآلات وتنوعت المنتجات وتطورت حياة الناس ونشاطهم الاقتصادي تطورت تبعاً لذلك أساليب التجار في ترويج سلعتهم وخدماتهم والتحفيز إليها، واشتدت المنافسة بين التجار وأصحاب السلع والخدمات في جذب أكبر عدد من المشترين فحملهم ذلك على تطوير أساليب الترويج والحوافز المرغبة في الشراء واستحداث وسائل وأساليب جديدة لتوسيع قاعدة المشترين حتى غصت الأسواق والمراكز والمحلات التجارية صغيرها وكبيرها بعدد كبير متنوع من المحفزات التسويقية ووسائل تنشيط المبيعات، فصارت هذه الوسائل التحفيزية معلماً من معالم الأسواق على اختلاف أنشطتها وأحجامها يتعامل معها الصغير والكبير وتمس حياة الخاص والعام، كما أن لها أثراً لا يستهان به في حمل الناس على الشراء أو صرفهم عنه^(٢).

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية التسويقية (ص ٩).

(٢) المصدر السابق (ص ١٠).

الفصل الأول: الجمعيات

التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: تعريف وأحكام الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

المبحث الثاني: تأسيس الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

المبحث الثالث: إدارة الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

المبحث الرابع: اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

تمهيد: عن تاريخ الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ونشأتها في الكويت

المطلب الأول: تاريخ الجمعيات التعاونية الاستهلاكية :

في النصف الأول من القرن التاسع عشر الميلادي نشأ التعاون في أوربة وانتشر كنظام اقتصادي يهدف إلى تخفيف آثار النظام الرأسمالي على الطبقات العاملة التي كانت في حالة شديدة من البؤس والشقاء، وكان الحافز الأكبر لظهور مذهب التعاون الاقتصادي هو ما كان يعانيه العمال من شظف العيش وضعف الصحة نتيجة للثورة الصناعية والزراعية إثر اختراع آلات البخار وما ترتب على ذلك من إحلال الآلات محل العمال في الصناعة والزراعة، وما كان ينعم به أصحاب رؤوس الأموال من أرباح وفيرة نتيجة لتسخير العمال من رجال ونساء وأطفال في مصانع لا تتوافر فيها الشروط الصحية وبأجور هي أقل من القليل الذي يكفي القوات الضروري، ولم تكن هناك قوانين لحماية الطبقة العاملة من تعسف وظلم أصحاب المصانع والرأسماليين الذين كان لهم وحدهم حق الانتخاب وحضور المجالس النيابية في الوقت الذي كانت الطبقة العاملة محرومة من جميع الحقوق السياسية.

وكانت المصانع تعمل على تقليل عملها بل توقف عملها أحياناً بشكل مؤقت عندما يزيد الانتاج على الاستهلاك فيتعرض العمال للبطالة وليس لديهم ما يقيهم شر الفاقة والجوع. ولم يكن الفلاحون والعمال الزراعيون أحسن حالاً من إخوانهم الذين يعملون في الصناعة؛ إذ لم يكن لديهم من الوسائل والامكانيات ما يقي محصولاتهم من الآفات الزراعية وما يرفع من أحوالهم المعيشية، فانتشر الفقر بينهم كالعمال سواء بسواء.

هالت هذه الحالة الشديدة بعض المصلحين الاجتماعيين، فقام نفر منهم يدعو إلى إصلاح حالة هذه الطوائف المعدمة، واتخذ كل مصلح من الخطط والنظم ما يراه ضرورياً لتحقيق غايته،

وانتظمت أفكار هؤلاء المصلحين الاجتماعيين في نظريتين، نظرية الاشتراكية العلمية، ونظرية التعاون، أما:

الأولى: وهي نظرية الاشتراكية العلمية:

فصاحب هذه النظرية فيلسوف ألماني يدعى (كارل ماركس)^(١)، وفي رأيه أن السبب في شقاء العمال يرجع إلى مطامع أصحاب رؤوس الأموال وجشعهم ورغبتهم في الحصول على الثراء الفاحش باستغلالهم طبقة العمال الضعيفة التي لا يحميها قانون ولا ترعاها الطبقة الحاكمة، ويعتقد ماركس أنه لا سبيل إلى إصلاح حال العمال إلا بالقضاء على سبب الشقاء وهو رأس المال، ولا يتم ذلك إلا بالقضاء على الملكية الفردية، صناعيةً كانت أو تجاريةً أو زراعيةً، وأن تكون المساواة بين الناس قانوناً عاماً، والعمل إجبارياً على كل فرد قادر على أدائه، وأن تؤول ملكية المنشآت المنزوعة إلى الدولة التي تديرها حكومة من العمال والزراع لصالح المجموع، وبذلك يُقضى على الفقر وتحسن حالة الطبقات الكادحة.

كما يرى ماركس أن التطور الاقتصادي من ناحية وانتشار الديمقراطية من ناحية أخرى كفيلا بتحقيق آمال الاشتراكية المتطرفة التي يتزعمها، فالتطور الاقتصادي من شأنه زوال الملكيات الصغيرة، فهي لا تقوى على البقاء ومنافسة الملكيات الكبيرة التي يتوافر لها كل وسائل النجاح والإمكانات، في حين أن الملكيات الصغيرة من هذه الوسائل، ولذلك فمن المحتم إذا ظل النظام الرأسمالي قائماً أن تذوب الملكيات الصغيرة في الملكيات الكبيرة، وهكذا

(١) فيلسوف وسياسي وعالم اقتصاد ألماني، ولد سنة (١٨١٨م)، درس القانون في بون، والفلسفة في برلين، ترأس بعدها الاتحاد الدولي للعمال عام ١٨٧٢. ويُعدّ، مع صديقه فريدريك إنغلز المؤسس الأول للاشتراكية العلمية من أشهر مؤلفاته "بيان الحزب الشيوعي" بالتعاون مع فريدريك إنغلز، و"رأس المال" وغيرها، كان فيلسوفاً مادياً ملحداً بصورة عنيفة، وتعد الماركسية اليوم مذهباً واسع الانتشار في العالم، توفي سنة (١٨٨٣م).
انظر: الموسوعة العربية (١٧/٤٤٦).

كل ملكية كبيرة فيما هو أكبر منها إلى أن تصبح ملكية مصادر الانتاج في يد نفر قليل من الرأسماليين.

وبانتشار الديمقراطية وإعطاء حق الانتخاب لجميع المواطنين ستحصل الطبقة الكادحة من عمال وفلاحين على أغلبية أعضاء المجالس النيابية، وسيؤدي ذلك حتماً إلى اتخاذ الخطوات التالية من جانبها:

- ١- نزع الملكيات الزراعية والعقارية والصناعية من أصحابها وجعلها ملكاً للدولة.
- ٢- فرض الضرائب التصاعدية.
- ٣- تحريم الإرث.
- ٤- نزع ملكية المصارف وتوحيدها في مصرف واحد تديره الدولة.
- ٥- نزع ملكية وسائل النقل والمواصلات لتديرها الدولة.
- ٦- فرض العمل إجبارياً على جميع القادرين وتنظيم جيش من الصناع والزراع وتدريبهم.
- ٧- تعميم التعليم بجميع مراحلها مجاناً.
- ٨- تحريم تشغيل الأطفال إلى أن يبلغوا سن الرشد.
- ٩- إدخال الأشغال اليدوية في المدارس.

الثانية: نظرية التعاون:

يرى أصحاب هذه النظرية أن الاشتراكية العلمية تتطلب تدخلاً سافراً من الحكومات والبرلمانات، وهذا يتوقف على وجود وعي عام لا يتم تكوينه إلا في المدى الطويل. ولما كانت البطون الخاوية لا تستطيع الانتظار إلى أن يتكون هذا الوعي العام ويسترد جميع حقوقهم السياسة، ونادى أصحاب هذه النظرية بضرورة اتخاذ إجراء عاجل لحماية الطبقة العاملة ولتيسير سبل العيش أمامها فاتخذوا سبيلهم إلى التعاون كوسيلة لتحسين حال العمال

والفلاحين مادياً، وذلك بتجميع جهود هذه الطبقة الكادحة المتفرقة وتكوين كتلة قوية تنحسر عنها أمواج الحياة وهي باقية كالصخرة قوية لا تلين.

ومن أشهر دعاة التعاون في فرنسا الفيلسوف الفرنسي الاشتراكي (شارل فوريه)^(١)، وفكرة التعاون عنده قائمة على تجنب الوسيط من التجار والسماسة والمقاولين، وذلك بأن يشتري المستهلك حاجياته عن طريق جماعته المتعاونين معه مع المنتج مباشرة، وبذلك يوفرون لأنفسهم ربح الوسيط.

ومن دعاة التعاون في إنجلترا (وليم كنج)^(٢)، وقد سعى إلى نشر التعاون بقلمه في العديد من الصحف والمجلات، و(روبرت أوين)^(٣) وهو من مؤسسي الاشتراكية الإنجليزية وزعيم النهضة التعاونية الأولى الذي أخرج فكرته إلى حيز الوجود بواسطة تجاربه الكثيرة، فأنشأ عدة جماعات تعاونية داخل مصانعه وأدخل عليها كثيراً من الإصلاحات التي اقتضتها الظروف، وبذلك يعتبر (شارل فوريه) و(وليم كنج) و(روبرت أوين) الرواد الأوائل للتعاون.

(١) اشتراكي طوباوي فرنسي، ولد سنة (١٨٣٧م)، تُوِّي والده وكان سنّه تسع سنوات، مما ترك آثاراً سلبية في شخصيته التي اتسمت بالازدواجية، فهو العازب العنيد، الدقيق، المهووس، الموظف المنضبط، صاحب الرؤى، الحالم، المقتنع بأنه يحمل رسالة خلاص إلى البشرية المعذبة، أشهر مؤلفاته: "نظرية الحركات الأربع والمصائر العامة"، "المطول في الترابط الأهلي الزراعي"، "نظرية الوحدة الكونية"، قامت بعد موته محاولات عدة لوضع نظريته موضع التطبيق، لكنها لم تنجح مثلما أخفق هو من قبل، توفي سنة (١٧٧٢م). انظر: الموسوعة العربية (١٤/٧٦٧).

(٢) منظر اجتماعي إنكليزي، ولد سنة (١٧٨٦م)، كان يعيش في عصر أوين وتراوده نفس أحلامه وأمانيه، جمع في شخصيته بين خصائص الرجل العملي حيث كان طبيياً ناجحاً، وبين النزعة إلى الخير والرغبة في مساعدة الفقراء، وكان يطلق عليه طبيب الرجل الفقير، أنشأ مجلة (التعاوني) وكان لها تأثير وشهرة واسعين، توفي سنة (١٨٦٥م). انظر: د. كمال حمدي أبو الخير: فلسفة رواد التعاون (ص ٦٩).

(٣) منظر اجتماعي إنكليزي، ولد سنة (١٧٧١م)، يعد في الرواد الداعين للاشتراكية في العالم، وهو في الوقت ذاته رجل أعمال ورجل اجتماعي محب للخير، كانت له في حياته شهرة واسعة، وكان نابليون في منفاه في جزيرة إلبه يقرأ كتاباته، "النظرة الجديدة إلى المجتمع"، "العالم الأخلاقي الجديد"، توفي سنة (١٨٥٨م). انظر: الموسوعة العربية (٤/٣٣٥).

وكانت جمعية (روتشدیل) هي حجر الزاوية في صرح البناء التعاوني الكامل فقد استفاد أعضاؤها من التجارب السابقة التي مرت بها جماعات (وليم كنج) وغيرها ووضعت لنفسها الأنظمة والمبادئ الآتية:

- ١- شراء المواد والسلع من تاجر الجملة أو المنتج والبيع على الأعضاء بسعر التجزئة حتى لا يضطدموا بالمنشآت الرأسمالية المنافسة التي تركزت أقدامها في السوق؛ لأن الدخول في منافسة مع تلك المؤسسات قد يقضي على جمعيتهم الوليدة.
- ٢- البيع للأعضاء بالنقد حتى تكون مشتريات الاعضاء في حدود قدرتهم المالية، وحتى لا تتعرض أموال الجمعية للضياع في حالة البيع بالأجل ومبالغة الأعضاء في الشراء.
- ٣- الاشتراك بخصص في رأس المال تدفع عنها فائدة ثابتة لا تتعدى ٥%، وذلك من الفائض الصافي الذي تحققه الجمعية.
- ٤- تكوين مخصصات من الفائض الصافي للجمعية لنشر التعليم والتربية على الاخلاق وغرس الفضائل التي تبصر المرء بحقوقه وواجباته.
- ٥- إدارة الجمعية تتم على الطريقة الدستورية التي لا يمتاز فيها عضو على آخر في حق التصويت، فلكل عضو صوت واحد مهما كانت عدد الأسهم التي يمتلكها.
- ٦- لا يجوز للعضو أن يمتلك من أسهم الجمعية ما يزيد على خمس رأس مالها.
- ٧- إدارة الجمعية بالانتخاب وبدون أجر، ولكل فرد حق مراقبة أعمال اللجنة المكلفة بالإدارة.
- ٨- باب الجمعية مفتوح دائماً لمن يريد الاستفادة من الخدمات التي تؤديها الجمعية من الناحية الاقتصادية بالاشتراك في عضويتها، كما أن من حق كل عضو أن يترك الجمعية بالتنازل عن أسهمه لغيره من الأعضاء.
- ٩- لا بد من تخصيص جزء من الفائض ليكون احتياطياً للجمعية لتدعيم مركزها المالي.

١٠- يوزع الفائض الصافي على الأعضاء بعد خصم الاحتياطي والمعونة الاجتماعية والفائدة على رأس المال كعائد على المعاملات بنسبة مشتريات كل عضو. وقد وضع رواد (روتشديل)^(١) الخطة التالية:

١- البعد عن السياسة في كل ما يمس جمعيتهم، ولكن ذلك لا يمنعهم كأفراد من المطالبة بحقوقهم المسلوبة.

٢- البعد عن الأديان، فلا شأن للجمعية بالكفر والإلحاد وبمختلف المذاهب الدينية.

٣- تجنب الاحتكاك بأصحاب رؤوس الأموال حتى لا يتعرضوا لبطشهم ونقمتهم.

وبذلك قامت هذه الجمعية بوضع المبادئ الأساسية للتعاون كنظام اقتصادي يهدف إلى الحد من سيطرة رأس المال على مصادر الإنتاج وخدمة المصالح المشتركة لأعضاء الجمعيات التعاونية دون نظر على الأرباح.

وقد نحت الحركة التعاونية في إنجلترا الناحية الاستهلاكية، وفي ألمانيا ناحية الإقراض والتوريد الزراعي، وتشكلت باقي دول أوربة بما يلائم حاجات أهلها من الزراعة أو الاستهلاك أو الإنتاج.

وقد سارت الحركة التعاونية في أوربة على وفق هذه المبادئ والأسس واستطاعت فيما بعد أن تعيش جنباً إلى جنب مع باقي الأنظمة الاقتصادية الأخرى؛ كالرأسمالية في إنكلترا، والشيعوية في روسية، والنازية في ألمانية، والفاشية في إيطاليا، دون أن تحتك بها، بل سارت في طرقها المرسوم ووضعت لنفسها شعاراً هو: (الفرد للمجموع، والمجموع للفرد).

(١) من أولى الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في العالم، أنشئت ١٨٤٤ في (روتشديل) بإنجلترا أسسها ٢٨ نساجاً من (لانكشير) ممن تأثروا بنظريات روبرت أوين فافتتحوا مخزناً للبقالة بلغ من نجاحه أنهم تمكنوا من إنشاء مصنعين تعاونيين أحدهما للأحذية والثاني للنسيج، وقد وضعت هذه الجمعية القواعد الأساسية التي سار عليها التعاون الاستهلاكي فيما بعد. انظر: د. عادل هنيدي: اقتصاديات التعاون (ص ٤٦).

والغريب أن جميع الحكومات من نازية وشيوعية ورأسمالية قد احتضنت الحركة التعاونية ووضعت لها القوانين لحمايتها وتشجيعها مما أدى إلى نموها وازدهارها في مختلف بلدان أوربة، فتكونت الجمعيات التعاونية المحلية للمستهلكين والمنتجين وللإقراض الزراعي والصناعي، كما تكونت الجمعيات التعاونية العامة التي تضم في عضويتها الجمعيات المحلية وتغذيها بما تحتاج إليه، والهيئات والاتحادات التعاونية للإشراف والتوجيه ووضع الخطط وإصدار النشرات عن الحركة التعاونية لشرح أهدافها وتوضيح مراميها^(١).

المطلب الثاني: نشأة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت:

مرّت الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت مراحل متعددة، أوجزها في النقاط

التالية^(٢):

أولاً: مرحلة الأربعينات من القرن العشرين الميلادي:

كانت المدرسة المباركية أول مكان في الكويت يعرف التعاون، وكان ذلك سنة ١٩٤١م، ففي هذا التاريخ تأسست جمعية تعاونية استهلاكية بين طلاب هذه المدرسة، حيث تعلن إدارة المدرسة عن فتح باب المساهمة في الجمعية، فيشارك من شاء من الطلبة، وتشتري إدارة المدرسة بمجموع ما تحصل من نقود الطلبة بعض الحاجيات اليومية وتباع في جمعية المدرسة، وفي نهاية العام توزع الأرباح على الطلبة، كل بنسبة مساهمته. وهي كما ترى بداية صغيرة، وهذا شأن البدايات.

(١) انظر: لطفي محمود: المحاسبة في الجمعيات التعاونية (ص ٧-١)، د. كمال حمدي أبو الخير: التعاون الاستهلاكي

(ص ١٩-٨٢)، إدورد تيم و ج.أ.هاو: الحركة التعاونية (ص ١٨-٢٦، ٢٩-٣٩).

(٢) انظر: مساعد الكوس: التعاونيات الاستهلاكية بين التطبيق والتشريع (ص ١٣-٢٢)، د. فوزي الشاذلي وزميلاه:

الحركة التعاونية في دولة الكويت (ص ١٣-٣١).

ثانياً: مرحلة الخمسينات من القرن العشرين الميلادي:

في عام ١٩٥٢م انتشرت فكرة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بين المدارس، ومنها مدرسة صلاح الدين ومدرسة الشامية، ثم تطورت الفكرة واتسعت، ففي ١/٨/١٩٥٥م تأسست الجمعية التعاونية الاستهلاكية لموظفي دائرة الشؤون الاجتماعية^(١)، ثم تأسست بعدها الجمعية التعاونية الاستهلاكية لموظفي دائرة المعارف^(٢).

وكان الهدف من هاتين الجمعيتين هو توفير السلع الاستهلاكية لمنسوبي الدائرة وبيعها عليهم بسعر السوق، وتقديم الخدمات الاجتماعية والترفيهية لهم. ومن الجهة القانونية فإن هذا النوع من الجمعيات يُعد مؤسسة اجتماعية تخضع لقانون الأندية والمؤسسات الاجتماعية الصادر سنة ١٩٥٥م، إذ لم يصدر قانون التعاون بعد في تلك الفترة.

ثالثاً: مرحلة الستينات من القرن العشرين الميلادي:

قامت سياسة التخطيط العمراني لدولة الكويت الحديثة على تخصيص موقع متوسط في كل منطقة سكنية جديدة، ويكون هذا الموقع مركزاً لها، ويحتوي على ما تحتاجه المنطقة من أسواق، ومن ذلك منطقة الشويخ (ب)، فإنه لما قارب بناء المجمع التجاري في وسط المنطقة حاول مجموعة من سكان المنطقة فكان ذلك في ١٧/٣/١٩٦٠م، وأطلق عليها اسم (شركة الشويخ التعاونية)، وكونت لجنة مؤقتة لتأسيس الشركة التعاونية، وكان مجموع أعضائها عشرة.

وقد قامت اللجنة المؤقتة التأسيسية بدعوة سكان منطقة الشويخ (ب) للاكتتاب وشرحت لهم فكرة المشروع التعاوني فتحاول السكان مع اللجنة وأقبلوا على الاكتتاب، وقد فتح باب

(١) وهي اليوم: وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل.

(٢) وهي اليوم: وزارة التربية والتعليم.

التسجيل من يوم الاثنين ٢٥/١٢/١٩٦٠م لمدة أسبوع، وكان مقر الاكتتاب (مدرسة الغزالي) في نفس المنطقة، بلغ عدد الأعضاء (٢٣٤) عضوًا، وبلغ رأس المال (١٢٤٩٥) دينارًا كويتيًّا، وبلغت قيمة السهم الواحد سبعة دنانير ونصف.

ثم فتح باب الترشيح لعضوية مجلس إدارة الشركة وفاز بالعضوية سبعة من الأعضاء، وتم الافتتاح الرسمي في ٢٦/١٢/١٩٦٠م.

لقد كانت هذه الحادثة نقلة في مسيرة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية من حدود المدارس والدوائر الحكومية إلى نطاق أوسع، وهو المناطق السكنية.

وقد صدر في هذه الفترة دستور دولة الكويت في عام ١٩٦٢م الذي جاء فيه: «تشجع الدولة التعاون والادخار وتشرف على تنظيم الائتمان»^(١)، وهذا النص يدلُّ على ما يحظى به التعاون من تقدير الدولة وعنايتها.

لقد شهدت هذه المرحلة حدثًا لا يقل أهميةً عما سبق، وهو صدور قانون التعاون رقم (٢٠) سنة ١٩٦٢م، وهو قانون التعاون الأول، وكان ذلك بالتحديد في ٦/٨/١٩٦٢م.

بعد صدور القانون أشهرت جمعية كيفان التعاونية تحت رقم (١)، وهي بذلك أول جمعية يتم إشهارها بعد صدور قانون التعاون، وكان الإشهار في ١١/١١/١٩٦٢م، ثم تلتها جمعية الشامية حيث أشهرت في ٩/١٢/١٩٦٢م، ثم تتابعت الجمعيات فيما بعد.

رابعًا: مرحلة السبعينات من القرن العشرين الميلادي:

في عام ١٩٧٠م بلغ عدد الجمعيات (١٦) جمعية، وأهم أحداث هذه المرحلة صدور قانون التعاون رقم (٢٤) سنة ١٩٧٩م، وهو قانون التعاون الثاني، وكان ذلك بالتحديد في ١٤/٥/١٩٧٩م.

(١) دستور دولة الكويت (مادة ٢٣) ضمن مجموعة التشريعات الكويتية (١/٩١).

ومن الأحداث المهمة في هذه المرحلة إشهار اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، وكان ذلك في ٢٨/١١/١٩٧١م، وبإشهاره اكتمل بناء التعاون الاستهلاكي في دولة الكويت^(١).

خامسًا: مرحلة الثمانينات من القرن العشرين الميلادي وما بعدها^(٢):

تستحق هذه المرحلة أن تُسمى: مرحلة الترقى والازدهار، ولم تزل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في تقدم وتطور حتى وصلت اليوم إلى كونها المصدر الأول للمواطن الكويتي فيما يتعلق بالسلع والخدمات الاستهلاكية.

أُفسح المجال للأرقام أن تتحدث، في عام ٢٠٠٩م بلغ عدد الجمعيات المشهرة (٥٣) جمعية تعاونية استهلاكية، وبلغ عدد الفروع التي تديرها الجمعيات مباشرة (٧٠٦) فرعًا، وبلغ عدد فروع الاستثمار بالجمعيات (٣٦٩٧) فرعًا، وفي عام (٢٠٠٩م) بلغ إجمالي المبيعات (٥٧٦,٧٧٨,٣٠٦) مليون دينارًا.

إن هذه الأرقام لها دلالات واضحة على الأهمية الاقتصادية الكبيرة للجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت.

(١) خصصت المبحث الرابع من هذا الفصل للحديث عن اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، انظر (ص٥٣) من هذا البحث.

(٢) انظر: مساعد الكوس: التعاونيات الاستهلاكية بين التطبيق والتشريع (ص٢٨-٤٦).

المبحث الأول: تعريف وأحكام الجمعية التعاونية الاستهلاكية: وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف الجمعية التعاونية الاستهلاكية:

بين أيدينا ثلاث كلمات، هي: الجمعية، والتعاونية، والاستهلاكية، وكل كلمة منها لها مدلول مؤثر في المعنى الإجمالي، فلأفسرها واحدةً بعد واحدة، ثم أبين معناها الإجمالي.

أولاً: تعريف الجمعية:

الجمعية مصدرٌ صناعيٌّ من جمع^(١)، ومادة جمع أصلٌ واحدٌ يدلُّ على تضامِّ الشيء، واجتمع ضد تفرق، والرجل المجتمع: الذي بلغ أشده، ويُقال للحارية إذا شَبَّتْ: قد جمعت الثياب، أي: قد لبست الدرع والخمار والملحفة^(٢).

وأما في الاصطلاح فهي: طائفةٌ تتألف من أعضاء لغرضٍ خاصٍّ وفكرةٍ مشتركة، ومنها الجمعية الخيرية الإسلامية، والجمعية التشريعية، والجمعية التعاونية، والجمعية العلمية والأدبية^(٣).

ثانياً: تعريف التعاون:

التعاون في اللغة (تفاعلٌ) من العون، والعون: الظهير على الأمر^(٤)، وصيغة (تفاعل) تدل على أن الفعل بين اثنين فصاعداً^(٥)، وعليه: فالتعاون مظاهره اثنين فأكثر على حاجتهما. أما التعاون اصطلاحاً فهو: مذهبٌ اقتصادي، شعاره: الفرد للجماعة والجماعة للفرد،

(١) المصدر الصناعي: هو اسم تلحقه ياء النسبة وبعدها تاء للدلالة على صفة هذا الاسم، وفائدته: دلالة الاسم على معنى مجرد لم يكن فيه قبل الزيادة، مثل: وطن؛ اسم يدل على بقعة من الأرض، فإذا أضفت عليها الزيادة المذكورة فقلت: وطنية صار دالاً على وصف مجرد كحب الوطن والدفاع عنه والتعلق به.

انظر: د. عبداللطيف الخطيب: المستقصى في علم التصريف (١/٤٢٨).

(٢) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (١/٤٧٩)، الجوهري: الصحاح (١/٩٢٩).

(٣) المعجم الوسيط: (ص ١٣٥) مادة (جمع)، ورمزوا لكلمة الجمعية برمز (محدث)، ومعناه أنه اللفظ الذي استعمله المحدثون في العصر الحديث وشاع في لغة الحياة العامة، كما هو موضح في مقدمة المعجم الوسيط (ص ١٦).

(٤) انظر: ابن منظور: لسان العرب (٤/٤٧١)، والفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص ١٢١٧)، مادة (عون) من الكتابين.

(٥) انظر: الاسترآبادي: شرح شافية ابن الحاجب (١/١٠١).

ومظهره: تكوين جماعات للقيام بعمل مشترك لمصلحة الأعضاء والاستغناء عن الوسيط^(١).

ثالثاً: تعريف الاستهلاك:

الاستهلاك لغةً (استفعال) من هلك، ومادة هلك تدلُّ على كسرٍ وسقوط^(٢)، يُقال: هلك الرجل إذا مات، واستهلك المال: أنفقه وأنفده، وأهلكه: باعه، والمهلكة: المفازة، والتَّهْلُكَةُ: كل ما عاقبته إلى الهلاك، وتْهالك على الفراش: تساقط^(٣)، ومعنى صيغة (الاستفعال) هنا هو تعدية الفعل^(٤)، وعليه يقال: استهلك فلانُ المالَ بمعنى أهلكه.

والاستهلاك في الاصطلاح الاقتصادي هو: استعمال البضائع والخدمات، وهو عكس إنتاجها وتوزيعها، وهذا يعني شراء المستهلك الأخير لتلك البضائع والخدمات لتلبية احتياجاته، لا لإعادة بيعها أو تصنيعها^(٥).

رابعاً: المعنى الإجمالي للجمعية التعاونية الاستهلاكية:

عرفها بعضهم بأنها:

تعاونية يؤسسها مستهلكو منتجات أو خدمات معينة، كالحليب والبنزين أو الأطعمة أو خدمات مغاسل الملابس وغيرها، ويقومون بشراء تلك المنتجات أو الخدمات معاً بأسعار رخيصة ومناسبة لإعادة توزيعها فيما بعد على أعضاء التعاونية، وتقوم بعض تعاونيات المستهلكين ببيع منتجاتها في متاجر خاصة بها بالأسعار السائدة في السوق لأعضائها ولسائر أفراد الجمهور على السواء، وفي هذه الحالة تعاد الأرباح المتجمعة عادةً إلى أعضاء التعاونية على شكل حصص بنسبة قيمة مشتريات كل عضو^(٦).

وهذا التعريف واضح لكنه طويل.

(١) انظر: المعجم الوسيط (ص ٦٣٨)، ورمزوا لكلمة التعاون برمز (مج)، ومعناها أنه لفظ أقره مجمع اللغة العربية، كما هو موضح في مقدمة المعجم الوسيط (ص ١٦).

(٢) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (٦/٦٢).

(٣) انظر: ابن منظور: لسان العرب (٦/٣٤٧)، الفيروزآبادي (ص ٩٥٨)، مادة (هلك) من الكتابين.

(٤) انظر: الاسترأبادي: شرح شافية ابن الحاجب (١/١١١، ١١٣).

(٥) انظر: نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص ١٣٢).

(٦) المصدر السابق (ص ١٣١-١٣٢).

وعرف قانون التعاون الكويتي الجمعية التعاونية بأنها:

«كل جمعية ينشئها أشخاص طبيعون أو اعتباريون لأحكام هذا القانون - لمدة محددة أو غير محددة - بقصد الارتفاع بالمستوى المعيشي لأعضائها عن طرق اتباع المبادئ التعاونية التي تنص عليها اللائحة التنفيذية لهذا القانون»^(١).

ويؤخذ على هذا التعريف أمران:

١- قوله: «كل جمعية» تتوقف معرفته على معرفة المعلوم فيلزم الدور^(٢)، وهو غير جائز في التعاريف^(٣).

٢- لم يوضح التعريف مجالات عمل الجمعيات التعاونية.

وجاء في تقرير اللجنة الأمريكية عن التعاون في أوربة: «الجمعية التعاونية مشروع يمتلكه الأفراد الذين ينتفعون بخدماته، كما أنهم يقومون جميعاً بالإشراف عليه، ويقتسمون ما يجنيه المشروع بنسبة معاملاتهم مع الجمعية»^(٤).

واقترح أن تُعرف الجمعية التعاونية الاستهلاكية بأنها:

شركة مساهمة يكونها أفراد بهدف تحسين الحالة الاقتصادية والاجتماعية لأعضائها في مجال الاستهلاك باشتراك جهود الأعضاء متبعاً في ذلك المبادئ التعاونية. وهذا التعريف على إيجازه يفيد تصوراً لا بأس به لحقيقة الجمعية التعاونية الاستهلاكية، ومن الممكن أن يُعتبر التعريف الذي ذكرته أولاً كالشرح لهذا التعريف الأخير.

المطلب الثاني: أحكام الجمعية التعاونية الاستهلاكية:

المقصود بأحكام الجمعية التعاونية هو الأحكام القانونية التي:

١- لا تثبت الشخصية الاعتبارية للجمعية ولا يجوز لمؤسسيها التعاقد أو إجراء

(١) قانون التعاون برقم (٢٤)، (مادة ١)، (ص ٣)، ومن المهم ملاحظة أن هذا التعريف يشمل أنواع الجمعيات التعاونية، الاستهلاكية وغيرها.

(٢) الدور: هو توقف الشيء على ما يتوقف عليه.

انظر: الجرجاني: التعريفات (ص ١٤٠).

(٣) انظر: الأخضري: شرح السلم المرونق (ص ٧٨).

(٤) انظر: التعاون الاستهلاكي (ص ٩٠).

المعاملات باسمها أو قبول الاكتتاب في أسهمها إلا إذا سجلت وشهر نظامها طبقاً لأحكام هذا القانون، وتتولى وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل تسجيل الجمعيات التعاونية وشهر قيامها متى انطبقت عليها الشروط^(١).

٢- تكون أسهم الجمعية التعاونية اسمية^(٢) وغير قابلة للتجزئة، ولا يجوز الحجز عليها إلا وفاء لديون الجمعية، ولا يجوز تعليق قبول العضوية في الجمعية التعاونية على الاكتتاب في أكثر من خمسة أسهم، ولا يجوز أن يملك العضو الواحد من الأسهم أكثر من خمس رأس مال الجمعية، كما لا يجوز لأي شخص الاكتتاب في أكثر من جمعية واحدة تزاوُل نفس الغرض، وتحدد مسئولية أعضائها بقيمة الأسهم المكتتب بها منهم في الجمعية^(٣).

٣- يجوز للجمعيات التعاونية المشهورة وفقاً لأحكام قانون التعاون أن تستأجر وتشتري وتبيع وأن تُجري جميع التصرفات القانونية على الأراضي والمباني، على أن يكون ذلك بسبب عملها وطبقاً لأحكام اللائحة التنفيذية لقانون التعاون، كما يجوز لها أن تنشئ فروعاً في منطقة عملها تقوم بإدارتها والاشراف عليها، ولا يجوز للجمعية أن تنشئ فروعاً لها في غير منطقة عملها إلا بقرارٍ من وزير الشؤون الاجتماعية والعمل^(٤).

٤- يكون لكل جمعية تعاونية مراقب للحسابات من غير أعضائها، تعينه الجمعية العمومية سنوياً وتحدد مكافأته، ويُشترط أن يكون محاسباً قانونياً، ويتولى مراجعة حسابات الجمعية وجرد خزانتها ومخازنها ومراجعة حساباتها الختامية، وله في سبيل ذلك فحص دفاتر الجمعية وحساباتها ومستنداتها وعليه أن يوافي وزارة الشؤون

(١) قانون التعاون: (مادة ٢)، (ص ٤).

(٢) السهم الاسمي: هو الذي يحمل اسم صاحبه، وتثبت ملكيته بقيد اسم المساهم في سجل الشركة، ويقابله: السهم لحامله، والسهم للأمر.

انظر: د. أحمد الخليل: الأسهم والسندات وأحكامها (ص ٥٢).

(٣) قانون التعاون: (مادة ٣)، (ص ٤).

(٤) قانون التعاون: (مادة ٤)، (ص ٤).

الاجتماعية والعمل بما قد يطلب منه من بيانات أو إيضاحات^(١).

٥- تتولى وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل الرقابة والتفتيش على نشاط الجمعيات التعاونية وأعمالها وحساباتها للتحقق من سيرها وفق أحكام القانون والنظام الأساسي، ويتولى المفتشون المدوبون لهذا الغرض ضبط المخالفات والجرائم المنصوص عليها في هذا القانون والقرارات المنفذة له^(٢).

٦- لوزير الشؤون الاجتماعية والعمل أن يصدر قرارًا بجل الجمعية في الأحوال الآتية:

- إذا نقص عدد أعضائها عن العدد الذي تحدده اللائحة التنفيذية لهذا القانون.
- إذا فقدت أكثر من نصف رأسمالها وكان استمرارها داعياً للخسارة.
- إذا ثبت إخلالها بالتزاماتها المالية واهدافها التعاونية أو خروجها على القواعد التي قررها القانون.

- إذا اندمجت في جمعية أخرى.

ويصدر الوزير قرار الحل متضمناً تعيين المصفين وتحديد أجورهم ومدة عملهم، ولدوي الشأن الطعن في هذا القرار امام المحكمة الكلية خلال ثلاثين يوماً من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية^(٣).

٧- لوزير الشؤون الاجتماعية والعمل عند الاقتضاء أن يصدر قراراً مسبباً بجلّ مجلس إدارة الجمعية وتعيين مدير أو مجلس مؤقت لإدارتها، ويجوز أن يقتصر القرار على عزل أحد الأعضاء وتعيين من يقوم بعمله، ويتضمن القرار تحديد المدة التي يجب أن يتمّ خلالها انتخاب مجلس ادارة جديد أو انتخاب من يجل محل العضو المعزول، وعلى أعضاء المجلس المنحلّ والقائمين بالعمل في الجمعية أن يبادروا بتسليم جميع أموالها ومستنداتها إلى المدير أو المجلس المؤقت، كما يلتزم العضو المعزول بتسليم ما يكون بعهدته من هذه الاموال والمستندات إلى من عينه الوزير^(٤).

(١) قانون التعاون: (مادة ١٤)، (ص٩).

(٢) قانون التعاون: (مادة ٢٧)، (ص١٣).

(٣) قانون التعاون: (مادة ٣١)، (ص١٥).

(٤) قانون التعاون: (مادة ٣٥)، (ص١٧).

٨- يجوز بقرار من مجلس الوزراء إعفاء بعض أو كل الجمعيات التعاونية من بعض أو كل الرسوم الجمركية أو غيرها من الرسوم^(١).

(١) قانون التعاون: (مادة ٣٩)، (ص ١٩).

المبحث الثاني: تأسيس الجمعية التعاونية الاستهلاكية:

إن البحث في عقود التسويق ومحفزاته في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية ينبني على وجودها في الواقع، لذا كان هذا المبحث لبيان طريقة تأسيس الجمعية التعاونية وما يترتب على ذلك من ثبوت الشخصية الاعتبارية لها، ويسهم هذا المبحث كذلك في المزيد من التعريف والتصوير لحقيقة الجمعية التعاونية.

وسأذكر فيما يلي جملاً في هذا الشأن:

١ - يشترط لتأسيس أي جمعية تعاونية توافر الشروط الآتية:

- ألا يقل عدد المؤسسين عن خمسة عشر شخصاً.
- أن يكونوا جميعاً كويتيين بالغين من العمر واحد وعشرين سنة ميلادية كاملة. -
ألا يكون محكوماً عليه في جناية أو جنحة مخلة بالشرف والأمانة ما لم يكن قد رُدَّ إليه اعتباره.

- أن يجتمع المؤسسون في هيئة جمعية تأسيسية لتوقيع عقد تأسيس الجمعية ونظامها الأساسي وفقاً للأحكام الواردة بهذا القانون.

يشمل عقد تأسيس الجمعية: تاريخ تحريره ومكانه، واسم الجمعية، ونطاق عملها ونوعها وغرضها، وقيمة رأس مالها المدفوع، وقيمة السهم، وأسماء مؤسسيها وصناعتهم ومحال إقامتهم، وأسماء المفوضين في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتسجيل وشهر الجمعية^(١).

٢ - على المؤسسين دعوة الجمعية العمومية الأولى للانعقاد خلال ثلاثة أشهر من تاريخ شهر الجمعية وطرح أسهمها للاكتتاب، وذلك لانتخاب أول مجلس إدارة.
يكون المؤسسون مسئولين بطريق التضامن عما يرتبه تكوين الجمعية من التزامات لحين تسليم أموال الجمعية إلى مجلس الإدارة الأول وإذا تعذر تكوين الجمعية فليس لهم حق الرجوع على المكتتبين، أما إذا تكونت الجمعية فيرد إليهم ما تقره الجمعية

(١) قانون التعاون: (مادة ٥)، (ص ٥).

العمومية من مصروفات^(١).

ومؤدى تطبيق أحكام التضامن هو أنه في علاقتهم بالدائنين فإنه يمكن مطالبة أي منهم مجتمعين أو منفردين، أما فيما يتعلق بعلاقة بعضهم ببعض فإن كلا منهم يتحمل بقدر حصته^(٢).

٣- تنظر وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في تسجيل الجمعية التعاونية بناء على طلب يُقدم من المؤسسين ويرفق بالطلب المستندات التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

وتتولى الوزارة شهر الجمعية التي يتم تسجيلها بنشر عقد تأسيسها وملخص نظامها الأساسي في الجريدة الرسمية.

وللوزارة رفض طلب تسجيل الجمعية خلال شهر من تاريخ تقديمه مع بيان أسباب الرفض، ولها أن تدخل على النظام الأساسي ما تراه من التعديلات ضرورياً للمصلحة العامة.

وللمؤسسين خلال أسبوعين من إبلاغهم قرار الرفض أو التعديل التظلم منه أمام اللجنة التي تُبَيَّنُ تشكيّلها وإجراءات العمل بها اللائحة التنفيذية لهذا القانون، على أن تكون برئاسة وكيل وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل أو أحد وكلائها المساعدين، وعلى أن يكون من بين أعضائها مندوب عن الاتحاد التعاوني المختص إن وجد.

وتفصل اللجنة في التظلم خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إحالته إليها، ولا يعتبر قرارها نهائياً إلا بعد التصديق عليه من وزير الشؤون الاجتماعية والعمل^(٣).

٤- لا يعتد بأي تعديل في النظام الأساسي للجمعية إلا بعد تسجيله وشهره، ويرفق بالطلب المستندات التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

وتتولى الوزارة شهر التعديل الذي يتم تسجيله بنشره في الجريدة الرسمية، وللوزارة

(١) قانون التعاون: (مادة٦)، (ص٦).

(٢) انظر: المذكرة الإيضاحية لقانون التعاون (ص٢٣).

(٣) قانون التعاون: (مادة٨)، (ص٦).

رفض طلب التعديل خلال شهر من تاريخ تقديمه مع بيان أسباب الرفض.
ولمجلس إدارة الجمعية خلال أسبوعين من إبلاغ الجمعية بقرار الرفض التظلم منه
طبقاً لما هو منصوص عليه في المادة السابقة^(١).

(١) قانون التعاون: (مادة٩)، (ص٧).

المبحث الثالث: إدارة الجمعية التعاونية:

تعتبر الجمعية التعاونية منظمة يملكها ويديرها المساهمون حيث يتولون وضع السياسات العليا الكفيلة بتحقيق أهدافها ويراقبون تنفيذها بما يضمن سلامة التطبيق وعلى ذلك تعتبر الإدارة محور نجاح أو فشل الجمعيات التعاونية في تأدية دورها وتحقيق أهدافها ، حيث إنها تعتبر منظمات اقتصادية اجتماعية يلزم لممارسة أنشطتها بالكفاءة المطلوبة ضرورة إن تدار بالطرق والأساليب العلمية.

وتنقسم الإدارة بالجمعيات التعاونية إلى:

- ١ - الإدارة الذاتية: وتتمثل في الجمعية العمومية ومجلس الإدارة.
 - ٢ - الإدارة التنفيذية: وتتمثل في مدير الجمعية والجهاز الوظيفي التابع له.
- علماً بأن كلا النوعين يكمل كل منها الآخر ولا يمكن نجاح المنظمة التعاونية بدون أحدهما، وبدون التفاهم والتنسيق فيما بينهما من أجل تحقيق أغراضها.
- وسأتناول كل قسم في مطلب مستقل:

المطلب الأول: الإدارة الذاتية للجمعية التعاونية^(١):

الإدارة الذاتية تشمل: الجمعية العمومية، ومجلس الإدارة، وبيان ذلك فيما يلي:

أولاً: الجمعية العمومية:

تعتبر السلطة العليا، ومصدر القرارات في المنظمات التعاونية، وقراراتها تجبُّ كافة القرارات، وتتكون الجمعية العمومية بالمنظمات التعاونية العاملة في دولة الكويت من الأعضاء العاملين المكتتبين في الجمعية والبالغين من العمر إحدى وعشرين سنة، والمساهمين في الجمعية خلال السنة المالية السابقة^(٢)، ولكل عضو صوت واحد مهما كان عدد الأسهم التي يملكها ولا يجوز

(١) انظر: د. فوزي الشاذلي و عبدالرحمن المضاحكة: الحركة التعاونية في دولة الكويت (ص ١١٥-١٢٤).

(٢) سمحت المادة (١٠) من قانون التعاون الكويتي للأشخاص الذين يقل عمرهم عن إحدى وعشرين سنة باكتساب العضوية بالجمعيات بصفتهم أعضاء منتسبون، يحق لهم فقط الحصول على نصيبهم فيها يوزع من أرباح، ولا يحق لهم المشاركة في إدارة الجمعية وتوجيهها والرقابة على أعمالها، كما لا يحق لهم حضور اجتماعات الجمعية العمومية والترشيح والتصويت والانتخاب والإدلاء بالرأي بها.

له إنابة غيره في الحضور بدلا منه في اجتماعات الجمعية العمومية التي تنعقد إما بصورة عادية أو غير عادية.

الجمعية العمومية العادية:

تنعقد الجمعية العمومية بصورة عادية سنويا خلال الأربعة أشهر التالية لانتهاؤ السنة المالية وذلك للنظر في الموضوعات التالية^(١):

- ١- اعتماد الميزانية العمومية والتصديق على الحسابات السنوية .
 - ٢- التصديق على تقارير مجلس الادارة ومراقب الحسابات .
 - ٣- انتخاب أعضاء جدد لمجلس الادارة .
 - ٤- تعيين مراقب حسابات للجمعية وتحديد مكافأته .
- هذا بالإضافة إلى الموضوعات الاخرى الواردة في جدول الاعمال .
- كما يجوز دعوة الجمعية العمومية بصورة عادية أيضاً بناء على طلب من وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل أو من عُشر عدد أعضاء الجمعية العاملين أو أغلبية أعضاء مجلس الادارة على أن يبين في الدعوة المسائل التي دعت من أجلها الجمعية العمومية للانعقاد.
- ومن الجدير بالذكر أن اجتماع الجمعية العمومية العادية لا يعتبر صحيحاً إلا بحضور أغلبية أعضائها العاملين، وفي حالة عدم اكتمال النصاب يؤجل الاجتماع إلى موعد آخر خلال خمسة عشر يوماً على الأكثر من الاجتماع الأول ويعتبر الاجتماع الثاني صحيحاً بحضور خمسة وعشرين عضواً على الأقل.

الجمعية العمومية غير العادية:

- تنعقد الجمعية العمومية بصورة غير عادية بناء على طلب أي من :
- ١- خمس عدد أعضاء الجمعية العاملين.
 - ٢- أغلبية أعضاء مجلس الادارة.
 - ٣- وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل.
 - ٤- مراقب الحسابات المعين من قبل الجمعية العمومية.

(١) قانون التعاون: (مادة ١١)، (ص ٨).

وتختص الجمعية العمومية غير العادية بالنظر في الموضوعات التالية^(١):

- ١- تعديل نظام الجمعية .
- ٢- إدماج الجمعية في جمعية أخرى .
- ٣- حل الجمعية قبل الاجل المعين لها .

ومما يجدر الاشارة إليه أن اجتماع الجمعية العمومية غير العادية لا يعتبر صحيحاً إلا بحضور ثلثي أعضاء الجمعية العاملين، وفي حالة عدم اكتمال النصاب يؤجل الاجتماع ستة أشهر على الأقل، فإذا لم يكتمل النصاب في الاجتماع الثاني اعتبر الموضوع الذي كان سيعرض مرفوضاً.

ويرأس اجتماعات الجمعية العمومية في حالة انعقادها بصورة عادية أو غير عادية رئيس مجلس الإدارة وفي حالة غيابه يجلس محله نائب الرئيس، وفي حالة غيابهما يرأسها أكبر أعضاء مجلس الادارة الحاضرين سنّاً وتصدر القرارات بأغلبية اصوات الحاضرين.

ثانياً: مجلس الادارة:

نظراً لكثرة عدد أعضاء الجمعية العمومية فإنه من الصعب عليها مباشرة تنفيذ السياسات التي تضعها لتحقيق أهداف المنظمة التعاونية، ومن ثمَّ لجأت إلى انتخاب مجموعة من بين أعضائها تفوضهم السلطة ليشاؤوا إدارة أعمال الجمعية التعاونية نيابة عنها، على أن يتقدموا لها بتقرير بنتائج الأعمال كل عام أو كلما تطلب الأمر ذلك، وهذه المجموعة يُطلق عليها: (مجلس الادارة)، والذي يعتبر طبقاً لهذا المفهوم وكيلاً عن جميع أعضاء الجمعية في مواجهة الغير، وفي نفس الوقت مسئولاً أمام الأعضاء عن جميع الأعمال.

وفي دولة الكويت يتكون في كل جمعية مجلس إدارة تنتخبه جمعيتها العمومية من بين أعضائها العاملين بالاقتراع السري، ويتفاوت عدد أعضاء المجلس من جمعية إلى أخرى على ألا يقل عدد الأعضاء في أي جمعية عن ستة، ولا يزيد عن تسعة أعضاء^(٢)، ومدة العضوية بالمجلس ثلاث سنوات، ويسقط من أعضائه الثلث سنوياً بالقرعة ويعاد انتخاب غيرهم، ويجوز للجمعية العمومية إعادة انتخاب العضو مرة أخرى بعد إسقاط عضويته.

(١) المصدر السابق.

(٢) قانون التعاون: (مادة ١١)، (ص ٨).

وقد أجاز قانون التعاون الكويتي لوزير الشؤون الاجتماعية والعمل أن يعين بالإضافة إلى الأعضاء المنتخبين عضواً أو أكثر في مجلس الإدارة بحيث لا يتجاوز عدد الأعضاء المعينين عن ثلث عدد الأعضاء المنتخبين ويكون التعيين لمدة سنة قابلة للتجديد، وفي حالة ما إذا خلت بعض مقاعد في مجلس الإدارة لأي سبب من الأسباب، فعلى المجلس أن يضم إلى عضويته بدلاً منهم من الأعضاء الاحتياطيين الذين انتخبوا في آخر جمعية عمومية بحد أقصى ثلاثة أعضاء، وبترتيب الأصوات الحاصل عليها كل منهم ولنفس المدة المتبقية للأعضاء الذين خلت مقاعدهم.

ويجتمع مجلس الإدارة دورياً بواقع مرة على الأقل شهرياً، ويُنْتخَبُ في أول اجتماع له من بين أعضائه ولمدة سنة هيئة إدارية تتكون من رئيس ونائب للرئيس وأمين للصندوق وأمين للسر ويشترط لصحة انعقاد جلسات المجلس حضور أغلبية أعضائه^(١)، على أن يكون من بينهم الرئيس أو نائبه وتصدر القرارات بأغلبية أصوات الحاضرين فإذا تساوت يرجح الجانب الذي منه الرئيس^(٢).

ويتولى مجلس الإدارة تعيين مدير للجمعية ليقوم بتصريف شئونها المالية والإدارية وذلك من غير أعضاء المجلس، هذا بالإضافة إلى أنه يجوز للمجلس أن يعين لجاناً فرعية من بين أعضائه أو من غيرهم لمباشرة ما يعهد إليها من أعمال من قبل المجلس الذي يحدد صلاحيتها ومسئوليتها ومدة عملها، مثل: (لجنة شئون العاملين - لجنة المشتريات..). ونحوها.

علماً بأن العمل بمجلس الإدارة تطوعي ودون مقابل^(٣)، كما يحظر على عضو المجلس أن يزاول لحسابه بطريق مباشر أو غير مباشر أو لحساب غيره أعمالاً من نوع الأعمال التي تزاولها

(١) لضمان توافر النصاب لانعقاد مجلس الإدارة فلقد اعتبرت المادة (٣١) من النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية عضو مجلس الإدارة مستقياً إذا تغيب عن حضور جلسات المجلس ثلاث مرات متتالية أو خمس مرات متفاوتة سنوياً عذر يقبله المجلس.

(٢) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (مادة ٢٣)، (ص ٥٥).

(٣) أجازت المادة (١٨) من قانون التعاون للجمعية العمومية أن تصدر قراراً بمنح مكافآت لمجلس إدارة الجمعية لحسن الإدارة بحيث لا يزيد مجموعها عن ١٠% من صافي الربح أو بالحد الأقصى الذي يحدده قرار من وزير الشؤون الاجتماعية والعمل سنوياً (حدد الوزير الحد الأقصى لمكافأة عضو مجلس الإدارة بـ ١٥٠٠ دينار كويتي كحد أقصى سنوياً وذلك بالقرار الوزاري رقم (٢) لسنة ١٩٨٢م).

الجمعية أو أعمالاً تتعارض مع مصالحها.

اختصاصات مجلس الإدارة:

يعتبر مجلس إدارة الجمعية مسئولاً أمام الغير والجمعية وأعضائها عن أي أخطاء في السياسة التمويلية أو التعاونية أو في التنظيم والإدارة، كما يختص المجلس بصفة خاصة بما يلي^(١):

١- تحقيق الأغراض والأهداف التي قامت الجمعية من أجلها، ووضع السياسات البعيدة المدى التي يراها كفيلة بتحقيق هذه الأهداف، واتخاذ ما يمكن اتخاذه من وسائل لمواجهة احتياجات الجمعية في المستقبل، والتأكد من ضمان نجاحها وازدهارها.

٢- وضع خطة سليمة للتنظيم تتيح للجمعية وأقسامها وفروعها أن تؤدي وظائفها بأكثر قدر ممكن من الكفاية لتحقيق الأهداف التي تتطلع إليها.

٣- الإشراف على شئون الجمعية وأنشطتها ومتابعة سير العمل بها.

٤- وضع ذوي الكفايات في المناصب الرئيسية حتى يقوم الشعور بالاطمئنان إلى سلامة الجهود التي تبذل لتنفيذ سياسة الجمعية.

٥- اتباع وسائل فعالة للرقابة تضمن الحصول على نتائج مرضية.

٦- دعوة الجمعية العمومية للانعقاد والعمل على تنفيذ قراراتها وتوصياتها وتقديم تقرير لها عن مشروعات وأنشطة الجمعية الحالية والمستقبلية متضمناً مركزها المالي^(٢).

٧- الإشراف على الفروع التابعة للجمعية.

٨- ترشيح عدد من مراقبي الحسابات وعرضهم على الجمعية العمومية لاختيار مراقب لحسابات الجمعية.

٩- الإشراف على إعداد الحسابات الختامية والميزانية العمومية للسنة المنتهية وعرضها على مراقب الحسابات لفحصها قبل موعد انعقاد الجمعية العمومية العادية بشهرين على الأقل.

١٠- البت في طلبات العضوية المقدمة من راغي الانضمام للجمعية في مدى شهر على الأكثر، وفي حالة الرفض توضح المسببات.

١١- فصل العضو من الجمعية وذلك في الحالات التالية:

(١) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (مادة ١٩)، (ص ٥٢).

(٢) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (المادة ٣٣)، (ص ٥٧).

* إذا قام بأعمال تضر بالجمعية أو من شأنها زعزعة الثقة بالجمعية أو بنشاطها.

* إذا فقد شرطاً من شروط العضوية.

١٢- عرض الطعون المقدمة من الذين رفضت طلبات عضويتهم أو الأعضاء الذين تم فصلهم على أول جمعية عمومية.

١٣- إسقاط عضوية ثلث أعضاء مجلس الإدارة سنويًا وفتح باب الترشيح لعضوية المجلس لمدة شهر كامل في الفترة ما بين انتهاء السنة المالية وموعد انعقاد الجمعية العمومية والاعلان عن موعد ذلك في جريدتين محليتين على الأقل.

١٤- موافاة وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل بالآتي:

* نسخة من قرار تعيين المدير، والاختصاصات المخولة له، والواجبات المفروضة عليه.

* نسخة من تقرير مراقب الحسابات قبل موعد انعقاد الجمعية العمومية العادية بشهر على الأقل.

* نسخة من تقرير مجلس الإدارة عن مشروعات الجمعية الحالية والمستقبلية ومركزها المالي قبل موعد انعقاد الجمعية العمومية بشهر على الأقل.

١٥- مناقشة تقارير الجهات المعنية، مثل: (وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل - وزارة التجارة بلدية الكويت..) وغيرهما، وإعداد الرد عليها والعمل على تلافي ما ورد بها من مخالفات وبحث مسبباتها.

١٦- الطعن في قرار وزارة الشؤون الاجتماعية الخاصة بوقف تنفيذ أي قرار تصدره الهيئات القائمة بإدارة الجمعية خلال أسبوعين من إبلاغها بالقرار أمام اللجنة المنصوص عليها في المادة (٨) من قانون التعاون رقم (٢٤) لسنة ١٩٧٩م.

كما يتولى مجلس الإدارة في أول اجتماع له انتخاب الهيئة الإدارية من بين أعضائه، وذلك لتتولى متابعة سير العمل بالمنظمة التعاونية.

وتتشكل الهيئة الادارية من رئيس مجلس الادارة ونائب الرئيس وامين الصندوق.

ويختص رئيس الإدارة بالاختصاصات التالية^(١):

- * تمثيل الجمعية أمام القضاء ولدى الغير.
 - * متابعة تنفيذ القرارات التي يصدرها مجلس الإدارة.
 - * دعوة مجلس الإدارة للاجتماع مرة على الأقل شهريا أو كلما وجد ضرورة لذلك.
 - * دعوة الجمعية العمومية للاجتماع السنوي العادي خلال الأربعة أشهر التالية لانتهاؤ السنة المالية بعد أن يقرر المجلس ذلك، وكذلك دعوتها للانعقاد في أي وقت بهيئة عادية أو غير عادية.
 - * تولي رئاسة جلسات مجلس الإدارة التي تعقد في حضوره وإدارة الجلسة والتوقيع على محاضر اجتماعات مجلس الإدارة مع أمين السر.
 - * تولي رئاسة الجمعية العمومية وإدارتها وتعيين ملاحظي التصويت بموافقة الجمعية العمومية والتوقيع على محاضر اجتماعات الجمعية العمومية مع أمين السر وملاحظي التصويت.
 - * التوقيع على جميع رسائل ومكاتبات الجمعية وعلى الشيكات ومعاملات البنوك ويختص نائب الرئيس بجميع الاعمال المذكورة آنفاً في حالة غياب الرئيس أو قيام المانع به.
- ## ويختص أمين سر الجمعية بما يلي^(٢):

- * تحرير دعوات انعقاد مجلس الإدارة والجمعية العمومية والاشتراك مع الرئيس في تحديد جدول الأعمال.
- * تحرير محاضر انعقاد مجلس الإدارة والجمعية العمومية والتوقيع عليها مع الرئيس.
- * تحرير المراسلات الخاصة بالمجلس وتسليم المكاتبات الواردة إليه وعرضها على المجلس.
- * الاشراف على إمساك السجلات والدفاتر الادارية.
- * إرسال الأوراق المطلوب إرسالها إلى الوزارة في مواعيدها.
- * حفظ كافة أوراق الجمعية ومستنداتها.
- * قبول أوراق وطلبات الأعضاء الراغبين في ترشيح أنفسهم لعضوية مجلس إدارة الجمعية.

(١) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (مادة ١٨، ٢٠)، (ص ٥٢، ٥٣).

(٢) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (مادة ٢١)، (ص ٥٤).

كما يختص امين الصندوق بما يلي^(١):

- * الإشراف على أمساك السجلات والدفاتر الحسابية.
- * التوقيع مع رئيس مجلس الإدارة أو نائبه على الشيكات ومعاملات البنوك.
- * الاحتفاظ بسلفة مستديمة يحددها مجلس الإدارة بحد أقصى قدره ١٠٠٠ دينار كويتي للصرف منها على الأمور العاجلة.
- * إمداد مراقب الحسابات ومفتش وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل بجميع البيانات التي يطلبونها .
- * الإشراف على إعداد الحساب الختامي وحساب الأرباح والخسائر.
- * الاحتفاظ بالضمانات وعقود القروض والرهنونات والإيصالات وأذونات الصرف وكافة الأوراق التي لها قيمة مالية.
- * تحصيل أموال أو ديون الجمعية في مواعيد استحقاقها.

المطلب الثاني: الإدارة التنفيذية^(٢):

- وتتمثل في مدير الجمعية والجهاز الوظيفي التابع له وهي التي تتولي تحقيق أهداف الجمعية ووضعها موضع التنفيذ من خلال الخطط والسياسات والبرامج المختلفة، هذا بالإضافة إلى تسيير شؤون الجمعية الإدارية والمالية، وتنفيذ ما يوكل إليها من مهام من قبل مجلس الإدارة أو الجمعية العمومية.
- ويعين مجلس الإدارة مديراً ليتولى تصريف الشؤون المالية والإدارية من غير أعضائه، ويحدد اختصاصاته وواجباته، ويكون مسئولاً عن أعماله في مواجهة الجمعية العمومية، ويحظر على المدير أن يقوم لحسابه أو لحساب الغير بأي عمل من الأعمال التي تزاولها الجمعية أو تتعارض مع مصالحها.
- كما يتولى المدير بالتنسيق مع مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عنه تعيين الأجهزة الوظيفية التي تساعد على تحقيق أغراض الجمعية بالكفاءة والكيفية المطلوبة.

(١) النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية: (مادة ٢٢)، (ص ٥٥).

(٢) انظر: د. فوزي الشاذلي و عبدالرحمن المضاحكة: الحركة التعاونية في دولة الكويت (ص ١٢٤-١٢٥).

المبحث الرابع: اتحاد الجمعيات التعاونية:

انطلاقاً من حقيقة أن الفرد لا يستطيع أن يحقق بمفرده ما تحققه الجماعة، وكذلك الجمعية التعاونية، فإنها تحقق مجتمعة ما لا تحققه منفردة.

وتطبيقاً لما ورد في قانون التعاون الكويتي قامت الجمعيات التعاونية المشهورة في عام ١٩٧١م بإنشاء اتحاد لها يكون بداية ومنطلقاً للعمل التعاوني المنظم، ومتحدثاً رسمياً للحركة التعاونية الاستهلاكية الكويتية.

ويتألف هذا الاتحاد من جميع الجمعيات التعاونية التي تمارس نشاطها الاستهلاكي في دولة الكويت، وتعتبر قراراته ملزمة لجميع الجمعيات الأعضاء فيه بحكم القانون.

ويتولى الاتحاد تحقيق الاهداف التالية:

- ١- تمثيل جميع أعضائه أمام الهيئات الرسمية وغير الرسمية، المحلية والعربية والدولية.
- ٢- قيادة الحركة التعاونية الاستهلاكية في الكويت، والعمل على حمايتها، والدفاع عن مصالح أعضاء الاتحاد المادية والمعنوية.
- ٣- نشر الوعي التعاوني الاستهلاكي في الكويت، وتنمية العضوية في الحركة التعاونية الاستهلاكية.
- ٤- تنظيم الحركة التعاونية الاستهلاكية والتنسيق بين نشاطات الجمعيات التعاونية الاستهلاكية الأعضاء وتحقيق الانسجام فيما بينها.
- ٥- العمل على رفع كفاءة الأداء في الجمعيات الأعضاء بما يحقق أهداف الحركة التعاونية الاستهلاكية ويمكنها من تقديم أفضل الخدمات للمستهلكين.
- ٦- القيام بالخدمات المشتركة من شراءٍ محلي وخارجي وإنشاء وحدات إنتاجية وما يتبع ذلك من أنشطة معونة مما يترتب عليه تخفيض النفقات ورفع مستوى الخدمات في الجمعيات الأعضاء، ومن ذلك: إنشاء وحدات لصيانة المعدات ووسائل النقل.
- ٧- العمل على الحد من الارتفاع المصطنع لأسعار السلع الاستهلاكية حمايةً للمستهلك، والعمل على توحيد أسعارها في كافة الجمعيات التعاونية.

الأساليب والاختصاصات التي يحقق بها الاتحاد أهدافه:

- ١- القيام بالدراسات والبحوث في كافة المجالات المرتبطة بنشاط الاتحاد ونشاط أعضائه.
 - ٢- تقديم النصح والمشورة والخبرة الفنية للجمعيات الأعضاء في الأعضاء.
 - ٣- السعي بكافة الطرق والأساليب الممكنة لحل المشاكل والأخطاء التي قد توجد في أي جمعية من الجمعيات الأعضاء بناء على طلب من الجمعية المعنية.
 - ٤- العمل على حسم أي خلافات تنشأ فيما بين الجمعيات الأعضاء بناء على طلب أطراف الخلاف، ويكون قرار الاتحاد ملزماً.
 - ٥- تنظيم الدورات التدريبية للعاملين في الحقل التعاوني والإشراف على تنفيذها، وعقد الندوات وإلقاء المحاضرات لتعميق الفكر التعاوني وتأصيله.
 - ٦- تولي مهام الإعلام والنشر لخدمة أهداف الحركة التعاونية.
 - ٧- إنشاء صندوق للتمويل، تساهم فيه الجمعيات التعاونية لخدمة الأغراض الاقتصادية التي بها الاتحاد لصالح الجمعيات في إطار اللائحة الخاصة بالصندوق.
- وبعدما أصبحت الحركة التعاونية الاستهلاكية رائدة في الكويت وذات أبعاد اقتصادية واجتماعية لم تعش بمعزل عن الحياة الاقتصادية في الدولة بل ساهمت في نهضة ودعم الشركات الوطنية وتنشيط التجارة الداخلية والخارجية وتفاعلت مع المشكلات الاقتصادية على النحو التالي:

أولاً: نظراً لأن ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية وغيرها يشكل عبئاً لا يُستهان به على دخل الفرد، وأن هذا الارتفاع قد لا يكون راجعاً إلى أسباب حقيقية، بل إلى أسباب قد تكون مصطنعة الأمر الذي أدى بالاتحاد إلى وضع سياسة أقرها مجلس إدارته في نهاية ١٩٧٩م ووضع ضوابط لمعالجة هذه الظاهرة بما يكفل حماية المستهلكين، وبدأ بتنفيذ هذه السياسة في بداية سنة ١٩٨٠م.

وهذه السياسة تحقّق الأهداف التالية:

- ١- اطمئنان المستهلكين إلى أن هناك جهة مسؤولة هي اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، تتحرى الدقة في أسعار السلع، وأن أي زيادة في الأسعار هي إلى حدّ كبير ليست زيادة محلية مصطنعة، بل هي زيادة تتمشى مع الأسعار العالمية التي لا

يمكن لأحد أن يتحكم بها أو يوقفها.

٢- استقرار وثبات أسعار السلع الاستهلاكية إلى أطول فترة زمنية ممكنة.

٣- توحيد أسعار البيع في جميع الجمعيات التعاونية للسلع الاستهلاكية الخاضعة لهذه السياسة.

ثانياً: إن المرحلة الاقتصادية في حياة الاتحاد كانت مرحلة متميزة عن غيرها من المراحل السابقة، وذلك لكونها مرتبطة ارتباطاً مباشراً بمصالح المستهلكين، فقد انتهج الاتحاد سياسة الشراء الجماعي والاستيراد المباشر من الخارج في عام ١٩٨١م بقصد تحقيق الأهداف التالية:

١- توفير بدائل بعلامة تعاونية وبأسعار أقل من أسعار مثيلاتها في السوق لترشيد أسعار السلع الأخرى المماثلة لها في الشكل والجودة.

٢- توفير نسبة أمن غذائي للدولة في حالة وضع خطة استراتيجية لتوزيع المواد الغذائية الضرورية في حالة الطوارئ.

٣- دعم الاقتصاد الوطني، وذلك بتشجيع الصناعات الوطنية والتعاقد معها على كميات كبيرة من المواد التي تنتجها.

وقد تميزت المرحلة الحالية لاتحاد الجمعيات التعاونية بالاهتمام بالتدريب التعاوني باعتباره ركيزة من أهم ركائز تنمية الثروة البشرية المتمثلة في الأيدي العاملة خاصة الوطنية، وقد تجلت اهتمامات الاتحاد بالتدريب في الآتي:

١- أنشأ الاتحاد ضمن تنظيماته الإدارية قسماً خاصاً لتخطيط البرامج التدريبية لكافة المستويات الوظيفية على مستوى الإدارة العليا والإدارة التنفيذية، وقد نفذ الاتحاد العديد من البرامج التدريبية.

٢- قررت الجمعية العمومية للاتحاد في كل عام احتجاز جزء من الأرباح الصافية للاتحاد وتخصيصها للتدريب التعاوني.

٣- أصدر مجلس إدارة الاتحاد قراراً بضرورة اشتراك الجمعيات التعاونية في الدورات التدريبية التي يقيمها، وراعى في وضع خطط التدريب ظروف العمل في الجمعيات الأعضاء حتى يتمكن من تنفيذ القرار بسهولة، وهذا القرار يعكس حرص الاتحاد على تنمية الثروة البشرية في مجال العمل التعاوني.

٤- يحرص الاتحاد على إرسال العاملين فيه وفي الجمعيات الأعضاء إلى دورات تدريبية خارج البلاد، سواء في دول عربية أو أجنبية، وذلك بغرض تأهيل العاملين في مجال التعاون.

٥- أصدر الاتحاد تعميماً إلى الجمعيات التعاونية طالبهم فيه بإتاحة الفرصة للطلبة الكويتيين للعمل خلال عطلة منتصف العام والعطلة الصيفية لصقل مواهبهم وإكسابهم الخبرات العملية التي تساعدكم عند الالتحاق بالعمل مقابل أجور رمزية، وهدف الاتحاد من ذلك تأهيل أبناء الوطن لتحمل مسؤولية العمل التعاوني.

٦- أشرك الاتحاد الكوادر الكويتية العاملة في الحركة التعاونية في تنفيذ بعض البرامج التدريبية في مجالات التعاون المختلفة.

وقد قام الاتحاد بإصدار مجلة شهرية متخصصة باسم (التعاون)، وذلك منذ عام ١٩٧٩م كما اشترك في البرامج الإذاعية وبرامج التلفاز حول التعاون وأعدّ أفلاماً وثائقية عن الحركة التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت.

ويضم الاتحاد مكتبةً تعاونية متخصصة تحتوي على مراجع وكتب تعاونية وأخرى ذات صلة بالتعاون بهدف الارتقاء بفكر التعاونيين في البلاد ونشر الوعي والثقافة التعاونية بين أفراد المجتمع.

الموارد المالية في الاتحاد:

تتكون الموارد المالية للاتحاد من المصادر التالية:

١- رسوم الانضمام للاتحاد وقدرها (٥٠٠) ديناراً كويتياً غير قابلة للاسترداد، ويجوز لمجلس إدارة الاتحاد إعفاء الجمعية كلياً أو جزئياً منها.

٢- الاشتراكات التي تُسهم بها الجمعيات الأعضاء حسبما يقرره مجلس إدارة الاتحاد.

٣- المساعدات الحكومية والأهلية أي موارد أخرى يقبلها مجلس إدارة الاتحاد.

العضوية في الاتحاد:

يتألف الاتحاد من الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت، المشهرة وفقاً لأحكام قانون التعاون.

وتكون مجلس إدارة الاتحاد من ممثل واحد لكل جمعية من الجمعيات المنضمة للاتحاد،

وهذا الممثل يختاره مجلس إدارة الجمعية من بين أعضائه، كما يختار عضواً احتياطياً ينوب عنه في حالة غيابه، وذلك لمدة سنة واحدة تتجدد تلقائياً ما لم تُخطر الجمعية بخلاف ذلك. ومجلس إدارة الجمعية في حالة الضرورة أن يستبدل أحدهما أو كليهما، وعلى كل جمعية أن تُخطر الاتحاد بمن يمثلها.

وينتخب مجلس إدارة الاتحاد من بين أعضائه رئيساً لمدة سنة قابلة للتجديد، ونائباً للرئيس وأميناً للسر وأميناً للصندوق، ويصبح رئيس مجلس الإدارة بحكم منصبه رئيساً للاتحاد ويمثله أمام الغير وأمام القضاء، ويحل نائب الرئيس محل الرئيس في غيابه. ويشكل مجلس الإدارة من بين أعضائه الهيئات التالية:

١- مجلس تنفيذي، ودوره تصريف الشؤون العمل اليومية في حدود الصلاحيات التي يخولها له النظام الأساسي للاتحاد أو أي أعمال أخرى يكلفه فيها مجلس الإدارة على أن يقدم تقارير دورية إلى المجلس، ويتكون من تسعة أعضاء على النحو التالي:

- أ- رئيس الاتحاد رئيساً للمجلس التنفيذي.
- ب- نائب رئيس الاتحاد نائباً لرئيس المجلس.
- ت- أمين سر الاتحاد أميناً لسر المجلس.
- ث- أمين الصندوق عضواً.
- ج- رؤساء اللجان الثلاثة الأساسية المنصوص عليها في النظام الأساسي، وهي: لجنة الشؤون الإدارية والتنظيمية، واللجنة المالية، ولجنة الإعلام والعلاقات العامة.

ح- عضوان ينتخبهما مجلس الغدارة من بين أعضائه في أول اجتماع له بعد الاجتماع السنوي للجمعية العمومية للاتحاد.

٢- يؤلف مجلس إدارة الاتحاد من بين أعضائه لجاناً دائمة أو مؤقتة بحيث لا تقل عضوية اللجنة عن ثلاثة ولا تزيد عن خمسة أعضاء، وبحيث لا يشترك العضو في أكثر من لجتين.

اللجان الدائمة والمؤقتة في اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

وقد شكل المجلس اللجان التالية:

- ١- لجنة الشؤون الإدارية والتنظيمية، ومهمتها اقتراح النظم الإدارية وإجراءات العمل واللوائح الخاصة بأعمال الاتحاد.
 - ٢- اللجنة المالية، وتتولى الإشراف على الأمور المالية في الاتحاد.
 - ٣- لجنة الإعلام والعلاقات العامة، وتتولى وضع خطة متكاملة للإعلام والعلاقات العامة بهدف إبراز نشاطات الجمعية التعاونية والاتحاد ودورها في خدمة المجتمع.
 - ٤- لجنة الاستيراد والشراء الجماعي، وتتولى تنفيذ سياسة التي أقرها مجلس إدارة الاتحاد في هذا الخصوص وفقاً للصلاحيات التي خولها لها المجلس.
 - ٥- لجنة الأسعار، وتولى تطبيق سياسة الحد من الغلاء المحلي المصطنع، وهي السياسة التي أقرها مجلس إدارة الاتحاد.
- هذا بالإضافة إلى المجلس عيّن مديراً عاماً للاتحاد ليتابع تسيير العمل اليومي وتنفيذ سياسة الاتحاد وتحقيق أهدافه من خلال الجهاز الوطني الذي يخضع لإشرافه^(١).

(١) انظر: د. عثمان الفليج وزملاؤه: الحركة التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت (ص ٣٥-٤٥).

الفصل الثاني: عقود التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الشرعية وتطبيقاتها العملية، وفيه أربعة

مباحث:

المبحث الأول: التسويق المباشر، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق المباشر.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للتسويق المباشر.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق المباشر في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق المباشر.

المبحث الثاني: التسويق عن طريق الشراء برسوم البيع، وفيه أربعة
مطالب:

المطلب الأول: تعريف الشراء برسوم البيع.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للشراء برسوم البيع.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق الشراء برسوم البيع في الجمعيات التعاونية
الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق الشراء برسم البيع.

المبحث الثالث: التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق عن طريق البيع الآلي.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي.

المبحث الرابع: التسويق الهجومي، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق الهجومي.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للتسويق الهجومي.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق الهجومي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق الهجومي.

المبحث الأول : التسويق المباشر:

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق المباشر:

تقدم تعريف التسويق لغةً واصطلاحاً^(١)، أما المباشر لغةً فإن «الباء والشين والراء أصلٌ واحد: ظهور الشَّيء مع حُسْنٍ وجمالٍ»^(٢)، فالْبَشْرَةُ ظاهرٌ جلد الإنسان، ومنه باشَرَ الرَّجُلُ المرأةً، وذلك إفضاؤه بِبَشْرَتِهِ إلى بَشْرَتِهَا، وسمِّي البَشْرُ بَشْرًا لظهورِهِم، والبَشِيرُ الحَسَنُ الوَجْه، والبَشَارَةُ: الجَمَال، والبشر: الطلاقة، وتباشير الصباح: أوائله^(٣).

أما في الاصطلاح فيطلق التسويق المباشر على أكثر من معنى:

الأول: أن تقوم المنشأة بتسويق إنتاجها إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي بنفسها دون الحاجة إلى وسطاء أو موزعين^(٤).

ويسمى هذا النوع أحياناً: (التسويق القائم على الاستجابة المباشرة)، ليشير بذلك إلى الأساليب والآليات التي يتم استخدامها لجعل المستهلكين يشترون من داخل منازلهم أو مكاتبهم أو أي مكان آخر غير متجر تجزئة معين يذهبون إليه بصفة خاصة.

ومن أهم هذه الأساليب: البريد المباشر، والكتلوج، والتسويق عبر الهاتف، وتجارة التجزئة الالكترونية^(٥).

(١) انظر: (ص ١٦-٢٠) من هذا البحث.

(٢) ابن فارس: مقاييس اللغة (١/٢٥١).

(٣) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (١/٢٥١)، الجوهري: الصحاح (١/٤٩١)، الفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص ٣٥٠).

(٤) انظر: د. محمود با زرة : إدارة التسويق (ص ٢٤١).

(٥) انظر: د. محمود أبو النجا : إدارة التسويق (ص ٤٠٥).

الثاني: هو اتصال المنتج بتجار التجزئة، ذلك أن الغالب هو أن المنتجين لا يبيعون للمستهلك الأخير، فيتم البيع مباشرة بين المنتج وتاجر التجزئة بحيث لا يدخل تاجر الجملة بينهما^(١).

والتسويق المباشر المقصود في هذا المبحث يختلف عن هذين المعنيين، فالتسويق المباشر المراد هنا هو: شراء الجمعية التعاونية السلعة من التاجر ودفع ثمنها دون انتظار تصريفها، فهو يقابل الشراء برسم البيع الآتي في المبحث الثاني^(٢)، وبعبارة ثانية: دخول السلعة في ملك الجمعية التعاونية الاستهلاكية دون مسؤولية التاجر عمّا لم يبيع منها، ودون شرط من الجمعية في رد ما لم يبيع، ودون أن يدفع المنتج أجرة رَفّ.

الفرق بين التسويق المباشر والتسويق عن طريق الشراء برسم البيع:

يمكن التفريق بين التسويق المباشر وبين الشراء برسم البيع بأمرين:

الأول: في التسويق المباشر تدفع الجمعية التعاونية الاستهلاكية ثمن السلعة كاملاً للتاجر بعد دخول السلعة لسوق الجمعية.

أما الشراء برسم البيع فالثمن لا يُدفع منه شيء، بل يُنظر في نهاية كل شهر، فما يبيع من السلعة أخذ التاجر ثمنه، وما لم يُبع فلا.

الثاني: التسويق المباشر يخلو من شرط رد ما لم يبيع من السلعة، فالسلعة فيه تدخل في ملك الجمعية التعاونية الاستهلاكية وتنقطع علاقة التاجر بها.

أما الشراء برسم البيع فمن أهم ما يميزه هو رد ما لم يبيع من السلعة.

المطلب الثاني : التكيف الفقهي للتسويق المباشر :

لتكييف عقد التسويق المباشر لا بد من النظر في المرحلتين اللتين يمر بها هذا العقد،

وهي:

(١) انظر : د. محمد سعيد عبدالفتاح : مداخل التسويق (ص ١٠٠).

(٢) انظر: (ص ٧٥).

الأولى: مرحلة العرض:

في هذه المرحلة يعرض التاجر عيّنةً من السلعة على لجنة المشتريات في إدارة الجمعية التعاونية بغرض الحصول على اعتماد اللجنة لسلعته وموافقتها على شرائها.

وبالنظر في هذه المعاملة يتضح أنها مسألة بيع الأنموذج، وفيما يلي تفصيل أقوال الفقهاء في حكم هذا البيع:

اتفق الفقهاء على اشتراط العلم بالمبيع في الجملة^(١)، ثم اختلفوا في مسائل بناء على اختلافهم في تحقق العلم النافي للجهالة المحظورة، ومن ذلك مسألة بيع الأنموذج.

وصورة المسألة: أن يريه صاعاً مثلاً من صبرة ويبيعه الصبرة على أنها من جنسه^(٢).

وللفقهاء في هذه المسألة أربعة أقوال:

القول الأول: يصح مطلقاً^(٣)، وهو مذهب الحنفية^(٤).

(١) انظر: ابن عابدين: رد المختار (١٥/٧)، الغنيمي: اللباب (٣٧/٣)، الدردير: الشرح الصغير (٢٢/٣)، المنوفي: كفاية الطالب الرياني (٢٨٨/٣)، الغزالي: الوسيط (٢٦/٣)، الدميري: النجم الوهاج (٤٢/٤)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٩٤/١١)، البهوتي: كشاف القناع (٣٣٤/٧).

(٢) انظر: الدردير: الشرح الكبير (٣٧/٤)، الرملي: نهاية المحتاج (٢٦-٢٧/٣)، البهوتي: كشاف القناع (٣٣٥/٧).

(٣) أما خيار الرؤية عندهم فهذا تفصيله: المبيع إن كان أشياء؛ فإن كان من العدديات المتفاوتة كالثياب والدواب والرمان ونحوه فإن للمشتري خيار الرؤية، وإن كان مكيلاً أو موزوناً وهو الذي يعرض بالأنموذج أو معدوداً متقارباً كالجوز والبيض فرؤية بعضه تبطل الخيار في كله، إلا أن يجده أردأ من الأنموذج فيكون له الخيار. انظر: الموصلي: الاختيار (١٧/٢)، داماد أفندي: مجمع الأنهر (٣٧/٢).

(٤) انظر: الموصلي: الاختيار في تعليل المختار (٥/٢)، الغنيمي: اللباب (٣٧/٣).

القول الثاني: يصح في المثلي دون المتقوم^(١)، وهو مذهب المالكية^(٢).

القول الثالث: يصح بيع النموذج بشرط أن يكون من المتماثلات المتساويات الأجزاء^(٣) التي يدل بعضها على باقيها كالحنطة، وأن يعين المبيع، وأن يدخل النموذج في العقد وإن لم يردده إلى جملة المبيع، وهو مذهب الشافعية^(٤).

القول الرابع: لا يصح مطلقاً، وهو مذهب الحنابلة^(٥).

الأدلة:

أدلة القول الأول:

تصحيح بيع النموذج عند الحنفية مبني على أنهم لا يشترطون رؤية المبيع والعلم بصفاته أصلاً، ولهم على هذا أدلة:

١ - قوله ﷺ: "لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى شيئاً فهو بالخيار إذا أتى السوق"^(٦).

وجه الدلالة: قال الجصاص - رحمه الله -^(٧) «لا معنى لهذا الخيار إلا أنه اشترى اشترى الشيء في وعائه ثم حمله إلى السوق فنظر إليه فجهل له فيه خيار الرؤية؛

(١) المثلي: هو ما تساوت آحاده أو أجزاءه بحيث يمكن أن يقوم بعضها مقام بعض دون فرق يعتد به وكان له نظير في الأسواق، وهو في العادة إما مكيل أو موزون أو مدروع أو معدود، والمتقوم: هو ما اختلفت آحاده وتفاوتت أفرادها بحيث لا يقوم بعضه مقام بعض بلا فرق أو كان من المثليات المتساوية الآحاد التي انعدم نظيرها في السوق. انظر: د. نزيه حماد: معجم المصطلحات المالية والاقتصادية (ص ٣٧٤، ٤٠٢).

(٢) انظر: الخطاب: مواهب الجليل (٨٩/٥)، الدردير: الشرح الكبير (٣٧/٤).

(٣) في حاشية عميرة على "كنز الراغبين" (٢٦٣/٢): «قوله: (أي: المتساوي الأجزاء) يعني ليس المراد به المثلي».

(٤) انظر: الجويني: نهاية المطلب (٩-٨/٥)، الرملي: نهاية المحتاج (٢٦-٢٧/٣)، الترمسي: المنهل العميم (٦/٦-٧٩٦-٧٩٧).

(٥) انظر: ابن مفلح: الفروع (١٤٣/٦)، البهوتي: كشف القناع (٣٣٥/٧).

(٦) رواه الدارمي (١٦٧١/٣)، كتاب البيوع، باب النهي عن تلقي الجلب، برقم (٢٦٠٨)، حديث أبي هريرة رضي الله عنه بهذا اللفظ، وأصله في "الصحيحين"، البخاري (٢١٦٢)، ومسلم (١٥١٩).

(٧) أبو بكر أحمد بن علي الرازي الجصاص، فقيه وأصولي حنفي، من أشهر مؤلفاته: أحكام القرآن، والفصول في

لأن العادة كانت فيمن يتلقى الجلب، أن يشتري الحمل على ظهر البعير فلا يفتحه حتى يرده إلى بيته»^(١).

نوقش: يمكن أن يناقش بأن هذا الاستدلال قلبٌ لمعنى الحديث، يوضحه أن لفظ الحديث في "صحيح مسلم": "لا تلقوا الجلب فمن تلقاه فاشترى منه فإذا أتى سيده السوق فهو بالخيار"^(٢)، وسيده هو «مالكه البائع»^(٣) لا المشتري، ولم أقف على من قال بأن الضمير راجع على المشتري، ولم أقف كذلك على من استدل بهذا الحديث على صحة البيع بلا رؤية حتى من الحنفية غير الحصاص رحمه الله.

٢- قوله ﷺ: "من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رآه إن شاء أخذه وإن شاء تركه"^(٤).

عن مكحول^(٥) يرفعه: "من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رآه، إن شاء أخذه، وإن شاء تركه"^(٦).

أصول الفقه، توفي سنة (٣٧٠). انظر: القرشي: الجواهر المضية (٢٢٠/١)، ابن قطلوبغا: تاج التراجم (ص٩٦).

(١) الحصاص: شرح مختصر الطحاوي (٩٨/٣).

(٢) رواه مسلم (٩٣٥/٣)، كتاب البيوع، باب تحريم تلقي الجلب، برقم (١٥١٩)، من حديث أبي هريرة ﷺ.

(٣) النووي: شرح صحيح مسلم (٤١٤٩/٧).

(٤) رواه الدارقطني (٣٨٢/٣)، كتاب البيوع، برقم (٢٨٠٥)، والبيهقي (٢٠/١١)، كتاب البيوع، باب من قال يجوز

بيع العين الغائبة، برقم (١٠٥٢٤)، قال الدارقطني في "سننه" (٣٨٣/٣): «هذا حديث باطل لا يصح»، من

حديث أبي هريرة ﷺ.

(٥) أبو عبدالله مكحول بن أبي مسلم الشامي الهذلي مولاهم، فقيه الشام في عصره، بصير بالفتيا، من حفاظ

الحديث، له رحلة واسعة في طلب الحديث، توفي سنة (١١٢). انظر: الذهبي: سير أعلام النبلاء (١٥٥/٥)،

الزركلي: الأعلام (٢٨٤/٧).

(٦) رواه الدارقطني (٣٨٢/٣)، كتاب البيوع، برقم (٢٨٠٣)، والبيهقي (٢٠/١١)، كتاب البيوع، باب من قال يجوز

بيع العين الغائبة، برقم (١٠٥٢٣) عن أبي بكر بن أبي مريم عن مكحول، قال الدارقطني: «هذا مرسل، وأبو

بكر بن أبي مريم ضعيف»، ونقل النووي اتفاق المحدثين على تضعيف الحديث في "المجموع" (٣٠١/٩).

نوقش:

أما الحديث الأول فلا يصح من وجهين:

الأول: أن في إسناده عمر بن إبراهيم، قال الدارقطني - رحمه الله -^(١): «عمر ابن إبراهيم يقال له: الكردي، يضع الأحاديث، وهذا باطل لا يصح، لم يروه غيره»^(٢).

الثاني: قال ابن القطان - رحمه الله -^(٣): «يرويه عن عمر المذكور [يعني الكردي]، داهر بن نوح، وهو لا يعرف، ولعل الجناية منه»^(٤).
وأما حديث مكحول - رحمه الله - فقال الدارقطني - رحمه الله -: «هذا مرسل، وأبو بكر بن أبي مرثم [يعني الراوي عن مكحول] ضعيف»^(٥).

٣- أن عثمان رضي الله عنه ابتاع من طلحة بن عبيد الله رضي الله عنه^(٦) أرضاً بالمدينة ناقله بأرض له بالكوفة فلما تباينا ندم عثمان رضي الله عنه، ثم قال: بايعتك ما لم أره، فقال طلحة: إنما النظر لي، إنما ابتعت مغيباً، وأما أنت فقد رأيت ما ابتعت، فجعلنا بينهما حكماً فحكّم جبير بن مطعم رضي الله عنه^(٧) فقضى على عثمان أن البيع جائز وأن النظر النظر

(١) أبو الحسن علي بن عمر بن أحمد الدارقطني، مقررئ ومحدث وفقه شافعي، من أشهر مصنفاة: كتاب العلل، والمؤتلف والمختلف، توفي سنة (٣٨٥). انظر: ابن خلكان: وفيات الأعيان (٢٩٧/٣)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (٤٤٩/١٦).

(٢) سنن الدارقطني (٣٨٣/٣).

(٣) أبو الحسن علي بن محمد بن عبد الملك الحميري الفاسي، محدث، يعرف بابن القطان، له بيان الوهم والإيهام في كتاب الأحكام، توفي سنة (٦٢٨). انظر: الذهبي: تذكرة الحفاظ (١٤٠٧/٤)، ابن ناصر الدين: التبيان (٢٦٥/٢).

(٤) بيان الوهم والإيهام (١٧٢/٣).

(٥) سنن الدارقطني (٣٨٢/٣).

(٦) أبو محمد طلحة بن عبيد الله بن عثمان التيمي القرشي المدني، صحابي، شجاع، من الاجواد. وهو أحد العشرة المبشرين بالجنة، وأحد الستة أصحاب الشورى، وأحد الثمانية السابقين إلى الاسلام، توفي سنة (٣٦). انظر: ابن الأثير: أسد الغابة (٨٥/٣)، ابن حجر: الإصابة (٤١٧/٥).

(٧) أبو عدي جبير بن مطعم بن عدي بن نوفل بن عبد مناف القرشي، صحابي، كان أنسب قرشي لقريش والعرب

طلحة أنه ابتاع مغيباً^(١).

نوقش: من وجهين:

الأول: بأنه ضعيف لانقطاعه^(٢).

الثاني: أنه يحتمل أنهما تبايعا بالصفة^(٣)، ويحتمل أن عثمان رضي الله عنه لم يره حين العقد وكان قد رآه قبل ذلك، فظن أنه على تلك الصفة، وكذلك طلحة رضي الله عنه فأثبت الخيار لطلحة رضي الله عنه لمخالفة الصفة^(٤).

أجيب: بأنه «منقطع لم يضاده متصل»^(٥).

٤ - قال الجصاص - رحمه الله - : «اتفقت الأمة على جواز بيع البقلاء الرطب بقشوره، شراء الجوز واللوز ونحوه مع عدم رؤية ما وراءه، وعلى جواز شراء الصبرة من الطعام مع عدم الرؤية لما تحت الظاهر منها، فدا جميع ذلك على أن عدم رؤية المشتري لا تمنع صحة البيع»^(٦).

نوقش: أن ذلك غير مجهول الصفة؛ لأنه قد شاهد ظاهرة، وذلك الظاهر داخل في جملة البيع^(٧)، وبعبارة ثانية: الرمان والجوز يقوم ظاهرهما مقام باطنهما في الرؤية كصبرة الحنطة، لأن في استتار باطنها مصلحة لها كأساس الدار بخلاف بيع الغائب^(٨).

قاطبة، توفي بالمدينة سنة (٥٩). ابن الأثير: أسد الغابة (٣٢٣/١)، ابن حجر: الإصابة (١٦٨/٢).

(١) رواه الطحاوي في شرح معاني الآثار (١٠/٤)، كتاب البيوع، باب تلقي الجلب، برقم (٥٥٠٧)، والبيهقي في "السنن الكبير" (١٨/١١)، كتاب البيوع، باب من قال يجوز بيع العين الغائبة، برقم (١٠٥٢٢)، قال الذهبي في "المهذب من السنن الكبير" (٢٠٣٢/٤): «فيه انقطاع».

(٢) المصدر السابق.

(٣) انظر: ابن قدامة: المغني (٣٢/٦).

(٤) انظر: أبو يعلى: التعليقة الكبيرة (١٨/٣).

(٥) الطحاوي: شرح معاني الآثار (١٠/٤).

(٦) شرح مختصر الطحاوي (٩٩/٣).

(٧) انظر: أبو يعلى: التعليقة الكبيرة (٩/٣).

(٨) انظر: النووي: المجموع (٣٠٢/٩).

٥ - لأنه مال مقدور على التسليم لا ضرر في بيعه ولا منازعة لثبوت خيار الرؤية فكان جائزاً^(١).

٦ - أن الذي جهله المشتري لما لم يره إنما هو صفات المبيع، وجهالة الصفة لا تمنع صحة العقد، كما لا يمنعه عدمها أصلاً، كما لو اشترى عبداً على أنه صحيح فوجده أعمى مقطوع اليدين والرجلين فإن ذلك لا يمنع صحة العقد فجهالة صفاته أخرى أن لا تمنع^(٢).

دليل القول الثاني:

لأن رؤية الأنموذج المثلي يدل على باقي المبيع، فهو في معنى رؤية المبيع، أما المقوم فآحاده متفاوتة ورؤية أنموذج منه لا يدل على باقيه^(٣).

دليل القول الثالث:

لأن رؤية الأنموذج يدل على المبيع كما يدل عليه رؤية ظاهر الصبرة وأعلى المائع^(٤)، أما اشتراطهم تعيين المبيع لأنه إن أحل بالتعيين فإنه لم يعين مالاً ليكون بيعاً ولم يراع شروط السلم^(٥)، وأما اشتراطهم إدخال الأنموذج في العقد فلأنه إذا لم يدخله كان بيع غائب ولم يصدق أنه رأى بعض المبيع^(٦).
وأصل هذه المسألة عند الشافعية هي أنهم لا يجوزون بيع الغائب بالصفة، وأدلتهم على هذا:

١ - أن النبي ﷺ نهى عن بيع الغرر^(٧).

(١) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (١٣٨/٥)، الباري: العناية (١٣٨/٥).

(٢) انظر: الجصاص: شرح مختصر الطحاوي (٩٩/٣).

(٣) ابن شاس: عقد الجواهر الثمينة (٦٢٧/٢)، صالح الأزهرى: جواهر الإكليل (٩/٢)، محمد عليش: منح الجليل (٤٨٤/٤).

(٤) انظر: الرملي: نهاية المحتاج (٢٧/٣)، الترمسي: المنهل العميم (٧٩٧/٦).

(٥) الجويني: نهاية المطلب (٩-٨/٥)، عميرة: حاشية كنز الراغبين (٢٦٣/٢).

(٦) الرملي: نهاية المحتاج (٢٧/٣).

(٧) رواه مسلم (٩٣٢/٣)، كتاب البيوع، باب بطلان بيع الحصة والبيع الذي فيه غرر، برقم (١٥١٣)، من حديث حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

وجه الدلالة: أن في بيع الغائب غرر، لأن الغائب لا يُعلم هل هو سالم أو هالك، وهل يصل إليه أو لا^(١).

نوقش: من وجهين:

الأول: أن لفظ بيع الغرر يفيد أنه غير ما استدلوا به، وإنما الغرر أن يظهر له ما ليس في الواقع فيبني عليه فيكون مغروراً بذلك فيظهر له خلافه فيتضرر به^(٢).

الثاني: لا يُسلم أن فيه غرراً؛ لأنه بيع معلوم الوجود، مملوك للملكه، مقدور على تسليمه^(٣).

٢- أن النبي ﷺ نهي عن بيع الملامسة^(٤).

وجه الدلالة: أن الملامسة بيع الثوب المطوي، فإذا نهي عن الملامسة للجهل بالمبيع وإن كان الثوب حاضراً كان بطلانه أولى إذا كان غائباً^(٥).

نوقش: يمكن أن يناقش بأن بيع الملامسة الجهالة فيه مستحكمة، بخلاف الغائب الموصوف فإن الوصف يرفع الجهالة المحظورة.

٣- لأنه نوع بيع فلم يصح مع الجهل بصفة المبيع كالسلم^(٦)، توضيحه: أنه إذا تقرر تقرر أن السلم إذا لم يوصف حتى يصير السلم فيه معلوماً بطل العقد، وجب إذا لم ير العين حتى تصير معلومة بالرؤية أن يبطل العقد، إذ الإخلال بالرؤية في المرئيات كالإخلال بالصفة في الموصوفات^(٧).

(١) انظر: الماوردي: الحاوي (١٦/٥)، الشيرازي: المهذب (٢٨٨/٩).

(٢) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (١٣٨/٥).

(٣) انظر: الفندلاوي: تهذيب المسالك (٦٢/٣).

(٤) رواه البخاري (٧٠/٣)، كتاب البيوع، باب بيع الملامسة، برقم (٢١٤٥)، ومسلم (٩٣١/٣)، كتاب البيوع، باب إبطال بيع الملامسة والمنابذة، برقم (١٥١١)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

(٥) انظر: الماوردي: الحاوي (١٦/٥).

(٦) انظر: الشيرازي: المهذب (٢٨٨/٩).

(٧) انظر: الماوردي: الحاوي (١٦/٥).

نوقش: لا يُسلم أن الصفة لا يحصل بها المعرفة، فإن المعرفة تحصل بالصفات
الظاهرة التي لا يختلف بها الثمن ظاهراً، ولهذا اكتفي بها في السلم^(١).

دليل القول الرابع:

أصل ذلك أن فقهاء الحنابلة يشترطون أن يكون المبيع معلوماً للعاقدين؛ لأن جهالة المبيع
غرر فيكون منهياً عنه فلا يصح، والعلم عندهم يحصل بأحد طريقتين:

الأول: الرؤية، برؤية مقارنة للعقد أو متقدمة تقدماً لا يتغير فيه المبيع لجميع المبيع إن لم
تدل بقيته عليه كالثوب المنقوش، أو برؤية لبعضه إن دلت رؤية بعضه على بقيته؛ لحصول
المعرفة بها.

الثاني: الصفة، فيصفه بما يكفي سَلماً، وضابطه: أن يكون مما يمكن ضبط صفاته من
نحو مكييل وموزون، وأن يذكر ما يختلف به الثمن اختلافاً ظاهراً^(٢).

إذا تقرر هذا فمن اشترى بالأنموذج، بأن يريه صاعاً مثلاً من صبرة، ويبيعه الصبرة على أنها
من جنسه فلا يصح لعدم رؤية المبيع وقت العقد^(٣).

سبب الخلاف:

بعد عرض المذاهب وما أخذها أختتم بهذين النقلين:

قال المازري - رحمه الله -^(٤): «نكتة هذه المذاهب هي الالتفات إلى كون المعاينة للشيء
والمشاهدة تفيد فيه زيادة على ما يستفاد من الخبر عنه، فإذا عُلم أن المبيع من شرطه أن
يكون معلوماً، وكونه مجهولاً يؤثر فيه فساداً فهل هذا التقصير عن بلوغ الكمال في العلم به

(١) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (١١/١٠٠).

(٢) انظر: ابن النجار: معونة أولي النهى (١٩/٥-٢١، ١٩١، ١٩٤)، البهوتي: كشاف القناع (٧/٣٣٤-٣٣٧) و
(٨/٨٦، ٩٢).

(٣) انظر: البرهان ابن مفلح: المبدع (٤/٢٥)، البهوتي: كشاف القناع (٧/٣٣٥).

(٤) أبو عبد الله محمد بن علي بن عمر التميمي المازري، فقيه وأصولي مالكي، له: المعلم بفوائد صحيح مسلم،
وإيضاح الحصول في أصول الفقه، توفي سنة (٥٣٦). انظر: ابن فرحون: الديباج المذهب (٢/٢٥٠)، مخلوف:
شجرة النور الزكية (١/١٢٧).

يلحقه بالمجهول بالكلية فيفسد البيع... أو يسلبه اللزوم دون الصحة... أو لا يبلغ هذا التقصير عن الكمال في العلم به إلى إلحاقه بالمبيع المجهول فيصح البيع ويلزمه»^(١).

وقال ابن رشد الحفيد - رحمه الله -^(٢): «وسبب الخلاف: هل نقصان العلم المتعلق بالصفة عن العلم المتعلق بالحس؛ هو جهلٌ مؤثرٌ في بيع الشيء فيكون من الغرر الكثير أم ليس بمؤثر وأنه من الغرر اليسير المعفو عنه»^(٣).

والظاهر - والله أعلم -:

هو صحة بيع الأنموذج، قال ابن سعدي - رحمه الله -^(٤) على قول صاحب "الإقناع": «فيكفي رؤية أحد وجهي ثوب غير منقوش... وظاهر الصبرة متساوية الأجزاء»^(٥)، قال: «وهذا يدل على قوة القول بصحة بيع الأنموذج لعدم الفرق بينه وبين رؤية ظاهر الصبرة المتساوية الأجزاء ونحوها، يحقق هذا أنه يجب تطبيق جميع المفردات والتفاصيل على أصل الشرط؛ وهو العلم، فمتى حصل العلم به بأي طريق جاز، ومتى انتفى العلم لم يجز»^(٦).
ومن اختار صحة بيع الأنموذج ابن عثيمين^(٧).

(١) شرح التلقين (٦/١٩٤).

(٢) أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد الحفيد، فيلسوف وطبيب وفقه وأصولي مالكي، له: الكليات في الطب، وبداية المجتهد في الفقه، ومختصر المستصفي في الأصول، توفي سنة (٥٩٥هـ). انظر: الذهبي: سير أعلام النبلاء (٢١/٣٠٧)، ابن فرحون: الديباج المذهب (٢/٢٥٧).

(٣) بداية المجتهد (٣/٣٠١).

(٤) أبو عبدالله عبدالرحمن بن ناصر بن سعدي التميمي، مفسر وأصولي وفقه حنبلي، من أشهر مؤلفاته: تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، المختارات الجلية في المسائل الفقهية، توفي سنة (١٣٧٦هـ). انظر: البسام: علماء نجد خلال ثمانية قرون (٣/٢١٨-٢٧٢)، القاضي: روضة الناظرين (١/٢١٩).

(٥) الإقناع (٢/١٦٦).

(٦) حاشية على الإقناع وشرحه (ص٤٧-٤٨)، الفتاوى السعدية (ص١٩٨).

(٧) انظر: الشرح الممتع (٨/١٥١).

وابن عثيمين هو: أبو عبدالله محمد بن صالح بن محمد بن سليمان آل عثيمين التميمي، مفسر وأصولي وفقه حنبلي، من أشهر مؤلفاته: القول المفيد شرح كتاب التوحيد، الشرح الممتع على زاد المستقنع، توفي سنة (١٤٢١هـ). انظر: وليد الحسين: الجامع لحياة العلامة محمد العثيمين (ص١٠، ١٤٢، ١٧٧).

ويقوي صحة بيع النموذج ما من الله ﷻ به على الناس اليوم من تطور في الصناعة أتاح لهم التوحيد النوعي الدقيق لما تنتجه مصانعهم مما يفيد العلم بالمنتج عند رؤية أحد عيناته. ويترتب على هذا: صحة ما عمله الجمعيات التعاونية في هذه المرحلة من الاكتفاء برؤية نموذج من المبيع والموافقة عليه دون رؤية جميعه.

المرحلة الثانية: بعد معاينة النموذج تصدر الجمعية (أمر شراء) موجه للتاجر الذي عرض النموذج، وفي (أمر الشراء) بيان للكمية المطلوبة وبيان للسعر المتفق عليه، ثم يحضر التاجر البضاعة المطلوبة للجمعية التعاونية ويسلمها، لكن التاجر لا يقبض الثمن مباشرة، بل يؤخر مدة معلومة، تختلف من عقد إلى عقد.

أما كون التاجر لا يقبض إلا بعد مدة معلومة فهي مسألة تأجيل الثمن، وتأجيل الثمن جائز بدلالة الكتاب والسنة والإجماع.

أما الكتاب:

- ١ - فقوله ﷻ: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾ [البقرة: ٢٧٥].
وجه الدلالة: أن ما بثمن مؤجل بيع، فيدخل في عموم الآية^(١).
- ٢ - وقوله ﷻ: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ﴾ [البقرة: ٢٨٢].
وجه الدلالة: أن حقيقة الدَّيْن هو كل معاملة كان أحد العوضين فيها نقداً والآخر نسيئة^(٢)، فيدخل في ذلك تأجيل الثمن، والآية تتناول جميع المداينات إجماعاً^(٣).

أما السنة: فلأن النبي ﷺ اشترى طعاماً من يهودي إلى أجل ورهنه درعاً من حديد^(١).

(١) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (٨٤/٥).

(٢) انظر: ابن العربي: أحكام القرآن (٢٤٧/١).

(٣) القرطبي: الجامع لأحكام القرآن (٤٢٣/٤).

أما الإجماع: فقد قال ابن بطال - رحمه الله -^(٢): «العلماء مجتمعون على جواز البيع بالنسيئة»^(٣).

ومما ينبغي التنبيه له أنه كما انعقد الإجماع على صحة تأجيل الثمن فإن الإجماع منعقد أيضا على اشتراط العلم بالأجل.

فقد حكى ابن الهمام - رحمه الله -^(٤) الإجماع على اشتراط العلم بالأجل^(٥)، «لأنه عوضٌ في بيع فلم يجوز إلى أجل مجهول كالمسلم فيه»^(٦).

ويترتب على هذا: صحة تأجيل الثمن مدةً بشرط كونها معلومة في عقد التسويق المباشر.

وأختم هذا المطلب بالتنبيه على ضرورة الحذر من الجمع بين تأجيل الثمن وتأجيل البضاعة، لأنه حينئذ يكون من بيع الدين بالدين المنهي عنه بالإجماع^(٧).

المطلب الثالث : تطبيق التسويق المباشر في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية :

التسويق المباشر بالمعنى السابق لا يتم التعامل به في الجمعيات التعاونية إلا استثناءً، والسبب في عدم التعامل به هو أن الشراء النقدي يفقد الجمعية التعاونية سيولتها النقدية مما

(١) رواه البخاري (٥٦/٣)، كتاب البيوع ، باب شراء النبي ﷺ بالنسيئة، برقم (٢٠٦٨)، ومسلم (٩٩٣/٣)، كتاب المساقاة، برقم (١٦٠٣)، عن عائشة رضي الله عنها.

(٢) أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطال، يُعرف بابن اللجّام، محدث وفقه مالكي، له: شرح صحيح البخاري، توفي سنة (٤٤٩). انظر: عياض: ترتيب المدارك (٨٢٧/٤)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (٤٧/١٨).

(٣) شرح صحيح البخاري: (٢٠٨/٦).

(٤) كمال الدين محمد بن عبد الواحد بن عبد الحميد السيواسي، يعرف بابن الهمام، فقيه وأصولي حنفي، من مؤلفاته: شرح الهداية، التحرير في أصول الفقه. انظر: ابن العماد: شذرات الذهب (٢٩٨/٧)، اللكنوي: الفوائد البهية (ص ١٨٠).

(٥) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (٨٤/٥).

(٦) أبو إسحاق الشيرازي: المهذب (٣٣٩/٩)، وانظر: ابن الهمام: فتح القدير (٨٤/٥).

(٧) حكى الإجماع: ابن المنذر: الإجماع (ص ١٣٢)، ابن القطان الفاسي: الإقناع (١٨٠٢/٤).

يضر حركتها الاقتصادية، والأصل في تعاملات الجمعية التعاونية الاستهلاكية هو الشراء برسم البيع؛ لأنه يوفر للجمعية السلع دون أن تفقد سيولتها النقدية، فهي تدفع ثمن السلعة بعد بيعها، وتأخذ مع هذا ربحاً زائداً على ما دفعت للتاجر^(١).

مسوغات التسويق المباشر في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية^(٢):

- ١- أن تكون السلعة سريعة التصريف والإقبال عليها كبير وشراؤها نقداً ستحصل الجمعية بسببه على خصم في السعر أكبر مما لو اشترته على التصريف.
- ٢- شراء الخضار والفواكه في بعض الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، وليس هذا معمولاً به في كل الجمعيات التعاونية، بل بعض الجمعيات تتعامل في الخضار والفواكه بالشراء برسم البيع على الجادة.
- ٣- متى رأت الجمعية التعاونية أن التسويق المباشر يحقق مصلحة لها.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق المباشر:

أختم هذا المبحث بمعايير لعقد التسويق المباشر:

- ١- يجوز الاكتفاء برؤية نموذج من المبيع إذا كان يدل على باقي السلعة محل العقد.
- ٢- يجوز تأجيل الثمن بشرط أن يكون الأجل معلوماً.
- ٣- لا يجوز تأجيل الثمن والمثمن معاً.

(١) سيأتي في المبحث الثاني بإذن الله تفصيل هذه المعاملة.

(٢) بحسب إفادة المدير المالي في جمعية (...) التعاونية أ. عبادة بن حسن الشريف.

المبحث الثاني: التسويق عن طريق الشراء برسم البيع في الجمعيات التعاونية

الاستهلاكية:

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الشراء برسم البيع:

الشراء برسم البيع مصطلح شائع عند العاملين في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت، ولم أقف على تعريف علمي لهذا المصطلح. ويمكن تعريف الشراء برسم البيع بالتعريف التالي: هو أن تشتري الجمعية التعاونية الاستهلاكية السلعة من التاجر على أنه متى نفق المبيع وإلا رده.

وهذه المعاملة تُعرف - أيضاً - باسم البيع على التصريف.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للشراء برسم البيع:

يمرُّ هذا العقد بعدة مراحل، ولكل مرحلة تكييف فقهي، وقبل التكييف لا بد من توضيح هذه المراحل إجمالاً، ثم تناولها بالتكييف مرحلةً مرحلةً.

والسلع التي تباع في الجمعية التعاونية نوعان:

١- سلع مباشرة: ويقصد بها السلع التي يكثر بيعها، ويعظم طلب المستهلكين لها، وتنفذ من السوق بسرعة، مثل: الألبان والحليب، فهذه السلع تمرُّ بدورة إجرائية أسرع من السلع غير المباشرة تسهيلاً لدخولها السوق، فإن تطويل دورتها الإجرائية يفضي إلى خلوّ رفوف السوق منها، وهذا يزعج المستهلكين ويضرُّ سمعة إدارة الجمعية التعاونية. ويُقصد بكونها مباشرة أنه لا تحتاج إلى طلب شراء، بخلاف النوع الآتي.

٢- سلع غير مباشرة: وهي السلع التي لا تبلغ درجة النوع الأول في سرعة النفاذ وكثرة البيع، وهذا النوع من السلع يزيد مرحلة إجرائية واحدة، هي مرحلة طلب الشراء. والنوعان السابقان لا يختلفان في الحقيقة، والفرق بينهما إجرائي تقتضيه طبيعة السلع وسرعة بيعها.

مراحل دخول السلعة إلى سوق الجمعية التعاونية الاستهلاكية:

- ١- يعرض التاجر عينه من السلعة على لجنة المشتريات في إدارة الجمعية التعاونية بغرض الحصول على اعتماد اللجنة للسلعة وموافقتها على دخولها السوق.
- ٢- إذا وافقت لجنة المشتريات على السلعة فإن الجمعية التعاونية تصدر طلب شراء موجه إلى التاجر ويبين فيه الكمية المطلوبة والسعر المتفق عليه.
ومن المهم أن في هذه المرحلة أن يُعرف أن إدارة الجمعية في تعاملها مع التاجر إما أن تكتفي بربحها الذي تحصل عليه من وضع ١٠% من ثمن السلعة فلا تأخذ من التاجر شيئاً، أو تطلب منه بضاعة مجانية زائدة على سلعته التي أدخلها سوق الجمعية، وهذه السلع المجانية من جنس سلعته التي يريد إدخالها السوق، و هذه السلعة المجانية قد تكون بنسبة ١٠% من الكمية التي يريد إدخالها السوق، وقد تكون النسبة ٢٥%، وقد تكون ١٠%، وقد تكون ٥%، هذه النسب هي الغالب في تعاملات الجمعية التعاونية، وتختلف النسبة باختلاف السلع والتجار.
وتطلب الجمعية في بعض الأحوال أجره للرف.
- ٣- يستقبل التاجر طلب الشراء ويزود الجمعية بالمطلوب، ويكتب فاتورة مطابقة لما في طلب الشراء الذي وصل إليه من الجمعية.
- ٤- يوصل التاجر السلع إلى الجمعية ويسلم الفاتورة لمدير السوق أو قسم الاستلام للتأكد من مطابقة الفاتورة للواقع.
- ٥- إذا تأكد مدير السوق من السلعة ومطابقتها للواقع فإنه يصدر سند استلام للسلعة ويوقع عليه هو ومدخل البيانات.
- ٦- توضع البضاعة على رفوف الجمعية، وتبيع الجمعية السلعة بزيادة ١٠% من ثمنها غالباً، وهذه الزيادة تمثل ربح الجمعية.
- ٧- عند نهاية الشهر يستلم التاجر سند براءة ذمة يذهب به لمدير السوق للكشف عما تم بيعه من البضاعة.
- ٨- يحصي مدير السوق الكمية التي تم بيعها من إجمالي الكمية ويسجل ذلك في سند براءة الذمة ويسجل كذلك السلع التالفة إن وجدت أو التي انتهت صلاحيتها

لُتخصم من حساب التاجر.

٩- يسلم التاجر سند براءة الذمة لإدارة الجمعية، وعلى ضوء المعلومات المسجلة في براءة

الذمة تصرف الجمعية شيكاً بالمبلغ المستحق بعد خمسة وأربعين يوماً.

مثال افتراضي^(١):

تاجر عسل يريد إدخال بضاعته وبيعها في الجمعية، يعرض بدايةً علبة عسل واحدة على لجنة المشتريات، توافق اللجنة على السلعة، فتطلب من التاجر مائة علبة من هذا العسل، ولنفرض أن ثمن العلبة الواحدة خمسة دنانير، فالمجموع خمس مائة دينار كويتي، تدخل السلعة السوق بعد الإجراءات السابقة، تضيف الجمعية التعاونية نسبة ١٠% من ثمن السلعة ربحاً لها فيصير سعر علبة العسل الواحدة خمسة دنانير وخمس مائة فلس.

بعد شهر يطلب التاجر من الجمعية التعاونية نموذج من سند براءة الذمة ليحصي ما تم بيعه هذا الشهر من بضاعته، لنفرض أنه بعد الكشف عن بضاعته في الجمعية وجدنا أن خمس علب من المائة فاسدة، وأنه قد بيع من بضاعته تسعون علبة، فإنه يستحق أربع مائة دينار ثمن ما تم بيعه، يُكتب له بذلك شيك ولا يصرفه إلا بعد خمسة وأربعين يوماً، ولا يستحق ثمن العلب التي تبين فسادها بل يرفعها من سوق الجمعية، ويبقى له عند الجمعية خمس علب ثمنها خمسة وعشرون ديناراً لا يأخذ ثمنها إلا إذا بيعت في الشهر الثاني.

ونجد أن الجمعية ربحت من هذه الصفقة خمسة وأربعين ديناراً؛ لأن الكمية التي بيعت قدرها تسعون علبة، باعها الجمعية بأربع مائة وخمسة وأربعين ديناراً، وقد أعطت التاجر منها ثمن بضاعته واستفادت الربح ١٠% من ثمن البضاعة وهو في مثالنا خمسة وأربعين ديناراً، ونظراً لإقبال المستهلكين على هذه السلعة فإن إدارة الجمعية التعاونية تطلب من التاجر أن يزودها بمائة علبة أخرى^(٢)، وتمر المائة الثانية بنفس الإجراءات السابقة وهكذا.

وقد تطلب الجمعية التعاونية في الصورة السابقة من تاجر العسل أجرة شهرية للرف الذي يعرض عليه عسله.

(١) هذا المثال لتقريب الصورة، وسيأتي تطبيق حقيقي في المطلب التالي إن شاء الله.

(٢) هذه المرحلة -وهي طلب الشراء من التاجر- هي الفرق الجوهرية بين السلع المباشرة وغير المباشرة، فإن السلع المباشرة تدخل الجمعية يومياً بلا طلب شراء.

التكليف الفقهي لما سبق من مراحل:

يمكن تقسيم المراحل السابقة إلى نوعين: ما قبل دخول السلعة إلى سوق الجمعية التعاونية الاستهلاكية، ومن دخول السلعة سوق الجمعية إلى خروجها.

أولاً: مرحلة ما قبل دخول السلعة:

سبق أن التاجر يعرض على لجنة المشتريات عيئةً من البضاعة التي يرغب دخولها في سوق الجمعية التعاونية، وهو ما يُعرف عند الفقهاء ببيع الأتمودج، وتقدم أن المختار صحة بيع الأتمودج^(١).

ثانياً: مرحلة دخول السلعة سوق الجمعية إلى خروجها:

سبق قريباً شرح خطوات دخول السلعة وخروجها من السوق، وفي تكليف هذه المعاملة ثلاثة اتجاهات:

الاتجاه الأول: أن هذه المعاملة بيع مع شرط تقييدي مقترن بالعقد، فالجمعية على هذا التكليف اشترت السلعة على أنها إن باعت تلك السلعة أو بعضها وإلا فلها رد السلعة أو رد بعضها مما لم يُباع^(٢).

وحكم هذه المعاملة على هذا التكليف ينبنى على معرفة حكم هذا الشرط، وفيما يلي بحثٌ لحكم هذا الشرط.

وصورته: أن يقول المشتري: أشتري منك هذه السلعة بشرط أن لي ردها إذا لم تُبع وتتصرف.

وقد اختلف أهل العلم في هذه المسألة على ثلاثة أقوال:

القول الأول: بطلان العقد والشرط، وهو مذهب الحنفية، والمالكية، والشافعية، ورواية عن أحمد^(٣).

(١) تقدم في المبحث الأول بحث هذه المسألة بالتفصيل (ص ٦٣-٧٢).

(٢) انظر: د. عبدالله السلمي: عقد التصريف (ص ٥١).

(٣) انظر: السرخسي: المبسوط (١٦/١٣)، الغنيمي: اللباب (٦٦/٣)، ابن رشد: المقدمات الممهدة (٦٤/٢-٦٥)، الدردير: الشرح الصغير (١٠٢/٣)، النووي: المجموع (٣٦٨-٣٦٩/٩)، الدميري: النجم الوهاج (٨٠/٤)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٢٣٢/١١-٢٣٣)، المرادوي: الإنصاف (٢٣٤/١١).

القول الثاني: صحة العقد دون الشرط، وهو مذهب الحنابلة^(١).

القول الثالث: صحة الشرط والعقد، وهو رواية عن أحمد، ويتخرج هذا القول على قاعدة

ابن تيمية^(٢) وابن القيم^(٣) في الشروط^(٤).

أدلة القول الأول:

١ - قوله ﷺ: "نهى عن بيع وشرط"^(٥).

وجه الدلالة: أن «مطلق النهي يوجب فساد المنهي عنه»^(٦).

نوقش: من وجهين:

الأول: أن الحديث «ذكره جماعة من المصنفين في الفقه، ولا يوجد في شيء من

دواوين الحديث، وقد أنكره أحمد وغيره من العلماء وذكروا أنه لا يُعرف»^(٧).

الثاني: «أن الأحاديث الصحيحة تعارضه، وأجمع العلماء المعروفون من غير خلاف

أعلمه من غيرهم أن اشتراط صفة في المبيع ونحوه... شرط صحيح»^(٨).

(١) انظر: ابن النجار: معونة أولي النهى (٦٣/٥)، البهوتي: كشاف القناع (٣٩٩/٧).

(٢) أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبدالحليم بن عبدالسلام بن تيمية النميري الحراني، عالم المنقول والمعقول، من أشهر مؤلفاته: درء تعارض العقل والنقل، شرح عمدة الفقه. انظر: ابن رجب: ذيل طبقات الحنابلة (٤٩١/٤)، البرهان ابن مفلح: المقصد الأرشد (١٣٢/١).

(٣) أبو عبدالله شمس الدين محمد بن أبي بكر بن أيوب الزرعي، يُعرف بابن قيم الجوزية، عالم في فنون، من أشهر مؤلفاته: الطرق الحكمية، ومفتاح دار السعادة. انظر: ابن رجب: ذيل طبقات الحنابلة (١٧٠/٥)، البرهان ابن مفلح: المقصد الأرشد (٩٢/٥).

(٤) انظر: ابن رجب: تقرير القواعد (٢٦/٣)، المرداوي: الإنصاف (٢٣٤/١١)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٠٧/٣).

(٥) رواه الطبراني في "المعجم الأوسط" (٣٣٥/٤)، برقم (٤٣٦١)، والحاكم في "معرفة علوم الحديث" (ص٣٩٣)، برقم (٣١٨)، وأبو نعيم في "مسند أبي حنيفة" (١٦٠/١)، من حديث عن عبدالله بن عمرو رضي الله عنه، وضعفه أبو الحسن ابن القطان في "بيان الوهم والإيهام" (٥٢٧/٣)، وقال ابن تيمية في "مجموع الفتاوى" (٦٣/١٨): «هذا حديث باطل ليس في شيء من كتب المسلمين، وإنما يروى في حكاية منقطعة».

(٦) السرخسي: المبسوط (١٤/١٣)، العمراني: البيان (١٣٥/٥).

(٧) ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٣٢/٢٩).

(٨) المصدر السابق.

٢- أنه شرط ينافي مقتضى العقد^(١).

نوقش: بأن مَنْ «قال هذا الشرط ينافي مقتضى العقد، قيل له: أينافي مقتضى العقد المطلق أو مقتضى العقد مطلقاً؟، فإن أراد الأول فكل شرط كذلك، وإن أراد الثاني لم يسلم له، وإنما المخدور أن ينافي مقصود العقد كاشتراط الطلاق في النكاح أو اشتراط الفسخ في العقد فأما إذا شرط ما يقصد بالعقد لم يناف مقصوده»^(٢).

أدلة القول الثاني:

١- قوله ﷺ: "ما بال رجال يشترطون شروطاً ليست في كتاب الله، ما كان من شرط

ليس في كتاب الله فهو باطل وإن كان مائة شرط، قضاء الله أحق، وشرط الله أوثق، وإنما الولاء لمن أعتق"^(٣).

وجه الدلالة: من وجهين:

الأول: أن الحديث نص على إبطال الشرط لأنه ينافي مقتضى العقد، ويُقاس عليه ما في معناه مما ينافي مقتضى البيع^(٤).

الثاني: لأنه ﷺ أبطل الشرط ولم يُبطل الشرط^(٥).

٢- أن هذا الشرط مناف لمقتضى عقد البيع^(٦).

نوقش: بما تقدم في مناقشة الدليل الثاني للقول الأول.

أدلة القول الثالث:

١- قوله ﷺ: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾ [المائدة: ١].

وقوله ﷺ: ﴿وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا﴾ [الأنعام: ١٥٢].

(١) انظر: السرخسي: المبسوط (١٨/١٣)، الخرخشي: شرح مختصر خليل (٨٠/٥)، العمراني: البيان (١٣٢/٥).

(٢) ابن تيمية: القواعد الكلية (ص ٣٨٣).

(٣) رواه البخاري (١٥٢/٣)، كتاب المكاتب، باب ما يجوز من شروط المكاتب ومن اشترط شرطاً ليس في كتاب الله، برقم (٢٥٦١)، ومسلم (٩٢١/٢)، كتاب العتق، باب إنما الولاء لمن اعتق، برقم (١٥٠٤) من حديث عائشة رضي الله عنها.

(٤) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (٢٣٢/١١)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٣١/٢٩).

(٥) انظر: ابن قدامة: المغني (٣٢٦/٦).

(٦) انظر: البهوتي: كشف القناع (٣٩٩/٧).

وقوله ﷺ: ﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: ٣٤].

وجه الدلالة: «أمر سبحانه بالوفاء بالعقود وهذا عام، وكذلك أمر بالوفاء بعهد الله وبالعهد، وقد دخل في ذلك ما عقده المرء على نفسه»^(١).

٢- قوله ﷺ: "آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب، إذا وعد أخلف، وإذا أؤتمن خان"^(٢).

وقوله ﷺ: "قال الله تعالى: ثلاثة أنا خصمهم يوم القيامة: رجل أعطى بي ثم غدر..." الحديث^(٣).

وجه الدلالة: أنه «إذا كان جنس الوفاء ورعاية العهد مأموراً به، عُلم أن الأصل صحة العقود والشروط؛ إذ لا معنى للتصحيح إلا ما ترتب عليه أثره وحصل به مقصوده، ومقصود العقد هو الوفاء به، فإذا كان الشارع قد أمر بمقصود العهود دل على أن الأصل فيها الصحة والإباحة»^(٤).

٣- قوله ﷺ: "إن أحق الشروط أن يوفى ما استحللتم به الفروج"^(٥).

وجه الدلالة: دل على أن الشروط التي لا تخالف نصاً شرعياً يجب مراعاتها والعمال بموجبها؛ إذ لا معنى للالتزام بالشروط وإدراجها في العقود إلا وجوب العمل بمقتضاها وفسخ العقود عند عدمها^(٦).

٤- أن ابن مسعود ﷺ^(٧) ابتاع جارية من امرأته، واشترطت عليه إن بعتها فهي لي

(١) ابن تيمية: القواعد الكلية (ص ٣٨٤).

(٢) رواه البخاري (١٦/١)، كتاب الإيمان، باب علامات المنافق، برقم (٣٣)، ومسلم (٧٧/١)، كتاب الإيمان، باب بيان خصال المنافق، برقم (٥٨)، حديث أبي هريرة ﷺ.

(٣) رواه البخاري (٨٢/٣)، كتاب البيوع، باب إثم من باع حراً، برقم (٢٢٢٧)، من حديث أبي هريرة ﷺ.

(٤) ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٤٦/٢٩).

(٥) رواه البخاري (١٩٠/٣)، كتاب الشروط، باب الشروط في المهر عند عقدة النكاح، برقم (٢٧٢١)، ومسلم

(٦) (٨٤٠/٢)، كتاب النكاح، باب الوفاء بالشروط في النكاح، باب الوفاء بالشروط في النكاح، برقم (١٤١٨)، من

حديث عقبة بن عامر ﷺ.

(٦) انظر: ابن تيمية: القواعد الكلية (ص ٣٩١).

(٧) أبو عبد الرحمن عبد الله بن مسعود بن غافل الهذلي، من كبار الصحابة علماء وعقلاء، وكان قريباً من رسول الله ﷺ، وهو

بالثمن الذي تباعها به، فسأل ابن مسعود رضي الله عنه عمر بن الخطاب رضي الله عنه، فقال عمر: «لا تقربها وفيها شرط لأحد»^(١).

وجه الدلالة: أن عمر رضي الله عنه منعه من الوطاء ولم يبطل الشرط ولا البيع^(٢).

٥- أن العقود والشروط من باب الأفعال العادية، والأصل فيها عدم التحريم، وقوله ﷺ: ﴿وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرِرْتُمْ إِلَيْهِ﴾ [الأنعام: ١١٩] عامٌّ في الأعيان والأفعال، وذا لم تكن حراماً لم تكن فاسدة وكانت صحيحة^(٣).

وبعد عرض الأقوال في المسألة أميل إلى الانكفاف عن الاختيار وإن كان الأقرب هو القول الثاني والثالث، والسبب في ذلك هو التردد بين قوة أدلة القول الثالث وقوة الأصل الذي اعتمده القول الثاني وهو خلاف هذا الشرط لمقتضى البيع، فإن اشتراط المشتري أنه متى نفق المبيع وإلا رده يؤثر بوضوح في كمال انتقال الملك الذي هو أهم آثار عقد البيع، والله أعلم.

الاتجاه الثاني: أنه بيع مع شرط تعلقي في المستقبل:

وهو البيع المعلق، وصورته: أن يقول المشتري: إن بعث السلعة وصرفتها وإلا فلا بيع بيننا، أو يقول البائع: البضاعة التي لم نصرفها وتبعها على الغير فهي غير مبيعة أو فهي لي^(٤). وللفقهاء في البيع المعلق قولان:

القول الأول: لا يصح التعليق في عقد البيع، وهو مذهب جماهير العلماء، من الحنفية

وهو من أهل مكة، ومن السابقين إلى الاسلام، توفي سنة (٣٢). انظر: ابن الأثير: أسد الغابة (٣/٣٨٤)، ابن حجر: الإصابة (٦/٣٧٣).

(١) رواه مالك في "الموطأ" (٢/١٣٨)، كتاب البيوع، باب ما يفعل في الوليدة إذا بيعت والشرط فيها، برقم (١٨٠١)، وعبدالرزاق في "المصنف" (٨/٥٦)، كتاب البيوع، باب الشرط في البيع، برقم (١٤٢٩١)، عن عبيد الله بن عبدالله بن عتبة عن عبدالله بن مسعود رضي الله عنه، ولم اقف على من حكم على إسناده من علماء الحديث، وإسناده منقطع، قال المزني في "تهذيب الكمال" (١٩/٧٣): «عبيد الله... عن ابن مسعود، مرسل».

(٢) انظر: ابن رجب: تقرير القواعد (٣/٢٦).

(٣) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٢٩/١٥٠).

(٤) انظر: د. عبدالله السلمي: عقد التصريف (ص ٩٥).

والمالكية والشافعية والحنابلة^(١).

القول الثاني: يصح التعليق في عقد البيع، وهو رواية عن أحمد، واختاره ابن تيمية وابن القيم^(٢).

الأدلة:

أدلة القول الأول:

١ - قال عَلَيْهِ السَّلَامُ: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩].
وقال عَلَيْهِ السَّلَامُ: "إنما البيع عن تراض"^(٣).

وجه الدلالة: دلت الآية والحديث على اشتراط الرضا في صحة البيع، والتعليق يترتب عليه عدم تحقق الرضا بالعقد، وذلك لأن الرضا يكون مع الجزم، ولا جزم مع التعليق؛ لأن المعلق متردد بين الحصول وعدمه^(٤).

أجيب: بعدم منافاة التعليق للرضا؛ لأن المتعاقدين قد رضيا بتوقف حصول عقد البيع على حصول الشرط المعلق عليه وقد طابت أنفسهما بذلك، والاستطابة فرع عن الرضا^(٥).

٢ - أنه عَلَيْهِ السَّلَامُ نهى عن بيع الغرر^(٦).

نوقش: لا يُسلم بأن في تعليق البيع على شرط غرراً، لأن الغرر أن يعقد له عقداً يؤخذ فيه ماله ويبقى العوض الذي يطلبه على مخاطرة، فإن لم يحصل كان قد أُكِلَ

(١) انظر: ابن عابدين: رد المختار (٤٩٨/٧)، الغنيمي: اللباب (٦٩/٣)، ابن رشد: المقدمات الممهدة (٧٦/٢)، الدردير: الشرح الصغير (٩٢/٣)، العمراني: البيان (١١٤/٥)، الديميري: النجم الوهاج (٧٩/٤)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٢٤٩/١١)، البهوتي: كشاف القناع (٤٠٢/٧).

(٢) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٢٤٩/١١)، المرادوي: الإنصاف (٢٤٩/١١)، ابن تيمية: قاعدة في العقود (ص ٢٢٧-٢٢٨)، ابن القيم: إعلام الموقعين (٣٧٣/٥).

(٣) تقدم (ص ٨٠).

(٤) انظر: القراني: الفروق (٤٦٨/١).

(٥) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٥٥/٢٩).

(٦) تقدم تخريجه (ص ٦٥).

بالباطل، وأما كون العقد جائزاً فيجوز أن يلزم إن وجد شرط لزومه، ويجوز ألا يلزم إن لم يوجد شرط لزومه فليس هذا من الغرر المنهي عنه^(١).

وأجيب: لا يُسلم بأن التعليق لا غرر فيه، بل قد يوجد فيه غرر؛ لأن العقد سيوجد في المستقبل، ولا يعلم العاقدان كيف سيكون حال السلعة وكم قيمتها^(٢).
- ٣ أن رسول الله ﷺ نهي عن الملامسة والمنازعة^(٣).

وجه الدلالة: أن الملامسة والمنازعة فُسرت بتعليق البيع على نبد الثوب ولمسه فدل على عدم جواز التعليق، وفسرت ببيع الثوب قبل نشره فدل على عدم جواز الغرر^(٤).

نوقش: أن علة تحريم بيع الملامسة والمنازعة إنما هي الجهالة بصفة المبيع، أما إذا علما بالمبيع فهو تعليق للبيع على إقباضه له، وهو من جنس المعاوضة فإنه ينعقد بالإعطاء^(٥).

أجيب: بنفس الإجابة التي تقدمت في الدليل السابق.

- ٤ لأن مقتضى عقد البيع نقل الملك حال التبايع وشرط تعليق يمنعه^(٦).

نوقش: بأن هذا شيء لم يوجبه الشارع ولا التزمه العاقدان، ولأن قولكم إنه من مقتضى العقد، هل المراد مقتضى العقد المطلق أو مطلق العقد؟ الأول صحيح، والثاني ممنوع^(٧).

أدلة القول الثاني:

١ - قوله تعالى: ﴿قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ نَمُنَّ بِمَا نُنَادِي بِكُمْ لَكُمُ الْإِيمَانُ﴾

(١) انظر: ابن تيمية: قاعدة في العقود (ص ٢٢٧-٢٢٨).

(٢) انظر: د. الصديق الضير: الغرر وأثره في العقود (ص ١٤٥).

(٣) رواه البخاري (٧٠/٣)، كتاب البيوع، باب بيع المنازعة، برقم (٢١٤٦)، ومسلم (٩٣١/٣)، كتاب البيوع، باب إبطال بيع الملامسة والمنازعة، برقم (١٥١١)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

(٤) انظر: ابن قدامة: الكافي (٣/٢٨-٢٩).

(٥) انظر: ابن تيمية: قاعدة في العقود (ص ٢٢٧-٢٢٨).

(٦) انظر: ابن منجا: الممتع شرح المقنع (٢/٤٢٢).

(٧) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٢٩/١٥٥-١٥٦).

حَجَجٌ فَإِنْ أَتَمَّتْ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ ﴿٢٧﴾
[القصص: ٢٧].

وجه الدلالة: أنه علق عقد النكاح بالشرط في تزويج موسى ﷺ بابنة صاحب مدين، وهو أصح نكاح على وجه الأرض، ولم يأت في شريعتنا ما ينسخه^(١).

نوقش من ثلاثة أوجه:

الأول: أن قوله ﴿إِحْدَى أَبْنَى هَتَيْنِ﴾ يدل على إنه عرض لا عقد؛ لأنه لو كان عقداً لَعَيَّنَ المعقود عليه^(٢).

الثاني: أن هذا الاستدلال لا يتحقق إلا على القول بأن موسى ﷺ لم يدخل على زوجته إلا بعد مضي المدة، أما على القول بأنه دخل على زوجته حين عقد عليها فلا يتم الاستدلال بالآية؛ لأنه يكون من باب الشروط في النكاح، والدليل إذا تطرق إليه الاحتمال بطل به الاستدلال^(٣).

الثالث: ليس في الآية ما يدل على تعليق الإيجاب في صيغة عقد النكاح، وإنما هو عقد بشرط أن يكون المهر هو الإجارة ثماني حجج^(٤).

الرابع: لا نسلم بأن لم يرد في شريعتنا ما ينسخه، فيمكن أن يقال إن أدلة الفريق الأول ناسخة لما في الآية فلا تكون شريعة لنا.

٢- أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه عامل الناس على أنه إن جاء بالبذر من عنده فله الشطر، وإن جاؤوا بالبذر فلهم كذا^(٥).

(١) انظر: ابن القيم: إعلام الموقعين (٥/٣٧٣).

(٢) انظر: القرطبي: الجامع لأحكام القرآن (١٦/٢٦٢).

(٣) انظر: القرطبي: الجامع لأحكام القرآن (١٦/٢٦٢).

(٤) انظر: د. عبدالله السلمي: عقد التصريف (ص ١٠٤).

(٥) ذكره البخاري تعليقاً مجزوماً به (٣/١٠٤)، كتاب الحرث والمزاعة، باب المزاعة بالشرط ونحوه، قبل الحديث رقم

(٢٣٢٨)، ورواه البيهقي في "السنن الكبير" (١٢/١٧٧) مراسلاً، كتاب المزاعة، باب من أباح المزاعة بجزء معلوم

وما رواه نافع بن عبد الحارث^(١) أنه اشترى داراً للسجن من صفوان بن أمية^(٢) بأربعة آلاف درهم، فإن رضي عمر فالبيع له، وإن لم يرض عمر فأربعمائة لصفوان، فأخذه عمر^(٣).

وجه الدلالة من الأثرين: أن عمر رضي الله عنه علق عقد المزارعة بالشرط، واشترى له داراً للسجن معلقاً برضاه، وقد كان ذلك بمحض من الصحابة ولم يُعرف له مخالف^(٤).

نوقش: بأن هذا في بيع العربون خاصة وليس في مطلق تعليق البيع^(٥)، ويمكن أن يقال أن الأثر الثاني ليس فيه تعليق البيع بالشرط، وإنما هو اشتراط الخيار لعمر رضي الله عنه.

٣- أن تعليق البيع بالشرط أمر تدعو إليه الحاجة أو المصلحة، فلا يستغني عنه المكلف، ومعلوم أن الضرر على الناس بتحريم المعاملات أشد عليهم مما قد يتخوف فيها من تباعض أو أكل المال بالباطل، لأن الغرر فيها يسير، والحاجة إليها ماسة والشريعة جميعها مبنية على أن المفسدة المقتضية للتحريم إذا عارضها حاجة راجحة أبيع لها المحرم، فكيف إذا كانت المفسدة

مشاع، برقم (١١٨٥٤)، ورواه ابن أبي شيبة في "المصنف" (٥٥٧/٢٠) مرسلًا، كتاب المغازي، باب ما ذكروا في أهل نجران، برقم (٣٨١٧١)، قال ابن حجر في "تغليق التعليق" (٣٠٤/٣): «وهذان خبران مرسلان يتقوى أحدهما بالآخر».

(١) نافع بن عبد الحارث بن حباله الخزاعي رضي الله عنه، صحابي، أسلم في فتح مكة، أمره عمر رضي الله عنه على مكة، أقام بمكة ومات بها، لا تُعلم سنة وفاته. انظر: ابن قانع: معجم الصحابة (١٣٩/٣)، ابن حجر: الإصابة (٣١/١١).

(٢) صفوان بن أمية بن خلف الجمحي رضي الله عنه، من صحابي، أسلم بعد حنين، كان سخيًا جوادًا، نزل على العباس رضي الله عنه بالمدينة ثم أذن له النبي صلى الله عليه وسلم في الرجوع إلى مكة فأقام بها حتى مات سنة (٣٥). انظر: البغوي: معجم الصحابة (٣٣٣/٣)، أبو نعيم: معرفة الصحابة (٣٣/٣).

(٣) ذكره البخاري تعليقاً مجزوماً به (١٢٣/٣)، كتاب الخصومات، باب الربط والحبس في الحرم، قبل الحديث رقم (٢٤٢٣)، ورواه البيهقي في "السنن الكبير" (٤٢٩/١١)، كتاب البيوع، باب ما جاء في بيع دور مكة وكرائها، برقم (١١٢٩١)، وفي إسناد عبد الرحمن بن فروخ، قال ابن حجر في "التقريب" (ص ٥٩٥): «مقبول».

(٤) انظر: إعلام الموقعين (٣٧٦/٥-٣٧٧).

(٥) الرحيباني: مطالب أولى النهى (٨٠/٤).

منتفية؟^(١).

والظاهر - والله أعلم -:

هو القول الأول، فمع قوة أدلة القول الثاني إلا أنها لم تسلم من مناقشات، كما أن القول الأول يجري وفق أصول عقود المعاوضات؛ من تحقيق الرضا ونفي الغرر.

الاتجاه الثالث:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن تغير الجمعيات التعاونية سياستها في مجال الشراء برسم البيع، فتستبدل عقد البيع التي تعمل به حالياً إلى عقد سمسرة بأجرة نسبية معلومة من ثمن المبيعات، ووجه ذلك: أن دور الجمعية التعاونية يقتصر على الوساطة بين التاجر والمستهلك الأخير، فسوق الجمعية التعاونية - في الحقيقة - معرضٌ لبضاعة التجار، لأن الجمعية التعاونية تأخذ البضائع من التجار ولا تدفع لهم ثمنها، بل تنتظر بيع هذه البضاعة، فما بيع منها أخذ التاجر ثمنه وأخذت الجمعية ربحها، وما لم يبيع فإن الجمعية لا تدفع ثمنه للتاجر، وما كسد فإن التاجر يرفعه من سوق الجمعية التعاونية، فالتاجر هو من يتحملة لا الجمعية، فيرى أصحاب هذا الاتجاه أن عقد السمسرة أليق بهذا الواقع.

وصورة المسألة: أن الجمعية التعاونية تبيع للتاجر بضاعته مقابل أجرة نسبية معلومة من ثمن المبيعات المعلوم ثمنها، وقد اختلف أهل العلم في حكم الأجرة بالنسبة على ثلاثة أقوال:

الأول: عدم جواز ذلك مطلقاً، وهو مذهب الحنفية والشافعية^(٢).

الثاني: عدم جواز ذلك إذا كان ثمن السلعة أو الخدمة التي يتوسط فيها غير محدد، وهو مذهب المالكية^(٣).

الثالث: الجواز مطلقاً، وهو مذهب الحنابلة^(٤).

(١) ابن تيمية: القواعد الكلية (ص ٢٦٤)، ابن القيم: إعلام الموقعين (٥/٣٧٣).

(٢) انظر: ابن مازة البخاري: المحيط البرهاني (١١/٣٣٧)، الفتاوى الهندية (٤/٥١٠)، النووي: روضة الطالبين (٤/٣٠١).

(٣) انظر: البراذعي: التهذيب (٣/٣٤٦)، المواق: التاج والإكليل (٥/٤٠٤).

(٤) انظر: الحجواي: الإقناع (٢/٥١٢)، الرحيباني: مطالب أولي النهى (٣/٦١٢).

الأدلة^(١):

دليل القول الأول:

لأنه استئجار للعامل بأجر مجهول المقدار عند التعاقد؛ إذ ليست الإجارة في مقدوره، وما يقع منها لا يُعلم مقدار ثمنه ابتداءً، ومن شروط صحة عقد الإجارة انتفاء الجهالة في مقدار الأجرة^(٢).

نوقش: بأن السلع لا تنفك عن راغب فيها، فيغلب على الظن أن السلع ستباع^(٣).

دليل القول الثاني:

دليلهم في حالة عدم تحديد ثمن السلعة هو دليل القول الأول، واستدلوا على الجواز إذا كان ثمن السلعة أو الخدمة معلوماً بأن قدر الأجرة صار معلوماً فلا مانع لصحة العقد إذن^(٤).

دليل القول الثالث:

أن رسول الله ﷺ عامل أهل خيبر بشرط ما يخرج منها من ثمر أو زرع^(٥).
وجه الاستدلال: أن ما يتوسط فيه الوسيط مما ينمي بالعمل فيه فجاز الاستئجار عليه بجزء مما يحصل منه كالمساقاة والمزارعة^(٦).

والظاهر - والله أعلم -:

هو القول الثاني، لأن الأجرة محددة آيلة للعلم، قيل لابن القاسم - رحمه الله -^(٧): «فرجل

(١) انظر الأدلة: في المراجع الآتية، و د. عبدالرحمن الأطرم: الوساطة التجارية (ص ٣٤٣-٣٤٧)، د. نزيه حماد: كيفية تحديد الأجور: (ص ١٢٩-١٣٤).

(٢) انظر: ابن مازة البخاري: المحيط البرهاني (٣٣٧/١١)، الفتاوى الهندية (٤/٥١٠)، النووي: روضة الطالبين (٤/٣٠١) ..

(٣) انظر: ابن قدامة: المغني (٨/٤٢).

(٤) انظر: البراذعي: التهذيب (٣/٣٤٦)، ابن رشد: البيان والتحصيل (٨/٤٦٤)، المواق: التاج والإكليل (٥/٤٠٤).

(٥) رواه البخاري (٣/١٠٤)، كتاب المزارعة، باب المزارعة بالشرط ونحوه، برقم (٢٣٢٨)، ومسلم (٣/٩٦١)، كتاب المساقاة، باب المساقاة والمعاملة بجزء من الثمر والزرع، برقم (١٥٥١)، من حديث ابن عمر رضي الله عنهما.

(٦) انظر: البهوتي: كشف القناع (٨/٥٢٨).

(٧) أبو عبدالله عبدالرحمن بن القاسم بن خالد العنقي، صحب الإمام مالك عشرين سنة، من كبار المصريين وفقهائهم، له: المدونة الكبرى، وهي سماعته من الإمام مالك، توفي سنة (١٩١). انظر: القاضي عياض: ترتيب المدارك (٢/٤٣٣)، ابن فرحون (١/٤٦٥).

«فرجل قال لرجل: صِخْ على هذه السلعة فإن بعثها بعشرة دنانير فلك من كل دينار سدسه، قال: هذا حلال لا بأس به؛ لأنه قال له إن بعثَ هذه السلعة بعشرة دنانير فلك دينار وثلثان»^(١).

ويترتب على ذلك: جواز أن تعمل الجمعية التعاونية الاستهلاكية بعقد السمسرة، وحينئذ تضع الجمعية أجرة نسبية مناسبة لها بحيث تغطي ما سبق ذكرها من أجرة الرف وهامش الربح. وهذا الاتجاه أقرب في نظري، والله أعلم.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق الشراء برسم البيع في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

سأعرض في هذا المطلب تطبيقاً لبضاعة حقيقية، من دخولها لسوق الجمعية التعاونية إلى خروجها وتسلم ثمنها^(٢).

١- راجع مندوب شركة (...) التجارية مدير سوق جمعية (...) التعاونية ليحصل منه

على (طلب تزويد بالبضاعة)، وهي مناشف للمطبخ وإسفنج للتنظيف.

يصدر مدير السوق طلب التزويد ويبين فيه بالتفصيل نوع وسعر وعدد البضاعة

التي تحتاجها الجمعية وتطلب من شركة (...) التجارية تزويدها بها.

٢- يُرسل طلب التزويد من مدير السوق إلى قسم المشتريات، فيصدر قسم المشتريات

(طلب شراء) بناءً على ورد في (طلب التزويد)، وقد صدر (طلب الشراء) بثمن

المشتريات من مناشف وإسفنج وهو (١٠٤، ٢٨٣.د.ك).

٣- يأخذ مندوب شركة (...) التجارية (طلب الشراء) من قسم المشتريات ليحضر ما

تضمنه من بضائع إلى السوق المركزي.

٤- يحضر مندوب شركة (...) التجارية البضاعة السابقة ومعه فاتورة من الشركة

مطابقة لما في (طلب الشراء) ويتوجه إلى قسم الاستلام في الجمعية التعاونية

لتسليم البضاعة، ويطابق مسؤول قسم الاستلام البضاعة مع (طلب الشراء)، ثم

يوقع مسؤول التسليم على فاتورة الشركة لتوثيق الاستلام ثم يضع سعراً للبضاعة

(١) انظر: العتيبي: المستخرجة من الأسمعة (٤٦٤/٨).

(٢) انظر: الملحقات (ص ١٨٦).

بهامش ربح ١٠% من ثمن البضاعة، وقد صار ثمن البضاعة السابقة بعد التسعير (٦٥٥,٣١١.د.ك).

- ٥- بعد شهر يفحص مندوب الشركة البضاعة التي على رفوف سوق الجمعية التعاونية ليعرف ما بيع منها، ويكتب المندوب في ورقة خاصة تسمى (براءة ذمة) ما توصل إليه من معلومات حول كمية البضاعة التي بيعت، ثم يدققها بعده مدير السوق.
- ٦- تبين أن ما بيع من البضاعة المذكورة سابقاً كان بقيمة (٢٠٠.د.ك)، وما لم يبيع في ذلك الشهر كان بقيمة (١٠٤,٥٨٣.د.ك).
- ٧- يصدر المحاسب شيكاً بثمن ما بيع موقِعاً من سبعة أشخاص: المحاسب، ورئيس المحاسبة، والمدقق الداخلي، والمدير المالي، والمدير العام، ورئيس مجلس الإدارة، وأمين الصندوق، ويسلمه لمندوب الشركة.
- ٨- يستلم مندوب الشركة الشيك ويحضر سند قبض من الشركة يثبت استلام الشركة للشيك.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق الشراء برسم البيع:

تحصل من هذا المبحث اقتراح الباحث أن تغير الجمعيات التعاونية الاستهلاكية سياستها في مجال الشراء برسم البيع من كونه عقد بيع إلى كونه عقد سمسة بأجرة، وعليه فمعيار هذا المبحث واحد هو:

يجوز أن تتقاضى الجمعية التعاونية الاستهلاكية أجرة نسبية معلومة من ثمن المبيعات مقابل أن تبيع الجمعية التعاونية للتاجر بضاعة معينة معلومة الثمن.

المبحث الثالث: التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي: وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي:

ويقصد به البيع بواسطة آلات ذات نظام معين يستجيب لأوامر الشراء باستقبال عملات معدنية أو ورقية من حجم معين أو بطاقات ممغنطة أعدت خصيصًا للتعامل مع الآلة. وتستخدم هذه الطريقة في التسويق في كثير من محلات بيع السلع الاستهلاكية، مثل: المشروبات والمأكولات الخفيفة، وبعض الخدمات، مثل: غسل الملابس والمكالمات الهاتفية^(١). ويعتبر التسويق بواسطة البيع الآلي من الابتكارات المهمة في مجال التوزيع المباشر، حيث تحتاج آلات البيع الآلي لمساحات صغيرة، ولا تحتاج لمندوبي بيع، كما أنها تعمل طوال اليوم، ويتعامل معها المستهلك بسهولة.

وتوضع هذه الآلات عادة في الأماكن التي يتردد عليها الناس بكثرة، مثل: محطات الوقود ومكتبات الجامعات والمجمعات التجارية^(٢).

وصورة البيع الآلي عن طريق الآلات المخصصة له تكون بأن يتعامل المشتري مع هذه الآلات مباشرة، فإذا أراد شراء سلعة من السلع المعروضة فيها فإنه يضع النقود المعدنية أو الورقية أو البطاقة الممغنطة في مكان مخصص من الآلة، فتقوم الآلة تلقائيًا بسحب النقود إلى جوفها، وعندئذ يُتاح للمشتري اختيار الصنف الذي يريده بالضغط على المفتاح الخاص به فتخرج السلعة من مكان مخصص لذلك، أو تعمل الآلة على تنفيذ طلبه بإتاحة الخدمة له إن كان المطلوب هو خدمة من الخدمات^(٣).

هذا بالنظر إلى علاقة التاجر صاحب آلة البيع بالمستهلك الأخير، أما علاقة التاجر صاحب آلة البيع بالجمعية التعاونية الاستهلاكية فصورتها أن يطلب صاحب آلة البيع

(١) انظر: نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص ٥٦٣)، د. السيد متولي: التسويق

(ص ٢٦٢)، د. هاني الضمور: إدارة قنوات التوزيع (ص ١٩٨).

(٢) انظر: د. نعيم أبو جمعة: التسويق الابتكاري (ص ٢٣٧).

(٣) انظر: د. حسين الشهراني: التسويق التجاري (ص ٣٩٠).

الاستفادة من مساحة محددة من السوق المركزي التابع للجمعية التعاونية الاستهلاكية ليضع فيها آلة البيع لمدة محددة مقابل مبلغ معين.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي:

سأتعرض في هذا المطلب لتكييف علاقة التاجر صاحب آلة البيع بالجمعية التعاونية الاستهلاكية من جهة، وعلاقة التاجر صاحب آلة البيع بالمستهلك الأخير من جهة أخرى.

أولاً: العلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية:

العلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية هي عقد إجارة، ووجه ذلك أن التاجر يبذل عوضاً للجمعية ليملك منفعةً جزءاً محددٍ من أرض الجمعية، وهذه الصفة تصدق على الإجارة؛ فإن الإجارة هي: تملك المنافع بعوض^(١)، وهذا واضح.

إذا تقرر هذا، فإن عقد التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي يخضع لشروط عقد الإجارة في الفقه، وبالتحديد: يخضع لشروط إجارة الأرض التي هي نوع من إجارة الأعيان.

ويشترط فيها أربعة شروط:

الأول: أن تكون الأجرة معلومة.

الثاني: أن تكون المنفعة المعقود عليها معلومة.

الثالث: أن تكون المنفعة المعقود عليها مباحة.

الرابع: أن تكون مدة الإجارة معلومة.

أما ما يتعلق بالأجرة:

فيشترط أن تكون معلومة، وقد اتفق الفقهاء على أن العلم بالأجرة شرطٌ لصحة الإجارة^(٢)، كما اشترط لصحة عقد البيع العلم بالثمن؛ لأن الإجارة بيعٌ للمنافع، والأجرة فيها كالثمن في البيع فكان لها حكمه، وفيما يلي طائفة من نصوص الفقهاء تُقرر هذا المعنى.

(١) انظر: المرغيناني: الهداية (٢٦٩/٦)، الدردير: الشرح الكبير (٣٣٤/٥)، المحلي: كنز الراغبين (١٠٢/٣)، ابن قدامة: المغني (٧/٨).

(٢) انظر: الكاساني: بدائع الشرائع (١٧/٦-١٨)، الغنيمي: اللباب (٢١٤/٣)، ابن شاس: عقد الجواهر الثمينة (٨٣٦/٢)، الدردير: الشرح الصغير (٨/٤)، الرملي: نهاية المحتاج (٥٨/٤)، الدميري: النجم الوهاج (٣٢٤/٥)، ابن قدامة: المغني (١٤/٨)، ابن أبي عمر: الشافعي (٢٧٥/١٤).

قال الكاساني - رحمه الله -^(١): «والأجرة في الإجازات معتبرة بالثمن في البياعات؛ لأن كل واحد من العقدين معاوضة المال بالمال، فما يصلح ثمنًا في البياعات يصلح أجرة في الإجازات، وما لا فلا»^(٢).

وقال ابن شاس - رحمه الله -^(٣): «ولما كانت الأجرة كثمن المبيع وجب أن تراعى فيها شرائطه»^(٤).

وقال الرملي - رحمه الله -^(٥): «ويُشترط لصحة الإجارة كون الأجرة معلومة... كما مرَّ نظيره في الثمن»^(٦).

وقال ابن قدامة - رحمه الله -^(٧): «يُشترط في عوض الإجارة كونه معلومًا، لا نعلم في ذلك خلافًا، وذلك لأنه عوضٌ في عقد معاوضة، فوجب أن يكون معلومًا، كالثمن في البيع»^(٨).

والأصل في اشتراط العلم بالأجرة قوله **وَعَلَى**: ﴿يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩].

(١) علاء الدين أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني، فقيه حنفي، من أشهر مؤلفاته: بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، والسلطان المبين في أصول الدين، توفي سنة (٥٨٧). انظر: القرشي: الجواهر المضئية (٢٥/٤)، ابن فُطُولُوعًا: تاج التراجم (ص ٣٢٧).

(٢) بدائع الصنائع (١٨/٦-١٩).

(٣) جلال الدين أبو محمد عبدالله بن نجم بن شاس الجذامي، فقيه مالكي، من أشهر مؤلفاته: عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة، والانتصار لأئمة الأمصار والأعصار، توفي سنة (٦١٦). انظر: ابن فرحون: الديباج المذهب (٤٤٣/١)، مخلوف: شجرة النور الزكية (١٦٥/١).

(٤) عقد الجواهر الثمينة (٨٣٦/٢).

(٥) شمس الدين محمد بن أحمد بن حمزة الرملي، فقيه شافعي، من أشهر مؤلفاته: نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، وغاية البيان في شرح زيد ابن رسلان، توفي سنة (١٠٠٤). انظر: الحبي: خلاصة الأثر (٣/٣٤٢)، الشوكاني: البدر الطالع (٦٥٦/٢).

(٦) نهاية المحتاج (٥٨/٤).

(٧) موفق الدين أبو محمد عبدالله بن أحمد بن محمد بن قدامة المقدسي، فقيه وأصولي حنبلي، من أشهر مؤلفاته: المغني شرح الحرقي، وروضة الناظر في أصول الفقه، توفي سنة (٦٢٠). انظر: ابن رجب: ذيل طبقات الحنابلة (٣/٢٨١)، صالح بن عثيمين: تسهيل السابلة (٧٦٢/٢).

(٨) المغني (١٤/٨).

وجه الدلالة: أن الرضا شرطٌ في البيع والأجرة ونحوهما من عقود المعاوضات المالية، والرضا لا يتعلق إلا بمعلوم^(١).

أما ما يتعلق بالمنفعة المعقود عليها:

فيُشترط كونها معلومة، وهذا موضع اتفاق بين الفقهاء^(٢)، ويُبين العَمْراني^(٣) وجه ذلك بقوله: «لأن المنافع كالأعيان، فلما لم يجز العقد على الأعيان مع الجهل بها فكذلك العقد على المنافع»^(٤)، وقال ابن أبي عمر^(٥): «لا بد من معرفة المنفعة في الإجارة؛ لأنها المعقود عليها، فاشترط العلم بها كالمبيع، فإن معرفته شرطٌ في صحة البيع، فكذلك معرفة المنفعة في الإجارة؛ فإن بيع المجهول لا يصح إجماعاً»^(٦).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان نوع المنفعة، وهي في أجهزة البيع الآلي بيع سلع معينة.

ويشترط أن تكون المنفعة مباحة، وهذا موضع اتفاق في الجملة^(٧).

والدليل قوله ﷺ: "قاتل الله اليهود، إِنَّ الله عز وجل لما حرّم عليهم شُحُومَهَا

(١) انظر: ابن حزم: المحلى (٧٣/٩)، العز بن عبدالسلام: القواعد الكبرى (٢٩٩/٢)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٠٣/٢٨).

(٢) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٥٣٨/٥-٥٣٩)، الغنيمي: اللباب (٢١٤/٣)، المنوفي: كفاية الطالب الرباني (٣٩١/٣)، الدردير: الشرح الصغير (٩/٤)، العَمْراني: البيان (٣٠٢/٧)، الدميري: النجم الوهاج (٣٤٢/٥)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٢٦٦/١٤)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٩٠/٥).

(٣) أبو الحسين يحيى بن أبي الخير سالم العمراني، فقيه شافعي، من أشهر مؤلفاته: البيان شرح المهذب، وغرائب الوسيط، الوسيط، توفي سنة (٥٥٨). انظر: ابن السبكي: طبقات الشافعية الكبرى (٣٣٦/٧)، ابن قاضي شعبة: طبقات الشافعية (٣٢٧/١).

(٤) البيان (٣٠٢/٧).

(٥) شمس الدين أبو الفرج عبدالرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي، فقيه حنبلي، له: الشافي شرح المقنع، توفي سنة (٦٨٢). انظر: ابن رجب: ذيل طبقات الحنابلة (١٧٢/٤)، صالح بن عثيمين: تسهيل السابلة (٨٧٦/٢).

(٦) الشافي: (٢٦٥-٢٦٦).

(٧) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (١٨٠/٧)، الغنيمي: اللباب (٢٤٥/٣)، القراني: الذخيرة (٣٩٦/٥)، الدردير: الشرح الشرح الصغير (١٠/٤)، العَمْراني: البيان (٢٨٨/٧)، الدميري: النجم الوهاج (٣٢٧/٥)، البرهان ابن مفلح: المبدع (٧٣/٥)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٩٠/٥).

أَجْمَلُوهُ^(١) ثم باعوه فأكلوا ثمنه^(٢)، والأجرة كالثمن، فأخذ الأجرة على ما هو حرام محرم، و﴿لأن ثبوت الملك على العوض فرغ ثبوته على المعوض﴾^(٣).

ويترتب على هذا الشرط: عدم جواز تأجير جزء من أرض الجمعية التعاونية لمن يضع أجهزة بيع لبيع المحرمات.

أما ما يتعلق بالمدة:

فيشترط العلم بالمدة باتفاق الفقهاء^(٤)، قال ابن قدامة: «الإجارة إذا وقعت على مدة يجب أن تكون معلومة، كشهر وسنة، ولا خلاف في هذا نعلمه؛ لأن المدة هي الضابطة للمعقود عليه، المعرفة له، فوجب أن تكون معلومة، كعدد المكيلات فيما يبيع بالكيل»^(٥).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان مدة استفادة التاجر من أرض الجمعية في بيع بضاعته من خلال جهاز البيع الآلي.

ثانياً: علاقة التاجر بالمستهلك الأخير:

علاقة التاجر بالمستهلك الأخير هي علاقة البائع بالمشتري، المستهلك يضع الثمن في مكانه المخصص من آلة البيع، فتخرج له السلعة بعد ضغطه على زر معين، وبالنظر أن هذه الصورة نجد أنها تتخرج على بيع المعاطة، جاء في "كشاف القناع": «ومن المعاطة أيضاً ما أشار إليه بقوله (أو وضع ثمنه) أي: القدر المعلوم أنه ثمنه (عادةً) كقطع الحلوى وحزم البقل (وأخذه)، قال في "المبدع" و"شرح المنتهى": وظاهره: ولو لم يكن المالك حاضراً^(٦).

وصورة المعاطة: «أن يوجد في أحد شقي العقد لفظٌ صدر من أحد المتعاقدين ويشفعه

(١) أجملوه: أذا بوه، انظر: أبو عبيد: غريب الحديث (٢٩٨/٤).

(٢) رواه البخاري (٨٤/٣)، كتاب البيوع، باب بيع الميتة والأصنام، برقم (٢٢٣٦)، ومسلم (٩٧٨/٣)، كتاب المساقاة،

باب تحريم بيع الخمر والميتة والخنزير، برقم (١٥٨١)، من حديث جابر بن عبد الله -رضي الله عنهما-.

(٣) القرافي: الذخيرة (٣٩٦/٥).

(٤) انظر: النسفي: كنز الدقائق (ص ٥٤٣)، الغنيمي: اللباب (٢١٥/٣)، ابن جزى: القوانين الفقهية (ص ٢٩٨)،

الدردير: الشرح الصغير (٩/٤)، النووي: روضة الطالبين (١٩٦/٥)، الدميري: النجم الوهاج (٣٤٣/٥)، ابن

قدامة: المغني (٨/٨)، الرحيباني: مطالب أولي النهى (٩١/٥).

(٥) المغني (٨/٨).

(٦) البهوتي: كشاف القناع (٣٠١/٧-٣٠٢).

الآخر بالفعل، أو لا يوجد لفظً أصلاً^(١).

وللفقهاء في بيع المعاطاة ثلاثة أقوال:

القول الأول: انعقاد البيع بالمعاطاة، وهو مذهب الحنفية، والمالكية، والحنابلة^(٢).

القول الثاني: عدم انعقاد البيع بالمعاطاة، بل لا بد من الصيغة اللفظية، وهو مذهب

الشافعية^(٣).

القول الثالث: انعقاد المعاطاة في الأشياء الخسيسة دون النفيسة، وبه قال الكرخي^(٤)

والقُدوري^(٥) من الحنفية^(٦)، والبغوي^(٧) والمتولي^(٨) والنووي^(٩) وغيرهم من الشافعية^(١٠)، والقاضي

(١) بدر الدين الزركشي: المتثور في القواعد (١٨٥/٣).

(٢) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٥٣٢/٦)، الغنيمي: اللباب (٧/٣)، الخطاب: مواهب الجليل (٩/٥)، الدردير:

الشرح الكبير (٤/٤)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (١٢/١١)، ابن النجار: معونة أولي النهى (٨/٥).

(٣) انظر: النووي: روضة الطالبين (٣٣٨/٣)، الرملي: نهاية المحتاج (٤/٣).

(٤) أبو الحسن عبيد الله بن الحسين بن دلال الكرخي، فقيه وأصولي حنفي، من أشهر مؤلفاته: شرح الجامع الكبير،

ورسالة في أصول الفقه، توفي سنة (٣٤٠). انظر: القرشي: الجواهر المضية (٤٩٣/٢)، ابن قطلوبغا: تاج التراجم

(ص ٢٠٠).

(٥) أبو الحسين أحمد بن محمد القُدوري، فقيه حنفي، من أشهر مؤلفاته: المختصر المشهور، التجريد في مسائل الخلاف،

الخلاف، توفي سنة (٤٢٨). انظر: القرشي: الجواهر المضية (٢٤٧/١)، اللكنوي: الفوائد البهية (ص ٣٠).

(٦) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٥٣٣/٦)، ابن الهمام: فتح القدير (٧٧/٥)، ولم أحده في كتب القُدوري المطبوعة.

المطبوعة.

(٧) أبو محمد الحسين بن مسعود بن محمد البغوي، محدث وفقه شافعي، من أشهر مؤلفاته: معالم التنزيل، والتهديب في

في فروع الشافعية، توفي سنة (٥١٦). انظر: ابن السبكي: طبقات الشافعية الكبرى (٧٥/٧)، ابن قاضي شعبة:

طبقات الشافعية (٢٨١/١).

(٨) أبو سعد عبدالرحمن بن مأمون بن علي المتولي، فقيه وأصولي شافعي، من أشهر مؤلفاته: التتمة في فروع الشافعية،

مختصر في أصول الفقه، توفي سنة (٤٧٨). انظر: ابن السبكي: طبقات الشافعية الكبرى (١٠٦/٥)، الإسنوي:

طبقات الشافعية (٣٠٥/١).

(٩) أبو زكريا يحيى بن شرف النووي، محدث وفقه شافعي، من أشهر مؤلفاته: روضة الطالبين في فروع الشافعية، المنهاج

في شرح صحيح مسلم بن الحجاج، توفي سنة (٦٧٦). انظر: ابن السبكي: طبقات الشافعية الكبرى (٣٩٥/٨)،

ابن قاضي شعبة: طبقات الشافعية (١٥٣/٢).

(١٠) انظر: النووي: روضة الطالبين (٣٣٩/٣).

والقاضي أبو يعلى^(١) من الحنابلة^(٢).

الأدلة:

أدلة القول الأول:

- ١- أن الله أحل البيع ولم يبين كيفيته فوجب الرجوع فيه إلى العرف كما رجع إليه في القبض والإحراز والتفرق^(٣).
- ٢- أن البيع موجودٌ بينهم معلومٌ عندهم، وإنما جعل الشرع عليه أحكاماً وأبقاه على ما كان فلا يجوز تغييره بالرأي والتحكم، ولم ينقل عن النبي ﷺ ولا عن أصحابه مع كثرة وقوع البيع بينهم استعمال الإيجاب والقبول، ولو استعملوا ذلك في مبيعاتهم لتقل نقلاً شائعاً، ولو كان ذلك شرطاً لوجب نقله ولم يتصور منهم إهماله والغفلة عن نقله^(٤).
- ٣- أن «البيع مما تعم به البلوى فلو اشترط له الإيجاب والقبول لبينه ﷺ بياناً عاماً ولم يخف حكمه؛ لأنه يفضي إلى وقوع العقود الفاسدة كثيراً وأكلهم المال الباطل ولم ينقل ذلك عن النبي ﷺ ولا أحد من أصحابه ﷺ فيما علمناه»^(٥).

أدلة القول الثاني:

- ١- قوله ﷺ: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩].
- ٢- وقوله ﷺ: "إنما البيع عن تراض"^(٦).

(١) أبو يعلى محمد بن الحسين بن الفراء، فقيه وأصولي حنبلي، من أشهر مؤلفاته: التعليقة في الفقه، والعدة في أصول الفقه، توفي سنة (٤٥٨). انظر: ابن أبي يعلى: طبقات الحنابلة (٣/٣٦١)، البرهان ابن مفلح: المقصد الأرشد (٢/٣٩٥).

(٢) انظر: ابن أبي عمر: الشافعي (١٢/١١)، المرادوي: الإنصاف (١٢/١١)، ولم أجد في كتب القاضي أبي يعلى المطبوعة.

(٣) انظر: ابن منجى: الممتع (٢/٣٧٤).

(٤) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (١٣/١١).

(٥) ابن قدامة: المغني (٦/٨).

(٦) رواه ابن ماجه في "سننه"، كتاب التجارات، باب بيع الخيار، برقم (٢١٨٥)، وابن حبان في "صحيحه"، برقم

وجه الدلالة من الآية والحديث: أن الرضا شرط لصحة البيع، والرضا أمرٌ خفيٌّ لا اطلاع لنا عليه، فجُعِلت الصيغة دليلاً عليه، فلا ينعقد بالمعاطاة^(١).

ونوقش: بأن الإيجاب والقبول إنما يرادان للدلالة على التراضي، فإذا وُجد ما يدل عليه من المساومة والتعاطي قام مقامهما وأجزأ عنهما، لعدم التعبد فيه^(٢).

٣- القياس على عقد النكاح، فكما أنه لا ينعقد إلا باللفظ، فكذلك البيع^(٣).
يمكن أن يناقش بأن عقد النكاح فيه شوب التعبد فاختص انعقاده باللفظين الواردين في النصوص^(٤).

أدلة القول الثالث:

١- أن اعتبار الصيغة اللفظية في الأشياء اليسيرة يشق، فيسقط دفعاً للمشقة^(٥).
نوقش: بما تقدم من مناقشة للقول الثاني، ويمكن أن يقال: إن المشقة حاصلة أيضاً في الأشياء الكثيرة، إذ العرف جارٍ بيعها بالمعاطاة ولم يرد تحديد من الشرع فيها مع عموم البلوى بالبيع.

٢- أن العرف جرى بالمعاطاة في الأشياء الحقيرة دون الجلييلة^(٦).
نوقش: بما تقدم من مناقشة القول الثاني، ويمكن أن يقال: إن العرف كما جرى بالمعاطاة في الأشياء الحقيرة فكذلك هو جارٍ في الأشياء الجلييلة.

والظاهر - والله أعلم -:

هو القول الأول لقوة ما استدلوا به، ومما يدل على وجاهته وقوته أن طائفة من محققي الشافعية ارتضوه، ففي "فتح العزيز شرح الوجيز": «قال مالك: ينعقد بكل ما يعده الناس بيعاً،

(٤٩٧٦)، من حديث أبي سعيد الخدري رضي الله عنه، وصححه البوصيري في "مصباح الزجاجة" (١٧/٣)، والألباني في "إرواء الغليل" (١٢٥/٥).

(١) انظر: النووي: المجموع (١٦٢/٩-١٦٣)، الرملي: نهاية المحتاج (٤/٣).

(٢) انظر: الخطاب: مواهب الجليل (٩/٥-١٠)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (١١/١٤).

(٣) انظر: النووي: المجموع (١٦٣/٩).

(٤) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٩/٢٩-١٠)، ابن القيم: إعلام الموقعين (٤/٥٤٢).

(٥) انظر: ابن منجي: الممتع (٢/٣٧٥). أبي عمر المقدسي: الشافي (١١/١٤)،

(٦) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٧/٢٩).

واستحسنه ابن الصباغ^(١)، قال النووي - رحمه الله - : «قلث: هذا الذي استحسنه ابن الصباغ هو الراجح دليلاً، وهو المختار»^(٢).

ويترتب على القول المختار: صحة انعقاد البيع عن طريق أجهزة البيع الآلي.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

سأعرض في هذا المطلب عقداً بين جمعية تعاونية وشركة من الشركات التجارية لتأجير مساحات من الجمعية لوضع أجهزة البيع الآلي، وهذا نصه:

(تم الاتفاق والتراضي بين كل من:

١ - السادة جمعية (...) التعاونية، ويمثلها قانوناً في هذا العقد السيد (...) بصفته رئيس مجلس الإدارة.

٢ - شركة (...) للمقاولات والتجارة العامة، ويمثلها قانوناً في هذا العقد السيد، بصفته المدير العام.

وبعد أن أقر الطرفان بأهليتهما القانونية للتصرف والتعاقد فقد اتفق على الآتي:
تمهيد:

رغبة من الطرف الأول في توفير كافة الخدمات للسادة مساهمي جمعية (...) التعاونية ومقيمها ومن هذه الخدمات توفير خدمة بيع وتسويق بطاقات الدفع المسبق وبطاقات إعادة التعبئة.

وحيث إن الطرف الثاني من الشركات المتخصصة في هذا المجال ولديه الخبرة والدراية في بيع وتسويق بطاقات الاتصال وبطاقات التعبئة للهواتف النقالة وكذلك بطاقات الانترنت، وذلك بالسوق المركزي وكافة الأفرع التي تم الإعلان عنها بالإعلان رقم (...)، والذي تم نشره

(١) أبو نصر عبد السيد بن محمد بن عبد الواحد بن الصباغ، فقيه شافعي، من أشهر مؤلفاته: الشامل، وعدة العالم، توفي سنة (٤٧٧). انظر: ابن السبكي: طبقات الشافعية الكبرى (١٢٣/٥)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (٤٦٤/١٨).

(٢) الرافعي: فتح العزيز في شرح الوجيز (١٠١/٨).

(٣) روضة الطالبين (٣٣٩/٣).

بالجريدة الرسمية بتاريخ ١٠/١٠/٢٠١١م، وحيث أن الطرف الثاني في هذا العقد هو الفائز في هذا الاستثمار بناء على موافقة وزارة الشؤون الاجتماعية.

فقد تم الاتفاق والتراضي على ما يلي^(١) .

ثم جاء في البند الثاني:

(يلتزم الطرف الثاني ببيع جميع كروت إعادة التعبئة من جميع الفئات والأنواع لشركات الاتصال الموجودة حالياً داخل دولة الكويت، وهي: (زين، وطنية، فيفا)، وتسديد الفواتير الخاصة بها، وكذلك بيع كروت خدمة الانترنت وفتح الخطوط لجميع شركات الاتصال، سواء اتصال أو انترنت، وبيع خطوط جديدة، وذلك في الجمعية الرئيسية بقطعة (٥) وجميع أفرعها الحالية وهي (٢، ٤، ٦، ٨، ١٠، ١٢) عن طريق وضع (كاونتر) في السوق المركزي بمساحة (١٠، ٥ × ٢م) على مدار (٢٤) ساعة، ووضع مكائن بأفرع الجمعية).

ثم جاء في البند الخامس:

(يلتزم الطرف الثاني بأن يؤدي للطرف الأول بدل استثمار شهري قدرة (٧٠٠ د.ك) فقط، سبعمائة دينار كويتي لا غير، تدفع مقدماً كل أول شهر ميلادي).

ثم جاء في البند الثامن:

(مدة هذا العقد سنة واحدة تبدأ من ١/١١/٢٠١١م وتنتهي في ٣١/١٢/٢٠١١م، وتحدد تلقائياً لمدة مماثلة بموجب موافقة خطية من الطرف الأول ما لم يخطر احد من الطرفين الطرف الآخر كتابياً بعدم رغبته في تجديد العقد قبل (٣٠) يوماً من تاريخ انتهائه).

وأخيراً جاء في البند السابع عشر:

(حرر هذا العقد من ثلاث نسخ، بيد كل من أطرافه نسخة للعمل بموجبها وقت اللزوم، وتودع النسخة لثالثة لدى وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل).

(١) سأكتفي بذكر أهم البنود الواردة في العقد، والتي توضح الواقع العملي للعقد، ووضعت صورة العقد كاملاً في الملحقات من هذا البحث (ص١٩٢-١٩٥).

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي:

تنقسم المعايير الشرعية للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي إلى معايير ضابطة للعلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية، ومعايير ضابطة لعلاقة التاجر بالمستهلك الأخير.

أولاً: المعايير الشرعية للعلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية:

- ١- يُشترط تحديد أجرة ثابتة غير متغيرة في مقابل انتفاع التاجر بجزء من أرض الجمعية ليسوق بضاعته فيه عن طريق أجهزة البيع الآلي.
- ٢- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع الإجارة عليها والعلم بالنشاط التجاري الذي سيقوم به.
- ٣- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سبيعتها التاجر من المحرمات.
- ٤- يُشترط أن تحدد المدة التي سيضع التاجر خلالها جهاز البيع الآلي في الجمعية التعاونية.

ثانياً: المعيار الشرعي لعلاقة التاجر بالمستهلك الأخير:

البيع عن طريق أجهزة البيع الآلي بيعٌ صحيحٌ منعقدٌ، وهو إحدى صور بيع المعاطاة المعاصرة.

المبحث الرابع: التسويق الهجومي: وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف التسويق الهجومي:

التسويق الهجومي أسلوبٌ من أساليب التسويق المباشر^(١)، يقوم هذا الأسلوب التسويقي على أساس براعة البائع في إقناع العميل بشراء المنتج، وذلك باستخدام أساليب إقناع مدروسة سلفاً تجعل احتمال اقتناع العميل بالمنتج والعقد عليه كبيراً.

ومن أهم الأمور التي يركز عليها البائع في التسويق الهجومي:

١- المبالغة في إبراز صفات المنتج، بحيث يصور للعميل أن الحصول عليها فرصة ينبغي ألا تفوته.

٢- إشعار العميل بحاجته الماسة للحصول على المنتج، وأن عدم حصوله عليها يعرضه لصعوبات عملية أو مشاكل صحية ونحو ذلك.

٣- إقناع العميل بجدوى شرائه المنتج، بحيث إنه لا يحصل عليه بسعر مماثل أو مقارب، وأن عدم شراؤه للمنتج الآن يفوت عليه فرصة قد لا تتحقق له مستقبلاً.

٤- الإيحاء للعميل بالأعداد الكثيرة الذين اشتروا المنتج واستفادوا منه، وربما يعرض على العميل قائمة تحتوي أسماء كثيرة من المشترين.

وغير ذلك من الأمور التي تهدف في محصلتها إلى إقبال العميل على شراء المنتج.

وبالنظر إلى في هذا النوع من التسويق، يتبين أنه يعتمد على مبدأ الدعاية الشفهية القوية للمنتج، ويكون ذلك بأساليب مدروسة سلفاً يتعلمها المسوق وربما يحضر فيها دورات تدريبية خاصة يتدرب فيها على ما يُسمى بعلم التأثير وأساليب الإقناع والإيحاء اللاشعوري^(٢)، ونحو ذلك من المهارات التي يستخدمها البائع لإقناع العميل بشراء المنتج^(٣).

(١) تقدم في المبحث الأول من هذا الفصل التعريف بالتسويق المباشر، انظر: (ص ٦١).

(٢) تبحث كثيرٌ من كتب التسويق هذا الجانب المهم في البائع، انظر مثلاً: د. جمال المرسي و د. ثابت إدريس: المنشآت

التسويقية (ص ٤٣٧-٤٨٥)، د. منى الغيص: مبادئ التسويق (ص ٤١١-٤٣٧).

(٣) انظر: د. حسين الشهراني: التسويق التجاري (ص ٥٣٣-٥٣٤).

في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية يُسمى البائع بهذا الأسلوب من التسويق (عارضاً)، ويطلب بعض التجار من الجمعية التعاونية أن تسمح بممارسة هذا العارض لعمله داخل سوق الجمعية مقابل عوض مادي.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق الهجومي:

التسويق الهجومي له جهتان، علاقة التاجر الذي يريد وجود العارض المسوق لسلعته في الجمعية التعاونية من جهة، وعلاقة العارض بالمستهلك الأخير من جهة.

أولاً: علاقة التاجر بالجمعية التعاونية:

العلاقة بين التاجر وبين الجمعية التعاونية هي عقد إجارة، ووجه ذلك: أن التاجر يبذل عوضاً للجمعية ليملك منفعةً جزءاً محددٍ من أرض الجمعية ليستفيد منه بوضع بائع يروّج لسلعته ويذكر محاسنها، وهذه الصفة تصدق على الإجارة؛ فإن الإجارة هي: تملك المنافع بعوض^(١)، إذا تقرر هذا، فإن عقد التسويق الهجومي يخضع لشروط عقد الإجارة في الفقه، وبالتحديد: يخضع لشروط إجارة الأرض التي هي نوع من إجارة الأعيان.

ويشترط فيها أربعة شروط:

الأول: أن تكون الأجرة معلومة.

الثاني: أن تكون المنفعة المعقود عليها معلومة.

الثالث: أن تكون المنفعة المعقود عليها مباحة.

الرابع: أن تكون مدة الإجارة معلومة^(٢).

أما ما يتعلق بالأجرة:

فيشترط في الأجرة أن تكون معلومة، وقد اتفق الفقهاء على أن العلم بالأجرة شرطٌ لصحة الإجارة^(٣)، قال ابن قدامة - رحمه الله -: «يُشترط في عوض الإجارة كونه معلوماً، لا

(١) انظر: المرغيناني: الهداية (٢٦٩/٦)، الدردير: الشرح الكبير (٣٣٤/٥)، المحلي: كنز الراغبين (١٠٢/٣)، ابن قدامة: المغني (٧/٨).

(٢) تقدم بحث هذه الشروط بالتفصيل لذا سأعرضها هنا باختصار، انظر: (ص ٩٢-٩٥) من هذا البحث.

(٣) انظر: الكاساني: بدائع الشرائع (١٧/٦-١٨)، الغنيمي: اللباب (٢١٤/٣)، ابن شاس: عقد الجواهر الثمينة

(٨٣٦/٢)، الدردير: الشرح الصغير (٨/٤)، الرملي: نهاية المحتاج (٥٨/٤)، الدميري: النجم الوهاج (٣٢٤/٥)،

نعلم في ذلك خلافًا، وذلك لأنه عوضٌ في عقد معاوضة، فوجب أن يكون معلومًا، كالثمن في البيع^(١).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم العلم بقدر الأجرة التي سيدفعها التاجر للجمعية التعاونية مقابل وجود العارض المرّوج لسلعته.

أما ما يتعلق بالمنفعة المعقود عليها:

فيشترط كونها معلومة، وهذا موضع اتفاق بين الفقهاء^(٢)، قال ابن أبي عمر - رحمه الله -: «لا بد من معرفة المنفعة في الإجارة؛ لأنها المعقود عليها، فاشتراط العلم بها كالمبيع، فإن معرفته شرطٌ في صحة البيع، فكذلك معرفة المنفعة في الإجارة؛ فإن بيع المجهول لا يصح إجماعاً^(٣).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان نوع المنفعة، وهي في عقد التسويق الهجومي الترويج لسلعة معينة على جزءٍ محدد من أرض الجمعية التعاونية.

ويشترط أن تكون المنفعة مباحة، وهذا موضع اتفاق في الجملة^(٤).

ويترتب على هذا الشرط: عدم جواز تأجير جزءٍ من أرض الجمعية التعاونية لمن يستغلها في ترويج سلعةٍ محرمةٍ.

أما ما يتعلق بالمدة:

فيشترط العلم بالمدة باتفاق الفقهاء^(٥)، قال ابن قدامة - رحمه الله -: «الإجارة إذا وقعت

ابن قدامة: المغني (١٤/٨)، ابن أبي عمر: الشافعي (٢٧٥/١٤).

(١) المغني (١٤/٨).

(٢) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٥٣٨/٥-٥٣٩)، الغنيمي: اللباب (٢١٤/٣)، المنوفي: كفاية الطالب الرباني (٣٩١/٣)، الدردير: الشرح الصغير (٩/٤)، العثماني: البيان (٣٠٢/٧)، الدميري: النجم الوهاج (٣٤٢/٥)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (٢٦٦/١٤)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٩٠/٥).

(٣) الشافعي: (٢٦٥-٢٦٦).

(٤) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (١٨٠/٧)، الغنيمي: اللباب (٢٤٥/٣)، القرافي: الذخيرة (٣٩٦/٥)، الدردير: الشرح الصغير (١٠/٤)، العمراني: البيان (٢٨٨/٧)، الدميري: النجم الوهاج (٣٢٧/٥)، البرهان ابن مفلح: المبدع (٧٣/٥)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٩٠/٥).

(٥) انظر: النسفي: كنز الدقائق (ص ٥٤٣)، الغنيمي: اللباب (٢١٥/٣)، ابن جزري: القوانين الفقهية (ص ٢٩٨)، الدردير: الشرح الصغير (٩/٤)، النووي: روضة الطالبين (١٩٦/٥)، الدميري: النجم الوهاج (٣٤٣/٥)، ابن قدامة: المغني (٨/٨)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٩١/٥).

على مدة يجب أن تكون معلومة، كشهرٍ وسنة، ولا خلاف في هذا نعلمه؛ لأن المدة هي الضابطة للمعقود عليه، المعرّفة له، فوجب أن تكون معلومة، كعدد المكيلات فيما بيع بالكيل^(١).

ويترب على هذا الشرط: لزوم بيان مدة استفادة التاجر من أرض الجمعية في الترويج لبضاعته عن طريق التسويق الهجومي.

ثانياً: علاقة العارض بالمستهلك الأخير:

بالنظر إلى ما يفعله العارض في هذا النوع من التسويق فإن حقيقته مدح وثناء على السلعة وبيان صفاتها ترغيباً للسامع وإغراءً له بشرائها.

وهذا المدح والثناء لا يخلو: إما أن يكون بحق، أو بغير حق.

القسم الأول: أن يكون الثناء والمدح بحق، بأن يكون موافقاً لحال السلعة، وتحرى العارض في ذلك الصدق والحقيقة دون الكذب والتزوير، فهو جائز، لا سيما إذا كان وصفه يتضمن إعلام المشتري بما يجمله في السلعة^(٢).

والدليل على ذلك ما يأتي:

١ - قوله ﷺ: "البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كتما وكذبا مُحقت بركة يبيعهما"^(٣).

وجه الدلالة: يمكن أن يستدل بأنه ﷺ أخبر بحصول البركة لمن صدق في بيعه وبيّن، ومادح سلعته بما فيها لم يكذب ولم يكتم، بل مدحها بما فيها وأخبر بمحاسنها، وهذا لا محذور فيه لصدقه في قوله.

٢ - أن الأصل في المعاملات الحل والإباحة ما لم يَقم دليل المنع^(٤)، ولا يُعلم دليل من

(١) المغني (٨/٨).

(٢) انظر: ابن جرير: تهذيب الآثار (٤/٤٥-٥٩)، الطحاوي: شرح مشكل الآثار (٥/٣٢٥-٣٣٤)، الغزالي: إحياء علوم الدين (٣/٢٩٢-٢٩٤)، ابن الإخوة: معالم القرية في أحكام الحسبة (ص٧٢).

(٣) رواه البخاري (٣/٥٨)، كتاب البيوع، باب إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا، برقم (٢٠٧٩)، ومسلم (٣/٩٤٢)، كتاب البيوع، برقم (١٥٣٢)، من حديث حكيم بن حزام رضي الله عنه.

(٤) انظر: الزيلعي: تبيين الحقائق (٤/٨٧)، الجصاص: الفصول (٣/٢٥٢)، الجويني: غياث الأمم (ص٥٣٨)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٢٩/١٥٠)، ابن القيم: إعلام الموقعين (٣/١٠٧).

الكتاب أو السنة أو الإجماع أو القياس يمنع التاجر أن يثني على سلعته بحق، بل إن بيان مزايا السلعة من صميم عمل البائع اليومي، ولم يُنقل عن النبي ﷺ نهي التاجر عن مدح سلعهم بحق مع علمه بحال الأسواق ومشيه فيها، فدل هذا على جواز ذلك.

٣- لأن الحاجة إلى التعريف بالسلع قائمة بالنسبة للتاجر، لأنه من أسباب رواج سلعته، وبالنسبة للمستهلك ليميز بين أوصاف المبيعات ويعرف جودة كل منها فيساعده ذلك على اختيار ما يلائمه.

وإذا تقرر هذا فإن كل ما دعت إليه حاجة الناس وتعلقت به مصلحة معاشهم وكانت مصلحته راجحة فإن الشريعة لا تحرمه؛ إذ في تحريمه حينئذٍ إلحاقاً للحرج، والحرج منتفٍ شرعاً^(١).

٤- ومما يعضد ذلك من فقه السلف قول شريح القاضي - رحمه الله -^(٢): «يُزِين الرجل سلعته بما شاء»^(٣).

القسم الثاني: أن يكون المدح والثناء بغير حق، بأن يكذب البائع على المشتري فيثني على السلعة بما ليس فيها، أو يبالغ في صفاتها فيذكرها بأكثر مما هي عليه في الواقع، أو يوهمه أن عددًا كبيرًا من الناس يشتري هذه السلعة ويرضاها، ونحو ذلك من الأساليب التي جماعها: الكذب والتدليس والغش، فهذا محرم^(٤).
والدليل على ذلك ما يأتي:

١- قول الله ﷻ: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا

أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩].

(١) انظر: ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٢٩/٦٤، ٢٢٧).

(٢) أبو أمية شريح بن الحارث بن قيس الكندي، فقيه قاض، من جلة التابعين، قيل: توفي سنة (٧٨)، وقيل: سنة (٨٠). انظر: ابن خلكان: وفيات الأعيان (٢/٤٦٠)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (٤/١٠٠).

(٣) رواه ابن أبي شيبة في "المصنف" (١١/٤٢٨)، كتاب البيوع والأفضية، باب "في تزوين السلعة"، برقم (٢٢٧٨٨)، ولم أجد من حكم عليه من علماء الحديث، والظاهر أن إسناده لا بأس به.

(٤) انظر: ابن جرير: تهذيب الآثار (٤/٤٥-٥٩)، الطحاوي: شرح مشكل الآثار (٥/٣٢٥-٣٣٤)، الغزالي: إحياء علوم الدين (٣/٢٩٢-٢٩٤)، ابن الإخوة: معالم القرية في أحكام الحسبة (ص ٧٢).

وجه الدلالة: أنه ﷺ حَرَّمَ أكل المال بالباطل، واستثنى أكله بالتجارات التي تكون عن تراضٍ، والكذب على المشتري وغشُّه والتدليس عليه أكلٌ لماله بالباطل وبغير رضا منه^(١).

٢- أن رسول الله ﷺ مرَّ على صُبْرَةِ طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللاً فقال: "ما هذا يا صاحب الطعام؟"، قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: "أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس من غش فليس مني"^(٢).

وجه الدلالة: أنه ﷺ جعل صنيع صاحب الطعام غشًّا، فدل ذلك على تحريم هذا الفعل، بأن يظهر البائع السلعة على صفة ليست عليها ترويجًا للسلعة ودفعًا للآخرين على شرائها^(٣).

٣- الإجماع على تحريم الغش^(٤)، ومنه الكذب والتدليس بذكر السلعة بما ليس فيها.

٤- ومما يُستأنس به من فقه السلف ما جاء عن إبراهيم النخعي - رحمه الله -^(٥) أنه

قيل له: إن ناسًا من النَّحَّاسِينَ^(٦) وأصحاب الدواب يسمي أحدهم اصطبل دوابه خراسان وسجستان!، ثم يأتي السوق فيقول: جاءت من خراسان وسجستان، قال: فكره ذلك إبراهيم^(٧)، والسبب في كراهته ما تضمنه من الغش

(١) انظر: ابن رشد: المقدمات الممهديات (٩٩/٢).

(٢) رواه مسلم (٩٤/١)، كتاب الإيمان، باب قول النبي ﷺ: "من غشنا فليس منا"، برقم (١٠٢)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

(٣) انظر: ابن رشد: المقدمات الممهديات (١٠٠/٢)، ابن قدامة: المغني (٢٠٣/٦)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (٧٢/٢٨).

(٤) الإجماع حكاه: المازري: المعلم بفوائد مسلم (٢٤٨/٢)، السبكي: تكملة المجموع (١١٥/١٢)، العيني: عمدة القاري (٢٧٣/١١).

(٥) أبو عمران إبراهيم بن يزيد بن قيس النخعي، فقيه الكوفة ومفتيها، صاحب حديث وإتقان، توفي سنة (٩٦). انظر: ابن ناصر الدين الدمشقي: التبيان (١٧٧/١)، السيوطي: طبقات الحفاظ (ص٣٨).

(٦) النَّحَّاسِينَ: جمع نَحَّاسٍ، وهو بِيَّاع الدواب والرقيق. انظر: الفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص٥٧٦)، مادة (نحس).

(٧) رواه ابن أبي شيبة (٦٩٦/١١)، كتاب البيوع والأقضية، باب "في الرجل له الاصطبل فيسميه بالاسم"، برقم (٢٣٧٧٦)، قال ابن أبي شيبة: (حدثنا هشيم، عن مغيرة، عن إبراهيم قال: قيل له..)، الأثر، وإسناده ضعيف،

هشيم بن بشير لم يسمع من مغيرة بن مقسم الضبي، ومقسم لم يسمع من إبراهيم، والاثان في عداد المدلسين.

والخداع والتدليس^(١).

وبهذا التفصيل يتبين حكم التسويق الهجومي، وأنه قد يكون جائزاً وقد يكون محرماً. وقبل مغادرة هذا المطلب أحب التنويه بكلمة لابن سيرين - رحمه الله -^(٢) جمعت القسمين السابقين وهي قوله: «لا بأس بالتزيين»، وكره الغش^(٣). وهذه الكلمة من الشواهد على أن في كلام السلف والأئمة التنبيه على مأخذ الفقه ومُدرِك الحكم بكلامٍ وجيزٍ مختصرٍ يُفهم به المقصود من غير إطالة ولا إسهاب^(٤). ومما ينبغي التأكيد عليه أنه لا يجوز للعارض أن يسوق محرماً تسويقاً هجوماً، ولا يجوز للجمعية أن تتعاقد مع عارض يبيع محرماً.

المطلب الثالث: تطبيق التسويق الهجومي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

إذا أراد التاجر الترويج لبضاعته التي تباع على رفوف الجمعية التعاونية فإنه يقدم طلباً إلى الجمعية التعاونية يُبين فيه المدة ونوع السلعة التي سيروج لها، فتوافق الجمعية بعد تحديد الأجرة التي ترضاها، وفيما يلي نص طلبٍ في هذا الموضوع^(٥):

(السادة جمعية (...)) التعاونية المحترمين، تحية طيبة وبعد:

الموضوع: وجود عارضة^(٦)

يرجى التكرم من سيادتكم بالموافقة على وجود عارضة بالسوق المركزي لعروض صبغة الشعر (...). وذلك لمدة شهر (٣٠) يوماً اعتباراً من تاريخ ١٠/١١/٢٠١١ م حتى ١١/١١/٢٠١١ م.

انظر: أحمد بن حنبل: العلل ومعرفة الرجال (٢/٢٤٥)، المزني: تهذيب الكمال (٢٨/٣٩٧)، ابن حجر: تعريف أهل التدليس (ص ١٥٥، ١٥٩).

(١) انظر: ابن حجر: فتح الباري (٤/٣٨٤).

(٢) أبو بكر محمد بن سيرين البصري، مولى أنس بن مالك رضي الله عنه، من كبار فقهاء التابعين ومحدثيهم، اشتهر بتعبير الرؤيا، توفي سنة (١١٠). انظر: الخطيب البغدادي: تاريخ مدينة السلام (٣/٢٨٣)، ابن كثير: البداية والنهاية (١٣/٥٦).

(٣) رواه ابن أبي شيبة في "المصنف" (١١/٤٢٨)، كتاب البيوع والأقضية، باب "في تزيين السلعة"، برقم (٢٢٧٨٩)، ولم أجد من حكم عليه من علماء الحديث، والظاهر أن إسناده صحيح.

(٤) انظر: ابن رجب: فضل علم السلف على علم الخلف (ص ٦٠).

(٥) صورة الكتاب في الملحقات من هذا البحث (ص ١٩٧).

(٦) بشرط ألا تخلط الرجال، بل تكون في أماكن مخصصة للنساء.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا وتفضلوا بقبول فائق الاحترام.
شركة (...) المحدودة)، وفي يمين الطلب المقدم كتب مدير السوق: (عشرة دنانير يومياً)
ووقع على ذلك.

وقد يكون وجود العارض متفقاً عليه ضمن عقد من العقود، وذلك مثل العقد التالي^(١):
(إنه في يوم الخميس الموافق ٢٠٠٩/١٢/٣١ م حرر بين كل من:
أولاً: السادة جمعية ضاحية (...) التعاونية، ثانياً: السادة شركة (...) المتحدة للتجارة
العامة والمقاولات ذ.م.م)، والذي يخص تطبيق التسويق الهجومي من هذا العقد هو النص
التالي: (يسمح للشركة (...)) بوجود عارض على مساحات العرض بموافقة مدير السوق).
فالسماح بوجود العارض في هذا المثال داخل في ثمن العقد الكلي.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق الهجومي:

المعايير في هذا المطلب على قسمين: معيار علاقة التاجر بالجمعية التعاونية الاستهلاكية،
ومعيار علاقة العارض بالمستهلك الأخير.

أولاً: المعايير الشرعية للعلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية:

- ١- يُشترط أن تكون الأجره التي تحصل عليها الجمعية التعاونية من مقابل وجود
العارض المسوّق تسويقاً هجوميّاً = معلومة.
- ٢- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع
الاجارة عليها والعلم بالنشاط التجاري الذي سيقوم به.
- ٣- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سيروج لها العارض ويسوّقها تسويقاً هجوميّاً من
المحرمات.
- ٤- يُشترط أن تحدد المدة التي سيسوّق فيها العارض سلعته داخل سوق الجمعية
التعاونية.
- ٥- يجب على الجمعية التعاونية الاستهلاكية أن تشترط على العارض الالتزام بما سيأتي
في معيار علاقة العارض بالمستهلك الأخير.

(١) انظر: الملحقات (ص ١٩٩).

ثانياً: معيار علاقة العارض (ممارس التسويق الهجومي) بالمستهلك الأخير:

- ١- يجوز للعارض الثناء على سلعته وذكر ما يُرغَّبُ في شرائها بشرط ألا يقول إلا حَقًّا.
- ٢- يحرم على العارض الثناء الكاذب على سلعته أو أن يُرغَّبَ فيها بما يتضمن غش المشتري أو التدليس عليه.
- ٣- لا يجوز للعارض أن يسوق المحرمات تسويقاً هجومياً.

الفصل الثالث: حوافز التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الفقهية وتطبيقاتها العملية:

وفيه ستة مباحث:

المبحث الأول : مسابقات السحب، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف مسابقات السحب.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي لمسابقات السحب.

المطلب الثالث : تطبيق مسابقات السحب في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير الشرعية لمسابقات السحب.

المبحث الثاني : المهرجانات التخفيضية، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف التخفيضات الترغيبية وأنواعه.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي للمهرجانات التخفيضية.

المطلب الثالث : تطبيق المهرجانات التخفيضية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيفية.

المبحث الثالث : بطاقة العائلة، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف بطاقة العائلة.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي لبطاقة العائلة.

المطلب الثالث : تطبيق بطاقة العائلة في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيفية.

المبحث الرابع : الإعلانات والدعايات الترويجية، وفيه أربعة

مطالب :

المطلب الأول : تعريف الإعلانات والدعايات الترويجية.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي للإعلانات والدعايات الترويجية.

المطلب الثالث : تطبيق الإعلانات والدعايات الترويجية في الجمعيات التعاونية

الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير الشرعية للإعلانات والدعايات الترويجية.

المبحث الخامس : التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية

والثقافية والترفيهية، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي للخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المطلب الثالث : تطبيق التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير للتحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

المبحث السادس : رد السلعة الترغيبية، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف رد السلعة الترغيبية وأنواعه.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي لرد السلعة الترغيبية.

المطلب الثالث : تطبيق رد السلعة الترغيبية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

المطلب الرابع : المعايير الشرعية لرد السلعة الترغيبية.

المبحث الأول : مسابقات السحب، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف مسابقات السحب:

لتوضيح معنى مسابقات السحب لا بدّ من استعراض معنى المسابقة في اللغة وفي الاصطلاح الفقهي وعند التسويقيين بوجه عام، ثم الإشارة إلى أنواع المسابقات إجمالاً وتحديد موقع مسابقات السحب منها.

المسابقة لغةً: مصدر سابق يسابق سباقاً ومسابقةً، و«السين والباء والقاف أصلٌ واحد صحيح يدل على التقدم»^(١)، يقال سبقه: إذا تقدمه، وله سابقةٌ في الأمر: إذا سبق الناس إليه، والسابق والسبوق: الخيل الذي يسبقُ، وإذا كان يُسبَقُ فهو مُسَبَّقٌ، والسُّبُق من النخل: المبكرة بالحمل، وتسابق القوم: تخاطروا، والسُّبُق: ما يُجعل من المال رهناً على المسابقة.^(٢)

والمسابقة عند الفقهاء المتقدمين لا يخرج معناها عن المعنى اللغوي^(٣)، وقد عرفها بعض المعاصرين بأنها: عقد بين فردين أو فريقين أو أكثر على المغالبة بينهما في مجال عسكري أو علمي أو رياضي أو غيره من أجل معرفة السابق من المسبوق^(٤).

(١) ابن فارس: مقاييس اللغة (١٢٩/٣) مادة (سبق).

(٢) انظر: الجوهري: الصحاح (١١٣٥/٢)، الزمخشري: أساس البلاغة (ص٢٨٢)، ابن منظور: لسان العرب (٢٣٩/٣)، مادة (سبق) من جميعها.

(٣) انظر: الجصاص: شرح مختصر الطحاوي (٣٦٧/٧)، الكاساني: بدائع الصنائع (٣٤٠/٨)، القرافي: الذخيرة (٤٦٤/٣)، الخطاب: مواهب الجليل (١٨٩/٤)، الجويني: نهاية المطلب (٢٢٩/١٨)، الحصني: كفاية الأختيار (ص٦٨٤)، ابن قدامة: الكافي (٤٢٥/٣)، المجد ابن تيمية: المحرر (٢٧/٢).

(٤) الميسر والقمار (ص١٣).

وانتقدَ التعريف بأنه «يصلح أن يكون شرحًا لا تعريفًا؛ لما فيه من الطول والتفصيل والتمثيل الذي لا يناسب الحدود»^(١)، ويمكن أن يُقال - أيضًا - إنه لم يتعرض لموضوع مهم في المسابقة وهو العوض.

وذكر بعضهم في تعريفها بأنها: عقد بين متعاقدين على عمل يعملونه لمعرفة الأحذق فيه^(٢).

ويؤخذ على هذا التعريف التكرار في قوله (عقد بين متعاقدين)، و(عمل يعملونه)، فإن التكرار يخل بالفصاحة^(٣)، ولا يليق الإخلال بالفصاحة في الحدود التي هي موضوعة للبيان والإيضاح، كما أنه لم يتعرض - كسابقه - لموضوع العوض.

وأقترح أن تُعرف المسابقة بأنها: عقدٌ بين اثنين فأكثر، على عملٍ لمعرفة الأحذق فيه، بعوض أو بغيره.

ولعل هذا التعريف سالم من الاعتراضات الموجهة للتعريفين السابقين، كما أنه يشير إلى أمر مهم مؤثر في مسائل المسابقات، وهو وجود العوض أو عدمه.

أما المسابقة عند التسويقيين فهي: المغالبات التي يقيمها أصحاب السلع والخدمات لجذب المشترين إلى أسواق أو متاجر معينة أو الترويج لسلع أو خدمات معينة أو تنشيط المبيعات^(٤).

(١) د. خالد المصلح: الحوافز التسويقية التجارية (ص ١٢٣).

(٢) المسابقات وأحكامها في الشريعة الإسلامية (ص ٢٠).

(٣) انظر: القزويني: الإيضاح (٣٦/١)، التفتازاني: مختصر المعاني (ص ٤٥).

(٤) انظر: د. محمد با زرة: إدارة التسويق (٢/٤٩٨-٤٩٩)، بواسطة: د. خالد المصلح: الحوافز التسويقية التجارية

(ص ١٢٣).

وهذه المسابقات ترجع إلى نوعين^(١):

الأول: ما فيه عمل من المتسابقين، فيُطلب من المتسابقين إنجاز عمل معين؛ كإجابة على أسئلة ثقافية، أو أسئلة تتعلق بالسلع أو الشركة التي يُراد الترويج لها، ونحو ذلك.

وهذا النوع له حالان؛ إما أن يُشترط الشراء للاشتراك في المسابقة، أو لا يشترط.

الثاني: ما لا عمل فيه للمتسابقين، فلا يُطالب المشاركون بعمل تجري فيه المغالبة بينهم، وإنما يوزع المنظم للمسابقة بطاقات تحوي أرقامًا على مَنْ يرغب في الاشتراك في السحب، ثم تسحب إحدى هذه البطاقات في موعد محدد معلن لتحديد الفائز بالجائزة.

وهذا النوع هو المقصود بمسابقات السحب، ويعد أكثر أنواع المسابقات الترغيبية انتشارًا واستعمالًا في الأسواق، نظرًا لسهولة وإمكان المشاركة فيه لكل أحد وكون فرص الفوز متساوية فيه بالنسبة للجميع.

وهذا النوع - كسابقه - إما أن يُشترط فيه الشراء للاشتراك في المسابقة أو لا يُشترط. ومسابقات السحب في الجمعيات التعاونية يُشترط فيها الشراء، ويحصل المشتري غالبًا على بطاقة واحدة لدخول السحب مقابل كل خمسة دنانير كويتية من مجموع ثمن مشترياته أثناء فترة المسابقة، وبناء على هذا فإنه يحصل على المزيد من البطاقات كلما كثرت مشترياته.

المطلب الثاني : التكييف الفقهي لمسابقات السحب:

سبق أن مسابقات السحب في الجمعيات التعاونية يُشترط فيها الشراء، فلا يحصل على بطاقة الدخول في السحب إلا من اشترى سلعة من الجمعية التعاونية، وتزيد البطاقات بزيادة المشتريات، وكلما زادت البطاقات زادت فرصة فوز المشارك.

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التسويقية التجارية: (ص ١٢٣-١٢٥).

وقبل الشروع في الاتجاهات في تكييف مسابقات السحب لابد من ذكر مسألة مهمة، وهي المجالات التي تجوز فيه المسابقة والمجالات التي لا تجوز فيها.

مسألة : المجالات التي تجوز فيه المسابقة وما لا تجوز فيها:

تحرير محل النزاع:

١ - اتفق الفقهاء على جواز المسابقة بعوض وبغير عوض في الخيل والإبل والسهام^(١).

٢ - واتفقوا كذلك على جواز المسابقة بغير عوض في غير هذه الثلاث^(٢)، وحكى ابن قدامة الإجماع عليه^(٣).

ثم اختلفوا في المسابقة بعوض فيما عدا الخيل والإبل والسهام على أربعة أقوال:

القول الأول: عدم جواز بذل العوض في غير الخيل والإبل والسهام والأقدام، وهو مذهب الحنفية^(٤).

(١) انظر: داماد أفندي: مجمع الأنهر (٢/٥٤٩)، الحصكفي: الدر المختار (٩/٥٧٦)، ابن جزى: القوانين الفقهية

(ص ١٨٠)، الدردير: الشرح الكبير (٢/٥٣٢)، الماوردي: الحاوي (١٥/١٨٢)، زكريا الأنصاري: فتح الوهاب

(ص ١٩٤)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (١٥/٧)، الزركشي: شرح مختصر الخرقى (٧/٥٦).

(٢) انظر: ابن عابدين: رد المختار (٩/٥٧٧)، ابن حجر الهيتمي: تحفة المحتاج (٤/٢٨٣)، ابن مفلح: الفروع (٧/١٨٦).

(٣) انظر: المغني (١٣/٤٠٧).

(٤) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٨/٣٤٠)، ابن عابدين: رد المختار (٩/٥٧٦).

القول الثاني: عدم جواز بذل العوض في غير الخيل والإبل والسهام، وهو مذهب المالكية^(١)، والحنابلة^(٢)، وابن حزم^(٣)، وقول للشافعية^(٤).

القول الثالث: عدم جواز بذل العوض في غير الخيل وما في معناها؛ وهو البغل والحمار، والإبل وما في معناها؛ وهو الفيل، والسهام وما في معناها؛ وهي المزاريق^(٥) والرماح والمنجنيق، وكل نافع في الحرب مما يشبه المنصوص عليه، وهو مذهب الشافعية^(٦).

القول الرابع: جواز المسابقة بعوض في هذه الثلاثة وأحقوا بها المسابقة على العلم وحفظ القرآن والحديث والفقهاء والإصابة في المسائل، وهو قول بعض الحنفية^(٧)، واختاره ابن تيمية^(٨)، وابن القيم^(٩).

الأدلة:

مدار المسألة على قول النبي ﷺ: "لا سَبَقَ إلا في خُفٍّ أو نَصَلٍ أو حافرٍ"^(١٠).

- (١) انظر: ابن أبي زيد: النوادر والزيادات (٤٢٧/٣)، الدردير: الشرح الكبير (٥٣٢/٢).
- (٢) انظر: المرادوي: الإنصاف (٨/١٥)، ابن النجار: منتهى الإرادات (٣٥٣/١).
- (٣) انظر: المحلى (٣٥٤/٧).
- (٤) انظر: الماوردي: الحاوي (١٨٤-١٨٥/١٥)، النووي: روضة الطالبين (٣٥٠/١٠).
- (٥) المزاريق جمع مزارق، وهو الرمح القصير. انظر: الفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص ٨٨٩)، مادة (زرق).
- (٦) انظر: المحلى: كنز الراغبين (٤٠٢/٤-٤٠٣)، الرملي: نهاية المحتاج (١٩٨-١٩٩/٦).
- (٧) انظر: الفتاوى الهندية (٤٠٠/٥).
- (٨) انظر: ابن تيمية: الفتاوى الكبرى (٤١٥/٥)، المستدرک على مجموع الفتاوى (٥٨/٤)، ابن القيم: الفروسية الحمديّة (ص ٢٥٧)، ابن مفلح: الفروع (١٩٠/٧).
- (٩) انظر: الفروسية الحمديّة (ص ٢٥٧).
- (١٠) رواه أحمد في "المسند" واللفظ له (١٢٩/١٦)، برقم (١٠١٣٨)، وأبو داود (٢٤٨/٣)، كتاب الجهاد، باب في السبق، برقم (٢٥٧٤)، والترمذي (ص ٣٩٦)، كتاب الجهاد، باب ما جاء في الرهان والسبق، برقم (١٧٠٠)، والنسائي (٢٢٦/٦)، كتاب الخيل، باب السبق، برقم (٣٥٨٥)، وابن ماجه (ص ٤٨٨)، كتاب الجهاد، باب السبق والرهان، برقم (٢٨٧٨)، وليس عنده ذكر النصل، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه،

فاختلفت أنظار الفقهاء في هذا الحديث:

١ - نظر الحنفية: قالوا بموجب الحديث، وزادوا عليه المسابقة على الأقدام بدليل ما جاء عن عائشة رضي الله عنها أنها كانت مع النبي صلى الله عليه وسلم في سفر، قالت: فسابقته فسبقته على رجلِي، فلما حملت اللحم سابقته فسبقتني، فقال: "هذه بتلك السبقة"^(١)، فدل على جواز المسابقة على الأقدام، ولأن في المسابقة على هذه الوجوه ضربًا من الرياضة والدربة على القتال وإرهاب العدو^(٢).

المناقشة:

نوقش الحنفية في زيادتهم المسابقة على الأقدام بأن السباق الوارد في حديث عائشة رضي الله عنها كان بلا عوض^(٣) فلا دليل فيه، ولأنه سباق فعل من غير آلة فأشبهه السباق على الوثبة، ولأن السبق يكون على ما يُستفاد بالتعليم ليكون باعثًا على معاطاته، والسعي لا يُستفاد بالتعليم^(٤).

وحسنه الترمذي، والبعوي في "شرح السنة" (٣٩٣/١٠)، وصححه ابن القطان وابن دقيق العيد كما في "التلخيص الحبير" (٣٠٩١/٦).

(١) رواه أحمد في "المسند" (١٤٤/٤٠)، برقم (٢٤١١٨)، وأبو داود واللفظ له (ص ٣٩١)، كتاب الجهاد، باب في السبق على الرجل، برقم (٢٥٧٨)، وابن ماجه (ص ٣٤٢)، كتاب النكاح، باب حسن معاشره النساء، برقم (١٩٧٩)، وابن حبان في "صحيحه" (٥٤٥/١٠)، كتاب السير، باب السبق، برقم (٤٦٩١)، وصححه الألباني في "الإرواء" (٣٢٧/٥).

(٢) انظر: الجصاص: شرح مختصر الطحاوي (٣٨٦/٧)، الكاساني: (٣٤٠/٨-٣٤٤)، ابن عابدين: رد المختار (٥٧٦-٥٧٧/٩).

(٣) انظر: شمس الدين الزركشي: شرح مختصر الخري (٥٦/٧).

(٤) انظر: الماوردي: الحاوي (١٨٥/١٥).

٢- نظر المالكية والحنابلة: عندهم أن الحديث يدل على قصر جواز بذل العوض في المسابقات على الخيل والإبل والسهام^(١)، ويعضدون نظرهم بأن الحديث جمع بين النفي والإثبات وهو من أقوى صيغ الحصر^(٢)، ولأن في هذه الثلاثة معنى ليس في غيرها وهو أنها من آلات الحرب المأمور بتعلمها وإحكامها، ولأنها المعهودة للنبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه^(٣).

المناقشة:

نوقش استدلالهم بأن المقصود من الحديث التوكيد لا الحصر، فالمراد أن أحق ما بُذل فيه العوض هذه الثلاثة المذكورة؛ لكامل نفعها وعموم مصلحتها^(٤).

الإجابة:

أجيب عن هذا بأن صرف النفي عن الجواز إلى الأحقية أو الكمال ليس بمسلك صحيح، وذلك أن الواجب في كلام الشارع أن يحمل على الحقيقة ما أمكن، فإن تعذر ذلك صرف إلى ما يناسبه، ولذا فإن الواجب في هذا الحديث وغيره أن يحمل على نفي الصحة أو الجواز أولاً، فإن جاء ما يمنع حمله على الصحة حمل على الكمال^(٥).

٣- نظر الشافعية: عندهم أن الحديث نص بلفظه على الثلاثة وتبّة بمعناه إلى ما أشبهها مما فيه إعداد القوة، ولأن للمزاريق والرماح نصلاً، وللليل خفّاً، وللبغال والحمير حافراً فتدخل في عموم الخبر^(٦).

(١) انظر: الدردير: الشرح الكبير (٥٣٢/٢)، ابن قدامة: المغني (٤٠٦/١٣-٤٠٧).

(٢) انظر: بدر الدين الزركشي: البحر المحيط (٥٠/٤).

(٣) انظر: شمس الدين الزركشي: شرح الخرقى (٥٨/٧).

(٤) انظر: ابن القيم: الفروسية الحمديّة (ص ٢٧).

(٥) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٣١).

(٦) انظر: الشافعي: الأم (١٤٨/٤)، الماوردي: الحاوي (١٨٥/١٥).

المناقشة:

نوقش استدلالهم بأن هذه الحيوانات المختلف فيها لا تصلح للكر والفر، ولا يقاتل عليها، ولا يسهم لها، والفيل لا يقاتل عليه أهل الإسلام، والرماح والسيوف لا يرمى بها، فلم تجز المسابقة عليها، كالبقر والتّراس^(١)، والخبر ليس بعام فيما تجوز المسابقة به؛ لأنه نكرة في إثبات، وإنما هو عام في نفي ما لا تجوز المسابقة به بعوض؛ لكونه نكرة في سياق النفي، ثم لو كان عامًا لحمل على ما عهدت المسابقة عليه، وورد الشرع بالحث على تعلمه، وهو الخيل والإبل والسهم^(٢).

٤ - نظر بعض الحنفية وابن تيمية وابن القيم: قالوا أن الرهان المحرم: الرهان على الباطل الذي لا منفعة فيه في الدين، وأما الرهان على ما فيه ظهور أعلام الإسلام وأدلته وبراهينه فهو من أحق الحق، وهو أولى بالجواز من الرهان على النضال وسباق الخيل والإبل إذ تأثير هذا في الدين أقوى؛ لأن الدين قام بالحجة والبرهان وبالسيف والسنان، والمقصد الأول إقامته بالحجة، والسيف من بعد. قالوا وإذا كان الشارع قد أباح الرهان في الرمي والمسابقة بالخيل والإبل لما في ذلك من التحريض على تعلم الفروسية وإعداد القوة للجهاد فجواز ذلك في المسابقة والمبادرة إلى العلم والحجة التي بها تفتح القلوب ويعز الإسلام وتظهر أعلامه أولى وأحرى^(٣).

المناقشة: نوقش هذا الاستدلال بأن رسول الله صلى الله عليه وسلم أثبت السبق في الثلاثة: الخيل والإبل والسهم ونفاه عما عداها، فلا يجوز التسوية

(١) التّراس جمع تُرس، وهو ما يُتوقى به من الأسلحة. انظر: الزبيدي: تاج العروس (١٥/٤٧٧).

(٢) انظر: ابن قدامة: المغني (١٣/٤٠٧-٤٠٨).

(٣) انظر: ابن القيم: الفروسية المحمدية (ص ٢٣-٢٤).

بينهم، إذ أكل المال بهذه الأمور الثلاثة مستثنى من جميع أنواع المغالبات، وبأن المسابقة في الإبل والخيل والسهام هي على صورة الجهاد، وشرعت تمريناً وتدريباً وتوطيئاً للنفس عليه، ولا يحصل ذلك فيما عداها، وبأن الثلاثة المذكورات في الحديث هي آلات الحرب التي تستعمل فيها بخلاف غيرها، فإنها لا تستعمل في الحرب عادة^(١).

والظاهر - والله أعلم -:

هو مذهب المالكية والحنابلة من قصر جواز بذل العوض على المسابقة في الخيل والإبل والسهام؛ لما تقدم من أدلة ومناقشات.

وبعد هذا العرض نجد أن بين أيدينا ثلاثة اتجاهات في تكييف مسابقات السحب:

الاتجاه الأول: أن هذا النوع من المسابقات الترغيبية من القمار المحرم شرعاً؛ لأن المشاركين يبذلون مالا للحصول على هذه الجوائز التي قد تحصل لهم وقد لا تحصل، فهم بين غنم وغم، وما كان كذلك فهو من الميسر المحرم.

ويترتب على هذا التكييف: تحريم استعمال هذا النوع من المسابقات الترغيبية في الشراء، لكونه قماراً أو ميسراً محرماً، ويترتب عليه كذلك تحريم المشاركة في مسابقات السحب لكونها ميسراً وقماراً محرماً.

الاتجاه الثاني: أن هذا النوع من المسابقات الترغيبية هبة لمن تعينه القرعة.

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٣٢).

ويترتب على هذا التكييف: جواز استعمال هذا النوع من المسابقات الترويجية، وجواز المشاركة في هذه المسابقات، وجواز أن تكون الجائزة الترويجية مجهولة بناء على جواز الجهالة والغرر في عقود التبرعات.

ونوقش هذا التكييف بالمنع، لأن الجائزة في هذه المسابقات ليست هبة محضة، بل هي مشروطة في عقد مبنية عليه، فإن هذه الجوائز يُشترط لتحصيلها الشراء.

الاتجاه الثالث: أن هذا النوع من المسابقات الترويجية مسابقة بعوض من غير المتسابقين.

ما يترتب على هذا التكييف: لما كان هذا التكييف الفقهي مرتبطاً بحكم بذل العوض في غير ما ورد به النص من المسابقات، فإن ما يترتب عليه يختلف باختلاف القول في ذلك، وبيان ذلك بما يلي:

أولاً: ما يترتب على القول بعدم جواز بذل العوض في غير ما ورد به النص:

- ١ - تحريم هذا النوع من الحوافز المرغبة في الشراء؛ لعموم قول النبي صلى الله عليه وسلم: "لا سبق إلا في خُفٍّ أو نَصْلٍ أو حافر"^(١)، فلا يجوز للشركات والمؤسسات التجارية استعمال هذا الأسلوب في ترويج المبيعات وتنشيطها.
- ٢ - أنه لا تجوز المشاركة في هذه المسابقات، سواء زيد في ثمن السلعة أو لم يزد؛ لأن هذا بذل للعوض في غير ما ورد به النص.

(١) تقدم تخريجه (ص ١١٨).

ثانياً: ما يترتب على القول بجواز المسابقة على العوض في غير ما ورد به النص من المسابقات إذا كان العوض من غير المتسابقين:

١- جواز استعمال المسابقات لتنشيط المبيعات وترويج السلع، وهذا فيما إذا كان الاشتراك في المسابقة غير مشروط بالشراء.

أما إذا كان الاشتراك في المسابقة لا بُدَّ فيه من الشراء، فهذه الصورة حالان: الحال الأولى: الزيادة في ثمن السلعة أو الخدمة على سعر المثل لأجل المسابقة، فهذه لا إشكال في تحريمها وعدم جوازها؛ لأنها من الميسر المحرم؛ حيث إن المشارك يبذل الثمن الزائد؛ لأجل الاشتراك في المسابقة، وأمره دائر بين السلامة والعطب، وبين الغرم والغنم.

الحال الثانية: عدم الزيادة في ثمن السلعة أو الخدمة على سعر المثل؛ لأجل المسابقة، فهذه الحال يتنازعها نظران:

النظر الأول: شبهة الميسر، وذلك أنه لا يمكن دخول هذه المسابقة إلا ببذل مال، وإن لم يكن هذا المال لأجل المسابقة، لكن المسابقة لها أثر في جذب المشترين، ودفعهم على الشراء. ولا يشك المطلع على هذه المسابقات التجارية أن غرضها الأساسي زيادة المبيعات، ولذلك تجد أن المؤسسات التجارية لا تمنع من تعدد المشاركة في المسابقة الواحدة من شخص واحد بشرط أن تكون إجابة أسئلة كل مشاركة على قسيمة أصلية، بل إن بعض المؤسسات التي تنظم هذه المسابقات تعلن أن إجابة أسئلة المسابقة توجد في أحد إصداراتها أو منتجاتها مما يدفع الناس إلى شراء تلك الإصدارات أو المنتجات. وفي هذا ابتزاز لأموال الناس وتغرير بهم.

النظر الثاني: أن الميسر في هذه الحال منتف، وذلك أنه من شروط هذه الحال ألا يزيد ثمن السلعة أو الخدمة على سعر المثل، وألا يكون شراء السلعة أو الخدمة لأجل الحصول على قسيمة المسابقة، وبهذين الشرطين تسلم هذه المسابقة من الميسر، فيكون المتسابق إما غانماً أو سالماً، فلا وجه للمنع. والظاهر - والله أعلم - أنه إذا كان الشراء شرطاً لدخول المسابقة فإنها لا تجوز؛ لما فيها من شبهة الميسر، ولما فيها من إغراء الناس وحملهم على شراء ما لا حاجة لهم فيه، ولأن هذه الطريقة وسيلة للوقوع في ألوان من المحرمات، ومعلوم أن من قواعد الشرع المطهر سد الذرائع المفضية إلى المحرمات. وما ذكر من شروط لضمان سلامة هذه الصورة من المسابقات التجارية من المحرمات، فإنها لا تفي بالغرض، وذلك أنه يصعب التحقق منها، لا سيما ما يتعلق منها بالقصد من الشراء، وألا يكون لأجل الحصول على قسيمة المسابقة. فإن القصد أمر خفي باطن كثيراً ما يقع فيه الالتباس ولا ينضبط في نفسه فسُدَّ الباب أحكم وأضبط.

نوقش هذا التحريم: بأن هذا النوع من المسابقات الترويجية التي لا عمل فيها من المشاركين لا يمكن أن يخرج على أنه مسابقة؛ لأن المسابقة لا بد أن تكون على عمل يتجارى فيه المتسابقون، ففي هذا التحريم نظرٌ بيِّن^(١).

وبعد عرض الاتجاهات في تكييف مسابقات السحب فسأعرض أقوال العلماء المعاصرين في هذا النوع من المسابقات الترويجية، وحاصل أقوالهم ما يلي:

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٤٥-١٤٦).

القول الأول: عدم جواز هذا النوع من المسابقات الترغيبية، وبه قال الشيخ عبد العزيز ابن باز^(١)، والشيخ مصطفى الزرقا^(٢)، والشيخ محمد أبو زهرة^(٣)، وبه أفتت اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء في المملكة العربية السعودية^(٤).

القول الثاني: جواز هذا النوع من المسابقات الترغيبية، بشرطين: عدم رفع الثمن لأجل المسابقة، وألا تشتري من أجلها، وبه قال الشيخ ابن عثيمين^(٥)، وبه أفتت لجنة الفتوى التابعة لقطاع الإفتاء والبحوث الشرعية في وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في الكويت^(٦)، واللجنة في بيت التمويل الكويتي^(٧).

(١) انظر: مجموع فتاوى ومقالات متنوعة: (١٩/٣٩٨-٤٠٢).

وأبو عبدالله عبدالعزيز بن عبدالله بن باز، محدث وفقه حنبلي، طلب العلم مبكراً وقرأ على كبار علماء وقته حتى برع وبرز على الأقران، اشتغل بالقضاء والتدريس، ثم عين رئيساً لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، ثم مفتياً عاماً للمملكة ورئيساً لهيئة كبار العلماء وإدارة البحوث العلمية والإفتاء، من مؤلفاته: العقيدة الصحيحة وما يضادها، الفوائد الجليلة في المباحث الفرضية، توفي سنة (١٤٢٠). انظر: السدحان: الإمام ابن باز (ص ١٤)، (٩٧، ٢٤)، عبدالرحمن الرحمة: الإنجاز (ص ٢٦، ١٥٧).

(٢) انظر: فتاوى الزرقا (ص ٥١٣).

مصطفى بن أحمد الزرقا، فقيه وأصولي حنفي، نشأ تحت نظر جده الشيخ محمد الزرقا ووالده الشيخ أحمد الزرقا، اشتغل بالتدريس والتأليف، واختير عضواً في مجمع الفقه الإسلامي، من مؤلفاته: المدخل الفقهي العام، الفعل الضار والضمان فيه، توفي سنة (١٤٢٠). انظر: مجد مكّي: مقدمة فتاوى الزرقا (ص ٢١).

(٣) انظر: فتاوى أبو زهرة (ص ٤٤٥).

ومحمد بن أحمد أبو زهرة، من كبار علماء الشريعة في عصره، تربي بالجامع الأحمدى وتعلم بمدرسة القضاء الشرعي، وتولى تدريس العلوم الشرعية والعربية ثلاث سنوات، وعين أستاذاً محاضراً للدراسات العليا في الجامعة، وعضواً للمجلس الأعلى للبحوث العلمية، ووكيلاً لمعهد الدراسات الإسلامية، من مؤلفاته: أصول الفقه، الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، توفي سنة (١٣٩٤). انظر الزركلي: الأعلام (٦/٢٥-٢٦).

(٤) انظر: فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء (١٥/١٩٢)، برقم (٤٠٠٥).

(٥) انظر: لقاء الباب المفتوح، اللقاء رقم (٤٨)، سؤال رقم (١١٦٤)، واللقاء رقم (٤٩)، سؤال رقم (١١٨٥).

(٦) انظر: مجموعة الفتاوى الشرعية (١٨/١٧٢)، برقم (٥٦٢٤).

(٧) انظر: الفتاوى الشرعية في المسائل الاقتصادية برقم (٢٢٨).

دليل القول الأول:

١- أن هذا النوع من المسابقات الترويجية قمار أو شبيهه بالقمار، ووجه هذا أن المشتري يبذل مالاً للحصول على سلعة قد يحصل معها جائزة وقد لا يحصل، فهو بين غنم بتحصيل الجائزة، وبين غرم بفواتها عليه.

نوقش: بأن المشتري حاله دائرة بين الغنم بأخذ الجائزة مع السلعة، والسلامة بأخذ السلعة التي بذل لها ثمن المثل، فلا غرم هنا، وعليه فلا تكون هذه الصورة من الميسر.

أجيب: بأن المشتري لا يخلو من إحدى ثلاث حالات^(٢):

الحال الأولى: أن يقصد بشرائه السلعة فقط، فلا قمار في هذه الحال، إذ المشتري ليس بين غرم وغنم، فشراؤه صحيح، لكن الأحوط ألا يأخذ الجائزة فيما لو أصابته القرعة.

الحال الثانية: أن يقصد بشرائه دخول مسابقة السحب، فهذا قمار لا شك فيه.
الحال الثالثة: أن يقصد بشرائه الأمرين، فيكون المشتري قد بذل مالاً في شيء قد يحصله وهو الجائزة فيغنم، وقد لا يحصله فيغرم، وعليه فإن هذه الحال لا تسلم من القمار أو مشابته، فحكمها حكم الحال الثانية من التحريم والمنع.

٢- أن استعمال هذه المسابقات في الترويج والترويج للسلع والخدمات فيه إضرار بالتجار الذين لم يستعملوها، ووجه ذلك أن المستهلكين سيتجهون إلى من

(١) انظر الأدلة والمناقشات: في المراجع السابقة و د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص١٤٧-١٥٠).

(٢) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص١٤٨-١٤٩).

يستعمل هذه الطريقة، ويدعون من لا يستعملها، وهذا فيه إضرار بهم، ومعلوم أن من قواعد الشرع المطهر نفي الضرر. يناقش هذا: بأن الأرزاق بيد الله عز وجل فقد يسوقها إلى من لا يستعمل هذه المسابقات الترويجية ويمنعها من يستعملها، ولهذا فإنه لا يمنع أحد من استعمال ما الأصل فيه الإباحة لأجل أن غيره لم يستعملها، ومما لا يخفى أن أهل التجارات وأصحاب السلع يسلكون طرائق متنوعة مختلفة في الترويج لبضائعهم، فلا يمنع من انفراد منهم بأسلوب معين لأجل انفراده، إذ الأصل الإباحة والحل، فلا ينتقل عنه إلا بدليل.

دليل القول الثاني:

عمدة أصحاب هذا القول هو أن الأصل في المعاملات الحل والإباحة ما لم يقيم دليل التحريم والمنع، ولا دليل هنا يعتمد عليه في منع هذا النوع من المسابقات الترويجية، وما ذكر من شروط للإباحة إنما هو احتراز من قيام أسباب التحريم من القمار وإضاعة المال^(١).

نوقش: من وجهين:

١- أن أصل الإباحة الذي استدلوا به معارض بما ذكر في أدلة المانعين من أسباب التحريم.

٢- أن الشروط التي ذكرها أصحاب هذا القول يصعب العلم بها والتحقق من قيامها، وبيان ذلك بما يلي:

أن الشرط الأول، وهو ألا يزيد في الأسعار من أجل الجائزة، مما يصعب ضبطه، إلا في السلع الاستهلاكية المشهورة؛ لأن سعرها معروف ثابت، أما ما عداها من

(١) انظر: المراجع السابقة عند ذكر القول الثاني، و د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٤٩).

السلع فالتحقق من عدم رفع الأسعار فيها صعب أو متعذر، لا سيما في السلع التي تستوردها جهة واحدة تتحكم في سعرها رفعاً وخفضاً، كأكثر أنواع السيارات والأجهزة الكهربائية وبعض الألبسة فإنه لا يمكن في هذه السلع معرفة هل هناك زيادة في السعر لأجل الجائزة أو لا؟.

أن الشرط الثاني، وهو ألا تكون الجائزة هي المقصودة بالشراء، يصعب ضبطه أيضاً؛ لأن القصد هنا أمر خفي، فتعليق الحكم به تعليق بما يصعب أو يتعذر العلم به^(١).

والظاهر - والله أعلم -:

هو القول الأول القاضي بالتحريم، لما في هذا النوع من المسابقات الترويجية من الميسر المحرم أو شبهته، ولعدم انضباط الشروط التي علق عليها القول بالإباحة.

المطلب الثالث : تطبيق مسابقات السحب في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

كانت الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت تقيم مسابقات السحب إلى سنة ١٤٢٨ حيث صدر قرار من وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل ونصه: «يحظر على الجمعية إقامة مهرجانات تسويقية وإجراء سحبات عليها أو تقديم جوائز عينية أو نقدية»^(٢).

فإن قيل: ما سبب بحث المسألة وقد توقف العمل بها في الجمعيات التعاونية؟

قيل: إن وقف العمل بالمسابقات يرجع إلى مشكلة نظامية لا مانع شرعي، وليس من البعيد السماح بالمسابقات بعد تلافي تلك المشكلة النظامية، لذا كان من المناسب بحث الحكم الشرعي للمسابقات تأييداً لقرار المنع وسعيّاً إلى دوام العمل به.

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٤٩-١٥٠).

(٢) صورة القرار في الملحق (ص ١٩٠-١٩١).

المطلب الرابع : المعايير الشرعية لمسابقات السحب:

معيار هذا المبحث هو:

لا يجوز ترويج السلع والترغيب في شرائها عن طريق مسابقات السحب.

المبحث الثاني : المهرجانات التخفيفية، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف المهرجانات التخفيفية وأنواعها:

المَهْرَجَانُ في الأصل: احتفالُ الاعتدالِ الخريفي، وهي كلمةٌ فارسيَّةٌ مركبةٌ من كلمتين؛ الأولى: مهر، ومن معانيها الشمس، والثانية: جان، ومن معانيها الحياة أو الروح. والمَهْرَجَان - أيضاً - : الاحتفالُ يُقامُ ابتهاجاً بحادثٍ سعيدٍ أو إحياءٍ لذكرى عزيزة؛ كمهرجان الأزهار، ومهرجان الشباب، ومهرجان الجلاء^(١).

والتخفيض لغةً: من خَفَّضَ يُخَفِّضُ، والخَفْضُ نَقِيضُ الرِّفْعِ، وَعَيْشٌ خَفْضٌ: ذو دَعَةٍ وَخِصْبٍ، والخَفْضُ: الانْحِطاطُ بعد العُلُوِّ، والتخفيضُ: مَدُّكَ رَأْسَ البَعِيرِ إلى الأرض لتزكبه، والخَفْضُ: السير اللين.

وفلانٌ خافِضُ الجناح إذا كان وَقُوراً ساكناً، وامرأةٌ خافِضَةٌ الصوت وخَفِيضَةٌ الصوت إذا كانت ذات وَقَارٍ، لا سَلَاطَةَ في لسانها^(٢).

والتخفيض في اصطلاح التسويقيين هو: حسْمٌ يعطيه البائع للمشتري من سعر السلع والخدمات السائد في السوق أو من أسعار البيع التي يعينها المصنع لتشجيع الناس على الشراء منه و إدامة التعامل معه^(٣).

والمهرجان التخفيسي هو نوعٌ من أنواع التخفيض يُسمى: التخفيض الموسمي، والتخفيض الموسمي هو: حسْمٌ يمنحه البائع عند المواسم؛ إما عند إقبالها، أو عند نهايتها، أو في أثنائها، أو قبل ظهور النموذج الجديد من السلعة.

ويهدف هذا النوع من التخفيضات إلى التخلص من المخزون المتراكم من السلع، أو تصفية النموذج القديم، أو التصفية الشاملة، أو كسب إقبال الناس على الشراء خلال هذا الموسم^(٤)

(١) انظر: الفيومي: المصباح المنير (٢/٨٠١-٨٠٢)، المعجم الوسيط (٢/٨٩٠)، كلمة (مهرجان) من كليهما.

(٢) انظر: الأزهرى: تهذيب اللغة (٧/٥٣-٥٤)، الجوهرى: الصحاح (١/٨٤١-٨٤٢).

(٣) نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص٤٢٩).

(٤) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية التسويقية (ص١٥٤).

المطلب الثاني : التكييف الفقهي للمهرجانات التخفيفية:

تعتمد الجمعية إلى بعض سلعتها أو خدماتها فتعلن للجمهور أنها ستبيعه بأقل من قيمته في السوق، وهذا العمل في حقيقته بيعٌ بأقل من ثمن المثل، وقد اختلف العلماء في حكم البيع بأقل من ثمن المثل على قولين:

القول الأول: يجوز بيع السلع والخدمات بأقل من سعر مثلها، وهو مذهب الحنفية، وابن رشد الجدل من المالكية، والشافعية، والحنابلة، وابن حزم من الظاهرية^(١).

القول الثاني: لا يجوز بيع السلع والخدمات بأقل من سعر مثلها، وهو مذهب المالكية^(٢).

الأدلة:

أدلة القول الأول:

١ - قوله ﷺ: "إن الله هو المسعر القابض الباسط الرزاق، وإني لأرجو أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه في دم ولا مال"^(٣).

وجه الدلالة: أن النبي ﷺ عدَّ التدخل في تحديد الأسعار نوعاً من الظلم الذي يجب الامتناع منه، ويدخل في عموم ذلك بيع الرجل سلعته بأقل من ثمن مثلها^(٤).

٢ - قوله ﷺ: "رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع، وإذا اشترى، وإذا اقتضى"^(٥).

(١) انظر: الزيلعي: تبيين الحقائق: (٢٨/٦)، الغنيمي: اللباب (٣٦٣/٥)، ابن رشد: البيان والتحصيل (٣٠٦/٩)، العمراني: البيان (٣٥٤/٥) الشربيني: مغني المحتاج (٣٨/٢)، ابن قدامة: المغني (٣١١/٦-٣١٢)، الرحيباني: مطالب أولي النهى (٦٤/٤)، ابن حزم: المحلى (٤٠/٩).

(٢) انظر: القاضي عبدالوهاب: المعونة (١٠٣٥/٢)، الباجي: المنتقى (١٧/٥).

(٣) رواه أحمد في "المسند" (٤٤٤/٢١)، برقم (١٤٠٥٧)، والترمذي وصححه (ص٣١١)، كتاب البيوع، باب ما جاء في التسعير، برقم (١٣١٤)، وابن ماجه (ص٣٧٨)، كتاب التجارات، باب من كره أن يسعر، برقم (٢٢٠٠)، كلهم من حديث أنس ؓ، وقال ابن حجر في "التلخيص الحبير" (١٧٥٧/٤): «(إسناده على شرط مسلم)»

ورواه أبو داود (١٦٤/٤)، كتاب البيوع والإجازات، باب في التسعير، برقم (٣٤٥٠)، من حديث أبي هريرة ؓ، وحسنه ابن حجر في "التلخيص الحبير" (١٧٥٨/٤).

(٤) انظر: ابن قدامة: المغني (٣١٢/٦).

(٥) رواه البخاري (٥٧/٣)، كتاب البيوع، باب السهولة والسماحة في الشراء والبيع، برقم (٢٠٧٦)، من حديث جابر ابن عبدالله رضي الله عنهما.

وجه الدلالة: أن الشريعة ندبت إلى السماحة والسهولة في البيع والشراء، وسائر المعاملات، ولا شك أن البيع بأقل من ثمن المثل داخل في ذلك^(١).
نوقش: يمكن أن يقال أن الحديث في المسامحة حال البيع لا أن يجعل ذلك للترويج لسلعته.

٣- أن أثمان السلع والخدمات، وأسعارها حق لأربابها، فلا يحجر عليهم فيها، ولا يتعرض لهم في تقديرها^(٢).

أدلة القول الثاني:

١- أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه مرَّ بمحاطب بن أبي بلتعة رضي الله عنه^(٣) وهو يبيع زيباً له بالسوق، فقال له عمر بن الخطاب رضي الله عنه: (إما أن تزيد في السعر، وإما أن ترفع من سوقنا)^(٤).

نوقش: من ثلاثة أوجه:

الأول: أن هذا الأثر لا يصح عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه؛ لأنه من طريق سعيد ابن المسيب^(٥)، وهو لم يسمع من عمر إلا نعيه للنعمان بن مقرن^(٦) فقط^(١).

(١) انظر: ابن رشد: البيان والتحصيل (٣٠٦/٩).

(٢) انظر: الزيلعي: تبيين الحقائق (٢٨/٦)، ابن قدامة: المغني (٣١٢/٦).

(٣) حاطب بن أبي بلتعة بن عمرو اللخمي، أسلم في مكة، وهاجر إلى المدينة، اتفقوا على شهوده بداراً، توفي سنة (٣٠). انظر: ابن الأثير: أسد الغابة (٤٣١/١)، ابن حجر: الإصابة (٤٣١/٢).

(٤) رواه مالك (١٨٠/٢)، كتاب البيوع، باب الحكرة والتربص، برقم (١٨٩٩)، وعبد الرزاق في "المصنف" (٢٠٧/٨)، كتاب البيوع، باب هل يسعر، برقم (١٤٩٠٥)، كلاهما بهذا اللفظ.

وقد ضعفه ابن حزم في المحلى (٤٠/٩)؛ لأن سعيداً لم يسمع من عمر إلا نعيه للنعمان بن مقرن فقط، وسيأتي الجواب عن هذا التضعيف في الإجابة على المناقشات الواردة على هذا الأثر.

(٥) أبو محمد سعيد بن المسيب بن حزن، جمع الفقه والحديث والزهد، من كبار التابعين، وكان أحفظ الناس لأحكام عمر بن الخطاب رضي الله عنه وأفضيته، حتى سُمي راوية عمر، توفي سنة (٩٤). انظر: ابن حبان: مشاهير علماء الأمصار (ص٦٣)، ابن خلكان: وفيات الأعيان (٣٧٥/٢).

(٦) أبو عمرو النعمان بن مقرن بن عائذ المزني، صاحب رسول الله صلى الله عليه وسلم، شهد فتح مكة مع النبي صلى الله عليه وسلم، وكان معه لواء مزينة مزينة يومئذ، قتل يوم نحاوند سنة (٢١). انظر: المزني: تهذيب الكمال (٤٥٨/٢٩)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (٣١٢/٣).

أجيب: بأنها غير مسلمة، فقد قال الإمام مالك: «كان يقال لابن المسيب: راوية عمر، فإنه كان يتبع أقضية عمر يتعلمها، وإن كان ابن عمر ليرسل إليه يسأله»^(٢)، وسئل الإمام أحمد عن رواية سعيد عن عمر رضي الله عنه هل هي حجة؟ فقال: «هو عندنا حجة، قد رأى عمر وسمع منه، وإذا لم يقبل سعيد عن عمر فمن يقبل؟»^(٣)، وقال أبو حاتم الرازي - رحمه الله -^(٤): «سعيد بن المسيب عن عمر مرسل، يدخل في المسند على المجاز»^(٥).

الثاني: أن الذي نهي عنه عمر رضي الله عنه هو الزيادة في الثمن لا النقص عن سعر المثل، وذلك أن حاطباً رضي الله عنه كان يبيع بالدرهم أقل مما كان يبيع به أهل السوق، وهذا مما لا يلام أحد عليه؛ لأنه «لا يلام أحد على المسامحة في البيع والحطيطة فيه»^(٦).

ويؤيد هذا التوجيه أنه في بعض روايات قصة عمر مع حاطب - رضي الله عنهما - أن عمر وجد حاطباً يبيع الزيب بالمدينة، فقال: (كيف تبيع يا حاطب؟)، فقال: (مُدَّيْن)، فقال عمر: (يبتاعون بأبوابنا وأفئتنا وأسواقنا وتقطعون في رقابنا، ثم تبيعون كيف شئتم؟!، بع صاعاً وإلا فلا تبع في أسواقنا، وإلا فسيروا في الأرض ثم اجلبوا ثم يبعوا كيف شئتم)^(٧).

الثالث: أن عمر رضي الله عنه رجع عن قوله لحاطب رضي الله عنه؛ ففي بعض الروايات أن عمر لما

(١) انظر: ابن حزم: المحلى (٤٠/٩).

(٢) ابن أبي خيثمة: التاريخ الكبير (١١١/٤).

(٣) ابن أبي حاتم: الجرح والتعديل (٦١/١/٤).

(٤) أبو عبد الرحمن محمد بن إدريس بن المنذر التميمي الرازي، طوف البلاد، وبرع في المتن والاسناد، وجمع وصنف، وجرح وعدل، وصحح وعلل، توفي سنة (٢٧٧). انظر: الذهبي: سير أعلام النبلاء (٢٤٧/١٣)، ابن العماد: شذرات الذهب (١٧١/٢).

(٥) ابن أبي حاتم: المراسيل (ص ٧١).

(٦) ابن رشد: البيان والتحصيل (٣٠٦/٩).

(٧) رواه عبد الرزاق في "المصنف" (٢٠٧/٨)، كتاب البيوع، باب هل يُسعر؟، برقم (١٤٩٠٦)، واحتج بهذه الرواية ابن حزم في المحلى (٤٠/٩).

رجع حاسب نفسه، ثم أتى حاطباً في داره، فقال له: (إن الذي قلت ليس بعزيمة مني ولا قضاء، وإنما هو أمر أردتُ به الخير لأهل البلد، فحيث شئت وكيف شئت فيع) (١).

٢- قوله ﷺ: "لا ضرر ولا ضرار" (٢).

وجه الدلالة: أن في تمكين التجار من البيع بأقل من ثمن المثل ضرراً على أهل السوق، فمن تمام النصح للمسلمين ألا يترك أهل الأسواق وما أرادوه إذا كان ذلك يفضي إلى فساد الأسواق واضطرابها وإلحاق الضرر بالمسلمين (٣).
نوقش هذا بثلاثة أمور:

الأول: عدم التسليم بأن في البيع بأقل من سعر السوق ضرراً على أهل الأسواق؛ لأنهم إن أرادوا أرخصوا الأسعار، وإلا فهم أملك بأموالهم، كما أن الذي أرخص أملك بماله (٤).

الثاني: على التسليم بوجود الضرر في البيع بأقل من سعر الأسواق، فإن المصلحة الحاصلة لعموم الناس برخص الأسعار أعظم من الضرر الحاصل لبعض أهل الأسواق، لاسيما وأنه غالباً ما يكون ربح التاجر كبيراً جداً، وهذا داخل في القاعدة العامة فيما إذا تعارضت المصالح والمفاسد أو تزاومت فإنه يجب تقديم

(١) رواه البيهقي في "السنن الكبير" (٤١٢/١١)، كتاب البيوع، باب التسعير، برقم (١١٢٥٧)، وهو من رواية سعيد بن المسيب عن عمر ﷺ، وقد تقدم الكلام فيها قريباً.

(٢) رواه الحاكم في "المستدرک" (٥٨-٥٧/٢)، كتاب البيوع، والدارقطني في "السنن" (٥١/٤)، كتاب البيوع، برقم (٣٠٧٩)، والبيهقي في "السنن الكبير" (٥٤٢/١١)، كتاب الصلح، باب لا ضرر ولا ضرار، برقم (١١٤٩٥)، من حديث أبي سعيد الخدري ﷺ، ورواه مالك في "الموطأ" (٢٩٠/٢)، كتاب الأقضية، باب القضاء في المرفق، برقم (٢١٧١)، عن عمرو بن يحيى عن أبيه رسلاً.

قال ابن الصلاح: «هذا حديث أسنده الدارقطني من وجوه، ومجموعها يقوي الحديث ويحسنه، وقد تقبله جماهير أهل العلم واحتجوا به»، نقله عنه ابن رجب في جامع العلوم والحكم (ص ٥٧١)، ولم أقف عليه في كتب ابن الصلاح المطبوعة.

(٣) انظر: الباجي: المنتقى (١٨/٥).

(٤) انظر: ابن حزم: المحلى (٤١/٩).

الراجح منها^(١).

الثالث: أن عمر رضي الله عنه لم يأمر حاطباً رضي الله عنه بالامتناع من البيع، ففي بعض الروايات أن عمر رضي الله عنه قال له: (فإما أن ترفع السعر، وإما أن تدخل زبيك فتبيعه كيف شئت)^(٢)، وهذا قد يفهم منه أن منع عمر حاطباً - رضي الله عنهما - ليس لأجل نفي الضرر عن أهل السوق؛ لأنه لم يمنعه من البيع مطلقاً^(٣).

والظاهر - والله أعلم - :

هو القول بجواز البيع بأقل من سعر السوق؛ لقوة أدلة القائلين به وسلامتها من المناقشة؛ ولأن البياعات والمعاوضات مبناها على التراضي، كما قال الله تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩]، فإذا رضي البائع أن يبيع سلعته أو خدمته بثمن دون السعر السائد، فلا وجه لمنعه من ذلك. كما أن الأصل في البيوع الحل، قال الله تعالى: ﴿وَاحِلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾ [البقرة: ٢٧٥]، فلا يمنع منها شيء، إلا بدليل يعتمد عليه.

ومما يتأكد التنبيه عليه: أن جواز هذا النوع من التخفيضات مشروط بعدم قصد الإضرار بالمنافسين لعموم حديث "لا ضرر ولا ضرار"^(٤)، ومشروط أيضاً بعدم التغيرير بالمستهلكين. وأختم هذا المطلب بالضوابط النظامية التي اعتمدها وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل فيما يتعلق بالمهرجانات التخفيضية، وذلك في القرار الوزاري ٤٢/٢٠٠٨م، وهي^(٥):

- ١- الحصول على موافقة وزارة التجارة والصناعة.
- ٢- الإعلان بصورة واضحة عن السلع المشاركة في المهرجان.
- ٣- أن يتضمن المهرجان تخفيضاً لأسعر السلع المشاركة في المهرجان مع ضرورة الإعلان عن السعر القديم والسعر الجديد بشكل واضح وبارز.

(١) انظر: العز بن عبدالسلام: القواعد الكبرى (١/١٣٦).

(٢) تقدم تخريجه (ص ١٢٦).

(٣) انظر: ابن قدامة: المغني (٦/٣١٢).

(٤) تقدم تخريجه قريباً (ص ١٣٥).

(٥) صورة القرار في الملحقات (ص ١٩٦).

- ٤- عدم إلزام الشركات والمؤسسات بالمساهمة المالية مقابل الاشتراك في المهرجان.
- ٥- سداد مستحقات الشركات والتجار المشاركين خلال شهر من بداية المهرجان أو مدة إقامة المهرجان أيهما أقل عن السلع المشاركة في المهرجان ويتم تخفيض أسعارها.
- ٦- موافاة الوزارة بتقرير عن كل مهرجان تسويقي يتم تنظيمه، يتضمن تقييم للأداء والنتائج والأهداف المحققة.

٧- ألا يخرج العرض عن الإطار العام للمبادئ القانونية.

المطلب الثالث: تطبيق المهرجانات التخفيضية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

لا تختلف الجمعيات التعاونية عن غيرها من الأسواق التجارية في طريقة المهرجانات التخفيضية، ومن النماذج التطبيقية المهرجانات التخفيضية في جمعية (...) التعاونية، والمهرجانات في جمعية (...) التعاونية أربعة أنواع:

١- المهرجان الأسبوعي:

ينعقد هذا المهرجان يومي الأربعاء والخميس من كل أسبوع، والتخفيض فيه خاص بالخضار والفواكه.

٢- المهرجان الشهري:

ينعقد هذا المهرجان عادة في اليوم الثاني عشر واليوم الثالث والعشرين من كل شهر، وقد اختير هذا الوقت لأن الأول وقت نزول رواتب المتقاعدين، والثاني وقت نزول رواتب الموظفين.

٣- المهرجان السنوي:

يرتبط هذا المهرجان بمناسبة سنوية كشهر رمضان المبارك، والعيدين، وبداية العام الدراسي، ونحوها.

٤- المهرجان الموضوعي:

أنشأت جمعية (...) التعاونية صالة سمّتها (صالة العروض والمهرجانات)، وهذه الصالة خاصة بالمهرجانات التخفيضية على نوع من السلع أو الخدمات، فأقامت

في هذه الصالة مهرجان الأجهزة الكهربائية والمفروشات، ومهرجان الربيع
لمستلزمات البر والرحلات، ومهرجان السياحة والسفر لتذاكر السفر والفنادق،
ومهرجان الصيدلية للأدوية والمعدات الطبية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيضية:

معيار هذا المبحث واحد هو:

تجوز إقامة المهرجانات التخفيضية بشرط عدم قصد الإضرار بالمنافسين وعدم التغيرير
بالمستهلكين، إضافة إلى الالتزام بالضوابط النظامية.

المبحث الثالث: بطاقة العائلة:

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف بطاقة العائلة:

بطاقة العائلة نوعٌ من بطاقات التخفيض الخاصة، وبطاقة التخفيض الخاصة هي التي لا يستعملها المستهلك إلا في جهة تخفيفية واحدة^(١).

ولبطاقة التخفيض الخاصة طرفان:

الأول: جهة التخفيض، وهي الجهة القائمة على برنامج التخفيض والمأخوذة له والمصدرة للبطاقة، وجهة التخفيض في بطاقة العائلة هي الجمعية التعاونية الاستهلاكية.

الثاني: المستهلك، وهو حامل البطاقة التخفيفية، المستفيد منها في حسم أسعار السلع والخدمات.

ويمكن تعريف بطاقة العائلة بأنها:

مستند تصدره الجمعية التعاونية الاستهلاكية لرب الأسرة المساهم يُمكنه وأسرته من الاستفادة من تخفيض الأسعار والخدمات الخاصة.

وسميت بطاقة العائلة لأن الجمعية التعاونية تصدرها لرب الأسرة ويستفيد أفراد الأسرة منها بالتبع.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لبطاقة العائلة:

العلاقة بين طرفي هذه البطاقة تُكيف على أنها وعد بالتخفيض والحط من الأسعار من جهة التخفيض للمستهلك حامل البطاقة.

هذه البطاقات التخفيفية التي تمنح للمستهلكين مكافأة لهم على التعامل أو تشجيعاً عليه جائزة، لا محذور فيها، فالأصل في المعاملات الحل والإباحة ما لم يَقم دليل مانع، وليس هناك ما يمنع من هذه البطاقات.

وقد ذهب إلى إباحة هذا النوع من بطاقات التخفيض اللجنة الدائمة للبحوث العلمية

(١) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التسويقية (ص ١٨٠)، أما البطاقة التخفيفية العامة فهي التي يستفيد منها المستهلك في الحسم من أسعار السلع والخدمات لدى جهة أخرى.

والإفتاء في المملكة العربية السعودية، ففي جواب لها عن هذا النوع قالت اللجنة: «بطاقة التخفيض التي تحملها ليس لها مقابل، فلا حرج عليك في استخدامها والانتفاع بها»^(١). ومما ينبغي التنبه له أن بطاقات التخفيض هذه لا يجوز أن يكون لها ثمن، فإن كان المستهلك يدفع مقابلًا للحصول على هذه البطاقة حرمت؛ لاشتمال هذه المعاملة على الغرر والجهالة والمقامرة، ووجه ذلك أن المستهلك يدفع ثمنًا للحصول على البطاقة التخفيضية ثم قد يستعملها وقد لا يستعملها، فهو دائرٌ بين الغنم والغرم، إلى غير ذلك من المضار^(٢). وقد أصدرت اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء في المملكة العربية السعودية عدة فتاوى في تحريم البطاقات التخفيضية غير المجانية^(٣).

المطلب الثالث: تطبيق بطاقة العائلة في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

بطاقة العائلة مستعملة في عدد من الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في الكويت، ولم تستعمل في كل الجمعيات التعاونية بعد. ومن الجمعيات التي تصدر بطاقة العائلة: جمعية (...) التعاونية، وجمعية (...) التعاونية، وجمعية (...) التعاونية، وجمعية (...) التعاونية، وجمعية (...) التعاونية. ولنأخذ بطاقة العائلة التي تصدرها جمعية (...) التعاونية مثلاً، فقد أصدر مجلس إدارة جمعية (...) التعاونية إعلاناً للمساهمين وضح فيه أموراً تخص بطاقة العائلة، ومما وُضِّح فيه:

مزايا حامل بطاقة العائلة:

١- الاستفادة من رحلة العمرة التي تنظمها الجمعية سنوياً، ويُختار المشارك فيها بنظام القرعة^(٤).

٢- تحجز الجمعية منتزهات بحرية للمساهمين، ويُختار المشارك فيها بنظام القرعة.

(١) فتوى رقم (١٣٣٥٩)، وصورة الفتوى في ملحق بحث د. خالد المصلح "الحوافز التجارية التسويقية"، ولم أحده في فتاوى اللجنة المطبوعة.

(٢) انظر: بكر أبو زيد: بطاقة التخفيض (ص١٦)، د. خالد المصلح: الحوافز التجارية التسويقية (ص١٧٧، ١٨٠-١٨٣).

(٣) انظر: فتاوى اللجنة الدائمة (١٤/٦-١٨)، وأرقام تلك الفتاوى هي: (١٢٤٢٩)، (١٨٠١٥)، (١٩١١٤)، (١٩٥٥٨)، (١٩٦٣٠).

(٤) يراجع المبحث الخامس لتفصيل حكم التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية (ص١٥٨).

٣- الاستفادة من التذاكر المخفضة للأماكن الترفيهية.

٤- المشاركة في الدورات الرياضية الرمضانية.

٥- تكريم الفائزين دراسياً من أبناء حاملي بطاقة العائلة.

٦- إرسال رسائل نصية على الجوال فيها بيان العروض والتخفيضات التي تقدمها الجمعية مع بيان مواعيدها.

هذا ما تقدمه جمعية (...) التعاونية لحامل بطاقة العائلة من مساهميتها، ولا تختلف بقية الجمعيات التعاونية كثيراً عنها، وتصدر جمعية سلوى بطاقة العائلة بحجمين؛ بحجم بطاقة البنك، وبحجم أصغر منه يصلح للتثبيت في علاقة المفاتيح.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية لبطاقة العائلة:

نخلص من هذا المبحث بمعايير:

١- يجوز للجمعية التعاونية إصدار بطاقة العائلة التي تميز حاملها بمزيد من التخفيضات والخدمات بشرط أن يكون إصدارها مجاناً بلا مقابل.

٢- لا يجوز للجمعية التعاونية أن تبيع هذه البطاقات على المساهمين لما فيه من الغرر والمقامرة.

المبحث الرابع: الإعلانات والدعايات الترغيبية: وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الإعلانات والدعايات الترغيبية:

الإعلان لغةً: مصدر أعلن يُعلن، و(العين واللام والنون أصلٌ صحيح يدلُّ على إظهار الشئ والإشارة إليه وظهوره)^(١)، يقال: عَلى الأمر يَعْلَن عَلى، وعَلى إذا شاع وظهر، ورجلٌ عَلى: لا يكتم سره ويبوح به، والعَلى: ظهور الأمر^(٢).

والإعلان اصطلاحاً عرفته جمعية التسويق الأمريكية (AMA) بأنه: وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع^(٣). وعُرف بأنه: عبارة أي رسالة يتم من خلالها تقديم سلعة أو منظمة أو فكرة أو شخص من خلال وسائل الإعلان واسعة الانتشار ومدفوعة الثمن بواسطة جهة معلومة^(٤).

وعرف - أيضاً - بأنه: عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنًا لتوصيل معلومات معينة إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته في الإعلان^(٥).

وعند النظر في هذه التعاريف الثلاثة يظهر أن معناها واحد، إلا أن أجودها هو الأخير؛ لأنه جمع معاني التعريفين الأولين وزاد عليها.

أما الدعاية فهي لغةً: مصدر دعا يدعو دعوى ودعايةً، «والدال والعين والحرف المعتل أصلٌ واحدٌ وهو أن تميل الشئ إليك بصوت وكلام منك»^(٦)، ومنه الدعاء: الرغبة والابتهاال إلى الله تعالى وسؤاله، والداعية: صريخ الخيل في الحروب، وداعية اللبن: بقيته التي تدعو سائره

(١) ابن فارس: مقاييس اللغة (٤/١١١)، مادة (علن).

(٢) انظر: الأزهرى: تهذيب اللغة (٢/٢٤٠)، ابن منظور: لسان العرب (٤/٤١٧)، الفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص١٢١٦)، مادة (علن) من جميعها.

(٣) انظر: د. أحمد راشد: الإعلان (ص٣٥).

(٤) انظر: د. نعيم أبوجمعة: أساسيات وإدارة التسويق: (ص٢٨٣).

(٥) انظر: د. علي السلمي: الإعلان (ص١٠).

(٦) ابن فارس: مقاييس اللغة (٢/٢٧٩)، مادة (دعو).

لينزل^(١).

والدعاية اصطلاحًا: هي أحد أنواع الاتصالات التي تهدف إلى التأثير على سلوك القارئ أو المستمع من خلال وسائل الاتصال العامة^(٢).

ولكنها تختلف عن الإعلان في ناحيتين هامتين:

الأولى: أنه لا يدفع أجرًا له فئات محددة.

الثانية: أن شخصية المعلن لا تكون ظاهرة في الرسالة أو مضمون الدعاية.

مثال ذلك: تنظيم إحدى الشركات حملة دعائية لتغيير مفهوم الناس عن طبيعية السلعة التي تنتجها، فحين ثار جدلٌ حول مدى اتفاق مشروب الكولا مع الشريعة الإسلامية سارعت الشركة المنتجة إلى تنظيم حملة دعائية من خلال وسائل النشر العام للتأكيد على صلاحية وطهارة المشروب دون أت تفصح عن شخصيتها^(٣).

المطلب الثاني: تكييف الإعلانات والدعايات الترغيبية:

البحث في تكييف الفقهي للإعلانات سيكون باعتبارين: باعتبار علاقة الجمعية التعاونية بالراغب في الإعلان فيها من التجار، وباعتبار علاقة الجمعية التعاونية بالمستهلك إذا كان الإعلان يخص الجمعية التعاونية.

أولاً: التكييف الفقهي لعلاقة الجمعية التعاونية بالراغب في نشر إعلانه في الجمعية

التعاونية:

علاقة الجمعية التعاونية بالراغب في الإعلان لها صورتان؛ إما أن تكون علاقة الجمعية بشركة إعلانية، وإما أن تكون علاقة الجمعية بالتاجر الراغب في الإعلان مباشرة.

أما الصورة الأولى:

فهي أن تتفق الجمعية مع شركة إعلانية على أن للشركة الحق في استغلال مواقع محددة من الجمعية التعاونية، لمدة محددة، مقابل مبلغ محدد ونسبة محددة مشروطة، وتقوم الشركة الإعلانية

(١) انظر: الخليل بن أحمد: العين (٢/٢٢١) مادة (دعو)، ابن منظور: لسان العرب (٢/٣٩٠) مادة (دعا)، الزبيدي:

تاج العروس (٤٦/٣٨) مادة (دعو).

(٢) انظر: د. علي السلمي: الإعلان (ص١٣).

(٣) المصدر السابق.

بتأجيرها على من يرغب من التجار.

وعلاقة الجمعية بالشركة الإعلانية هي عقد إجارة عادي يُضبط بالضوابط الآتية في الصورة الثانية.

أما علاقة الشركة الإعلانية بالراغب في الإعلان من التجار فهي مسألة إجارة المستأجر، وفيما يلي بيانها:

للفقهاء في هذه المسألة قولان:

الأول: لا يجوز للمستأجر أن يؤجر بأكثر مما استأجر به، فإن فعل صحت الإجارة، ويتصدق بالفضل، وهو مذهب الحنفية ورواية عن أحمد^(١).

واستثنى الحنفية^(٢) من التحريم صورتين:

١- أن يزيد المستأجر في العين المستأجرة زيادة معتبرة، ووافقهم أحمد في رواية على هذا الاستثناء^(٣).

٢- أن تكون الأجرة في الإجارة الثانية من غير جنس الأجرة في الإجارة الأولى.

الثاني: أنه يجوز للمستأجر أن يؤجر بأكثر مما استأجر به، وهو مذهب المالكية، والشافعية، والحنابلة^(٤).

الأدلة:

دليل القول الأول:

أنها من ربح ما لم يضمن، لأن المنافع لا تدخل بالعقد في ضمان المستأجر ولو قبض العين، لأن العين من ضمان المالك، فإذا ربح المستأجر بإعادة التأجير الفرق بين الأجرتين يكون بذلك قد ربح فيما لم يضمن، فعليه أن يتصدق بالربح، لأنه منهي عنه^(٥).

(١) انظر: السرخسي: المبسوط (٧٨/١٥)، الكاساني: بدائع الصنائع (٤٦/٦-٤٧)، شمس الدين الزركشي: شرح الخرقى (٢٣٥/٤)، المرادوي: الإنصاف (٣٣٩/١٤).

(٢) انظر: العبادي: الجوهرة النيرة (٢٦١/١)، مع المراجع السابقة.

(٣) انظر: المرادوي: الإنصاف: (٣٣٩/١٤).

(٤) انظر: ابن عبد البر: الكافي (ص ٣٧٠)، القراني: الذخيرة (٤٩٧/٥)، الجويني: نهاية المطلب (٨٣/٨)، العُمَراني: البيان (٣٥٤/٧)، الزركشي: شرح مختصر الخرقى (٢٣٥/٤)، المرادوي: الإنصاف (٣٣٨/١٤).

(٥) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٤٧/٦).

نوقش: بأن عقد الإجارة وارد على المنافع لا الأعيان، لأن الإجارة بيع لمنفعة العين وليست بيعاً للعين، ومنافع العين المؤجرة بعد تسليم العين من ضمان المستأجر، فترك المستأجر لها بعد تمكينه منها إنما يكون من مال المستأجر، فتلزمه الأجرة وإن لم يستوف المنفعة. فإذا تقرر أن المنفعة من ضمان المستأجر فغن استرباحه من بيع المنفعة ليس من ربح ما لم يضمن، بل هو ربح ما قد ضمن^(١).

دليل القول الثاني:

أن قبض العين قام مقام قبض المنافع بدليل أنه يجوز التصرف فيها فجاز العقد عليها^(٢).
والظاهر - والله أعلم - :

هو القول الثاني، لقوة دليله وصحة مناقشته للقول الثاني.

ومما ينبغي التنبيه عليه ما ورد في البند الثالث من العقد المبرم بين الشركة الإعلانية والجمعية التعاونية برقم (١): (يحق للطرف الثاني استغلال المواقع المستأجرة من الطرف الأول والمحددة داخل السوق المركزي رقم (٣) بوضع شاشات تلفزيونية قياس (٢٩-٦٣) بوصة مع سماعات صوت متفرقة داخل السوق وأمام كل شاشة)، وما ورد برقم (٢): (يتم تجهيز المواقع على حساب الطرف الثاني ولا يتحمل الطرف الأول أي تكلفة تخص تركيب النظام الخاص بالطرف الثاني).

وهذا البند يوضح أن الشركة الإعلانية تزيد زيادة معتبرة في العين المستأجرة، مما يعني صحة إجارة الشركة الإعلانية بمثل الإجارة الأولى أو أكثر عند أصحاب القولين جميعاً.
بقيت مسألتان في هذه الصورة:

المسألة الأولى:

هي أنه قد ورد في البند الخامس من بنود العقد بين الجمعية والتعاونية والشركة الإعلانية برقم (٣) ما نصه^(٣): (يحصل الطرف الأول (أي الجمعية التعاونية) على نسبة ٥٠% (خمسين

(١) انظر: ابن تيمية: جامع المسائل (١/٢٣٤)، ابن القيم: تهذيب السنن (٥/١٥٦)، ابن رجب: تقرير القواعد (١/٣٨٧).

(٢) انظر: العمراني: البيان (٧/٣٥٤)، ابن أبي عمير المقدسي: الشافي (١٤/٣٣٩).

(٣) النص الكامل للعقد في المطلب التالي، وصورته في الملحق من هذا البحث (ص١٨٧-١٨٨).

بالمائة) من قيمة كل إعلان يتم بواسطته فقط يبيث داخل موقعه حصراً) ويرقم (٤) ما نصه:
(يحصل الطرف الأول على نسبة ١٠% (عشرة بالمائة) من قيمة كل إعلان يتم بواسطته يبيث
على كافة مواقع الشبكة).

في هذين النصين نجد أن بين الشركة الإعلانية والجمعية التعاونية عقد مشاركة يتضمن
مبلغاً محدداً تدفعه الشركة للجمعية بالإضافة إلى مشاركة الجمعية للشركة بنسبة من الإيرادات
مشروطة.

ويترتب على هذا: جواز ما ورد في البند الخامس برقم (٣) و(٤).

المسألة الثانية:

هي أنه جاء في البند الخامس - أيضاً - من العقد ما نصه: (يحصل الطرف الأول على
فترة بث إعلان قدرها (١٥) ثانية مجاناً على أن تبث داخل موقعه فقط، بحيث يكون مضمون
الإعلان المستخدم في فترة البث هذه لا يخص أي طرف سوى الطرف الأول).
وحقيقة هذا البند أنه أجرة تدفعها الشركة الإعلانية للجمعية التعاونية، والأجرة هنا منفعة،
فهي مسألة إجارة المنفعة بالمنفعة، وصورتها: كأن يقول: أجزتك سكنى هذه الدار بسكنى
دارك، أو أجزتك هذه الأرض بزراعة تلك.

وللفقهاء في هذه المسألة قولان:

الأول: تجوز إجارة المنفعة بالمنفعة إذا اختلفا جنساً؛ كاستئجار سكنى دار بزراعة أرض،
أما إذا اتحدا فلا تجوز؛ كإجارة السكنى بالسكنى، وهو مذهب الحنفية^(١).

الثاني: تجوز إجارة المنفعة بالمنفعة مطلقاً، وهو مذهب المالكية والشافعية والحنابلة^(٢).

الأدلة:

دليل القول الأول:

(١) انظر: الحصكفي: الدر المختار (٨٥/٩)، اللكنوي: شرح الهداية (٢٧٠/٦).

(٢) انظر: القاضي عبدالوهاب: الإشراف (٢١٩/٣)، ابن الحاجب: الجامع بين الأمهات (٦٤٠/٢)، العُمَراني: البيان

(٣٢٧/٧-٣٢٨)، ابن النقيب: عمدة السالك (ص١٧٦)، ابن النجار: معونة أولي النهى (١٠٨/٦)، البهوتي:

كشاف القناع (٥١/٩-٥٢).

لأن المنافع معدومة، فيكون بيعاً للمعدوم بالمعدوم، وهو غير جائز^(١).
نوقش: بأن المنافع في الإجارة ليست في تقدير النسيئة، ولو كانت نسيئة للزمكم منع
المختلف جنساً كما منعم المتحد جنساً^(٢).

دليل القول الثاني:

١ - قوله ﷺ: ﴿ قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أَنْكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَنِي حَجَجٍ
فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ
مِنَ الصَّالِحِينَ ﴾ [القصص: ٢٧].

وجه الدلالة: أنه جعل النكاح - وهو منفعة - عوض الإجارة^(٣).

٢ - لأن عقود المعاوضات ضربان: أعيان ومنافع؛ فإذا كانت الأعيان يجوز بيع إحداها
بالأخرى من جنس ومن جنسين فكذلك المنافع^(٤).

٣ - ولأنهما منفعتان يجوز عقد الإجارة على كل واحدة منهما بالانفراد فجاز العقد
على إحداها بالأخرى، أصله إذا كانا من جنسين^(٥).

والظاهر - والله أعلم - :

هو القول الثاني لقوة أدلته وصحة مناقشته للقول الأول.

ويترتب على هذا: جواز ما ورد في البند الخامس برقم (٥).

أما الصورة الثانية، وهي العلاقة بين الجمعية والتعاونية والتاجر مباشرة فنقول:

إن العلاقة بين الجمعية التعاونية والتاجر هي عقد إجارة، وبيان ذلك أن الجمعية التعاونية
تخصص الواجهة الأمامية للجمعية التعاونية أو حائطاً في داخلها أو لوحة أو شاشة تلفازية أو
نحو ذلك لمن يرغب الإعلان من التجار، فالجمعية تباع منفعة هذه الأعيان على التاجر، ويبيع
المنافع هو حقيقة الإجارة.

(١) انظر: اللكنوي: شرح الهداية (٦/٢٨٠).

(٢) انظر: ابن قدامة: المغني (٨/١٥).

(٣) انظر: ابن النجار: معونة أولي النهى (٦/١٠٨).

(٤) انظر: القاضي عبد الوهاب: الإشراف (٣/٢١٩).

(٥) المصدر السابق.

وإذا كان كذلك فإن هذه العلاقة عقد إجارة يُلتزم فيه بضوابط إجارة الاعيان في الفقه، ويشترط فيها أربعة شروط:

الأول: أن تكون الأجرة معلومة.

الثاني: أن تكون المنفعة المعقود عليها معلومة.

الثالث: أن تكون المنفعة المعقود عليها مباحة.

الرابع: أن تكون مدة الإجارة معلومة^(١).

أما ما يتعلق بالأجرة:

فيشترط أن تكون معلومة، وقد اتفق الفقهاء على أن العلم بالأجرة شرطٌ لصحة الإجارة^(٢).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان الأجرة التي ستقبضها الجمعية التعاونية مقابل إعلان التاجر.

أما ما يتعلق بالمنفعة المعقود عليها:

فيشترط كونها معلومة، وهذا موضع اتفاق بين الفقهاء^(٣).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان نوع المنفعة، وهي الترويج للسلع أو الخدمات عن طريق الإعلان.

ويشترط أن تكون المنفعة مباحة، وهذا موضع اتفاق في الجملة^(٤).

ويترتب على هذا الشرط: عدم جواز تأجير جزءٍ من أرض الجمعية التعاونية أو حائطاً فيها

(١) تقدم بحث هذه الشروط بالتفصيل في الفصل الثاني، المبحث الثالث، (ص ٩٢-٩٥)، لذا سأوجز الكلام عليها هنا في هذا المبحث.

(٢) انظر: الكاساني: بدائع الشرائع (١٧/٦-١٨)، الغنيمي: اللباب (٣/٢١٤)، ابن شاس: عقد الجواهر الثمينة (٢/٨٣٦)، الدردير: الشرح الصغير (٤/٨)، الرملي: نهاية المحتاج (٤/٥٨)، الدميري: النجم الوهاج (٥/٣٢٤)، ابن قدامة: المغني (٨/١٤)، ابن أبي عمر: الشافعي (١٤/٢٧٥).

(٣) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٥/٥٣٨-٥٣٩)، الغنيمي: اللباب (٣/٢١٤)، المنوفي: كفاية الطالب الرباني (٣/٣٩١)، الدردير: الشرح الصغير (٤/٩)، العُمُراني: البيان (٧/٣٠٢)، الدميري: النجم الوهاج (٥/٣٤٢)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (١٤/٢٦٦)، الرحيباني: مطالب أولى النهى (٥/٩٠).

(٤) ابن الهمام: فتح القدير (٧/١٨٠)، القراني: الذخيرة (٥/٣٩٦)، البيان (٧/٢٨٨)، البرهان ابن مفلح: (٥/٧٣).

أو شاشة تلفازية ونحو ذلك لمن يعلن عن بيع محرم أو يظهر في إعلانه شيء محرم.
أما ما يتعلق بالمدة:

فيشترط العلم بالمدة باتفاق الفقهاء^(١).

ويترتب على هذا الشرط: لزوم بيان مدة عرض الإعلان في الجمعية التعاونية.
ومن المهم التنبيه على أن حكم العلاقة بين التاجر صاحب الإعلان والمستهلك الأخير هو نفس حكم العلاقة بين الجمعية التعاونية والمستهلك الأخير.
ولا يجوز للجمعية التعاونية أن تعقد عقد إعلان مع تاجر لا يلتزم بالمعايير الآتية في العلاقة بين الجمعية التعاونية والمستهلك الأخير.

ثانياً: العلاقة بين الجمعية التعاونية والمستهلك الأخير:

إن الإعلانات في الجمعية التعاونية ليست كلها للتجار بل قد تعلن الجمعية التعاونية إعلاناً لمصلحتها، وسأبحث هنا تكييف هذه العلاقة بين الجمعية التعاونية (المعلن)، وبين المستهلك الأخير (مستقبل الإعلان).

وبالنظر إلى علاقة الجمعية التعاونية بالمستهلك نجد أن حقيقتها مدح وثناء على السلعة وبيان صفاتها ترغيباً للمستهلك وإغراءً له بشرائها.

وهذا المدح والثناء لا يخلو: إما أن يكون بحق، أو بغير حق^(٢).

القسم الأول: أن يكون الثناء والمدح بحق، بأن يكون موافقاً لحال السلعة، وتحري العارض في ذلك الصدق والحقيقة دون الكذب والتزوير، فهو جائز، لا سيما إذا كان وصفه يتضمن إعلام المشتري بما يجمله في السلعة^(٣).

القسم الثاني: أن يكون المدح والثناء بغير حق، بأن يكذب البائع على المشتري فيثني على السلعة بما ليس فيها، أو يبالغ في صفاتها فيذكرها بأكثر مما هي عليه في الواقع، أو

(١) انظر: النسفي: كنز الدقائق (ص ٥٤٣)، الغنيمي: اللباب (٢١٥/٣)، ابن جزى: القوانين الفقهية (ص ٢٩٨)، الدردير: الشرح الصغير (٩/٤)، النووي: روضة الطالبين (١٩٦/٥)، الدميري: النجم الوهاج (٣٤٣/٥)، ابن قدامة: المغني (٨/٨)، الرحيباني: مطالب أولي النهى (٩١/٥).

(٢) تقدم بحث القسامين بالتفصيل في الفصل الثاني، المبحث الرابع. (ص ١٠٥-١٠٨)، لذا أوجزت الكلام هنا.
(٣) انظر: ابن جرير: تهذيب الآثار (٤/٤٥-٥٩)، الطحاوي: شرح مشكل الآثار (٥/٣٢٥-٣٣٤)، الغزالي: إحياء علوم الدين (٣/٢٩٢-٢٩٤)، ابن الإخوة: معالم القرية في أحكام الحسبة (ص ٧٢).

يوهمه أن عددًا كبيرًا من الناس يشتري هذه السلعة ويرضاها، ونحو ذلك من الأساليب التي جماعها: الكذب والتدليس والغش، فهذه محرمة^(١).

وبهذا التفصيل يتبين حكم الإعلانات التجارية، وأنها قد تكون جائزة وقد تكون محرمة.

وأختم هذا المطلب بطائفة من الضوابط الشرعية المهمة في مجال الإعلانات^(٢):

١- أن يحسن التاجر القصد في إعلانه ودعايته، وذلك بأن يكون مقصده تعريف

الناس بمزايا سلعه وخدماته، وأن يطلعهم على ما لا يعرفونه من ذلك، وما

يحتاجونه من معلومات عنها

٢- أن يلتزم الصدق في إعلانه ودعايته، وذلك بأن يخبر بما يوافق حقيقة السلعة أو

الخدمة، فالصدق ركيزة أساسية في جميع المعاملات، لاسيما في البيع، فقد قال

النبي ﷺ: "البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما،

وإن كتما وكذبا محقت بركة بيعهما"^(٣).

ومن لوازم تحري الصدق والعمل به تجنب الإطراء والمبالغات في وصف السلع، فإن

تعاطي ذلك بجانب للصدق والبيان، بل يرى أبو حامد الغزالي^(٤) أن الثناء على

السلعة بما هو فيها نوعاً من الهذيان والكلام فيما لا يعني إذا كان المشتري لا

يحتاج إلى التعريف بالسلعة^(٥)، وضابط هذا أنه يحرم على البائع كل فعل في المبيع

يعقب لآخذه نداماً^(٦).

٣- أن يتجنب الغش والتدليس في إعلانه ودعايته، وذلك بأن يزين السلعة أو يخفي

عيوبها أو يمدحها بما ليس فيها، فإن ذلك كله محرم كما تقدم بيانه.

(١) المصدر السابق.

(٢) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية (ص ١٩٧-١٩٩).

(٣) تقدم تخريجه (ص ١٠٥).

(٤) أبو حامد زين الدين محمد بن محمد بن محمد الطوسي الغزالي، متكلم متصوف فقيه أصولي شافعي، صاحب

التصانيف والذكاء المفرط، من أشهر مؤلفاته: الوجيز والوسيط والبسيط في الفقه، والمستصفي في الأصول، وغيرها

كثير، توفي سنة (٥٠٥). انظر: السبكي: طبقات الشافعية (٦/١٩١)، الذهبي: سير أعلام النبلاء (١٩/٣٢٢).

(٥) انظر: إحياء علوم الدين (٣/٢٩٣).

(٦) انظر: ابن حجر الهيتمي: تحفة المحتاج (٢/١٥٠).

٤ - ألا يكون في إعلانه ودعايته ذم لسلع غيره وخدماتهم، أو تنقص لهم، أو إضرار بهم بغير حق؛ لقول النبي ﷺ : " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"^(١)، والضابط في ذلك أن كل ما لو عومل به شق عليه وثقل ينبغي ألا يعامل به غيره^(٢).

٥ - ألا يكون في إعلانه ودعايته ما يدعو إلى الإسراف والتبذير؛ لكونهما من المناهي الشرعية، قال الله ﷻ : ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأنعام: ١٤١].

٦ - ألا يكون فيهما هتك لحرمة الشرع المطهر، بأن يكون فيهما ترويج للمحرمات، أو أن يصاحبهما شيء من المنكرات، كالموسيقى والغناء، أو إظهار النساء، وما أشبه ذلك من المنهيات.

٧ - ألا تكون الدعاية والإعلان باهظي التكاليف يتحمل عبئها المستهلك، بل يجب أن يكونا قاصرين على ما يحصل به المقصود من التعريف بالسلع والخدمات من غير زيادة تجر إلى رفع أسعارها.

المطلب الثالث: تطبيق الإعلانات الدعايات الترغيبية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

سبق أن الإعلانات في الجمعية التعاونية لها صورتان، إما أن تؤجر الجمعية مواقع الإعلان لشركة إعلانية والشركة تؤجرها على التاجر الراغب في الإعلان، وإما أن تؤجر الجمعية الموقع الإعلاني للتاجر مباشرة.

أما الصورة الأولى:

(١) رواه البخاري (١٢/١)، كتاب الإيمان، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، برقم (١٣)، ومسلم (٦٩/١)، كتاب الإيمان، باب الدليل أن من خصال الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، برقم (٤٥)، من حديث أنس رضي الله عنه.

(٢) انظر: الغزالي: إحياء علوم الدين (٣/٢٩٢).

فبين أيدينا عقدٌ مكون من تمهيد وستة بنود، وهذا نصه^(١):

(ففي يوم الأربعاء الموافق ٢٠٠٦/٨/٩م قد تم الاتفاق بين كل من:

الطرف الأول: جمعية ضاحية (...)^(٢) التعاونية، ويمثلها السيد (...)، بصفته رئيس مجلس الإدارة.

الطرف الثاني: شركة (...) للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م.، ويمثلها السيد (...)، بصفته: المدير العام.

تمهيد:

لما كان الطرف الثاني شركة (...) للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م. صاحبة امتياز ومالكة شبكة (...) الإعلانية ترغب بضم السوق المركزي رقم (٣) الخاص بالطرف الأول جمعية (...) التعاونية إلى مواقع شبكة الإعلانية المنتشرة في العديد من المواقع في دولة الكويت.

ولما كان الطرف الأول لديه الرغبة بتأجير ذلك الموقع فقد التقت رغبة الطرفين وأقرّا بأهليتهما للتعاقد والتصرف والالتزام القانوني واتفقا على ما يلي:

البند الأول: الغرض من العقد:

قيام الطرف الأول بتأجير الطرف الثاني عدد (٤) مواقع متفرقة داخل السوق المركزي رقم (٣) الخاص بالطرف الأول والكائن في منطقة (...) - الكويت، وذلك وفقاً للشروط الموضوعية والإجرائية المنصوص عليها في هذا العقد وملاحقه، ويعتبر العرض المقدم من الطرف الثاني جزءاً لا يتجزأ من العقد ومكماً له في بنوده.

البند الثاني: مدة العقد:

مدة هذا العقد سنة اعتباراً من تاريخ ٢٠٠٦/١٠/١م، يجدد تلقائياً ما لم يُخطر أحد الطرفين الآخر برغبته في عدم التجديد قبل انتهاء مد العقد الأصلية بثلاثة شهور على الأقل بخطاب مسجل بعلم الوصول.

البند الثالث: المواصفات الفنية:

(١) صورة العقد في الملحقات من هذا البحث (ص ١٨٧-١٨٨)

(٢) حذف اسم الجمعية واسم الشركة الإعلانية بناء على طلب مدير الجمعية المذكورة.

- ١- يحق للطرف الثاني استغلال المواقع المستأجرة من الطرف الأول والمحددة داخل السوق المركزي رقم (٣) بوضع شاشات تلفزيونية قياس (٢٩-٦٣) بوصة مع سماعات صوت متفرقة داخل السوق وأمام كل شاشة.
- ٢- يتم تجهيز المواقع على حساب الطرف الثاني ولا يتحمل الطرف الأول أي تكلفة تخص تركيب النظام الخاص بالطرف الثاني.
- ٣- يتعهد الطرف الأول بتوفير التيار الكهربائي للمواقع المستأجرة من قبل الطرف الثاني طيلة فترة التعاقد.
- ٤- يتعهد الطرف الثاني بالمحافظة على الشكل العام من الناحية الجمالية للمواقع المستأجرة.
- ٥- يتعهد الطرف الأول بعدم السماح لموظفيه بالعبث بالأجهزة الخاصة بالطرف الثاني.
- ٦- يتعهد الطرف الأول بالسماح لموظفي الطرف الثاني بمتابعة وصيانة واستبدال وتحديث الأجهزة الخاصة بالطرف الثاني والقيام بإجراء أي تعديلات يحددها ويرأها الطرف الثاني وحده.
- ٧- يتعهد الطرف الأول بالسماح لموظفي الطرف الثاني بنقل الطرف الثاني بنقل أي من شاشاته من موقع إلى آخر داخل السوق المركزي الخاص بالطرف الأول خلال فترة التعاقد.
- ٨- يتعهد الطرف الأول بعدم وضع أي مواد من شأنها أن تحجب رؤية الشاشات الخاصة بالطرف الثاني عن مرئادي السوق المركزي.

البند الرابع: استغلال المواقع المستأجرة:

- ١- يحق للطرف الثاني فقط استغلال المواقع المستأجرة بوضع شاشات إعلانية فيها وبيع إعلانات تجارية عليها يعود عائدها للطرف الثاني، ولا يحق للطرف الأول المطالبة بشيء من هذا العائد.
- ٢- يتعهد الطرف الثاني بنشر إعلانات تجارية خاضعة لقوانين وزارة التجارة والصناعة ووزارة الإعلام ولا تخدش الحياء العام.

٣- يتعهد الطرف الأول بالسماح للطرف الثاني بتشغيل جميع الأجهزة (موضوع العقد) طيلة فترة دوام السوق المركزي.

٤- تعتبر جميع الأجهزة والمعدات التي يتم تركيبها في المواقع المستأجرة ملك خاص للطرف الثاني، وفي حال انتهاء التعاقد لأي سبب من الأسباب لا يحق للطرف الأول منع الطرف الثاني من استرداد جميع الأجهزة الخاصة به.

البند الخامس: قيمة العقد:

١- يحصل الطرف الأول من الطرف الثاني على قيمة إيجارية سنوية وقدرها (١١٥٠.د.ك) فقط (ألف ومائة وخمسون ديناراً كويتيًّا لا غير) لقاء تأجير (٤) مواقع داخل السوق المركزي رقم (٣) والموضحة في البند الأول من العقد.

٢- تدفع القيمة الإيجارية مقدماً.

٣- يحصل الطرف الأول على نسبة ٥٠% (خمسين بالمائة) من قيمة كل إعلان يتم بواسطته فقط يبيث داخل موقعه حصراً.

٤- يحصل الطرف الأول على نسبة ١٠% (عشرة بالمائة) من قيمة كل إعلان يتم بواسطته يبيث على كافة مواقع الشبكة.

٥- يحصل الطرف الأول على فترة بث إعلان قدرها (١٥) ثانية مجاناً على أن تبث داخل موقعه فقط، بحيث يكون مضمون الإعلان المستخدم في فترة البث هذه لا يخص أي طرف سوى الطرف الأول.

البند السادس: أحكام عامة:

١- يجوز لكلا الطرفين الرجوع على الطرف الآخر في حال الإخلال بالالتزامات المنصوص عليها في هذا العقد، وذلك بأي من الدعوتين المسؤولية التعاقدية أو دعوى المسؤولية التقصيرية (عن العمل غير المشروع) أو كلاهما حسب المقتضي.

٢- يتعهد الطرف الأول بعدم السماح لشركات منافسة باستغلال المواقع المتواجد فيها أجهزة الطرف الثاني لأعمال الدعاية والإعلان بما يتعارض مع مصالح الطرف الثاني.

٣- يتعهد الطرف الأول للطرف الثاني باستخدام اسمه وعلامته التجارية في حملات

الطرف الثاني التسويقية، سواء منها المرئية والمسموعة والمطبوعة وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وغيرها، ويسمح للطرف الأول كذلك للطرف الثاني القيام بتصوير مبناه من الخارج وشاشات الطرف الثاني من الداخل لاستخدامها لذات الغرض.

٤- لا يجوز تعديل بنود هذا الاتفاق وملاحقه بالإضافة أو الحذف إلا بشكل خطي ومن لهم صفة تخولهم ذلك من قبل أطرافه.

٥- تُعد الملاحق التي يتم الاتفاق بين أطراف العقد على إضافتها له جزءاً لا يتجزأ منه، وذلك فيما لا يتعارض مع احكامه.

٦- يخضع هذا العقد في تغييره والمنازعات التي تترتب على تنفيذه لاختصاص المحاكم والقوانين الكويتية المختصة.

أبرم هذا العقد من نسختين أصليتين، بيد كل طرف من أطرافه نسخة للعمل بموجبها).

أما الصورة الثانية:

فبين أيدنا عقدٌ مكون من أربعة بنود، وهذا نصه^(١):

(إنه في يوم الأربعاء الموافق ٢٨/١٢/٢٠١١م حُرر هذا العقد بين كل من:

أولاً: السادة جمعية ضاحية (...)^(٢) التعاونية.

ثانياً: السادة شركة (...).

بموجب هذا العقد أجر الطرف الأول للطرف الثاني القابل لذلك:

إعلانات تلفزيونية على شاشة العرض التلفزيونية نوع (LED) مقاس ٤×٦ متر، ومساحة

٢٤ متر مربع، في موقع السوق المركزي رقم (٣) في قطعة (٤) التابعة للجمعية بقصد استعمالها

لغرض إعلاني.

أولاً: مدة التأجير:

١- تبدأ من تاريخ ١٨/١/٢٠١٢م وتنتهي في تاريخ ١٧/٣/٢٠١٢م وذلك عن عدد

(٦٠) يوماً.

(١) صورته في الملحقات من هذا البحث (ص ٢٠٠).

(٢) حذفت الأسماء بناء على طلب مدير الجمعية المذكورة.

- ٢- عدد الإعلانات المرئية (١)، المدة الزمنية للإعلان (١٠) ثواني
- ٣- نوع الإعلان (فيديو).

ثانياً: قيمة التأجير:

- ١- حددت القيمة الإجمالية الإيجارية عن كامل مدة العقد لعرض تخفيضات محلات (...). بمبلغ وقدره (٥٧٥.د.ك) فقط خمسة وسبعون ديناراً كويتيًّا.
- ٢- دفع الطرف الثاني قيمة العقد نقداً.

ثالثاً: التعهدات للطرفين:

- ١- يلتزم الطرف الأول بالمدة المحددة بالعقد دون انقطاع.
- ٢- يلتزم الطرف الثاني بتوفير وتحضير المواد المراد عرضها خلال فترة استئجار الشاشة مع تحمل كافة المساءلة القانونية للمواد المعروضة على الشاشة

رابعاً: بنود أخرى:

- ١- لا يتحمل الطرف الأول أي مسؤولية قانونية عن المواد الإعلانية التي تُعرض على الشاشة خلال فترة التأجير.
- ٢- القيمة الإيجارية للعقد غير مستردة بعد توقيع العقد.
- ٣- محاكم الكويت هي المختصة بشأن أي نزاع ينشأ بين الطرفين.
- ٤- يحق للطرف الأول إلغاء هذا العقد لأي سبب وتبليغ الطرف الثاني بذلك.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للإعلانات والدعايات الترويجية:

بعد العرض السابق نخلص إلى جملة من المعايير الشرعية، وهي منقسمة إلى معايير ضابطة لعلاقة الجمعية التعاونية بالمعلن، ومعايير ضابطة لعلاقة الجمعية التعاونية في إعلاناتها بالمستهلك الأخير.

أولاً: المعايير الشرعية للعلاقة بين الجمعية التعاونية وبين الراغب في الإعلان:

وهي نوعان:

النوع الأول: معايير علاقة الجمعية التعاونية بالشركة الإعلانية:

- ١- يجوز إجارة مواقع في الجمعية التعاونية الاستهلاكية لشركة إعلانية، وللشركة

- الإعلانية إعادة تأجير هذه المواقع سواء كان بمثل الأجرة الأولى أو أكثر.
- ٢- يجوز للجمعية التعاونية الحصول على نسبة معلومة من ثمن كل إعلان تكون وسيطاً فيه بين التاجر والشركة الإعلانية.
- ٣- يجوز أن تكون الأجره التي تتقاضاها الجمعية أو بعضها منفعةً، سواء اتحد الجنس أو اختلف.

النوع الثاني: معيار علاقة الجمعية التعاونية بالتاجر الراغب في الإعلان:

للجمعية تأجير ما شاءت من مواقع تقع تحت ملكيتها وتصرفها للتجار الراغبين في الاستئجار، وذلك بالضوابط التالية:

- ١- يُشترط تحديد أجرة ثابتة غير متغيرة في مقابل انتفاع التاجر بجزء من أرض الجمعية أو حائطاً فيها أو شاشة ونحوها ليضع فيه إعلانه.
- ٢- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع الاجارة عليها والعلم بالإعلان التجاري الذي سيقوم به.
- ٣- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سيباعها التاجر من المحرمات.
- ٤- يُشترط أن تكون مدة الإعلان معلومة.
- ٥- لا يجوز للجمعية التعاونية أن تعقد عقد إعلان مع تاجر لا يلتزم في علاقته بالمستهلك الأخير بالمعايير الآتية في علاقة الجمعية التعاونية بالمستهلك الأخير.

ثانياً: معايير علاقة الجمعية التعاونية باعتبارها مُعلنة بالمستهلك الأخير:

- ١- يجوز للجمعية الثناء على سلعها وذكر ما يُرغَّب في شرائها بشرط ألا تقول إلا حقاً.
- ٢- يحرم على الجمعية الثناء الكاذب على سلعها أو أن تُرغَّب فيها بما يتضمن غش المشتري أو التدليس عليه.

المبحث الخامس: التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية:

بين أيدينا أربع كلمات؛ الخدمات، والاجتماعية، والثقافية، والترفيهية، فلأفسرها واحدة بعد واحدة، مع بيان المراد من كل كلمة منها عند إضافتها لكلمة (خدمة).

أولاً: تعريف الخدمات:

الخدمات جمع خدمة، و«الخاء والداد والميم أصلٌ واحدٌ منقاس، وهو إطافة الشيء بالشيء...، ومن هذا الباب الخدمة. ومنه اشتقاق الخادم؛ لأنَّ الخادم يُطيف بمخدومه»^(١)، و«خَدَمَهُ يَخْدُمُهُ وَيَخْدُمُهُ خِدْمَةً: مَهَنَهُ وَقَامَ بِحَاجَتِهِ»^(٢).

والخدمة في إطلاق الفقهاء لا يخرج معناها عن المعنى اللغوي، وقد عرفها بعض الباحثين بأنها: «منفعة البدن التي يقدمها الخادم لمن يخدمه، كخدمة العبد ونحوه»^(٣)، ويمكن أن تُعرَّف الخدمة عند الفقهاء بأنها: بذلُ منفعةِ البدن.

والخدمة عند علماء الاقتصاد هي: «أيُّ عملٍ أو جهد يُبذل لتلبية وسد احتياجات الآخرين أو طلباتهم، وخصوصاً ذلك العمل الذي لا علاقة له بصنع وإعداد السلع والمنتجات أو بتوزيع البضائع»^(٤).

والخدمات التي تقدمها الجمعيات التعاونية هي كل ما يعود بالنفع على أعضاء الجمعية المساهمين ومنطقة عمل الجمعية، كإنشاء ممشى في المنطقة، وإقامة مظلات الانتظار لمحطات انتظار الحافلة، والمساهمة في ترشيد الاستهلاك لدى المواطنين، وإقامة الندوات الثقافية

(١) ابن فارس: مقاييس اللغة (١٦٢/٢-١٦٣)، مادة (خدم).

(٢) انظر: ابن دريد: جمهرة اللغة (٥٨٠/١)، الزبيدي: تاج العروس (٥٥/٣٢)، المعجم الوسيط (٢٢١/١)، مادة (خدم) من الجميع.

(٣) د. حسين الشهراني: التسويق التجاري (ص ٣٦).

(٤) نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص ٤٩٦).

والاجتماعية^(١)، وغيرها مما سيأتي ذكره إن شاء الله في المطلب الثالث من هذا المبحث.

ثانياً: تعريف الاجتماعية:

الاجتماعية مصدر صناعي^(٢) من جمع، ومادة جمع أصلٌ واحدٌ يدلُّ على تضامِّ الشيء، واجتمع ضد تفرق، والرجل المجتمع: الذي بلغ أشده، ويُقال للحارية إذا شَبَّتْ: قد جمعت الثياب، أي: قد لبست الدرع والخمار والملحفة^(٣).

وعلم الاجتماع: علم يبحث في نشوء الجماعات الإنسانية ونموها وطبيعتها وقوانينها ونظمها^(٤).

والمقصود بالخدمة الاجتماعية في هذا المبحث: ما يتعلق بجماعة المواطنين ويستفيد منه جميعهم، كتوزيع هدايا على المتفوقين دراسياً، أو المساهمة بصيانة بعض المرافق العامة.

ثالثاً: الثقافية:

الثقافية مصدر صناعي من ثقف، والثاء والقاف والفاء: كلمةٌ واحدةٌ إليها ترجع الفروع، وهو إقامة دَرءِ الشيء، يُقال: ثَقَّفْتُ القنَّاءَ إذا أقمَت عِوَجَها، ثَقَّفَ الرجل ثَقْفًا وثَقَافَةً، أي صار حاذقاً خفيفاً فهو ثَقْفٌ، وَثَقَّفْتُهُ ثَقْفًا، أي صادفتُهُ^(٥).

والثقافة: العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق فيها^(٦).

والمقصود بالخدمة الثقافية في هذا المبحث: كل ما يرتقي بعلوم ومعارف المواطنين، سواء كان ذلك بإقامة الندوات، أو إجراء المسابقات العلمية، أو بتوزيع الكتب.

(١) انظر: د. فوزي الشاذلي وزميليه: الحركة التعاونية في دولة الكويت (ص ١٨٥-١٨٦).

(٢) المصدر الصناعي: هو اسم تلحقه ياء النسبة وبعدها تاء للدلالة على صفة هذا الاسم، وفائدته: دلالة الاسم على معنى مجرد لم يكن فيه قبل الزيادة، مثل: وطن؛ اسم يدل على بقعة من الأرض، فإذا أضفت عليها الزيادة المذكورة فقلت: وطنية صار دالاً على وصف مجرد كحب الوطن والدفاع عنه والتعلق به.

انظر: د. عبداللطيف الخطيب: المستقصى في علم التصريف (١/٤٢٨).

(٣) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (١/٤٧٩)، الجوهري: الصحاح (١/٩٢٩)، مادة (جمع).

(٤) انظر: المعجم الوسيط (١/١٣٥)، مادة (جمع).

(٥) انظر: ابن فارس: مقاييس اللغة (١/٣٨٢)، الجوهري: الصحاح (٢/١٠٢٣)، ابن سيده: المحكم (٦/٣٥٥)، مادة (ثقف) من الجميع.

(٦) المعجم الوسيط: (١/١٣٥)، مادة (جمع).

رابعاً: الترفيحية:

الترفيحية مشتقة من رَفَه، والراء والفاء والهاء أصلٌ واحدٌ يدلُّ على نَعْمَةٍ وَسَعَةٍ مَطْلَبٍ، من ذلك الرَّفَةُ: وهو أن تَرِدَ الإِبِلُ كُلَّ يَوْمٍ متى شاءت، ومن ذلك الرَّفَاهَةُ في العيش والرَّفَاهِيَّة، وبيننا وبين فلانٍ ليلةٌ رافهة، أي لَيْتَةَ السَّيْرِ لا تُعْيِي، ومنه الإرفاه: التَّنْعُمُ والدَّعَةُ ومُظَاهَرَةُ الطَّعَامِ على الطَّعَامِ، واللباس على اللِّبَاس، ويقول الرجلُ للرجل: رفه عليّ، أي أنظِرني ورفه من خِناقِي، يراد به التوسعة عليه، ويقال: أَرَفَه عندي وأسْتَرَفَه ورَفَّه عندي: أقم وأسْتَرَح واستجَم^(١).

والمعنى المراد في هذا المبحث لا يختلف عن معناه اللغوي.

والخدمة الترفيحية التي تقدمها الجمعية لها صور، من أهمها: التخميم في فصل الشتاء والربيع ودعوة المساهمين في الجمعية إلى المخيم، وتوفير بطاقات دخول لمدينة الألعاب أو المدينة المائية بسعر مخفض، وهكذا.

بعد هذه التعريفات نخلص إلى أن الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيحية هي أعمال وجهود تبذلها الجمعية التعاونية لنعف المساهمين في هذه المجالات.

والجمعيات التعاونية تتفاوت في جودة هذه الخدمات وكثرتها، ولا شك أن الجمعية التعاونية التي تتميز في هذه الخدمات وتحرص على بذلها فإنها تحظى بإقبال المستهلكين ووفرة المساهمين، ومن هنا كانت هذه الخدمات من المحفزات التسويقية.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية

والترفيحية:

بالنظر إلى ما تقدمه الجمعيات من خدمات يتضح أنها مما حثت عليه الشريعة وأمرت به من نشر العلم، وإعانة المحتاج، وإدخال السرور على المسلم، وبناء المرافق المفيدة للمسلمين كالمظلات عند محطات الانتظار.

وقبل القول في حكم تقديم هذه الخدمات بقصد الترويج وزيادة المبيعات ينبغي أن أذكر تأصيلاً مهماً ثم أنظر في هذه الواقعة بناءً عليه فأقول:

العبادات على قسمين^(٢):

(١) انظر: ابن دريد: جمهرة اللغة (٧٨٩/٢)، الأزهرى: تهذيب اللغة (١٥٠/٦)، ابن فارس: مقاييس اللغة (٤١٩/٢).

(٢) انظر: د. عبدالله بن عبدالعزيز بن جبرين: تسهيل العقيدة الإسلامية (ص ٦٦-٧٢).

القسم الأول: العبادات المحضة:

وهي الأعمال والأقوال التي هي عبادات من أصل مشروعيتها، والتي دل الدليل من النصوص أو غيرها على تحريم صرفها لغير الله تعالى، وضابطه أنه «كل فعل لم يُعلم إلا من الشارع فهو عبادة كالصلاة والصوم»^(١).

ويدخل في العبادات المحضة: العبادات القلبية كالتوكل، والعبادات القولية كقراءة القرآن، والعبادات البدنية كالصلاة، والعبادات المالية كالزكاة^(٢).

القسم الثاني: العبادات غير المحضة:

وهي الأعمال والأقوال التي ليست عبادات من أصل مشروعيتها ولكنه تتحول بالنية الصالحة إلى عبادات^(٣).

ويدخل في العبادات غير المحضة ما يلي:

١- فعل الواجبات والمندوبات التي ليست في الأصل من العبادات: ومن ذلك

النفقة على النفس أو على الزوجة والأولاد، وقضاء الدين، والزواج الواجب أو المندوب، والقرض، والهدية، وبر الوالدين، وإكرام الضيف، وهكذا. فإذا فعل المسلم هذه الأمور ابتغاء وجه الله تعالى كانت عبادات يُثاب عليها^(٤).

ومن أدلة ذلك قول النبي ﷺ: "إن المسلم إذا أنفق على أهله نفقة وهو يحتسبها كانت له صدقة"^(٥).

٢- ترك المحرمات ابتغاء وجه الله تعالى: ومن ذلك ترك الربا، وترك السرقة، وترك

(١) ابن تيمية: مختصر الفتاوى المصرية (ص ٧٢).

(٢) انظر: المقرئ: تجريد التوحيد (ص ١٠٤)، الصنعاني: تطهير الاعتقاد (ص ٩٢-٩٣)، سليمان بن عبد الله: تيسير العزيز الحميد (١/١٥٥-١٥٥)، عبد الله البابطين: الدرر السننية (٢/٢٨٩).

(٣) انظر: القراني: الفروق (١/٣٠٤)، ابن تيمية: مجموع الفتاوى (١٨/٢٥٩)، العراقي: طرح الشريب (٢/١٠-١١).

(٤) انظر: القراني: الفروق (٢/٩٧)، العراقي: طرح الشريب (٢/١١)، ابن حجر: فتح الباري (١/١٦٥)،

(٥) رواه البخاري (١/٢٠)، كتاب الإيمان، باب ما جاء أن الأعمال بالنية والحسبة ولكل امرئ ما نوى، برقم (٥٥)، ومسلم (٢/٥٧٧)، كتاب الزكاة، باب فضل الصدقة على الأقربين والزوج والأولاد والوالدين ولو كانوا مشركين، برقم (١٠٠٢)، من حديث أبي مسعود البدري رضي الله عنه.

الغش وغيرها، فإذا تركها المسلم طلباً لثواب الله تعالى وخوفاً من عقابه كان عبادة يُثاب عليها^(١).

٣- فعل المباحات ابتغاء وجه الله تعالى: ومن ذلك النوم، والأكل، البيع وغيرها، فهذه الأشياء وما يُشبهها في الأصل مباحة، فإذا نوى المسلم بفعلها التقوي على طاعة الله تعالى كان عبادة يُثاب عليها^(٢).

ويدل عليه سؤال أبي موسى^(٣) لمعاذ^(٤) - رضي الله عنهما -: (كيف تقرأ القرآن؟)، قال: (أنام أول الليل فأقوم وقد قضيت حزبي من النوم فأقرأ ما كتب الله لي، فأحتسب نومتي كما أحتسب قومتي)^(٥).

وبعد هذا التأصيل يتبين:

أن العبادات المحضة لا يجوز أن يُقصد بها الترويج وجذب المستهلكين والمساهمين أو تحسين سمعة الجمعية التعاونية في المنطقة، ومن ذلك الإعلان عن إخراج زكاة الجمعية، أو تنظيم رحلة للعمرة، فإنه لا يجوز الإعلان عنه بقصد الذكر الحسن والسمعة وجذب المستهلكين، فعن أبي هريرة قال: قال رسول الله ﷺ: "قال الله تبارك وتعالى: أنا أغنى الشركاء عن الشرك من عمل عملاً أشرك فيه معي غيري تركته وشركه"^(٦).

أما العبادات غير المحضة فبالنظر إلى ما تقدمه الجمعية التعاونية من خدمات نجد أنه من النوع الأول من العبادات غير المحضة، فحكمه يختلف باختلاف القصد والإرادة، والأصل فيه

(١) انظر: القراني: الفروق (١/٣٠٤)، ابن نجيم: الأشباه والنظائر (ص ٢٦)،

(٢) انظر: الغزالي: إحياء علوم الدين (٩/٣٩)، النووي: شرح صحيح مسلم (٧/٤٤٤٣)، القراني: الفروق (١/٣٠٤)،

العراقي: طرح التشريب (٢/١٠)، السيوطي: الأشباه والنظائر (١/٣٩).

(٣) أبو موسى عبدالله بن قيس بن سليم الأشعري، صحابي، من الشجعان الولاة الفاتحين، وكان من أحسن الصحابة صوتاً في التلاوة، توفي سنة (٤٤). انظر: ابن الأثير: أسد الغابة (٣/٣٦٧)، ابن حجر: الإصابة (٦/٣٣٩).

(٤) أبو عبدالرحمن معاذ بن جبل بن عمرو الأنصاري الخزرجي، صحابي، من كبار فقهاء الصحابة، بعثه النبي ﷺ إلى اليمن قاضياً ومعلماً، توفي سنة (١٨). انظر: ابن الأثير: أسد الغابة (٥/١٩٤)، ابن حجر: الإصابة (١٠/٢٠٢).

(٥) رواه البخاري (٥/١٦١)، كتاب المغازي، باب بعث أبي موسى ومعاذ إلى اليمن قبل حجة الوداع، برقم (٤٣٤١)، ومسلم (٣/١١٥٧)، كتاب الإمارة، باب النهي عن طلب الإمارة والحرص عليها، برقم (١٦٥٢)، من حديث أبي موسى الأشعري ﷺ.

(٦) رواه مسلم في صحيحه (٤/١٨١٠)، كتاب الزهد والرقائق، باب من أشرك في عمله غير الله ﷻ، برقم (٢٩٨٥).

قوله ﷺ: "إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى"^(١).

فيقال إن القصد في تقديم هذه الخدمات له حالات:

١- أن يقدم هذه الخدمات من تزويد المراكز الصحية ببعض المستلزمات أو تكريم الطلبة المتفوقين ونحوها بقصد الترويج فقط ولا يريد وجه الله، فهذا لا ثواب له في الآخرة، لقوله ﷺ: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ﴾ [الشورى: ٢٠]، قوله ﷺ: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا وَزِينَتَهَا نُوَفِّ إِلَيْهِمْ أَعْمَالَهُمْ فِيهَا وَهُمْ فِيهَا لَا يُبْخَسُونَ﴾ [هود: ١٥]^(٢).

٢- أن يكون قصده وجه الله ﷻ والترويج إلى السلع وجذب المستهلكين والمساهمين فالظاهر عدم الأجر لعموم الحديث القدسي المتقدم قريباً: «قال الله تبارك وتعالى: أنا أغنى الشركاء عن الشرك...» الحديث.

٣- أن يقدم هذه الخدمات ولا يقصد بها وجه الله ﷻ ولا الترويج للسلع ولا جذب المستهلكين والمساهمين، بل يفعلها لما في نفسه من محبة فطرية لها، فهذا النوع يبين حكمه ابن تيمية - رحمه الله - بقوله: «محبة هذه الأمور الحسنة ليس مذموماً ولا معاقباً، ولا يُقال إن هذا عمله لغير الله فيكون بمنزلة المرائي والمشرك، فذاك هو الشرك المذموم، وأما من فعلها لمجرد المحبة الفطرية فليس بمشرك ولا هو أيضاً متقرباً إلى الله حتى يستحق عليها ثواب من عمل لله وعبدته، بل قد يثبته عليها بأنواع من الثواب، إما بزيادة فيها في أمثالها فيتنعم بذلك في الدنيا، ولهذا كان الكافر يُجزى على حسناته في الدنيا وإن لم يتقرب بها إلى الله»^(٣).

(١) رواه البخاري (٦/١)، كتاب الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله ﷺ، برقم (١)، ومسلم (١٢٠٤/٣)، كتاب الإمارة، باب قوله ﷺ "إنما الأعمال بالنية" وأنه يدخل فيه الغزو وغيره من الأعمال، برقم (٤٩٢٧)، من حديث عمر بن الخطاب ﷺ.

(٢) انظر: ابن العربي: أحكام القرآن (٣/١٠٥٦)، القرطبي: الجامع لأحكام القرآن (١١/٨٤)، ابن كثير: تفسير القرآن العظيم (٤/٣١١).

(٣) جامع المسائل (٥/١٩٦).

٤- أن يقصد بتقديم هذه الخدمات وجه الله تعالى فقط، فهذه الحال هي الحال الفاضلة التي ينبغي على الجمعية التعاونية تحقيقها والحرص عليها. قال ﷺ: "إن المسلم إذا أنفق على أهله نفقة وهو يحتسبها كانت له صدقة"^(١)، وجه الدلالة: مفهوم الحديث أن من لم يحتسبها لم تكن له صدقة^(٢). وإذا قصد القائمون على الجمعية التعاونية الاستهلاكية وجه الله ﷻ فقط فلا يضر بعد ذلك إن أقبل المستهلكون والمساهمون بسبب تقديم هذه الخدمات.

المطلب الثالث: تطبيق التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

يُعدُّ تقديم الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية من المبادئ التعاونية الأساسية^(٣)، وقد ورد في اللائحة التنفيذية للمادة (١٩) من قانون التعاون الكويتي ما يلي:

«يكون توزيع الأرباح الناتجة عن أعمال الجمعية خلال السنة المالية بعد خصم المبالغ الواجب اقتطاعها لمواجهة أعباء قانون العمل في القطاع الأهلي وقانون التأمينات الاجتماعية على النحو التالي:

١- ٢٠% من صافي الأرباح لتكوين احتياطي إجباري حتى يبلغ مثلي رأس المال الفعلي في نهاية السنة المالية التي توزع أرباحها.

٢- ٢٥% من صافي الأرباح تخصص للصرف على الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية في منطقة عمل الجمعية أو لصالح أعضائها على أن تخصص نسبة ٢٥% مناه لإقامة المشاريع الوطنية التي تحددها الوزارة مع اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية والتي يصدر وكيل الوزارة القرارات والتعليمات اللازمة بشأنها^(٤) وعلى هذا فإن ١٢,٥% من أرباح الجمعية التعاونية الاستهلاكية يُصرف لصالح الخدمات

(١) تقدم تخريجه قريباً (ص ١٦١).

(٢) انظر: ابن حجر: فتح الباري (١/١٦٥).

(٣) انظر: د. كمال حمدي أبو الخير: فلسفة رواد التعاون ومبادئ التعاون الدولية (ص ٣٨٥).

(٤) اللائحة التنفيذية لقانون التعاون (مادة ١٩)، (ص ٤٢-٤٣).

الاجتماعية والثقافية والترفيهية.

ومع كون تقديم هذه الخدمات من صلب المبادئ التعاونية فإن هذه الخدمات صار لها أثر كبير في ترغيب المستهلكين في الشراء من هذه الجمعيات والمساهمة فيها. فهذه جمعية (...) التعاونية تقدم في سنة ٢٠١١ م (٣٩٣, ٣٣٥.د.ك) في مجال الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية^(١).

وتوزعت هذه الخدمات على ستة أنواع، تفصيلها كالتالي^(٢):

أولاً: الخدمات الترفيهية:

نظمت جمعية (...) التعاونية رحلةً للمساهمين إلى منتزه (...) السياحي خلال العطلة الصيفية، وقد بلغ عدد الأسر المستفيدة من هذا النشاط (١٥٦) أسرة، وكانت مدة الرحلة ثلاثة أيام. وتقدم جمعية (...) التعاونية للمساهمين فيها تذاكر مخفضة لأهم المرافق الترفيهية في دولة الكويت^(٣).

ثانياً: الخدمات الاجتماعية:

يولي مجلس إدارة جمعية (...) التعاونية سلوى اهتماماً كبيراً بالخدمات الاجتماعية؛ لذلك كون لجنة باسم: لجنة الخدمات الاجتماعية، وكان من أعمالها في سنة ٢٠١١ م:

- ١- تجهيز بعض مساجد المدارس في المنطقة.
- ٢- تقديم الدعم المادي والجوائز للطلبة المتفوقين في مدارس المنطقة.
- ٣- توزيع الماء والعصير على جميع المدارس ورياض الأطفال في المنطقة.
- ٤- تحمل ٥٠% من رسوم فصول التقوية للطلبة والطالبات بالتنسيق مع جمعية المعلمين الكويتية.
- ٥- تزويد المدارس بآلات التصوير وتلفزيونات.

(١) التقرير المالي والإداري لجمعية (...) التعاونية لسنة ٢٠١١ م: (ص ٤٠).

(٢) التقرير المالي والإداري لجمعية (...) التعاونية لسنة ٢٠١١ م: (ص ٢٢-٢٦).

(٣) انظر: دليل أنشطة جمعية (...) التعاونية للمساهمين: (٢-٧)، وفي هذا الدليل تفصيل هذه المرافق ومقدار التخفيض الذي تقدمه الجمعية على كل تذكرة دخول.

ثالثاً: الخدمات الصحية:

- ١- توفير حقائب تعبئة الأدوية لمركز سلوى الصحي.
- ٢- تزويد مركز سلوى الصحي بسيارة مجهزة لخدمة كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة.
- ٣- تتحمل الجمعية ٥٠% من ثمن الاشتراكات في أهم المعاهد الصحية في دولة الكويت^(١).

رابعاً: الخدمات الدينية:

- ١- تزويد مساجد المنطقة بالمواد العينية، كالعطور والمناديل طوال العام.
- ٢- تنظيم رحلة عمرة للمساهمين.

خامساً: الخدمات الثقافية:

- ٤- نظمت جمعية (...) التعاونية دورة ثقافية رمضانية، وأقيمت هذه الدورة في صالة (...).
 - ٥- تتحمل الجمعية ٥٠% من ثمن الاشتراكات في أهم المعاهد التعليمية والنوادي الصيفية في دولة الكويت^(٢).
- هذه نماذج من أهم الخدمات التي تقدمها جمعية (...) التعاونية للمساهمين فيها. وإذ أردنا تطبيق آخر فهو ما قدمته جمعية (...) التعاونية سنة ٢٠١١م من خدمات توزعت على (١١) نوعاً، وقد بلغ إجمالي ما قدمته (٩٣,٣٧٠,٥٨٠ د.ك)، ثلاثة وتسعين ألفاً وثلاثمائة وسبعين ديناراً وخمسمائة وثمانين فلساً، وإليك تفصيلها^(٣):
- ١- الأنشطة التربوية والتعليمية: (٠,٨٧٥,٨٩٢,٥٢٢ د.ك).
 - ٢- الأنشطة الاجتماعية ورعاية المعاقين: (٠,٤٥٠,٤٦٢,٥١ د.ك).
 - ٣- الأنشطة الدينية: (٠,٥٦٥,٦٤٠,٥٥ د.ك).
 - ٤- الأنشطة الإعلامية: (٠,٣٤٠,١٩٩,٥٣ د.ك).

(١) تفصيل هذه المعاهد والنوادي في دليل أنشطة جمعية (...) التعاونية (ص١٧-٢٠).

(٢) تفصيل هذه المعاهد والنوادي في دليل أنشطة جمعية (...) التعاونية (ص٨-١٦).

(٣) بناء على تقرير صادر من جمعية (...) التعاونية، انظر صورته في الملحق (ص١٩٨).

- ٥ - أنشطة مرافق الدولة (٠٧٥٥، ٦١١، ٥٥.ك).
- ٦ - أنشطة الحدائق والنباتات الخارجية (٠٠٠، ١٢٠، ٥٣.ك).
- ٧ - الأنشطة العامة لأهالي منطقة القصور: (٠٣٠٥، ٨٦٥، ٤٣.ك).
- ٨ - الأنشطة الصحية: (٠٩٩٠، ٧٠٨، ٥١.ك).
- ٩ - مشاريع اتحاد الجمعيات التعاونية: (٠٠٠، ٥٥، ٥٥.ك).
- ١٠ - الأنشطة الرياضية: (٠٠، ٥١، ٦٥.ك).
- ١١ - برنامج المساهمين: (٠٢٠٠، ٢١٨، ٥١.ك).

ولعل في هذين التطبيقين توضيح للمقصود من هذا المبحث، وكل جمعيات الكويت التعاونية الاستهلاكية تقدم خدمات مشابهة لهاتين الجمعيتين، وإن كانت بعض الجمعيات التعاونية تتميز أكثر من غيرها في الخدمات من جهة الكيف والكم.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية:

- أخلص في نهاية هذا المبحث إلى أربعة معايير، هي:
- ١ - لا يجوز تقديم الخدمات الدينية التي هي عبادات محضة بقصد الترويج وجذب المساهمين والمستهلكين.
 - ٢ - تقديم الخدمات من غير العبادات المحضة بقصد الترويج فقط أو لله وَجَلَّ جَلَالُهُ ويقصد الترويج يجعلها لا ثواب فيها.
 - ٣ - تقديم الخدمات محبةً جبلياً فيها لا يذم صاحبها ولا يعاقب، بل قد يثاب.
 - ٤ - تقديم الخدمات ابتغاء وجه الله وَجَلَّ جَلَالُهُ هي الحال الكملى، ولا يضر إن حصل الترويج على وجه التبعية.

المبحث السادس: رد السلعة الترغيبية: وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف رد السلعة الترغيبية:

الرد لغةً: مصدر رَدَّ يَرُدُّ، «والراء والبدال أصل واحد مطرد منقاس، وهو رجوع الشيء»^(١)، ومنه الرُّدُّ: عماد الشيء الذي يرجعه عن السقوط والضعف، والرَّدَّة: تقاعس في الدَّقْن، كأنه رُدَّ على ما وراءه، والمتَرَدَّد: المجتمع الخلق، كأن بعضه رُدَّ على بعض، ورَدَّ عليه الشيء: إذا لم يقبله^(٢).

والرد في لسان الفقهاء له إطلاقات^(٣):

١- الرد في الفرائض: صرفٌ ما فضل عن فرض ذوي الفروض - ولا مستحق له من العصابات - إليهم بقدر حقوقهم.

٢- الرد في التصرفات الموقوفة: هو كل ما يدل على رفض مَنْ تَوَقَّفَ العقدُ على إجازته إمضاءً العقد وإنفاذه.

٣- الرد بالخيار: فسخ العقد ممن وجب الخيار لحقه أو مصلحته وإعادة المبيع للبائع واسترداد الثمن.

أما في اصطلاح التسويقيين فالبضاعة المردودة أو المعادة هي: «سلعةٌ يعيدها المشتري إلى المتجر لاسترجاع ثمنها أو لإبدالها بغيرها أو لتقييد ثمنها في حسابه بحيث يتمكن من استعمال قيمتها لشراء سلعة غيرها في المستقبل»^(٤).

وبالنظر في هذا التعريف يتبين أن لرد السلعة الترغيبية نوعان^(٥):

١- رد السلعة وأخذ ثمنها: وهذا النوع يمنح فيه البائع المشتري حق إرجاع السلعة وأخذ

(١) ابن فارس: مقاييس اللغة (٢/٣٨٦)، مادة (رد).

(٢) انظر: الجوهرى: الصحاح (١/٤٠٥)، ابن منظور: لسان العرب (٣/٥٧)، الفيروزآبادي: القاموس المحيط (ص ٢٨٢)، مادة (ردد) من جميعها.

(٣) انظر: د. نزيه حماد: معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء (ص ٢٢٨).

(٤) نبيه غطاس: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (ص ٤٧٤).

(٥) انظر: د. خالد المصلح: الحوافز التجارية التسويقية (ص ٢٠٩).

التمن، وهذا الحق إما أن يكون مؤبداً، وإما أن يكون محددًا بوقت.

٢- رد السلعة وتبديلها بغيرها أو تقييد ثمنها لحساب المشتري: وفي هذا النوع يمنح البائع المشتري حق إرجاع السلعة إذا رغب عنها لكن ليس له أن يأخذ ثمنها، بل يخير بين أن يأخذ بتمن السلعة المردودة ما شاء من السلع المعروضة في سوق البائع، وبين أن يُقيد البائع ثمنها لحساب المشتري ويعطيه ورقةً يبين فيها أن للمشتري مبلغًا ماليًا محددًا له أن يستفيد منه في شراء ما شاء من السلع متى شاء.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لرد السلعة الترخيبي:

والرد الترخيبي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية هو من النوع الثاني الذي سبقت الإشارة إليه، أعني: رد السلعة وتبديلها بغيرها أو تقييد ثمنها لحساب المشتري، أي: ليس له أن يأخذ ثمنها، بل يخير بين أن يأخذ بتمن السلعة المردودة ما شاء من السلع المعروضة في سوق الجمعية التعاونية، وبين أن يُقيد البائع ثمنها لحساب المشتري ويعطيه سنداً يبين فيه أن للمشتري مبلغًا ماليًا محددًا، له أن يستفيد منه في شراء ما شاء من السلع متى شاء.

ويُستثنى من هذا الرد الترخيبي ما ورد في التعميم الإداري الصادر من وزارة التجارة والصناعة في الكويت في ١١/١٠/٢٠١١م، ونصه: «يُرجى العلم بأنه لا يتم استبدال حليب الأطفال والمغذيات بعد شرائها من الأماكن المخصصة وأفرع التموين، وكذلك الدواجن واللحوم المجمدة»^(١).

والبضائع على ثلاثة أقسام:

الأول: بضاعة ترد لأجل عيبٍ فيها.

الثاني: بضاعة ترد لرغبة المشتري عنها بلا عيبٍ فيها.

الثالث: بضاعة لا ترد، وهي: حليب الأطفال، والمغذيات، والدواجن واللحوم المجمدة، كما

ورد في تعميم وزارة التجارة والصناعة المتقدم.

ولكل قسم من هذه الأقسام تكييفه وحكمه:

(١) صورة التعميم في الملحق آخر هذا البحث (ص ٢٠١).

أما القسم الأول:

فهو داخل في خيار العيب، وخيار العيب ثابت بالكتاب، والسنة، والإجماع، والنظر:

١ - قوله ﷺ: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: ٢٩].

وجه الدلالة: أن السلامة من العيب لما كانت مرغوبة المشتري ولم يحصل فقد اختل رضاه وهذا يوجب الخيار؛ لأن الرضا شرط صحة البيع^(١).

٢ - قوله ﷺ: "من اشترى شاة مصراة فليقلب بها فليحلبها، فإن رضي حلابها أمسكها وإلا ردها ومعها صاع من تمر"^(٢).

وجه الدلالة: أن إثباته ﷺ الخيار بالتصيرية تنبيه على ثبوت الخيار بالعيب^(٣).

٣ - الإجماع على ثبوت خيار العيب^(٤).

٤ - لأن مطلق العقد يقتضي سلامة المبيع، فعند فواته يتخير المشتري كيلا يتضرر بلزوم ما لا يرضى به^(٥).

إذا تقرر هذا فإذا وجد المشتري عيباً قديماً في السلعة لم يكن علم به فإن الفقهاء متفقون على ثبوت الخيار له، ثم اختلفوا فيما هو مخير فيه على ثلاثة أقوال:

القول الأول: يخير المشتري بين رد المبيع وأخذ الثمن أو إمساكه بلا أرش^(٦)، فإن تعذر

(١) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٣٠٨/٧).

(٢) رواه البخاري (٧١/٣)، كتاب البيوع، باب إن شاء رد المصراة وفي حلبتها صاع من تمر، برقم (٢١٥١)، ومسلم

(٣/٩٣٦)، كتاب البيوع، باب حكم بيع المصراة، برقم (١٥٢٤)، من حديث أبي هريرة ؓ.

(٣) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٣٠٨/٧-٣٠٩)، ابن المنذر: الأوسط (٢٣٩/١٠)، ابن أبي عمير المقدسي:

الشافي (٣٧٦/١١).

(٤) حكاها: ابن المنذر: الإقناع (٢٦٢/١)، ابن حزم: مراتب الإجماع (ص ٨٧).

(٥) انظر: الكاساني: بدائع الصنائع (٣٠٨/٧)، المرغيناني: الهداية (٦٥-٦٤/٥).

(٦) الأرش: الفرق بين قيمة المبيع معيباً، وبين قيمته سليماً من الثمن. انظر: د. نزيه حماد: معجم المصطلحات المالية

والاقتصادية (ص ٤٠).

الرد فله إمساكه بأرشه، وهو مذهب الحنفية والشافعية^(١).

القول الثاني: إن كان العيب كثيراً فكالقول الأول، وإن كان متوسطاً^(٢) ففي العقارات ليس للمشتري الرد بل الأرش، وفي غيرها يجب الرد، وإن كان العيب قليلاً جداً فلا حكم له، وهو مذهب المالكية^(٣).

القول الثالث: يخير بين رد المبيع وأخذ الثمن أو إمساكه بأرشه، فإن تعذر الرد تعين الأرش، وهو مذهب الحنابلة^(٤).

الأدلة:

دليل القول الأول:

١ - قوله ﷺ: "من اشترى شاة مصراة فليقلب بها فليحلبها، فإن رضي حلابها أمسكها وإلا ردها ومعها صاع من تمر"^(٥).

وجه الدلالة: لأنه جعل لمشتري المصراة الخيار بين الإمساك من غير أرش أو الرد^(٦).

نوقش: من وجهين:

الأول: أن المصراة ليس فيها عيب، إنما ملك الخيار بالتدليس لا لفوات جزء^(٧).

الثاني: أن إلحاق المعيب بالمصراة لا يصح؛ لأن المصراة لا يرجع مشتريها بالأرش إذا تعذر الرد، بخلاف المعيب فإنه يرجع بالأرش عند تعذر الرد وفاقاً

(١) انظر: الحصكفي: الدر المختار (١٧٠/٧)، الجويني: نهاية المطلب (٢٣١/٥).

(٢) قال الدردير: «المتوسط هل يرد للعرف والعادة، أو هو ما دون الثلث والثلث كثير - وهو الراجح -، أو ما دون الربع، أو ما نقص عن معظم الثمن، أو عن عشرة من المائة؟». الشرح الكبير (١٨٥/٤).

(٣) انظر: ابن رشد: بداية المجتهد (٣٤٤/٣)، المنوفي: كفاية الطالب الرباني (٣١٥/٣).

(٤) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (٣٧٦/١١-٣٧٧)، البهوتي: كشف القناع (٤٤٦/٧-٤٤٧).

(٥) رواه البخاري (٧١/٣)، كتاب البيوع، باب إن شاء رد المصراة وفي حلبتها صاع من تمر، برقم (٢١٥١)، ومسلم (٩٣٦/٣)، كتاب البيوع، باب حكم بيع المصراة، برقم (١٥٢٤)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

(٦) انظر: العمراني: البيان (٢٨٥/٥)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (٣٧٧/١١).

(٧) انظر: ابن قدامة: المغني (٢٢٩/٦).

مع المخالف هنا^(١).

- ٢- أن رجلاً اشترى من رجل غلاماً فاستغله ثم وجد به عيباً فخاصمه إلى النبي فقضى النبي برده فقال إنه استغل غلامي فقال: "الخراج بالضمان"^(٢).
وجه الدلالة: أنه رد الغلام ولم يثبت الأرش^(٣).
نوقش: أن الحديث فيه أنه رد بعيب وذلك حكاية حال لا دلالة لها على العموم^(٤).
- ٣- لأن البائع لم يرض بزوال ملكه بأقل من المسمى فيتضرر به، ودفع الضرر عن المشتري ممكن بالرد بلا ضرر عليه^(٥).
- ٤- لأن الأوصاف لا يقابلها شيء من الثمن بمجرد العقد فليس له أن يأخذ في مقابلة فواته شيئاً؛ وهذا لأن الثمن عين وإنما يقابله مثله، والوصف دونه فإنه عرض لا يحرز بانفراده فلا يقابل به إلا تبعاً لمعروضه غير منفرد عنه^(٦).
- ٥- لأن إمساك المبيع المعيب مع علمه بالعيب دلالة على الرضا بالعيب، والرضا بالعيب يمنع الرجوع بالنقصان كما يمنع الرد^(٧).
- ٦- لأن حق الرجوع بالنقصان كالحلّف عن الرد، والقدرة على الأصل تمنع المصير

(١) انظر: ابن منجى: الممتع (٤٤٩/٢).

(٢) رواه أبو داود (ص٥٣٢)، كتاب البيوع، باب فيمن اشترى عبداً فاستعمله ثم وجد به عيباً، برقم (٣٥٠٨)، والترمذي (ص٣٠٥)، كتاب البيوع، باب ما جاء فيمن يشتري العبد ويستغله ثم يجد به عيباً، برقم (١٢٨٥)، والنسائي (ص٦٨٨)، كتاب البيوع، باب الخراج بالضمان، برقم (٤٤٩٠)، وابن ماجه، كتاب التجارات، باب الخراج بالضمان، برقم (٢٢٤٣)، وأحمد (٢٧٢/٤٠)، برقم (٢٤٢٢٤)، من حديث عائشة - رضي الله عنها -، قال الترمذي: «هذا حديث حسن صحيح، وقد روي هذا الحديث من غير هذا الوجه، والعمل على هذا عند أهل العلم»، وحسنه البغوي في "شرح السنة" (١٦٣/٨)، والألباني في "إرواء الغليل" (١٥٨/٥).

(٣) انظر: العمراني: البيان (٢٨٥/٥-٢٨٦).

(٤) انظر: تقي الدين السبكي: تكملة المجموع (١٢٣/١٢).

(٥) انظر: المرغيناني: الهداية (٦٥/٥)، ابن الهمام: فتح القدير (١٥٢/٥-١٥٣).

(٦) المصدر السابق.

(٧) انظر: الكاساني: بدائع الشرائع (٣٤١/٥).

إلى الخلف^(١).

٧- لأن الأصل أن كل من وجب له شيء ليس له المطالبة بغيره، ولا يجب عليه الانتقال إلى غيره^(٢).

دليل القول الثاني:

١- استدلو على التخيير بين الرد والإمسك بلا أرش بأدلة القول الأول^(٣).

٢- وفرقوا بين العقار وغيره بعدة وجوه^(٤):

الأول: أن العقار يسهل إصلاح عيبه وزواله بحيث لا يبقى منه شيء بخلاف غير العقار.

الثاني: أن العقار لا يخلو من عيب فلو رد بالقليل لأضر بالبائع فتسهل فيه.

الثالث: أن العقار لا يراد للتجارة بل للقنية فتسهل فيه.

دليل القول الثالث:

١- لأنه ظهر على عيب لم يعلم به فكان له الأرش، كما لو تعيب المبيع عند المشتري^(٥).

٢- لأنه فات عليه جزء من المبيع فكانت له المطالبة بعوضه، كما لو اشترى عشرة أفقزة فبانّت تسعة، أو كما لو أتلفه بعد البيع^(٦).

٣- لأن المتبايعين تراضيا على أن العوض في مقابلة المعوض، فكل جزء من العوض يقابله جزء من المعوض، ومع العيب فات جزء من المعوض فيرجع ببدله وهو الأرش^(٧).

«وسبب الخلاف النظر إلى نقص العيب، هل هو نقص أصل أو نقص وصف؟، فعند

(١) المصدر السابق.

(٢) انظر: تقي الدين السبكي: تكملة المجموع (١٦٧/١٢).

(٣) انظر: المازري: شرح التلقين (٦١٧/٥)، القرافي: الفروق (٦٩/٥).

(٤) انظر: الدسوقي: حاشية الشرح الكبير (١٨٤/٤-١٨٥).

(٥) انظر: ابن قدامة: المغني (٢٢٩/٦).

(٦) ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٢٢٩/١١).

(٧) انظر: شمس الدين الزركشي: شرح مختصر الخرقى (٥٧٣/٣)، البهوتي: كشف القناع (٤٤٧/٧).

الحنفية والشافعية والمالكية في العيب الكثير هو نقص وصف، ولذا يخير بين الرد والإمسك بدون شيء، وعند الحنابلة هو نقص أصل، ولذا يخير بين الرد والإمسك مع الرجوع بالنقصان^(١).

والظاهر - والله أعلم -:

هو القول الأول بأن المشتري يخير بين رد المبيع وأخذ الثمن أو الإمسك بلا أرش، وفي هذا مراعاة لحق العاقدين ودفع للضرر عنهما.

أما القسم الثاني:

فهي البضاعة غير المعيبة التي لا ترد، وتقدم أنها محصورة في: حليب الأطفال والمغذيات بعد شرائها من الأماكن المخصصة وأفرع التموين، وكذلك الدواجن واللحوم المحمّدة. والسبب في عدم رد هذه الأصناف هو دفع الضرر، بيانه: أنه لا يُؤمن حدوث عيب خفي في هذه الأنواع عند المشتري، فيرده للجمعية التعاونية ويشتريه غيره فيقع عليه الضرر، والضرر في حليب الأطفال ومغذياتهم أكبر لضعف مناعة الأطفال، وكذلك اللحوم المحمّدة فإنها سريعة العطب إذا لم تحفظ في مكان مناسب. والحاصل أن المنع من رد هذه السلع هو رعاية للمصلحة العامة وتقديم لها على المصلحة الخاصة.

وللجمعية التعاونية العمل بهذا المنع مادام أن السلعة غير معيبة ومادام العقد خالياً من خيار الشرط.

قال ابن قدامة - رحمه الله - : «لا خلاف في أن البيع يلزم بعد التفرق ما لم يكن سبب يقتضي جوازه، وقد دل عليه... قوله ﷺ : "البيعان بالخيار حتى يتفرقا"^(٢)؛ جعل التفرق غايةً للخيار، وما بعد الغاية يجب أن يكون مخالفاً لما قبلها، إلا أن يجد بالسلعة عيباً فيردها به أو

(١) الموسوعة الفقهية الكويتية (٢٠/١٣٠).

(٢) رواه البخاري (٣/٥٨)، كتاب البيوع، باب إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا، برقم (٢٠٧٩)، ومسلم (٣/٩٤٢)،

كتاب البيوع، باب الصدق في البيع والبيان، برقم (١٥٣٢)، من حديث حكيم بن حزام رضي الله عنه.

يكون قد شرط الخيار لنفسه مدة معلومة فيملك الرد أيضاً^(١).

أما القسم الثالث:

وهو رد البضاعة لرغبة عنها لا لعيب فيها، وتقدم أن الجمعية التعاونية في هذا القسم ترد السلعة وتبديلها بغيرها أو تقيدها لثمنها لحساب المشتري، ففي تكييفه اتجاهان:

الاتجاه الأول:

أن هذه المعاملة إقالة، وإذا كانت كذلك فتصحیح هذه المعاملة أو إبطالها ينبني على حقيقة الإقالة عند الفقهاء.

وللفقهاء في حقيقة الإقالة ثلاثة أقوال:

القول الأول: أنها فسخ في حق العاقدين بيع في حق غيرهما، إلا أن يتعذر الفسخ فتبطل، وهو قول أبي حنيفة^(٢).

القول الثاني: أنها بيع في حق العاقدين وغيرهما، إلا إذا تعذر جعلها بيعاً فإنها تكون فسخاً^(٣)، وهو مذهب المالكية وأحمد في رواية^(٤).

القول الثالث: أنها فسخ ينحل به العقد في حق العاقدين وغيرهما، وهو مذهب الشافعية والحنابلة^(٥).

الأدلة:

دليل القول الأول:

١ - أن الإقالة تنبئ عن الفسخ والإزالة، فلا تحتل معنى آخر نفيًا للاشتراك، والأصل العمل بحقيقة اللفظ^(٦).

(١) المغني (٦/٣٠).

(٢) انظر: المرغيناني: الهداية (٢/١٥١)، الغنيمي: اللباب (٣/٨١).

(٣) وهو في ثلاث مسائل: الطعام والشفعة والمراجعة. انظر: محمد عليش: منح الجليل (٥/٢٥٤).

(٤) انظر: الحطاب: مواهب الجليل (٥/٣٠٧)، الدردير: الشرح الكبير (٤/٢٥٢)، ابن قدامة: المغني (٦/١٩٩).

(٥) انظر: العمراني: البيان (٥/٣٨٢)، الغزالي: الوسيط (٣/١٤٠)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافعي (١١/٥٢٠). البهوتي: كشف القناع (٧/٥٠٦).

(٦) انظر: ابن الهمام: فتح القدير (٥/٢٤٨).

٢- وجعلت بيعاً في حق غير العاقدين لأن الإقالة نقل ملك بإيجاب وقبول بعوض مالي، وهو سبب وجوب الشفعة، وهما - يعني الأول والثاني - عبرا عنه بالإقالة لإسقاط حقه - يعني الثالث -، ولا يملكان ذلك، وكذا لو وهبه شيئاً وقبضه فباعه الموهوب له ثم تقايلا، ليس للواهب الرجوع ويصير الموهوب له كالمشتري، إذ لا يملك العاقدان إسقاط حق غيرهما^(١).

نوقش: من وجهين:

الأول: ما كان فسخاً في حق المتعاقدين كان فسخاً في حق غيرهما، كالرد بالعيب والفسخ بالخيار^(٢).

الثاني: أن حقيقة الفسخ لا تختلف بالنسبة إلى شخص دون شخص، والأصل اعتبار الحقائق^(٣).

دليل القول الثاني:

١- أن معنى البيع هو مبادلة المال بالمال وهو أخذ بدل وإعطاء بدل، وقد وجد، فكانت الإقالة بيعاً لوجود معنى البيع فيها، والعبرة في العقود للمعاني لا للألفاظ والمباني^(٤).

٢- لأن المبيع عاد إلى البائع على الجهة التي خرج منه، فلما كان الأول بيعاً كذلك الثاني^(٥).

دليل القول الثالث:

١- أن الإقالة في السلم تجوز إجماعاً وبيع السلم لا يجوز قبل قبضه، فدل على أن الإقالة فسخ لا بيع^(٦).

(١) انظر: الموصلي: الاختيار (١٢/٢)، ابن الهمام: فتح القدير (٢٤٨/٥).

(٢) انظر: ابن قدامة: المغني (٢٠٠/٦).

(٣) انظر: ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (٥٢٢/١١).

(٤) انظر: شمس الدين الزركشي: شرح مختصر الخرقى (٥٥١/٣).

(٥) انظر: ابن قدامة: المغني (١٩٩/٦).

(٦) انظر: الغزالي: الوسيط (١٤٠/٣)، ابن قدامة: الكافي (١٤٣/٣).

٢- أن الإقالة في اللغة عبارة عن الرفع، يقال في الدعاء: اللهم أقلني عشرا، أي: ارفعها، والأصل أن معنى التصرف شرعاً ما ينبئ عنه اللفظ لغة، ورفع العقد فسخه^(١).

٣- أن البيع والإقالة اختلفا اسماً فتخالفا حكماً، فإذا كانت رفعاً لا تكون بيعاً، لأن البيع إثبات والرفع نفي وبينهما تناف، فكانت الإقالة على هذا التقدير فسخاً محضاً^(٢).

نوقش: أن المبيع عاد إلى البائع بلفظ لا ينعقد به البيع فكان فسخاً، كالرد بالعيب^(٣).

بقي تفصيل مهم في القول الثاني وعليه يبني من يرى تكيف هذه المعاملة على أنها إقالة، وهو أنه إذا قلنا بأن الإقالة بيع فهل تصح بزيادة على الثمن أو نقص منه أو بغير جنس الثمن؟، فيه قولان:

القول الأول: يصح، وهو قول المالكية ووجه في مذهب الحنابلة^(٤)، لأن ذلك بيع فلم يشترط فيه المثل كسائر البياعات.

القول الثاني: لا يصح، وهو وجه عند الحنابلة، لأن الإقالة خصت بمثل الثمن كالتولية، كما اختصت المراجعة بالربح^(٥).

يترتب على هذا عدم صحة هذه المعاملة إلا عند المالكية وبعض الحنابلة.

الاتجاه الثاني في التكيف:

أن هذه المعاملة بيع مستأنف، وذلك أن من صور البيع بالاتفاق بيع العين بالعين، وهي المقايضة^(٦).

(١) انظر: الغزالي: الوسيط (٣/١٤٠)، ابن أبي عمر المقدسي: الشافي (١١/٥٢١).

(٢) انظر: شمس الدين الزركشي: شرح مختصر الخرقى (٣/٥٥٠-٥٥١).

(٣) انظر: ابن منجي: الممتع (٢/٤٨٠).

(٤) انظر: الدردير: الشرح الصغير (٣/٢٠٩)، محمد عليش: منح الجليل (٥/٢٥٤)، ابن رجب: تقرير القواعد (٣/٣١١-٣١٠)، المرادوي: الإنصاف (١١/٥٢٢).

(٥) انظر: ابن قدامة: المغني (٦/٢٠٠)، المرادوي: الإنصاف (١١/٥٢٢).

(٦) انظر: داماد أفندي: مجمع الأنهر (٢/٢)، الرصاع: الهداية الكافية الشافية (١/٣٢٦)، الرملي: نهاية المحتاج (٣/٣).

ويترتب على هذا التكييف جواز الرد المعمول به في الجمعيات التعاونية لوجود المقتضي وانتفاء المانع.

أما المقتضي:

فهو تحصيل مصلحة المشتري باستبداله البضاعة المرغوب عنها بالبضاعة المرغوب فيها، وتحصيل مصلحة الجمعية التعاونية في كسبها الزبائن لأجل سماحها برد السلع المرغوب عنها وفي عدم الإضرار بنظامها المحاسبي.

أما انتفاء المانع:

فهو خلو هذه المعاملة من أسباب فساد البيع، التي هي: تحريم عين المبيع، والربا، والغرر، والشروط التي تؤول إلى أحد هذين أو مجموعهما^(١).

وهذا التكييف الثاني أقرب، ومما يُستأنس به في هذا التكييف ما جاء في مسائل إسحاق ابن منصور^(٢) للإمام أحمد - رحمهما الله - : «قلت: رجل اشترى سلعةً من رجل فقدم فيها، قال: أقلني ولك كذا وكذا؟»

قال أحمد: أكرهه؛ أن يكون يُرْجَع إليه سلعتهُ ومعها فضل، إلا أن تكون تغيرت السوق، أو تشارك البيع فباعه بيعاً مستأنفاً فلا بأس به، ولكن إن جاء إلى نفس البيع فقال: أقلني فيها ولك كذا وكذا: فهذا مكروه»^(٣).

فالإمام أحمد - رحمه الله - أرشد إلى استئناف البيع في صورة لا تتوافق مع ضوابط الإقالة، وهذا يشبه ما نحن فيه، والله أعلم.

المطلب الثالث: تطبيق رد السلعة الترغيبية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

والرد الترغيبية في الجمعيات التعاونية هو النوع الثاني الذي سبقت الإشارة إليه، أعني: رد السلعة وتبديلها بغيرها أو تقييد ثمنها لحساب المشتري، أي: ليس له أن يأخذ ثمنها، بل يخير

البهوتي: دقائق أولي النهى (٣/١٢١).

(١) انظر: ابن رشد: بداية المجتهد (٣/٢٣٧).

(٢) أبو يعقوب إسحاق بن منصور بن بمرام الكوسج المروزي، كان ثقةً فقيهاً، له المسائل عن أحمد بن حنبل وإسحاق بن راهويه، توفي سنة (٢٥١). انظر: ابن أبي يعلى: طبقات الحنابلة (١/٣٠٣)، المزني: تهذيب الكمال (٢/٤٧٤).

(٣) مسائل إسحاق بن منصور (٦/٢٩٤٦-٢٩٤٧)، رقم المسألة (٢١٧٢).

بين أن يأخذ بثمن السلعة المردودة ما شاء من السلع المعروضة في سوق الجمعية التعاونية، وبين أن يُقيد البائع ثمنها لحساب المشتري ويعطيه سنداً يبين فيه أن للمشتري مبلغاً مالياً محددًا، له أن يستفيد منه في شراء ما شاء من السلع متى شاء.

ويُستثنى من هذا الرد الترغبي ما ورد في التعميم الإداري الصادر من وزارة التجارة والصناعة في الكويت في ١١/١٠/٢٠١١م، ونصه: «يُرجى العلم بأنه لا يتم استبدال حليب الأطفال والمغذيات بعد شرائها من الأماكن المخصصة وأفرع التموين، وكذلك الدواجن واللحوم المجمدة»^(١).

والسبب من اتباع هذه السياسة في الجمعيات التعاونية في الكويت هو صعوبة إجراءات استرجاع الثمن نقداً؛ لأنه بشراء السلعة يكون الثمن قد دخل في دورة محاسبية دقيقة، وإذا فتح باب استرجاع الثمن عسر ضبط ذلك على إدارة الجمعية.

المطلب الرابع: المعايير الشرعية لرد السلعة الترغبي:

أختم هذا المبحث بثلاثة معايير:

- ١- لا يجوز للجمعية التعاونية منع المشتري من استرداد ثمن المبيع إذا ظهر أنه معيب.
- ٢- يجوز للجمعية التعاونية عدم قبول إقالة ما شاءت من الأصناف غير المعيبة بناء على ما تقدره من المصلحة.
- ٣- يجوز للجمعية التعاونية أن ترد المبيع الذي رغب المشتري عنه بلا عيب فيه وتستبدله بغيره.

(١) صورة التعميم في الملحق آخر هذا البحث (ص ٢٠١).

الخاتمة

أحمد الله ﷻ على عظيم مننه وحزيل قِسَمه، أحمده سبحانه على تيسيره وتوفيقه في كتابة هذا البحث وتمامه، وأختتم البحث بجملة من النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج:

- ١- يجوز في عقد التسويق المباشر الاكتفاء برؤية أنموذج من المبيع إذا كان يدل على باقي السلعة محل العقد.
- ٢- يجوز في عقد التسويق المباشر تأجيل الثمن بشرط أن يكون الأجل معلوماً.
- ٣- لا يجوز في عقد التسويق المباشر تأجيل الثمن والمثمن معاً.
- ٤- التكييف الأقرب لعقد الشراء برسم البيع أنه سمسة بأجرة.
- ٥- يقترح الباحث أن تغير الجمعيات التعاونية الاستهلاكية سياستها في مجال الشراء برسم البيع من كونه عقد بيع إلى كونه عقد سمسة بأجرة، على أن تتقاضى الجمعية التعاونية الاستهلاكية أجرة نسبية معلومة من ثمن المبيعات مقابل أن تبيع الجمعية التعاونية للتاجر بضاعة معينة معلومة الثمن.
- ٦- تضبط العلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية في عقد التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي بالضوابط التالية:
 - أ- يُشترط تحديد أجرة ثابتة غير متغيرة في مقابل انتفاع التاجر بجزء من أرض الجمعية ليسوق بضاعته فيه عن طريق أجهزة البيع الآلي.
 - ب- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع الإجارة عليها والعلم بالنشاط التجاري الذي سيقوم به.
 - ت- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سيباعها التاجر من المحرمات.
 - ث- يُشترط أن تحدد المدة التي سيضع التاجر خلالها جهاز البيع الآلي في الجمعية التعاونية.
- ٧- بيع التاجر للمستهلك الأخير عن طريق أجهزة البيع الآلي بيعٌ صحيحٌ منعقدٌ، وهو إحدى صور بيع المعاطاة المعاصرة.
- ٨- تضبط العلاقة بين التاجر والجمعية التعاونية الاستهلاكية في عقد التسويق الهجومي بالضوابط التالية:

- أ- يُشترط أن تكون الأجره التي تحصل عليها الجمعية التعاونية من مقابل وجود العارض المسوّق تسويقاً هجوميّاً = معلومة.
- ب- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع الاجارة عليها والعلم بالنشاط التجاري الذي سيقوم به.
- ت- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سيروج لها العارض ويسوّقها تسويقاً هجوميّاً من الحرمات.
- ث- يُشترط أن تحدد المدة التي سيسوّق فيها العارض سلعته داخل سوق الجمعية التعاونية.
- ج- يجب على الجمعية التعاونية الاستهلاكية أن تشتري على العارض الالتزام بما سيأتي في معيار علاقة العارض بالمستهلك الأخير.
- ٩- تضبط العلاقة بين العارض (ممارس التسويق الهجومي) بالمستهلك الأخير بالضوابط التالية:
- أ- يجوز للعارض الثناء على سلعته وذكر ما يُرغّب في شرائها بشرط ألا يقول إلا حقّاً.
- ب- يحرم على العارض الثناء الكاذب على سلعته أو أن يُرغّب فيها بما يتضمن غش المشتري أو التدليس عليه.
- ت- لا يجوز للعارض أن يسوق الحرمات تسويقاً هجوميّاً.
- ١٠- لا يجوز ترويج السلع والترغيب في شرائها عن طريق مسابقات السحب.
- ١١- تجوز إقامة المهرجانات التخفيضية بشرط عدم قصد الإضرار بالمستهلكين وعدم التفرير بالمستهلكين، إضافة إلى الالتزام بالضوابط النظامية.
- ١٢- يجوز للجمعية التعاونية إصدار بطاقة العائلة التي تميز حاملها بمزيد من التخفيضات والخدمات بشرط أن يكون إصدارها مجاناً بلا مقابل.
- ١٣- لا يجوز للجمعية التعاونية أن تباع بطاقات العائلة على المساهمين لما فيه من الغرر والمقامرة.
- ١٤- تضبط العلاقة بين الجمعية التعاونية والشركة الإعلانية بالضوابط التالية:

أ- يجوز إجازة مواقع في الجمعية التعاونية الاستهلاكية لشركة إعلانية، وللشركة الإعلانية إعادة تأجير هذه المواقع سواء كان يمثل الأجرة الأولى أو أكثر.

ب- يجوز للجمعية التعاونية الحصول على نسبة معلومة من ثمن كل إعلان تكون وسيطاً فيه بين التاجر والشركة الإعلانية.

ت- يجوز أن تكون الأجره التي تتقاضاها الجمعية أو بعضها منفعةً، سواء اتحد الجنس أو اختلف.

١٥- تضبط العلاقة بين الجمعية التعاونية والتاجر الراغب في الإعلان بالضوابط التالية:

أ- يُشترط تحديد أجره ثابتة غير متغيرة في مقابل انتفاع التاجر بجزء من أرض الجمعية أو حائطاً فيها أو شاشة ونحوها ليضع فيه إعلانه.

ب- يُشترط عند العقد المبرم بين الجمعية التعاونية والتاجر تعيين الأرض التي ستقع الاجارة عليها والعلم بالإعلان التجاري الذي سيقوم به.

ت- يُشترط ألا تكون البضاعة التي سبيعها التاجر من المحرمات.

ث- يُشترط أن تكون مدة الإعلان معلومة.

ج- لا يجوز للجمعية التعاونية أن تعقد عقد إعلان مع تاجر لا يلتزم في علاقته بالمستهلك الأخير بالمعايير الآتية في علاقة الجمعية التعاونية بالمستهلك الأخير.

١٦- تضبط إعلانات الجمعية التعاونية الموجهة للمستهلك الأخير بالضوابط التالية:

أ- يجوز للجمعية الثناء على سلعتها وذكر ما يُرغَّب في شرائها بشرط ألا تقول إلا حقاً.

ب- يحرم على الجمعية الثناء الكاذب على سلعتها أو أن تُرغَّب فيها بما يتضمن غش المشتري أو التدليس عليه.

١٧- يُضبط التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية بالضوابط التالية:

أ- لا يجوز تقديم الخدمات الدينية التي هي عبادات محضة بقصد الترويج

وجذب المساهمين والمستهلكين.

ب- تقديم الخدمات من غير العبادات المحضة بقصد الترويج فقط أو لله ﷻ

وبقصد الترويج يجعلها لا ثواب فيها.

ت- تقديم الخدمات محبةً جبلياً فيها لا يذم صاحبها ولا يعاقب، بل قد يثاب.

ث- تقديم الخدمات ابتغاء وجه الله ﷻ هي الحال الكملى، ولا يضر إن حصل الترويج على وجه التبع.

١٨- يُضبط رد السلعة الترغيبى بالضوابط التالية:

أ- لا يجوز للجمعية التعاونية منع المشتري من استرداد ثمن المبيع إذا ظهر أنه معيب.

ب- يجوز للجمعية التعاونية عدم قبول إقالة ما شاءت من الأصناف غير المعيبة بناء على ما تقدره من المصلحة.

ت- يجوز للجمعية التعاونية أن ترد المبيع الذي رغب المشتري عنه بلا عيب فيه وتستبدله بغيره.

ثانياً: التوصيات:

١- إنشاء لجنة شرعية لمراقبة معاملات الجمعيات التعاونية وتقديم الرؤية الشرعية لما يستجد من مسائل الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

٢- دراسة الجوانب الأخرى المتعلقة بالجمعيات التعاونية الاستهلاكية، ومنها:

أ- المساهمة في الجمعية التعاونية الاستهلاكية ونظام توزيع الأرباح والخسائر فيها.

ب- زكاة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.

ت- وضع الجمعية التعاونية الاستهلاكية أموالها ودائع استثمارية، سواء في المصارف الإسلامية أو التقليدية.

هذا ما يسر الله ﷻ جمعه، والحمد لله أولاً وأخيراً، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى

آله وصحبه أجمعين.

الملحقات:
صور الوثائق المعتمدة في هذه
الدراسة.

CO-OP. SOCIETY

PO BOX 30000
TEL: 0987654321
FAX: 987654321
KURSCHEMEL
SUPERMARKET



جمعية التعاونية

رقم الصئوح : 28/202/2012
رقم السنة :

اسم العميل
VOUCHER NAME

اسم الصئوح :
رقم الصئوح :
رقم العميل :

رقم العميل :
رقم الصئوح :
رقم السنة :

الاجمالي القديم	مبلغ القسيمة	الخصم	الشبه	القيمة	البيان	رقم الصئوح	رقم العميل	القيمة	الاجمالي الجديد
28.080	0	0	220	0,250	العميل قدّم قسيمة 2 فقط	00100789	0	0,320	17,800
28.720	0	0	240	0,250	العميل قدّم قسيمة 2 فقط	00100781	2	0,375	27,400
37.000	0	0	200	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100782	3	0,575	18,750
9.020	0	0	60	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100783	4	0,315	7,725
14.225	0	0	160	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100779	5	0,220	18,000
15.040	0	0	150	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100780	6	0,315	16,800
24.284	0	0	250	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100785	7	0,315	26,500
27.182	0	0	280	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100784	8	0,310	27,350
27.080	0	0	300	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100773	9	0,580	21,900
27.335	0	0	160	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100772	10	0,580	24,450
21.080	0	0	180	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100772	11	0,870	24,300
28.243	0	0	160	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100775	12	0,720	28,040
29.080	0	0	160	0,250	قسيمة العميل مع قسيمة العميل	00100824	13	0,160	18,400
المجموع					عدد القسيمة : 90 عدد العميل : 100 مبلغ العميل : 1000 القيمة : 1000				311.655

رقم العميل :
رقم الصئوح :
رقم السنة :
رقم العميل :
رقم الصئوح :
رقم السنة :

عقد اتفاق

انه في يوم الأربعاء الموافق 2006/08/09 قد تم الاتفاق بين كل من:

الطرف الأول: جمعية ضاحية للتعاونية
ويتمثلها السيد/ [مكتوم] الكوييت، ضاحية [مكتوم] تلفون [مكتوم] فاكس [مكتوم] ص.ب. [مكتوم] الرمز البريدي [مكتوم]

الطرف الثاني: شركة [مكتوم] للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م.
ويتمثلها السيد/ [مكتوم] الكوييت، شارع [مكتوم]، بناية [مكتوم] تلفون [مكتوم] فاكس [مكتوم] ص.ب. [مكتوم] الرمز البريدي [مكتوم] الصفاة

تمهيد:

لما كان الطرف الثاني شركة [مكتوم] للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م. صاحبة امتياز ومالكة شبكة [مكتوم] الإعلانية ترغب بضم للموقع المركزي رقم 3 الخاص بالطرف الأول جمعية ضاحية للتعاونية إلى موقع شبكة [مكتوم] الإعلانية المنتشرة في العديد من المواقع في دولة الكويت، ولما كان للطرف الأول لديه الرغبة بتأجير ذلك الموقع فقد التقت رغبة الطرفين وأُقرّ باهليتهما للتعاقد والتصرف والالتزام القانوني والتفقا على ما يلي:

البند الأول، الغرض من العقد:

قيام الطرف الأول بتأجير للطرف الثاني عدد 4 مواقع متفرقة داخل السوق المركزي رقم 3 الخاص بالطرف الأول وللكتان في منطقة ضاحية [مكتوم] الكويت، وذلك وفقاً للشروط للموضوعة والإجرائية المنصوص عليها في هذا العقد وملاحقه، ويخبر العرض المقدم من الطرف الثاني جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد ومكملاً له في بنوده.

البند الثاني، مدة العقد:

مدة هذا العقد سنة اعتباراً من تاريخ 2006/10/01 يحدد تلقائياً ما لم يخطر أحد الطرفين خطياً الطرف الآخر برغبته في عدم التجديد قبل انتهاء مدة العقد الأصلية ~~تطرح~~ تستمر على الأصل بخطاب مسجل يعلم الوصول.

البند الثالث، المواصفات الفنية:

1. يحق للطرف الثاني استغلال المواقع المستأجرة من الطرف الأول والمحددة داخل السوق المركزي رقم 3 بوضع شاشات تلفزيونية قياس (29-63) بوصة مع سماعات صوت متفرقة داخل السوق وأمام كل شاشة.
2. يتم تجهيز المواقع على حساب الطرف الثاني ولا يتحمل الطرف الأول أي تكلفة تخصص تركيب للنظام الخاص بالطرف الثاني.
3. يتعهد الطرف الأول بتوفير التيار الكهربائي للمواقع المستأجرة من قبل الطرف الثاني طيلة فترة التعاقد.
4. يتعهد الطرف الثاني بالمحافظة على الشكل العام من الناحية الجمالية للمواقع المستأجرة.
5. يتعهد الطرف الأول بعدم السماح لموظفيه بالعبث بالأجهزة الخاصة بالطرف الثاني.
6. يتعهد الطرف الأول بالسماح لموظفي الطرف الثاني بمتابعة وصيانة واستبدال وتحديث الأجهزة الخاصة بالطرف الثاني والقيام بإجراء أي تعديلات يحددها ويرأها الطرف الثاني وحده.
7. يتعهد الطرف الأول بالسماح للطرف الثاني بنقل أي من شاشاته من موقع إلى آخر داخل السوق المركزي الخاص بالطرف الأول خلال فترة التعاقد.
8. يتعهد الطرف الأول بعدم وضع أي مواد من شأنها أن تحجب رؤية الشاشات الخاصة بالطرف الثاني عن مرئادي السوق المركزي.



Tel: +96522446600
Fax: +96522446602
www.004-0007
P.O.Box: 66446
Mubarak Al-Kabeer
Mub@0046600



هذا اتفاق بين جمعية ضاحية للتعاونية (طرف أول) وشركة [مكتوم] للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م. (طرف ثاني) رقم 2 من



البند الرابع، استغلال المواقع المستأجرة:

1. يحق للطرف الثاني فقط استغلال المواقع المستأجرة بوضع شاشات إعلانية فيها وبيع إعلانات تجارية عليها بموجب عقد لها للطرف الثاني ولا يحق للطرف الأول للمطالبة بشيء من هذا العائد.
2. يتعهد الطرف الثاني بنشر إعلانات تجارية خاضعة للقوانين ووزارة التجارة والصناعة ووزارة الإعلام ولا تخدش الحياء العام.
3. يتعهد الطرف الأول بالسماح للطرف الثاني بتشغيل جميع الأجهزة (موضوع العقد) طيلة فترة دولم السوق المركزي.
4. تخير جميع الأجهزة والمعدات التي يتم تركيبها في المواقع المستأجرة ملكه للطرف الثاني وفي حال انتهاء التعاقد لأي سبب من الأسباب لا يحق للطرف الأول منع الطرف الثاني من استرداد جميع الأجهزة الخاصة به.

البند الخامس، قيمة العقد:

1. يحصل الطرف الأول من الطرف الثاني على قيمة إيجارية سنوية وقدرها (1150 دك) فقط (ألف ومائة وخمسون دينار كويتي لا غير) لقاء تأجير 4 مواقع داخل السوق المركزي رقم 3 والموضحة في البند الأول من العقد.
2. تدفع القيمة الإيجارية السنوية مقدماً.
3. يحصل الطرف الأول على نسبة 50% "خمسين بالمائة" من قيمة كل إعلان يتم بواسطته فقط بيت داخل موقعه حصراً.
4. يحصل الطرف الأول على نسبة 10% "عشرة بالمائة" من قيمة كل إعلان يتم بواسطته بيت على كافة مواقع الشبكة.
5. يحصل للطرف الأول على فترة بث إعلان قدرها 15 ثانية مجاناً على أن تبث داخل موقعه فقط، بحيث يكون مضمون الإعلان المستخدم في فترة البث هذه لا يخص أي طرف سوى الطرف الأول.

البند السادس، أحكام عامة:

1. يجوز لكل الطرفين الرجوع على الطرف الآخر، في حال الإخلال بالالتزامات المنصوص عليها في هذا العقد وذلك بأي من الدعوتين، دعوى المسؤولية التعاقدية أو دعوى المسؤولية التقصيرية (عن العمل غير المشروع) أو كلاهما حسب المقتضى.
2. يتعهد الطرف الأول بعدم السماح لشركات منافسة باستغلال المواقع المتواجدة فيها أجهزة الطرف الثاني لأعمال الدعاية والإعلان بما يتعارض مع مصالح الطرف الثاني.
3. يسمح الطرف الأول للطرف الثاني باستخدام اسمه وعلامته للتجارية في حملات الطرف الثاني التسويقية سواء منها المعرفية والمسموعة والمطبوعة وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وغيرها، ويسمح الطرف الأول كذلك للطرف الثاني بالتعليم بتصوير ميناء من الخارج وشاشات الطرف الثاني من الداخل لاستخدامها لذات الغرض.
4. لا يجوز تعديل بنود هذا العقد وملاحقه بالإضافة أو الحذف إلا بشكل خطي ومن لهم صفة تخويلهم ذلك من قبل أطرافه.
5. تعد الملاحق التي يتم الاتفاق بين أطراف هذا العقد على إضافتها له جزءاً لا يتجزأ منه، وذلك فيما لا يتعارض مع أحكامه.
6. يخضع هذا العقد في تغييره وتاملاته لتتقرب على تنفيذ اختصاص المحاكم والقوانين الكويتية المختصة.

أبرم هذا العقد من نسختين أصليتين، بيد كل طرف من أطرافه نسخة للعمل بموجبها.

الطرف الأول:	جمعية ضاحية	التعاملية الطرف الثاني:	شركة للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م.
السيد:		السيد:	
الوظيفة:	رئيس مجلس الإدارة	الوظيفة:	المدير العام
التوقيع:		التوقيع:	

شبكة الإعلانات الإعلانية
Network



Tel: 59888888
Fax: 59888888
www.88888888.com
P.O. Box: 888888
88888888@88888888.com
info@88888888.com

عقد اتفاق بين جمعية ضاحية (طرف أول) وشبكة الإعلانات الإعلانية (طرف ثاني) رقم 2 من 2

قرار وزاري رقم (٢١٥) لسنة ٢٠٠٠
بشأن تعديل بعض أحكام القرار الوزاري
رقم (١٩٥) لسنة ٢٠٠٠

وزير الشؤون الاجتماعية والعمل

- بعد الإطلاع على المرسوم بقانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية،
- وعلى المرسوم الصادر في ١٩٧٩/١/٧ في شأن اختصصات وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل،
- وعلى القرار الوزاري رقم (١٥٠) لسنة ٢٠٠٠ بإصدار اللائحة التنفيذية للمرسوم بقانون رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٩ في شأن الجمعيات التعاونية،
- وعلى القرار الوزاري رقم (١٩٥) لسنة ٢٠٠٠ بشأن تنظيم العمل للتعاوني،
- وعلى مذكرة قطاع التنمية الاجتماعية والتعاون المؤرخة ٢٠٠٠/١١/١٨،
- وبناء على ما تقتضيه المصلحة العامة،
- وبعد عرض وكيل الوزارة.

قـــــــــــــــــرر

مادة (١) : يستبدل بالمادتين ٤٢، ٤٣ من القرار الوزاري (١٩٥) لسنة ٢٠٠٠ م
والمواد ٤٢، ٤٣ مكرر ١، ٤٣ مكرر ب، والمادة ٥٢ وذلك على
النحو التالي:-

مادة (٤٢)

يسمح للجمعيات التعاونية بإقامة مهرجانات تسويقية وذلك وفق الضوابط
الآتية:-

- أ - أخذ موافقة الوزارة المسبقة وموافقتها بالإطراف العام للمهرجان،
- ب - يكون فترة للمهرجانات موحدا في جميع الجمعيات على أن تتم في شهر
أبريل ومايو،
- ج - ألا تزيد فترة المهرجان عن شهر،
- د - أن يقتصر الإعلان عن هذه المهرجانات لدخل منطقة عمل الجمعية،
- هـ - عدم إلزام الشركات والمؤسسات بالمساهمة المالية مقابل الإشتراك في
المهرجان،
- و - موافقة الوزارة بقرار عن كل مهرجان تسويقي يتم تنظيمه يتضمن
تقييم للأداء والنتائج والأهداف المحققة.

مادة (٤٢) مكرر أ

- يسمح للشركات والمنظمات التجارية بإقامة عروض ترويجية على منتجاتها بالجمعيات التعاونية وذلك وفق الضوابط التالية:-
- أ- أخذ موافقة الوزارة المسبقة على العرض ومحتة.
 - ب- أن يشمل العرض جميع الجمعيات التعاونية التي يتم التعامل معها.
 - ج- أن يتضمن العرض تخفيض أسعار السلع أو إعطاء بضاعة مجانية عليها.
 - د- ألا يتضمن العرض أي منحويات على جوائز.

مادة (٤٢) مكرر ب

- يسمح للجمعيات التعاونية بإقامة العروض الترويجية لمنتجات بعض الدول وذلك وفق الضوابط التالية:-
- أ- أخذ موافقة الوزارة المسبقة على العرض ومحتة.
 - ب- أن يتضمن العرض تخفيض أسعار السلع وإعطاء بضاعة مجانية عليها.
 - ج- ألا يتضمن العرض أي منحويات على جوائز.
 - د- ألا يخرج العرض على الإطار العام للمبادئ للتعاونية.

مادة (٥٢)

- يلتزم موظفو الوزارة المكلفون بالتفتيش على الجمعيات التعاونية إخطارها على نموذج تحده الوزارة بما قد يصدر منها من قرارات مخالفة لأحكام القانون أو القرارات الصادرة تنفيذاً له أو النظام الأساسي للجمعية أو لمبادئ التعاون، ويحدد في الإخطار المخالفة المنسوبة للجمعية والمدة اللازمة لتلافي المخالفة وأية بطلات تراها الوزارة، وفي حالة عدم تلافي المخالفة خلال المدة المحددة يجوز للوزارة اتخاذ التدابير والإجراءات المنصوص عليها في القانون وذلك كله مع عدم الإخلال بالعقوبات المنصوص عليها فيه.
- مادة (٢) : يلغى البند الخاص بالمصديقات الواردة بالمادة (٢٠) المبينة للنشاط التي تديرها الجمعية إنارة مباشرة والممنوعون عليها في القرار الوزاري رقم (١٩٥) لسنة ٢٠٠٠ ليمسح للجمعية بطرح أسعار الصيدليات لامتثالها عن طريق الغير وفق الضوابط المنصوص عليها في المواد من (٢١) وما بعدها من القرار المذكور.
- مادة (٣) : ينشر القرار في الجريدة الرسمية ويصل به من ترويج صنوره وعلى جهات الاختصاص تنفيذ ما جاء فيه.

عبد الوهاب محمد الوزير

وزير التجارة والصناعة
وزير الشؤون الاجتماعية والعمل

• صدر بتاريخ ١٠/١٢/٢٠٠٠ م

٧٤



وزارة الشؤون الداخلية
مكتب الوزير

التاريخ :

- مادة (٣٥) :- تلتزم الجمعية بتطبيق النظام المحاسبي الموحد والمعتمد من قبل الوزارة .
مادة (٣٦) :- تلتزم الجمعية عند احتساب الأرباح على رأس المال مراعاة الأتي :-

- ١- يتم احتساب أرباح أسهم العضو اعتباراً من الشهر التالي لتاريخ دفع قيمة الأسهم وتحتفظ من الأرباح نسبة ١٠٪ من الأرباح المحتسبة على قيمة الأسهم .
٢- يحتمل حساب توزيع الأرباح بقيمة الأرباح الحقيقية المستحقة على قيمة الأسهم وليس بإحتسابها على رصيد رأس المال في نهاية السنة المالية لتفادي وجود لرصدة بعد توزيع الأرباح على المساهمين .

- مادة (٣٧) :- تلتزم الجمعية بإجراء قراءة لمشتريات الأعضاء مرة على الأقل كل ثلاثة أشهر وإخطار الوزارة بأي قراءات ثلاثة لمعرفة أسبابها ومعالجتها .
مادة (٣٨) :- على الجمعية التمسك بنياحة شراعية سليمة بالنسبة لشراء السلع بطنية الحركة والمقاومة للتلف السريع أو انتهاء الصلاحية وتجنب شراء كميات كبيرة منها ومراعاة معدل الاستهلاك الشهري لكل صنف .
مادة (٣٩) :- على الجمعية في جميع الأحوال التصرف في البضاعة التالفة وعدم تحميلها في ميزانية السنة التالية .
مادة (٤٠) :- تحمي المنتجات الوطنية من جميع الاضطرابات والقيود التي تضعها الجمعية على المنتجات الأخرى .
مادة (٤١) :- على الجمعية العمل على إزالة كلالة المعوقات أمام توزيع وترويج المنتجات الوطنية وتخصيص أماكن مناسبة لعرضها والإعلان عنها بطريقة واضحة .
مادة (٤٢) :- يحظر على الجمعية إقامة مهرجانات تسويقية وإجراء سحبيات عليها أو تقديم جوائز عينية أو نقدية .

ماديسا :- الجمعية العمومية

- مادة (٤٣) :- الدعوة للاجتماع .
يجب على مجلس الإدارة التنسيق مع الوزارة بشأن تحديد تاريخ الاجتماع للجمعية العمومية وموعد انعقادها ومكان انعقاد والحصول على موافقتها كتابية بذلك قبل دعوة الأعضاء بوقت كافي .

عقد استثمار

انه في يوم الموافق / 2011 م بين السيد تاريخ
تم الاتفاق والتراضي بين كل من:
1- السادة جمعية التعاونية:

ويمثلها قانوناً في هذا العقد السيد/ بصفته - رئيس مجلس
الإدارة ومحلته المختار قطعة () خلف ص.ب. /
رمز بريدي الكويت،
(طرف أول)

2- السيد/ بصفته المنير العام
ويحمل بطاقة مدنيه رقم () ومقرها مجمع
الدور السابع - مكتب رقم () ، تليفون
فاكس /

ويعد أن أقر الطرفان بأهليتهما القانونية للتصرف والتعاقد فقد اتفق على الآتي:

رغبة من الطرف الأول في توفير كافة الخدمات للسادة مساهمي جمعية
التعاونية ومقيمها ومن هذه الخدمات توفير خدمة بيع وتسويق بطاقات الدفع
المسبق وبطاقات إعادة التعبئة ، وحيث أن الطرف الثاني من الشركات المتخصصة
في هذا المجال ولديه الخبرة والدراية في بيع وتسويق بطاقات الاتصال وبطاقات
إعادة التعبئة لهواتف النقالة وكذلك بطاقات الإنترنت وذلك بالسوق المركزي وكافة
الأفرع الذي تم الإعلان عنها بالإعلان رقم (2011/36) والذي تم نشره بالجريدة
الرسمية بتاريخ 10 أكتوبر 2011 وحيث أن الطرف الثاني في هذا العقد هو الفائز
في هذا الاستثمار بناء على موافقة وزارة الشؤون الاجتماعية.

فقد تم الاتفاق والتراضي على ما يلي :-

البند الأول

التمهيد السابق جزأ لا يتجزأ من هذا العقد ومكملا له ومتمما لبندود





المراجع:

يلتزم الطرف الثاني ببيع جميع كروت إعادة التعبئة من جميع الفئات والأنواع لشركات الاتصال الموجودة حالياً داخل دولة الكويت وهي (زين - وطنية - فيفا) وتسديد الفواتير الخاصة بها وكذلك بيع كروت خدمات الإنترنت وفتح الخطوط لجميع شركات الاتصال سواء اتصال أو إنترنت وبيع خطوط جديدة وذلك في الجمعية الرئيسية بقطعة (٥) وجميع أفرعها الحالية وهي (٢-٤-٦-٨-١٠-١٢) عن طريق وضع كاونتر في السوق المركزي بمساحة (١,٥ م × ٢ م) على مدار (٢٤) ساعة ووضع مكائن بأفرع الجمعية.

المادة الثالثة

يلتزم الطرف الثاني بمتابعة جميع مشاكل العملاء والعمل على حلها، وذلك في حالة وقوعها بأسرع وقت ممكن إذا كانت عائدته للبطاقات نفسها.

المادة الرابعة

لا يحق للطرف الثاني أن يقدم خدمات ليست داخله ضمن اختصاصه المحددة بالعقد والمذكورة سلفاً.

المادة الخامسة

يلتزم الطرف الثاني بأن يؤدي للطرف الأول بدل استثمار شهري قدرة (٧٠٠ د.ك) فقط سبعمائة دينار كويتي لا غير تدفع مقدماً كل أول شهر ميلادي.

المادة السادسة

يحمل الطرف الثاني جميع المصاريف المترتبة على هذا الفرع من استهلاك الكهرباء.

المادة السابعة

يعتبر العقد مفسوخاً من تلقاء نفسه في حال تحقق إحدى الحالات :

- (١) الإخلال بأي بند من البنود هذا الاتفاق .
- (٢) الإساءة إلى سمعة الجمعية ويختص بتقدير هذه الإساءة مجلس الإدارة .
- (٣) إذا خالف التعليمات أو القوانين أو اللوائح التي تصدرها الجهات الرسمية وعلى إدارة الشؤون الاجتماعية والعمل ويكون مسئولاً عنها مسئولية كاملة .
- (٤) عن تنفيذ التعليمات التي يصدرها الطرف الأول استناداً للصلاحيات الممنوحة له بموجب هذا العقد .





شروع:

شروع:

البند الثاني عشر عشر
يقر الطرفان بان جميع المرسلات والإنذارات والإخطارات المتبادلة بين الطرفين إذا ما أرسلت للعنوان المدون في مقدمة هذا الاتفاق صحيحة وينتج الإخطار لو الإنذار كافة الأثر المترتبة عليه حتى ولو كان الذي استلم الإخطار أي من العاملين بالفرع المستثمر.

البند الرابع عشر عشر
يقر الطرف الثاني بأنه اطلع على جميع بنود العقد وتفهم جيدا ما تتضمنه عليه قبل التوقيع من جانبه ويتعهد بالالتزام بما جاء فيها.

البند الخامس عشر عشر
أبرم هذا العقد داخل دولة الكويت وتسرى عليه اللوائح والقوانين الكويتية وكل نزاع أو خلاف مهما كان نوعه قد ينشئ عن العقد تختص فيه بالفصل المحاكم الكويتية.

البند السادس عشر عشر
لا يعتبر هذا العقد ساري المفعول إلا بعد موافقة وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل عليه.

البند السابع عشر عشر
حرر هذا العقد من ثلاث نسخ بيد كل من أطرافه نسخة للعمل بموجبها وقت اللزوم وتودع النسخة الثالثة لدى وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل.

الطرف الثاني :-

الإسم :
التوقيع :
التاريخ :

الطرف الأول :-

الإسم :
التوقيع :
التاريخ :





وزارة التجارة والصناعة والجماعة
مكتب الوزير

ق ر ر -

مادة (1) تستبدل المادة (42) من القرار رقم 215 لسنة 2000 وذلك
على النحو التالي :

مادة (42)

يسمح للجمعيات التعاونية بإقامة مهرجانات تسويقية خلال أي وقت من
السنة وذلك وفق الضوابط التالية :

- أ- الحصول على موافقة وزارة التجارة والصناعة .
- ب- الإعلان بصورة واضحة عن السلع المشاركة في المهرجان .
- ج- أن يتضمن المهرجان تخفيضا لأسعار السلع المشاركة في
المهرجان مع ضرورة الإعلان عن السعر القديم والسعر الجديد بشكل
واضح وبارز .
- د- عدم إلزام الشركات والمؤسسات بالمساهمة المالية مقابل
الاشتراك في المهرجان .
- هـ- سداد مستحقات الشركات والتجار المشاركين خلال شهر من
بداية المهرجان أو مدة إقامة المهرجان أيهما أقل عن السلع
المشاركة في المهرجان ويتم تخفيض أسعارها .
- و- موافاة الوزارة بتقرير عن كل مهرجان تسويقي يتم تنظيمه
يتضمن تقييم للأداء والنتائج والأهداف المحققة .
- ن- ألا يخرج العرض عن الإطار العام للمبادئ التعاونية .

(2)

AL-FARSAH CO. LTD.



شركة الفارس المحدودة

KUWAIT: _____

YOUR REF _____
OUR REF _____

الكويت _____

التعاونية - المتزوير

السامة / جمعية ~~الفارس~~

تحتية طيبة وبعد ،،،،،

الموضوع: وجود عارضة

يرجي التكرم من سيادتكم بالموافقة على وجود عارضة بالسوق المركزي لغرض صيغة الشعر (برفكت موس) وذلك لمدة شهر 30 يوم إعتباراً من تاريخ / 10 / 2011 حتى / 11 / 2011 .

شاكروا لكم حسن تعاونكم معنا ،،،،،
وتفضلوا بقبول فائق الأتتـــرام ،،،،،



شركة الفارس المحدودة
مدير المبيعات / ~~محمد~~


دنيا روميا

2,882.876	0 - الأنشطة الترويحية والتعليمية
1,462.450	0 - الأنشطة الاجتماعية ورعاية المعاقين
6,640.665	0 - الأنشطة الفنية
3,498.340	0 - الأنشطة الإعلامية
5,811.755	01 - أنشطة مراقبي الدولة
3,120.000	01 - أنشطة الحدائق والنباتات الخارجية
43,866.305	07 - الأنشطة العلمية لاهلي منطقة الفرين
1,708.990	08 - الأنشطة الصحية
5,000.000	09 - مشاريع الإتحاد
651.100	10 - الأنشطة الرياضية
218.200	12- برنامج المساهمين

93,370.680 الإجمالي

جمعية ~~التعاونية~~ التعاونية



عقد إيجار مساحات عرض منتجات داخل الأسواق المركزية

إنه في يوم الخميس الموافق: 2009/12/31 م حرز بين كلاً من:-

طرف أول
طرف ثاني

أولاً : السادة/ جمعية ضاحية للتعاونية
ثانياً : السادة/ شركة المتعددة للتجارة العامة والمقاولات ذ.م.م
وبعد أن أقر الطرفان بأهليتهما للتصرف والتعاقد اتفق على إبرام هذا الاتفاق وفق التمهيد والبنود التالية:-

تمهيد

لما كان الطرف الثاني يرغب في عرض منتجاته داخل الأسواق المركزية التابعة للطرف الأول المقابل لذلك، فقد التقت إرادة الطرفين وذلك على الشروط التالية:-

بمسد أول: يعتبر التمهيد السابق والعروض المقدمة من الطرف الثاني جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد ومكملاً له.

بمسد ثان: بموجب هذا العقد يلتزم الطرف الأول بالسماح للطرف الثاني بإيجار المساحات المذكورة أدناه لتوريد الأصناف التالية:-

الموقع	المصنف	المساحة	قيمة الإيجار السنوي
الأسواق المركزية أرقام (1 ، 2 ، 3)	برسيل بودرة	عدد (1) قاطع	بضاعة مجانية بنسبة 8% من قيمة كل قائرة صادرة للجمعية
	داك بودرة	عدد 2/1 قاطع	
	مطهر اذ داك	عدد 1 قاطع	
	لايس ملين أنسجه	عدد 2/1 قاطع	
	برسيل عناية	عدد 2/1 متر	
	برسيل شامبو الملابس البيضاء	عدد 2/1 قاطع	
	متاديل معقمة	عدد 2/1 قاطع	
	برسيل صابون سائل للملابس	عدد 2/1 قاطع	
	برسيل بخاخ نشا	عدد 2/1 قاطع	

طريقة دفع الإيجار: يدفع الطرف الثاني الإيجار المستحق عن المساحات التفصيلية المذكورة أعلاه بواقع أربع دفعات طبقاً للنظام المحاسبي للجمعية. مدة الإيجار: سنة واحدة تبدأ من تاريخ 2010/1/1 إلى 2010/12/31 وتجدد تلقائياً ما لم يحظر أحد الطرفين الطرف الآخر برغبته في إنهاء العقد بمدة لا تقل عن شهر.

الأصناف المؤجرة: يلتزم الطرف الثاني بتوفير جميع الأصناف في مكان الإيجار بصفة مستمرة وعدم إيقاف التوريد لأي سبب على أن يتم اعتماد أي أصناف تكميلية خلال أسبوع من تقديم الطلب بنسبة كروتون + كروتون مجاناً لأول مرة.

الأصناف المروجة: يسمح للشركة باستخدام الأصناف الترويجية مع السماح بوجود (عارض/عارضه) على مساحات العرض بموافقة مدير السوق. كما يسمح لمروحي الشركة بترتيب عرض الأصناف دورياً ووضع الأصناف الترويجية كلما اقتضت الحاجة لذلك.

بند ثالث: من التفق عليه بين الطرفين في هذا العقد أنه في حالة إخلال الطرف الثاني بأي بند من بنوده أو استعمله الغش أو الإساءة لسعة الطرف الأول فإنه يحق للأخير فسخ العقد خلال مدة سريته دون اعتراض من للطرف الثاني على ذلك. كما يتعهد الطرف الثاني بالالتزام والتفدي بجميع القوانين واللوائح والأنظمة الحكومية النشئة في هذا الشأن والاشتراطات الصحية بدولة الكويت.

بند رابع: كل ما لم يرد ذكره في هذا العقد ينصح لأحكام القوانين الكويتية وأي نزاع ينشأ يخصه يختص بنظره المحاكم الكويتية.

بند خامس: للجمعية الحق في استقلال المساحات المؤجرة في حال عدم قيام الشركة بالتزويد للسعر للأصناف المذكورة أعلاه.

بند سادس: سرر هذا العقد من نسختين بيد كل طرف نسخة للعمل بموجبها عند النزاع.

الطرف الأول: جمعية ضاحية للتعاونية

الطرف الثاني: شركة المتعددة للتجارة العامة والمقاولات

M. Kar



[Signature]



عقد تأجير إعلانات

رقم العقد/ ١٤ / ٢٠١١

إنه في يوم الأربعاء الموافق ٢٠١١/١٢/٢٨ حرر هذا العقد بين كل من:-

طرف أول

أولاً : السادة / جمعية ضاحية التعاونية

طرف ثاني

ثانياً : السادة / شركة

بموجب هذا العقد أجر الطرف الأول للطرف الثاني القابل لذلك:-

إعلانات تلفزيونية على شاشة العرض التلفزيونية نوع (LED) مقاس ٤x٦ متر مساحة ٢٤ متر مربع في موقع (السوق

المركزي رقم (٣) قطعة (٤) التابعة للجمعية بقصد استعمالها لغرض إعلاني-

أولاً: مدة التأجير:

١- تبدأ من تاريخ ٢٠١٢/١/١٨ وتنتهي في تاريخ ٢٠١٢/٣/١٢ وذلك عن عدد (٦٠) أيام.

٢- عدد الإعلانات المرئية (١) المدة الزمنية للإعلان (١٠) ثواني-

٣- نوع الإعلان (فيديو)

ثانياً: قيمة التأجير:

١- حددت القيمة الإجمالية الإيجارية عن كامل مدة العقد لعرض تخفيضات عملاء بقيمة (٧٥٠/ ك.)

نقط خمسة وسبعون ديناراً كويتي-

٢- دفع الطرف الثاني قيمة العقد مقدماً.

ثالثاً: التعهدات للطرفين:

١- يلتزم الطرف الأول بالمدة المحددة بالعقد دون انقطاع.

٢- يلتزم الطرف الثاني بتوفير وتحضير المواد المراد عرضها خلال فترة استئجار الشاشة مع تحمل كافة المسائل

القانونية للمواد المعروضة على الشاشة.

رابعاً: بنود أخرى:

١- لا يتحمل الطرف الأول أي مسؤولية قانونية عن المواد الإعلانية التي تعرض على الشاشة خلال فترة التأجير.

٢- القيمة الإيجارية للعقد غير مستردة بعد توقيع العقد.

٣- محاكم دولة الكويت هي المختصة بشأن أي نزاع ينشأ بين الطرفين-

٤- يحق للطرف الأول إلغاء هذا العقد لأي سبب وتبليغ الطرف الثاني بذلك.

الطرف الثاني

شركة

الطرف الأول

جمعية التعاونية

MINISTRY OF
COMMERCE & INDUST
Ref: الإشارة:



وزارة التجارة والصناعة
ص.ب. 1916
إدارة الرقابة التجارية
مراقبة محافظة مبارك الكبير
الكويت في 1.1.1. / 1.1.1. / 1.1.1. Kuwait

PP
Commerce

تعميم إداري

يرجي العلم بأنه لا يتم استبدال حليب
الأطفال والمغذيات بعد شرائها من الأماكن
المخصصة وأفرع التموين وكذلك الدواجن
واللحوم المجمدة.

ولكم جزيل الشكر ،،،



معكم
مبارك
بشير

الفهارس:

- فهرس الآيات القرآنية.
- فهرس الأحاديث النبوية.
- فهرس الآثار.
- فهرس الأعلام.
- فهرس المراجع والمصادر.
- فهرس الموضوعات.

فهرس الآيات القرآنية

رقم الصفحة	السورة ورقم الآية	الآية	التسلسل
١٣٦، ٧٢	البقرة: ٢٧٥	﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾	١
٧٢	البقرة: ٢٨٢	﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ﴾	٢
٨٣، ٩٣، ٩٧، ١٠٦، ١٣٦، ١٧٠	النساء: ٢٩	﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾	٣
١٥، ٨٠	المائدة: ١	﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾	٤
٨٢	الأنعام: ١١٩	﴿وَقَدْ فَضَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرِرْتُمْ إِلَيْهِ﴾	٥
١٥١	الأنعام: ١٤١	﴿وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾	٦
٨٠	الأنعام: ١٥٢	﴿وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا﴾	٧
١٦٣	هود: ١٥	﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا وَزِينَتَهَا نُوفِّ إِلَيْهِمْ أَعْمَالَهُمْ فِيهَا وَهُمْ فِيهَا لَا يُبْخَسُونَ﴾	٨
٨١	الإسراء: ٣٤	﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ ۗ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا﴾	٩

<p>٨٤، ٨٨، ١٤٧</p>	<p>القصص: ٢٧</p>	<p>﴿ قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أَنْكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَيَّ أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَنِي حَبِيبٌ فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ ﴾</p>	<p>١٠</p>
<p>١٦٣</p>	<p>الشورى: ٢٠</p>	<p>﴿ مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ ﴾</p>	<p>١١</p>

فهرس الأحاديث النبوية

رقم الصفحة	الراوي	الحديث	التسلسل
٨١	أبو هريرة	آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب، إذا وعد أخلف، وإذا أؤتمن خان	١
٧٦	عقبة بن عامر	إن أحق الشروط أن يوفى ما استحللتم به الفروج	٢
١٤٠، ٨٨	ابن عمر	أن رسول الله ﷺ عامل أهل خير بشطر ما يخرج منها من ثمر أو زرع	٣
٧٢	عائشة	أن النبي ﷺ اشترى طعاماً من يهودي إلى أجل ورهنه درعاً من حديد	٤
١٠٧	أبو هريرة	أن رسول الله ﷺ مرَّ على صُبْرَةِ طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللاً فقال: "ما هذا يا صاحب الطعام؟"، قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: "أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس من غش فليس مني"	٥
١٣٢	أنس وأبو هريرة	إن الله هو المسعر القابض الباسط الرزاق، وإني لأرجو أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة ظلمتها إياه في دم ولا مال الراوي	٦
١٦٣	عمر بن الخطاب	إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى	٧
٩٧، ٨٨، ٨٠	أبو سعيد الخدري	إنما البيع عن تراض	٨

١٦٤ ، ١٦١	أبو مسعود البدرى	إن المسلم إذا أنفق على أهله نفقة وهو يحتسبها كانت له صدقة	٩
١٥٠ ، ١٠٥ ١٧٤	حكيم بن حزام	البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كتما وكذبا مُحقت بركة بيعهما	١٠
١٧٢	عائشة	الخراج بالضمان	١١
١٣٢	جابر بن عبدالله	رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع	١٢
٩٤	جابر بن عبدالله	قاتل الله اليهود إن الله عزَّ وجلَّ لما حرَّم عليهم شحومها أجملوه ثم باعوه فأكلوا ثمنه	١٣
١٦٣ ، ١٦٢	أبو هريرة	قال الله تبارك وتعالى: أنا أغنى الشركاء عن الشرك من عمل عملاً أشرك فيه معي غيري تركته وشركه	١٤
٨١	أبو هريرة	قال الله تعالى: ثلاثة أنا خصمهم يوم القيامة	١٥
٦٥ ، ٦٤	أبو هريرة	لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى شيئاً فهو بالخيار إذا أتى السوق	١٦
١٢٣ ، ١١٨	أبو هريرة	لا سَبَقَ إلا في خُفٍّ أو نَصْلِ أو حافرٍ	١٧
١٣٥	أبو سعيد الخدري	لا ضرر ولا ضرار	١٨
١٥١	أنس	لا يؤمن أحدكم حتى يجب لأخيه ما يجب لنفسه	١٩

٨٠	عائشة	ما بال رجال يشترطون شروطاً ليست في كتاب الله	٢٠
١٧١ ، ١٧٠	أبو هريرة	من اشترى شاة مصراة فليقلب بها فليحلبها، فإن رضي حلابها أمسكها وإلا ردها ومعها صاع من تمر	٢١
٦٥	أبو هريرة	من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رآه إن شاء أخذه وإن شاء تركه	٢٢
٨٨ ، ٨٣ ، ٦٨	أبو هريرة	نهى بيع الغرر	٢٣
٨٨ ، ٨٤ ، ٦٩	أبو هريرة	نهى عن بيع الملامسة	٢٤
٧٩	عبدالله بن عمرو	نهى عن بيع وشرط	٢٥
١١٩	عائشة	هذه بتلك السبقة	٢٦

فهرس الآثار

رقم الصفحة	القائل	الأثر	التسلسل
١٣٣، ١٣٦	عمر بن الخطاب	إما أن تزيد في السعر، وإما أن ترفع من سوقنا	١
١٣٥	عمر بن الخطاب	إن الذي قلتُ ليس بعزيمة مني ولا قضاء	٢
٨٥		أن عمر بن الخطاب <small>رضي الله عنه</small> عامل الناس على أنه إن جاء بالبذر من عنده فله الشطر، وإن جاؤوا بالبذر فلهم كذا	٣
١٠٤	إبراهيم النخعي	إن ناسًا من النَّحَّاسِينَ وأصحاب الدواب يسمي أحدهم اصطبيل دوابه خراسان وسجستان!، ثم يأتي السوق فيقول: جاءت من خراسان وسجستان، قال: فكره ذلك إبراهيم، والسبب في كراهته ما تضمنه من الغش والخداع والتدليس	٤
٨٦		أن نافع بن عبد الحارث اشترى داراً للسجن من صفوان بن أمية	٥
٦٦	عثمان بن عفان	بايعتك ما لم أره	٦
١٣٤	عمر بن الخطاب	كيف تبيع يا حاطب؟	٧
١٦٢	أبو موسى الأشعري	كيف تقرأ القرآن؟	٨

١٠٨، ١٤٤	ابن سيرين	لا بأس بالتزيين، وكره الغش	٩
٨١	عمر بن الخطاب	لا تقربها وفيها شرط لأحد	١٠
١٠٦	شريح القاضي	يُزين الرجل سلعته بما شاء	١١

فهرس الأعلام

رقم الصفحة	اسم العلم	التسلسل
١٠٧	إبراهيم بن يزيد النخعي	١
٦٦	أبو بكر بن أبي مرثم	٢
٩٣	أبو بكر بن مسعود الكاساني	٣
٧٩	أحمد بن عبدالحليم بن تيمية	٤
٦٤	أحمد بن علي الجصاص	٥
٩٦	أحمد بن محمد القدوري	٦
١٧٢	إسحاق بن منصور	٧
٦٦	جبير بن مطعم	٨
١٣٣	حاطب بن أبي بلتعة	٩
٩٦	الحسين بن مسعود البغوي	١٠
٢٩	روبرت أوين	١١
١٣٣	سعيد بن المسيب	١٢
٢٩	شارل فوربيه	١٣
١٠٦	شريح بن الحارث الكندي القاضي	١٤
٨٦	صفوان بن أمية	١٥
٦٦	طلحة بن عبيد الله	١٦
٩٤	عبدالرحمن بن أبي عمر محمد بن قدامة	١٧
٨٨	عبدالرحمن بن القاسم العتقي	١٨
٩٦	عبدالرحمن بن مأمون المتولي	١٩
٧١	عبدالرحمن بن ناصر السعدي	٢٠
٩٩	عبد السيد بن محمد بن الصباغ	٢١

١٢٠	عبدالعزیز بن عبد اللہ بن باز	٢٢
٩٣	عبد اللہ بن أحمد بن قدامة	٢٣
١٥٦	عبد اللہ بن قیس أبو موسى الأشعري	٢٤
٨١	عبد اللہ بن مسعود	٢٥
٩٣	عبد اللہ بن نجم بن فاس	٢٦
٩٦	عبيد اللہ بن الحسين الكرخي	٢٧
٦٦	علي بن الحسن الدارقطني	٢٨
٧٣	علي بن خلف بن بطال	٢٩
٦٦	علي بن محمد بن القطان	٣٠
١٩	فيليب كوتلر	٣١
٢٧	كارل ماركس	٣٢
٧٩	محمد بن أبي بكر بن قيم الجوزية	٣٣
١٢٠	محمد بن أحمد أبو زهرة	٣٤
٧١	محمد بن أحمد بن رشد الحفيد	٣٥
٩٣	محمد بن أحمد الرملي	٣٦
١٣٤	محمد بن إدريس أبو حاتم الرازي	٣٧
٩٧	محمد بن الحسين أبو يعلى الفراء	٣٨
١٠٨	محمد بن سيرين	٣٩
٧١	محمد بن صالح العثيمين	٤٠
٧٣	محمد بن عبدالواحد بن الهمام	٤١
٧٠	محمد بن علي المازري	٤٢
١٥٠	محمد بن محمد الغزالي	٤٣
١٢٠	مصطفى بن أحمد الزرقا	٤٤
١٥٦	معاذ بن جبل	٤٥
٦٥	مكحول الشامي	٤٦

٨٦	نافع بن عبد الحارث	٤٧
١٣٣	النعمان بن مقرن	٤٨
٢٩	وليم كنج	٤٩
٩٤	يحيى بن أبي الخير العمراني	٥٠
٩٦	يحيى بن شرف النووي	٥١

فهرس المراجع والمصادر

- ١ - أحكام القرآن، لأبي بكر محمد بن عبد الله بن العربي (ت: ٥٤٣)، ت: علي البجاوي، دار الفكر العربي، بلا تاريخ.
- ٢ - الإجماع، لأبي بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر (ت: ٣١٨)، تحقيق: د. صغير أحمد بن محمد حنيف، مكتبة مكة الثقافية-رأس الخيمة، سنة ١٤٢٤.
- ٣ - إحياء علوم الدين، لأبي حامد محمد بن محمد الغزالي (ت: ٥٠٥)، دار المنهاج-جدة، ط الأولى ١٤٣٢.
- ٤ - إدارة التسويق، د. محمد صادق با زرعة، دار النهضة العربية-بيروت، ط الثامنة ١٩٨٨م.
- ٥ - إدارة التسويق، د. محمد عبد العظيم أبو النجا، الدار الجامعية-الاسكندرية، سنة ٢٠١٠م.
- ٦ - إدارة قنوات التسويق، د. هاني حامد الضمور، دار وائل-عمّان، ط الثانية ٢٠٠٢م.
- ٧ - إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، لمحمد ناصر الدين الألباني (ت: ١٤٢٠)، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الثانية ١٤٠٥.
- ٨ - أساس البلاغة، لأبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري (ت: ٥٣٨)، تحقيق: د. محمد نبيل طريفي، دار صادر-بيروت، ط الأولى ١٤٣٠.
- ٩ - أساسيات وإدارة التسويق، د. نعيم حافظ أبو جمعة، دار القلم-دبي، ط الأولى ١٤١٩.
- ١٠ - أسد الغابة في معرفة الصحابة، أبي الحسن علي بن أبي الكرم محمد بن الأثير (ت: ٦٣٠)، دار الشعب-القاهرة، سنة ١٩٧٠م.
- ١١ - أسنى المطالب شرح روض الطالب، لتركيا بن محمد الأنصاري (ت: ٩٢٥)، دار الكتاب الإسلامي-القاهرة، بلا تاريخ.

- ١٢ - الأسهم والسندات وأحكامها في الفقه الإسلامي، د. أحمد بن محمد الخليل، دار ابن الجوزي-الدمام، ط الثالثة ١٤٢٧.
- ١٣ - الأشباه والنظائر، لجلال الدين عبدالرحمن بن أبي بكر السيوطي (ت: ٩١١)، تحقيق: محمد حسن الشافعي، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثالثة ١٤٢٧.
- ١٤ - الأشباه والنظائر، لزين الدين بن إبراهيم بن نجيم (ت: ٩٧٠)، دار الكتب العلمية-بيروت، سنة ١٤٠٥.
- ١٥ - الإشراف على نكت مسائل الخلاف، لأبي محمد عبدالوهاب بن علي البغدادي المالكي (ت: ٤٢٢)، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن القيم-الدمام، ط الأولى ١٤٢٩.
- ١٦ - الأعلام، لخير الدين بن محمود بن محمد الزركلي (ت: ١٣٩٦)، دار العلم للملايين-بيروت، ط الخامسة عشر ٢٠٠٢م.
- ١٧ - إعلام الموقعين عن رب العالمين، لأبي عبدالله محمد بن أبي بكر بن قيم الجوزية (ت: ٧٥١)، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن الجوزي-الدمام، ط الأولى ١٤٢٣.
- ١٨ - الإعلان، د. أحمد عادل راشد، دار النهضة العربية-بيروت، سنة ١٩٨١م.
- ١٩ - الإعلان، د. علي السلمي، مكتبة غريب-مصر، بلا تاريخ.
- ٢٠ - الإقناع، لأبي بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر (ت: ٣١٨)، تحقيق: د. عبدالله ابن عبدالعزيز الجبرين، ط الثانية ١٤١٤.
- ٢١ - الإقناع في مسائل الإجماع، لأبي الحسن علي بن القطان الفاسي (ت: ٦٢٨)، تحقيق: د. فاروق حمادة، دار القلم-دمشق، ط الثانية ١٤٣٣.
- ٢٢ - الإقناع لطالب الانتفاع، لشرف الدين موسى بن أحمد الحجاوي (ت: ٩٦٨)، تحقيق: د. عبدالله التركي، دار هجر-مصر، ط الثالثة ١٤٢٣.
- ٢٣ - اقتصاديات التعاون، د. عادل هنيدي، مكتبة عين شمس-القاهرة، سنة ١٩٨٨م.
- ٢٤ - الأم، لأبي عبدالله محمد بن إدريس الشافعي (ت: ٢٠٤)، مطبعة الشعب-

مصر، سنة ١٣٨٨.

٢٥- الإمام ابن باز: دروس ومواقف وعبر، د. عبدالعزيز بن محمد السدحان، بلا دار نشر، سنة ١٤٢٨.

٢٦- الإنجاز في ترجمة الإمام ابن باز، لعبدالرحمن الرحمة، سنة ١٤١٩، بلا دار نشر.

٢٧- الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، لعلاء الدين أبي الحسن علي بن سليمان المرادوي (ت: ٨٨٥)، تحقيق: د. عبدالله التركي، ط عالم الكتب-الرياض، ط الثانية ١٤٢٦.

٢٨- الأوسط من السنن والإجماع والاختلاف، لأبي بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر (ت: ٣١٨)، تحقيق: أحمد بن سليمان، دار الفلاح-الفيوم، ط الثانية ١٤٣١.

٢٩- الإيضاح في علوم البلاغة، لجلال الدين أبي عبدالله محمد بن عبدالرحمن القزويني (ت: ٧٣٩)، تحقيق: د. محمد عبدالمنعم خفاجي، دار الجليل-بيروت، ط الثالثة ١٤١٤.

٣٠- البحر المحيط في أصول الفقه، لبدر الدين محمد بن بهادر الزركشي (ت: ٧٩٤)، تحرير: د. عمر الأشقر، إصدار وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في الكويت، ط الثالثة ١٤٣١.

٣١- البدر الطالع بمحاسن من بعد القرن السابع، لمحمد بن علي الشوكاني (ت: ١٢٥٠)، تحقيق: حسن حلاق، دار ابن كثير-دمشق-بيروت، ط الثانية ١٤٢٩.

٣٢- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، لعلاء الدين أبي بكر بن مسعود الكاساني (ت: ٥٨٧)، تحقيق: علي معوض وعادل عبد الموجود، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثالثة ٢٠١٠م.

٣٣- بداية المجتهد ونهاية المقتصد، لأبي الوليد محمد بن أحمد بن محمد بن رشد الحفيد (ت: ٥٩٥)، تحقيق: صبحي الحلاق، مكتبة ابن تيمية-القاهرة، ط الأولى ١٤١٥.

٣٤- البداية والنهاية، لأبي الفداء إسماعيل بن عمر كثير الدمشقي (ت: ٧٧٤)، تحقيق: د. عبدالله التركي، دار عالم الكتب، ط الثانية ١٤٢٤.

- ٣٥- بطاقة التخفيض، لبكر بن عبدالله أبو زيد (ت: ١٤٢٩)، مؤسسة الرسالة- بيروت، ط الثانية ١٤٢٢.
- ٣٦- البيان في مذهب الإمام الشافعي، لأبي الحسين يحيى بن أبي الخير العمري (ت: ٥٥٨)، اعنى به: قاسم محمد النوري، دار المنهاج-جدة، بلا تاريخ.
- ٣٧- بيان الوهم والإيهام في كتاب الأحكام، لأبي الحسن علي بن محمد بن القطان الحميري الفاسي، أبو الحسن ابن القطان (ت: ٦٢٨)، تحقيق: د. الحسين آيت سعيد، دار طيبة-الرياض، ط الأولى ١٤١٨.
- ٣٨- البيان والتحصيل والشرح والتوجيه والتعليل في مسائل المستخرجة، لأبي الوليد ابن رشد الجد (ت: ٥٢٠)، تحقيق: أحمد الحبابي، دار الغرب-تونس، ط الرابعة ١٤٣٢.
- ٣٩- التاج والإكليل على مختصر خليل، لأبي عبد الله محمد بن يوسف العبدي الشهير بالموافق (ت: ٨٩٧)، مطبعة السعادة-مصر، سنة ١٣٢٩.
- ٤٠- تاج التراجم، لأبي الفداء زين الدين قاسم بن قُطُوبغا (ت: ٨٧٩)، تحقيق: محمد خير رمضان يوسف، دار القلم-دمشق، ط الأولى ١٤١٣.
- ٤١- تاج العروس من جواهر القاموس، للسيد محمد مرتضى الحسيني الزبيدي (ت: ١٢٠٥)، تحقيق: مصطفى حجازي وآخرين، مطبعة حكومة الكويت ط الأولى ١٤٠٩.
- ٤٢- التاريخ الكبير، لأبي بكر أحمد بن أبي خيثمة (ت: ٢٧٩)، تحقيق: صلاح فتحي هلال، دار الفاروق-مصر.
- ٤٣- تاريخ مدينة السلام، لأبي بكر أحمد بن علي الخطيب البغدادي (ت: ٤٦٣)، تحقيق: د. بشار عواد، ط دار الغرب-تونس، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٤٤- التبيان لبديعة البيان، لأبي عبدالله محمد بن أبي بكر بن ناصر الدين الدمشقي (ت: ٨٤٢)، تحقيق: حسين بن عكاشة، دار النوادر-دمشق، ط الأولى ١٤٢٩.
- ٤٥- تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، لجمال الدين أبي محمد عبدالله بن يوسف الزيلعي (ت: ٧٦٢)، دار الكتاب الإسلامي-بيروت، بلا تاريخ.

- ٤٦- تجريد التوحيد المفيد، لأحمد بن علي المقرزي (ت: ٨٤٥)، عناية: علي العمران، دار عالم الفوائد-مكة، ط الثانية ١٤٢٤.
- ٤٧- تحفة المحتاج بشرح المنهاج، لشهاب الدين أبي العباس أحمد بن محمد بن حجر الهيتمي (ت: ٩٧٤)، ضبط وتصحيح: عبدالله محمود، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثانية ١٤٢٦.
- ٤٨- ترتيب المدارك وتقريب المسالك لمعرفة أعلام مذهب مالك، لأبي الفضل عياض ابن موسى اليحصبي السبتي (ت: ٥٤٤)، تحقيق: د. أحمد بكير محمود، مكتبة دار الحياة-بيروت، سنة ١٣٨٧.
- ٤٩- تذكرة الحفاظ، لشمس الدين محمد بن عثمان بن قايماز الذهبي (: ٧٤٨)، تحقيق: عبدالرحمن المعلمي، تصوير دار الكتب العلمية-بيروت، بلا تاريخ.
- ٥٠- تسهيل السابلة لمريد معرفة الحنابلة، لصالح بن عبدالعزيز بن عثيمين (ت: ١٤١٠)، تحقيق: بكر بن عبدالله أبو زيد، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢١.
- ٥١- تسهيل العقيدة الإسلامية، د. عبدالله بن عبدالعزيز بن جبرين، دار الصمعي-الرياض، ط الثانية ١٤٢٤.
- ٥٢- التسويق، د. محمد سعيد عبد الفتاح، ط الثانية ١٩٦٦م، بلا دار نشر.
- ٥٣- التسويق الابتكاري، د. نعيم بن حافظ أبو جمعة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية-القاهرة، طبع سنة ٢٠٠٣م.
- ٥٤- التسويق التجاري وأحكامه في الفقه الإسلامي، د. حسين بن معلوي الشهراني، دار التدمرية-الرياض، ط الأولى ١٤٣١.
- ٥٥- التسويق: المبادئ والاستراتيجيات، د. السيد المتولي حسن، الرياض، ط الأولى ١٤١٤.
- ٥٦- التسويق الفعال، د. طلعت أسعد عبد الحميد، دار تنوير-الجزيرة، ط الخامسة عشر ٢٠١٠م.
- ٥٧- تطهير الاعتقاد عن درن الإلحاد، لمحمد بن إسماعيل الصنعاني (ت: ١١٨٢)،

- تحقيق: د. ناصر الشيخ، مطابع الوحيد-مكة، ط الأولى ١٤٢٥.
- ٥٨- التعاون الاستهلاكي: تاريخه-نظمه-مشكلاته، د. كمال حمدي أبو الخير، مكتبة عين شمس-القاهرة، ط سنة ١٩٦٤.
- ٥٩- التعاونيات الاستهلاكية بين التطبيق والتشريع، لمساعد بن عبدالرحمن الكوس، الطبعة الأولى ٢٠١١، بلا دار نشر.
- ٦٠- التعريفات، لعلي بن محمد الجرجاني (ت: ٨١٦)، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتاب العربي-بيروت، ط الثانية ١٤١٣.
- ٦١- تعريف أهل التقديس بمراتب الموصوفين بالتدليس، لأبي الفضل أحمد بن علي ابن حجر العسقلاني (ت: ٨٥٢)، تحقيق: د. أحمد بن علي سير المباركي، ط الثالثة ١٤٢٢، بلا دار نشر.
- ٦٢- تفسير القرآن العظيم، لأبي الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي (ت: ٧٧٤)، تحقيق: سامي السلامة، دار طيبة-الرياض، ط الأولى للإصدار الثاني ١٤٢٢.
- ٦٣- تقرير القواعد وتحرير الفوائد، لزين الدين عبدالرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي (ت: ٧٩٥)، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن القيم-الدمام، ط الأولى ١٤٢٤.
- ٦٤- التقرير المالي والإداري لجمعية سلوى التعاونية لسنة ٢٠١١م، بلا دار نشر.
- ٦٥- تكملة المجموع، لتقي الدين علي بن عبد الكافي السبكي (ت: ٧٧١)، تصحيح: محمد نجيب المطيعي، تصوير دار الفكر-بيروت، بلا تاريخ.
- ٦٦- التلخيص الحبير، لأبي الفضل أحمد بن علي بن حجر العسقلاني (ت: ٨٥٢)، تحقيق: د. محمد الثاني عمر، دار أضواء السلف-الرياض، ط الأولى ١٤٢٨.
- ٦٧- تلخيص المستدرک، لشمس الدين محمد بن أحمد بن عثمان الذهبي (ت: ٧٤٨)، تحقيق: مصطفى عبدالقادر عطا، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤١١.
- ٦٨- تمة المختصر في أخبار البشر، لعمر بن مظفر بن الوردی (ت: ٧٤٩)، دار

المعرفة-بيروت، سنة ١٣٨٩.

٦٩- تهذيب الآثار، لأبي جعفر محمد بن جرير بن يزيد الطبري (ت: ٣١٠)،

تحقيق: محمود شاكر، مطبعة المدني-القاهرة، بلا تاريخ نشر.

٧٠- تهذيب سنن أبي داود، لشمس الدين محمد بن أبي بكر الزرعي الشهير بابن

القيم (ت: ٧٥١)، تحقيق: محمد حامد الفقي، تصوير دار المعرفة-بيروت، بلا

تاريخ.

٧١- التهذيب في اختصار المدونة، لأبي سعيد خلف بن أبي القاسم القيرواني

البراذعي (ت: ٣٧٢)، دار البحوث للدراسات الإسلامية-دبي، سنة ١٤٢٣.

٧٢- تهذيب الكمال في أسماء الرجال، لجمال الدين أبي الحجاج يوسف المزي

(ت: ٧٤٢)، تحقيق: د. بشار عواد معروف، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى

١٤١٣.

٧٣- تهذيب اللغة، لأبي منصور محمد بن أحمد الأزهري (ت: ٣٧٠)، تحقيق: محمد

عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي-بيروت، ط الأولى ٢٠٠١ م.

٧٤- تهذيب المسالك في نصره مذهب مالك، لأبي الحجاج يوسف بن دوناس

الفندلاوي (ت: ٥٤٣)، تحقيق: د. أحمد البوشيخي، دار الغرب الإسلامي-تونس،

ط الأولى ١٤٣٠.

٧٥- تيسير العزيز الحميد في شرح كتاب التوحيد، لسليمان بن عبدالله آل الشيخ

(ت: ١٢٣٣)، تحقيق: أسامة بن عطايا العتيبي، دار الصميعي-الرياض، ط الثانية

١٤٢٩.

٧٦- الجامع بين الأمهات، لأبي عمرو عثمان بن عمر بن الحاجب (ت: ٦٤٦)،

تحقيق: د. أحمد نجيب، مركز نجيبويه-القاهرة.

٧٧- جامع البيان عن تأويل آي القرآن، لأبي جعفر محمد بن جرير الطبري (ت:

٣١٠)، تحقيق: د. عبد الله التركي، دار عالم الكتب-الرياض، ط الأولى ١٤٢٤.

٧٨- الجامع لحياة العلامة محمد بن صالح العثيمين، لوليد بن أحمد الحسين، إصدار

مجلة الحكمة، ط الأولى ١٤٢٢.

- ٧٩- جامع المسائل، للأبي العباس تقي الدين أحمد بن تيمية النميري الحراني (ت: ٧٢٨)، تحقيق: محمد عزيز شمس، دار عالم الفوائد-مكة، ط الثانية ١٤٢٧.
- ٨٠- جامع العلوم والحكم في شرح خمسين حديثاً من جوامع الكلم، لزين الدين عبدالرحمن بن رجب الحنبلي (ت: ٧٩٥)، تحقيق: طارق بن عوض الله، دار ابن الجوزي-الدمام، ط الخامسة ١٤٢٥.
- ٨١- الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه، لأبي عبدالله محمد بن إسماعيل البخاري (ت: ٢٥٦)، اعتنى به ورقم أحاديثه: د. زهير الناصر، دار طوق النجاة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٨٢- الجامع لأحكام القرآن، لأبي عبد الله محمد بن أحمد القرطبي (ت: ٦٧١)، تحقيق: د. عبد الله التركي، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٧.
- ٨٣- الجرح والتعديل، لأبي محمد عبدالرحمن بن أبي حاتم (ت: ٣٢٧)، مطبعة مجلس دائرة المعارف العثمانية-حيدرآباد الدكن، ط الأولى ١٣٧٢.
- ٨٤- جمهرة اللغة، لأبي بكر محمد بن الحسن بن دريد (ت: ٣٢١)، تحقيق: محمد منير بعلبكي، دار العلم للملايين-بيروت، ط الأولى ١٩٨٧.
- ٨٥- جواهر الإكليل شرح مختصر خليل، لصالح بن عبدالسميع الآبي الأزهري (ت: ١٣٣٥)، تصوير المكتبة الثقافية-بيروت، بلا تاريخ.
- ٨٦- الجواهر المضوية في طبقات الحنفية، لأبي محمد عبدالقادر بن محمد القرشي (ت: ٧٧٥)، تحقيق: د. عبدالفتاح الحلو، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثانية ١٤١٣.
- ٨٧- الجوهرة النيرة على مختصر القدوري، لأبي بكر بن علي بن محمد العبادي الحنفي (ت: ٨٠٠)، المطبعة الخيرية-مصر، ط الأولى ١٣٢٢.
- ٨٨- حاشية البجيرمي على الخطيب، لسليمان بن محمد البجيرمي (ت: ١٢٢١)، دار الفكر-بيروت، سنة ١٤١٥.
- ٨٩- حاشية على الإقناع وشرحه، لعبدالرحمن بن ناصر السعدي (ت: ١٣٧٦)، تحقيق: د. سامي الصقير، دار ابن الجوزي، ط الأولى ١٤٣٢.
- ٩٠- حاشية عميرة على كنز الراغبين، لشهاب الدين أحمد البرلسي الملقب بعميرة

(ت: ٩٥٧)، ضبطه: عبداللطيف عبدالرحمن، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثانية
١٤٢٤.

٩١- الحاوي الكبير، لأبي الحسن علي بن محمد الماوردي (ت: ٤٥٠)، تحقيق: علي
معوض وعادل عبد الموجود، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثالثة ٢٠٠٩.

٩٢- الحجة على أهل المدينة، لمحمد بن الحسن الشيباني (ت: ١٨٩)، دار عالم
الكتب-بيروت، ط الأولى ١٤٠٣.

٩٣- الحركة التعاونية: نشأتها وفلسفتها وتطبيقها، لإدورد تيم وج.أ.هاو، ترجمة: د.
حسن الساعاتي، دار النهضة العربية-بيروت، ط الثالثة سنة ١٩٧٠م.

٩٤- الحركة التعاونية الاستهلاكية بدولة الكويت، د. عثمان الفليج وسليمان المسباح
وجبر التابعي، إصدار اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، مطابع كويت تايمز، بلا
تاريخ.

٩٥- الحركة التعاونية في دولة الكويت، د. فوزي الشاذلي وعبدالرحمن المضاحكة
وجبر التابعي، ط الأولى ١٩٨٦، بلا دار نشر.

٩٦- حوادث الزمان وأنبأته ووفيات الأكابر والأعيان من أبنائه، لشمس الدين أبي
عبدالله محمد بن إبراهيم الجزري القرشي (ت: ٧٣٩)، تحقيق: د. عمر تدمري،
المكتبة العصرية-بيروت، ط الأولى ١٤١٩.

٩٧- الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، د. خالد بن عبدالله
المصلح، دار ابن الجوزي، ط الثانية ١٤٢٦.

٩٨- الحيوان، لأبي عثمان عمرو بن بحر الجاحظ (ت: ٢٥٥)، تحقيق: عبدالسلام
هارون، دار الجيل-بيروت، سنة ١٤١٦.

٩٩- الاختيار لتعليل المختار، لعبد الله بن محمود الموصلبي الحنفي (ت: ٦٨٣)،
تحقيق: عبداللطيف محمد، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثالثة ١٤٢٦.

١٠٠- خلاصة الأثر في أعيان القرن الحادي عشر، لمحمد أمين بن فضل الله المحي
(ت: ١١١١)، مطبعة الوهيبية-مصر، سنة الطبع ١٢٨٤.

١٠١- الدرر السنينة في الأجوبة النجدية، لجماعة من علماء نجد الأعلام، جمع:

- عبدالرحمن بن محمد بن قاسم، ط السابعة ١٤٢٥، بلا دار نشر.
- ١٠٢- الدر المختار شرح تنوير الأبصار، لعلاء الدين محمد بن علي الحصكفي (ت: ١٠٨٨)، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٢٣.
- ١٠٣- دليل برامج وأنشطة جمعية سلوى التعاونية للمساهمين، بلا دار نشر.
- ١٠٤- الديباج المذهب في معرفة أعيان علماء المذهب، لبرهان الدين أبي الوفاء إبراهيم بن علي بن فرحون (ت: ٧٩٩)، تحقيق: د. محمد الأحمد أبو النور، مكتبة دار التراث-القاهرة، بلا تاريخ.
- ١٠٥- ديوان امرئ القيس، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، مكتبة المعارف-القاهرة، ط الخامسة بلا تاريخ.
- ١٠٦- الذخيرة، لشهاب الدين أحمد بن إدريس القرافي (ت: ٦٨٤)، تحقيق: محمد حجي، دار الغرب الإسلامي-تونس، ط الثالثة ٢٠٠٨م.
- ١٠٧- ذيل طبقات الحنابلة، لزين الدين أبي الفرج عبدالرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي (ت: ٧٩٥)، تحقيق: د. عبدالرحمن العثيمين، مكتبة العبيكان-الرياض، ط الأولى ١٤٢٥.
- ١٠٨- رد المختار على الدر المختار، لمحمد أمين بن عمر بن عابدين (ت: ١٢٥٢)، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٢٣.
- ١٠٩- روضة الطالبين وعمدة المفتين، ليحيى بن شرف النووي (ت: ٦٧٦)، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الثالثة ١٤١٢.
- ١١٠- روضة الناظرين عن مآثر علماء نجد وحوادث السنين، لمحمد بن عثمان بن صالح القاضي، مطبعة الحلبي، ط الثانية ١٤٠٣.
- ١١١- سنن أبي داود، لأبي داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني (ت: ٢٧٥)، تحقيق: محمد عوامة، مؤسسة الريان-بيروت، ط الثانية ١٤٢٥.
- ١١٢- سنن الترمذي، لأبي عيسى محمد بن عيسى بن سورة الترمذي (ت: ٢٧٩)، اعتنى به: مشهور حسن سلمان، مكتبة المعارف-الرياض، ط الأولى، بلا تاريخ.
- ١١٣- سنن ابن ماجه، لأبي عبدالله محمد بن يزيد بن ماجه القزويني (ت: ٢٧٣)،

- اعتنى به: مشهور حسن سلمان، مكتبة المعارف-الرياض، ط الأولى، بلا تاريخ.
- ١١٤- سنن الدارقطني، لعلي بن عمر الدارقطني (ت: ٣٨٥)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وحسن شلبي وعبد اللطيف حرز الله وأحمد برهوم، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٤.
- ١١٥- السنن الكبير، لأبي بكر أحمد بن الحسين البيهقي (ت: ٤٥٨)، تحقيق: د. عبدالله التركي، دار هجر-القاهرة، ط الأولى ١٤٣٢.
- ١١٦- سنن النسائي، لأبي عبدالرحمن أحمد بن شعيب النسائي (ت: ٣٠٣)، اعتنى به: عبدالفتاح أبوغدة، دار البشائر الإسلامية-بيروت، ط الثالثة ١٤٠٩.
- ١١٧- سير أعلام النبلاء، لشمس الدين محمد بن عثمان بن قايماز الذهبي (ت: ٧٤٨)، تحقيق: جماعة من الباحثين بإشراف د. بشار عواد، ط الثامنة ١٤١٢.
- ١١٨- الشافي في شرح المقنع، لشمس الدين أبي الفرج عبدالرحمن بن أبي عمر المقدسي (ت: ٦٨٢)، تحقيق: د. عبدالله التركي، دار عالم الكتب-الرياض، سنة ١٤٢٦.
- ١١٩- شذرات الذهب في أخبار من ذهب، لعبد الحي بن أحمد بن العماد الحنبلي (ت: ١٠٨٩)، تحقيق: عبد القادر الأرنؤوط ومحمود الأرنؤوط، دار ابن كثير-دمشق، ط الأولى ١٤٠٦.
- ١٢٠- شجرة النور الزكية في طبقات المالكية، لمحمد بن محمد مخلوف، تصوير دار الكتاب العربي-بيروت، بلا تاريخ.
- ١٢١- شرح التلقين، لأبي عبدالله محمد بن علي المازري (ت: ٥٣٦)، تحقيق: محمد المختار السلامي، دار الغرب-تونس، ط الأولى ١٤٢٨.
- ١٢٢- شرح السلم المرونق في علم المنطق، لعبدالرحمن الأخصري الجزائري (ت: ٩٥٣)، تحقيق: أبو بكر بلقاسم، دار ابن حزم-بيروت، ط الأولى ١٤٢٧.
- ١٢٣- شرح السنة، لأبي محمد الحسين بن مسعود الفراء البغوي (ت: ٥١٦)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الثانية ١٤٠٣.
- ١٢٤- شرح شافية ابن الحاجب، لرضي الدين محمد بن الحسن الاسترأبادي (ت: ٢٢٣

٦٨٦)، تحقيق: محمد نور الحسن وزميليه، بيروت-لبنان، بلا دار نشر، سنة الطبع ١٣٩٥.

١٢٥- شرح صحيح البخاري، لأبي الحسن علي بن خلف بن بطلال البكري القرطبي (ت: ٤٤٩)، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، مكتبة الرشد-الرياض، ط الثانية ١٤٢٣.

١٢٦- الشرح الصغير على أقرب المسالك، لأبي البركات أحمد بن محمد الدردير (ت: ١٢٠١)، تحقيق: د. مصطفى كمال، دار المعارف-القاهرة، بلا تاريخ.

١٢٧- الشرح الكبير لمختصر خليل، لأبي البركات أحمد بن محمد الدردير (ت: ١٢٠١)، تخرّيج: محمد شاهين، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثالثة ٢٠١١.

١٢٨- شرح مختصر الخرقى، لشمس الدين محمد بن عبدالله الزركشي (ت: ٧٧٢)، تحقيق: عبدالله بن عبدالرحمن الجبرين، مكتبة العبيكان-الرياض، ط الأولى ١٤١٣.

١٢٩- شرح مختصر خليل، لأبي عبدالله محمد بن جمال الدين الخرشى (ت: ١٠١٠)، المطبعة الكبرى الأميرية-بولاق، ط الثانية ١٣١٧.

١٣٠- شرح مختصر الطحاوي، لأبي بكر أحمد بن علي الجصاص الرازي (ت: ٣٧٠)، تحقيق: د. سائد بكداش وآخرون، دار البشائر الإسلامية-بيروت، ط الثانية ١٤٣١.

١٣١- شرح مشكل الآثار، لأبي جعفر أحمد بن محمد بن سلامة الطحاوي (ت: ٣٢١)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثانية ١٤٢٧.

١٣٢- شرح معاني الآثار، لأبي جعفر أحمد بن محمد بن سلامة الطحاوي (ت: ٣٢١)، تحقيق: محمد زهري النجار ومحمد سيد جاد الحق، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه: د يوسف عبد الرحمن المرعشلي، عالم الكتب-بيروت، ط الأولى ١٤١٤.

١٣٣- الشرح الممتع على زاد المستقنع، لمحمد بن صالح العثيمين (١٤٢١)، دار ابن الجوزي-الدمام، ط الأولى ١٤٢٥.

١٣٤- شرح الهداية، لعبدالحى اللكنوي (ت: ١٣٠٣)، اعتنى به: نعيم أشرف، إدارة القرآن والعلوم الإسلامية-كراتشي، ط الأولى ١٤١٧.

١٣٥ - الشعر والشعراء، لأبي محمد عبدالله بن مسلم بن قتيبة الدينوري (ت: ٢٧٦)، تحقيق: أحمد شاكر، دار المعارف-القاهرة، بلا تاريخ نشر.

١٣٦ - الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، لأبي نصر إسماعيل بن حماد الجوهري (ت: ٤٠٠ تقريبًا)، تحقيق: شهاب الدين أبو عمرو، دار الفكر-بيروت، ط الأولى ١٤١٨.

١٣٧ - صحيح ابن حبان بترتيب ابن بلبان، لعلاء الدين علي بن بلبان الفارسي (ت: ٧٣٩)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثالثة ١٤١٨.

١٣٨ - صيغ العقود في الفقه الإسلامي، د. صالح بن عبدالعزيز الغليقة، دار كنوز إشبيليا-الرياض، ط الأولى ١٤٢٧.

١٣٩ - طبقات الحفاظ، لجلال الدين عبدالرحمن بن أبي بكر السيوطي (ت: ٩١١)، تحقيق: د. علي محمد عمر، مكتبة الثقافة الدينية-القاهرة، ط الأولى ١٤١٧.

١٤٠ - طبقات الشافعية، لعبدالرحيم بن الحسن الإسني (ت: ٧٧٢)، تحقيق: د. عبدالله الجبوري، مطبعة الإرشاد-بغداد، ط الأولى ١٣٩١.

١٤١ - طبقات الشافعية، لأبي بكر بن أحمد بن محمد بن عمر بن قاضي شعبة (ت: ٨٥١)، تحقيق: د. الحافظ عبد العليم خان، دار عالم الكتب-بيروت، ط الأولى ١٤٠٧.

١٤٢ - طبقات الشافعية الكبرى، لتاج الدين بن علي بن عبد الكافي السبكي (ت: ٧٧١)، تحقيق: د. محمود محمد الطناحي ود. عبدالفتاح محمد الحلو، دار هجر-القاهرة، ط الثانية ١٤١٣.

١٤٣ - طبقات فحول الشعراء، لمحمد بن سلام الجمحي (ت: ٢٣١)، قرأه وشرحه: محمود شاكر، دار المدني-جدة، بلا تاريخ نشر.

١٤٤ - طرح التثريب في شرح التثريب، لزين الدين أبي الفضل عبدالرحيم بن الحسين العراقي (ت: ٨٠٦) وابنه ولي الدين أبي زرعة أحمد (ت: ٨٢٦)، بعناية: محمود حسن ربيع، طبع جمعية النشر والتأليف الأزهرية، بلا تاريخ ولا دار نشر.

١٤٥ - عقد التصريف: توصيفه، وحكمه، د. عبدالله بن ناصر السلمي، بحث منشور

- في مجلة العدل الصادرة عن وزارة العدل السعودية، العدد (٣٨) ربيع الآخر ١٤٢٩.
- ١٤٦ - عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة، لجلال الدين عبدالله بن نجم بن شاس (ت: ٦١٦)، تحقيق: د. محمد أبو الأجنان و عبدالحفيظ منصور، دار الغرب الإسلامي-تونس، ط الأولى ١٤١٥.
- ١٤٧ - العلل ومعرفة الرجال، لأبي عبدالله أحمد بن محمد بن حنبل الشيباني (ت: ٢٤١)، تحقيق: د. وصي الله عباس، دار القبس-الرياض، ط الثانية ١٤٢٧.
- ١٤٨ - علماء نجد خلال ثمانية قرون، لعبدالله بن عبدالرحمن البسام (١٤٢٣)، دار العاصمة-الرياض، ط الثانية ١٤١٩.
- ١٤٩ - عمدة السالك وعدة الناسك، لشهاب الدين أحمد بن النقيب الشافعي (ت: ٧٦٩)، تحقيق: عبدالله الأنصاري، المكتبة العصرية-بيروت، سنة ١٤١٦.
- ١٥٠ - عمدة القاري شرح صحيح البخاري، لبدر الدين محمود بن أحمد بن موسى العيني (ت: ٨٥٥)، تحقيق: جماعة من العلماء بمساعدة إدارة الطباعة المنيرية، تصوير دار إحياء التراث العربي، بلا تاريخ.
- ١٥١ - العناية شرح الهداية، لأكمل الدين محمد بن محمود البابرتي (ت: ٧٨٦)، المطبعة الأميرية-مصر، سنة ١٣١٥، تصوير دار الكتب-الرياض، سنة ١٤٢٤.
- ١٥٢ - العين، لأبي عبدالرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي (ت: ١٧٥)، تحقيق: د. مهدي المخزومي و د. إبراهيم السامرائي، دار الرشيد-العراق، سنة ١٩٨١ م.
- ١٥٣ - الغرر وأثره في العقود، د. الصديق محمد الأمين الضير، الدار السودانية للكتب-الخرطوم ودار الجيل-بيروت، ط الثانية ١٤١٠.
- ١٥٤ - غريب الحديث، لأبي عبيد القاسم بن سلام الهروي (ت: ٢٢٤)، تحقيق: د. حسين محمد شرف، ط مجمع اللغة العربية-القاهرة، بلا تاريخ.
- ١٥٥ - غمز عيون البصائر في شرح الأشباه والنظائر، لأحمد بن محمد الحموي (ت: ١٠٩٨)، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٠٥.
- ١٥٦ - غياث الأمم في التياث الظلم، لأبي المعالي عبدالملك بن عبدالله الجويني (ت: ٤٧٨)، تحقيق: د. عبدالعظيم الديب، دار المنهاج-جدة، ط الثالثة ١٤٣٢.

- ١٥٧- الفتاوى الشرعية في المسائل الاقتصادية، إصدار بيت التمويل، سنة ١٩٧٩م.
- ١٥٨- فتاوى للتجار ورجال الأعمال، لعبدالله بن عبدالرحمن الجبرين (ت: ١٤٣٠)، ط الأولى ١٤١٣، بلا دار نشر.
- ١٥٩- فتاوى الشيخ محمد أبو زهرة، جمع ودراسة: د. محمد عثمان شبير، دار القلم-دمشق، ط الأولى ١٤٢٧.
- ١٦٠- فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء، جمع وترتيب: أحمد بن عبدالرزاق الدويش، ط الأولى ١٤٢١.
- ١٦١- فتاوى مصطفى الزرقا، اعتنى بها: مجد أحمد مكى، دار القلم-دمشق، ط الرابعة ١٤٣١.
- ١٦٢- الفتاوى الكبرى، لأبي العباس تقي الدين أحمد بن عبدالحليم بن تيمية النميري الحارثي (ت: ٧٢٨)، تحقيق: محمد عبدالقادر عطا ومصطفى عبدالقادر عطا، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٠٨.
- ١٦٣- الفتاوى الهندية العالمكيرية، للشيخ نظام وجماعة من العلماء، ضبط وتصحيح: عبداللطيف حسن، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثانية ٢٠١٠م.
- ١٦٤- فتح الباري بشرح صحيح البخاري، لشهاب الدين أبي الفضل أحمد بن علي ابن حجر (ت: ٨٥٢)، بعناية: محب الدين الخطيب، تصوير دار الريان للتراث-القاهرة، ط الأولى ١٤٠٧.
- ١٦٥- فتح العزيز شرح الوجيز، لأبي القاسم عبدالكريم بن محمد الرافعي (ت: ٦٢٣)، دار الفكر-بيروت، بلا تاريخ.
- ١٦٦- فتح القدير، لكمال الدين محمد بن عبدالواحد بن الهمام (ت: ٦٨١)، المطبعة الأميرية-مصر، سنة ١٣١٥، تصوير دار الكتب-الرياض، سنة ١٤٢٤.
- ١٦٧- فتح الوهاب بشرح منهج الطلاب، لذكريا بن محمد الأنصاري (ت: ٩٢٥)، دار المعرفة-بيروت، بلا تاريخ.
- ١٦٨- الفروع، لشمس الدين أبي عبدالله محمد بن مفلح المقدسي (ت: ٧٦٣)، تحقيق: د. عبدالله التركي، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٤.

- ١٦٩- الفروق، لشهاب الدين أبي العباس أحمد بن إدريس القراني (ت: ٦٨٤)، تحقيق: عمر القيام، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٤.
- ١٧٠- الفصول في الأصول، لأبي بكر أحمد بن علي الجصاص الرازي (ت: ٣٧٠)، تحقيق: د. عجيل النشمي، مكتبة الإرشاد-تركيا، ط الثانية ١٤١٤.
- ١٧١- فضل علم السلف على علم الخلف، لزين الدين عبدالرحمن بن الحسن بن رجب (ت: ٧٩٥)، تحقيق: محمد بن ناصر العجمي، دار البشائر-بيروت، ط الثانية ١٤٢٤.
- ١٧٢- فلسفة رواد التعاون ومبادئ التعاون الدولية، د. كمال حمدي أبو الخير، دار وهدان للطباعة والنشر-مصر، بلا تاريخ.
- ١٧٣- الفوائد البهية في تراجم الحنفية، لعبدالحكي اللكنوي (ت: ١٣٠٣)، اعتنى به: محمد بدر الدين النعساني، مطبعة السعادة-مصر، سنة ١٣٢٤.
- ١٧٤- القاموس المحيط، لمجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت: ٨١٧)، حُقق بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط السادسة ١٤١٩.
- ١٧٥- قانون التعاون برقم (٢٤) لسنة (١٩٧٩م) في شأن الجمعيات التعاونية، إصدار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل-الكويت، بلا تاريخ.
- ١٧٦- القواعد الكبرى، لعز الدين عبدالعزيز بن عبدالسلام (ت: ٦٦٠)، تحقيق: د. نزيه حماد و د. عثمان ضميرية، وزارة الأوقاف القطرية، سنة ١٤٢٩.
- ١٧٧- القواعد الكلية، لتقي الدين أحمد بن عبدالحليم بن تيمية (ت: ٧٢٨)، تحقيق: محسن المحيسن، مكتبة التوبة-الرياض، ط الأولى ١٤٢٣.
- ١٧٨- القوانين الفقهية، لأبي القاسم محمد بن أحمد بن جزى (ت: ٧٤١)، تحقيق: عبدالكريم الفضيلي، دار الرشاد الحديثة-الدار البيضاء، سنة ١٤٢٣.
- ١٧٩- الكافي في فقه أهل المدينة، لأبي عمر يوسف بن عبدالبر النمري (ت: ٤٦٣)، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثانية ١٤١٣.
- ١٨٠- الكافي، لموفق الدين أبي محمد عبدالله بن أحمد بن قدامة المقدسي (ت: ٦٢٠)، تحقيق: د. عبدالله التركي، دار هجر-مصر، ط الأولى ١٤١٧.

- ١٨١ - كشف القناع عن الإقناع، لمنصور بن يونس البهوتي (ت: ١٠٥١)، تحقيق: جماعة من الباحثين، وزارة العدل في المملكة العربية السعودية، ط الأولى ١٤٢٧.
- ١٨٢ - كفاية الأخيار في حل غاية الاختصار، لتقي الدين أبي بكر محمد بن عبدالمؤمن الحصني (ت: ٨٢٩)، دار المنهاج-جدة، ط الثانية ١٤٢٩.
- ١٨٣ - كنز الدقائق، لأبي البركات عبد الله بن أحمد النسفي (ت: ٧١٠)، تحقيق: د. سائد بكداش، دار البشائر الإسلامية-بيروت، ط الأولى ١٤٣٢.
- ١٨٤ - كنز الراغبين شرح منهاج الطالبين، لجلال الدين محمد بن أحمد المحلي (ت: ٨٦٤)، تصحيح: عبداللطيف عبدالرحمن، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الثانية ١٤٢٤.
- ١٨٥ - كيفية تحديد الأجور في عقود العمل والتأجير التقليدية والمستحدثة، د. نزيه حماد، دار القلم-بيروت، ط الأولى ١٤٣١.
- ١٨٦ - اللباب في شرح الكتاب، لعبدالغني الغنيمي الميداني (ت: ١٢٩٨)، تحقيق: د. سائد بكداش، دار البشائر الإسلامية-بيروت، دار السراج-المدينة النبوية، ط الأولى ١٤٣٢.
- ١٨٧ - لسان العرب، لأبي الفضل محمد بن مكرم بن منظور (ت: ٧١١)، دار صادر-بيروت، ط الأولى ١٩٩٧م.
- ١٨٨ - لقاء الباب المفتوح، للشيخ محمد بن عثيمين (ت: ١٤٢١)، إعداد: د. عبدالله الطيار، دار الوطن-الرياض، ط الأولى ١٤١٥.
- ١٨٩ - مبادئ التسويق، د. منى راشد الغيص، دار ذات السلاسل-الكويت، ط الرابعة ١٤٢١.
- ١٩٠ - مبادئ التسويق، لنسيم حنا، دار المريخ-الرياض، ط الأولى ١٤٠٥.
- ١٩١ - المبدع في شرح المقنع، لأبي إسحاق برهان الدين إبراهيم بن محمد بن عبدالله ابن محمد بن مفلح (ت: ٨٨٤)، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الثالثة ١٤٢١.
- ١٩٢ - المبسوط، لأبي بكر محمد بن أحمد بن أبي سهل السرخسي (ت: ٤٩٠)، دار المعرفة-بيروت، سنة ١٤١٦.

- ١٩٣ - مجلة الأحكام العدلية، لجماعة من فقهاء الحنفية في الدولة العثمانية، المطبعة الأدبية-بيروت، سنة ١٣٠٢.
- ١٩٤ - مجمع الأنهر في شرح ملتقى الأبحر، لعبد الله بن محمد داماد زاده أفندي، المطبعة العامرة-تركيا، سنة ١٣١٦.
- ١٩٥ - مجموعة التشريعات الكويتية، إصدار إدارة الفتوى والتشريع التابعة لمجلس الوزراء، ط التاسعة ٢٠١١.
- ١٩٦ - مجموعة الفتاوى الشرعية الصادرة عن قطاع الإفتاء والبحوث الشرعية، إصدار وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في الكويت، ط الأولى ١٤٣٠.
- ١٩٧ - المجموع شرح المذهب، لأبي زكريا يحيى بن شرف النووي (ت: ٦٧٦)، تصحيح: محمد نجيب المطيعي، تصوير دار الفكر-بيروت، بلا تاريخ.
- ١٩٨ - مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية (ت: ٧٢٨)، جمع عبدالرحمن بن قاسم وساعده ابنه محمد، تصوير دار التقوى-مصر، بلا تاريخ نشر.
- ١٩٩ - مجموع فتاوى ومقالات متنوعة، لعبد العزيز بن عبدالله بن باز (ت: ١٤٢٠)، جمع وترتيب: د. محمد بن سعد الشويعر، دار القاسم-الرياض، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٢٠٠ - المحاسبة في الجمعيات التعاونية: عرض وتحليل محاسبي، للظفي محمود عيسوي، مكتبة الأنجلو المصرية-القاهرة، ط سنة ١٩٦٣م.
- ٢٠١ - المحرر، لمجد الدين أبي البركات عبدالسلام بن عبدالله بن تيمية الحراني (ت: ٦٥٢)، تحقيق: د. عبدالله التركي، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٨.
- ٢٠٢ - المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، لأبي محمد عبدالحق بن غالب بن عطية الأندلسي (ت: ٥٤٦)، تحقيق: عبدالسلام عبدالشافي محمد، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٢٠٣ - المحلى، لأبي محمد علي بن أحمد بن حزم (ت: ٤٥٦)، تحقيق: أحمد شاكر، تصوير دار التراث- القاهرة، بلا تاريخ نشر.
- ٢٠٤ - المحكم والمحيط الأعظم، لأبي الحسن علي بن إسماعيل بن سيده (ت: ٤٥٨)، تحقيق: عبد الحميد هندراوي، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ٢٠٠٠م.

- ٢٠٥- المحيط البرهاني، لبرهان الدين ابن مازه البخاري، إدارة القرآن والعلوم الإسلامية- كراتشي، سنة ١٤٢٤.
- ٢٠٦- مختصر الفتاوى المصرية، لبدر الدين أبي عبدالله محمد بن علي البعلي (ت: ٧٧٧)، تحقيق: عبدالمجيد سليم، دار الجيل-بيروت، ط الثانية ١٤٠٧.
- ٢٠٧- مختصر المعاني، لسعد الدين مسعود بن عمر التفتازاني (ت: ٧٩٣)، تحقيق: محمد عثمان، نشر مكتبة الثقافة الدينية-مصر، ط الاولى ١٤٣٠.
- ٢٠٨- مراتب الإجماع في العبادات والمعاملات والاعتقادات، لأبي محمد علي بن أحمد ابن حزم الظاهري (ت: ٤٥٦)، دار الكتب العلمية-بيروت، بلا تاريخ.
- ٢٠٩- المذكرة الإيضاحية لقانون التعاون، إصدار وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل- الكويت، ملحقه بقانون التعاون، بلا تاريخ.
- ٢١٠- المراسيل، لأبي محمد عبدالرحمن بن أبي حاتم (ت: ٣٢٧)، بعناية: شكر الله ابن نعمة الله قوجاني، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثانية ١٤١٨.
- ٢١١- مسائل الإمام أحمد بن حنبل وإسحاق بن راهويه برواية إسحاق بن منصور الكوسج (٢٥١)، تحقيق: جماعة من الباحثين، إصدار عمادة البحث العلمي في الجامعة الإسلامية في المدينة النبوية، ط الأولى ١٤٢٥.
- ٢١٢- المسابقات وأحكامها في الشريعة الإسلامية، د. سعد بن ناصر الشثري، دار العاصمة-الرياض، ط الثانية ١٤٣١.
- ٢١٣- المستخرجة من الأسمعة، لمحمد بن أحمد العتيبي القرطبي المالكي (ت: ٢٥٥)، تحقيق: د. أحمد الشرقاوي و د. محمد حجي، دار الغرب الإسلامي-تونس، ط الرابعة ١٤٣٢.
- ٢١٤- المستدرك على الصحيحين، لأبي عبدالله محمد بن عبدالله الحاكم (ت: ٤٠٥)، تحقيق: مصطفى عبدالقادر عطا، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤١١.
- ٢١٥- المستدرك على مجموع فتاوى شيخ الإسلام ابن تيمية، لمحمد بن عبدالرحمن القاسم (١٤٢١)، بلا دار نشر، ط الأولى ١٤١٨.

٢١٦- المستقصى في علم التصريف، د. عبداللطيف محمد الخطيب، دار العروبة- الكويت، ط الأولى ١٤٢٤.

٢١٧- مسند أبي حنيفة، لأبي نعيم أحمد بن عبد الله الأصبهاني (ت: ٤٣٠)، تحقيق: نظر محمد الفارابي، مكتبة الكوثر-الرياض، ط الأولى ١٤١٥.

٢١٨- مسند الدارمي، لأبي محمد عبدالله بن عبدالرحمن الدارمي (ت: ٢٥٥)، تحقيق: حسين سليم أسد، دار المغني-الرياض ودار ابن حزم-بيروت، ط الثانية ١٤٣١.

٢١٩- المسند، لأبي عبدالله أحمد بن محمد بن حنبل الشيباني (ت: ٢٤١)، تحقيق: جماعة من الباحثين بإشراف شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثانية ١٤٢٩.

٢٢٠- المسند الصحيح المختصر من السنن بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، لأبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري (ت: ٢٦١)، اعتنى به ورقم أحاديثه: محمد فؤاد عبدالباقي، تصوير دار ابن حزم-بيروت، ط الأولى ١٤١٦.

٢٢١- مشاهير علماء الأمصار، لأبي حاتم محمد بن حبان بن أحمد التميمي البستي (ت: ٣٥٤)، تحقيق: م. فلايشهمر، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٩٥٩م.

٢٢٢- مصباح الزجاجاة في زوائد ابن ماجة، مصباح الزجاجاة في زوائد ابن ماجه، لأحمد بن أبي بكر البوصيري (ت: ٨٤٠)، تحقيق: محمد الكشناوي، دار العربية، سنة ١٤٠٣.

٢٢٣- المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، لأحمد بن محمد بن علي الفيومي (ت: ٧٧٠)، تصحيح: حمزة فتح الله، المطبعة الأميرية-القاهرة، ط الخامسة ١٩٢٢.

٢٢٤- المصنف، لأبي بكر عبدالرزاق بن همام الصنعاني (ت: ٢١١)، تحقيق: حبيب الرحمن الأعظمي، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الثانية ١٤٠٣.

٢٢٥- المصنف، لأبي بكر عبدالله بن محمد بن أبي شيبة العبسي (ت: ٢٣٥)، تحقيق: محمد عوامة، دار قرطبة-بيروت، ط الأولى ١٤٢٧.

- ٢٢٦- مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، لمصطفى بن سعد الرحبياني (١٢٤٣)، المكتب الإسلامي-بيروت، ط الأولى ١٣٨٠.
- ٢٢٧- معالم القرية في أحكام الحسبة، محمد بن محمد بن الإخوة الشافعي (ت: ٨٢٩)، تصحيح: روبن ليوى، مكتبة المتنبي-القاهرة، بلا تاريخ نشر.
- ٢٢٨- معرفة الصحابة، لأبي نعيم أحمد بن عبد الله الأصبهاني (ت: ٤٣٠)، تحقيق: محمد حسن ومسعد السعدني، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٢٢٩- المعجم الأوسط، أبو القاسم سليمان بن أحمد الطبراني (ت: ٣٦٠)، تحقيق: طارق بن عوض الله و عبدالمحسن الحسيني، دار الحرمين-القاهرة، ط الأولى ١٤١٥.
- ٢٣٠- معجم الصحابة، لأبي القاسم عبد الله بن محمد البغوي (ت: ٣١٧)، تحقيق: محمد الأمين بن محمد الجكني، مكتبة دار البيان-الكويت، ط الأولى ١٤٢١.
- ٢٣١- معجم الصحابة، لأبي الحسين عبد الباقي بن قانع الأموي (ت: ٣٥١)، تحقيق: صلاح بن سالم المصري، مكتبة الغرباء الأثرية-المدينة، ط الأولى ١٤١٨.
- ٢٣٢- المعجم الكبير، لأبي القاسم سليمان بن أيوب الطبراني (ت: ٣٦٠)، تحقيق: حمدي السلفي، الدار العربية للطباعة-بغداد، سنة ١٩٧٨م.
- ٢٣٣- معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال، لنبيه غطاس، مكتبة لبنان، ط الأولى ١٩٨٠م.
- ٢٣٤- معجم المصطلحات المالية الاقتصادية في لغة الفقهاء، د. نزيه حماد، دار القلم-دمشق، ط الأولى ١٤٢٩.
- ٢٣٥- المعلم بفوائد مسلم، لأبي عبدالله محمد بن علي بن عمر المازري (ت: ٥٣٦)، تحقيق: محمد الشاذلي النيفر، بيت الحكمة-الجزائر، ١٩٨٨م.
- ٢٣٦- معونة أولي النهى شرح المنتهى، لتقي الدين محمد بن أحمد بن النجار الفتوحى (ت: ٩٧٢)، تحقيق: عبدالمملك الدهيش، ط الرابعة ١٤٢٨.
- ٢٣٧- المعونة على مذهب عالم المدينة، لعبد الوهاب بن نصر البغدادي المالكي (ت: ٤٢٢)، تحقيق: حميش عبدالحق، المكتبة التجارية-مكة، ط الأولى، بلا تاريخ.
- ٢٣٨- الموسوعة الفقهية، لجماعة من الباحثين، إصدار وزارة الأوقاف والشؤون

الإسلامية-دولة الكويت، ط الرابعة ١٤٢٨.

٢٣٩- المغني شرح الخرقى، لموفق الدين أبي محمد عبدالله بن أحمد بن قدامة المقدسي (ت: ٦٢٠)، تحقيق: د. عبدالله التركي و د. عبدالفتاح الحلو، دار عالم الكتب-الرياض، ط السادسة ١٤٢٨.

٢٤٠- مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج، لشمس الدين محمد بن أحمد الخطيب الشرييني (ت: ٩٧٧)، مكتبة مصطفى البابي الحلبي، سنة ١٣٧٧.

٢٤١- مقاييس اللغة، لأبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا الرازي (ت: ٣٩٥)، تحقيق: عبدالسلام هارون، دار الجيل-بيروت، سنة ١٤٢٠.

٢٤٢- المقدمات الممهدة لبيان ما اقتضته رسوم المدونة من الأحكام الشرعية والتحصيلات المحكمات لأمتهات مسائلها المشكلات، لأبي الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، تحقيق: سعيد محمد أعراب، دار الغرب الإسلامي-تونس، ط الأولى ١٤٠٨.

٢٤٣- المقصد الأرشد في ذكر أصحاب الإمام أحمد، برهان الدين إبراهيم بن إسحاق بن مفلح (ت: ٨٨٤)، تحقيق: د. عبدالرحمن العثيمين، مكتبة الرشد-الرياض، ط الأولى ١٤١٠.

٢٤٤- الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، لمحمد أبو زهرة، دار الفكر العربي-القاهرة، سنة ١٤١٦.

٢٤٥- الممتع في شرح المقنع، لزين الدين المنجى بن عثمان بن أسعد بن المنجى (ت: ٦٩٥)، تحقيق: د. عبدالملك الدهيش، ط الثالثة ١٤٢٤.

٢٤٦- المنتقى شرح الموطأ، لأبي الوليد سليمان بن خلف الباجي (ت: ٤٧٤)، تصوير دار الكتاب العربي-بيروت، عن ط مطبعة السعادة ١٣٣٢.

٢٤٧- منتهى الإيرادات في الجمع بين المقنع والتنقيح وزيادات، لتقي الدين محمد بن أحمد بن النجار الفتوحى (ت: ٩٧٢)، تحقيق: د. عبدالله التركي، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط الثانية ١٤٢٧.

٢٤٨- المنثور في القواعد، لبدر الدين محمد بن بهادر الزركشي (ت: ٧٩٤)، تحقيق:

- د. تيسير فائق، إصدار وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في الكويت، ط الثانية ١٤٠٥.
- ٢٤٩- منح الجليل شرح مختصر خليل، لأبي عبدالله محمد بن أحمد عlish المالكي (ت: ١٢٩٩)، دار الفكر-بيروت، سنة ١٤٠٩.
- ٢٥٠- المنشآت التسويقية، د. جمال الدين محمد المرسي والدكتور ثابت عبدالرحمن إدريس، الدار الجامعية-الاسكندرية، سنة ٢٠١٠.
- ٢٥١- المنهاج في شرح صحيح مسلم بن الحجاج، لأبي زكريا يحيى بن شرف النووي (ت: ٦٧٦)، دار الفكر-بيروت، ط الأولى ١٤١٧.
- ٢٥٢- مواهب الجليل في شرح مختصر الشيخ خليل، لأبي عبدالله محمد بن محمد الخطاب (ت: ٩٠٢)، دار الرضوان-نواكشوط، ط الأولى ١٤٣١.
- ٢٥٣- الموسوعة العربية، إصدار هيئة الموسوعة العربية-دمشق.
- ٢٥٤- المهذب في اختصار السنن الكبير، تحقيق: دار المشكاة بإشراف: ياسر بن إبراهيم، دار الوطن-الرياض، ط الأولى ١٤٢٢.
- ٢٥٥- المهذب في الفقه، لأبي إسحاق إبراهيم بن علي الشيرازي (ت: ٤٧٦)، دار الفكر-بيروت، بلا تاريخ نشر.
- ٢٥٦- الميسر والقمار، د. رفيق يونس المصري، دار القلم-بيروت، ط الأولى ١٤١٣.
- ٢٥٧- النجم الوهاج في شرح المنهاج، لأبي البقاء محمد بن موسى الدميري (ت: ٨٠٨)، دار المنهاج-جدة، ط الأولى ١٤٢٥.
- ٢٥٨- النظام الأساسي النموذجي للجمعيات التعاونية، إصدار وزارة الشئون الاجتماعية والعمل-الكويت، ملحق بقانون التعاون، بلا تاريخ.
- ٢٥٩- نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، لشمس الدين محمد بن أحمد الرملي (ت: ١٠٠٤)، اعتنى به: محمد عطا، دار الكتب العلمية-بيروت، ط الأولى ١٤٣٠.
- ٢٦٠- نهاية المطلب في دراية المذهب، لأبي المعالي عبدالملك بن عبدالله الجويني (ت: ٤٧٨)، تحقيق: د. عبدالعظيم الديب، دار المنهاج-جدة، ط الثانية ١٤٣٠.
- ٢٦١- النوادر والزيادات على ما في المدونة من غيرها من الأمهات، لأبي محمد عبدالله

بن عبدالرحمن بن أبي زيد القيرواني (ت: ٣٨٦)، تحقيق: د. محمد حجي، دار
الغرب الإسلامي-تونس، ط الأولى ١٩٩٩م.

٢٦٢- الهداية شرح البداية، لبرهان الدين علي بن أبي بكر المرغيناني (ت: ٥٩٣)،
اعتنى به: نعيم أشرف، دار إدارة القرآن والعلوم الإسلامية-باكستان، ط الأولى
١٤١٧.

٢٦٣- الوساطة التجارية في المعاملات المالية، د. عبدالرحمن بن صالح الأطرم، دار
إشبيليا-الرياض، ط الثانية ١٤١٨.

٢٦٤- وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، لشمس الدين أحمد بن محمد بن خلكان
(ت: ٦٨١)، تحقيق: د. إحسان عباس، دار صادر-بيروت، ط الأولى ١٤١٠.

فهرس الموضوعات

المقدمة:	٢
التمهيد: وفيه ثلاثة مباحث:	١٤
المبحث الأول: تعريف العقد، وفيه مطلبان:	١٥
المطلب الأول: تعريف العقد لغةً:	١٥
المطلب الثاني: تعريف العقد اصطلاحاً:	١٥
المبحث الثاني: تعريف التسويق وأهميته، وفيه مطلبان:	١٧
المطلب الأول: تعريف التسويق:	١٧
المطلب الثاني: أهمية التسويق:	٢٠
المبحث الثالث: تعريف المحفزات وأهميتها، وفيه مطلبان:	٢٣
المطلب الأول: تعريف المحفزات:	٢٣
المطلب الثاني: أهمية المحفزات التسويقية:	٢٤
الفصل الأول: الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت، وفيه تمهيد وأربعة مباحث:	٢٥
تمهيد: وفيه مطلبان:	٢٦
المطلب الأول: تاريخ الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:	٢٦
المطلب الثاني: نشأة الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في دولة الكويت:	٣٢
المبحث الأول: تعريف وأحكام الجمعية التعاونية، وفيه مطلبان:	٣٦
المطلب الأول: تعريف الجمعية التعاونية الاستهلاكية:	٣٦
المطلب الثاني: أحكام الجمعية التعاونية الاستهلاكية:	٣٨
	٢٣٧

المبحث الثاني: تأسيس الجمعية التعاونية.....	٤٢
المبحث الثالث: إدارة الجمعية التعاونية.....	٤٥
المبحث الرابع: اتحاد الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	٥٣
الفصل الثاني: عقود التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الشرعية وتطبيقاتها العملية، وفيه أربعة مباحث :.....	٥٩
المبحث الأول: التسويق المباشر، وفيه أربعة مطالب :.....	٦١
المطلب الأول: تعريف التسويق المباشر.....	٦١
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق المباشر.....	٦٢
المطلب الثالث: تطبيق التسويق المباشر في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	٧٣
المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق المباشر.....	٧٤
المبحث الثاني: التسويق عن طريق الشراء برسم البيع، وفيه أربعة مطالب:.....	٧٥
المطلب الأول: تعريف الشراء برسم البيع.....	٧٥
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للشراء برسم البيع.....	٧٥
المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق الشراء برسم البيع في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	٨٩
المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق الشراء برسم البيع.....	٩٠
المبحث الثالث: التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي، وفيه أربعة مطالب:.....	٩١
المطلب الأول: تعريف التسويق عن طريق البيع الآلي.....	٩١
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي.....	٩٢
المطلب الثالث: تطبيق التسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	٩٩

- المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق عن طريق أجهزة البيع الآلي..... ١٠١
- المبحث الرابع: التسويق الهجومي، وفيه أربعة مطالب:..... ١٠٢
- المطلب الأول: تعريف التسويق الهجومي..... ١٠٢
- المطلب الثاني: التكييف الفقهي للتسويق الهجومي..... ١٠٣
- المطلب الثالث: تطبيق التسويق الهجومي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية..... ١٠٨
- المطلب الرابع: المعايير الشرعية للتسويق الهجومي..... ١٠٩
- الفصل الثالث: حوافز التسويق في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، أحكامها الفقهية وتطبيقاتها العملية، وفيه ستة مباحث:..... ١١١
- المبحث الأول: مسابقات السحب، وفيه أربعة مطالب:..... ١١٤
- المطلب الأول: تعريف مسابقات السحب..... ١١٤
- المطلب الثاني: التكييف الفقهي لمسابقات السحب..... ١١٦
- المطلب الثالث: تطبيق مسابقات السحب في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية..... ١٢٩
- المطلب الرابع: المعايير الشرعية لمسابقات السحب..... ١٣٠
- المبحث الثاني: المهرجانات التخفيضية، وفيه أربعة مطالب:..... ١٣١
- المطلب الأول: تعريف المهرجانات التخفيضية وأنواعها..... ١٣١
- المطلب الثاني: التكييف الفقهي للمهرجانات التخفيضية..... ١٣٢
- المطلب الثالث: تطبيق المهرجانات التخفيضية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية..... ١٣٧
- المطلب الرابع: المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيضية..... ١٣٨
- المبحث الثالث: بطاقة العائلة، وفيه أربعة مطالب:..... ١٣٩
- المطلب الأول: تعريف بطاقة العائلة..... ١٣٩
- المطلب الثاني: التكييف الفقهي لبطاقة العائلة..... ١٣٩

المطلب الثالث: تطبيق بطاقة العائلة في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	١٤٠
المطلب الرابع: المعايير الشرعية للمهرجانات التخفيضية.....	١٤١
المبحث الرابع: الإعلانات والدعايات الترويجية، وفيه أربعة مطالب:	١٤٢
المطلب الأول: تعريف الإعلانات والدعايات الترويجية.....	١٤٢
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للإعلانات والدعايات الترويجية.....	١٤٣
المطلب الثالث: تطبيق الإعلانات والدعايات الترويجية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	١٥١
المطلب الرابع: المعايير الشرعية للإعلانات والدعايات الترويجية.....	١٥٧
المبحث الخامس: التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية، وفيه أربعة مطالب:	١٥٨
المطلب الأول: تعريف الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.....	١٥٨
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.....	١٥٤
المطلب الثالث: تطبيق التحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	١٦٤
المطلب الرابع: المعايير للتحفيز عن طريق الخدمات الاجتماعية والثقافية والترفيهية.....	١٦٧
المبحث السادس: رد السلعة الترويجي، وفيه أربعة مطالب:	١٦٨
المطلب الأول: تعريف رد السلعة الترويجي وأنواعه.....	١٦٨
المطلب الثاني: التكييف الفقهي لرد السلعة الترويجي.....	١٦٩
المطلب الثالث: تطبيق رد السلعة الترويجي في الجمعيات التعاونية الاستهلاكية.....	١٧٨
المطلب الرابع: المعايير الشرعية لرد السلعة الترويجي.....	١٧٩
الخاتمة:	١٨٠

١٨٥.....	الملحقات:
٢٠٢.....	الفهارس:
٢٠٣.....	• فهرس الآيات القرآنية.....
٢٠٥.....	• فهرس الأحاديث النبوية.....
٢٠٨.....	• فهرس الآثار.....
٢١٠.....	• فهرس الأعلام.....
٢١٣.....	• فهرس المراجع والمصادر.....
٢٣٧.....	• فهرس الموضوعات.....