

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت
كلية العلوم الإسلامية
شعبة الدراسات العليا

منتجات الإقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر

أطروحة دكتوراه تقدم بها الطالب

محمد طلال عادل فخري الشихلي

إلى مجلس كلية العلوم الإسلامية في جامعة تكريت، وهي
جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في العلوم
الإسلامية/ قسم الفقه وأصوله - تخصص الفقه وأصوله

إشراف

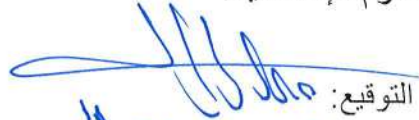
أ.م.د أنس علي صالح الصميدعي

٢٠٢٢ م

١٤٤٣ هـ

إقرار المشرف

أشهد إن اعداد هذه الأطروحة الموسومة (منتجات الاقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر) جرت تحت اشرافي في كلية العلوم الإسلامية - جامعة تكريت - وهي من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلوم الإسلامية.

التوقيع: 

الاسم: أسيم علي صالح

المرتبة العلمية: أستاذ مساعد

التاريخ: ٢٠٢٢ / ٢ / ١٠

إقرار الخبير اللغوي

أشهد أنني قرأت هذه الأطروحة الموسومة (منتجات الاقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر) وقد صححتها من الناحية اللغوية إذ أصبحت سليمة من الالفاظ والتعبيرات اللغوية والنحوية غير الصحيحة ولأجله وقعت.

التوقيع: 

الاسم: أم د. الهرة حماد

المرتبة العلمية: أستاذة دكتور

التاريخ: ٢٠٢٢ / ٣ / ٢٨

إقرار رئيس اللجنة العلمية في القسم

بناء على التوصيات المقدمة من المشرف والمقدمة من الخبير اللغوي أشرح هذه الأطروحة للمناقشة.

التوقيع: 

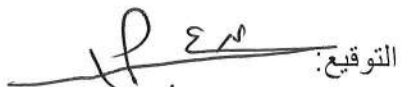
الاسم: أ.د. يوسف حسين الدبّاس

المرتبة العلمية:

التاريخ: ٢٠٢٢ / ٤ / ١٢

إقرار رئيس القسم

بناء على التوصيات المقدمة من المشرف والمقدمة من الخبير اللغوي أشرح هذه الأطروحة للمناقشة.

التوقيع: 


الاسم: جسيم عبد الحادي


المرتبة العلمية: أستاذ

التاريخ: ٢٠٢٢ / ٤ / ١٢


إقرار لجنة المناقشة


نحن أعضاء لجنة المناقشة نشهد بأننا قد اطلعنا على هذه الاطروحة الموسومة بـ (منتجات الاقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر) المقدمة من قبل الطالب (محمد طلال عادل فخري الشبخلي)، وقد ناقشنا الطالب في محتوياتها، وفيما له علاقة بها، في يوم (الاحد) الموافق (٥ / ٦ / ٢٠٢٢) ونشهد إنها جديرة بالقبول لنيل درجة (الدكتوراه) في تخصص (الاقتصاد الإسلامي) وبتقدير (امتياز).

التوقيع: 
الاسم: أ.د. احمد ياسين عبد
عضواً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.د. نجم عبد ناصر
رئيساً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.د. ياسين حسن حمد
عضواً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.د. أسامة عبد المجيد عبد الحميد
عضواً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.م.د. انس علي صالح
عضواً ومشرفاً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.د. محمود يونس حمادة
عضواً
التاريخ: ٥ / ٦ / ٢٠٢٢

مصادقة مجلس الكلية

صادق مجلس كلية العلوم الإسلامية - جامعة تكريت - على قرار لجنة المناقشة في جلسته المرقمة () والمنعقدة بتاريخ: / / ٢٠٢٢

التوقيع: 
الاسم: أ.د. سعد محمود حسين
عميد الكلية
التاريخ: / / ٢٠٢٢

المخلص

تعدُّ الصناعات والخدمات في الاقتصاد الإسلامي من القطاعات الاقتصادية الناشئة والواعدة، تدرُّ أرباحاً سنويةً بمليارات الدولارات في مختلف الأسواق العالمية، كما تمثل إحدى محاور تنويع موارد الاقتصاد الوطني، ولقد توسع الإقتصاد الإسلامي عالمياً بعد تبنيه توريد مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المتوافقة مع معايير الحلال وضوابط الانتاج في الشريعة الإسلامية، فشملت هذه الإقتصاديات: الخدمات المالية الإسلامية، والسفر والسياحة، والخدمات الرقمية، والنقل اللوجستي، والاعلام والترفيه، كما تضمنت مجموعة من المنتجات السلعية من الأغذية والأدوية ومستحضرات التجميل والملابس والأزياء والألعاب.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في بيان المخاطر التي تلحق بالأمة الإسلامية جراء الركون والإعتماد على السلع والخدمات التي ينتجها غير المسلمين، وتقديمها للمسلمين مغلفة بمعتقداتهم وأفكارهم الثقافية والحضارية التي لا تتوافق جُلُّها مع ثوابت الشريعة الإسلامية ومبادئها، لذا تهدف هذه الدراسة إلى ربط الإنتاج وتقديم الخدمات بالشريعة الإسلامية ومقاصدها، وإبراز حرص الإسلام على ربط أساليب حياة المسلم بمقاصد الشارع وغاياته، والتعرف على أشكال المنتجات الاقتصادية الإسلامية، وحجمها التطبيقي، ومدى تلبيتها الحاجات الاستهلاكية للمسلمين وغير المسلمين أيضاً.

وشرع البحث بفصل حول مبادئ الإنتاج في الاقتصاد الإسلامي، وفي الفصل الثاني إنتقلت الدراسة نحو المالية الإسلامية، مؤسساتها ومنتجاتها والدور التمويلي والتنموي الذي تحققه، ثم تناول الفصل الثالث قضايا صناعة الحلال وخدماته، ودور منتجات الإقتصاد الإسلامي في تلبية الحاجات والمتطلبات الإستهلاكية في هذا العصر، والتحديات التي تواجه هذه الصناعة وسبل معالجتها.

وأخيراً انتهى البحث بنتائج وتوصيات مهمة، حيث توصلت الدراسة إلى أن للإقتصاد الإسلامي قطاعات إنتاجية ومؤسسات وأسواق وأدوات تسهم في تدوير عجلة الاقتصاد العام للمسلمين وتنميته، وتعتبر صناعة الحلال من القطاعات الواعدة التي

تنمو بشكل متسارع بفعل الطلب العالمي الاستهلاكي، كما أوصت الدراسة العلماء والدعاة والمؤسسات الأكاديمية إلى ضرورة تثقيف وتوعية المسلمين بصناعة الحلال وأهميته، وأن تأخذ الحكومات الإسلامية زمام المبادرة للتحويل التدريجي نحو هذا النظام الاقتصادي الإسلامي، كما دعت إلى الإهتمام بجودة وتنوع المنتجات والخدمات، واستغلال الوسائل والأدوات العصرية، لتوريدها وتسويقها الى الأسواق العالمية.

**”الإقتصاد الإسلامي نظام إقتصادي يعبر عن أيديولوجية
لديها صورتها تجاه المال والإنسان وبقية عناصر العملية
الاقتصادية بشكل واضح. لكن التجربة التي شهدتها
الدول الإسلامية في سبعينات القرن العشرين بميلاد
الصيرفة الإسلامية جعلت البعض يختزل النظام
الإقتصادي الإسلامي في عملية إنشاء بنوك إسلامية”.**

عبد الحافظ الصاوي/ خبير إقتصادي مصري

الإهداء

إلى العلماء العاملين

وإلى طلبة العلم الشرعي

والمسلمين جميعاً

أهدي لكم هذا الجهد المتواضع

الباحث

شكر وتقدير

الحمد لله الذي قال: ﴿وَلَا تَسْأُوا الْفَضْلَ بَيْنَكُمْ﴾، وأصلي وأسلم على المبعوث رحمة للعالمين القائل: ((لا يشكر الله من لا يشكر الناس))، فانطلاقاً من ذلك لا يسعني إلا أن أتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان إلى:

كلية العلوم الإسلامية ممثلة بعمادتها والتدرسيين والعاملين فيها، التي احتضنتني لدراسة الدكتوراه فيها.

الأستاذ الدكتور " أنس علي صالح "، الذي أكرمني بإشرافه عليّ في إعداد هذه الأطروحة، فلم يبخل عليّ بلطفه وعلمه، وحسن تعامله، وكريم أخلاقه، وسديد توجيهاته، فأسأل الله أن يبارك فيه.

وأشكر الأساتذة الفضلاء، الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الأطروحة، وإثرائها بقيم ملاحظاتهم، وسديد رأيهم.

وأخيراً أشكر كل من ساهم ومدّد يد العون في إنجاز بحثي هذا، وساهم من قريب أو من بعيد – ولو خصني بدعائه – فجزاه الله عني خير الجزاء.

الباحث

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	ت
أ	المقولة	. ١
ب	الإهداء	. ٢
ج	شكر وتقدير	. ٣
ح	فهرس المحتويات	. ٤
١	المقدمة	. ٥
٩	الفصل الأول الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي	. ٦
٩	المبحث الأول مدخل الى الإقتصاد الإسلامي	. ٧
١٠	المطلب الأول: التعريف بالإقتصاد الإسلامي	. ٨
١٣	المطلب الرابع: دواعي الحاجة إلى النظام الإقتصاد الإسلامي	. ٩
١٧	المبحث الثاني مبادئ الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي	. ١٠
١٧	المطلب الأول: التعريف بالإنتاج	. ١١
١٩	المطلب الثاني: سلم الحاجات	. ١٢
٢٢	المطلب الثالث: أقسام المنتجات	. ١٣
٢٦	المطلب الرابع: أهداف الإنتاج	. ١٤
٣٠	المطلب الخامس: عناصر الإنتاج	. ١٥
٣٥	المطلب السادس: ضوابط الإنتاج	. ١٦
٣٩	المطلب السابع: مسؤولية الإنتاج	. ١٧
٤٣	الفصل الثاني الخدمات المالية الإسلامية ودورها في تلبية متطلبات العصر	. ١٨
٤٣	المبحث الأول مدخل عام للمنتجات المالية الإسلامية	. ١٩
٤٤	المطلب الأول: التعريف بالمنتجات المالية الإسلامية	. ٢٠
٤٧	المطلب الثاني: خصائص المنتجات المالية الإسلامية	. ٢١

الصفحة	الموضوع	ت
٥١	المطلب الثالث: واقع المنتجات المالية الإسلامية المعاصر	٢٢
٥٤	المبحث الثاني مدخل عام لمؤسسة المصارف الإسلامية	٢٣
٥٤	المطلب الأول: التعريف بالمصارف الإسلامية	٢٤
٥٧	المطلب الثاني: نشأة المصارف الإسلامية والحاجة إليها	٢٥
٦٥	المطلب الثالث: خدمات المصارف الإسلامية	٢٦
٧٠	المبحث الثالث معاملات المصارف الإسلامية	٢٧
٧٠	المطلب الأول: المرابحة	٢٨
٧٩	المطلب الثاني: المضاربة	٢٩
٨٦	المطلب الثالث: السلم والسلم الموازي	٣٠
٩٣	المطلب الرابع: عقد الإستصناع	٣١
١٠١	المطلب الخامس: الإجارة	٣٢
١٠٩	المطلب السادس: الشركة	٣٣
١١٨	المطلب السابع: المزارعة، المساقاة، المغارسة	٣٤
١٢٥	المطلب الثامن: الصكوك	٣٥
١٣٥	المطلب التاسع: صناديق الإستثمار الإسلامية	٣٦
١٤٣	المبحث الرابع منتجات وخدمات المؤسسات المالية غير المصرفية	٣٧
١٤٣	المطلب الأول: المؤسسات المالية الإسلامية	٣٨
١٤٩	المطلب الثاني: الأسواق المالية الإسلامية	٣٩
١٥٩	المطلب الثالث: مؤسسة الوقف	٤٠
١٧١	المطلب الرابع: مؤسسة الزكاة	٤١
١٨٠	المطلب الخامس: مؤسسة التأمين التعاوني (التكافلي)	٤٢
١٩١	الفصل الثالث الصناعات والخدمات الحلال ودورها في تلبية متطلبات العصر	٤٣
١٩٢	المبحث الأول مدخل عام لصناعة الحلال	٤٤
١٩٢	المطلب الأول: التعريف بصناعة الحلال	٤٥
١٩٧	المطلب الثاني: تلبية صناعة الحلال لمتطلبات العصر	٤٦
٢٠٢	المطلب الثالث: تطبيقات منتجات صناعة الحلال	٤٧
٢٠٥	المطلب الرابع: دواعي الحاجة إلى صناعة الحلال	٤٨
٢٠٩	المطلب الخامس: قواعد الإقتصاد الإسلامي في الحلال والحرام	٤٩

الصفحة	الموضوع	ت
٢١٣	المطلب السادس: مبادئ الإقتصاد الإسلامي في صناعة الحلال	.٥٠
٢١٦	المطلب السابع: العلاقة بين منتجات الحلال والمستهلكين	.٥١
٢٢١	المطلب الثامن: ضوابط تسويق منتجات الحلال	.٥٢
٢٣١	المطلب التاسع: أهمية شهادة الحلال والعلامات التجارية	.٥٣
٢٣٥	المبحث الثاني منتجات الأغذية الحلال	.٥٤
٢٣٥	المطلب الأول: التعريف بمنتجات الأغذية الحلال	.٥٥
٢٣٧	المطلب الثاني: تلبية منتجات الأغذية الحلال لمتطلبات العصر	.٥٦
٢٤٢	المطلب الثالث: دواعي الحاجة الى منتجات الأغذية الحلال	.٥٧
٢٤٥	المطلب الرابع: معايير صناعة الأغذية الحلال	.٥٨
٢٥٠	المبحث الثالث منتجات السلع الحلال	.٥٩
٢٥٠	الفرع الأول: منتجات الألبسة الشرعية	.٦٠
٢٥٠	المطلب الأول: حقيقة الألبسة الشرعية	.٦١
٢٥٢	المطلب الثاني: شروط اللباس وضوابطه	.٦٢
٢٦٠	المطلب الثالث: تلبية منتجات الألبسة الشرعية لمتطلبات العصر	.٦٣
٢٦٣	المطلب الرابع: معايير صناعة الألبسة الشرعية	.٦٤
٢٦٦	الفرع الثاني: منتجات مستحضرات التجميل الحلال	.٦٥
٢٦٦	المطلب الأول: تعريف مستحضرات التجميل	.٦٦
٢٧٠	المطلب الثاني: ضوابط التجميل في الشريعة	.٦٧
٢٧٤	المطلب الثالث: تلبية منتجات مستحضرات التجميل لمتطلبات العصر	.٦٨
٢٧٧	المطلب الرابع: معايير صناعة مواد التجميل الحلال	.٦٩
٢٧٩	الفرع الثالث: منتجات الأدوية الحلال	.٧٠
٢٧٩	المطلب الأول: تعريف الدواء	.٧١
٢٨٠	المطلب الثاني: ضوابط الدواء والتداوي في الشريعة	.٧٢
٢٨٥	المطلب الثالث: تلبية منتجات الأدوية الحلال لمتطلبات العصر	.٧٣
٢٨٨	المطلب الرابع: معايير صناعة الأدوية الحلال	.٧٤
٢٩٢	المبحث الرابع منتجات الخدمات الحلال	.٧٥

الصفحة	الموضوع	ت
٢٩٢	الفرع الأول: منتجات السفر والسياحة الحلال	٧٦.
٢٩٣	المطلب الأول: تعريف السياحة الحلال	٧٧.
٢٩٦	المطلب الثاني: ضوابط السفر والترفيه في الشريعة	٧٨.
٣٠١	المطلب الثالث: تلبية خدمات السياحة الحلال لمتطلبات العصر	٧٩.
٣٠٨	المطلب الرابع: مكونات السياحة الحلال	٨٠.
٣١١	المطلب الخامس: أثر الضيافة على قطاع السياحة الحلال	٨١.
٣١٤	المطلب السادس: معايير خدمات السياحة الحلال	٨٢.
٣١٨	الفرع الثاني: منتجات خدمات حلال أخرى	٨٣.
٣١٨	المطلب الأول: خدمات النقل اللوجستي الحلال	٨٤.
٣٢٨	المطلب الثاني: الخدمات الرقمية الإسلامية	٨٥.
٣٤٤	المطلب الثالث: خدمات وصناعات إسلامية حديثة	٨٦.
٣٤٤	أولاً: خدمات الإعلام الإسلامي	٨٧.
٣٤٧	ثانياً: صناعة الألعاب الحلال	٨٨.
٣٥٢	المبحث الخامس التحديات التي تواجه صناعة وخدمات الحلال	٨٩.
٣٥٣	الفرع الأول: التحديات التي تواجه صناعة الحلال	٩٠.
٣٥٣	المطلب الأول: التحديات العامة لصناعة الحلال	٩١.
٣٥٨	المطلب الثاني: تحديات الخدمات المالية الإسلامية	٩٢.
٣٦٥	المطلب الثالث: تحديات صناعة الأغذية الحلال	٩٣.
٣٦٩	المطلب الرابع: تحديات صناعة الألبسة الشرعية	٩٤.
٣٧١	المطلب الخامس: تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال	٩٥.
٣٧٢	المطلب السادس: تحديات الصناعة الدوائية الحلال	٩٦.
٣٧٣	المطلب السابع: تحديات السياحة والترفيه الحلال	٩٧.
٣٧٦	المطلب الثامن: تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال	٩٨.
٣٧٨	المطلب التاسع: تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية	٩٩.
٣٨٠	المطلب العاشر: تحديات خدمات الإعلام الإسلامي	١٠٠.
٣٨٣	المطلب الحادي عشر: تحديات خدمات الضيافة الإسلامية	١٠١.
٣٨٦	المطلب الثاني عشر: تحديات صناعة الألعاب الحلال	١٠٢.
٣٨٨	الفرع الثاني: معالجة تحديات صناعة الحلال	١٠٣.
٣٨٨	المطلب الأول: معالجة التحديات العامة لصناعة الحلال	١٠٤.
٣٩١	المطلب الثاني: معالجة تحديات الخدمات المالية الإسلامية	١٠٥.
٣٩٤	المطلب الثالث: معالجة تحديات صناعة الأغذية الحلال	١٠٦.
٣٩٦	المطلب الرابع: معالجة تحديات صناعة الألبسة الشرعية	١٠٧.

الصفحة	الموضوع	ت
٣٩٨	المطلب الخامس: معالجة تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال	.١٠٨
٣٩٩	المطلب السادس: معالجة تحديات الصناعة الدوائية الحلال	.١٠٩
٤٠١	المطلب السابع: معالجة تحديات السياحة والترفيه الحلال	.١١٠
٤٠٤	المطلب الثامن: معالجة تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال	.١١١
٤٠٦	المطلب التاسع: معالجة تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية	.١١٢
٤٠٨	المطلب العاشر: معالجة تحديات خدمات الإعلام الإسلامي	.١١٣
٤١٠	المطلب الحادي عشر: معالجة تحديات الضيافة الإسلامية	.١١٤
٤١٣	المطلب الثاني عشر: معالجة تحديات صناعة الألعاب الحلال	.١١٥
٤١٥	الخاتمة	.١١٦
٤١٦	النتائج	.١١٧
٤١٨	التوصيات	.١١٨
٤٢٢	فهرس الآيات القرآنية	.١١٩
٤٢٤	فهرس الأحاديث النبوية الشريفة	.١٢٠
٤٢٦	المصادر والمراجع	.١٢١



المقدمة

الحمد لله الذي أحل الحلال وأطابه، ونهى عن الحرام وحرّم وسائله وأسبابه،
وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، أعطى الفطرة حقها في الخلق والإنعام،
وجعل لها في الحلال ما يغنيها عن الحرام، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله، بيّن
الشريعة للأنام، وسلك بالعالمين طريق الوفاق والوئام، اللهم صل على محمدٍ وعلى آله
البررة الكرام، وعلى أصحابه الأئمة الأعلام، وعلى التابعين لهم بإحسان على مدى
الأيام.

أما بعد:

إنّ من نعم الله تعالى وكمال عدله وحكمته أن خلق الإنسان وكرّمه، وهياً له ما
يحتاجه من الطعام والشراب، وأحلّ له كثيراً ما يسدُّ به حاجاته وامتعه، فأمره بأشياء،
ونهاه عن أشياء، وذلك رحمة منه وإحساناً إليه؛ ليستعين بحلاله على طاعة الله والقيام
بشؤون دنياه، فهو بيده سبحانه وحده حق التحليل والتحريم في هذا الكون، لا لفرد ولا
أمة ولا سلطة، وكل جهة تحلل أو تحرم في حياة البشر، فإنها تصدر أحكاماً باطلة،
والإسلام من خلال المذهب الإقتصادي الإسلامي قعد الإنتاج بقواعد كبرى، ورتب
أولوياته، وهى عناصره، وما ذلك إلا ليكون الإنتاج وتسويقه وإستهلاكه، متوافقاً مع
متطلبات تشريعات الشارع على طول سلسلة توريد الحلال، بالإضافة إلى أن إقتصادنا
حريص على إتباع أقصى معايير نُظم الجودة، وأن تدخل المواد الحلال فقط في
عمليات التصنيع، وضمان عدم الغش والإحتيال لتأمين صحة المستهلك، والمحافظة
على الأنظمة والقوانين التجارية وعدم مخالفتها.

لقد أصبحت كلمة "حلال" أو منتجات "إسلامية" مصطلحاً لها صدىً دولياً،
ودلالات وأهمية اقتصادية هائلة، وذلك بعد التطورات التي شهدتها قطاعات الاقتصاد
الإسلامي، حيث انضمت إلى الصناعة المالية الإسلامية، منتجات الأغذية،

ومستحضرات الأدوية والتجميل، والأزياء المحتشمة وخدمات النقل اللوجستي، والسياحة والضيافة، والتقنيات الرقمية والأعلام، والألعاب والترفيه.

وتشير الدراسات والتقديرات الواردة عن المراكز المهمة بواقع الإقتصاد الإسلامي العالمي، إلى أن إنفاق المسلمين على منتجات الإقتصاد الإسلامي حول العالم بلغ أكثر من ٢ ترليون دولار خلال الأعوام ٢٠١٩م، ٢٠٢٠م، وستتضاعف الأرباح لتصل عشرات الأضعاف بحلول عام ٢٠٣٠م^(١)، وأكد خبراء أن الزيادة السريعة في تعداد سكان المسلمين، وتحسن أحوال المعيشة، مثل شريان الحياة للأسواق، مما أتاحت هذه الزيادة والطلب المرتفع فرصاً واعدةً لنمو قطاعات الإقتصاد الإسلامي المتنوعة، وبالتالي زيادةً كبيرةً في إنشاء المشاريع، وإستحداث وظائف في مجال الأعمال والتجارة على المستوى المحلي والعالمي.

أولاً: الأهمية العلمية والتطبيقية:

إن استهلاك السلع والخدمات من أهم الموضوعات التي تمس حياة المسلمين، وتحافظ على أنفاسهم، وتضمن توفير حاجاتهم الإستهلاكية من خلال تنوع المنتجات، ولذا فصّلت الشريعة الإسلامية كل ما هو حلال وأباحته، وبينت الحرام ونهت عنه، ووضعت القواعد والأصول والضوابط لإنشاء المنتجات وتقديم الخدمات، وأنّ هناك ارتباط وثيق بين الإنتاج والإستهلاك بالمبادئ العامة التي وضعها الإسلام، التي لا تصلح للإجتهادات الفكرية البشرية، بالإضافة لما تقدم تتبع أهمية منتجات الإقتصاد الإسلامي للأمور التالية:

- ١- شحة الدراسات التي تتناول الموضوع من كل جوانبه التنظيرية، والواقع التطبيقي، بالإضافة الى الأهمية الاقتصادية الذي تحققه.
- ٢- أهمية العمل والإنتاج في حياة الأفراد والمجتمعات والشركات.
- ٣- دور المنتج في تعزيز مكانة الإقتصاد الإسلامي.

(١) ينظر: واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي: تقرير سنوي صادر عن مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي، ٢٠١٩/٢٠، ٢٠٢٠/٢١، ٢٠٢١/٢٢.

٤- تمثل صناعة الحلال حاجة ضرورية ملحة للمجتمعات الإسلامية، لإستيفائها المعايير الشرعية والشروط الصحية، وضمانها للحلال على طول سلسلة التوريد.

٥- ضرورة إدخال هذه المنتجات إلى الدول غير الإسلامية، لزيادة الطلب على الحلال من قبل الجاليات الإسلامية، والأفراد الأصليين من غير المسلمين في تلك البلاد.

ثانياً: أهداف البحث:

يسعى الباحث من وراء إجراء هذه الدراسة، إلى الإجابة على الإشكاليات المطروحة في إطار الفرضيات الأولية، فمما تحققه هذه الدراسة الأهداف التالية:

- ١- إظهار حرص الشريعة الإسلامية على بناء مختلف أنماط حياة المسلمين على الحلال، وربطها بالمقاصد الشرعية الضرورية والحاجية والتحسينية.
- ٢- التعرف على أشكال منتجات الإقتصاد الإسلامي، وسبل تطويرها.
- ٣- التعرف على الواقع التطبيقي للمنتجات، وبالأعداد والإحصاءات الدورية.
- ٤- دراسة دور المنتجات الحلال في تلبية الإحتياجات العصرية للمسلمين.
- ٥- تبين ما هي المنتجات والخدمات الحلال، وما هي المنتجات والخدمات غير الحلال.
- ٦- تسليط الضوء على التحديات والمعوقات التي تحد من إنتاج الحلال وإمداداته.

ثالثاً: دوافع إختيار الموضوع:

تمَّ إختيار الموضوع بناءً على مجموعة من الإعتبارات الموضوعية والذاتية، يمكن التطرق إليها فيما يلي:

- ١- إهمال المسلمين الإنتاج والتنمية وتوفير الخدمات، حتى باتوا يستهلكون كل ما يأتيهم من صناعة الغرب.
- ٢- خطر الإعتماد على الوارد من المنتجات الأجنبية، فإنَّ عمل غير المسلمين قد دخله الحرام ودارت حوله الكثير من الشبهات، وكما إن صناعاتهم قد بثوا

فيها أفكار معتقداتهم وثقافتهم وحضاراتهم، التي لا تمت إلى الإسلام والمسلمين بصلة، لا من قريبٍ ولا من بعيد.

٣- التحولات والانتقالات السريعة التي يشهدها الإقتصاد الإسلامي، فبعد أن ثبتت نفسه كأحد النظم الاقتصادية، له نظرياته وأهدافه، ثم النجاح الذي حققته المصارف الإسلامية في مجال التمويل وابتكار الأدوات والعقود المالية، حدثت مستجدات هامة بدخول قطاعات جديدة ضمن الإقتصاد الإسلامي، وهذا تطور هام وحيوي ساهم في تشكيل منظومة إقتصادية متكاملة.

٤- الرغبة مني في إبراز القطاعات الحديثة للإقتصاد الإسلامي للمسلمين بشكل عام، ولرجال الأعمال والمستثمرين بشكل خاص؛ ليوجهوا رؤوس أموالهم نحو هذه الانتاجيات المهمة للأمة الإسلامية.

٥- إغفال الدراسات الأكاديمية والجهود البحثية السابقة، الإهتمام بقطاعات الإنتاج والخدمات في الإقتصاد الإسلامي.

٦- المساهمة في ربط الدراسات الفقهية مع الواقع العملي التطبيقي، والتطلع إلى ما يخدم مجتمعاتنا الإسلامية بإبتكار منتجات وخدمات أكثر أصالة، تكون بديلاً للسلع والخدمات التقليدية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

يعد هذا الموضوع من الموضوعات الرائدة والحديثة في الإقتصاد الإسلامي، وعلى الرغم من أهمية موضوع منتجات الإقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر، إلا أنه ما كُتب حوله لا يتعدى التنظير الفقهي الذي اقتصر على بعض المنتجات الاقتصادية، في حين أن أثر الجانب الإقتصادي للمنتجات المالية والسلعية والخدمية على الفرد المستهلك، وأثرها على المستثمرين من رجال الأعمال والشركات، وعلى المجتمعات والدول ككل، يكاد يكون مهملًا، فعلى حسب علمي لم أجد دراسة علمية تناولت جانب منتجات الإقتصاد الإسلامي، إلا بعض المؤلفات المعدودة، والتي إقتصرت على صناعة واحدة أو خدمه واحدة من قطاعات الإقتصاد الإسلامي،

كالأغذية الحلال، والألبسة المحتشمة، والسياحة والسفر الحلال، ومن هذه الدراسات أذكر أهم ما توفرت بين يدي:

١- وجدت دراسات عدة حول نظرية الإنتاج في الاقتصاد الإسلامي ومبادئه وأساسياته، من غير التطرق الى المنتجات الاقتصادية ودورها في تلبية الحاجات الاستهلاكية للمسلمين، فمن هذه الدراسات: نظرية الإنتاج في الاقتصاد الإسلامي: أحمد ياسين عبد المشهداني، أطروحة دكتوراه مقدمة الى الجامعة الإسلامية - بغداد، كلية الفقه وأصوله، ٢٠٠٦م.

٢- موسوعة صناعة الحلال: الصادرة عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة الكويت، لسنة ٢٠٢٠م، حيث عنيت هذه الموسوعة بالجانب التنظيري الشرعي لأحكام وضوابط الأطعمة، والأشربة، والطهارات والنجاسات، والمواد المضافة والمخدرات، وفي الطب والتداوي، ومستحضرات التجميل، والألبسة والزينة، وفتاوى متفرقة أخرى.

٣- أبحاث المؤتمر الدولي الأول والثاني لإقتصاديات المنتجات الحلال: الصادرة من الهيئة العالمية للإقتصاد والتمويل الإسلامي، لسنة ٢٠١٥م و٢٠١٦م، تناولت هذه الأبحاث أخلاقيات التسوق، ودراسة لسلوك المستهلك، ودور المنتج وجودته وأثره على التنمية الاقتصادية، والأمن الغذائي للأقليات المسلمة، وضوابط الإعلان والدعاية للمنتجات الغذائية، والعلامات التجارية الحلال، والدعوى لتوحيدها، والأحكام الشرعية المتعلقة بالمضافات الغذائية، واستعمال الجيلاتين، وأحكام متعلقة بالألبسة والأزياء.

٤- صناعة الحلال وخدماته: كتاب من تأليف الدكتور هاني بن منصور السباعي، لسنة ٢٠٢٠م، تناول المؤلف في كتابه مصطلحات ومفاهيم عامة حول الحلال، والذبح الحلال، وذكر أقوال الفقهاء في مسائل الحلال، وبعض إرشادات الصناعة وتحدياتها بصورة عامة، كما أعطى نبذة مختصرة عن السياحة الحلال.

٥- كما أنني وجدت أبحاثاً عربية معدودة وأخرى اجنبية، تناولت تنظيراً شرعياً للأغذية النباتية واللحوم، وأخرى في السفر الحلال.

أما أهم ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

١- امتازت دراستي بذكر كافة أنواع المنتجات والصناعات والخدمات في الإقتصاد الإسلامي، والتي لم يكن لها ذكر من قبل.

٢- جعلت فصلاً كاملاً للخدمات المالية الإسلامية، تناولت فيه: مقدمات عن الصناعة المالية الإسلامية، المفهوم والخصائص والنشأة وواقعها المعاصر، ومنهاج تطويرها، وأهم مؤسساتها، وفصلت في الأدوات والمنتجات المالية، وكيف تحقق الاستفادة منها، سواء كانوا أفراداً، أو رجال أعمال، أو شركات، أو على مستوى مؤسسات الدولة.

٣- خصصت فصلاً في صناعة الحلال وخدماته، تناولت من المنظورين: الشرعي والإقتصادي، حيث شمل الفصل على منتجات وخدمات، كثيراً منها لم تتناولها الأبحاث العلمية العربية ولو على وجه الإختصار، فشمّل من الصناعات الحلال على: الأغذية، والألبسة والأزياء، ومستحضرات التجميل، والمنتجات الدوائية، وشمّل من الخدمات الحلال على: السياحة والسفر، والنقل اللوجستي، والخدمات الرقمية، والإعلام الإسلامي، والضيافة، والبحث والتطوير، والألعاب.

٤- افردت مبحثاً في دراستي تطرقت فيه أهم التحديات التي تواجه صناعه الحلال، لكل منتج وخدمة على إنفراد، مع ذكر أهم الحلول والمعالجات المناسبة لتلك التحديات.

خامساً: مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة البحث في المخاطر الجمة التي لحقت بالأمة الإسلامية جراء الركون والاعتماد على السلع والخدمات التي ينتجها غير المسلمين، وتقديمها للمسلمين مغلقة بمعتقداتهم وأفكارهم الثقافية والحضارية التي لا تتوافق جليها مع ثوابت الشريعة الإسلامية ومبادئها، حتى بات المسلمون يستهلكون كلّ ما يأتيهم من صناعة الغرب وخدماته، من غير تمييز وتمحيص بين طيبها وخبثها ونافعها وضارها.

سادساً: أسئلة البحث:

إنطلاقاً من الإشكالية التي طرحتها سابقاً، يمكن طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ١- هل للاقتصاد الإسلامي مرونة في الإنتاج تلبية متطلبات العصر بفعل تقدم الصناعات والتطور التقني والتكنولوجي؟
- ٢- ما واقع منتجات الاقتصادي الإسلامي على المستوى العالمي، ومدى تلبيةها للمتطلبات والحاجات الاستهلاكية للمجتمعات الإسلامية؟

سابعاً: منهج الباحث:

في سبيل سعي الباحث لترجمة اهداف الأطروحة الى دراسة علمية، استعان بالمنهج الوصفي التحليلي في دراسة وصياغة المادة العلمية، واستخدمت المنهج المقارن في بعض الأحيان؛ للتفريق بين النظام الاقتصادي الإسلامي والنظم الاقتصادية التقليدية في بعض المسائل والقضايا الاقتصادية.

ثامناً: هيكلية الدراسة:

إستجابة لأهمية الموضوع وتحقيقاً لأهدافه، فإن البحث في تصور الباحث تستوجب دراسته على النحو المأمول، فتضمن على مقدمة وثلاث فصول، وخاتمة مع النتائج والتوصيات.

المقدمة: تضمنت أهمية البحث، وأهدافه، وإشكالياته، وأسئلة الدراسة وفرضياته، وأسباب إختيار الموضوع، والدراسات السابقة، وهيكلية البحث.

الفصل الأول: الإنتاج في الاقتصاد الإسلامي

وتضمن مبحثين:

المبحث الأول: مدخل إلى الإقتصاد الإسلامي.

المبحث الثاني: مبادئ الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي.

الفصل الثاني: الخدمات المالية الإسلامية ودورها في تلبية متطلبات العصر

وتضمن أربعة مباحث:

المبحث الأول: مدخل عام للمنتجات المالية الإسلامية.
المبحث الثاني: مدخل عام لمؤسسة المصارف الإسلامية.
المبحث الثالث: معاملات المصارف الإسلامية.
المبحث الرابع: منتجات وخدمات المؤسسات المالية غير المصرفية.
الفصل الثالث: الصناعات والخدمات الحلال ودورها في تلبية متطلبات العصر
وتضمن خمسة مباحث:

المبحث الأول: مدخل عام لصناعة الحلال.
المبحث الثاني: منتجات الأغذية الحلال.
المبحث الثالث: منتجات السلع الحلال.
المبحث الرابع: منتجات الخدمات الحلال.
المبحث الخامس: التحديات التي تواجه صناعة وخدمات الحلال.

الخاتمة

النتائج: تضمنت ما توصلت إليه الدراسة من نتائج عامة.
التوصيات: تضمنت مقترحات وتوصيات البحث.

هذا فما كان من صواب في عملي فمن الله وحده، وما كان فيه من خطأ أو سهو أو نسيان أو مجافاة، فمني ومن الشيطان، والله ورسوله منه برآء، وأستغفر الله عليه، وأسأل الله تعالى وحده، أن يجعل هذا الجهد خالصاً لوجهه الكريم، وأن يكتب له القبول في الأرض ويجعله نافعاً لخلقه، إنه ولي ذلك والقادر عليه، وصلى الله تعالى وسلم وبارك على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه ومن إقتفى أثره إلى يوم الدين.

الفصل الأول

الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي

وفيه مبحثان:

- المبحث الأول: مدخل إلى الإقتصاد الإسلامي.
- المبحث الثاني: مبادئ الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي.

المبحث الأول مدخل إلى الإقتصاد الإسلامي

وفيه مطلبين:

المطلب الأول: التعريف بالإقتصاد الإسلامي.

المطلب الثاني: دواعي الحاجة إلى النظام الإقتصادي الإسلامي.

الفصل الأول

الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي

من المعلوم أنّ أي نشاط إقتصادي، يتولد من خلال الحض على الإستثمار والإستهلاك، والإنفاق مؤثراً بشكل كبير على الناتج الكلي، فمن دون الإنفاق لا يتصور وجود الأسواق، وبالتالي لا يتولد الإنتاج، وبالتأكيد لن تقوم دورة للنشاط الإقتصادي حينئذٍ، و يعد النظام الإقتصادي الإسلامي المحرك الأساسي الذي يستمد الإنتاج قوته وحافزه منه، بإعتبار أنّ الإنتاج والتنمية الإقتصادية من أهم الأولويات التي أعطى التشريع الإسلامي المكانة الكبرى له، لذا كان لابد لنا قبل التوغل في منتجات صناعة الحلال وخدماته، أن ندخل من مدخل إلى النظام الإقتصادي الإسلامي وأساسياته، والإنتاج وضوابطه في المنهج الإسلامي، وذلك من خلال المبحثين التاليين.

المبحث الأول

مدخل إلى الإقتصاد الإسلامي

يشكل الإقتصاد بشكل عام، الركيزة الأساسية التي تقوم عليه كافة مجالات الحياة السياسية والاجتماعية وغيرها، ولهذه الأهمية فقد أولى الإسلام عناية كبيرة بهذا الجانب الحيوي في حياة المسلمين، ويظهر ذلك جلياً من خلال نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، والأسس والقواعد العامة التي شرعت من أجل تنظيم المعاملات الإقتصادية والمالية، لذا زاد الإهتمام بالنظام الإقتصادي الإسلامي في العقود الأخيرة، وزادت المحاولات لإبراز هويته وتأثيره على الواقع العملي، بالإضافة إلى الدور الذي شغله في تلبية مختلف حاجات المسلمين الإستهلاكية في مختلف دول العالم اليوم، فمن خلال هذا المبحث سنقف على حقيقة الإقتصاد الإسلامي، وعلاقة الإقتصاد بالشرعية الإسلامية، التي يستمد منها نظرياته في الإنتاج والتوزيع والإستهلاك.

المطلب الأول

التعريف بالإقتصاد الإسلامي

لمصطلح الإقتصاد مدلول عند أهل اللغة والفصاحة، يختلف عن مدلوله في إصطلاح أهل الاختصاص بهذا العلم، ولذا سأعرفه من إتجاهين مختلفين في هذا المطلب على النحو التالي:

أولاً: تعريف الإقتصاد في اللغة:

وردت في المعاجم اللغوية عدة معانٍ وإستخداماتٍ لهذا المصطلح، وتشير مجمل تلك المعاني إلى أنّ أصل كلمة (إقتصاد) من القصد في الشيء: وهو على خلاف الإفراط، أي: وسط بين الإسراف والتقتير، فيقال رجل مقتصد في مشيته ومعيشته ونفقته، ويدل القصدُ أيضاً على معنى العدل^(١).

إذاً فالإقتصاد في مفهومه اللغوي، يدور على حسن التدبير للمعيشة وفي شؤون الحياة عامة، من غير إسرافٍ وإنفاق فيما لا يحل النفقة عليه، ولا تفریط وتقتير على النفوس، ومن هم تحت رعايته ومسؤوليته.

ثانياً: تعريف الإقتصاد في الإصطلاح:

كان الفقهاء الأوائل -رحمهم الله- يطلقون لفظ الإقتصاد ويريدون به الوسطية في الأمور كلها، سواء كانت أمور المعيشة، أو أمور الحدود والعقوبات، وحتى الأمور السلوكية والوعظية، فمن هؤلاء العلماء الإمام العز بن عبد السلام رحمته الله، الذي عرّف الإقتصاد بأنه: "رتبة بين رتبتين، ومنزلة بين منزلتين، والمنازل ثلاثة: التقصير في

(١) ينظر: المحكم والمحيط الأعظم: أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: ٤٥٨هـ)، تحقيق: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م، ٦/ ١٨٦؛ ومختار الصحاح: زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي (ت: ٦٦٦هـ)، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية - بيروت، ط٥، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م، ص ٢٥٤؛ ولسان العرب: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الأفرقي (المتوفى: ٧١١هـ)، دار صادر - بيروت، ط٣، ١٤١٤هـ، ٣/ ٣٥٤.

جلب المصالح، والإسراف في جلبها، والإقتصاد بينهما"^(١)، ومن الأمثلة التي ضربها على تحقيق الوسطية: الإقتصاد في استعمال الماء عند الوضوء والطهارة، وقيام الليل والإعتدال فيه بين حق الله ﷻ وحق النفس بعدم تكليفها بما لا تطيق، وتوجيه العقوبة للجاني وإيقاعها على قدر تحمل الجسد لها، وكذلك عدم التكلف في الدعاء، وعدم المبالغة في الطعام والشراب، والأخذ من ذلك على قدر ما يسد الشبع والري^(٢)، فالإمام ﷺ يرى أن الإقتصاد جلب الحاجات التي تحقق المصالح المعتبرة، في كل شؤون العبادات والمعاملات والسلوك، والذي هو وسط بين إهمالها وعدم إعطاء حقها، وبين الغلو ومجاوزة الحد فيها.

وبعد تطور الحياة العامة للمسلمين عبر قرون كثيرة، أصبح مصطلح الإقتصاد يختص بباب من أبواب الحياة، فمن التعريفات التي خصه به أصحاب الشأن الاقتصادي، كما ورد في معجم الإقتصاد: "علم يبحث في كل ما يتعلق بالثروة، والمال، والتكسب، والتملك، والأخلاق، والإنفاق"^(٣)، فهنا إنتقل المدلول اللفظي لهذا المصطلح نقله نوعيه، حيث قُيد استعماله بتنمية الثروة، وإنفاق المال وطرق تحصيله، والسلوك المتعلق بالتعامل عند مزاوله النشاط الإقتصادي، وهذا هو محور الدراسات الإقتصادية الحديثة.

(١) قواعد الأحكام في مصالح الأنام: عز الدين عبد العزيز بن عبد السلام السلمي (ت: ٦٦٠هـ)، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، مكتبة الكليات الأزهرية - القاهرة، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م، ٢/٢٠٥.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ٢/٢٠٦ - ٢٠٩.

(٣) المعجم الإقتصادي الإسلامي: أحمد الشرباصي (ت: ١٩٨٠م) دار الجيل، ١٤٠١هـ - ١٩٨١م، ص ٣٦.

ثالثاً: تعريف الإقتصاد الإسلامي كعلم:

ذكر العلماء الباحثون في علم الإقتصاد الإسلامي تعريفات مختلفة لهذا العلم، فبعض التعريفات لم يكتب لها السلامة من النقد، فمن أهم هذه التعريفات:

التعريف الأول: عُرِفَ بأنه: "العلم بالأحكام الشرعية العملية عن أدلتها التفصيلية، فيما ينظم كسب المال، وإنفاقه، وأوجه التنمية"^(١).

استنبط مؤلف هذا التعريف من تعريف الفقه إصطلاحاً، وهنا إعتبر أنّ الإقتصاد الإسلامي هو من الأحكام الفقهية العملية، ولا شك إنه جزء من علم الفقه.

التعريف الثاني: عُرِفَ بإعتبار غاياته وأهدافه التي يريد أن يصل إليها، فقيل فيه: "العلم الذي يوجه النشاط الاقتصادي، وينظمه وفقاً لأصول الإسلام ومبادئه"^(٢).

التعريف الثالث: " العلم الذي يبحث في أحسن الطرق للكسب الحلال، وإنفاقه وتوزيعه وتنميته، لتحقيق مصالح الأمة الإسلامية وزيادة قوتها"^(٣).

وهذا التعريف أجده يحمى معنى أوسع من سابقه، حيث ينص على أن الإقتصاد الإسلامي يبحث عن طرق الحلال في جميع أنشطته الاقتصادية، من كسب ونفقة وتوزيع للإنتاج، وكل ذلك يجري بما يتناسق مع مصالح أفراد الأمة والجماعة، وما يعزز به قوتها ومكانتها.



(١) الإقتصاد الإسلامي، أسس ومبادئ وأهداف: أ.د. عبد الله بن عبد المحسن الطريقي، مؤسسة

الجريسي، ط ١١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ١٨.

(٢) النظرية الإسلامية في الإقتصاد: د. خلفان حمد عيسى، دار الجنادرية للنشر والتوزيع - الأردن،

ط ١، ٢٠١٦م، ص ١٨.

(٣) الإقتصاد الإسلامي بين منهجية البحث وإمكانية التطبيق: عبد الرحمن يسري أحمد، المعهد

الإسلامي للبحوث والتدريب، ط ١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٩م، ص ١٨.

المطلب الثاني

دواعي الحاجة الى النظام الإقتصادي الإسلامي

لا يخفى على أحد أنّ قوة أي دولة ورفيها يعتمد على مدى قوة إقتصادها، واليوم يشكل النظام الإقتصادي مقياساً لقابلية الدول على مواجهة التحديات التي تواجه المجتمعات، وما يعصف بالعالم من متغيرات مستمرة، فأى نظام إقتصادي لا يستطيع مجابهة عواصف التحديات وتقديم الحلول السريعة المناسبة، مالم تكن له نظريات وأصول تكفل معتديها، وتجارب مسبقة وموارد متنوعة كافية، لتسهم بمجموعها معالجة المشاكل الاقتصادية، وتلبي الحاجات الإنسانية، وتقيهم من الأخطار المستقبلية المحتملة.

واليوم تواجه المجتمعات الإسلامية في أغلب الدول الإسلامية، أشكالاً من المشاكل الاقتصادية والتخلف في كافة مناحي الحياة العامة، وأسباب التخلف والتدهور وعدم القدرة على تحقيق التنمية الشاملة؛ هو تبعية أغلب الدول اقتصادياً إلى اقتصاديات دول العالم وأنظمتها وقوانينها، رغم حيازتها للثروات الطبيعية والإمكانات والخبرات البشرية، والتي بمجموعها تشكل مقومات النهضة الإقتصادية^(١)، ولاتزال الأمة الإسلامية منذ منتصف القرن الماضي، يراودها حلمها في تحقيق الوحدة الإسلامية والتكامل الإقتصادي بين بلدانها؛ للعوامل المشتركة بينها، كعامل الدين واللغة والموقع الجغرافي والتاريخ المشترك^(٢).

ومن دواعي تبني النظام الإقتصادي أنه يحقق العدالة والرفاهية، ويتضح ذلك من خلال المراحل المتقدمة التي وصلت إليها معدلات الفقر والبطالة والاحتكار في مجتمعاتنا، وسوء للتخطيط وإرتفاع مستوى الجريمة، وهجرة الكفاءات وأصحاب الأموال

(١) التكامل الوظيفي بين المصارف الإسلامية وأسواق رأس المال ودوره في التنمية: رشيد درغال، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر - الجزائر، ١٤٣٠ هـ - ١٤٣١ هـ / ٢٠١٠ م - ٢٠١١ م، ص ٥.

(٢) معوقات التكامل بين البلاد الإسلامية: د. علي سيد إسماعيل، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠١٩ م، ص ٧٧.

والخبرات إلى بلدان العالم، فكل هذه أسباب أدت إلى تبعات إقتصادية مريرة، أثرت على السلوك البشري وأخلاقه، وأوجدت أجواء غير آمنة ولا مستقرة، وشعور بالقلق النفسي والإحباط^(١)، فواقع أمتنا اليوم بإختصار: ديون خارجية متفاقمة ومتضاعفة بفعل السياسة المالية للدول المقرضة، وضعف في الإنتاج الزراعي والصناعي، وقلة البنى الأساسية، ورداءة الخدمات المقدمة للمجتمعات^(٢)، وهذا الواقع هو نتيجة حتمية لتبعية نظم إقتصادية كبرى، أي خضوع إقتصاد كثير من دول العالم الإسلامي لسيطرة الآخر، عبر فرض القوانين والقرارات أو السيطرة المناطقية، فأى تغير في إقتصاديات الدول المستقلة يظهر أثره على الدول المذعنة، أو كما يسمى ببلدان (العالم الثالث)، وتكمن الآثار من خلال تحكم الأسواق العالمية في الأسعار والصادرات، والسيطرة النقدية، وزيادة المال الأجنبي على حساب رأس المال القومي^(٣)، ومن أشكال التبعية الإقتصادية في البلاد العربية والإسلامية، التبعية في كافة مجالات الهيكل الإقتصادي القومي التجاري والغذائي والمالي^(٤)، أدت إلى ضعف الناتج المحلي، والإضطراب إلى إتمام مبادلات تجارية غير متكافئة، تشمل بتصدير الدول العربية للمواد الأولية ومن ضمنها النفط، مقابل الحصول على السلع المصنعة^(٥).

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي وأبعاده الأمنية: د. كمال توفيق خطاب، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ١٦، العدد ٣٢، ١٤٢٢ هـ - ٢٠٠١ م، ص ١١، ١٢.

(٢) ينظر: نحو فهم أعمق للواقع الإسلامي: أ.د. عبد الكريم بكار، دار القلم - دمشق، ط ٣، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م، ص ٨٨، ٩٤، ٩٨، ١٠٣.

(٣) ينظر: العلاقات الإقتصادية الدولية في الإسلام: د. صلاح الدين فهمي محمود، كتب عربية، ٢٠٠٧ م، ص ٢٠١.

(٤) ينظر: التبعية الإقتصادية في الدول العربية وعلاجها في الإقتصاد الإسلامي: د. عمر بن فيحان المرزوقي، مكتبة الرشد - المملكة العربية السعودية، ط ١، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م، ص ١٩، ٤٥، ٥٤.

(٥) معجم المصطلحات الإقتصادية والإسلامية: علي بن محمد الجمعة، مكتب العبيكان، ٢٠٠٠ م، ص ١٦٥.

وبعد ما سبق ذكره نستطيع القول أن من دواعي تبني نظاماً إقتصادياً إسلامياً، هو ما يتمتع به من أهداف ومزايا تمكنه من الوقف على مشاكل المجتمعات العصرية، الإقتصادية منها والإجتماعية والسياسية، فهو يهدف إلى تحقيق مستوى من الكفاية الإقتصادية لكل إنسان، وتوظيف الموارد الإقتصادية في إنتاج الطيبات من السلع والخدمات، لتلبي الإحتياجات العامة للمجتمعات، والتوزيع العادل لهذه الثروة وتقليل التفاوت بين طبقات المجتمع، بالإضافة أنه يسعى إلى تحقيق إقتصاد قوي، وتكامل إقتصادي إسلامي يحفظ للأمة الإسلامية مكانتها وهيبته بين الأمم^(١).

وكما أن للنظم الوضعية سياسات إقتصادية معينة، فإن للإقتصاد الإسلامي خصائص وسياسات تمكنه من جمع الشعوب الإسلامية تحت نظام إقتصادي واحد، فهو يجمع بين ثوابت الأصول والقواعد الإسلامية، وهي سياسة متطورة ومتغيرة من حيث تطبيقاتها للأصول بحسب تغير أحوال الزمان والمكان، فهو منسجم مع واقع الحياة الإنسانية، كما أن له سياسات تنظم المصالح الإقتصادية العامة والخاصة، فهو يعمل على تحقيق الموازنة بين مصلحة الفرد والجماعة، ويعطي للدولة موضعها الذي تتموضع فيه ما بين هذه المصالح والحقوق، ولا يقوم هذه النظام الإقتصادي على الفلسفة المادية وإشباع الحاجات الجسدية فحسب، بل هو إقتصاد تعبدي يجمع بين الحاجة الروحية والجسدية، ويجعل من العقيدة الإسلامية ركيزة أساسية في ضبط السلوك الإنساني وإنعكاسه على النشاط الإقتصادي، حيث يقيد ممارسة الأعمال الإقتصادية في دائرة الحلال والحرام^(٢)، ويعزز الرقابة الشرعية الذاتية والمسؤولية

(١) ينظر: الإستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة في الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الوضعي: سليمان عمر عبد الهادي، دار الأكاديميون - عمان، ٢٠٠٩، ص ٧٩ - ٨٣؛ والنظام الإقتصادي في الإسلام: د. محمد بن سعد المقرن وزملائه، مكتبة الرشد - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، ص ٦٨ - ٧١؛ وقضايا إقتصادية إسلامية معاصرة: د. عبد الحليم عمار غربي، دار أبي الفداء العالمية - سوريا، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م، ص ١٩.

(٢) ينظر: الإقتصاد الإسلامي المنقذ من الضلال: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار حميثرا - مصر، ٢٠١٨م، ص ٣٥ - ٣٩؛ وذاتية السياسة الإقتصادية الإسلامية وأهمية الإقتصاد الإسلامي: د. محمد شوقي الفنجري، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية - القاهرة، ١٤١٣هـ -

الإجتماعية، التي تضمن الإخلاص في العمل وتحافظ على المال العام من الهدر والضياع، وهذه الرقابة تنطلق من الوازع الديني، وتمتاز بالوضوح والشمولية والتكامل مع المرونة، وتهدف إلى التأكد من سلامة الأنظمة والتعليمات المتبعة المنسجمة مع روح الشريعة، وحمايةً لحقوق الأفراد والجماعات وموارد الأمة بشكل عام^(١).



١٩٩٣م، ص ٧٩، ٨٠؛ والسياسة الإقتصادية في إطار النظام الإسلامي: البنك الإسلامي للتنمية، ١٤١٨هـ، ص ٥٣ - ٥٩.

(١) ينظر: نظام الرقابة على المال العام في الإقتصاد الإسلامي: د. فخري خليل أبو صافية، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية - الكويت، العدد ٥٢، المجلد ١٨، ٢٠٠٣م، ص ٣١١ - ٣١٥.

المبحث الثاني

مبادئ الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي

وفيه سبعة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بالإنتاج.

المطلب الثاني: سلم الحاجات.

المطلب الثالث: أقسام المنتجات.

المطلب الرابع: أهداف الإنتاج.

المطلب الخامس: عناصر الإنتاج.

المطلب السادس: ضوابط الإنتاج.

المطلب السابع: مسؤولية الإنتاج.

المبحث الثاني

مبادئ الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي

بعد أن قدمت لمفهوم الإقتصاد الإسلامي في المبحث الأول، ودواعي الحاجة الى تبني هذا النظام، نشرح في هذا المبحث الدخول إلى مبادئ الإنتاج في الإسلام، لذا سأتناول تعريف مصطلح الإنتاج، وأنواع المنتجات، ومدى أهميتها التي تشكله لتلبية المتطلبات الإنسانية، وذلك من خلال المطالب التالية.

المطلب الأول

التعريف بالإنتاج

للمنتج تعريفات لغوية وإصطلاحية عدة، لذا سأتناول بعضها على النحو التالي:

أولاً: تعريف الإنتاج في اللغة:

تناولت معاجم اللغة العربية معاني الإنتاج والنّج، فاشتركت جميعها على أنّ أصل الإنتاج والمنتج مشتقة من الفعل الثلاثي (نَجَّج)، بتشديد التاء للدلالة على التكثير، ف جاء في لسان العرب: النّجّج إسم يجمع كل الدواب، فيقال: نتج القوم، إذا وضعت إبلهم وشاؤهم، وأنتجت الفرس، فتسمى نتوج ومنتج، وإذا ولدت الناقة يقال لها: نتجت، فهي منتوجة، وأنتجت إذا حملت، فهي نتوج، وإذا ولي الرجل ناقة ماخضه حتى تضع حملها يقال: نتجها نتجاً، فأنا ناتج وهي منتوجة، وكذلك في غير الدواب يقولون عن الرياح تنتج السحاب، تمر به حتى يخرج مطراً^(١).

ثانياً: تعريف الإنتاج اصطلاحاً:

الإنتاج بالمفهوم العام هو: "تلك العمليات المركبة التي تستنفذ جهداً بشرياً، وتستهلك مواردً وطاقات في إطار زمني معين، لإيجاد منافع مادية أو معنوية"^(٢).

(١) ينظر: لسان العرب: ٢ / ٣٧٣، ٣٧٤؛ والمصباح المنير في غريب الشرح الكبير: أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، أبو العباس (المتوفى: ٧٧٠هـ)، المكتبة العلمية - بيروت، ٢ / ٥٩١.

(٢) الإقتصاد الإسلامي، أسس ومبادئ وأهداف: أسس ومبادئ وأهداف: أ.د. عبد الله بن عبد المحسن الطريقي، مؤسسة الجريسي، ط ١١، ١١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ٧٦.

فلا يتم أي إنتاج ولا يتأتى من دون توفر عاملين، الأول: يد عامله بشريه تفكر وتخطط وتبدع في عملية الإنتاج، والثاني: المواد الأولية المكونة للمنتج، وبذلك نحصل على المنفعة المادية من السلع، والمنافع الغير المادية المتمثلة بالخدمات.

أما الإنتاج من منظور الإقتصادي الإسلامي: "فهو مشروعية الحاجة التي تقوم السلعة أو الخدمة المنتجة بإشباعها"^(١)، وعُرف كذلك: "وسيلة لإدراك غاية، هي خلق البيئة الإصطناعية وتطويرها تبعاً لدوران المصالح؛ لإيجاد المستلزمات المادية للعبادة، وسعادة الفرد ورفاهيته"^(٢)، فهنا ترى الشريعة أنّ الإنتاج لا بد له من ضوابط تحكمه، وأن يكون من وراءه تحقيق مصالح مادية أو غير مادية، ينتفع الناس بها في معاشهم الدنيوي؛ وذلك لأن الحاجات البشرية ورغبات النفوس منفلة، فمن غير حزم الشريعة وأحكامها التي وضعتها في الإنتاج والعمل وضبط السلوك، لغالى الانسان في صناعاته على غير حاجة المجتمع، ولأوجد منتجات وخدمات من غير الطيبات، فمن هنا يظهر التفريق والتمييز بين المنتجات في النظام الإقتصادي الإسلامي، وغيره من النظم الإقتصادية التقليدية، التي تنتج وتستهلك إرضاءً لرغبات النفوس، ولأجل تحقيق المكاسب المادية فقط.



(١) المدخل الحديث إلى علم الاقتصاد، منهجية ورؤية إسلامية في تناول المسائل الإقتصادية: د.

شوقي أحمد دنيا، دار الكتاب الحديث، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٦ م، ص ١٠٠.

(٢) العمل في الإقتصاد الإسلامي: د. باسم علاوي عبد الجميلي، دار الكتب العلمية - بيروت،

٢٠٠٦ م، ص ٧٣.

المطلب الثاني

سلم الحاجات

إن مما يميز النظام الإقتصادي في الإسلام، أنه جعل العمل بكافة أشكاله مرتبطاً بالقيم الروحية والإعتقادية؛ لمكانته وشرفه ورفعته، وهو ما يميز هذا النظام عن باقي النظم الإقتصادية التي عرفت البشرية على الأرض، فالعمل والإنتاج من بناء للسود، ونهضة في الزراعة، و تقدم في الصناعات والتجارة والتكنولوجيا، كل ذلك من الأعمال المطلوبة شرعاً، وأن الكسب وتحصيل المال وإنفاقه في وجوه الخير، على الأهل والأقارب وفي أبواب التكافل والتضامن الإجتماعي، كلها قربات يتقرب بها إلى الله تعالى^(١)، فالإنتاج واجب مأمور به في الإسلام؛ للنصوص الواردة في كتاب الله وسنة نبيه ﷺ، التي تحث بمجملها على العمل وحسن إستغلال الأرض، وما فيها من خيرات ونعم^(٢)، فقال ﷺ: ﴿ وَسَخَّرْ لَكُم مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴾^(٣)، فسخر سبحانه للبشرية ما في السماء من شمس وقمر ونجوم، وما في الأرض من أنهار وجبال وجمادات وسفن؛ لمنافعكم ومصالحكم الدنيوية^(٤).

والإسلام عندما يحث المجتمعات على العمل والإنتاج وإستغلال الموارد، فإنه يريد من ذلك أن يصل إلى تفضيلات تحقق إشباع حاجات حقيقية للمجتمع.

(١) ينظر: مبادئ في الفكر الإقتصادي الإسلامي: محمد غسان الجبان، ٢٠١٥، دمشق - سوريا، ط١، ص ١١ - ١٤.

(٢) ينظر: حقيبة الدكتور علي القره داغي الإقتصادية: أ.د. علي محي الدين القره داغي، دار البشائر الإسلامية - بيروت، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ١ / ٣٦٣، ٣٦٤.

(٣) سورة الجاثية: الآية ١٣.

(٤) ينظر: جامع البيان في تأويل القرآن (تفسير الطبري): محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الأملي، أبو جعفر الطبري (ت: ٣١٠هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م، ٢٢ / ٦٥.

والحاجات هي رغبة الإنسان في حصوله على ما يحقق وجوده ويحافظ عليه في هذا الكون، أو إثرائه بتنوع الأشياء المراد الحصول عليها، فمما تقدم يمكن أن نتصور الكم الهائل من الحاجات المتنوعة والتداخل فيما بينها التي ينبغي للإنسان إشباعها^(١).

وتقسم الاقتصاديات الوضعية الحاجات على ضوء الجوانب الاقتصادية المادية، دون ارتباطها بالجوانب الأخلاقية والاجتماعية والروحية، في حين تجد أن الإقتصاد الإسلامي يقسم الحاجات مراعيًا فيه جوانب مهمة من العقائد والسلوك في العبادات والمعاملات والعبادات وغيرها في إطار المباح والمأذون به شرعاً^(٢)، ورتب سلم أوليات الإنتاج على حسب ما يحقق من مصالح، ومصالح الناس تختلف من شخص لآخر، لذا قسمت الشريعة الإسلامية الحاجات بشكل عام الى ثلاث مراتب، وهي كما صنفها الامام الشاطبي رحمته الله^(٣):

١- الضروريات: لا بد منها لقيام مصالح الدين والدنيا، بحيث إذا فقدت لم تجرِ المصالح على استقامة، بل على فساد وفوت مطالب الحياة، والأمور الضرورية للناس ما تحقق لهم مصالحهم في حفظ الدين، والنفوس، والعقل، والعرض، والمال.

٢- الحاجيات: أنها مفترق لها من حيث التوسعة ورفع الضيق، فاذا لم تراعى دخل على المكلفين من الحرج والمشقة اللاحقة بفوت المطلوب.

٣- التحسينات: معناها الأخذ بما يليق من محاسن العادات والتصرفات، وتجنب كل ما يدينس وتأنفه العقول الراجحة، لكنها إذا فقدت لم يخل بأمر الحياة ومتطلباتها كما إذا فقد الضروري والحاجي.

(١) ينظر: مدخل للدراسات الاقتصادية الإسلامية: د. خلاف عبد الجبار خلاف، المعهد العالي للدراسات الإسلامية، القاهرة، ١٩٩٩م، ص ١٨.

(٢) ينظر: أصول الإقتصاد الإسلامي: د. محمد عبد المنعم غفر، يوسف كمال محم، دار البيان العربي - جدة، ط ١، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م، ص ٧٧.

(٣) ينظر: الموافقات: إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي (ت: ٧٩٠هـ)، تحقيق: أبو عبيدة مشهور آل سلمان، دار ابن عفان، ط ١، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧م، ١٧/٢ - ٢٢.

ويُحتم الإسلام على المنتجين إنتاج السلع التي تؤمن لهم حد الكفاية، وتشبع حاجاتهم الحياتية الأساسية، فلا يجوز توجيه الطاقات إلى حقل آخر من حقول الإنتاج، بإنتاج السلع شبه الضرورية أو الكمالية على حساب حاجات الأمة، وذلك لأن المنتجات الضرورية تحفظ للإنسان المقاصد الشرعية التي اعتبرتها الشريعة الإسلامية، من حفظ الدين والحياة والعقل والنسب والمال، وإن توفير الحاجات الضرورية مهمة لحفظ كيان المجتمع وأمنه الداخلي والخارجي^(١)، فمعيار المفاضلة بين المشروعات الإنتاجية يجب أن يكون سليماً من الوجهة الشرعية، وأن يكون النفع والضرر هو المعيار الشرعي، وكل ما يحقق اللوازم الشرعية الخمسة فهو منفعة، وكل ما يعرضها للضرر فهو ضار^(٢).

وعلى قدر العناية بسلم الحاجات تظهر آثار التنمية الاقتصادية على المجتمعات، وما تشهده الأمة الإسلامية اليوم من تخبط في ترتيب سلم الأولويات في تقديم مشروعاتها، وصب الاهتمام على تحقيق المكاسب المادية في عملية التنمية وبناء المجتمعات، ما هو إلا من آثار محاكاة الغرب في ظل مناهج التنمية الغربية الدخيلة على المسلمين.



(١) ينظر: الإستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة في الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الوضعي: سليمان عمر عبد الهادي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م، ص ٨٣.

(٢) ينظر: الإنتاج والتنمية "رؤية اقتصادية إسلامية": د. إبراهيم خريس، بحث مقدم الى الملتقى الدولي الأول لمعهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، المنعقد بغرداية - الجزائر، خلال الفترة ٢٣ - ٢٤/٢/٢٠١٠م، ص ١٧.

المطلب الثالث

أقسام المنتجات

يختلف مفهوم المنتجات في الاقتصاديات الوضعية المعاصرة عن المفهوم الذي يقرره الاقتصاد الإسلامي، حيث يرى الاقتصاد الوضعي أنّ السلعة هي ما تتوفر فيها شرطاً المنفعة والقدرة النقدية لإقتنائها، ولا شك أنّ المنفعة غير مستقرة على ضوء هذا التوجه، فقد تكون اقتصادية لشخص ما، ولا تكون كذلك بالنسبة لشخص آخر، مثل ذلك الخمر فهو سلعة اقتصادية في المجتمعات غير الإسلامية، وغير اقتصادية في المجتمعات المسلمة، في حين نجد إنّ الاقتصاد الإسلامي يرى أنّ السلعة هي التي تكتسب صفتها وقيمتها من اباحة الشارع لها، وتسهم في توازن سلوك الإنسان، فالذي يفضل الخمر على اللحوم لا يعد ذلك سلوكاً متوازناً ولا تفضيلاً موضوعياً، كما أنّ السلع في الإسلام لا يجوز الانتفاع بها إلا بعد حيازتها وتملكها^(١)، ويمكن من خلال رؤية الإسلام للمنتجات أن نقسمها على التفصيل التالي:

أولاً: المنتجات الطيبة:

سميت منتجات طيبة أخذاً من قوله تعالى: ﴿ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ ﴾، فكل طيب من مأكّل ومشرب وملبس ومسكن ومركب فهو حلال، وكل ما هو خبيث مما ذكر فهو حرام.

ويقصد بالمنتجات الطيبة: "السلع والمنتجات التي تحقق المنافع المادية لأفراد المجتمع، التي تساهم في حفظ المقاصد الأساسية، التي جاءت الأحكام الشرعية^(٢) من أجل تحقيقها"^(٣)، ويحرص المسلمون على طلب السلع الطيبة، حرصاً على ما أحله الله وأمر بالانتفاع به، وتجنباً لما حرّمه سبحانه وكفّ عنه، ولا يستوي عند الله

(١) ينظر: د. عبد الستار إبراهيم الهيتي، مؤسسة الرواق - عمان، ط ١، ٢٠٠٥م، ص ٥٥ - ٥٩.

(٢) المقاصد الشرعية التي قررتها الشريعة الإسلامية: حفظ النفس، والدين، والعقل، والعرض، والمال.

(٣) سياسة التصنيع في ضوء مقاصد الشريعة: د. باسم الجميلي، دار الكتب العلمية - لبنان،

الحلال والحرام ولو كثر الحرام وراج، فقال ﷺ حول ذلك المفهوم: ﴿قُلْ لَا يَمْتَرِي أَلْحَيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ أَلْحَيْثِ﴾^(١)، ويقول الإمام القرطبي ﷺ في بيان معنى هذه الآية: "والصحيح أن اللفظ عام في جميع الأمور، يتصور في المكاسب والأعمال والناس والمعارف من العلوم وغيرها، فالخبيث من هذا كله لا يفلح ولا ينجب، ولا تحسن له عاقبة وإن كثر، والطيب وإن قل نافع جميل العاقبة"^(٢)، والمنتجات الطبية لها أنواع تندرج تحتها منها:

١- **سلع استهلاكية:** وهي المنتجات التي يمكن للمستهلك إستهلاكها والإنتفاع بها مباشرة، من غير أن يجري عمليات تحويليه أخرى عليها، كالمأكل والمشرب والملبس والمركب والمسكن^(٣).

٢- **سلع إنتاجية:** وهي المنتجات التي تشبع الرغبات بطريقة غير مباشرة، بعد إجراء عمليات إضافية أخرى عليها، كالمواد الخام والأدوات الإنتاجية وأدوات الإصلاح^(٤).

فالبيت سلعة إستهلاكية، ويتطلب كثيراً من السلع الإنتاجية، كالحديد والطابوق والإسمنت لكي يتم بناءه.

٣- **سلع حرة:** وتشمل الموارد الطبيعية الموجودة على الأرض، وما حولها من ماء وهواء وشمس، والتي ليس لها ثمن، ويطلق عليها في الإقتصاد الإسلامي (المباحات)^(٥).

(١) سورة المائدة: جزء من الآية ١٠٠.

(٢) تفسير القرطبي: أبو عبد الله محمد بن احمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي (ت: ٦٧١هـ)، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية - القاهرة، ط ٢، ١٣٨٤هـ - ١٩٦٤م، ٦ / ٣٢٧.

(٣) ينظر: ضوابط التجارة في الإقتصاد الإسلامي: محمد نجيب حمادي الجوعاني، دار الكتب العلمية - لبنان، ٢٠٠٥م، ص ٢٧٦.

(٤) ينظر: المصدر نفسه: ص ٢٧٦.

(٥) ينظر: فقه إقتصاد السوق، النشاط الخاص: يوسف كمال محمد، دار القلم - القاهرة، ط ٤، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، ص ١٧٤.

والسلع الحرة ليس للإنسان فيها دخل في وجودها، ويمكن الإنتفاع بهذه الموارد في كثير من عمليات الإنتاج في مختلف الصناعات.

ثانياً: المنتجات الخبيثة:

وهي سلع محرمة شرعاً، يترتب على إستهلاكها فساداً وضراً كبيراً على جسم الانسان وأخلاقه وبيئته، كإنتاج الخمر والمشروبات الكحولية، أو إنتاج الأغذية المصنوعة من لحوم الحيوانات المحرمة كالخنزير، أو إنتاج الأفلام الهدامة للسلوك والأخلاق الإسلامية، فكل هذه الصناعات تعد من الخبائث التي منع الإسلام إنتاجها^(١)، وتعد هذه المنتجات الخبيثة سلعاً تنافسية في الإقتصاد الوضعي^(٢).

ومن القواعد الشرعية في الإنتاج: "ما حرم إستهلاكه حرم إنتاجه"، وجاء في الحديث الشريف عن رسول الله ﷺ: ((وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكْلَ شَيْءٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ ثَمَنَهُ))^(٣)، وكما ذكر الفقهاء قاعدة أخرى ضابطة للصناعة والإستهلاك: "وما حرم لبسه لم تحل صناعته ولا بيعه لمن يلبسه من أهل التحريم"^(٤)، والمغزى الإقتصادي

(١) الإستهلاك وضوابطه في الإقتصاد الإسلامي: ص ٨٢.

(٢) الإقتصاد الوضعي: يقصد به النظم الإقتصادية الموضوعية من قبل البشرية، كالنظام الرأسمالي والإشتراكي، حيث تفصل هذه الأنظمة إقتصادها عن الدين والأخلاق، وتهدف إلى تحقيق أقصى إشباع مادي ممكن وتكوين الثروات، من غير إعتبار للأخلاق والقيم والإشباع الروحي، وكما أن لهذه الأنظمة نظريات ورؤى حول الإقتصاد بشكل عام، يفترق الإقتصاد الإسلامي معها في كثير منها. ينظر: الإقتصاد الإسلامي بين الفكر والتطبيق: د. حسين حسين شحاتة، دار النشر للجامعات - القاهرة، ط١، ٢٠٠٨م، ص ١٥.

(٣) رواه أبو داود في سننه: أبو داود سليمان الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السجستاني (ت: ٢٧٥هـ)، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية - بيروت، كتاب البيوع، باب في ثمن الخمر والميتة، حديث رقم ٣٤٨٨، ٣ / ٢٨٠. سنده صحيح. ينظر: المقرر على أبواب المحرر: يوسف بن ماجد بن أبي المجد المقدسي الحنبلي (ت: ٧٨٣هـ)، دار الرسالة العالمية، دمشق - سوريا، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ١ / ٥٨٢.

(٤) مجموع الفتاوى: تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني (ت: ٧٢٨هـ)، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م، ٢٩ / ٢٩٨.

من هذه الضوابط: أن الإسلام يوجب على المُنتِج عدم إلحاق أي ضرر بأي طرف من أطراف العملية الإنتاجية، وهم: العامل والمستهلك والموارد والبيئة والجماعة.... الخ^(١).

ثالثاً: الخدمات:

تسهم الخدمات التي تقدمها المؤسسات أو الأفراد في إشباع الحاجات البشرية ورغباتهم، كخدمات التعليم والنقل والسياحة والأمن والراحة والنظافة العامة، وغيرها من الخدمات التي تقدمها مختلف مؤسسات الدولة لمجتمعاتها، ولهذه الخدمات نفس حكم أي منتج، من حيث إشتراط الحلية فيه والإباحة^(٢)، وتعد الخدمات من السلع غير المادية، لها أهمية إقتصادية كبيرة، إذ تشكل نسبة من حصة الناتج المحلي.



(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي، أصول ومبادئ: د. شوقي أحمد دنيا، دار الفكر الجامعي - الإسكندرية، ط١، ٢٠١٣م، ص ١١٠، ١١١.

(٢) ينظر: التسويق في الإسلام: د. محمد طاهر نصير، حسين محمد حسين إسماعيل، دار اليازوري العلمية - الاردن، ٢٠١١م، ص ٧٩.

المطلب الرابع

أهداف الإنتاج

تتمثل أهمية الإنتاج من آثاره على الفرد والمجتمع، فهو يعد وسيلة لإشباع الحاجات والرغبات الإنسانية، كما أن دُخول الأفراد مهما كانت وظائفهم في المجتمعات فإن مصدرها الأساسي عمليات الإنتاج المختلفة^(١)، وتظهر أهميته جلية من خلال دعمه لأسباب بقاء الحياة البشرية وحفظها من الزوال، وذلك من خلال ضمان الحاجات الرئيسية الثلاث: القوت والسكن والملبس^(٢)، فمن هنا تبرز الحاجة إلى الإنتاج وتكثيفه بما يحقق الأهداف الطموحة، وللإنتاج أهدافاً كثيرة يمكن إدراجها تحت هدفين:

١- أهداف دينية: لقد أنشأ الله سبحانه هذه الأرض لتحقيق العبودية عليها، ومن لوازم عبادة الله لا بد من عمارة شيئاً من هذا الكون، بما يحقق المصالح والاحتياجات في هذه الحياة الدنيا، ولذلك قال ﷺ: ﴿هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَأَسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا﴾^(٣)، ومن تفسيرات المفسرين لهذه الآية: إن الله جل شأنه أمرنا بعمارة هذه الأرض على قدر الحاجة والكفاية، لما نحتاج إليه من الزراعة والغراس وبناء الأبنية^(٤)، فالإنتاج من الوسائل الضرورية المهمة لتحقيق مهمة الإستخلاف، ولا بد لهذه المهمة من تفكير وعمل بشري^(٥)، ولقد حث الإسلام على العمل والإكتساب من عمل اليد، وكره الإكتفاء على الآخرين والطلب من

(١) عوامل زيادة الإنتاج ورفع مستوى العمالة في الإقتصاد الإسلامي: د. فاطمة عبد الله محمد عطية، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة - جامعة الأزهر، العدد الثالث عشر، يناير ٢٠١٥م، ص ٤٦.

(٢) الفكر الإقتصادي عند الإمام الغزالي: ياسر عبد الكريم الحوراني، دار مجدلاوي، ط ١، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م، ص ٣٣٤.

(٣) سورة هود: جزء من الآية ٦١.

(٤) ينظر: أحكام القرآن: أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي (ت: ٣٧٠هـ)، تحقيق محمد صادق القمحاوي، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ١٤٠٥هـ، ٤ / ٣٧٨.

(٥) ينظر: العمل في الإقتصاد الإسلامي: ص ٧٣، ٧٤.

الناس لغير حاجة، حفاظاً على كرامة الإنسان وماء وجهه، ففي الحديث الذي يرويه عبد الله بن عمر رضي الله عنهما، أن رسول الله ﷺ سئل أي الكسب أطيب، قال: ((عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ))^(١)، وأفضل طرق الكسب هو ما كان في طلب الرزق للمعيشة، وأن يكون من الحرف الجائزة، كالزراعة والتجارة والصناعة وغيرها من الحرف الغير دنيئة، والتي لا تليق بالمسلم، وذكر الحديث اليد دلالة على تحقيق العمل والكسب وتقريره، فإن العمل سنة الأنبياء والمرسلين، وقوله (كل بيع مبرور) أي: أن يكون مقبولاً في الشرع مثاباً عليه، لا يتخلله غش ولا فاسد ولا خيانة، لأنه بالبيع تصل المنافع من إنتاج وخدمات إلى الناس وكل ما يحتاجونه^(٢).

ويهدف الإنتاج في الإقتصاد الإسلامي إلى تحقيق المنفعة من خلال إنتاج الطيبات التي هي من مقاصد الدين، وضرورة من الضروريات لإستمرار الحياة، وكل ما يحقق هذه المقاصد فهو منتج طيب، وأما منتجات الخمر والمخدرات واللحوم الغير متوافقة مع الشريعة، والأغذية التي تضاف إليها مكونات محرمة، وكذا المنتجات التي تستخدم لتشبه الرجال بالنساء والنساء بالرجال، وآلات اللهو والطرب، فكل ذلك لا تشبع حاجات الإنسان المسلم، ولا

(١) رواه أحمد في مسنده: مسند الشاميين، حديث رافع بن خديج، أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني (المتوفى: ٢٤١هـ)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠١ م، حديث رقم ١٧٢٦٥، ٢٨ / ٥٠٢. فيه المسعودي وهو ثقة لكنه اختلط وبقية رجال أحمد رجال الصحيح. التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير: أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلاني (ت: ٨٥٢هـ)، تحقيق: أبو عاصم حسن بن عباس بن قطب، مؤسسة قرطبة، مصر، ط١، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م، ٤/٣.

(٢) ينظر: فيض القدير شرح الجامع الصغير: زين الدين محمد، المدعو بعبد الرؤوف بن تاج العارفين بن علي بن زين العابدين الحدادي ثم المناوي القاهري (ت: ١٠٣١هـ)، المكتبة التجارية الكبرى - مصر، ط١، ١٣٥٦هـ، ١ / ٥٤٧.

تحقق مقاصد الشارع، ولا تتوافق مع المبادئ الإسلامية والقيم الأخلاقية، فهي محظورات شرعاً ولا يجوز إنتاجها^(١).

٢- أهداف دنيوية: من أهداف الإنتاج المتعلقة بحياة الإنسان، إنه يُأمن الإستهلاك، ويحقق مقاصد الشرعية وهي الرفاهية، وهذا أمر فطري فطر الله سبحانه خلقه على ذلك، فلا يحتاج إلى أمر شرعي لممارسة هذا النشاط الحيوي، ومع ذلك فإن الإسلام أكد على الأمر الفطري بالأمر الشرعي، من خلال الحث على العمل والسعي في مشارق الأرض ومغاربها، فقال سبحانه: ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾^(٢)، فالمشي في الآية الكريمة إشارة إلى بذل الجهد في العمل ومنه الإنتاج، والأكل إشارة إلى إستهلاك المنتج، والأرض المذللة إشارة إلى ما حوته الأرض من مواردها الطبيعية، وفي تعليق الإمام القرطبي رحمته الله على ما ورد في قصة يوسف عليه السلام، فبعد أن ذكر القرآن الكريم على لسانه في قوله: ﴿قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدتُّمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ﴾^(٣)، قال الإمام القرطبي: "ولا خلاف أن مقصود الشرائع إرشاد الناس إلى مصالحهم الدنيوية، ليحصل لهم التمكن من معرفة الله تعالى، وعبادته الموصلتين إلى السعادة الأخروية"^(٤)، فالإستهلاك كما أنه مطلب شرعي، فلا يجوز لإحد الإمتناع عنه؛ لما فيه من تعريض الحياة للخطر وإرهاق النفوس، وهذا محرم ممنوعاً^(٥)، وبالإضافة إلى تحقيق الرفاهية والإستهلاك من خلال الإنتاج، فذلك إنه يحقق

(١) ينظر: النظام الإقتصادي في الإسلام: د. حازم محمود عيسى الوادي، دار الكتاب الثقافي،

١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م، ص ١٧٠.

(٢) سورة الملك: الآية ١٥.

(٣) سورة يوسف: الآية ٤٧.

(٤) تفسير القرطبي: ٢٠٣ / ٩.

(٥) ينظر: المدخل الحديث إلى علم الإقتصاد: ص ١٠٢ - ١٠٣.

العزة والمنعة والقوة للأمة الإسلامية، وذلك معروف أنّ متانة الدولة وقوتها، يرتكز على ما تنتج، وتصنع في مختلف القطاعات الاقتصادية داخل الدولة^(١). ولا يقتصر تميز الإنتاج في النظام الإقتصادي الإسلامي على وضع الأهداف الوصفية والعملية فحسب، بل يتعدى ذلك إلى وضع الخطط والضوابط الكفيلة بتحقيق تلك الأهداف العامة والخاصة، وذلك لحرص الإسلام على تنظيم الدوافع المحركة للسلوك الإنساني، فإنه يعمل على ضبطها عبر مجموعة من القيم الإرشادية لا التحجيرية.



(١) ينظر: مبادئ في الفكر الإقتصادي الإسلامي: ص ١٢.

المطلب الخامس

عناصر الإنتاج

إنَّ الإنتاج هو محصلة عملية تضافر عناصر، للحصول على السلع والخدمات التي تلبى الرغبات البشرية، وعناصر الإنتاج يراد بها: الموارد أو العوامل التي تساهم في تكوين المنتجات، وهذه العناصر كانت قديماً تمثل الأرض والعمل، وبعد أن تطورت المجتمعات في العصر الحديث وإرتقائها، شكل عنصر رأس المال قسماً ثالثاً في العملية الإنتاجية، ولما كان لا بد للإنتاج من تخطيط وتنظيم، شكلت الإدارة عنصراً رابعاً في هذه القسمة^(١)، لكن اختلف العلماء الاقتصاديين في تحديد عدد العناصر التي يمكن أن تشارك في العملية الإنتاجية، فمنهم من عدّها عنصرين، ومنهم من عدّها ثلاثة وأربعة، وقبل ذلك كله لا بد لكن هنا من بيان المعيار الشرعية التي تمثل ضابطاً لاعتبار عناصر الإنتاج، فهناك معياران أساسيان في الإقتصاد الإسلامي يمكن إعتادهما في إختيار عناصر الإنتاج، وهما:

المعيار الأول: إذا كان سبب الإنتاج أصيلاً، أي: أنه الأصل في العملية الإنتاجية لا تبعاً، كرأس المال يعد عنصراً أساسياً في شركة الأموال، وأنَّ العمل هو العنصر الأساسي في عملية المضاربة، وبقية العناصر المساهمة في الإنتاج تكون تبعاً^(٢).

المعيار الثاني: مشروعية الإنتاج وملائمته مع أصول ومقاصد الإقتصاد الإسلامي وخصائصه، كما في رأس المال النقدي المقترض، لا يجوز اعتباره مكوناً من مكونات الإنتاج من خلال إنتاجه الفائدة، فهذا محرم؛ لأن المعدوم شرعاً كالمعدوم حساً^(٣).

وبعد تتبع غالب أقوال العلماء المسلمين في الإقتصاد، نجدهم قد حصروا عناصر الإنتاج على ضوء المعايير السابقة في ثلاثة أقسام، وهي ما يأتي:

(١) ينظر: أصول الإقتصاد الإسلامي: د. محمد عبد المنعم عفر، يوسف كمال محم، دار البيان

العربي - جدة، ط١، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥، ص ٩٧.

(٢) حقيبة الدكتور علي القره داغي الإقتصادية: ١/ ٣٥٤، ٣٥٥.

(٣) ينظر: المصدر نفسه: ١/ ٣٥٤، ٣٥٥.

١- العمل الصالح: نبين في هذا العنصر أمرين يرتبط أحدهما بالآخر: فالأمر الأول حقيقة العمل الصالح، ويُعرف العمل الصالح بأنه: الترجمة العملية والتطبيق المتكامل للعلاقات التي نظمتها الشريعة القويمة، بين الإنسان وخالق الكون من جهة، وعلاقته بين بني جنسه والحياة من جانب آخر^(١)، وحثت شريعة الإسلام العباد على العمل، ودعتهم إلى أن يسيحوا في الأرض، لكسب قوتهم وقوت من يعولون، بل عدت أن أفضل ما يأكله الانسان هو ما أنتجته يده وحصلته بجهداها، ففي الحض على العمل جاء عن رسول الله ﷺ أنه قال: ((مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ، خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ، كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ))^(٢)، وكان عمر بن الخطاب رضي الله عنه يكره أن يكون الرجل بلا عمل في دنياه ليس له حرفة^(٣)، وأهمية عنصر العمل تكمن في تنمية الموارد الطبيعية على الأرض، وحسن إستغلالها لسد الحاجات البشرية، خاصة وأن أعداد السكان ومتطلبات الحاجة في تزايد مستمر يوماً بعد يوم، فتزداد المسؤولية الإقتصادية بالوفاء بهذه الحاجات، على سبيل الزراعة والتجارة والصناعة وغيرها من النشاطات الإقتصادية^(٤).

وأما الأمر الثاني في هذا العنصر وهو العمال في الإسلام، حيث تناول الفقهاء حقوق العمال وواجباتهم وأهتموا بهذا الجانب بالتفصيل والبيان؛ وذلك لكي يكون العامل صالحاً ودوره منتجاً، فلا بد أن توفر المؤسسة الإنتاجية مقومات عمله، من وضعه في المكان المناسب، وتكليفه على حسب الإمكانيات والقدرة والخبرة، وتجنبيه

(١) ينظر: أهداف التربية الإسلامية: د. ماجد عرسان الكيلاني الأردني، دار القلم، ط١، ص ٤٤.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي (ت: ٢٥٦هـ)، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة، ط١، ١٤٢٢هـ، كتاب البيوع، باب كسب الرجل وعمله بيده، حديث رقم ٢٠٧٢، ٣ / ٥٧.

(٣) تاريخ عمر بن الخطاب: الإمام جمال الدين أبو الفرج بن الجوزي، مطبعة السعادة - مصر، ط١، ١٣٤٢هـ - ١٩٢٤م، ص ٢٠٢.

(٤) ينظر: أصول الإقتصاد الإسلامي ونظرية التوازن الإقتصادي في الإسلام: د. أمين مصطفى عبد اللاه، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه - القاهرة، ط١، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، ص ١٤٥.

المخاطرة في العمل، ومراعاة أجره على حسب الظروف والجهد المبذول، كما أن على المؤسسة أن تكفل حقه، ورعايته الرعاية الإنسانية والصحية والاجتماعية، قبل وبعد بلوغ العجز أو البطالة على وفق نظام الإسلام في التكافل الاجتماعي، وكما أن للعامل حقوق له، فعليه أيضاً واجبات تجاه المؤسسة، فكما يقال: لا حق بدون واجب، ولا كسب بدون جهد، فإن عليه أن يتحلى بالقيم الايمانية، والأخلاق الفاضلة، والإخلاص وإستشعار مراقبة الله له، مع إتقان ما كلف به حسب الجوانب الفنية وقواعد العمل والإنتاج^(١).

٢- رأس المال: مصطلح رأس المال عام، يشمل كل ما يسهم في الإنتاج من نقود وآلات ومعدات والمواد الأولية الداخلة في عملية الإنتاج، فالنقود إذا دخلت في عملية الإنتاج وتقلبت فيه، فإنه يطلق عليها رأس مال إنتاجي، وعكسه إذا ظلت ساكنة غير متحركة، أو إستخدمت في الإستهلاك فلا تعد رأس مال^(٢)، وهذا المصطلح جاء في كثير من نصوص القرآن الكريم وكلام فقهاء المسلمين المتقدمين، فجاء على لسان الفقهاء قولهم: " ولا خلاف في أنه يجوز جعل رأس المال الدراهم والدنانير، فإنهما قيم الأموال وأثمان البياعات، والناس يشتركون بها من لدن النبي ﷺ"^(٣)، حيث أشار هنا الى رأس المال النقدي وليس العيني في حديثه عن الشركة في عقد المضاربة، حيث يقدم أحد الشركاء (رأس ماله) وهو المقارض، في حين يقدم المضارب (عمله) الجهد والخبرة التي يمتلكها؛ ليُنمي المال المستثمر، والإسلام راعى توزيع عوائد المال بين أطراف العملية الإنتاجية وذلك باعتبارين^(٤):

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي بين الفكر والتطبيق: ص ٧١ - ٧٧.

(٢) دروس في الإقتصاد الإسلامي، النظرية الإقتصادية من منظور إسلامي: د. شوقي أحمد دنيا، ط١، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، ص ١٣٢.

(٣) المغني لابن قدامة: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي (ت: ٦٢٠هـ)، مكتبة القاهرة، ١٣٨٨هـ - ١٩٦٨م، ٥/ ١٢، ١٣.

(٤) ينظر: الإسلام والتوازن الإقتصادي بين الأفراد والدول: محمد شوقي الفنجري (ت: ١٤٣١هـ)، وزارة الأوقاف - مصر، ص ٨٢.

الإعتبار الأول: سعر السوق (العرض والطلب)، فعلى على حسب القوة السوقية، يُحدد نصيب الأطراف المشاركة في الإنتاج.

الإعتبار الثاني: ألا يكون سعر السوق مضراً بأحد الأطراف، سواء رب المال أو رب العمل، وإلا تدخل ولي الأمر لفض النزاع إن حصل في تحديد الثمن، الذي يحقق العدل والتوازن بين الطرفين.

وأضيف امرأ مهماً وهو أن توزيع العوائد على طرفي العمل وبالتحديد صاحب رأس المال، يجب أن تكون مبنيةً على الربح والخسارة، فلا تجوز أن تعطى فائدة معلومة القدر على المال المضارب فيه، كما هو الحال في النظام الإقتصادي الوضعي، من غير نشاط تجاري مبني على العُثم والعُرم.

٣- الأرض: إهتمت نصوص الشرعية إهتماماً بالغاً بالأرض، التي فيها مصالح أفراد الأمة، وما تحويه وما يحيط بها من الشمس والقمر والهواء، فهي المستوعب للموارد الطبيعية الأولية التي يقوم عليها بنيان الإنتاج، وتلبي مقومات الإستخلاف والعمارة لهذه الأرض، وقد دلت كثير من نصوص الكتاب والسنة وأفهام العلماء حول هذا المضمون، ففي المسخرات التي سخرها سبحانه وتعالى للبشر جاء فيها قوله ﷻ: ﴿ وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ اثْنَيْنِ يُغِشِي الْأَيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١﴾ وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُّتَجَوِّرَاتٌ وَجَعَلْنَا مِنْ أَغْنَبٍ وَزَرْعٌ وَنَخِيلٌ صِنَوَانٌ وَغَيْرُ صِنَوَانٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفِضْ بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأَكْلِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴿٢﴾ ﴾ (١)، وحث سبحانه على إستغلال هذه النعم والخيرات فقال ﷻ: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ﴾ (٢)، ولا يمكن الأكل من خيرات الأرض والإنقاع من مواردها، من غير بذل الجهد بالزراعة والصناعة وكافة أشكال الإنتاج، ومن تنظيم رسول الله ﷺ للأرض، أمر باستغلالها ونهى عن حبسها، وإلا فليمنحها

(١) سورة الرعد: الآيتان: ١، ٢.

(٢) سورة البقرة: جزء من الآية ١٦٨.

لأخيه، فقال: ((مَنْ كَانَتْ لَهُ أَرْضٌ فَلْيُزْرِعْهَا، أَوْ فَلْيُحْرِثْهَا أَخَاهُ، وَإِلَّا فَلْيَدَعْهَا))^(١)، ومن إهتمام الخلفاء والأمراء بالأرض وقيمتها، كتب عمر بن عبد العزيز رضي الله عنه لعماله: "أنظر ما قبلكم من أرض الصافية^٢، فأعطوها بالمزارعة بالنصف، وما لم تُزرع فأعطوها بالثلث، فإن لم تُزرع فأعطوها حتى تبلغ العشر، فإن لم يزرعها أحد فامنعها، فإن لم يزرع فأنفق عليها من بيت مال المسلمين، ولا تبتزن^(٣) قبلك أرضاً"^(٤).



(١) رواه مسلم في صحيحه: مسلم بن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري (ت: ٢٦١هـ)، تحقيق: محمد عبد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، كتاب البوع، باب كراء الأرض، حديث رقم ١١٧٧ / ٣، ١٥٣٦.

(٢) الصافية: ويقصد بها: "الأماك والأراضي التي جلا عنها أهلها أو ماتوا ولا وارث لها". النهاية في غريب الحديث والأثر: مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد الشيباني الجزري، ابن الأثير (ت: ٦٠٦هـ)، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي، المكتبة العلمية - بيروت، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، ٤٠/٣.

(٣) ولا تَبْتَزَنَّ: لم أجد معناً لهذه الكلمة في المعاجم اللغوية. ويقول الدكتور رفيق يونس: ربما إنها (ولا تبتزن) أي: لا تدعن الأرض بُوراً بلا زراعة. ينظر: أصول الإقتصاد الإسلامي: د. رفيق يونس المصري، دار القلم - دمشق، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ص ١٠٣.

(٤) الخراج: أبو زكريا يحيى بن آدم بن سليمان القرشي بالولاء، الكوفي (ت: ٢٠٣هـ)، المطبعة السلفية ومكتبتها، ط٢، ١٣٨٤م، ص ٥٩.

المطلب السادس

ضوابط الإنتاج

إن الموارد الطبيعية التي أودعها خالق الكون سبحانه ليست كلها على دوام مستمر، فقد تنفذ بعض الموارد من على الأرض بسبب سوء الانتفاع بها، مما يحرم الأجيال القادمة من تحقيق مصالحهم بفعل نقص الموارد آنذاك، ولذا كما حرص النظام الاقتصادي على الإهتمام بالإنتاج وتحديد عناصره، فإنه حريص أيضاً على ضبط هذا الإنتاج وتقيده بضوابط وقيود، وذلك من خلال أحكام عامة وردت في نصوص الكتاب والسنة النبوية، وتقعيدات الفقهاء، فيمكن أن نوجزها بما يأتي:

١- الإلتزام بأولويات الإنتاج: يُحتم الإسلام على المنتجين إنتاج السلع التي تؤمن لهم حد الكفاية، وتشبع حاجاتهم الحياتية الأساسية، فلا يجوز توجيه الطاقات إلى حقل آخر من حقول الإنتاج، بإنتاج السلع شبه الضرورية أو الكمالية على حساب حاجات الأمة، وذلك لأن المنتجات الضرورية تحفظ للإنسان المقاصد الشرعية التي اعتبرتها الشريعة الإسلامية، من حفظ الدين والحياة والعقل والنسب والمال، وإن توفير الحاجات الضرورية مهمة لحفظ كيان المجتمع وأمنه الداخلي والخارجي^(١). فلا ينبغي أن يراعى تحسني إذا كان في مراعاته إخلال بحاجي، ولا يراعى حاجي إذا كان في مراعاته إخلال بضروري^(٢).

٢- ترشيد إستهلاك الموارد وتركيز الرقابة على الإنتاج: ينظر الإسلام بعمق المسؤولية لكل شيء في الوجود، فأمر الإسلام المسلمين بترشيد الإستهلاك في الماء والطعام والملبس والإستهلاك بقدر الحاجة، ومما يؤيد ذلك قوله ﷺ: ﴿وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا﴾^(٣)، وحثت الشريعة على إتقان العمل وجودته، فإتقان المنتج

(١) ينظر: الإستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة في الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الوضعي:

سليمان عمر عبد الهادي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م، ص ٨٣.

(٢) ينظر: النظام الإقتصادي في الإسلام: ص ١٢٩.

(٣) سورة الإسراء: جزء من الآية ٢٦.

يؤمن للمجتمع تجهيزه بالمنتجات الإقتصادية المطابقة للحاجات الحقيقة التي يطمح لها المجتمع^(١).

٣- التوازن بين الإستهلاك والإنتاج: ينبغي توجيه الإنتاج وتقديره على ضوء حاجة المستهلك، فلو أنتج أكثر مما يُستهلك لأدى إلى إسراف المستهلكين، أو قد يؤدي إلى حدوث أزمة إقتصادية، وعكسه إذا قل الإنتاج دون حاجة الإستهلاك، وهذا يزيد من الطلب على السلع بصورة مستمرة، مما قد يؤدي إلى فتح المجال أمام إحتكار السلع الضرورية، ورفع من سعرها أكثر من قيمتها السوقية، وهنا تبرز أهمية دور الدولة في تحقيق التوازن، وليس على مزاج المنتجين^(٢).

٤- الجودة والتنوع في الإنتاج: لا يقف الإسلام عند حد تقسيم المنتجات إلى مباحة ومحرمة فقط، وإنما يتعدى التحليل والتحرير إلى تحسين جودة المنتجات، وصلاحياتها، وخامتها، وشكلها، وحجمها، وتناسقها، وقوتها، وسهولة إستخدامها؛ لما في جودة المنتج اثرأ جوهرياً بالإيجاب أو السلب على المسلمين، وكذلك الإسلام يتعدى السلعة الواحدة والخدمة الواحدة، إلى تنوع المنتجات والخدمات بقدر الإمكان على كافة القطاعات الإقتصادية، وقد تناول علماء الإقتصاد الإسلامي هذه الأنشطة الإقتصادية بالتفصيل، دورها وأهمية تكامل بعضها مع بعض، لما فيها من تداخل فيما بينها بالمدخلات والمخرجات^(٣).

(١) ينظر: الوجيز في الفكر الإقتصادي الوضعي والإسلامي: د. عبد الجبار حمد عبيد السبهاني،

دار وائل للنشر - عمان، ٢٠٠٠م، ص ٢٦٥، ٢٦٦. النظام الإقتصادي في الإسلام

(٢) ينظر: الإستهلاك وضوابطه في الإقتصاد الإسلامي: ص ٣٩٠.

(٣) ينظر: المدخل الحديث إلى علم الاقتصاد: ص ١١١ - ١١٤.

والإرتقاء في الإنتاج الإقتصادي وتنويعه وتجويده، يتطلب توفر مزيداً من التمويل^(١) للمشروعات، وتوفر الإمكانيات البشرية وأصحاب الخبرات، وإتباع الوسائل الحديثة في إدارة وتنظيم العملية الإنتاجية.

٥- منع تلوث البيئة: أكد أصول الفقه الإسلامي في قواعده وضوابطه على منع الضرر الذي يلحق بالنفس، ومنع الضرر الذي يلحق بالآخرين، ويقصد بفساد البيئة: الإضرار التي يلحقها المنتجين من خلال صناعاتهم المتنوعة، التي تصدر الأدخنة السامة والكريهة والأصوات العالية، حيث تشكل ضرراً وخطراً كبيراً على صحة الانسان والحيوان والبيئة بشكل عام، ويدخل في فساد البيئة أيضاً الصناعات الغير نافعة، والتي تكون سبباً مباشراً في التأثير على الصحة والأخلاق والثقافة والحياة الإجتماعية والحضارية^(٢)، ومن الأدلة الشرعية على المحافظة على البيئة، حديث النبي ﷺ قال: ((لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ))^(٣).

٦- الإبتعاد عن الطرق الغير مشروعة في الإنتاج والكسب: ومن الضوابط الهامة عند ممارسة النشاط الإنتاجي وتسويقه، يجب الابتعاد عن الظلم والإضرار بالأموال العامة والتمويل من الربا، وألا تمارس طرق غير مشروعة في تصريف

(١) التمويل: عُرِفَ بأنه "الإدارة العملية والعلمية، التي يتم بواسطتها الحصول على الأموال اللازمة لإدارة المشروعات، سواء كانت صناعية أم خدمية، وضمان تسديد إلتزاماتها والحفاظ على قيمتها السوقية، وضمان إستمرارها بالقيام بأعمالها الموكلة إليها". التمويل والإستثمار في الإسلام: أ.د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٨م، ص ١٦.

(٢) ينظر: النظام الإقتصادي في الإسلام: ص ١٧١.

(٣) ينظر: المستدرك على الصحيحين: أبو عبد الله الحاكم محمد بن عبد الله بن محمد النيسابوري (ت: ٤٠٥هـ)، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م، ٦٦/٢. حديث صحيح الإسناد على شرط مسلم ولم يخرجاه.

المنتجات، كإحتكار السلعة والتدليس والغش والتغريب وأكل أموال الناس بغير وجه حق^(١).

فكل ذلك نهى عنه الإسلام، وبوب له أبواباً فقهية خاصة ومفصلة في فقه المعاملات المالية الإسلامية.

٧- ضابط الربح: يعتبر الربح مهماً في تحريك الدورة الإنتاجية، فتقل نسبة الربح في الإقتصاد الإسلامي في المتوسط عنه، بالنسبة للإقتصاديات التقليدية المنافسة له؛ وذلك لأن الهدف الأسمى عند هذه النظم الإقتصادية هو تحقيق أعلى نسبة من الربح، في حين أن المجتمعات الإسلامية تنهى عن المغالاة في تحقيق الأرباح، فيكون الربح مناسباً مقابل الخدمات الإنتاجية، التي سيحصل عليها المستفيد دون تجاوز الحد المطلوب^(٢).

ومن المعلوم أنّ الشريعة الإسلامية لم تحدد أي نسبة معلومة للربح في أي معاملة من المعاملات المباحة، لكنها ربطت الربح مقابل استخدام المال في أنشطة إقتصادية إنتاجية حقيقية، يتحمل فيها رأس المال للمخاطر، منعاً من الحصول على الأموال بالباطل، بالإضافة إلى منع الحصول على الربح من طريق الربا أو الغبن الفاحش، والغرر أو الإحتكار والإستغلال.



(١) ينظر: الرقابة على الأموال في الفكر الإسلامي: محمد عبد الحليم عمر، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، الفلسفة في المحاسبة، جامعة الأزهر / كلية التجارة - مصر، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م، ص ٤٢.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ص ٨٦.

المطلب السابع

مسؤولية الإنتاج

لا بد أن يكون للإنتاج سلطة تقوم بإدارته وترسم الخطط المستقبلية له، فإذا لم تُحمَل مسؤوليات الإنتاج على العاتق والتدبير والتخطيط لها على الدوام، فيتعذر القيام بمسؤولية إشباع الحاجات الضرورية للمجتمعات وتحقيق حد الكفاية لها، وإذا تتبعنا النظم الإقتصادية المعاصرة كالنظام الرأسمالي^(١)، نجد أنّ فلسفة الإنتاج تقوم على أن الموارد بيد الأفراد وهم من يتخذون القرارات الإنتاجية، وفي النظام الإشتراكي تتركز الموارد بيد الدولة وهي من تديرها دون الأفراد، أما في النظام الإقتصادي الإسلامي، يقرر فيه أنّ الملكية ملكيتان: عامة وخاصة، فإنه يُحمَل عاتق المسؤولية على كل من الدولة وأفراد المجتمع^(٢)، وذلك لأن نصوص الكتاب وسنة رسول الله ﷺ الدالة على وجوب العمل والكسب وإنتاج الطيبات، عامة في حق كل أفراد الأمة، ومن له الولاية والسلطة ومن هم دونهم.

(١) الرأسمالية: نظام إقتصادي له فلسفة إجتماعية وسياسية، ترجع بدايات نشأته إلى ما بين القرن الرابع عشر والسادس عشر، تالياً لمرحلة الإقطاعيين، ومن أشكالها: الرأسمالية التجارية والصناعية، يقوم هذا النظام على أساس فصل الدين عن الدولة، وينظر إلى الإنسان على أنه كائن مادي تتعامل معه بعيداً عن الدين والأخلاق، متوسعاً في مفهوم الحرية الإقتصادية، متصفاً بالأنانية والإحتكار والمزاحمة والمنافسة والحياة المحمومة، ولا يزال هذا النظام في عصرنا يمارس ضغوطه وتدخلاته السياسية والإجتماعية والإقتصادية والثقافية، ويرمي بثقله على شعوب العالم. ينظر: الموسوعة المفصلة في الفرق والأديان والملل والمذاهب والحركات القديمة والمعاصرة: إعداد مكتب التبيان للدراسات العربية وتحقيق التراث، دار ابن الجوزي - مصر، ط ١، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م، ٩٢٩ / ٢ - ٩٣٤.

(٢) ينظر: المنهج الإسلامي في الإنتاج: د. محمد عبد الحليم عمر، بحث منشور في مجلة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، السنة الثالثة، العدد الثامن، ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م، ص ٩٢، ٩٣.

فمن خلال العرض السابق يمكن تقسيم مسؤولية العملية الإنتاجية إلى قسمين، لا يستغني أحدهما عن الآخر:

القسم الأول: مسؤولية الدولة: إن مساهمة الدولة وعلاقتها بالعملية الإقتصادية بشكل عام، والعملية الإنتاجية بشكل خاص، مطلب مهم وضرورة شرعية، فالمنتجات لا يمكن أن تعمل بمفردها من غير أن توجد الدولة الجو الإقتصادي الملائم لها، فالدولة هي من تهيء كل أجواء العمل الإقتصادي، من خلال السياسة الإقتصادية الشرعية الشاملة، التي تصب في تحقيق الأهداف الشرعية المطلوبة للنشاطات الإقتصادية، فالدولة من مسؤولياتها السعي للتوزيع العادل للموارد ما بين القطاعات الإنتاجية، والتكامل فيما بينها من غير تفضيل قطاع على آخر، وتضع الخطط المدروسة بأولويات الإنتاج وتنمية الموارد، بحيث لا يؤدي إلى الإستهلاك المفرط لها، وتجنب البيئة التلويث والخراب، فإذا ما طبقت الدولة السياسات الشاملة، فأنها ستعمل على تنظيم المنشآت الإقتصادية، وتساعد المنتج للوصول إلى درجة الكفاءة والجودة المطلوبة للمستهلكين، وكذلك سينتظم السوق، وستحفظ حقوق العاملين فيه، وتضبط سلوكهم الإقتصادي، وكل هذه السياسات تستعين الدولة على تطبيقها من خلال أدواتها الإقتصادية، من سياسة مالية ونقدية التي لها تأثير على التنمية، وتحقيق الرفاهية والعدالة الإجتماعية، وتأثيرها أيضاً على تنظيم السيولة والنفقات العامة، لتحقيق حماية ورسانة إقتصادية من التقلبات والأزمات التي تؤثر على الأمن الإقتصادي^(١).

ومن مسؤوليات وواجبات الدولة تجاه الإنتاج والمنتجين:

أ- مراقبة العمليات الإنتاجية بكل مراحلها، ومنع الإستغلال والكسب بالطرق الغير مشروعة، وتمنع كل نشاط منافي للقواعد الشرعية والقيم الأخلاقية في الإسلام.

(١) ينظر: تحليل سلوك المنتج في الإقتصاد الإسلامي، دراسة مقارنة: عبد اللطيف عبد الله يوسف الوابل، أطروحة دكتوراة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - المملكة العربية السعودية، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٦ م، ص ٣٦٠ - ٣٦٢.

ب- أن توفر البيئة المالية لتمويل مختلف الفعاليات الإقتصادية، وتهيئة المنشآت والأماكن المناسبة للأنشطة الإنتاجية، وتمكين المنتجين من الحصول على المواد الأولية من مصادرها بكل مرونة ويسر.

ت- تضمن العدالة الإجتماعية للعنصر البشري، وضمان العيش ضمن مستوى حد الكفاية، التي تحفظ كرامة العيش الكريم.

ث- تمنع إنتاج السلع المحرمة، أو تقديم الخدمات الغير مشروعة، أو إستيراد المنتجات الغير ضرورية، وتأمين الحاجات الضرورية والأساسية.

ج- إقامة العلاقات والاتفاقات الإقتصادية مع دول العالم، بالشكل الذي يحقق النمو والتقدم الإقتصادي، والتركيز على العلاقات والتعاون الإقتصادي مع بلدان العالم الإسلامي، الذي من شأنه أن يقوي الإقتصاد الإسلامي^(١).

القسم الثاني: مسؤولية الأفراد: إن المهام الإقتصادية المترتبة على الدولة تحقيقها قائمة تطول كما بينا سابقاً، فهي الحارسة لأمن كيانها، والعين الساهرة واليد الأمانة المنفقة والمديرة لشؤون رعاياها، فهي تخطط وتنظم وتتابع وتُصلح لترتقي ببلدها وشعبها نحو الإزدهار والتقدم، لكن بالرغم من ذلك كله، لا يعني أن الدولة تقوم بتضييع وقتها وجهدها، وتصبه على الإنشغال بالصناعات اليسيرة وتسويقها في الأسواق، بل هذا من مسؤولية أفراد الأمة المتمثلين بعنصر الإنتاج البشري، فملكية الأفراد في المجتمع خير ما يعين على مشاركة الدولة بالقيام بعمارة الأرض، وتوفير الحاجات والخدمات لمستهلكيها، وهنا تبرز أهمية القطاع الخاص الذي يعد رديفاً مهماً للقطاع العام الحكومي، ودور الأفراد في القطاعات الخاصة هو محور إهتمام الإقتصاد الإسلامي، ومؤيد بتأييد كثير من النصوص والقواعد الشرعية، فلا يُقلل من شأنه ولا يجوز الإعتداء عليه من أي جهة، مهما كانت مسؤولياتها وسيطرتها، وبنفس الوقت لا يعني أن تنتقي

(١) بعض ملامح الإنتاج والتوزيع والتبادل في الإقتصاد الإسلامي: د. عبد الرحمن نكي إبراهيم، المجلة العلمية، كلية الإدارة والإقتصاد - جامعة قطر، العدد الأول، ١٤١٠هـ - ١٩٩٠م، ص ١١٧ - ١١٩؛ وينظر: المدخل الحديث إلى علم الإقتصاد: ص ١٢٦؛ وينظر: المنهج الإسلامي في الإنتاج: ص ٩٣، ٩٤.

سلطة الدولة عنه، بل أنّ عليها تمكينه وإردافه بالقوانين المنظمة لعمله وللعاملين فيه، وأن تساهم بالنهوض بهذه القطاعات الحيوية، وتحقيق أهدافها الإستراتيجية، وأن لا تقف موقف المتفرج أمام إستغلال كبار الأعمال للعمل والإنتاج والهيمنة على الأسواق^(١).

وبعد بيان واجبات ومسؤوليات الدولة والأفراد تجاه مسؤولية الإنتاج والعمران، أخرج بنظرية مفادها، إن إيجاد علاقات تعاونية بين القطاعات الإقتصادية العامة للدولة، مع القطاعات الخاصة للأفراد، والعمل تحت سياسات واضحة الرؤى، والإستفادة من الخبرات الإدارية والتقنية والقدرات التمويلية لدى الطرفين، فكل ذلك من شأنه أن يحقق النمو الإقتصادي الكبير للدولة بشكل أسرع وأفضل، والمساهمة في تقليل وطأة الإنفاق الحكومي على القطاعات الإنتاجية والخدمية، والمشاركة معها في تحمل المخاطر، كما أنها تعطي قوة إقتصادية حصينة تستند عليه الدولة عند حلول الأزمات والتحديات العاصفة.



(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي أسس ومبادئ وأهداف: ص ٤٨؛ وينظر: المدخل الحديث إلى علم الإقتصاد: ص ١٢٣، ١٢٥.

الفصل الثاني

الخدمات المالية الإسلامية ودورها في تلبية

متطلبات العصر

وفيه أربعة مباحث:

- المبحث الأول: مدخل عام للمنتجات المالية الإسلامية.
- المبحث الثاني: مدخل عام لمؤسسة المصارف الإسلامية.
- المبحث الثالث: معاملات المصارف الإسلامية.
- المبحث الرابع: منتجات وخدمات المؤسسات المالية غير المصرفية.

المبحث الأول

مدخل عام للمنتجات المالية الإسلامية

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بالمنتجات المالية الإسلامية.

المطلب الثاني: خصائص المنتجات المالية الإسلامية.

المطلب الثالث: واقع المنتجات المالية الإسلامية المعاصر.

الفصل الثاني

الخدمات المالية الإسلامية ودورها في تلبية متطلبات العصر

قلنا في الفصل السابق أنّ الصناعة الإسلامية أنواعاً ثلاثة، وأنّ المنتجات المالية إحدى هذه الصناعات المهمة التي تؤدي أغراضاً إقتصادية كبيرة في كل مكان وزمان، وهذه المنتجات لا بد أن تمر بمرحلة الإعداد والتطوير، ثم عرضها للعمل في مختلف الميادين والمؤسسات الإقتصادية المتنوعة، وتتبنى اليوم عدة مؤسسات مالية إسلامية إبتكار وتطوير هذه المنتجات، موزعة ما بين مؤسسات مصرفية وأخرى غير مصرفية، ففي هذا الفصل من خلال مباحثه سنقف طويلاً على هذه الصناعة الهامة، والمنافع والأغراض التي تلبّيها للأفراد ورجال الأعمال، والمؤسسات والشركات والأسواق وغيرها.

المبحث الأول

مدخل عام للمنتجات المالية الإسلامية

يشكل المال المحرك الرئيسي لعجلة الإقتصاد ودورانه، فهو يربط العلاقات ما بين الدول والمجتمعات وأفرادها، كما أنه يُعد عاملاً رئيسياً في الإنتاج وتقدمه، فلا بد من صيغ تنضم إنتقال المال وتداوله في العمليات الإستثمارية، ولا يمكن أن تدوم الحركة الإقتصادية وتستمر من غير وسيط محرك لها، وكلما لبت هذه العقود والمنتجات الحاجة الفعلية للمتعاملين بها، وواكبت التطورات في سوق العمل، إستطاعت إنعاش سوق السلع والخدمات على الدوام، ومكنت الدول والحكومات من إقامة العلاقات الإقتصادية المحلية والدولية على ضوء هذه الصناعات المالية.

وبعد هذا التقديم لدور المنتج المالي في الأسواق التجارية والمالية، سنتناول في هذا المبحث مقدمات حول الصناعة المالية الإسلامية، وأهميتها، وقواعدها، وواقعها المعاصر.

المطلب الأول

التعريف بالمنتجات المالية الإسلامية

لقد سبق وأن بينت المراد بالمنتجات في الفصل التمهيدي السابق، وقلت أن المنتج مصطلح يضم كل ما يصلح للإنتفاع به، من سلع مادية أو خدمات معنوية وغير ذلك، ويمكن الحصول عليها بمبادلة المثلث بالمثلث، لتحقيق مصلحة كل من طرفي العقد، المنتج والمستهلك.

وقبل أن نُعرف المصطلح المركب (المنتجات المالية)، نعرج قليلاً على مصطلح المال لكونه جزءاً مهماً من التركيبة المصطلحية، والدلالة الإقتصادية له، فهو عند العرب قديماً معروفاً بأنه: يشمل كل من الدراهم والدنانير والإبل والغنم، ويطلق على المال (الورق) بفتح الراء وضم القاف^(١)، وجاء في معجم تاج العروس: أن المال يشمل أيضاً ما يملك من الذهب والفضة، ثم توسع المفهوم فاشتمل على كل ما يمكن إقتنائه وتملكه من الأعيان^(٢)، فالمال إذاً يطلق عند العرب على كل ما يملك ويمكن الإنتفاع به.

أما تعريف المال في الإصطلاح، فجاء تعريفه على ألسنة الفقهاء بتعريفات مختلفة، فانقسم الفقهاء إلى فريقين: الحنفية والجمهور؛ وذلك لإختلافهم في إطلاقه وتقيده، فعرفه ابن نجيم من الحنفية بأنه: " كل ما يملكه الناس من نقد وعروض وحيوان إلا أن في عرفنا يتبادر من إسم المال، النقد والعروض"^(٣)، وأما جمهور الفقهاء من المالكية والشافعية

(١) ينظر: مختار الصحاح: ص ٣٣٦؛ وتهذيب اللغة: محمد بن أحمد بن الأزهرى الهروي، أبو منصور (ت: ٣٧٠هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط١، ٢٠٠١م، ٩ / ٢٢١.

(٢) ينظر: تاج العروس من جواهر القاموس: محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب بمرتضى الزبيدي (ت: ١٢٠٥هـ)، تحقيق: مجموعة من المحققين، دار الكتب العلمية - بيروت، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ١٥ / ٢٤٠.

(٣) البحر الرائق شرح كنز الدقائق: ٢ / ٢٤٢.

والحنابلة فقد إشتروا في وصف المال بأنه: كل ما يملك وله قيمه، ويحصل الإنتفاع به لحاجة أم لغير حاجة، عياناً كان أم منفعة، ويضمن به تالفه^(١).

فمن خلال تعريفات الفريقين نلاحظ، تقييد الحنفية المال بالنقد الذي يشمل أيضاً الذهب والفضة والعروض التجارية، وأخرجوا المنافع من تعريفاتهم على إعتبارها غير متقومه، ولا يمكن إدارها وحرزها وتمولها؛ أما الجمهور فتوسعوا في إطلاق لفظ المال، حيث شملوا فيه المنافع والأعيان وكل ما تعارف عليه الناس على أنه مالاً.

أما تعريف المنتجات المالية الإسلامية، فقد عرفها المتخصصون في شأن الإقتصاد الإسلامي بتعريفات منها: "هو ما يتكون من الصيغ والعقود والآليات المالية التي تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية، وتضاهي في إمكانية تطبيقها ومرونتها المنتجات المعاصرة، ولكنها تمتاز بالمبادئ، والمميزات الخاصة بالإقتصاد الإسلامي، من الملكية والمشاركة، وأنَّ الغرم بالغنم والخراج بالضمان"^(٢).

تناول هذا التعريف ما تتضمنه المنتجات من الصيغ والعقود المتوافقة مع أحكام الشريعة ومبادئه، فذكر مرجع وبناء هذه الصناعة الإسلامية،

(١) ينظر: الموافقات: ٢ / ٣٢؛ والأشباه والنظائر: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١هـ)، دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م، ١ / ٣٢٧؛ والمنثور في القواعد الفقهية: ٣ / ٢٢٢؛ ومنتهى الإيرادات: تقي الدين محمد بن أحمد الفتوح الحنبلي الشهير بابن النجار (ت: ٩٧٢هـ)، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط ١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٩م، ٢ / ٢٥٤.

(٢) مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الإستجابة لمتطلبات السوق والتحديات المستقبلية أمام التطوير والإبتكار، دراسة فقهية إقتصادية: ا.د. علي محي الدين القره داغي، بحث منشور على موقع www.qaradaghi.com، ص ٧.

وذكر من الخصائص الإسلامية الملكيتين: العامة والخاصة، ومن العقود ذكر عقد المشاركة، ومن الضوابط الغنم بالغرم^(١) والخراج بالضمان^(٢).



(١) الغنم بالغرم: الغنم في اللغة تعني: الفوز بالشيء والضرر به، والغرم: أداء شيء ملزم به مقابل شيء آخر، مثل كفالة يغرمها. ينظر: تهذيب اللغة: ٨ / ١٢٩، ١٤١. والغنم بالغرم: من القواعد الفقهية في الشريعة الإسلامية، والتي تعني أن من ينال نفع شيء يتحمل تكاليفه وضرره، كما في الوقف، فإذا كان داراً، فعمارته على من له السكنى، أي: على من ينتفع به. ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، الطبعة من ١٤٠٤ هـ - ١٤٢٧ هـ، ٣١ / ٣٠١.

(٢) الخراج بالضمان: من القواعد الفقهية مفادها، أن ما يخرج من غلة ومنفعة وعين فهو للمشتري، عوضاً ما كان عليه من ضمان الملك، فإنه لو تلف المبيع كان من ضمانه، فالغلة له، ليكون الغنم في مقابلة الغرم. الأشباه والنظائر: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١ هـ)، دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١١ هـ - ١٩٩٠ م، ١ / ١٣٥.

المطلب الثاني

خصائص المنتجات المالية الإسلامية

لا يكفي أن تكون المنتجات التي تقدمها المؤسسات المالية الإسلامية ذات مميزات وطابع شرعي، من دون أن يكون لها آثاراً عملية في سوق العمل، أو أن تكون ذات طابع عملي وليس لها أي إعتبار شرعي، أو تحاكي المنتجات التقليدية، فحينئذٍ لم يكن للمنتج الإسلامي أي مزية أو اعتبار يفصلها ويميزها عن غيرها، إلا الإسم الظاهر فقط، لذا فالصناعة المالية الإسلامية لها خصائص وكفاءات، ميزتها عن أشكال العقود المتبعة في النظم الإقتصادية الوضعية، ويمكن إبراز خصائص هذه المنتجات من خلال النقاط التالية:

١- الجمع بين المصادقية الشرعية والكفاءة الإقتصادية: تختص المنتجات المالية الإسلامية بأنها تحقق هدفين، الهدف الأول: أنها متوافقة مع الشرعية لكونها إسلامية المصدر، فهي تسعى لإيجاد حلول من خارج دائرة الخلاف الفقهي قدر الإمكان، بعد ترجيح الحكم الفقهي^(١) الأقرب إلى الدليل الشرعي، على أن يكون هذه الراي يصب في الحلول والإبتكار، والهدف الثاني: الذي يبنى على الأول وهو الكفاءة الإقتصادية لهذا المنتج، والذي يحقق مقاصد المتعاملين فيه بأقل قدر من التكاليف التعاقدية أو الإجرائية، والحاجة إلى هذه الدرجة من الكفاءة، هو إنسجاماً مع التطور الحاصل في التقدم التقني في

(١) هنا يجب التفريق بين الحكم الفقهي والمنتج: فالحكم الفقهي هو ما يتعلق بتصرفات المكلفين، من حيث الجواز أو التحريم أو الصحة أو البطلان، أما المنتج: فهو محل الحكم، وهو التصرف الإختياري الذي يصدر من صاحب الشأن، وقد يتضمن الحكم الفقهي ما يحل مشكلة السائل، وفي هذه الحالة يمكن أن يكون هذا الحل منتجاً مالياً بهذا الإعتبار. ينظر: دور الهندسة المالية الإسلامية في تطوير الإبتكارات المالية، دراسة وتقييم لسكوك الإجارة الإسلامية في مملكة البحرين: أ. بوعكاز نوال، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد ٤، العدد ١، ٢٠١٨م، ص ٤٠.

جانب المعلومات والاتصالات، مما يتطلب أساليب وأدوات أكثر سرعة وأقل قيوداً والتزامات^(١).

٢- تحقيق العدالة بين الأطراف المتعاقدة: إمتاز الفقه الإسلامي بأنه فقه علمي وعملي، فوضع قواعد حاكمة على العقود والتعاملات المالية، من حيث التكوين والمحل والعيوب والتفسير والإنحلال، فالفهاء عالجوا كل العقود بصورة مفصلة ومتفرقة وتحت عناوين كتب، ككتاب البيوع وكتاب الإجارة وكتاب القرض... الخ، وهذا يدل على شدة حرص النظام الإسلامي على بيان هذه العقود والتفصيل فيها والتمثيل لها، وذلك لتجنب المتعاقدين الخلافات والخصومات، وتحقيق الرضاء الكامل، وحسن النية عند التعاقد، وعدم التدليس والغش والخداع^(٢).

٣- التنوع والتعدد: تتنوع وتتعد الخدمات المالية في الصناعة الإسلامية تنوعاً حقيقياً، فلا تأخذ شكلاً صورياً لا أثر لها، حيث أن لكل أداة من الأدوات صفة تعاقدية معتبرة شرعاً، ولها خصائص والتزامات تميز إحداها عن الأخرى من حيث الضمانات والمخاطر، في حين أن المنتجات المالية في النظم الإقتصادية الوضعية تقوم على عقد واحد وهو القرض، كما في البنوك الربوية تأخذ الأموال من المودعين بصيغة القرض بفائدة على حساب التوفير، أو الودائع المرتبطة بزمان قصير أو متوسط أو طويل الأجل^(٣)، أما الأدوات المالية الإسلامية، فهي قائمة على موجودات، كالمرابحة، والإستصناع، والمرابحة، والسلم، أو على

(١) ينظر: صناعة الهندسة المالية الإسلامية، نظرات في المنهج الإسلامي: د. سالم السويلم، بيت المشورة للتدريب - الكويت، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م، ص ١٧.

(٢) ينظر: نظرية العقد في الفقه الإسلامي، دراسة مقارنة مع الفقه القانوني والقانون الوضعي: د. عصمت عبد المجيد بكر، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٩ م، ص ٥ - ٩.

(٣) ينظر: دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية: أ.م. حكيم براضية - أ.م. جعفر هني محمد، دار اليازوري - عمان، ٢٠١٦ م، ص ١٢٥؛ ومدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الإستجابة لمتطلبات السوق المستقبلية أمام التطوير والإبتكار: ص ١٠.

المشاركة بنسبة معينة في الأرباح، كالمضاربة والمشاركة، أو على الصكوك،
كالأوراق المالية^(١).

٤- **تحفيز السلوك الإدخاري:** أن جميع الأدوات والصيغ التعاقدية تعد محركاً أساسياً لجذب الأموال، وبالتالي تسهم هذه الأموال في إنتاج السلع والخدمات وهذا هو الإقتصاد الحقيقي، والسلوك الإدخاري لدى الأفراد هو سلوك فطري، قائم على قدرة الشخص من حجز جزء من عائداته المالية، والرغبة في تخصيص ماله المدخر لأجل المستقبل، فمن خلال هذه الأدوات المالية يمكن تحفيز رؤوس الأموال المدخرة لدى القطاع العائلي، وترقية الدور المحتشم لهذه الأموال من الجمود إلى النماء لهذه الثروة، عن طريق المنتجات المالية الإسلامية التي تتيح للأفراد بالدخول في مجالات الإستثمار، بأي مبلغ، كثر أم قل، وبأي مدة زمنية طال أم قصرت^(٢).

٥- **إرتباط المنتجات بالإستثمارات الحقيقية:** تقوم عقود المعاملات المالية في الإسلام على ربط الإستثمارات، وتقديم الخدمات على ضوء الأولويات والإحتياجات الحقيقية للمجتمعات، فهي تلتزم بمسؤوليات إجتماعية وأخلاقية قبل أن تكون إقتصادية، فتبتعد عن تقليد الطريقة التي يقوم عليها الإقتصاد التقليدي^(٣).

وأما أهم أولويات المؤسسات المالية التقليدية اليوم، هي الربح وتحقيق الكسب المادي، على حساب القيم والآداب الأخلاقية المتعارف عليها عند كل الديانات

(١) ينظر: الأزمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: أ. أحمد فراس العوران، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - فرجينيا - الولايات المتحدة الأمريكية، ط ١، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١٢ م، ص ٢٥٣.

(٢) ينظر: نحو إستثمار لخصائص المنتجات المالية الإسلامية لترقية دور الأوعية المصرفية الجزائرية في تحفيز السلوك الإدخاري لدى القطاع العائلي: د. عبد القادر زيتوني، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية - الجزائر، العدد الثامن، السنة الثامنة، ٢٠١٧ م، ص ٤٩٩ - ٥٠٥.

(٣) ينظر: الأزمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: ص ٢٥٣.

السماوية، وإذا كانت هناك مسؤوليات إجتماعية فإن الدوافع من ورائها غير دينية، وإنما هي بفعل ضغط القوانين والرأي العام عليها.



المطلب الثالث

واقع المنتجات المالية الإسلامية المعاصرة

من عظم مكانة التشريع الإسلامي تعدد علومه، وأنه أولى عناية بكل جوانب الحياة التعبدية والمعاشية، ومن ضمن ما إهتم به الشارع تنظيم الجانب الإقتصادي والمالي للمسلمين، ولقد تولى الفقه الإسلامي منذ عصر التشريع مهمة بيان أحكام التعاملات المالية بين الأفراد على إختلاف أحوالهم، وبيان أحكام الأعيان والمنافع والخدمات، وتنظيم دور الدولة وعلاقتها بإقتصاديات الأفراد والمجتمعات.

لقد أنتج الفقه الإسلامي عقوداً مالية متنوعة الأهداف والإستعمالات، فكانت سبباً في الإزدهار والتقدم على مدى أربعة عشر قرناً، وهذا ما يفسر إهتمام الشريعة بالإحتياجات الإقتصادية للدول والأفراد، فزخرت كتب الفقهاء بكثير من هذه العقود والتنظيمات، فدونت تحت أبواب المعاملات المالية مفصلة ومعززة بالأمثلة والتطبيقات العملية، والتساؤلات التي كانت توجه إليهم من قبل الأفراد العاملين في مختلف الأنشطة الإقتصادية آنذاك^(١).

وكانت المعاملات المالية في العصور المتقدمة من عصر الإسلام، تتسم بالبساطة وسهولة التعامل والتداول للنقود والعروض؛ وذلك أنّ الحياة الإقتصادية والإجتماعية آنذاك بدائية غير محملة بأعباء القوانين، ولا التعقيد الإداري والمؤسساتي، أو الترسيم الحدودي والفواصل بين أبناء الدين الواحد كما هو حاصل اليوم.

وبدأت تتطور الصناعة المالية الإسلامية في عصرنا، فلم تعد كما كانت عليه في صدر الإسلام، وذلك للمتغيرات التي حدثت على الحياة البشرية، فأصبحت الحاجة الإنسانية ملزمة إلى إيجاد منتجات تلائم وتواكب التطورات الحاصلة في إقتصاديات دول العالم، فعلى اثر تلك التحولات والإنتقالات نمت الخدمات المالية الإسلامية نمواً كبيراً خلال هذه العقود الأخيرة، وأفادت من سبات عميق في ظل مزاحمة المنتجات

(١) ينظر: المنتجات والأدوات المالية في الفقه الإسلامي: البنك الإسلامي للتنمية، ط ١، ١٤٢٩ هـ -

التقليدية لها، فلم يعد النظام المالي الإسلامي عبارة عن مؤسسة إيداع فقط، كالمصارف المنتشرة في جميع دول العالم، بل ظهرت مؤسسات مالية إسلامية قدمت خدمات مالية كبيرة لا تقل أهميتها عن هذه المصارف، ويمكن تصنيف المؤسسات التي تقدم الخدمات المالية في عصرنا إلى ثلاث أصناف مختلفة الوظائف: صنف مؤسسات إيداع: (كشركات التمويل والبنوك التجارية وهيئات الإيداع وإتحادات الإئتمان)، ومؤسسات الإيداع: (كشركة التأمين التعاوني وصناديق المعاش والتقاعد)، ومؤسسات الوساطة المالية: (مثل صناديق الإستثمار المشترك، ومديري إدارة صناديق التمويل)، ولم يعد يستقر النظام المالي والمدفوعات على نوع واحد من المؤسسات، بل يعتمد على أنواع من العلاقات المترابطة والمتكاملة بين هذه القطاعات الحيوية^(١).

وتؤكد تقارير ودراسات أجريت على واقع الخدمات المالية الإسلامية، أنّ الصناعة المالية الإسلامية حدثت فيها تطورات سريعة على مستوى حجمها في الأسواق، ومن حيث إتساع دائرة إنتشارها إلى خارج الدول الإسلامية، فأكدت معظم الأسواق المالية العالمية فاعلية هذه المنظومة المالية الجديدة، بعد توثيقها بالبراهين والدلائل بأنّها لها تأثيراً على أرض الواقع، وأنها جزء من المنظومة المالية العالمية، وذلك للنجاحات التي حققتها هذه الصناعة وخدماتها التي غطت أكثر دول العالم، من بنوك ومؤسسات وأسواق مالية وغيرها، مما أدى إلى توجه أنظار الباحثين والعاملين في المؤسسات المالية العالمية إلى دراستها نظرياً وعلمياً^(٢)، ومن هذه الأنظار المسلطة على المالية الإسلامية ومؤسساتها صندوق النقد الدولي^(٣)، الذي أشار في تقريره قبل سنوات النمو

(١) ينظر: الرقابة والإشراف على المصارف الإسلامية: البنك الإسلامي للتنمية، جدة - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م، ص ٢٠، ٢١.

(٢) ينظر: واقع الصناعة المالية الإسلامية عبر العالم: عبد المالك أحمد بضياف، وليد نوراي بوعظم، مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات، العدد الخامس، ٢٠١٨م، ص ٥٩٨، ٥٩٩.

(٣) صندوق النقد الدولي: منظمة دولية منظوية تحت منظومة الأمم المتحدة، أنشئ بموجب معاهدة دولية عام ١٩٤٥م في العاصمة الأمريكية واشنطن، يديره أعضاء ممثلون عن جميع بلدان العالم البالغ عددهم ١٨٥ عضواً، ودور هذه المنظمة إدارة النظام النقدي في دول العالم، لتعزيز سلامة الإقتصاد العالمي، فهو مسؤول على نظام المدفوعات وأسعار صرف العملات، ويستهدف منع

السريع للتمويل الإسلامي ومنتجاته، وأنّ ذلك سينعكس إيجابياً على الإستقرار الإقتصادي الكلي بشكل عام والمالي بشكل خاص، وأبدى الصندوق إهتماماً كبيراً بالصناعة المالية الإسلامية، فقد عقد إجتماعات ولقاءات واسعة للتنسيق مع المؤسسات صاحبة العلاقة والمختصة، من أجل تشارك المعرفة والتواصل المستمر وتنمية القدرات^(١).

وتشير أحدث الإحصائيات حول الصناعة المالية الإسلامية للأعوام ما بين (٢٠١٨م - ٢٠٢١م)، أنّ أصول التمويل الإسلامي تشكل حوالي ٣.٦ ترليون دولار، وبلغ عدد المؤسسات الإسلامية المقدمة للخدمات المالية في ارجاء العالم ١٥٥٣ مؤسسة، من بينها مؤسسات مصارف وتمويل وإستثمار وتكافل، ومن المتوقع أن لا يشهد التمويل الإسلامي تغيراً كبيراً في عام ٢٠٢٠م بفعل جائحة كورونا، لكن يتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق ٧.٩٪ بين عامي ٢٠٢١م و ٢٠٢٥م، ليصل إلى ٤.٩ ترليون دولار بحلول عام ٢٠٢٥م^(٢)،

ومن الأسباب المهمة لنجاح المنتجات المالية الإسلامية وتحقيقها لهذه الشهرة وسرعة الإنتشار، هو قلة المخاطر الناجمة عن تداول منتجاتها؛ بسبب حصانتها وإتباعها للضوابط الشرعية، بل هي أأمن من المنتجات التقليدية كما صرحت واعترفت به منظمة النقد الدولية.



حدوث الأزمات والإنهيارات المالية في دول الأعضاء فيه، عن طريق تشجيع هذه الدول بإعتماد سياسات مالية وإقتصادية سليمة. ينظر: سياسات صندوق النقد الدولي وأثرها على الدول النامية: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار الأكاديميون - عمان، ط١، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٧م، ص ١٨، ١٩.

(١) ينظر: التقرير السنوي لصندوق النقد الدولي، ٢٠١٥م، ص ٩٦.

(٢) ينظر: واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي: تقرير سنوي صادر عن مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي، ٢٠٢٠م، ص ١٠، ١١؛ وتقرير عام ٢٠٢١م: ص ١٤، ١٥.

المبحث الثاني
مدخل عام لمؤسسة المصارف الإسلامية

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بالمصارف الإسلامية.

المطلب الثاني: نشأة المصارف الإسلامية والحاجة إليها.

المطلب الثالث: خصائص المصارف الإسلامية.

المبحث الثاني

مدخل عام لمؤسسة المصارف الإسلامية

أشروع في هذا المبحث بالدخول الى المؤسسات المالية التي تتبنى الرؤية الإسلامية في صناعة وإدارة المنتجات المالية، وتوجيهها نحو المسار الصحيح، من خلال الضوابط والمعايير الشرعية الحاكمة عليها، ولما كانت المصارف أهم المؤسسات المالية التي لها تأثيراً كبيراً في تسيير دفة الإقتصاد والحياة الإجتماعية، فلذا شرعتُ بالبداية بها أولاً.

المطلب الأول

التعريف بالمصارف الإسلامية

لتعريف مصطلح المصارف الإسلامية بصيغته المركبة، لا بد من المرور على مفهوم المصارف عند أهل اللغة، ثم حقيقته في إصطلاح الفقهاء وعلماء الإقتصاد.

أولاً: تعريف المصارف لغة:

ترجع أصل كلمة مصرف للفعل الثلاثي (صَرَفَ)، وتعني صرف شيء إلى شيء آخر، يقال صَرَفْتُ الدراهم بالدنانير، وبين الدرهمين (صَرَفْتُ)، وذلك لفضل أحدهما على الآخر في جودة الفضة، والصرف الفضل، فيقال: هذا صَرَفْتُ على هذا، أي: له مزية وفضل، ويطلق على من يقوم بالصَرَفِ (صَيَّرَ في وَصَّرَ) من المُصَارِفَةِ^(١). ومن الأخطاء الشائعة في لغة المعاصرين قولهم (مصرف) بفتح الراء، وهذا تعبير خاطئ يخالف القياس المسموع، والصحيح (المصرف) بكسر الراء، فالمصرف إسم مكان من (صرف يصرف)، وصرفْتُ الذهب بالدراهم أصرفه، والمصرف كاسم المكان المجلس والمنزل^(٢).

(١) ينظر: مقاييس اللغة: أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين (ت: ٣٩٥هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، ٣/ ٣٤٣؛ ومختار الصحاح: ص ١٧٥؛ ولسان العرب: ٩/ ١٩١.

(٢) ينظر: الروضات الحسان في حقلي اللغة واللسان: أ.د. سعدون بن أحمد بن علي الربيعي، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ٢٠١٦م، ص ١٣٤.

ثانياً: تعريف المصارف اصطلاحاً:

لم يختلف تعريف كلمة الصرف عند الفقهاء عن سابقهم من أهل اللغة، فقد ذكر أئمة الفقهاء تعريفات متقاربة، فاجتمعوا جميعهم على أنّ الصرف يراد به: بيع الأثمان بعضها ببعض، أو بيع الذهب بالفضة أو بيع أحدهما بفلوس^(١).

وأما تعريف المصرف كمؤسسة معاصرة من المنظور الإسلامي، فكثرت التعريفات المعاصرة، فبعضها يطول والبعض يقصر، فلعلّ أفضل تعريف شامل وقف عليه وهو أنّ المصارف الإسلامية: "مؤسسة مالية استثمارية ذات رسالة تنموية وإنسانية واجتماعية، تستهدف تجميع الأموال وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد بموجب قواعد واحكام الشريعة الإسلامية، لبناء مجتمع التكافل الإسلامية"^(٢).

وإطلاق المصرفية الإسلامية أصوب لغوياً واصطلاحياً من كلمة صيرفة أو صرافة، لأن الأخيرة تطلق على من يمارس الصرف فقط، وهو بيع نقد بنقد آخر، وهي خدمة واحدة من خدمات المصارف الإسلامية المتنوعة التي تقدمها.

ثالثاً: الفرق بين المصرف والبنك:

جاء في المعجم الوسيط ما يدل على أن كلمتي المصرف والبنك إسمان لمعنى واحد، فالمصرف إسم لمكان الصرف، وبه سمي البنك لقيامه بصرف المال^(٣).

(١) ينظر: المبسوط: محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي (ت: ٤٨٣هـ)، دار المعرفة - بيروت، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م، ١٤ / ٢؛ وحاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني: أبو الحسن علي بن أحمد بن مكرم الصعيدي العدوي (ت: ١١٨٩هـ)، تحقيق يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر - بيروت، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م، ٢ / ١٤٢؛ ومغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج: شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي (ت: ٩٧٧هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت، طان ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م، ٢ / ٣٦٩؛ والمغني: ٤١ / ٤.

(٢) دور البنوك الإسلامية في التنمية الاقتصادية: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار حميثرا، ٢٠١٧م، ص ٢٣٨.

(٣) ينظر: المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ص ٥٣٣.

وفي الموسوعة العربية الميسرة ذكرت، أنّ المصرف أو البنك كلمة تطلق على المؤسسات المالية التي من شأنها أن تقوم بعملية الإقراض والإقراض، وهذه العملية لا تتم مباشرة بين صاحب المال ومن يرغب بإستخدامه، إلا من قبل طرف وسيط وهو المصرف^(١).

لكن كلمة بنك ليس لها أصل في لغة العرب، فهي كلمة أجنبية أطلقت على المؤسسات المالية الإسلامية التي تقوم بالعمليات والخدمات المصرفية، وبما أنّ مصطلح (بنك) ليس من المصطلحات العربية، فإني أفضل أن يُستخدم الباحثين كلمة (مصرف)، لعربيته وأصالتها وإنطباق المسمى على التطبيق العملي لها.



(١) ينظر: الموسوعة العربية الميسرة: مجموعة من العلماء والباحثين، المكتبة العصرية - بيروت،

١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ١ / ٧٨٤.

المطلب الثاني

نشأة المصارف الإسلامية والحاجة إليها

بعد أن عرّفنا بمفهوم المصارف الإسلامية في المطلب السابق، نحاول في هذا المطلب أن نعرّف نشأة الأعمال المصرفية الإسلامية، والمراحل التي مرت بها، إلى أن وصلت إلى الهيكلية المؤسسية التي نعهدها اليوم، وما الحاجة التي تدعونا إلى إنشاء المصارف الإسلامية في عصرنا.

الفرع الأول: نشأة المصارف الإسلامية:

لا يفرق البعض بين نشأة الأعمال المصرفية، وبين نشأة المصارف الإسلامية كمؤسسة إدارية إقتصادية، ويتصور البعض أنّ الأعمال المالية وليدة العصر الحديث، وهذا تصور خاطئ وقصر نظر، فالأعمال المصرفية الإسلامية الخدمية مُورست منذ بداية ظهور الإسلام وانتشار دعوته؛ للحاجة إلى الوساطة المالية التي تربط بين العرض والطلب، ولما له من مردود فعلي على تنشيط الحركة الإقتصادية، وأما نشأة المصارف كمؤسسة مالية مستقلة، فجاءت بعد تطور الحياة الإقتصادية في القرون المتأخرة.

فقد سبقت عملية ظهور المصارف الإسلامي كمؤسسة إدارية، عقد عدة مؤتمرات وندوات مكثفة للعلماء المسلمين والباحثين، للخروج بموقف موحد بالضد من سطوة البنوك الربوية في هذا العصر، وضعف الوازع الديني الذي أحدثته لدى نفوس الأمة الإسلامية، فعقد مؤتمر في باريس عام ١٩٥١م، وفي دمشق ١٩٥٢م، وفي القاهرة ١٩٦٥م، وفي المغرب العربي عام ١٩٦٩م، ومؤتمرات أخرى تم الخروج منها بتوصيات لتأسيس بنوك إسلامية في مصر وماليزيا وباكستان، وقد فتحت هذه التجارب الأولى المجال أمام باقي الدول الإسلامية لأخذ زمام المبادرة^(١)، وشهدت مصر مولد أول مصرف إسلامي عام ١٩٦٣م، وكانت تسمى مصارف الإدخار التي تقوم على

(١) ينظر: المصارف الإستثمارية الإسلامية، النظرية والتطبيق: د. عبد اللطيف حمزة القراري، أكاديمية أكسفورد العليا، ط٢، ٢٠١٦م، ص ١١، ١٢.

تجميع الأموال والمدخرات من أهل القرى وإعادة استثمارها في المشاريع التنموية والإقتصادية، ونشأ البنك الإسلامي للتنمية في مدينة جدة سنة ١٩٧٥م، ثم بنك دبي الإسلامي في دولة الإمارات في نفس السنة^(١)، وتوالت الإهتمامات بذلك على مستوى قادة الدول، فأدرجت على جدول أعمال وزراء الخارجية الدول الإسلامية ووزارة المالية في عام ١٩٧٢م، وعام ١٩٧٣م، نوقشت فيه الجوانب النظرية والعملية لإقامة المصارف الإسلامية؛ لتقديم الخدمات المتكاملة، فحفزت اللقاءات ومخرجاتها إنطلاق باكورة جديدة من المصارف الإسلامية في مختلف أنحاء العالم، فتأسست مصارف جديده في ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي في كل من قطر والبحرين والكويت وبنجلادش واليمن والأردن والمملكة العربية السعودية والسودان وباكستان، وتتابع دول أخرى على سلك هذا التأسيس^(٢).

وعلى الصعيد العالمي أنشأ بيت التمويل الإسلامي في بريطانيا سنة ١٩٨٢م، وبنك أمريكا الإسلامي بالأرجنتين سنة ١٩٨٠م، وشركة نادي الدول العربية بتايلاند، وبعد قبول فكرة إنتشار المؤسسات المالية الإسلامية في البلاد الغربية، توالت عمليات التكوين والإنتشار لمثل هذه المصارف الشرعية في جميع أنحاء العالم حتى عصرنا الحاضر^(٣).

وتشير تقارير حديثة صادرة عن (المؤسسة الإسلامية لتنمية القطاع الخاص)^(٤) حول واقع المصارف الإسلامية عالمياً، فجاء في التقرير أنّ المصارف الإسلامية

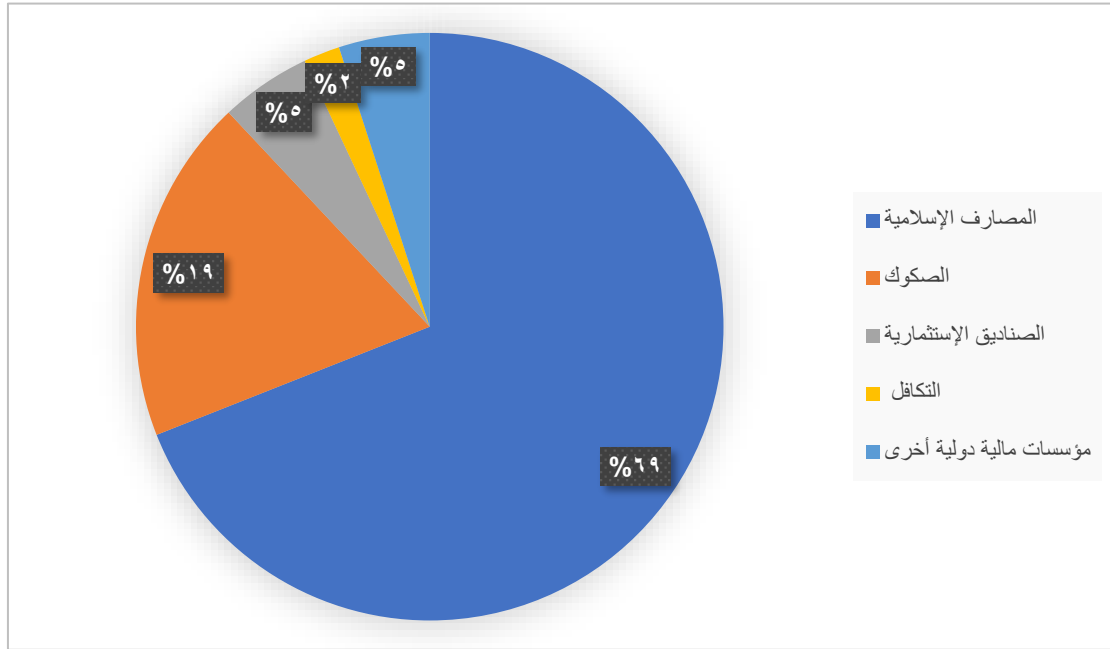
(١) ينظر: المصارف الإسلامية بين الفكر والتطبيق: د. حسين حسين شحاتة، دار النشر للجامعات - مصر، ط١، ٢٠٠٩م، ص ١٦، ١٧.

(٢) ينظر: المصارف الإستثمارية الإسلامية، النظرية والتطبيق: ص ١٢، ١٣.

(٣) ينظر: الإستثمار وتطبيقاته في المصارف الإسلامية: د. إدريس بن عمر المانع، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢١م، ص ٣١.

(٤) المؤسسة الإسلامية لتنمية القطاع الخاص: مؤسسة مالية تنموية متعددة الأطراف تابعة لمجموعة البنك الإسلامي للتنمية، تأسست عام ١٩٩٩م لدعم التنمية الإقتصادية في الدول الأعضاء، من خلال توفير التمويل لمشروعات القطاع الخاص، وتشجيع المنافسة وروح المبادرة، وتقديم الخدمات الإستشارية للحكومات، وتشجيع الإستثمارات العابرة للحدود. المصدر: <https://icd-ps.org/>.

هيمنت على الصناعة المالية الإسلامية بنسبة ٦٩٪ من حجم الأصول، كما في تحليل المعطيات في الشكل (١)(١)، في حين أتت بقية المؤسسات المالية الصناديق الإستثمارية، والصكوك، ثم التكافل الإسلامي، لتحتل أدنى مرتبة مع باقي المؤسسات المالية الصغيرة، ويشير تقرير لنفس المنظمة إلى إختلاف نسب التوزيع الجغرافي للصناعة المالية الإسلامية حول العالم، حيث سجلت دول الخليج الصدارة، إذ إستحوذت ٤٦٪ من الأصول المالية، تليها دول شرق آسيا إذ بلغت ٢٥٪ التي تساوت حصتها مع دول شمال أفريقيا، ثم جاءت في آخر قائمة الصدارة أوروبا وإفريقيا جنوب الصحراء، وكما هو موضح في الرسم البياني الشكل (٢)(٢).

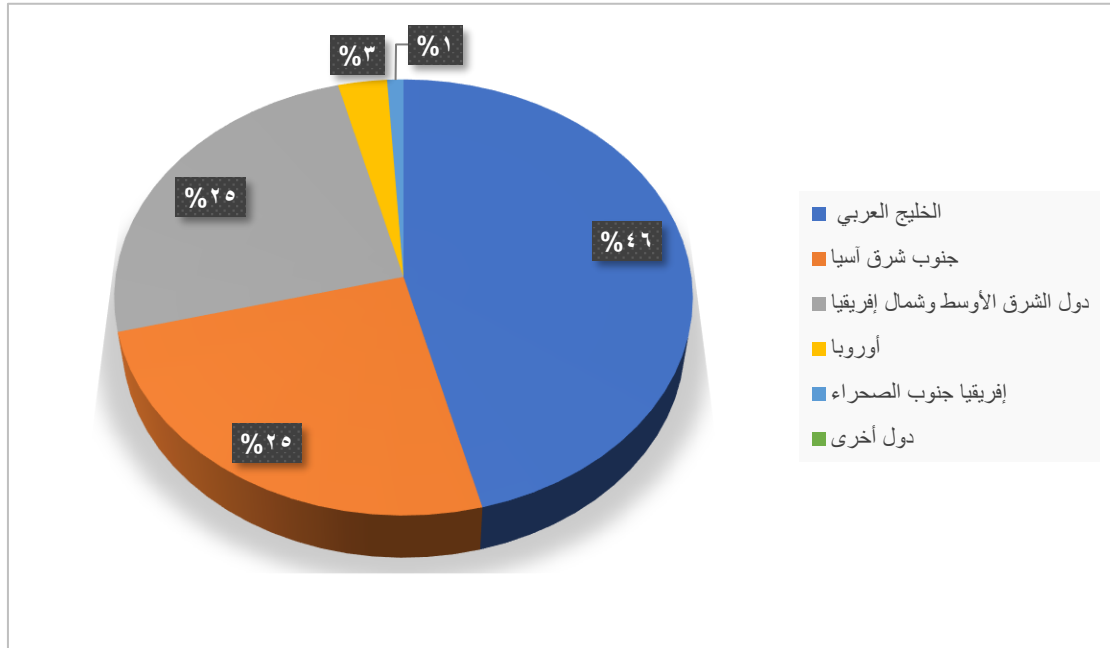


الشكل (١) توزيع أصول التمويل الإسلامي بين القطاعات الاقتصادية المختلفة في نهاية عام ٢٠١٩م بالاعتماد على تقرير

ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2020

(1) Look: ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2020: progressing through adversity. p8.

(2) Look: ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2019: Shifting Dynamics. P24.



الشكل (٢) توزيع أصول التمويل الإسلامي حسب الموقع الجغرافي عبر العالم في نهاية عام ٢٠١٨م بالاعتماد على تقرير

ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2020

لقد كانت المؤسسة المصرفية الإسلامية تستحوذ في الماضي على ٩٠٪ من أصول المالية الإسلامية، وبعد مرور عقود من الزمن لم تعد هذه النسبة كما كانت من قبل؛ وذلك لبروز مؤسسات مالية إستحوذت على نسبة من الأصول المالية، كالصكوك في سوق الأوراق المالية، والصناديق الاستثمارية، والتكافل التعاوني او الاجتماعي، حيث قدمت هذه المؤسسات والشركات كثيراً من الخدمات المالية، وحدثت أثراً إقتصادياً فعالاً في العالم الإسلامي، وبالرغم من ذلك تبقى المصارف ذات الطابع الإسلامي، هي المسيطرة على سوق العمل والإستثمارات والتنمية، لأنها حظيت بإهتمام متقطع النظير من جانب التنظير الشرعي لها، ومن الجانب الأكاديمي والعلمي، وإدخال وسائل المعلومات والتقنيات الحديثة، وتفعيل دور الإشراف والرقابة فيها، ولا يزال تعزيز مكانة المؤسسة المصرفية اليوم يتخذ إهتمامات أخرى، حيث إحتضنت دول الخليج ودول

شرق آسيا مؤسسات مالية داعمة للصناعة المالية الإسلامية واحتياجاتها، مثل: مجموعة البنك الإسلامي للتنمية، ومجمع الفقه الإسلامي الدولي التابع لمنظمة التعاون الإسلامي في السعودية، وهيئات المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية التي منها في دولة البحرين، ومجلس الخدمات المالية الإسلامية، ووكالة الإعتدال المالي في ماليزيا، والتي تعتبر الأولى من نوعها على مستوى العالم^(١).

إن هذا الانتشار الواسع للمصرفية الإسلامية في جميع قارات العالم، يتحتم عليها أن ترسيخ وجودها بتطوير أدائها وخدماتها المالية بشكل واسع، وإبتكار أدوات أكثر فاعلية وانسجاماً مع الأسواق المالية العالمية، وكما يتطلب منها تحقيق أعلى معايير الجودة الشاملة في كافة ممارساتها وأنشطتها.

الفرع الثاني: الحاجة إلى المصارف الإسلامية:

منذ أن إستعمر الغرب أغلب دول العالم الإسلامي خلال القرن التاسع عشر، أخذت القوانين الوضعية والثقافات الغربية مكانها في الدول الإسلامية، وحلت محل أحكام وقيم الشريعة الإسلامية، ومن ذلك الوقت تمكنت المصرفية الغربية من المكوث طويلاً في عالما الإسلامي، فجرت إستثمارات ومعاملات مالية متنوعة عن طريق بنوك فرعية لها في هذه الدول، ولطول مكث المستعمر الأجنبي فمن الطبيعي أن تقوم بإدارة الملف الإقتصادي بأكمله هي بنفسها، فربطت إقتصاديات الدول الإسلامية بإقتصاديات دول العالم، وبعد خروج الإستعمار الأجنبي وإستقلال كثير من الدول العربية والإسلامية، أنشأت فيها مؤسسات مالية ومصرفية متعددة المسميات والوظائف، تحكم المنظومة الإدارية لهذه المؤسسات القوانين والتعليمات المتبعة في أغلب النظم الإقتصادية العالمية، وتسعى هذه المؤسسات جميعها نحو هدف واحد، وهو تجميع الثروة بأي وسيلة وحيلة كانت، من غير مبالاة بالأحوال الإقتصادية والإجتماعية لمختلف شرائح مجتمعاتها، فوجود مثل هذه المؤسسات منذ بداياتها لا ينسجم مع أهداف الإسلام ورؤيته، فضلاً عن منافاتها مع قيم ومبادئه الأخلاقية، فأدى إنتشارها

(١) ينظر: تأثير تفشي جائحة فيروس كورونا المستجد على صناعة التمويل الإسلامي: احمد مهدي

بلوافي، مجلة بيت المشورة - قطر، العدد ١٣، أغسطس ٢٠٢٠م، ص ١٤ - ٤٣.

وتوقعها في بلاد العالم الإسلامي آثاراً سلبية، سببت بظاً وتراجعاً في تحقيق التنمية الشاملة لمجتمعاتنا، والتي لاتزال هذه الآثار معاناة بوضوح إلى اليوم.

وتعم البلاد الإسلامية اليوم جملة من المعاملات المالية التي يشوبها الربا والغرر والظلم، خاصة التعاملات المصرفية التي تحقق الفوائد من خلال عمليات الإقراض للمقبلين عليها من مختلف شرائح المجتمعات، ولاتزال هذه البنوك تمارس الظلم جهاراً عياناً، بعد أن أصبحت جل معاملات المسلمين الزراعية والتجارية والمشاريع الصناعية والخدمية كلها تتجز من خلال البنوك الربوية، فهنا تظهر الحاجة للمصارف الإسلامية التي تسهم في تخليص المسلمين من شبكة الصيد هذه، وإيجاد البدائل الملائمة التي توفر للتجار المسلمين وباقي طبقات المجتمع كل ما يحتاجون إليه، من خدمات مالية تحقق الكفاءة لهم، من غير الوقوع في الحرام الذي تقع به المؤسسات التقليدية اليوم^(١).

ويشكل المسلمون في أحدث إحصاءات رسمية من عدد سكان العالم ٢٥,٢٪ عام ١٤٤٠هـ / ٢٠٢٠م، بمعدل زيادة كل عقد نقطة مئوية واحدة، حيث يبلغ عددهم حول العالم ملياران مسلم^(٢)، ويتزايد أعداد المسلمين إزداد الطلب على التعاملات المصرفية الموافقة للشريعة الإسلامية في جميع أنحاء العالم، خاصة التكتلات السكانية للجاليات المسلمة في جنوب شرق آسيا وأوروبا، حيث أضحت هذه التكتلات سوقاً واعداً ومرجحاً للمؤسسات المالية الإسلامية^(٣).

وكما أشرت سابقاً أنّ المصارف الإسلامية تحتل الصدارة في إنتشارها حول العالم مقارنة مع المؤسسات المالية الأخرى، وتسجيلها نمواً كبيراً، وتضاعفاً للأصول المالية عالمياً، بالإضافة إلى أمر جوهري ومهم وهو أنه المصرفية الإسلامية تعد ملاذاً آمناً

(١) ينظر: المصارف الإسلامية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية: أ.د. محمود حسين الوادي، د.

حسين محمد سمحان، دار المسيرة - عمان، ط١، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٧م، ص ٤١.

(٢) ينظر: تعداد المسلمين بالعالم، تحليل زمني وجغرافي منذ البعثة النبوية إلى القرن القادم: أ. د.

الحسين بن علي الكفاني، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٢٠م، ص ١١.

(٣) ينظر: المصارف الإسلامية: أ.م.د. إخلص باقر هاشم النجار، دار الأيام، ٢٠١٩م، ص ٦٥.

لمختلف التعاملات المالية، بعيداً عن كل ما هو محرم ومشبوه من المعاملات التي تجريها البنوك غير الإسلامية اليوم، فكل هذه عوامل تؤهلها لإستقطاب الزخم البشري للمسلمين في مختلف أصقاع الأرض، واستقبال أكداًس الأموال المكتنزة الغير مستثمرة من عند أصحاب الثراء.

وبالإضافة إلى العوامل المحفزة التي تدعو إلى إنشاء المصارف الإسلامية، أنها تلعب دوراً في تمويل الإستثمارات والمشاريع الحقيقية بكافة أحجامها، من خلال جملة من الصيغ والأدوات التي تقدم حلولاً ومنافسة للبنوك التقليدية^(١).

وطبيعة عمل المصارف الإسلامية الديناميكية تجعلها حاجة زمنية مستمرة ومتطورة، فيمكن وصفها بأنها تقوم بعمليات إخراجية إبداعية، فهي تأخذ المنتجات المالية الإسلامية وغير الإسلامية وتخرجها على وفق أسس وضوابط فقهية ذات نظرية مالية، لتعطي منتج ذات نطاق أوسع، وهذه النظريات الفقهية تمكن من تقديم إبتكارات وحلول مختلفة الإستخدامات في الحياة الإقتصادية، وتحقق أثراً إيجابياً في الإقتصاد والمجتمع، والعملية الإخراجية والإبداعية تستند على نظام إقتصادي مالي، يحفزها في عملها على ضوء مجموعة من القواعد والمقاصد، التي تعطىها قوة وتماسكاً وفعالية في التطبيق، وبالتالي ستتكامل المعاملات والمصارف وستتوحد في ظل الأهداف والمقاصد هذه، لتخدم العمليات الإقتصادية والحاجات والعلاقات الإجتماعية^(٢).

إنّ إلتزام هذه المصارف بالضوابط الشرعية في أنشطتها الإستثمارية وخدماتها وباقي أعمالها، يجعلها أكثر إنسجاماً مع الأوساط الإسلامية، التي تملك عواطف وضمائر حية تجاهها، ولقد كان لفقدان دور المؤسسات المالية الإسلامية، وأخذ زمام القيادة بيد المؤسسات التقليدية، الأثر الكبير في تأخر تنمية المجتمعات الإسلامية، لأنّ المنتجات الغربية وأفكارها وضعت لتتلاءم مع أفكار مجتمعاتها، ولا يمكن تطبيقها

(١) ينظر: المصارف الإسلامية، مفاهيم أساسية وحالات تطبيقية: حكيم حمود فليح، ثورة صادق حمادي، محمد حسن عبد الكريم، دار بغدادي- بغداد، ١٤٤٠هـ - ٢٠١٩م، ص ٣٣، ٣٤.

(٢) ينظر: المصارف الإستثمارية الإسلامية: ص ٧، ٨.

على واقع الحياة العملية في المجتمعات الإسلامية، والواقع المشاهد دليل يشهد على إدعائنا.



المطلب الثالث

خدمات المصارف الإسلامية

١- قبول الودائع وفتح الحسابات: تعد الخدمات المصرفية هي نقطة البداية للقيام من خلالها بالأعمال، فتتلقى الأموال من المودعين باقتراضها منهم، ثم تعيد ضخها في الأسواق بإعادة إقراضها عن طريق تمويلها للقيام بالمشاريع المختلفة^(١).

وأموال المودعين تكون ضمن إحدى أنواع الحسابات المصرفية التي تقدمها للعملاء، وهي إما حسابات جارية، أو استثمارية، أو توفير، ولقد أشرنا إلى كل نوع فيما سبق.

٢- تقديم الخدمات الإجتماعية: المصرف مؤسسة مالية إقتصادية لا يهدف لتحقيق الربح فحسب، وإنما يمتد دوره ليطال تحقيق أهداف أخرى من الناحية الإجتماعية والتكافلية، التي تقتضي مراعاة أفراد المجتمع والعمل على تنميته وتطويره، ومن هذه الخدمات الإجتماعية منح القروض الحسنة، وتحصيل الزكاة وإعادة توزيعها، وإنشاء المنظمات الداعمة للجانب الإنساني والاجتماعي، ونشر الوعي بأهمية الوعي بالمعاملات المالية الإسلامية^(٢).

٣- القرض الحسن: هي عبارة عن إنئتمان يمنحه المصرف إلى مدين أو مشروع معين بدون فائدة، وذلك في الحالات التي تستوجب منح القرض الحسن: مثل المرور بضائقة مالية، أو حصول أزمة تجارية، أو لإنجاز بعض المشروعات الإجتماعية غير الربحية، أو لتوفير أسباب الكسب والمعيشة لبعض الفقراء والمحتاجين، فيقوم المقرض بسداد أصل المال المقرض من غير زيادة^(٣).

(١) ينظر: صناعة التمويل في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: د. سامر مظهر قنطقجي،

دار أبي الفداء العالمية - سوريا، ط١، ٢٠١٠م، ص ١٥٤.

(٢) ينظر: الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية: د. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، البنك

الإسلامي للتنمية - جدة، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤م، ص ٢٠٣.

(٣) ينظر: دراسة الجدوى الإقتصادية في البنك الإسلامي: حمدي عبد العظيم، المعهد العالمي للفكر

الإسلامي - القاهرة، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦م، ص ٢٧.

٤- إصدار خطابات الضمان (الكفالة): خطابات الضمان والاعتماد المستندي من المعاملات المصرفية، التي تهدف الى دعم العملاء في أنشطتهم التجارية، وخطاب الضمان "تعهد كتابي يتعهد بمقتضاه المصرف بكفالة أحد عملائه (طالب الإصدار) في حدود مبلغ معين تجاه طرف ثالث خلال مدة معينة"^(١).

٥- الحوالات المالية الداخلية والخارجية وأعمال المراسلة: وهي عملية نقل مصرف لأموال من فرع إلى فرع آخر في داخل الدولة أو إلى خارجها، بناءً على طلب العميل شرط أن يكون له غطاء نقدي يكفي لتغطية الحوالة، ويتقاضى المصرف عمولة على عمليات التحويل هذه^(٢)، والحوالة هي نفس السفتجة التي كان يتعامل بها المسلمون في القرون الأولى، وهي بمثابة قرض يمنحه المقرض إلى المقرض ليوفيه إياه في البلد الآخر، وسميت سفتجة؛ لأن أمرها محكم تجنب حامل الأموال خطر الطريق وتلف الأموال، والفقهاء يرون أنها تكون تارة من باب الحوالة وتارة من باب القرض^(٣)، وتجري المصارف اليوم مراسلات وعلاقات مع مصارف محلية أو دولية لخدمة العملاء أو لخدمة المصرف وأغراضه، وهنا يجب الحذر من أن تتطوي هذه العلاقات وتؤدي إلى معاملات مالية مقابل فوائد أخذاً وغطاءً^(٤).

٦- بطاقات الائتمان: أداة لدفع وسحب الأموال إئتمانية غير إلزامية، تتمتع بصلاحيات محدودة وسقف زمني محدود، غير قابلة للتحويل، تصدر من جهات مصرفية أو مؤسسات مالية أخرى، تمكن حاملها من الشراء بالآجل

(١) ينظر: المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: أبو عمر ذبيان بن محمد الديبان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٣٢هـ، ٥٦١/٨.

(٢) ينظر: شامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: محمود عبد الكريم أحمد إرشيد، دار النفائس - الأردن، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٧م، ص ١٦٩، ١٧٠.

(٣) بحوث في المصارف الإسلامية: أ.د. رفيق يونس المصري، دار المكتبي - سوريا، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م، ص ٢٢٩.

(٤) إدارة المؤسسات والأسواق المالية: د. فواز صالح حموي، محمد رمضان إسماعيل، دار علاء الدين، ط١، ٢٠١١م، ص ٥٨.

على ذمة المصدر، ومن الحصول على النقد إقتراضاً من مصدرها أو من غيره بضمانه، وغيرها من الخدمات الأخرى^(١).

٧- تسلم الأوراق التجارية^(٢) والأسهم والسندات: وطبيعة هذه الخدمة أن يقوم المصرف بإستلام الأوراق التجارية من تاجر عميل له، لغرض حفظها له لحين موعد إستحقاق أدائها، فيتولى المصرف مطالبة المدين ذي العلاقة وإتخاذ الإجراءات الموكول إليه القيام بها، وكذلك الأمر في حال تسلم الأسهم والسندات من تاجر أو غير تاجر، حيث تقوم بحفظها ومتابعة تحصيل الأرباح في مواعيد الإستحقاق الدورية^(٣).

٨- الوساطة المالية: تعد الوساطة المالية أهم أدوار المصارف الإسلامية، إذ تقوم فكرة الوساطة المالية على تلقي المصرف لأموال المدخرين وتوجيهها نحو المستثمرين (طالبي التمويل)^(٤).

والحاجة إلى الوساطة المالية ضرورة من الضروريات لحفظ المال واثميره، ولا تنقف إلى هذا الحد بل أن الوساطة من أهم عوامل تنمية المجتمعات وتلبية إحتياجاتها، فإذا لم تحقق المؤسسات المالية الإسلامية مبدأ الوساطة المالية بالمستوى المطلوب، فستفتح الطريق أمام المؤسسات المالية التقليدية للقيام بهذه

(١) ينظر: المعاملات المالية أصاله ومعاصرة: ٥٢١/١٢.

(٢) الأوراق التجارية: هي عبارة عن صكوك تتضمن إلتزاماً بدفع مبلغ من النقود، يستحق الوفاء عادة في مدة محددة، وتقبل التداول بالتظهير، ويقبلها العرف التجاري كأداة لتسوية الديون والمواد التجارية، ومن أنواع هذه الأوراق (الكمبيالة، والسند الإذني، والصك). ينظر: المصارف الإسلامية: ص ٨٧.

(٣) ينظر: تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة: د. سامي حسن أحمد حمود، مكتبة الشروق ومكتبتها - عمان، ط٢، ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م، ص ٣٣٥.

(٤) ينظر: نحو تطوير نظام المضاربة في المصارف الإسلامية: د. محمد عبد المنعم أبو زيد، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - القاهرة، ط١، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م، ص ١٥٤.

المهمة، وبسط سيطرتها ونفوذها على كافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية في مجتمعاتنا.

٩- **إستبدال العملات:** ويطلق عليها الفقهاء الصرف، وهي بيع الأثمان من العملات بعضها ببعض، ويشترط عند إجراء مبادلة صنف بصنف من نفس الجنس ألا يقابلها زيادة، كصرف دينار بدينار آخر من جنسه، وإذا اختلفت الأجناس فيجوز التفاضل فيما بينها، على أن يكون التسليم في نفس المجلس، كصرف دولاراً بدينار^(١).

١٠- **البيع بالتقسيط (البيع الآجل):** هو مبادلة أو بيع ناجز، يتم فيه تسليم المبيع إلى المشتري حالاً، ويؤجل سداد الثمن بعضه أو كله إلى أجل معلوم، وهذا النوع من البيوع تتبعه المصارف الإسلامية لتمويل شراء السيارات، أو تجهيز المصانع والمعامل بأدوات الإنتاج، أو تجهيز المتاجر بالبضائع والسلع، وغيرها من التمويلات^(٢).

١١- **خدمات أخرى:** وتقدم المصارف الإسلامية أنشطة مصرفية أخرى، وهي كثيرة وجائزة شرعاً، ومن أهم هذه الخدمات لا على سبيل الحصر:

أ- تأجير الصناديق الحديدية لحفظ الأمانات والودائع مقابل اجر.

ب- إدارة الممتلكات والتركات والوصايا، حيث تخفف على العميل أعباء متابعة أمور ممتلكاته.

ت- بيع وشراء المعادن الثمينة، كالذهب والفضة وباقي المعادن النفيسة.

ث- إصدار وبيع الشيكات السياحية.

ج- شراء وبيع الأسهم في الأسواق المالية.

(١) ينظر: إدارة المؤسسات والأسواق المالية: ص ٥٧.

(٢) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة: أ.د. وهبة الزحيلي، دار الفكر - دمشق، ط٣، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، ص ٣١١، ٣١٢.

- ح- إدارة الممتلكات الوقفية والعقارات.
خ- قبول الأمانات.
د- تقديم الخدمات الإستشارية والإستعلامات التجارية.
ذ- عمل دراسات جدوى إقتصادية للمشروعات^(١).



^(١) ينظر: الشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: ص ١٩٨ - ٢٠٠؛ وتطوير صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الإسلامية: سليمان ناصر، جمعية التراث - الجزائر، ط١، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢م، ص ٢٨٦.

المبحث الثالث
منتجات المصارف الإسلامية

وفيه تسعة مطالب:

المطلب الأول: المرابحة.

المطلب الثاني: المضاربة.

المطلب الثالث: السلم والسلم الموازي.

المطلب الرابع: عقد الإستصناع.

المطلب الخامس: الإجارة.

المطلب السادس: الشركة.

المطلب السابع: المزارعة، المساقاة، المغارسة.

المطلب الثامن: الصكوك.

المطلب التاسع: صناديق الإستثمار الإسلامية.

المبحث الثالث

معاملات المصارف الإسلامية

تقدم المصرفية الإسلامية عشرات المنتجات المالية المتوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وتتمتع هذه المنتجات بكفاءة عالية وأداء متميز، مع القدرة على تلبية المتطلبات والحاجات العصرية لكافة المستثمرين وأفراد المجتمعات، وإنتشار هذه المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية حول العالم وتزايدها، ما هو إلا دليل على نجاح الأعمال التي تقوم بها هذه المؤسسات المالية، وإزدياد الطلب على خدماتها وتحقيقها للأرباح المتزايدة، وفي هذا المبحث سنتعرف على هذه المنتجات المالية وأهميتها، والدور الذي تلعبه في تلبية متطلبات مختلف الإحتياجات العصرية.

المطلب الأول

المرابحة

تشكل صيغة المرابحة أكثر الصيغ المالية إستخداماً في المصارف الإسلامية، وتتجاوز نسبة تطبيق هذه الصيغة بالنسبة لباقي الصيغ حوالي ٧٠٪، وذلك لقلة المخاطر الناجمة عنها، والربحية الكبيرة التي تتحققها من خلال تطبيقها، وللوقوف على هذا المنتج الرئيسي سنذكر جانباً ملماً حول مفهومها، ومشروعيتها، وأركانها، ثم شيئاً من المزايا والدور الإقتصادي الذي تلعبه.

أولاً: تعريف المرابحة في اللغة والإصطلاح:

الفرع الأول: تعريف المرابحة لغة:

المرابحة أصلها من الفعل (رَبِحَ)، وتعني النماء في التجارة، والعرب تقول لمن دخل في التجارة بالرِّبَاح والسماح، وربح فلان وربحته وأربحته أي: أعطيته ربحاً على

سلعته، وباع الشيء مرابحةً، ويعنون من قولهم: رَبحَت تجارة فلان، صاحب التجارة الذي وضع ماله فيها، لأن التجارة لا تريح وإنما القائم عليها^(١).

الفرع الثاني: تعريف المرابحة في إصطلاح الفقهاء:

المرابحة إحدى أنواع بيوع الأمانة، وهو البيع الذي يحدد فيه الثمن بمثل رأس المال، وسمي بهذا الاسم؛ لأن البائع يؤتمن في إخباره برأس المال^(٢). والمرابحة كما عرفها الفقهاء رحمهم الله وهي: "أن يبيع سلعة بالثمن الذي اشتراها به، وزيادة ربح معلوم"^(٣). فكما بيّن التعريف أنّ المرابحة يشترط فيها بيان الثمن الذي تُمنّت به السلعة، فلا بد من إخبار المشتري به.

ثانياً: المرابحة المصرفية المعاصرة:

شاع في المصارف الإسلامية استخدام منتج مالي حديث منذ فترة زمنية ليست بالبعيدة، فنشأت معاملة بيع المرابحة للأمر بالشراء التي كانت أول من تقطن بها وتطرق لها الدكتور سامي حمود، وذلك في إطروحة الدكتوراه والتي بعنوان (تطوير

(١) ينظر: مختار الصحاح: ١/ ١١٦؛ وينظر: لسان العرب: ٢/ ٤٤٣.

(٢) ينظر: الفقه الميسر: أ.د. عبد الله بن محمد الطيار، أ.د. عبد الله بن محمد المطلق، د. محمد بن إبراهيم الموسى، مدار الوطن، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ٢٣/٦.

(٣) ينظر: الهداية في شرح بداية المبتدي: علي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني المرغاني (ت: ٥٩٣هـ)، تحقيق: طلال يوسف، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، ١٩٩٥م، ٣/ ٥٦.

(٣) مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج: ٢/ ٤٧٦؛ وشرح الزرقاني على مختصر خليل: عبد الباقي بن يوسف بن أحمد الزرقاني المصري (ت: ١٠٩٩هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م، ٥/ ٣٠٧؛ ومغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج: ٢/ ٤٧٦؛ والشرح الكبير على متن المقنع: عبد الرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي الجماعيلي الحنبلي (ت: ٦٨٢هـ)، دار الكتاب العربي، ١٠٢/٤.

الأعمال المصرفية بما يتفق مع الشريعة الإسلامية)، والتي قدمت إلى جامعة القاهرة - كلية الحقوق، ونُوقشت بتاريخ ٣٠ / ٦ / ١٩٧٦.

وحقيقة هذه المعاملة كما عرفها دكتور سامي بأنها: طلب يتقدم به العميل إلى المصرف لشراء سلعة بالوصف المحدد الذي يرغب به مقدم الطلب، على أساس وعد منه بشراء تلك السلعة مرابحةً بالنسبة التي يتفقان عليها، حيث يدفع الثمن دفعة واحدة أو مقسطاً حسب إمكانية العميل^(١).

وعرفها رئيس مجلس (مجمع الفقه الإسلامي)^(٢) بجدة: إنها رغبة عميل بشراء سلعة بعينها، فيطلب من المصرف أن يشتروا له هذه البضاعة، ويحدد لهم مواصفاتها ويوعدهم بشرائها منهم بثمن معجل أم مؤجل^(٣).

والتعاريف التي ذكرها العلماء والباحثون المعاصرون كثيرة وكلها تدور حول مفهوم واحد، وهو أنّ المرابحة للأمر بالشراء ثلاثية الأطراف، أي: أن هناك ثلاثة متعاقدين: الأول: صاحب الطلب (العميل)، وهو الأمر بالشراء.

الثاني: منفذ الطلب (المصرف الإسلامي)، وهو المأمور.

الثالث: البائع الذي سيتعاقد معه المصرف.

وهذه العقود الثلاثة في هذه المرابحة تختلف عن المرابحة التي ذكرها الفقهاء المتقدمون، حيث أنّ المرابحة التي نصوا عليها بسيطة مشتملة على متعاقدين إثنين، فهي ثنائية، أما المرابحة المصرفية المعاصرة فهي مركبة تشتمل على ثلاثة أطراف.

(١) ينظر: تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق مع الشريعة الإسلامية: ص ٤٣٢.

(٢) مجمع الفقه الإسلامي الدولي: هو هيئة علمية عالمية، منبثقة عن منظمة التعاون الإسلامي، تضم نخبة كبيرة من كبار العلماء، تأسست بموجب قرار مؤتمر القمة الإسلامي في مكة المكرمة عام ١٤٠١ هـ - ١٩٨١ م، يضم أعضاء يمثلون سبع وخمسون دولة، وهم أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، ويهدف المجمع إلى التعاون الجماعي في ابداء الرأي في القضايا المعاصرة، والرد على الشبهات والفتاوى التي تخالف الدين، وله مجموعة من المطبوعات، منها مجلة مجمع الفقه الإسلامي. ينظر: موقع المجمع <https://iifa-aifi.org>.

(٣) ينظر: المرابحة للأمر بالشراء: د. بكر بن عبد الله أبو زيد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد الخامس، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٨ م، ٢ / ٩٧٨.

ومن أشهر صور تطبيقات المربحة المصرفية صورتان^(١):

الصورة الأولى: المربحة للأمر بالشراء مع الإلتزام بالوعد:

أن يتقدم الشخص إلى المصرف بطلب لشراء سلعة ذات مواصفات محددة، بعد إتفاق الطرفين على الثمن والربح وطريقة دفع المبلغ مضافاً إليه الربح، يشتري المصرف السلعة للأمر بالشراء وعرضها على طالبها للتأكد من مطابقتها للمواصفات، يلتزم الأمر بشراء السلعة حسب الإتفاق الموقع مسبقاً.

وفي هذه الصورة أن المصرف لا يتعرض إلى مخاطر من جراء شراء السلعة وامتلاكها، لضمانه أن العميل سيلتزم بشرائها من المصرف.

الصورة الثانية: المربحة للأمر بالشراء مع عدم الإلتزام بالوعد:

أن يتقدم الشخص كما في الصورة السابقة إلى المصرف بطلب شراء سلعة أو بضاعة بمواصفات معينة، ثم يدرس المصرف الطلب ويتفقدان على ثمن السلعة والربح التي سيحصل عليها منفذ الطلب، وبعد تنفيذ الطلب وشراء السلعة وامتلاك المصرف لها وعرضها على الأمر بالشراء للتأكد من مطابقتها للمواصفات، فهنا يتخير الأمر بشراء السلعة دفع حسابها أرفضها، وفي هذه الحالة تصبح السلعة ملكاً للمصرف ويستطيع بيعها لشخص آخر.

وفي هذه الصورة يتعرض المصرف لمخاطرة شراء السلعة، وقد لا يجد عميل يعرضها عليه، أو يتعرض إلى انخفاض قيمتها، أو قد لا يلتزم المشتري بدفع الأقساط المالية المترتبة، وعليه أرى أن الصورة الأولى أضمن للمصارف الإسلامية، وأن عليها أخذ الضمانات والوعد من الأمر بشراء السلعة منها حال تنفيذ الطلب.

وخرج مؤتمر مجمع الفقه الإسلامي بقرارات في دورته الخامسة المنعقدة بدولة

الكويت، حول بيع المربحة للأمر بالشراء، وقرر الآتي:

١- إن بيع المربحة للأمر بالشراء إذا وقع على سلعة ودخلت في ملك المأمور

(المصرف الإسلامي)، وحصل القبض الشرعي جاز البيع بهذه الصورة، طالما

^(١) ينظر: بيع المربحة للأمر بالشراء، دراسة في المفهوم، الإجراءات، الضوابط الشرعية: د. حلموس

الأمين، ط. كزيز نسرين، مجلة الإمتياز لبحوث الإقتصاد والإدارة: المجلد ١، العدد ١، ٢٠١٧م،

يقع على المأمور مسؤولية تلف المبيع قبل التسليم وتبعه الرد بالعيب الخفي، وتوافرت شروط البيع وانتفت موانعه.

٢- الوعد هو الذي يصدر من الأمر (طالب السلعة)، أو المأمور (المنفذ) على وجه الإنفراد، فإنَّ الأمر يكون ملزماً ديانةً بتسليم ثمن السلعة على النسبة التي إتفقا عليها في مسودة العقد إلا لعذر، ويكون ملزماً قضاءً إذا كان معلقاً على سبب ودخل الموعود في ضائقة وكلفة نتيجة الوعد، وهنا يتم دراسة الإلزام في هذه الحالة، إما بتنفيذ الوعد، أو التعويض عن الضرر الواقع على منفذ الطلب بسبب عدم الوفاء بلا عذر.

٣- المواعدة وهي الصادرة من طرفي العقد، تجوز بشرط أن يكون هناك خيار لأحد المتبايعين أو كليهما، فإذا لم يكن هناك خيار بينهما، فلا تجوز هذه المعاملة، لأن المواعدة الملزمة في عقد المراجعة تشبه البيع، حيث يشترط أن يكون البائع مالكاً للسلعة، حتى لا يكون هناك مخالفة لبيع الإنسان ما ليس عنده^(١).

ومن الصور الحديثة في المراجعة التي تُبنت في بعض المؤسسات والمصارف المالية الإسلامية، ما يسمى (بالمراجعة العكسية) أو (التورق العكسي)، وحقيقة هذه المعاملة: أنَّ عميلاً (المودع) يوكل مصرفاً بشراء سلعة معينة ويسلم العميل المبلغ نقداً، ثم يقوم المصرف بشراء السلعة من العميل بثمن مؤجل مقابل ربح يتم الإتفاق عليه فيما بينهما، وتهدف هذه العملية إلى مقابلة عملية المنتج في المصارف التقليدية وهي الوديعة، إلى أجل الذي حرّمته الشريعة الإسلامية، لكونه باباً من أبواب الربا، لتحقيق أرباحاً للمودعين على ودائعهم، وتوفير سيولة للمصارف الإسلامية^(٢).

(١) ينظر: مجلة مجمع الفقه الإسلامي: العدد الخامس، ٢/ ١٥٩٩، ١٦٠٠.

(٢) ينظر: التورق الفقهي وتطبيقاته المصرفية المعاصرة في الفقه الإسلامي: أ.د. محمد عثمان شبير، بحث مقدم إلى مجمع الفقه الإسلامي الدولي، الدورة التاسعة عشر المنعقدة في دولة الإمارات العربية المتحدة، من ١ إلى ٥ جمادي الأولى ١٤٣٠هـ، الموافق ٢٦ - ٣٠ نيسان ٢٠٠٩م، ص ٣٠.

وقد ناقش المؤتمر الدولي لمجمع الفقه الإسلامي في دورته التاسعة عشر هذه المعاملة المصرفية المعكوسة: وخرج الفقهاء المجتمعون بقرارات تمنع هذه المعاملة مستدلين بما يأتي:

- ١- أنّ هذه العملية مماثلة لمسألة العينة^(١) المحرمة شرعاً، حيث أنّ السلعة لم تكن مقصودة لذاتها، فتأخذ نفس حكمها.
- ٢- أنّ هذه المعاملة تأخذ مفهوم التورق المصرفي المنظم^(٢)، وإنّ علة التورق المنظم هي نفس علل المربحة العكسية.
- ٣- أنّ هذه المعاملة تنافي أهداف الإقتصاد الإسلامي، من ربط التمويل بالنشاط الحقيقي الذي يعزز التنمية الإقتصادية في المجتمع^(٣).

ثالثاً: دور عقد المربحة في تلبية متطلبات العصر:

لا زالت المؤسسات المالية الإسلامية تبرهن على أهميتها ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية للفرد والمجتمع، وذلك من خلال جملة من الأدوات والمنتجات المالية التي تخدم أهداف المتعاطين لهذه المعاملات الشرعية.

وتسهم عقود المربحة التي تجريها المصرفية الإسلامية في تقديم خدمة تجاه التنمية الإقتصادية، وذلك لأن عملية المربحة تقوم بتعبئة المدخرات من أصحاب الفوائض المالية، الذين لا يعرفون في أي مجال يوظفونها، ثم تتم من خلالها مساعدة أصحاب الخبرات والأعمال، لتمكن متطلباتهم ومزاولة أنشطتهم؛ لزيادة معدلات

(١) العينة: وهي بيع يتضمن بيعتين في بيعة، وصورته أن يشتري شخص سلعة نسيئة (لأجل)، ثم يبيعه على نفس البائع نقداً بأقل من ثمن النسيئة. ينظر: توضيح الأحكام من بلوغ المرام: ٤/٢٨٢.

(٢) التورق المصرفي المنظم: حقيقته "قيام المصرف بعمل يتم فيه ترتيب بيع سلعة من أسواق السلع العالمية على طالب التورق بثمن آجل، على أن يلتزم المصرف بأن ينوب عنه في بيعها على مشترٍ آخر بثمن حاضر أقل". الفقه الميسر: ١٠/١٧.

(٣) ينظر: فقه المعاملات المالية المعاصرة: أ.د. سعد بن تركي الخثلان، دار الصمعي - الرياض، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ص ١٢٧، ١٢٨.

الإنتاج، وهذه الزيادة تؤدي بدورها إلى إرتفاع مستوى الدخل القومي التي ترفع مستوى المعيشة، لتخلص في نهاية المطاف إلى تحقيق أهداف التنمية الإقتصادية للمجتمع ككل^(١).

فمن خلال المربحة تسهم في تمويل القطاعات الإقتصادية، مثل قطاع التجارة الداخلية منها والخارجية، بالإضافة إلى قطاع الإنتاج، فإسهامها في قطاع التجارة توفر السلع المعمرة^(٢) والوسيط^(٣)، سواء لتجار الجملة أو التجزئة أو للأفراد المستهلكين، وذلك عن طريق شرائها من الداخل أو استيرادها ثم إعادة بيعها مربحة، وبذلك سيتمكن الأفراد أو الذين يتوقعون دخلاً في المستقبل أعلى نسبياً من شراء هذه البضائع والسلع، مع تقسيط الثمن على فترات زمنية، مما سيؤدي إلى رفع مستوى الإستهلاك الفردي، وتوفير إحتياجات تجار الجملة والتجزئة من الأسواق المحلية عن طريق المربحة، يحرك نشاط البيع والشراء في السوق، ويرفع من حجم الطلب الكلي، وبالتالي دوران النشاطات الإقتصادية، وأما بالنسبة لقطاع الإنتاج، فإن المربحة يمكن إستخدامها لغرض توفير مستلزمات الإنتاج من مواد أولية والسلع الوسيطة، والآلات والمعدات

(١) ينظر: المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول: د. قادري محمد الطاهر، أ. جعيد البشير، أ.

كاكي عبد الكريم، مكتبة حسن العصرية، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م، ص ٦٧.

(٢) السلع المعمرة: وهي السلع التي تستعمل لفترات زمنية طويلة، والتي غالباً ما يشتريها المستهلكون مرات محدودة في حياتهم، ومن أمثلة ذلك الأجهزة الكهربائية، والأثاث وغير ذلك. ينظر: أصول التسويق: أ.د. ناجي المعلا، دار اليازوري - عمان، ٢٠٢٠ م، ص ١٥٧.

(٣) السلع الوسيطة: هي سلع تدخل في إنتاج سلع أخرى نهائية، كالحام والحديد والوقود وقطع الغيار والخشب وغيرها. ينظر: دراسة جغرافية تحليلية لواقع تجارة مصر الخارجية خلال الفترة (١٩٩٠ - ٢٠٠٠): د. حسام جاد الرب، كتب عربية (دار النشر الألكتروني)، ٢٠٠٧ م، ص ٢٤.

وكافة الأجهزة المعدة لهذه الأغراض الإنتاجية، مما يسهم في دعم الحركة الاقتصادية للدول^(١).

ومن التجارب في مجال التمويل بالمرابحة، خاض (صندوق البنك الإسلامي للتنمية لحصص الإستثمار)، وهو أحد أذرع البنك الإسلامي للتنمية، الذي تسهم فيه ٢٠ مؤسسة إستثمارية من دول الأعضاء المنضوية تحته، إذ بلغ إجمالي التمويل المعتمد من هذا الصندوق مبلغ ١,٦٨ بليون دولار حتى نهاية عام ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م، منها ٧٩٥ مليوناً، أي ما يقارب (٤٧ %) من المبلغ لتمويل التجارة بصيغة المرابحة^(٢)، ولإحدى أذرع البنك الإسلامي للتنمية، بدأت (المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة) أنشطتها التمويلية منذ عام ٢٠٠٨ م، حيث تسعى لتعزيز المبادلات التجارية بين أعضاء دول (منظمة التعاون الإسلامي)، واستخدمت خلال مسيرة نشاطاتها صيغ وعقود لتمويل القطاعات العامة والخاصة بصيغة المرابحة، والمرابحة المركبة، واستهدفت قطاعات النفط والزراعة والصناعة وباقي الخدمات الإنتاجية، وارتفع إعتمادات تمويل التجارة بصيغ تعاقدية مختلفة تصل إلى ٥,٢ مليار دولار أمريكي سنة ٢٠١٨ م، وذلك لزيادة طلب بلدان الأعضاء على التمويل^(٣).

وأخيراً يمكن للمرابحة أن تلعب دوراً فعالاً في دعم نشاطات الشركات والمنشآت الصغيرة، لتوفير مستلزمات أدوات الإنتاج من جانب، وتصريف منتجاتها على الأفراد والمؤسسات المتوسطة والكبيرة، التي ترغب بشراء منتجاتها وهذا جانب آخر، وقد تكمن في الموضوع مخاطر بالنسبة لمن تملك وحدات الإنتاج، أو إستخدامها النهائي لمواد الخام بالنسبة للشركات الصغيرة، فقد تتعثر في تسديد الأقساط في آجالها المحدودة، وللتغلب على تلك المخاطرة يمكن الحصول على ضمانات حكومية (طرف ثالث)، كما

(١) ينظر: بيع المرابحة في المصارف الإسلامية: فياض عبد المنعم حسنين، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - القاهرة، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م، ص ١٣، ١٤.

(٢) ينظر: تجربة البنك الإسلامي للتنمية في دعم التنمية في الدول الإسلامية: محاضرة ألقاها د. بشير عمر محمد فضل الله في مجمع الفقه الإسلامي، جدة - المملكة العربية السعودية، الثلاثاء ١٣ ربيع الأول، ١٤٢٧ هـ - ١١ إبريل، ٢٠٠٦ م، ص ١٥.

(٣) ينظر: التقرير السنوي للبنك الإسلامي للتنمية: ٢٠١٨ م، ص ٣٢.

هو الحال في صندوق التنمية الصناعي بالمملكة العربية السعودية، الذي يقدم ضمانات بحدود ٧٥٪ من التمويل الممنوح للشركة الصغيرة، وذلك ضمن برنامج يسمى "كفالة تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة"، الذي صدر بموجب قرار حكومي^(١).

ولتفعيل هذه الصيغة في بلادنا أقترح أن تقوم المصارف الإسلامية بتقديم العروض والخدمات لشرائح الموظفين، من توفير السلع المنزلية، وتمويل شراء المنازل والسيارات، باستخدام عقد المرابحة مع هامش ربح مناسب ومنافس للبنوك التجارية، وعلى فترة سداد تتناسب مع حجم رواتب الموظفين، ولتحقيق هذا تتواصل المصارف الإسلامية الممولة مع الوزارات والمديريات والهيئات الحكومية، والإتفاق معها على وضع آليات العمل وتحديد الشرائح المستفيدة من هذه العروض، واخذ الضمانات الكافية لتسديد المستحقات المالية في حال التعاقد مع العملاء، وإذا ما طبقت هذه الصيغ فستمكن شرائح كبيرة من متوسطي الدخل وأصحاب الأجور المتدنية، من إمتلاك مختلف السلع التي تعد اليوم من ضروريات الحياة الإجتماعية.



(١) ينظر: صيغ تمويل المشروعات الصغيرة في الإقتصاد الإسلامي: أ. حسين عبد المطلب الأسرج، مجلة دراسات إسلامية، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م، العدد ٨، ص ٩٦.

المطلب الثاني المضاربة

تعد المضاربة من أهم الممارسات المالية في الإقتصاد الإسلامي، حيث تعتبر محركاً أساسياً لعجلة الإستثمار والإقتصاد بشكل عام، وذلك لقدرتها على الجمع بين الرؤوس المالية وأصحاب الخبرات في مجال العمل والإنتاج، وهذه الأداة المالية ليست وليدة العصر الحاضر، بل هي من معاملات العصر الأول للمسلمين، ولذا تناولها علماء المسلمين بالتفصيل لمفهومها، وأحكامها، وهو عينه ما سنتناوله في هذا المطلب.

أولاً: تعريف المضاربة في اللغة والإصطلاح:

الفرع الأول: تعريف المضاربة لغة:

ترجع كلمة المضاربة إلى الفعل (ضَرَبَ)، وهي من المفاعلة، وتعني الضَرْبُ في الأرض والسير للسعي في طلب الرزق، والضرب يقع على أغلب الأعمال، في التجارة وفي الأرض وفي سبيل الله، ويقال ضاربه في ماله من المضاربة: وهي القراض، والمضاربة: تعني أن تعطي للإنسان مالاً ليتجر به، على أن يكون الربح لكلٍ سهم معلوم فيه^(١).

الفرع الثاني: تعريف المضاربة إصطلاحاً:

نصت تعريفات العلماء المتقدمين للمضاربة على معاني مشتركة بينهم، مع إختلاف وزيادة في الألفاظ، فنصوا على أنها: عقد مشاركة بين طرفين، يدفع أحدهما ماله لطرف آخر ليتجر به، ويكون الربح بينهما حسب ما يشترطانه^(٢).

(١) ينظر: لسان العرب: ١ / ٥٤٤.

(٢) ينظر: الهداية في شرح بداية المبتدى: ٣ / ٢٠٠؛ والتفريع في فقه الإمام مالك بن أنس: عبيد الله بن الحسين بن الحسن أبو القاسم ابن الجَلَّاب المالكي (ت: ٣٧٨هـ)، تحقيق: سيد كسروي حسن، دار لكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م، ٢ / ١٥٦؛ ونهاية المطلب في دراية المذهب: عبد الملك بن عبد الله بن يوسف بن محمد الجويني، أبو المعالي، ركن الدين، الملقب بإمام الحرمين (ت: ٤٧٨هـ)، تحقيق: عبد العظيم محمود الديب، دار المنهاج، ط١،

ويدل المصطلحان: المضاربة والمقارضة أنهما لفظان مترادفان، وهذا هو ما صرح به علماء اللغة وعلماء الشرعية، حيث شاع لفظ المقارضة عند الحجازيين، ولفظ المضاربة عند أهل العراق، وسميت مضاربة لتضارب مالك المال والعامل في الربح، فكلاهما يضرب بالجزء الذي شُروط عند التعاقد^(١).

ثانياً: أنواع المضاربة:

تتنوع المضاربة في الإقتصاد الإسلامي إلى أنواع عدة، ويمكن تقسيم أنواعها باعتبارات مختلفة على النحو التالي:

تقسم المضاربة بإعتبار حرية المضارب في التصرف، أو حسب طبيعة شروطها إلى قسمين:

- ١- المضاربة المطلقة: وفيها لا يتقيد العمل بزمان أو مكان أو نوع تجارة معينة، ولا في بائع أو مشتري بحد ذاته.
 - ٢- المضاربة المقيدة: وهي أن يدفع شخص مالا لشخص آخر ويقيده بنوع العمل، وزمانه ومكانه، أو التعامل مع شخص معين، وغيرها من الشروط المقيدة^(٢).
- تقسم المضاربة بحسب المدة الزمنية إلى ثلاثة أقسام:
- ١- المضاربة الدائمة أو (المستمرة): وهي التي يُنص في عقد المضاربة على تمديدها تلقائياً، وتظل مستمرة ما لم يطلب أحد الطرفين تصفيتها.
 - ٢- المضاربة المؤقتة: وهي أن يتفق الطرفان على تصفيتها بعد مدة معينة، كإنهاء عملية صفقة تجارية مثلاً، ويجب أن يحدد في العقد أجل المضاربة وشروط تصفيتها.

١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م، ٧ / ٤٣٧؛ والعدة شرح العدة: عبد الرحمن بن إبراهيم بن أحمد، أبو محمد بهاء الدين المقدسي (ت: ٦٢٤ هـ) دار الحديث - القاهرة، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م، ص ٢٨٣.

(١) ينظر: نهاية المطلب في دراية المذهب: ٧ / ٤٣٧.

(٢) ينظر: العقود المسماة في قانون المعاملات المدنية الإماراتي والقانون المدني الأردني: د. وهبة الزحيلي، دار الفكر - دمشق، ط ٨، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م، ص ٢٠٠.

٣- المضاربة المنتهية بالتمليك: وهي مضاربة جائزة شرعاً، يعطي فيه المصرف الحق للمضارب في أن يحل مكانه دفعة واحدة، أو على أكثر من دفعة حسب الشروط المتفق عليها بينهما^(١).

تقسم بحسب عدد المشتركين في المضاربة إلى قسمين:

١- المضاربة الخاصة: وتسمى بالمضاربة الثنائية، وهي أن يقدم المال من شخص والعمل من شخص آخر.

٢- المضاربة المشتركة: وتسمى أيضاً بالمضاربة الجماعية، وفي هذه الحالة يتعدد أصحاب رؤوس الأموال والمضاربين، فتلتقي جميعها نحو عمل مشترك^(٢).

ثالثاً: المضاربة المصرفية المعاصرة:

لم تعد الصورة الثنائية لعقد المضاربة، التي كانت معهودة منذ زمن الجاهلية، وما تلى التعامل بها في فجر الإسلام تناسب عصرنا، فبعد تغيرات حدثت في المشهد والواقع الحياتي، تتطلب إحداث تغييراً مقابلاً على الصورة الثنائية، حيث تكاد انحسرت في التعاملات المصرفية المعاصرة، ولما أصبح التقدم والقوة الإقتصادية تعتمد على المؤسسات المالية بحجم كبير، بالإضافة لضعف المقومات الأخلاقية المرتكزة على الدين لحساب المقومات المادية، توجب تطوير هذا العقد امرأ مطلوباً ليكون قادراً على التعامل مع المتغيرات الإقتصادية المستمرة، فصاغت المصارف الإسلامية منذ سبعينيات القرن الماضي أسلوباً في المضاربة الجماعية أو المشتركة، يناسب الإدارة المؤسساتية ويحقق المزايا المتنوعة للمجتمع، وقد إنتهت إلى صياغة العلاقة بين المصرف والمودعين لأموالهم على عقد مضاربة، فالمصرف الإسلامي (مضارباً)، والمودعين (رب المال)، أما العلاقة بين المصرف وطالبي التمويل، فكيفت العلاقة

(١) ينظر: الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية: في ضوء قرارات بازل ١١١: د. طه عبد العظيم محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م، ص ٩٧.

(٢) ينظر: مؤسسات مالية: أ.د. محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان، ٢٠١٦م، ص ٧٢.

أيضاً على أساس أنَّ المصرف (رب المال)، والمستثمرين كل منهم مضارباً مستقلاً بماله^(١).

وفي المقابل لهذا العقد الشرعي إنَّ ما تجرّيه بورصات الأوراق المالية اليوم من المضاربات، لا علاقة لها بالمضاربة الشرعية، ولا تلتقي معها لا من قريب ولا من بعيد، فكل ما تقوم به المضاربات التقليدية المقامرة والرهان، المبني على التنبؤ بتقلبات الأسعار في المستقبل لتحقيق مكاسب مادية، وإذا كانت هناك عقود على سلع فهي مبنية على عمليات بيع وشراء صورية، لا نية للبائع تسليمها ولا نية للمشتري تسلمها، وغايتهم من هذا كله الإستفادة من فرق السعر بين ما إشتراه بالأمس وما باعه اليوم، وبين ما يشريه اليوم ويبيعه غداً، وهكذا تدور الصفقة بين طرفين عدة دورات بينهما، إلى أن تنتهي لمشتري يتسلم البضاعة ويسلمها إلى عميله ثم تنتهي الدورة^(٢). فهذه العمليات الصورية هي مجرد عملية شراء عقود وهمية، لا وجود لسلع إنتاجية حقيقية تؤدي أغراضاً إقتصادية، تنتقل الأوراق المالية من يد إلى يد شخص آخر.

رابعاً: دور المضاربة في تلبية متطلبات العصر:

لا يمكن لعناصر الإنتاج المتمثلة بالمال والعمل أن تلتحم مع بعضها من غير أداة تؤلف بينهما، والمضاربة من الصيغ الإستثمارية التي تعمل على الجمع بين هذه العناصر، لتقوم بالدور الفعال في النشاط الإقتصادي والإستثماري. فتحقق المضاربة الإسلامية عدد من الأهداف الإقتصادية الإنتاجية منها والإستثمارية، فلصيغة المضاربة يمكنها أن تتغل في كافة الأنشطة التي لا تنفك عنها الحاجات في أي مجتمع كان، والتي تؤدي إلى توفير فرص عمل للعنصر البشري، وتشغيلهم ضمن المشروعات التي يقوم بها المستثمرون لرأس المال، وبالتالي ضمنا كسباً مادياً لشريحة من أفراد المجتمع، فالمضاربة تحقق من خلال الإدارة المصرفية لها مسؤولية إجتماعية تجاه طرفين، الطرف الأول: المودعين لأموالهم بأن تحقق لهم

(١) ينظر: نحو تطوير نظام المضاربة في المصارف الإسلامية: ص ٢.

(٢) ينظر: السياسة المالية في الإسلام: عبد الكريم الخطيب، دار الفكر العربي - القاهرة، ١٩٧٦م،

ريع وعوائد نقدية، والطرف الثاني: المسؤولية تجاه المجتمع بتوفير فرص العمل من خلال المشاريع المتعاقد عليها، أو التعاقد مع الباحثين عن العمل بصورة مباشرة من خلال آلية هذا العقد^(١).

وتمارس المؤسسات المالية الإسلامية ومنها المصارف هذا الأسلوب من العقود، مع المستثمرين من أصحاب الأفكار والمشاريع الهامة القادرين على العمل وطرح أفكار ملموسة في الواقع العملي للمجتمع، سواء كانوا من الفنيين كالأطباء والمهندسين، أو من أصحاب الخبرات العملية في التجارة وتسويق المنتجات، فيقدم البنك لهؤلاء الأصناف التمويل اللازم بصفته رب المال، لقاء حصته من الربح يحصل عليها حسب الإتفاق المبرم^(٢).

وعلى سياق دعم المؤسسات تدعم المصارف الإسلامية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال تأهيل قدراتها المالية بأسلوب المضاربة المتبعة، فتصبح العلاقة ما بين جهة المؤسسة المالية أصحاب التمويل، وجهة الشركات أصحاب الخبرات الفنية، علاقة حقيقية وليست مجرد شراكة مالية فقط، وهنا المصارف المتبعة لصيغة المضاربة ستحقق الربح مع الشركات المستثمرة وفقا لمبدأ الغنم بالغرم، ويمكن لرأس المضاربة أن يتدخل في دورة حياة المؤسسة، ابتداءً من مرحلة إنطلاق التمويل إلى النمو والتوسع، ويدخل في العمليات المرتبطة بدورة الإستغلال، وعلى صعيد المؤسسات الناشئة والمبتدئة يمكنها الإستفادة من هذا الأسلوب في التمويل، في بدايات مرحلة إنشائها وبداية إنطلاقها وعملية محاولة توسعها، كتمويل عرض منتجاتها أو عمليات التجديد والإبداع، فباختصار تستطيع المؤسسات التي تعاني من إختلال كلي

(١) ينظر: طبيعة المسؤولية الإجتماعية في المصرف الإسلامي (دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني): أ.د. أسامة عبد المجيد العاني، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد ١٣، العدد ٣، ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م، ص ٢٨٣.

(٢) ينظر: التمويل الإسلامي للمشاريع الإقتصادية - فرص وتحديات: أ. موساوي زهية، أ. خالدي خديجة، مجلة الباحث، عدد ٤، ٢٠٠٦م، ص ٥٠.

أو جزئي أن تستفيد من أداة المضاربة، التي يمكن أن تمتد إلى دورتين أو ثلاث دورات من عمر المؤسسة^(١).

وأخيراً تعد أداة المضاربة عنواناً لتكريم الإنسان، التي تقوم على المزوجة بين رؤوس الأموال والخبرات البشرية، فيتحقق نوعاً من التوازن المالي في المجتمع، بين الأغنياء أصحاب الثروات، والفقراء الراغبين بالعمل والقيام بمختلف أنواع الأعمال، فالمال أداة لتوظيف الطاقات البشرية والقضاء على داء البطالة المجتمعية، فيسهم في تقليل الفوارق الطبقيّة، للحد من الأعمال الدافعة بسبب الفقر والعوز التي تؤدي إلى العنف والسرقة والقتل، وبهذه الوسيلة يؤدي المال في الإسلام رسالته الإقتصادية في التقدم العمراني والرفاهية الإجتماعية، دون إخطار إجتماعية تؤدي إلى فقد التنمية ثمارها^(٢).

أما على سبيل واقع تطبيق المصارف الإسلامية لعقد المضاربة الشرعية، فإن هذه الصيغة لا تزال تطبيقها هامشياً وبنسب قليلة جداً، وأشارت دراسات إلى أنّ أكبر المصارف الإسلامية المعروفة بخدماتها وأصولها المالية، كمصرف قطر الإسلامي، وبنك دبي الإسلامي، تدني التمويل فيها بطريقة المضاربة أو عدم استخدامها اصلاً، بالمقارنة مع حجم التمويل بصيغة عقد المرابحة، إذ احتلت الأخيرة المرتبة الأولى في عمليات هذه المصارف، وبقية المصارف الإسلامية في العالم الإسلامي^(٣).

ويقترح الباحث أن تقول المصارف الإسلامية وبالتحديد في بلادنا، بتمويل مشاريع للعاطلين عن العمل، والذين يقفون في طوابير لإيجاد فرصة تضمن قوت يومهم، حيث

(١) ينظر: نماذج من التمويل الإسلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: المضاربة، السلم والإستصناع: د. رحيم حسين، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات، المنعقد في الجزائر، خلال الفترة من ٢١ - ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٦م، ص ١٠، ١١.

(٢) ينظر: المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول: ص ٧٣.

(٣) ينظر: التمويل بصيغة المضاربة في المصارف الإسلامية بين إشكالية التهميش وضرورة التنفيع: د. عبد الواحد غردة، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي "الصيغ التمويلية في البنوك التشاركية بين الواقع والآفاق"، المنعقد في المغرب خلال الفترة ٢٧ - ٢٨ مارس ٢٠١٩م، ص ٧، ٨.

أنَّ لكل فرد من أفراد المجتمع له خبرة عملية قد زاولها في حياته من قبل، كالحرف الصغيرة وبعض الصناعات اليدوية البسيطة، فيمول المصرف هؤلاء العمال بعقد مضاربة كل بحسب المهنة التي يرغب بمزاومتها، ويسدد العمال والصناع التمويل الذي حصلوا عليه من ربح أعمالهم إلى المؤسسة، على شكل أقساط يسيرة تتناسب حال مدخولهم وعوائدهم، وبعد سداد كامل قيمة رأس المال الممول مع قيمة مضافة بحسب ما يتفق عليه، يُملك المصرف هذه المشاريع لأصحابها والتنازل عما تم المضاربة فيه، وبالتالي سيصح العامل والصانع هو مدير المشروع، فيرتقي به من مستوى الى مستوى أعلى، وبهذه الصيغة تكون المؤسسة قد خففت جزءاً عن كاهل الدولة، بتوفير فرص عمل ممكنة للشرائح العطالة مع عائلاتهم، وفي الوقت ذاته حقق المصرف الإسلامي ربحاً تشترك به مع المودعين أموالهم عندها.

ولقد مارست بعض الجمعيات الخيرية في بغداد عملية المضاربة، حيث مولت مشاريع صغيرة لكثير من العاطلين عن العمل من الرجال والنساء الأرامل والمطلقات، لكن هذه المضاربة لم تكن تهدف للربح المادي، وإنما تقبض المال الممول للمشروعات المسددة من قبل المستفيد، دون قيمة أو عائد مالي مضاف إلى رأس المال، ثم تملكه العمل المقدم من المؤسسة الخيرية.



المطلب الثالث

السَّلم والسَّلم الموازي

صيغة عقد السَّلم والسَّلم الموازي من تطبيقات المصرفية الإسلامية في العصر الحاضر، ويطلق عليها الفقهاء ببيع المحاويج، لأنه بيع غائب دعت إليه ضرورة كل من المتبايعين، وتعمل على إمداد شرائح واسعة من العملاء برأس المال الإنتاجي، سواء كانوا مزارعين أو صناع أو مقاولين أو تجار، سواء قصر التمويل أم طال، ولأهمية هذه الصيغة نتناولها في هذا المطلب ببيان مفهومها وأحكامها وشروطها العامة، مع مزايا هذا العقد الذي يتمتع به، ودوره في تلبية شرائح المجتمع الإسلامي.

أولاً: تعريف السَّلم لغة وإصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف السَّلم في اللغة:

ذكر أهل اللغة ثلاثة أوجه للسلم: السَّلم والسَّلم والسَّلم، ألفاظ مشتقة من السلامة والأمان وهي ضد الحرب^(١). ويسمى السَّلم (السَّلف): أي القرض، يقال: أسلفته مالا، كأنه مالٌ أسلم لم يتمتع من إعطائه^(٢).

الفرع الثاني: تعريف السَّلم في إصطلاح الفقهاء:

ذكر الفقهاء تعريفات متقاربة لعقد السَّلم، فمن أوضحها ما عرّفه فقهاء الحنابلة حيث قالوا: "أن يسلم عيناً حاضرة في عوض موصوف في الذمة إلى أجل"^(٣). فمن خلال التعريف المتقدم أنّ السَّلم هو: عقد معاوضة يسلم المشتري الثمن مقدماً، ويؤخر البائع السلعة إلى أجل معلوم.

(١) ينظر: جمهرة اللغة: أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد الأزدي (ت: ٣٢١هـ)، تحقيق: رمزي

منير بعلبكي، دار العلم للملايين - بيروت، ط ١، ١٩٨٧م، ٢/ ٨٥٨.

(٢) ينظر: تهذيب اللغة: ١٢/ ٢٩٩؛ ومقاييس اللغة: ٣/ ٩٠.

(٣) الكافي في فقه الإمام أحمد: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة

الجماعيلي، الشهير بابن قدامة (ت: ٦٢٠هـ)، دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م، ٢/

ويطلق أهل الحجاز على هذا العقد لفظ السَّلْم، وأما أهل العراق يطلقون عليه السلف^(١)، وسبب تسميته سلماً، قال القرافي: سمي سلماً لأنه يسلم الثمن في الحال، وتأخير العوض وهو السلعة مؤجلاً إلى وقت معلوم^(٢).

ثانياً: آلية تطبيق عقد السلم في المصارف الإسلامية:

إنَّ عقد السلم كما كان يعد من أهم أداة المداينات في عصور قد سلفت، فإنه يعد في عصرنا من أهم أدوات التمويل ذات الكفاءة العالية في الإقتصاد الإسلامي، إذ دخل هذا المنتج إلى مسرح نشاطات المصرفية الإسلامية؛ لمرونته ولحاجة العملاء مثل هذه الصيغ من التمويل، سواء كانوا زراع أو صناع أو حرفين أو تجار^(٣).

وتطبق المصارف الإسلامية في عصرنا صوراً من عقد السلم، فمن هذه الصور: الصورة الأولى: السلم البسيط: وهو السلم الذي أجمع الفقهاء الأقدمون على صحته، وآليته: أن يأتي أحد أصحاب الحرف كأن يكون مزارعاً إلى المصرف، ويطلب منه تمويلاً بعشرة ملايين ديناراً عقد سلم، مقابل أن يسدده ٥٠ طناً من الأرز في العاشر من رجب ١٤٤٣ هـ، فيبين صفات الأرز ومواصفاته المنضبطة، ثم بعد إتفاق الطرفين يدفع المصرف له المبلغ كاملاً في نفس المجلس، على أن يُسلم المزارع المنتج في الموعد الذي إتفق عليه في مجلس العقد، وبعد قبض البضاعة من المزارع يبيعها المصرف في الأسواق المحلية أو الخارجية بثمنٍ حالاً أو مؤجلاً^(٤).

وقد أجمع الفقهاء رحمهم الله على مشروعية هذه الصورة، إذا توفرت فيها شرائط صحة العقد التي أشرنا إليها مسبقاً.

(١) ينظر: مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج: ٣ / ٣.

(٢) ينظر: شرح مختصر خليل: ٥ / ٢٠٢.

(٣) ينظر: السلم وتطبيقاته المعاصرة: نزبه كمال حماد، مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، العدد ٩، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م، ١ / ٦٠١.

(٤) ينظر: التوازي في العقود وتطبيقاته المعاصرة، دراسة فقهية مقارنة: د. أحمد عرفة أحمد يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠ م، ص ١١٥.

الصورة الثانية: عقد السلم الموازي: وهو "أن يكون البنك مشترياً لبضاعة السلم في ناحية، وأن يكون بائعاً لها سلفاً إلى مشتري آخر، بشرط أن يستوفي كلا العقدين شروط صحة عقد السلم، من تحديد الجنس، والنوع والوصف، والثمن، والأجل، والكمية"^(١).

وهنا يكون العقد الثاني للسلم الموازي ليس له علاقة مع العقد الأول في السلم، ويجري المصرف عقد السلم مع الطرف الثالث، فيعين البضاعة للمشتري ويأخذ رأس المال منه كاملاً في مجلس العقد، وبعد دخول أجل تسليم السلعة في العقد الأول موعده ودخول السلعة تحت ملك المصرف، يسلمها بدوره إلى المشتري في عقد السلم الثاني. ومن المعلوم أنّ الشريعة الإسلامية حرمت أن يبيع الإنسان ما لا يملك، فمن شروط المبيع أن يكون المبيع موجوداً، وقد ورد هذا النهي عن النبي ﷺ بقوله: ((لا تبع ما ليس عندك))^(٢)، ولما كان المنتجين من المزارعين وأصحاب الصناعات بحاجة إلى المال معجلاً، ليصلحوا أرضهم ومعداتهم الإنتاجية، أباحَت الشريعة الإسلامية عقد السلم ورخصت فيه، وهو بيع موصوف بالذمة، فثبتت مشروعية بيع السلم بنصوص عدة، فمن الكتاب استشهد ابن عباس رضي الله عنهما بقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ﴾^(٣) فقال: "أشهد أن السلف المضمون، إلى أجل

(١) ينظر: موسوعة الإقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية: أ.د. رفعت السيد العوضي، دار السلام - القاهرة، ط ١، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م، ٨ / ٣٥٨.

(٢) رواه ابن ماجة في سننه: ابن ماجة أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، (ت: ٢٧٣ هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية - فصل عيسى البابي الحلبي، ١٩٥٢ م، كتاب التجارات، باب النهي عن بيع ما ليس عندك وعن ربح مالم يضمن، حديث رقم ٢١٨٧، ٢ / ٧٣٧. رواه الأربعة، وحسنه الترمذي. نصب الراية: جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (ت: ٧٦٢ هـ)، تحقيق: محمد عوامه، مؤسسة الريان، بيروت - لبنان، دار القبلة للثقافة الإسلامية، جدة - السعودية، ط ١، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م، ٤ / ٩.

(٣) ينظر: سورة البقرة، جزء من الآية ٢٨٢.

مسمى، أن الله عز وجل قد أحله وأذن فيه^(١)، فدلّت آية الدين على حل عقد المداينات، والسلم من المداينات، رخص فيما يمكن أن يضبط صفتَه وجنسه ومقداره وأجله^(٢)، وفي الحديث الصحيح ان رسول الله ﷺ لما قدم المدينة ورأى أهلها يسلفون بالتمر لسنتين وأكثر، ، فقال ﷺ: ((مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ))^(٣).

وحول حكم الصورة المعاصرة لعقد السلم الموازي، يرى جمهور من العلماء المعاصرين مشروعية هذه المعاملة ولا خلاف فيها^(٤)، ولقد نصت (هيئة المحاسبة والمراجعة المالية الأيوفي)^(٥) في المعيار الشرعي رقم (١٠)، على جواز إجراء المصرف الإسلامي عقد سلم موازي مع طرف ثالث غير الطرف الأول، على أن يكون كل واحد منهما مستقلاً عن الآخر في جميع حقوقه والتزاماته، وعليه فإن أخل أحد الطرفين في عقد السلم الأول بالتزاماته، لا يحق لهم إحالة ذلك الضرر إلى من عقد معه سلماً موازياً، سواء بالفسخ أو تأخير التنفيذ^(٦).

(١) تفسير الطبري: ٤٥ / ٦.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: كتاب السلم، باب السلم في وزن معلوم، حديث رقم ٢٢٤٠، ٣ / ٨٥، ورواه مسلم في صحيحه: كتاب المساقاة، باب السلم، حديث رقم ١٦٠٤، ٣ / ١٢٢٦. واللفظ للبخاري.

(٣) رواه البخاري في صحيحه: كتاب السلم، باب السلم في وزن معلوم، حديث رقم ٢٢٤٠، ٣ / ٨٥، ورواه مسلم في صحيحه: كتاب المساقاة، باب السلم، حديث رقم ١٦٠٤، ٣ / ١٢٢٦. واللفظ للبخاري.

(٤) ينظر: السلم وتطبيقاته المعاصرة: ٦٠٧ / ١.

(٥) أيوفي: منظمة دولية غير ربحية، داعمة للمؤسسات المالية الإسلامية، تأسست عام ١٩٩١م، ومقرها في البحرين، لها منجزات كثيرة، منها إصدار ١٠٠ معياراً في مجال المحاسبة والمراجعة، وأخلاقيات العمل والحوكمة. ينظر: موقع المنظمة aaoifi.com.

(٦) ينظر: المعايير الشرعية: هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية - البحرين، ١٤٣٧هـ، ص ٢٨٠، ٢٨١.

ثالثاً: دور عقد السلم في تلبية متطلبات العصر:

إنَّ إباحة الشريعة الإسلامية لعقد السلم، فتح المجال واسعاً أمام المصارف الإسلامية الباب للإستفادة من هذه الأداة في أعمالها، فيمكن لهذا العقد أن يُستخدم في تمويل حاجات عملاء المصارف خاصة تمويل رأس المال العامل، وقدم هذا الأسلوب من التمويل حلاً للمشاكل الكبيرة التي يواجهها التجار المستثمرين والصناع الذين يلتزمون في معاملاتهم بأحكام المعاملات المالية الإسلامية، فيحتاج هؤلاء إلى أموال سائلة^(١) لضمان إستمرار سير أعمالهم، والمؤسسات المصرفية الإسلامية لا تستطيع منحهم القروض الحسنة، فهي بلا شك تسعى إلى الربح وتنمية أصول المودعين، بقي الحل الثاني وهو عقد السلم الذي يمكن إستغلاله لتمكين تمويل الطلبات، بما يضمن إستمرار التعامل مع الطرفين، وأنه سيقضي على التلاعبات من قبل بعض العملاء في عقود المرابحة من أجل الحصول على النقد، فمن وراء هذا العقد ستحقق المصارف الإسلامية تمويل المرافق التالية:

- ١- تمكين المزارعين من خلال تمويل عملياتهم الزراعية، ليتمكنوا من إستثمار أراضيهم ومساهماتها بتحقيق الإنتاج الذي يسد الحاجة المحلية من المحاصيل.
- ٢- تمويل الحرفين وأصحاب الصناعات الصغيرة برأس المال الكافي، مقابل الحصول على منتجاتهم ثم إعادة بيعها في الأسواق.
- ٣- ويمكن الإستفادة من عقد السلم في تمويل التجارة الخارجية، وذلك بأن يتفق المصرف الإسلامي مع شركات لتجارة الأغذية أو الثياب أو السلع، التي يمكن ضبطها وتحديد مواصفاتها بحسب المعايير المحلية أو الدولية، فيقدم المسلم رأس المال على أن يسلم التاجر المسلم فيه (البضاعة) في الوقت المتفق عليه، ثم يقوم رب السلم بتملك المبيع وبيعه في الأسواق المحلية بربح مضاف على سعره الأول^(٢).

(١) أي أموال نقدية غير مستثمرة.

(٢) ينظر: المصارف الإسلامية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية: ص ٢٤٧، ٢٤٨؛ والشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: ص ١١٢.

ومن وسائل تمويل عجز الموازنات^(١) التي تعاني منها كثير من الدول اليوم، التمويل بعقد السلم والسلم الموازي، وصورته أن تباع دولة منتجة للنفط كميات موصوفة في الذمة إلى عدة آجال بأثمان معجلة، بحيث يمكن للمشتري خلال الفترة ما بين تاريخ العقد وموعد التسليم أن يعقد عقد سلم موازي، وذلك بأن يبيع كميات مماثلة من النفط الذي أسلم فيه مسبقاً، بقدر وزمن معلوم لطرف ثالث، بنقد معجل يزيد على ما اشتراه بالعقد الأول، ثم تتم الصفقتين كل منها على انفصال من غير تتداخل بينهما، على حسب ما أتفق عليه من الكميات والأوصاف والمواعيد، وبذلك سيحقق كل طرف مكسبه ومصلحته من جراء هذا العقد، ويمكن تطبيقه على صور كثيرة في الحياة اليومية لتمويل مصانع وشركات عملاقة تحتاج لها الدول الصناعية المنتجة، كمصانع الصلب والحديد، ومصانع مواد البناء وغيرها من الأجهزة والآلات والأدوات التي تخدم الحاجة المحلية، وغالباً ما تحصل هذه الشركات على تمويلها من المصارف التقليدية مقابل فوائد مادية على القروض الممنوحة لها، فيعد هذا المنتج الإسلامي البديل عن هذه القروض^(٢).

ويمكن وصف صيغ السلف (السلم)، بأنها أداة عصرية تعالج لوحدها مشاكل كبيرة تعاني منها إقتصاديات الدول الإسلامية، فهي تلبى تطلعات الأفراد والأمة لتمويل مختلف النشاطات الإقتصادية: الزراعية والصناعية والتجارية، وتشارك في دعم المشاريع، ودعم التنمية بصورة مستمرة، إلى غير ذلك من الأمتيازات مع الضمانات التي أحاط الشرع بها.

ولقد حققت مصارف إسلامية في العالم الإسلامي نجاحات وتقدمات كبيرة، في تقديم منتج عقد السلم بصوره المتعددة، لا سيما المصارف السودانية التي نشطت فيها عقود السلم الزراعي، فأثمرت في تحقيق توازناً بين سعر الكلفة والربح مع وفرة

(١) الموازنة أو الميزانية العامة: "هي بمثابة البيان المالي للإقتصاد العام وعلاقته بالإقتصاد القومي، ويعتبر خطة مالية تظهر بوثيقة الميزانية، التي هي تقدير تفصيلي للإيرادات والنفقات لفترة مقبلة، هي سنة في المعتاد، تم الترخيص بها من السلطة التشريعية". الإدارة المالية العامة: د. محمد سلمان سلامة، دار المعتز - عمان، ط ١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، ص ٢٠.

(٢) ينظر: السلم وتطبيقاته المعاصرة: ١ / ٦٠٣ - ٦٠٧.

المحاصيل، والمحافظة على العملة من التضخم، ومن المصارف الأخرى بنك التنمية الإسلامي، الذي لا يزال يتعامل به لتنمية بعض الدول المنضوية تحته، وبنك دبي الإسلامي الذي طبقه في بعض الصناعات النفطية، فكسب مكاسب جيدة^(١).

ومن إقتراحات الباحث في صيغة عقد السلم، أن تقوم المؤسسات الحكومية وبالتحديد وزارتي الزراعة والصناعة، والمؤسسات المصرفية الإسلامية في بلدنا، بإعادة إحياء الصناعات المغلقة بسبب الأعمال الإرهابية، أو لخسارتها مادياً، أو المتعثرة في عملها وتعاني نقصاً في التمويل، وكذلك إحياء الأراضي الزراعية المندثرة، فتقدم لها دعماً مالياً عاجلاً، ليحرك به أصحاب الصناعات والمزارعين مهتهم وإعادة الروح إليها من جديد، مقابل أن تحصل الجهة الممولة على المنتجات الزراعية والصناعية لدعم الإقتصاد المحلي والإستهلاكي بها، فمن الثمار التي ستجني من هذه العملية التمويلية، تنشيط قطاع الزراعة الذي يمثل قطاعاً إستراتيجياً لتأمين الأمن الغذائي للإنسان، وتطوير قطاع الصناعة الذي يمثل أحد عوامل التنمية وإزدهار المجتمعات، وفي مجال البطالة ستقل هذه الأزمة بحصول أفرادها على فرص للعمل من خلال حركة هذه القطاعات الإنتاجية، وهناك أهمية كبيرة تصب في مصلحة ميزانية الدولة، فعند الإعتماد على الناتج القومي وامداد المؤسسات والأسواق بالسلع والبضائع المحلية، ستسهم في تقليل عمليات الإستيراد التجارية والتي تستهلك نسبة من أموال الموازنة العامة، وفي حال زيادة الإنتاج تقوم الدولة بعملية معاكسة لعملية الإستيراد بتصدير الفائض عن الحاجة، وبالتالي قد تحقق تقليل عجز الموازنة لحساب الجانب التشغيلي منها.



(١) ينظر: السلم وتطبيقاته المعاصرة: د. احمد بن عبد العزيز الحداد، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ٢٠١٥م، ص ٣٣.

المطلب الرابع

عقد الإستصناع

للصناعة أثراً بارزاً في نهضة الشعوب والأمم وتقدمها، ولها دوراً فعال في سد إحتياجات الناس ورغباتهم المتجددة وغير المنتهية، ولذا إهتمت الشريعة بضرورة العمل والإنتاج وتقديم الأجدود للبشرية، ومن إهتمام الشريعة أن وضعت القواعد والمبادئ العامة التي تنظم العلاقة بين الصانع والمستصنع منذ فجر الإسلام، واليوم الحاجة ماسة وملحة لتطبيق عقد الإستصناع، خاصة بعد التطور الحاصل في كافة أشكال الصناعات الغربية، مع ما وصلت إليه من التقدم التقني والمعلوماتي، ولضرورة تطبيق عقد الإستصناع في الوقت الحالي، سأتناوله في هذا المطلب ببيان مفهومة، ومشروعيته، والأهمية الإقتصادية التي يمكن أن يحققها للمجتمعات اليوم.

أولاً: تعريف الإستصناع لغة وإصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف الإستصناع في اللغة:

أصل كلمة الإستصناع ترجع إلى الفعل الثلاثي (صَنَعَ) وهو عمل الشيء صنْعاً، يقال صنع إليه معروفاً أو صنيعاً، إذا كان الفعل قبيحاً، و(الصِناعة) بالكسر الحرفة التي يمارسها الصانع، ويسمى عمله (الصِنعة)^(١).

(١) ينظر: مقاييس اللغة: ٣/ ٣١٣؛ ومختار الصحاح: ١/ ١٧٩.

الفرع الثاني: تعريف الإستصناع في الإصطلاح:

اختلفت عبارات الفقهاء في تعريفهم للإستصناع؛ وذلك لاختلافهم في حقيقته وتكييفهم لهذا العقد، حيث أدخله جمهور الفقهاء تحت السلم^(١)، أما الحنفية فعده عقداً مستقلاً^(٢).

ولقد عرف الإستصناع العلماء المعاصرين على أنه: "عقد يشتري به في الحال شيء مما يصنع صنغاً، يلزم البائع بتقديمه مصنوعاً بمواد من عنده، بأوصاف مخصوصة وبثمن محدد"^(٣).

ثانياً: آلية تطبيق عقد الإستصناع في المصارف الإسلامية:

من المعلوم أن المصارف الإسلامية تتجلى مهمتها بتجميع الإيداعات من مصادرها المختلفة، ثم توظيفها في مشروعات تدر بعوائد للمودعين، وأكثر تمويلات المصارف تقع في القطاع الصناعي، فالمصرف موقعه من العقد إما مستصنعاً أو صانعاً، وتوصيف هذه الحالتين كالآتي:

١- المصرف بإعتباره مستصنعاً: يمكن للمصرف أن يطلب منتجاً صناعياً لنفسه من ماله الخالص أو من أموال المودعين، وتصبح هذه المنتجات المصنوعة ملكاً له

(١) ينظر: التوضيح في شرح مختصر إبن الحاجب: خليل بن إسحاق بن موسى، ضياء الدين الجندي المالكي المصري (ت: ٧٧٦هـ)، تحقيق: د. أحمد بن عبد الكريم نجيب، مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ٦ / ٢٥؛ والنجم الوهاج في شرح المنهاج: كمال الدين، محمد بن موسى بن عيسى بن علي الدّميري أبو البقاء الشافعي (ت: ٨٠٨هـ)، تحقيق: لجنة علمية، دار المنهاج - جدة، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ٤ / ٢٥٧؛ والفروع وتصحيح الفروع: محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين المقدسي الراميني ثم الصالحي الحنبلي (ت: ٧٦٣هـ)، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، ٦ / ١٤٧.

(٢) تحفة الفقهاء: محمد بن أحمد بن أبي أحمد، أبو بكر علاء الدين السمرقندي (ت: ٥٤٠هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط٢، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م، ٢ / ٣٦٢.

(٣) عقد الإستصناع ومدى أهميته في الإستثمارات الإسلامية المعاصرة: أ.د. مصطفى أحمد الزرقا، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ١٤٢٠هـ، ص ٢٠.

بعد تملكها، ثم إعادة بيعها أو تأجيرها وغيرها من العمليات المصرفية، والمصرف هنا يكون قد مارس عملية تمويل لتلك الشركات، أو المؤسسات التي تدخل معه كصناعة أو طالبة لإنتاج السلعة.

٢- **المصرف بإعتباره صانعاً:** ويمثل المصرف بهذه الحالة صانعاً أو عاملاً في عقد الإستصناع، بأن تطلب منه مؤسسة أو شركة صناعة ذات مواصفات معينة ترغب بها، فيقوم هو من خلال ما يملكه من مصانع وشركات بإنتاج السلع المطلوبة، أو بالتعاقد مع مصانع أخرى على صنع ما طلبه المستصنعين^(١).

وفي الحالة الثاني تسمى هذه الآلية المتبعة بعقد المقاوله والإستصناع الموازي، وهي من الصور الحديثة التي طبقت في المصرفية الإسلامية. فعقد المقاوله: عقد بين طرفين يصنع أحدهما شيئاً لآخر، أو يقدم له عملاً وهو المقاول مقابل ثمن معلوم، ويعد من عقود الإستصناع إذا قدم المقاول المادة والعمل معاً^(٢).

أما إذا لم يقدم العامل إلا عمله وجهده وخبرته، وكانت المادة على صاحب المشروع (المستصنع) فهو عقد إجارة.

والمقاوله نوع من أنواع الإستصناع الواردة في عمليات متداخلة ومتكاملة، كالبناء وإنشاء المشاريع الكبيرة، فالمصرف يقوم بإنشاء شركة مقاولات يسند إليها أعمال الإستصناع التي يطلبها العملاء بتمويل من المصرف، بمعنى أن يكون المصرف مقاولاً وشركة المقاوله مقاولاً ثانياً^(٣).

وحقيقة الإستصناع الموازي: أن يبدي عميل رغبته في شراء سلعة، أو أن يُصنع له، أو يُبنى له بمواصفات معينة، فيعقد المصرف معه عقد إستصناع، يلتزم الطرف الأخير بصناعة المطلوب على وفق المواصفات والمدة الزمنية المحددة، مقابل ثمن يُسدد حالاً أو أقساطاً أو دفعةً واحدة لأجل، ثم يقوم المصرف بعقد إستصناع موازي

(١) ينظر: الشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: ١٢٢.

(٢) ينظر: الجامع في أصول الربا: د. رفيق المصري، دار القلم - دمشق، ط١، ١٤١٢ هـ - ١٩٩١ م، ص ٣٧٤.

(٣) ينظر: الشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: ١٢٨.

مع طرف ثالث لصناعة ما طلبه العميل، وهنا يكون المصرف في العقد الأول صانعاً ومقاولاً أمام المستصنع، وفي العقد الثاني مستصنعاً أمام الطرف الثالث، والمقاول المنفذ للعمل هو الطرف الثالث الذي عقد معه المصرف عقد موازي (١).

ثالثاً: دور عقد الإستصناع في تلبية متطلبات العصر:

تلعب صيغة التمويل بعقد الإستصناع أدواراً إقتصادية، ومزايا لا تحققها أداة أخرى من أدوات التمويل الإسلامي، فلقد إستدعت الحاجة العصرية إلى إستخدام أداة حديثة، خاصة في ظل نقص السيولة النقدية، وعدم كفاية مصادر التمويل، وقلة الخبرات المطلوبة لتنفيذ المشاريع، لذا قامت المصارف الإسلامية والشركات الإستثمارية بممارسة هذا العقد على نطاق واسع، حيث أن الحياة المعاصرة اليوم تتطلب الحاجة إلى صناعات مهمة ومتطورة، لتسهم في رفاه الأفراد والمجتمعات والدول بأكملها. ولقد فتح عقد الإستصناع المجال واسعاً أمام المؤسسات المالية الإسلامية، وبالخصوص المؤسسة المصرفية الإسلامية، لتمويل الحاجات العامة والمصالح الكبيرة للنهوض بإقتصاديات الدول الإسلامية، ويستخدم هذا الأسلوب في صناعات الحياة المتطورة، كإستصناع الطائرات والسفن والمراكب، والآلات العملاقة، والأدوات التي تصنع في المصانع الكبرى أو المعامل اليدوية، كما أنه عقد مناسب تطبيقه لإقامة المباني والتجمعات السكنية والمستشفيات والمدارس والجامعات، كما أنه يعد وسيلة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فمن خلال عقد الإستصناع تلجئ المؤسسات الكبيرة والصغيرة لتصنيع وتوفير بعض أجزاء صناعاتها، وتخضع هذه العملية إلى المناقصة، أي البحث عن الصانع الأقل سعراً (٢).

(١) ينظر: الإستصناع وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي: د. صالح بن أحمد الوشيل، مجلة الجمعية الفقهية السعودية، العدد ٣٤، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م، ص ٣٤٣، ٣٤٤.

(٢) ينظر: نماذج من التمويل الإسلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: د. رحيم حسين، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول: سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات، دراسة حالة الجزائر والدول النامية، خلال الفترة ٢١ - ٢٢ نوفمبر، ٢٠٠٦، ص ١٥.

ومن المساهمات التي يمكن أن يقدمها هذه المنتج في هذا المجال، ما قام به مصرف الراجحي في المملكة العربية السعودية من تطبيقات عملية لهذا العقد، حيث عقد مع عدة جهات تنفيذ مشاريع متنوعة بآلية الإستصناع فمنها:

١- عقد إستصناع لتمويل شركة طيران بست طائرات نفائثة، كما في القرار الصادر من هيئتها الشرعية رقم (٨٠).

٢- عقد إستصناع لتمويل شركة بتروكيماوية حكومية، بقرار رقم (١٨٧).

٣- عقد استصناع لتمويل بناء عدة مدرسة حكومية، بقرار (١٤٧).

٤- عقد إستصناع لتمويل تأثيث مجموعة مدراس حكومية، بقرار (٢١٩).

٥- عقد إستصناع لإنشاء محطة عملاقة لتوليد الطاقة الكهربائية في مكة المكرمة/ محطة الشعبية، كما في القرارين (٣٢٥، ٣٢٦) (١).

وكما أنه هناك كثير من المشروعات التي طرحت للتنفيذ عن طريق أداة الإستصناع، وكان للهيئة الشرعية موقف منها لمخالفتها بعض الضوابط الشرعية، كمشروع نفذها مكتب المصرف في لندن مع شركة دايو الكورية وشركة مارويني، وبعد دراسته من الناحية الشرعية قررت الهيئة إلغاء المشروع في وقتها.

ومن التطبيقات العملية لهذا المنتج، طبقت مصارف إسلامية صيغ التمويل بعقدي الإستصناع والإستصناع الموازي، ولبت كثير من مشاريع المواطنين، كبنك البلاد في المملكة العربية الإسلامية، ومصرف أبو ظبي الإسلامي في الإمارات العربية المتحدة، وبنك الشامل الإسلامي في دولة السودان (٢).

ومن صور الإستصناع التي فرضت نفسها في ساحات التعامل في العصر الحالي ما يسمى بالإستصناع الفكري، وهو أحد التطبيقات الحديثة الذي يعني الإبداع العقلي في مختلف مجالات الحياة، وهو يمثل (الصانع) بمقابل مادي لطالب الأفكار

(١) ينظر: عقد الإستصناع بين دراسات شرعية تأصيلية وصيغة تمويلية معاصرة: د. علي أحمد الندوي، مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم، جامعة المنيا - مصر، المجلد ٢٥، العدد ٢، ٢٠١٢م، ص ٨١٠.

(٢) ينظر: الإستصناع وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي: ص ٣٤١ - ٣٤٦.

(المستصنع)، والذي يطبق فيه نفس شروط وأحكام عقد الإستصناع، ومن صور عقد الإستصناع الفكري:

١- الإستصناع في الدراسات الإسلامية: ومنه إعداد البحوث والفتاوى التي تتطلبها مجامع البحوث الفقهية من بعض العلماء، لإعتمادها ونشرها، وتلك العقود التي تعقدها دور النشر مع بعض الفقهاء والباحثين، لتصنيف كتب ومؤلفات في موضوعات إسلامية مختلفة.

٢- الإستصناع التربوي: كأن تتعاقد وزارة التربية والتعليم مع بعض العلماء والباحثين المختصين، لأجل تأليف كتب في علوم شتى، أو كتب في طرائف التدريس، أو الكتب التي تعتبر وسائل إيضاح وتحتاج إلى مهارات أصحاب الخبرات، كالمصورات والرسوم والخرائط لتقريرها في مناهج التعليم، بعد أن تتفق معهم على أجور محددة.

٣- الإستصناع الهندسي: وتشمل أفكار ودراسات ومخططات في عموم الهندسات: المدنية، والمعمارية، والكهربائية، والميكانيكية، والزراعية، التي يقدمها المهندسون المختصون إلى دولة، أو شركة، أو مكتب هندسي.

٤- الإستصناع الإقتصادي: وهو ما يقدمه رجال الإقتصاد إلى الجهات المعنية بالشأن الإقتصادي، من دراسات تتناول حركة الأموال، وسير التجارات والصادرات والواردات، ووضع الحلول للأزمات الإقتصادية.

٥- الإستصناع الإجتماعي: ويتمثل بتقديم الدراسات والأبحاث، والخطط المتعلقة بالأحوال الإجتماعية في المجتمع، التي تطلبها الهيئات الحكومية وغير الحكومية، لتكون عوناً لتأمين مصالحها، وتحقيق أهدافها بكل يسر ومرونة.

٦- الإستصناع الصحي: وهو ما يقدمه الأطباء من أبحاث وتقارير وموضوعات معينة تخدم الصحة العامة، أو تعالج وباءً مستشرياً، أو تقدم وسائل وقائية للأمراض مستقبلية محتملة، لصالح جهات حكومية أو خاصة، مقابل أجر معين.

٧- الإستصناع الإعلامي: ويدخل في هذا النوع إعداد البرامج الإذاعية مما ينفع المشاهد المسلم، والمتوافقة مع الأحكام الشرعية والآداب الإجتماعية^(١). ولا يزال واقع وحجم التمويل بعقد الإستصناع في المؤسسات المالية الإسلامية في العالم الإسلامي دون المستوى المطلوب، فان حصة العقود التي تحقق مجموعها أهداف الإقتصاد الإسلامي، كالسلم والإستصناع والمضاربة والمشاركة والإجارة، في تناقص كبير، واختزال إجراء التعاقدات على بعض العقود، كالتورق والمرابحة، وهذه ليست طريقة لتحقيق غايات وأهداف الإقتصاد الإسلامي، والتي يظهر الفرق عند تطبيقها بين الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد التقليدي^(٢).

ومن الأدوار الذي يمكن أن تلعبه صيغة عقود الإستصناع في بلدنا، إنشاء مشاريع البنى التحتية من مجاري الصرف الصحي، وبناء شبكات المياه الصالحة للشرب، وبناء محطات التوليد الكهربائية، وإعادة تأهيل الطرق الرئيسية، وبناء المرافق الخدمية والصحية في جميع المدن والاقضية والنواحي، وكذلك حل مشكلة السكن وتوفير المساكن المناسبة، وذلك من خلال إبرام المصارف الإسلامية أو رجال أعمال مستثمرين عقد إستصناع مع شركات متخصصة في الهندسة المدنية، فتقدم للشركة مواصفات العمل المطلوبة وتحدد تكاليف العمل وأجله، وبعد الإنتهاء من إنجاز المشروع وتسليمه للمصارف أو المستثمر، تعقد عقد بيع مع الراغبين بشراء الدور السكنية بسعر منافس، يشمل تكاليف المصنوع مع نسبة من الربح، ويمكن للدولة ايضاً أن تعقد عقد إستصناع مع المصرف على إنشاء مرافق عامة وبنى تحتية، ثم يعقد المصرف عقد إستصناع موازي مع الشركة المنفذة، وبعد تسليم الشركة المشروع المنجز إلى المصرف، تعقد بدورها عقد بيع مع المؤسسات الحكومية المستصلحة، ثم تستوفي كامل متحصلاتها المالية مع الأرباح على حسب الإتفاق المبرم بينهما في بداية العقد.

(١) ينظر: عقد الإستصناع وصوره المعاصرة: ص ٢٨٩ - ٢٩٥.

(٢) ينظر: عقود التمويل المستجدة في المصارف الإسلامية: عقود التمويل المستجدة في المصارف الإسلامية: د. حامد بن حسن بن محمد علي ميرة، دار الميمان - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ص ٥٠٢.

وقد تحدث حالة عسر المستصنع، وعدم إكانيته سداد قيمة المشروع المنجز،
فيمكن للصانع الأتفاق مع طالب المشروع أن يعقد عقد إجارة، لتحصيل تكاليف نفقات
الإنتاج أو المشروع المنفذ، ثم بعد وفاء كامل مستحقاته يسلمه إلى مستصنعه.



المطلب الخامس

الإجارة

حظيت الإجارة في الفقه الإسلامي إهتماماً واسعاً من قبل الفقهاء، تنظيراً علمياً وتطبيقاً عملياً في واقع الحياة، لما في هذا العقد من دور إقتصادي، حيث أنّ حياة الناس لا تخلو من تطبيق الإجارة في وسائل النقل والسكن وباقي الخدمات، وهذه التطبيقات تعد حاجة ضرورية ماسة لحياة الناس بشكل يومي، ولذا سنسلط الضوء في هذا المطلب على مفهوم عقد الإجارة، وأحكامها، مع مزاياها الذي تتفوق به عن باقي صيغ التمويل، والدور الذي تحقق في المجال الإقتصادي.

أولاً: تعريف الإجارة لغة وإصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف الإجارة في اللغة:

جاء في معاجم اللغة أنّ الأجرة والإجارة إسم للفعل (أجر)، وهو الأجر والثواب لما يعطى على العمل، ويرجع المصطلح إلى معنيين: الأول: الكراء (الأجر) على العمل، والثاني: جبر العظم المكسور، والمعنى الجامع بينهما إنّ الأجرة بمثابة أجر يجبر بها العامل فيما لحقه من كدٍ في عمله^(١).

الفرع الثاني: تعريف الإجارة في الإصطلاح:

عرف فقهاء الإسلام المتقدمين الإجارة بتعريفات كثيرة، وكلهم اتفقوا بوصفها أنها عقد على المنافع مقابل أجر محدد، فمن تلك التعريفات ما عرفه فقهاء الحنفية بقولهم: إنها "تمليك نفع بعوض"^(٢).

والإجارة في عرف الفقهاء نوعان: فالنوع الأول: إجارة تقع على أعيان محسوسة، كإجارة الدور والحوانيت والعبد، والنوع الثاني: إجارة المنافع (الإجارة الموصوفة بالذمة)

(١) ينظر: مقاييس اللغة: ١/ ٦٢؛ والمحكم والمحيط الأعظم: ٧/ ٤٨٤، ٤٨٥.

(٢) درر الحكام شرح غرر الأحكام: محمد بن فرامر بن علي الشهير بملا خسرو (ت: ٨٨٥هـ)، دار إحياء الكتب العربية، بدون تاريخ، ٢/ ٢٢٥.

وتسمى إجارة الأعمال، التي يقع العقد فيها على منفعة في الذمة، كخياطة ثوب بصفات معينة، أو إستأجر عامل لبناء حائط، والصباغ والإسكاف وغيرها^(١).

ثانياً: آلية تطبيق عقد الإجارة في المصارف الإسلامية:

تطبق المصارف الإسلامية صيغة الإجارة بإعتبارها عقد منفعة وائتماناً في نفس الوقت، فهو ليس مجرد أسلوب من أساليب التمويل، بل هو نشاط تجاري يقوم به المصرف، وصيغة إستثمارية تلائم العملاء الراغبين في التملك مع عدم القدرة على الشراء بصورة مباشرة، لقلة الموارد المالية لديهم، لذا أستحدث هذا العقد في المؤسسات المالية الإسلامية الذي يسمح بحق الإنتفاع بالعين، مع إمكان الإحتفاظ بها وتملكها في المستقبل.

ويقوم المصرف الإسلامي بإتباع أسلوب العقد الإيجاري مع العملاء، من خلال طلب مستأجر يتقدم به إلى المؤسسة للإنتفاع من بناء أو معدات أو آلة معينة، ويثبت في العقد مدة الإيجار، وقيمه، وشروط السداد، وقد يعقد المصرف في بعض الحالات إتفاق مع العميل طالب الإجارة على شراء الأصول المؤجرة وتملكها بعد فترة، طبقاً لشروط يُتفق عليها بين الطرفين^(٢).

وتمارس في المصارف الإسلامية نوعين من الإجارة على منافع الأعيان، وهي:

النوع الأول: الإجارة التشغيلية:

وهو التأجير الذي يقوم على تملك منفعة العين خلال مدة معينة، على ان يسترد الأصل ويعود لمالكة في نهاية عقد الإجارة، ليتمكن المالك من إعادة تشغيلها بتأجيرها الى منتفع آخر، او تجديد العقد مع المستأجر نفسه ان رغب بذلك، وعادة ما يكون هذا النوع من الإجارة قصير الاجل، ويتحمل مصروفات الرأسمالية على الأصل

(١) ينظر: البناية شرح الهداية: أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابي الحنفي بدر الدين العيني (ت: ٨٥٥هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م، ١٠/٢٣٠.

(٢) إدارة البنوك الإسلامية والبنوك التجارية: د. أسامة عبد الخالق الإنصاري، كتب عربية، ٢٠٠٦ م، ص ٥٦٥.

المؤجر، اما المصروفات التشغيلية مثل مصروفات توفير الكهرباء والماء وباقي الخدمات على المستأجر، وقد تكون هذه الأصول المؤجرة مبنية على الطلب العام في الاسواق، ولا يتم شراؤها وتأجيرها لشخص محدد^(١).

النوع الثاني: الإجارة المنتهية بالتمليك (الإجارة التمويلية):

عقد الإجارة المنتهية بالتمليك من العقود الحديثة التي أستخدمت في المؤسسات المالية الإسلامية، ولم يكن لهذه الصيغة وجود في كتب الفقهاء الأوائل، فهي من العقود المركبة^(٢) التي جمعت بين خصائص عقد البيع؛ لإنتقال الملكية في نهاية العقد، ولها صفات عقد الإجارة؛ لكون المبالغ المقسطة فيها تدفع على أنها أجرة مقابل منفعة^(٣).

تعتبر الإجارة التمويلية أو الإجارة المنتهية بالتمليك إحدى الأساليب المعاصرة التي طبقتها المصارف الإسلامية، حيث تتميز بكون المصرف لا يقتني الموجودات والأصول، انطلاقاً من دراسة السوق والتأكد من وجود رغبات بها، حيث انه يشتريها استجابة لطلب العميل، وينتقل هذا الأصل من ملكية المصرف بعد نهاية عقد الإجارة الى ملكية المستأجر، فيحتسب الممول الأجرة الإجمالية بالإضافة الى ربحه، وتقسط الأجرة بعد ذلك على فترات يتفق عليها^(٤).

والفرق بين الإجارة التمويلية والإجارة التشغيلية، من حيث الملكية في الإجاريتين تبقى العين ملكاً للمالك بعد إنتهاء مدة العقد بين المؤجر والمستأجر، فلا خلاف هنا،

(١) ينظر: المصارف الإسلامية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية: ص ٢٥٩، ٢٦٠.

(٢) العقود المركبة: عُرِفَت على أنها: "إتفاق طرفان على إبرام معاملة تشتمل على عقدين فأكثر، كالبيع والهبة والوكالة والقرض والمزارعة والصرف والشركة والمضاربة ... إلخ، بحيث تعتبر موجبات تلك العقود المجتمعة وجميع الحقوق والإلتزامات المترتبة عليها جملة واحدة، لا تقبل التفريق والتجزئة والإنفصال بمثابة العقد الواحد". التوازي في العقود وتطبيقاته المعاصرة، دراسة فقهية مقارنة: ص ٣٠.

(٣) ينظر: العلاقة الإيجارية بين المالك والمستأجر في ضوء الشريعة الإسلامية: د. سيد علي السيد محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م، ص ١٣٨.

(٤) ينظر: أدوات الإستثمار الإسلامي: د. عز الدين خوجة، مصرف الزيتونة - تونس، ٢٠١٤م، ص ٨١.

لكن نقطة الإفتراق هو في الإجارة التمويلية، حيث تنتقل عائدات ومشاكل ومخاطر الأصل إلى المستأجر، أما الإجارة التشغيلية يكون للمستأجر حق الإنتفاع فقط من غير تحمل أي مصروفات رأسمالية، وإنما تكون على صاحب الملك، ويستثنى من ذلك مصارف التشغيل المتمثلة بالمنافع التي تقدمها المؤسسات الخدمية، من كهرباء وماء وشبكة الإنترنت فيكون حسابها على المنتفع منها خاصة.

ونقل الملكية من مالك الأصل (المؤجر) إلى طالب المنفعة (المستأجر)، يكون من خلال عدة حالات:

الحالة الأولى: أن يقترن عقد الإجارة بهبة أو وعد بالهبة، من قبل مالك الأصول لصالح المستأجر عند نهاية مدة الإيجار.

الحالة الثانية: أن تقترن الإجارة بعقد بيع معلق، على شرط دفع الأقساط المترتبة على الإنتفاع بالعين.

الحالة الثالثة: أن يقترن عقد الإجارة بوعد بيع الأصل للمستأجر عند نهاية مدة الإجارة.

الحالة الرابعة: أن يقترن عقد الإجارة وعداً للمستأجر في نهاية مدة الإجارة بالتخيير بين شراء السلعة بسعر السوق، أو تجديد العقد لمدة أخرى، أو رد السلعة لمالكها^(١).

وعن حكم عقد الإجارة المنتهية بالتملك، قرر مجلس مجمع الفقه الإسلامي في مؤتمره الثالث في دولة الأردن في معرض إجابته عن أسئلة البنك الإسلامية للتنمية، جملة من القرارات فمن أهم ما جاء فيها:

١- يجوز للبنك أن يؤجر المعدات إلى العميل بعد تملكها، والوعد بالهبة أو تملك المعدات إلى العميل جائزة بعقد منفصل.

٢- إنَّ الهلاك والعيب تكون على البنك باعتباره المالك، مالم يكن هناك تقصير أو تعد من قبل المستأجر فتكون تبعية الضمان عليه.

(١) ينظر: المصارف الإسلامية والمؤسسات الإقتصادية: د. وائل عربيات، دار الثقافة - الأردن،

٣- إنَّ توكيل البنك أحد العملاء بشراء المعدات والآليات لحساب البنك، بغية أن يؤجر الأخير هذه الأشياء بعد الحيازة لها من الوكيل هو توكيل حقيقي، والأفضل أن يكون التوكيل بالشراء ليس هو العميل نفسه.

٤- إنَّ نفقات التأمين لدى الشركات والمؤسسات الإسلامية يتحملها المصرف، كلما أمكن ذلك^(١).

ومن المقترحات للإستفادة من عقد الإجارة في المصارف الإسلامية، أن يقوم المصرف بممارسة هذه الصيغة من خلال إنشاء شركات مالكة لبيع السيارات، أو أراضٍ زراعية، أو عقارات سكنية، أو مكاتب لرجال أعمال، أو مخازن، أو تنشأ شركات مالكة لمعدات وآلات وتجهيزات زراعية، وهذه أنسب طريقة لتمكن المصرف من استثمار أصوله بطريقة غير مباشرة، إلا في حدود محدودة من موارده، في حين أنَّ هذه الطريقة ستمكن من توسيع الشركات بمرونة أكثر بعد مدة من عمليات الإجارة^(٢).

ثالثاً: دور عقد الإجارة في تلبية متطلبات العصر:

تعد الإجارة أو ما يسمى (بالبيع التأجيري) إحدى المنتجات المتبعة في المصارف الإسلامية، ويمتاز هذا المنتج بكونه أسلوباً يستخدم للتمويل، يسمح بحيازة منفعة الدور والمباني التجارية والآلات والمعدات من غير الشراء الفوري لها، ولا يقتصر على ذلك فقط بل يعد نشاطاً تجارياً تقوم به المصارف، ليحقق لها مكاسب وعوائد مالية مرضية. وتعد عملية الإجارة ذات أهمية في توظيف الموارد المالية بعد عملية المرابحة، فتلعب دوراً في حل مشكلة تمويل المشاريع الناشئة الصغيرة منها والمتوسطة، حيث لا تستطيع الذهاب إلى أسواق الأوراق المالية ذات المشروعات الكبيرة، ولا التمويل من خلال البنوك التقليدية، التي تفرض شروطاً غير مرنة لا تستطيع الوفاء بها، خاصة

(١) ينظر: الإجارة وتطبيقاتها المعاصرة: أ.د. محي القره داغي، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد

١٢، ص ٣٣٤.

(٢) ينظر: إدارة البنوك الإسلامية: ص ٤٠.

إذا وافقت فترة تفريخ الإستثمارات^(١) أو تغيرات في الأسواق من حالة رواج أو كساد، ومن هنا تكمن أهمية أسلوب التأجير التي تقدمه المصارف الإسلامية^(٢).
ومن خلال عقد الإجارة المنتهية بالتملك يمكن للمؤسسات الإقتصادية سواء أكانت تابعة لجهة حكومية أم شركات يملكها أفراد مستقلون، الحصول على ملكية عقارات أو منقولات بأكملها، ولا يتطلب توفر المبلغ كاملاً منذ البداية، بل يدفع على مراحل مقسطاً ولمدة معينة، ويمكن للدول الإسلامية أن تدخل تطبيق عقد الإجارة في الميدان العملي، لحل كثير من الأزمات الإقتصادية ومشاكل المواطنين، المتمثلة بصعوبة الحصول على مساكن وامتلاك المركبات، وإذا ما أحسن التطبيق وشُغل رأس المال بخطط مدروسة، فإنه سيسهم في حل مشاكل الدول، وتكون وسيلة للنهضة والتطور والعمران^(٣).

وعلى سبيل عقد الإجارة الموصوفة بالذمة، يمكن لهذه الإجارة أن تمول كثير من المنافع والخدمات في مجال الطب والتعليم والسياحة المشروعة، ويمكن من خلال إجارة الذمة إضافة العقد للمستقبل، لتمكين المؤسسات التمويلية توفير الخدمات بعقود مضافة إلى المستقبل مقدور على تسليمها، وما يلحق بها من الأعيان التي يتم إستهلاكها كالدور والمواد المستعملة في المختبرات العلمية والجامعات، والطعام الذي يقدم في الفنادق عند تأجيرها من قبل السياح، لأنها غير مقصودة في الأصل وإن تضمنها العقد، وهذه الخدمات تقدمها عادة جهات مالكة لها، وأحياناً تكون المؤسسات المالية أو المصارف هي الوسيطة في الحصول على تلك المنافع وتأجيرها من أصحابها، ثم تعيد تأجيرها هي بدورها لصالحها، وذلك بعد الإتفاق مع المؤجر (الشركة المالكة)، على أنض التعاقد معها يخول المؤسسة بتقديم المنفعة للغير في الإجارة المعينة،

(١) تفريخ الإستثمارات: وهي مدة ينعدم فيها العائد الإستثماري، تبدأ من مرحلة الشروع إلى مرحلة إنتهائه، ثم يبدأ تولد العائد تدريجياً. ينظر: الصعوبات التي تواجه البنوك الإسلامية وتصورات لكيفية مواجهتها: أ.د. إسماعيل حسن محمد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، منظمة المؤتمر الإسلامي - جدة، العدد ٨، ص ١٧٠١.

(٢) ينظر: إدارة البنوك الإسلامية: ص ٣٩.

(٣) ينظر: المصارف الإسلامية والمؤسسات الإقتصادية: ص ٢٧، ٢٨.

فنتعاقد المؤسسة مع الأشخاص الراغبين أو العملاء، ثم تعقد عقد مع الأطباء أو الجهات الصحية وغيرها من الجهات الخدمية على وفق الإحتياج، وإجارة الأعيان المعينة، والأخرى الموصوفة بالذمة، والإجارة على العمل، يسهل تطبيقها على الوسائل الحديثة المعاصرة، كتمويل شراء وسائل نقل حديثة، من ناقلات بترول، وسفن عملاقة، وطائرات، ومعدات، وأجهزة لمختلف الصناعات وغيرها، التي تقوم بها المصارف الإسلامية^(١).

ومن التطبيقات العملية لعقدي الإجارة والإجارة المنتهية بالتملك، طبق البنك الإسلامي للتنمية هذه الصيغة في تلبية المشروعات الصناعية واحتياجاتها، حيث قام المصرف بشراء الآلات والمعدات، وأعطى للمستفيد حق الإقتاع بها لمدة تتراوح من ٧ إلى ١٥ سنة، من ضمنها فترة سماح من ٢ الى ٤ سنوات، أما سقف التمويل المقدم في عقد الإجارة فيتراوح ٢٠ مليون دينار، بعائد ربح يتراوح ٦،٥ و ٧،٥ %، ويعاد النظر في العائد بصورة دورية، وبالنسبة لتسديد أقساط الإجارة فتدفع على فترات نصف سنوية، وبعد إلتزام المستأجر بتسديد الأقساط التي بذمته، يقوم البنك الإسلامي بنقل ملكية الأصول إلى المستأجر كهدية من البنك، وقدم البنك الإسلامي للتنمية في مجال الإجارة مشاريع وعمليات متعددة، حيث بلغ عدد المشاريع المقدمة تحت صيغة هذا العقد منذ بداية نشأة البنك إلى نهاية عام ١٤١٦ هـ ٨٠ مشروعاً، بتمويل وصل إلى ١٠٣٨،١٩ مليون دولار امريكي، وهو ما يمثل ٢٦،٤ % من إجمالي حجم التمويل خلال هذه الفترة^(٢)، وفي أحدث تقرير للبنك الإسلامي بلغ مجموع واردات البنك من عقود الإجارة خلال السنوات الأخيرة، وبالتحديد للأعوام من ٢٠١٦م - ٢٠١٩م حوالي ١٠،٧٥٤،٢ مليون دولار^(٣).

(١) ينظر: الإجارة الموصوفة في الذمة للخدمات غير المعينة: بدر الحسن القاسمين، بحث مقدم إلى مؤتمر "المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول"، المنعقد في دولة الإمارات العربية المتحدة، خلال الفترة ٣١ مايو - ٣ يونيو ٢٠٠٩م، ص ٢٦ - ٢٨.

(٢) ينظر: تطوير صيغ التمويل قصير الأجل في البنوك الإسلامية: ص ١٥٣، ١٥٤.

(٣) ينظر: التقرير السنوي للبنك الإسلامي للتنمية، ٢٠١٩م، ص ١٠١.

ويمكن للمصارف الإسلامية عندنا أن تطبق صيغتي الإجارة والإجارة المنتهية بالتمليك، لتمويل توفير الآلات في المصانع، أو شراء المكائن والآلات الزراعية للفلاحين، أو إنشاء مجمعات تسويقية تشغل العاطلين عن العمل، حيث تقوم المصارف بعقد تأجير لهذه المشروعات الإستثمارية على المستفيدين، وبعد إرجاع كامل أصول المشروع والقيمة المضافة المتمثلة بالربح، يتم عقد ثاني مع هؤلاء المنتفعين ممن سدد كافة المستحقات المالية بدمته، لتمليكهم هذه الأصول والتنازل عن حق مالکها الأول، وبذلك يكون المصرف قد ساهم بتنمية شرائح من المجتمع، عبر تمليكهم مباني تجارية وأدوات ومعدات إنتاجية، كان من الصعب على الأفراد الحصول عليها في بادئ الأمر.



المطلب السادس

الشركة

الشركة من الصيغ التمويلية الفاعلة في المؤسسات المالية الإسلامية، حيث تعمل على إستقطاب الأموال المدخرة وتحريكها نحو مجالات الإستثمار الجماعي، فتلتقي رؤوس الأموال مع أصحاب الخبرات العملية، الذين لا يملكون أموالاً أصلاً لتنفيذ المشاريع، وأمراً في غاية الأهمية إنَّ فكرة إقامة المصارف الإسلامية منسب على المشاركة المبنية على الربح والخسارة، بخلاف نظام الفائدة الثابتة الذي تجريه المصارف التقليدية، وعلى هذا فسيكون المطلب منصّباً حول صيغة المشاركة، ودورها في تلبية الأهداف الإقتصادية المتوقعة من جراء العمل بها.

أولاً: تعريف عقد الشركة في اللغة والإصطلاح:

الفرع الأول: تعريف الشركة في اللغة:

الشركة في إصطلاح أهل اللغة إسم من الفعل (شَرَكَ)، ومنه تشارك الرجلان وتشاركاً، أي: مخالطة الشريكين، إذا شارك أحدهما الآخر في أمر ما، والشركة والشركة سواء في المعنى^(١).

الفرع الثاني: تعريف الشركة في الإصطلاح:

عرف الفقهاء (رحمهم الله) الشركة بتعريفات لا تخرج كثيراً عن المعنى اللغوي، فعرفها الحنفية بأنها: "إختلاط نصيبين فصاعداً، بحيث لا يعرف أحد النصيبين من الآخر"^(٢)، ومن عبارات المالكية قالوا: "أذن لصاحبه أن يتصرف مع نفسه"^(٣)، وعند فقهاء الشافعية: "ثبوت الحق في شيء لإثنين فأكثر على جهة الشيوع"^(٤)، واختصر

(١) ينظر: تهذيب اللغة: ١٠ / ١٣؛ والمحكم والمحيط الأعظم: ٦ / ٦٨٣.

(٢) العناية شرح الهداية: ٦ / ١٥٢.

(٣) التوضيح في شرح مختصر ابن الحاجب: ٦ / ٣٣٥.

(٤) مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج: ٣ / ٢٢١.

الحنابلة الشركة بتعريف أشمل حيث قالوا: "إجتمع في إستحقاق، أو تصرف"^(١)، فتعريف الحنابلة شمل أنواع الشركات التي ذكرها الفقهاء المتقدمون، من شركة ملك، واستحقاق، وشركة عقود، وغيرها من أنواع

ثانياً: أنواع الشركات في الفقه الإسلامي:

ذكر الأئمة الفقهاء أنواعاً وأقساماً للشركات، ولكل مذهب طريقته في تقسيم الشركات، وهذا التقسيم هو اجتهادي لا إلزام فيه، وعليه يمكننا تقسيم الشركات بأشهر تقسيم إلى نوعين:

النوع الأول: شركة الملك:

وهي أن يشترك إثنان أو جماعة في ملك مال، ويكون على قسمين: قسم تملك بغير إختيارهما كالميراث، وقسم باختيارهما كقبول الشراء، والصدقة والوصية^(٢).

النوع الثاني: شركة العقد:

وهي كما عرفها ابن عابدين رحمته الله: "عبارة عن عقد بين المتشاركين في الأصل والربح"^(٣)، وتقسم شركة العقد إلى أقسام مختلفة، فلكل مذهب قسمته، ويمكن جمعها على النحو التالي:

(١) الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف: علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرادوي

الدمشقي الصالحي الحنبلي (ت: ٨٨٥هـ)، دار إحياء التراث العربي، ط ٢، بدون تاريخ، ٥ / ٤٠٧.

(٢) ينظر: المبسوط: ١١ / ١٥١؛ والمقدمات الممهديات: أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي

(ت: ٥٢٠هـ)، تحقيق: الدكتور محمد حجي، دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤٠٨هـ

- ١٩٨٨ م، ٣ / ٣٣؛ وفتح العزيز بشرح الوجيز: عبد الكريم بن محمد الرافعي القزويني (ت:

٦٢٣هـ)، دار الفكر، بدون تاريخ، ١٠ / ٤٠٥؛ وفتح الملك العزيز بشرح الوجيز علي بن البهاء

البغدادي الحنبلي (ت: ٩٠٠هـ)، تحقيق: أ.د. عبد الملك بن دهيش، دار خضر، بيروت - لبنان،

ط ١، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م، ٤ / ٥.

(٣) رد المحتار على الدر المختار: ٤ / ٢٩٩.

- ١- شركة أموال: وهي أن يشترك إثنان في رأس مال الشركة معاً، فيشتريان ويبيعان معاً، وما حصل من ربح فهو بينهما، على شرط كذا^(١).
- ٢- شركة أعمال: وتسمى شركة صنائع وأبدان: وهي أن يتفق صانعان، كأن يكون صباغاً أو خياطاً على أن يتقبلا الأعمال، ويكون الكسب بينهما وكل ما يقبله أحدهما يلزمها^(٢).
- ٣- شركة وجوه: وصورته أن يشترك إثنان لا مال لهما في مشروع معين، على أن يشتريا ويبيعا بوجوههما، وما كان هناك من رزق فهو بينهما^(٣)، وسميت شركة وجوه؛ لأن الرجلان لا يملكان المال، فإذا أرادا أن يشتريا بالنسيئة لا يمكنهما، إلا من كان له وجهة ومكانة عند الناس^(٤).
- ٤- شركة مفاوضة: وهي أن يفوض كل واحد منهما الآخر ما يكون لتجارتهما، من شراء وبيع وتوكيل وقراض، سواء كان مالهما عيناً أو عرضاً، أو كانا شريكين في المال كله أو بعضه^(٥).
- ٥- شركة عنان: وهي الشركة التي يشترط فيها ألا يتصرف أحد الشريكين، إلا بموافقة صاحبه وحضرته^(٦).
- ٦- شركة مضاربة: وهي أن يدفع أحد الشريكين المال إلى صاحبه ليتجر ويضرب به في الأرض، ويكون الربح بينهما على ما يتفقان عليه^(٧).

(١) ينظر: بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع: ٦ / ٥٦.

(٢) ينظر: رد المحتار على الدر المختار: ٤ / ٣٢١.

(٣) ينظر: المحيط البرهاني في الفقه النعماني: ٦ / ٩.

(٤) ينظر: البناية شرح الهداية: ٧ / ٤١١.

(٥) ينظر: عيون المسائل: أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي البغدادي المالكي (ت: ٤٢٢هـ)، دراسة وتحقيق: علي محمّد إبراهيم بورويبة، دار ابن حزم، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ٥٥٥.

(٦) منح الجليل شرح مختصر خليل: محمد بن أحمد بن محمد عيش، أبو عبد الله المالكي (ت: ١٢٩٩هـ)، دار الفكر - بيروت، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م، ٦ / ٢٨١.

(٧) ينظر: المقدمات الممهّدات: ٣ / ٣٦.

٧- شركة جبر: وهي أن يشتري سلعة من سوق وغيره من تجار السلعة، حاضراً لشرائها وهو ساكت لم يتكلم، وأراد الدخول في تلك السلعة فيجاب إلى ذلك، فإن أبى المشتري أن يشترك معه غيره يجبر على ذلك^(١).

إنّ هذه الشركات التي أوردتها الفقه الإسلامي، بمجملها تشترك في تأدية غرضاً جوهرياً، ألا وهو تنمية الملك، وإخراجه من الإكتناز إلى النماء والثمار.

ثالثاً: آلية تطبيق عقد المشاركة في المصارف الإسلامية:

لم تعد تطبق المشاركات في تنمية المال واستثماره في تطبيقات الحياة البسيطة التي تناولها الفقهاء في كتب الفقه، فبعد قرون عديدة على هذه الأنواع من الشركات، أُخترت هذه الأصناف في مشاركات تتلاءم مع تقدم العمل المؤسسي للمالية الإسلامية، والحاجة العملية والواقعية لصيغ تشاركية أحدث من ذي قبل، فقدمت المصارف الإسلامية أساليب أخرى للمشاركة تشترك فيها الرؤوس النقدية والخبرات الفنية والإدارية، تستخدم لتمويل مختلف الأنشطة الاقتصادية التجارية، والعقارية، والزراعية، وغيرها.

فتأثرت أداة المشاركة في المصارف الإسلامية بمواقف هيئة الرقابة الشرعية في المؤسسة المصرفية، فقد تكون المشاركة في عملية واحدة، أو تتشارك بعدة عمليات مع مؤسسات تجارية أو صناعية أو مع مؤسسات مصرفية إسلامية، وقد تكون المساهمة في رأس مال موجود أو قيد الإنشاء، واستقرت العمليات المصرفية إلى صورتين من أنواع المشاركات، فهي إما مشاركة مستمرة (دائمة)، أو مشاركة متناقصة تنتهي في نهاية المطاف بالتمليك، وكلها تجمع المصرف في مشروع واحد أو أكثر^(٢)، وفيما يأتي بيان لهذه الصورتين من المشاركات:

(١) ينظر: الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني: أحمد بن غانم (أو غنيم) بن سالم ابن مهنا، شهاب الدين النفراوي الأزهرى المالكي (ت: ١١٢٦هـ)، دار الفكر، ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م، ١٢١ / ٢.

(٢) ينظر: البنوك الإسلامية، التجربة القانونية بين الفقه والقانون والتطبيق: عائشة الشراوي المالقي، المركز الثقافي العربي، ط١، ٢٠٠٠م، ص ٣٧١.

الصورة الأولى: الشركة المستمرة أو (الدائمة):

وتتمثل بتقديم المشاركين رؤوس أموالهم بنسب متساوية القيمة أو متفاوتة، من أجل إنشاء مشروع حديث أو المشاركة في عمل قائم، بحيث لكل مشترك له حصة في رأس المال وله نصيب من الأرباح، وتستمر هذه المشاركة إلى حين إنتهاء المشروع بأكمله، ويمكن لأي طرف الخروج من العملية ببيع حصته لشخص آخر، وتستخدم المصارف الإسلامية هذا الأسلوب في العديد من المشاريع، منها تمويل عميل بجزء من رأس مال مقابل إقتسام ناتج المشروع، وتترك مسؤولية العمل وإدارته على المتمول مع محافظة المصرف على حقه في الإدارة والمراقبة والمتابعة^(١).

الصورة الثانية: الشركة المتناقصة المنتهية بالتملك:

وهي عمليات يدخل فيها المصرف كشريك برأس ماله، في مشروعات إقتصادية مقابل نصيب من الربح، مضافاً إليه نسبة لتغطية مشاركته في العملية التمويلية، ويقابله باقي رأس المال من المتعاملين، الذين سيؤول إلى أحدهم ملكية المشروع بشكل نهائي، بعد أن يسترجع المصرف كامل مساهماته تدريجياً أو دفعة واحدة، فمثلاً يمول المصرف الإسلامي أحد الزبائن لشراء تجهيزات، ويدخل معه بمبلغ التمويل شريكاً، الذي يرد إليه على شكل دفعات، بالإضافة إلى جزء من الأرباح التي تتناسب مع سهمه في رأس المال، ويأخذ الزبون حصته من الأرباح على نفس الأساس، مضافاً لها ما يقوم به من أعمال الإدارة وتسيير العملية بالتدريج، وكلما سدد المتعامل قسطاً من التمويل، كلما نقصت حصة المصرف في المشروع الممول، إلى أن يخرج بشكل نهائي منه ويمتلكه الزبون، ويمكن للمؤسسة أن تشارك مع العميل في مشروع باقتناء بعض أسهمه، وبعد الحصول على العوائد الربحية تتعهد المؤسسة بإتاحة الفرصة للطرف المتعامل بامتلاك الأسهم كافة، وتكون ملزمة بالإنسحاب خلال مدة متفق عليها، دفعة واحدة أو بالتدرج، ويتحدد السداد على حسب الشروط المعلنة بين الجانبين ونوعية العمل، وطبقاً لجدولة تمكن المؤسسة المشتركة من إسترداد مالها وأرباحها، وهذه العملية تسمى مشاركة متناقصة بالنسبة للمصرف، فكلما إسترجع جزء من رأس

(١) ينظر: أدوات الإستثمار الإسلامي: ص ٩٧.

ماله المشارك، نقصت حصته في المشروع، وتسمى مشاركة متناقصة منتهية بالتمليك، عندما يدفع العميل أقساط أصل التمويل، زادت نسبة تملكه من الأسهم، إلى أن يمتلك أسهم العمل المشترك بالكامل^(١).

وهناك صورة للشركة المنتهية بالتمليك دفعة واحدة، وهي إشتراك طرفين في رأس مال شركة، على أن يمتلك أحد الطرفين حصة الآخرين في الشركة، بعد سداد كامل قيمة الحصة على شكل دفعات محددة، وهنا المشتري لا يملك حصة الآخرين من الشركة، إلا بعد سداد كامل القيمة، والدفعات التي يدفعها للسداد لا تزيد نسبة أرباحه، لأنه لا يملك شيئاً من حصص الآخرين بدفع بعض الأقساط، فيبقى الربح لأصحابها^(٢). ويمكننا أن نوجز المشاركتين: إن المشاركة الثابتة مقصدها البقاء في الشركة إلى حين إنتهاؤها، وأما المشاركة المتناقصة فهي لا يقصد منها التأييد في الشركة، وأن أحد الأطراف يمكنه التنازل عن حصته إلى الطرف الثاني، بعد تحقيق مكاسبه الربحية التي يطمح إليها.

ومن الشروط التي يجب توفرها في عقد المشاركة المنتهية بالتمليك، ما أقره مؤتمر المصرف الإسلامي بدبي (دولة الإمارات العربية المتحدة)، حيث أقر فيه الشروط التالية:

- ١- ألا تكون المشاركة المتناقصة مجرد عملية للتمويل بالقرض، فلا بد من إجراء مشاركة فعلية يتحمل فيها جميع الأطراف الربح والخسارة.
- ٢- أن يمتلك المصرف حصته في عقد المشاركة ملكاً تاماً، وأن يتمتع بحرية كاملة في الإدارة والتصرف، وفي حال توكيل طرف آخر ينوب عنه يحق للموكل مراقبة الأداء ومتابعته^(٣).

(١) ينظر: البنوك الإسلامية التجربة بين الفقه والقانون: ص ٣٧٧، ٣٧٨.

(٢) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الفقه والشريعة: أ.د. محمد رواس قلعه جي، دار

النفائس، بيروت - لبنان، ط٢، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م، ص ٧٠.

(٣) المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي: ٣٣٧.

رابعاً: دور عقد الشركة في تلبية متطلبات العصر:

إنَّ صيغة المشاركة بصورها الثابتة والمتناقصة، تعد من أهم الأساليب وأفضلها في تجسيد مبادئ التمويل في الإقتصاد الإسلامي، حيث تمكن هذه الأداة من توفير التمويل اللازم لمختلف الأجل القريبة والبعيدة، مما تنعكس أثرها على سير العمل في مشروعات الإنتاج الصغيرة والمتوسطة.

إنَّ التنوع في منتجات المالية الإسلامية، جعلها تتلاءم مع كافة الاحتياجات، للأفراد المنتجين والمستثمرين وباقي فئات المجتمع طالبي التمويل، وكل أداة مالية تلي عملية إنتاجية أو استثمارية معينة، فمن أراد شراء مسكن أو مبنى تجاري قائم، أو أرض زراعية، فإن عقد الإستصناع لا ينفع في تحقيق هذه الأهداف، وحينئذ يمكن إستخدام عقود أكثر فعالية في تحقيق الهدف، فيمكن من خلال عقد المشاركة أن يبحث عن شريك ويشترى أرض أو عقار، ولكل منهما حصته بقدر رأسماله، وتستمر الشركة على وفق مبدأ المغنم والمغرم، وإذا أراد أحد الشريكين المغادرة ويرغب بترك الأرض أو العقار بعد فترة من الزمن، حيث كان يريد إستثمار ماله في العقار عن طريق المشاركة، ولم يكن يبحث عن تملك العين، وهنا إذا التقت إرادة المشاركة المنتهية بتملك العين، وإرادة الطرف المشارك بالإستثمار المؤقت، يأتي هنا دور المشاركة المتناقصة المنتهية بالتمليك، ومن دواعي تفكير المصارف الإسلامية بهذا المنتج، هو تلبية لرغبات العملاء الذين يبحثون عن مسكن خاص، حيث تنشأ تبعاً لهذا العقد عقد آخر منفصل وهو إيجار حصة شائعة، ويمكن أن تستفيد الدولة من عقود المشاركات في المشروعات، التي ترى الدولة أن تكون ملكيتها لقطاع عام أو وزارة أو هيئة حكومية، فيمكنها أن تدخل مع الأفراد والقطاع الخاص، بإنشاء مشروع بناء مستشفى أو محطة توليد الكهرباء أو مدرسة، فيقدر قيمة المبنى كاملاً مع الأرض وتقدير

إيجاره، قبل القيام بالشركة المنتهية بالتملك، وهكذا تُتبع هذه الصيغة التعاقدية في كل مشروع تريد الدولة القيام به^(١).

وللمشاركة المتناقصة استخدامات، يمكن من خلالها تمويل إحتياجات أفراد المجتمع وتوفير لهم المشاريع الخدمية، من ذلك تمويل شراء مركبات واستخدامها كأجرة نقل أشخاص، أو مركبات كبيرة لنقل البضائع، فتشترك الجهة الممولة مع الممول شركة ملك، فيشتركان الطرفان في الدخل المتحقق من تشغيل المركبة، ثم يشتري الزبون حصة الممول في المركبة تدريجياً إلى أن يملكها، ومن استخدامات عقد المشاركة تمويل التجارة المحلية والعالمية، حيث يسهم ممول برأس مال ٦٠٪ من القيمة، كمشروع ألبسة جاهزة أو مشروع منتجات الأطعمة، فيستثمر الشريكان مالهما في المشروع المشترك، وبعد فترة يمكن للزبون شراء حصة الممول بالتدريج، ويمكن أن يكون ذلك بوعد منفصل من الزبون، وهنا لا يجوز تحديد ثمن حصص الممول عند الوعد بالشراء؛ لأنه إذا تم تحديد الثمن وقت عقد المشاركة، فهذا يعني ضمان رأس مال الممول بربح كان أو بدون ربح، وهذا محرم قطعاً في المشاركة، لذا فهناك خيار لتقييم حصص الممول لصالح الشريك المشتري لها، وهو تقييم المشروع وقت شراء كل جزء من أجزاءه، وكلما زادت قيمته زاد الثمن، والعكس منذ ذلك صحيح، ويمكن إجراء مثل هذا التقييم بالرجوع إلى الخبراء عند وقت توقيع الوعد^(٢).

وطبق منتج المشاركة المنتهية بالتملك لأول مرة في دولة مصر، عندما قام فرع المعاملات الإسلامية في أحد البنوك التجارية بمشاركة إحدى الشركات السياحية، في إمتلاك أسطول نقل بري لنقل السياح ما بين مدينة القاهرة وأسوان، وانتهت العملية بأن أصبحت المركبات ملكاً للشركة السياحية، بعد تمام دفع حصة المصرف أثناء فترات

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة: الإقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة: أ.د. علي أحمد السالوس، دار الثقافة - الدوحة، ١٤١٨هـ - ١٩٩٨م، ص ١٠٢٨، ١٠٤١.

(٢) ينظر: مقدمة في التمويل الإسلامي: محمد تقي العثماني، تعريب: د. عمر أحمد كشكار، دار الرواد - سوريا، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠١٩م، ص ٦٧، ٦٨.

تشغيل المشروع، وقد أستخدمت مصارف إسلامية أخرى نفس هذا الأسلوب الإستثماري، كالبنك الأردني الإسلامي، الذي قدم تمويل لمشاركات في مشاريع عقارية، ومستشفيات، ومؤسسات تعليمية، وغير ذلك^(١).

ومن الإقتراحات في هذا المجال فيما يخص بلدي، أرى أن تعاد إحياء المصانع الكبيرة والصغيرة الراقدة عن العمل، والتي تعاني من نقص في التمويل أو عجز في تشغيلها وتوفير الآليات الضرورية لذلك، عن طريق نظام المشاركة المتناقصة المنتهية بالتمليك، حيث يقدم مصرفاً إسلامياً تمويلاً تشاركياً لأحدى هذه المصانع أو الشركات في أي قطاع إقتصادي، فتدخل الشركة أو المصنع شريكاً معها في قيمة المشروع، وبعد الشروع بالعمل يأخذ المصرف نصيبه من الربح، وحصه مساهمته في رأس المال، ثم يبيع المصرف الإسلامي حصته لمالك المصنع على شكل دفعة واحدة أو دفعات، بعد سداد حصته كاملة، فكلما سدد المصنع قسطاً من حصته للطرف الثاني، كلما تناقصت حصته إلى أن ينتهي بالمشروع بخروجه منه، وهذه الوسيلة التمويلية تعد وسيلة ناجحة لإنعاش المشاريع والصناعات المتعثرة، خاصة ويشهد العراق توقف شبه تام لأغلب المعامل الإنتاجية في القطاعين العام والخاص، وإذا ما أسهم المستثمرون وأصحاب رؤوس الأموال في إعادة هذه القطاعات الإنتاجية إلى الخدمة الإقتصادية من جديد، فإنها ستشغل آلاف العمال العاطلين، بسبب توقف هذه المنشآت عن العمل، وكذلك ستسهم في ترويج منتجاتها في الأسواق المحلية، وسد نقص وحاجة البلاد من السلع والخدمات التي تستورد من الخارج.



(١) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي: ص ٣٣٤، ٣٣٥.

المطلب السابع

المزراعة، المساقاة، المغارسة

علاقة الإنسان بالزراعة علاقة قديمة منذ أن خلق الله البشرية على هذه الأرض، فلها صلة كبيرة في تأمين حاجات الإنسان من الطعام الذي لا يمكن الإستغناء عنه بشكل يومي، ولذا حث الإسلام على ممارسة هذه المهنة، ورتب على الغرس والزرع الفضل الكبير لمن إحتسب أجرها عند الله سبحانه، ولذا ليس من المستغرب أن تكون في الفقه الإسلامي عقود تختص بالنشاط الزراعي، ولأهمية هذا القطاع الحيوي في حياة الأمم والافراد، نتناول في هذا المطلب جانباً من العقود الزراعية وما تشكله من دعامة كبيرة للاقتصاد القومي.

أولاً: تعريف الزراعة، والمغارسة، والمساقاة في اللغة والإصطلاح:

الفرع الأول: تعريف الزراعة، والمغارسة، والمساقاة في اللغة:

المزراعة مصدر من الفعل (زَرَع)، والإسم الزَّرْعُ، وهو نبات كل شيء يحرث ويطرح في الأرض^(١).

وتعرف المساقاة على صيغة مفاعلة من السقي، وهو إشراب الشيء الماء^(٢)، والمُسَاقَاةُ أن يستعمل الرجل رجلاً في أشجار ونخيل، ليقوم بسقيها والعناية بها، على أن يكون له جزء معلوم من غلتها^(٣)، وهذا اللفظ إشتهر عند الحجازيين، وتسمى بالمعاملة على كلام أهل العراق^(٤).

(١) ينظر: الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: أبو نصر إسماعيل بن حماد الفارابي (ت: ٣٩٣٩هـ)،

تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، ط٤، ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م،

١٢٢٤/٣؛ ولسان العرب: ١٤١ / ٨.

(٢) ينظر: مقاييس اللغة: ٨٤/٣.

(٣) ينظر: مختار الصحاح: ص ١٥٠.

(٤) ينظر: لسان العرب: ٤٧٦/١١.

أما المغارسة فهي أيضاً على وزن مفاعلة على وزن الفعل الثلاثي (غَرَسَ)، والغراس الشجر الذي يغرس في الأرض، والغريسة النخلة التي تغرس حديثاً، كالأنثى حديثاً العهد بالولادة^(١).

والمزارعة والمساقاة والمغارسة من المعاملات القديمة، التي تجمع بين أصحاب الأموال ومالكي الأرض، للإشتراك في المحصول المنتج بنسبه يُتفق عليها مسبقاً في العقد.

الفرع الثاني: تعريف المزارعة، والمغارسة، والمساقاة في الإصطلاح:

المزارعة كما عرفها أكثر الفقهاء هي "عقد على الزرع ببعض الخارج"^(٢)، ويعبر عنها المالكية بأنها "الشركة في الزرع"^(٣).

والمغارسة ويطلق عليها بعض الفقهاء المناصفة، وهي "أن يسلم إليه ارضاً، ليغرسها من عنده ويكون الشجر بينهما"^(٤).

أما المساقاة فعرفت بأنها "معاقدة على دفع الأشجار إلى من يعمل فيها، على أن الثمر بينهما"^(٥).

(١) ينظر: أساس البلاغة: أبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الزمخشري جار الله (ت: ٥٣٨هـ)، تحقيق: محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م، ٦٩٩/١.

(٢) تبين الحقائق شرح كنز الدقائق: ٢٧٨/٥؛ واللباب في الفقه الشافعي: ص ٢٥١؛ الهداية على مذهب الإمام أحمد: محفوظ بن أحمد بن الحسن، أبو الخطاب الكلوزاني (ت: ٥١٠هـ)، تحقيق: عبد اللطيف هميم - ماهر ياسين الفحل، مؤسسة غراس، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ٢٩١/١.

(٣) بلغة السالك لأقرب المسالك: ٤٩٢/٣.

(٤) رد المختار على الدر المختار: ٢٨٩/٦؛ ومنح الجليل شرح مختصر خليل: ٤١٧/٧؛ والنجم الوهاج في شرح المنهاج: ٢٩٦/٥؛ ومنتهى الإرادات: ٢٣٢/٢.

(٥) كنز الدقائق: أبو البركات عبد الله بن أحمد بن محمود حافظ الدين النسفي (ت: ٧١٠هـ)، تحقيق: أ. د. سائد بكداش، دار البشائر الإسلامية، دار السراج، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ٥٩٨/١؛ حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني: ٢٠٨/٢؛ ونهاية المطلب في دراية المذهب: ٥/٨؛ ودليل الطالب لنيل المطالب: مرعي بن يوسف بن أبي بكر بن أحمد الكرمي المقدسي الحنبلي

والخلاصة أن هذه العقود الثلاثة، هي عقود استثمارية بين ممول لها، وصاحب الأرض الذي يعمل عليها بالزرع، أو الغرس، أو السقي.

ثانياً: آلية تطبيق عقد المزارعة والمغارسة والمساقاة في المصارف الإسلامية:

دأبت المصارف الإسلامية على الدخول بعقد المزارعة عن طريق تقديم من جانبها، آليات العمل ومدخلات الزراعة، من البذور والأسمدة والطاقة الزراعية وأدوات وآلات الإنتاج، في حين يقدم المزارع الأرض والعمل، أو العمل على أن تكون الأرض مشتركة بينهما^(١).

ومن صور تطبيق عقد المزارعة الجائزة في الفقه الإسلامي، على النحو التالي^(٢):

١- أن يكون العمل من جانب، والأرض والبذر والماشية والآلات ونفقات من الجانب الآخر.

٢- أن تكون الأرض من جانب، والباقي كله من الجانب الآخر.

٣- أن تكون الأرض والبذر من جانب، والعمل والماشية والآلات من الجانب الآخر.

٤- أن يتساوى الجميع في الأرض والعمل والبذر والماشية والنفقات، لأن أحدهما لا يفضل صاحبه بشيء.

٥- أن يقابل بذر أحدهما عمل الآخر، وكانت الأرض مشتركة بينهما بملك أو إجارة أو كانت مباحة، وتساوت قيمة العمل والبذر.

وأما الصور الممنوعة في عقد المزارعة، فقد ذكر الفقهاء (رحمهم الله) أكثر من صورة لفساد عقد المزارعة^(٣)، وهي محل خلاف كبير بين الفقهاء، ولكن من أشهر الصور التي اتفق جمهور الفقهاء على فسادها، أن يشترك ثلاثة تكون من أحدهم

(ت: ١٠٣٣هـ)، تحقيق: أبو قتيبة نظر محمد الفاريابي، دار طيبة - الرياض، ط ١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ١/١٥٨.

(١) ينظر: صيغ تمويل التنمية في الإسلام: فخري حسين عزي، البنك الإسلامي للتنمية - جدة، ط ١، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م، ص ١١١.

(٢) ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية: ٣٧ / ٦٥ - ٦٧.

(٣) ينظر: المصدر نفسه: ٣٧ / ٦٨ - ٧٠؛ والمعاملات المالية أصالة ومعاصرة: ١٥ / ٢٤٥ - ٢٥٥.

الأرض، ومن الآخر البذر، ومن الآخر أداة الإنتاج والعمل، على أن ما رزق الله بينهم، فهذا عقد فاسد^(١).

ولتوظيف العقود الزراعية في المصارف الإسلامية، يمكن للمصرف الإستثمار في القطاع الزراعي، بأن ينشأ إدارة مختصة بزراعة الحقول غير المستغلة، حيث يقوم بدراسة الطلبات المقدمة له لتمويل زراعة أرض تعود لمزارع يحتاج إلى تمويل، فيعقد المصرف مع المزارع عقد مزارعة لإستثمار أرضه، عن طريق المشاركة بين الطرفين، فتحدد مهام كلا الطرفين، وعناصر العمل المطلوبة، وتقسيم العوائد المتحققة، أو يجري المصرف عقد مساقاة أو مغارسة مع صاحب بستان، حيث يقوم الممول بتمويل مشروع مياه الشرب، أو مشروع الري، لإستصلاح الأراضي الزراعية بالطرق التكنولوجية الحديثة، أو إستغلال مياه جوفية غير مستخدمة من قبل، أو نقل مياه من مكان إلى مسافات أبعد، ويمكن أن تطبق هذه العقود في إحياء الأراضي الصحراوية وتمليكها للشباب العاطل، أو تمليكها لطلبة خريجي كليات الزراعة، للقيام بزراعتها وسقيها والغرس فيها على مبدأ المشاركة التنموية^(٢).

واليوم يملك كثير من المزارعين البسطاء الأراضي الزراعية، وعندهم الإستعداد الكامل للعمل فيها، ولكنهم ينقصهم التمويل اللازم لشراء الآلات وتوفير الحبوب والأسمدة ونقل المياه من مجراها.

ثالثاً: دور العقود الزراعية في تلبية متطلبات العصر:

لم تعرف المؤسسات المالية الإسلامية صيغة المزارعة إلا منذ عقود قليلة، فلم يكن يمارس العقد الزراعي بصورة مباشرة في التمويل، مما حدّ من تطبيقه إستخدام أسلوب عقد السلم في تمويل النشاط الزراعي منذ عهد طويل، واليوم تعد الفرصة سانحة

(١) ينظر: الفواكه الدواني على رسالة ابن ابي زيد القيرواني: ١٢٨/٢؛ والمغني: ٣١٧/٥.

(٢) ينظر: التمويل والإستثمار في الإسلام: ص ٢٥٢، ٢٥٣؛ والمصرف الإسلامي للإستثمار الزراعي، نموذج مقترح: د. حسن يوسف داود، دار النشر للجامعات - مصر، ط١، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م، ص ٧٤.

لإعادة تفعيل هذه الصيغ في ظل توفر التمويل، وإمكانية إحداث نقلة كبيرة لتطوير الأراضي الزراعية، علاوة على التقدم الحاصل في دول عالمية في هذا المجال. تشكل شركة المزارعة والمساقاة والمغارة ملتقى، تجتمع فيه الرؤوس المالية المجمدة، مع القوى البشرية المعطلة، وينشأ من هذا الالتقاء ثورة في الإصلاح والتنمية الزراعية والتنمية الاقتصادية بشكل عام، فنتحول الأموال المعطلة إلى مزارع وأشجار مثمرة، وتشغل الأيدي العاطلة والاستفادة من خبراتهم وطاقتهم، كما لا يقتصر على النفع فيما بين الأطراف المتشاركة، وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير على سد العجز في ميزانية الدولة^(١). وذلك لأن الإنتاج المحلي سيوفر القوت والغذاء للسكان، من غير اللجوء إلى عمليات الاستيراد التي تكلف الدولة أعباءً مالية باهضة، ويمكن أن تستغنى عنها بالإكتفاء الذاتي، بالإعتماد على الناتج القومي من المحاصيل المزروعة. ويمكن للمصارف الإسلامية أن توظف سيولتها المعطلة وإستثمارها في هذه العقود الثلاثة، من خلال الإستعانة بما لديها من الخبراء الشرعيين والمستشارين وأصحاب الخبرات في تحقيق ذلك، وتوجد في البلاد الإسلامية مساحات كبيرة من الأراضي غير مستغلة في الزراعة، وتعاني من هجرة أهلها لها بسبب ضعف دعم المزارعين، وعدم دعمهم بالتمويل الكافي لتغطية أدوات ووسائل الإنتاج، مما أدى إلى هجرة أعداد كبيرة منهم صوب المدن الحضرية، ويمكن للمصارف الإسلامية أن تسهم بشكل فعال من خلال العقود الزراعية في إعادة الحياة لهذه الأرض، والحد من ظاهرة الهجرة المعاكسة نحو المدن، ويؤدي التمويل للمشروعات الزراعية إلى زيادة الناتج المحلي والدخل القومي وتحقيق الإكتفاء الذاتي، كما أنّ هذه العقود تزيد من هامش الضمانات لدى المصارف، وذلك لأنها لن تحجم عن قبول الأراضي الزراعية كضمانات لأنواع التمويل الأخرى، وفي حال إنها اضطرت للإستيلاء على هذه الضمانات، فإنها لن تضطر لبيعها بأسعار زهيدة ولا يؤدي الإحتفاظ بها عبثاً، بل تساعد المصرف في إستثمارها وعدم تعطيلها، فتحقق عوائد مالية لا يستهان بها^(٢).

(١) ينظر: السياسة النقدية والمصرفية في الإسلام: د. عدنان خالد التركماني، مؤسسة الرسالة - عمان، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٨ م، ص ١٨٤.

(٢) ينظر: المصارف الإسلامية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية: ص ٢٥٥.

وأخيراً إن إنشاء شركات بصيغ المزارعة والمساقاة، من شأنها أن تبعث الحيوية والنشاط في القطاعات الإقتصادية الأخرى، وعلى سبيل المثال قطاع الصناعة، ومن خلال هذه المشاركة يتحرك قطاع الصناعة مع الزراعة في فلك واحد، فالقطاع الصناعي يحتاج إلى المواد الخام التي تدخل في صناعته ومصدرها الزراعة، كما أن الجانب الزراعي هو بحاجة أيضاً إلى منتجات الصناعات، من الأسمدة والأدوات الزراعية وباقي مستلزمات العمل الزراعي^(١).

وعلى سبيل التطبيق العملي للتمويل الزراعي فلا يزال القطاع الزراعي في المرتبة الأخيرة في إهتمامات المصارف الإسلامية، حيث سلطت المصارف جلَّ إهتماماتها على قطاع الصناعات والإستثمار فيها، رغم الأهمية الكبيرة التي يشكلها القطاع الزراعي، والذي يعد مصدراً غذائياً لا يمكن الإستغناء عنه، وإنَّ المصارف الإسلامية التي تهتم بالجانب الزراعي إستخدمت صيغ المربحة إستخداماً مفرطاً، في حين لا وجود لصيغ العقود الزراعية الثلاث في قائمة إستثماراتها، فلا تكاد تذكر إلا ما ندر^(٢). ويعاني القطاع الزراعي في العراق اليوم خذلاً كبيراً، وانتكاسة لم يشهدها التاريخ من قبل، حيث توقف الإنتاج المحلي واتفك على الإستيرادات الخارجية، لتغطية الاحتياجات اليومية من مختلف المحاصيل الزراعية، وكلف ذلك الميزانية العامة للدولة أحمالاً إضافية، لم يكن لها أن تتحمل هذه العبء، لولا إهتمامها بالأرض والفلاحين التي تعد عناصر إنتاجية معطلة، فأصبحت المحاصيل المحلية أعلى من مثيلاتها المستوردة لقلّة الدعم الحكومي، واعتماد الفلاحين على الجهد الذاتي في زراعة أرضهم، مما كلف إنتاجهم تكاليف إضافية، لا تطيقها اغلب شرائح المجتمع من متوسطي الدخل ودونه، وهنا يجب أن يكون هناك دور للمصارف الإسلامية في إبراز دور العقود

(١) ينظر: التطبيقات المعاصرة لعقدي المزارعة والمساقاة في الإقتصاد الإسلامي: علي محمد علي المومني، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م، ص ١٠٩.

(٢) ينظر: المصرف الإسلامي للإستثمار الزراعي نموذج مقترح: ص ٢١٠؛ ودور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع الزراعي، تجربة السودان إنموذجاً: د. العرابي مصطفى، د. طروبيا ندير، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد الخامس، العدد ٢، ٢٠١٩م، ص ٢٩٥.

الزراعية على أرض الواقع، بعد أن فشلت محاولات المصارف الزراعية التابعة للجهات الحكومية في دعم مشاريع المزارعين، وإن كان هناك دعم مالي من قبل المصارف الزراعية، إلا أنَّ الفلاح ينفقها على إحتياجات الحياة المعيشية، أو يكون الدعم على شكل قروض زراعية، مقابل فوائد إضافية على رأس المال تُحصل من المزارع البسيط، والمصيبة هنا أكبر وأعظم، وبالتالي ضياع الأموال والجهود في إعادة إحياء الأراضي من سباتها الطويل، ومن هنا ندعو المصارف الإسلامية إلى الإستثمار في كنز من كنوز الأرض، وأن تقوم بعمليات تمويلية لدعم المزارعين، وتوفير لهم كافة أدوات ومعدات وآلات الإنتاج، مقابل المشاركة في جني الأرباح، بينها وبين الفلاح المستثمر لأرضه من العائد الإنتاجي.



المطلب الثامن

الصكوك

تعتبر الصكوك الإسلامية نقلة نوعية في المعاملات المالية الإسلامية، حيث شهدت المصارف الإسلامية في السنوات الأخيرة، إبتكاراً حديثاً في صيغ التمويل وتوفير السيولة النقدية، وتتبع فكرة إصدار الصكوك من صيغ العقود الشرعية المعهودة، من إجارة وسلم ومضاربة ومرابحة واستصناع وغيرها، كتقدم لافلت لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال التمويل وتقديم الخدمات، والتي تعد بديلاً عن السندات ذات الفوائد في البنوك التقليدية، وما يزال إنتشار هذه الصكوك كأداة معاصرة، يقبل عليها الممولون اليوم في المؤسسات والأسواق المالية حول العالم، وبناءً على ما تقدم سأقف في هذا المطلب على مفهوم الصكوك الإسلامية، وآلية تطبيقها، والدور التي تحققه في تلبية المتطلبات الاقتصادية العصرية.

أولاً: التعريف بالصكوك لغة واصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف الصكوك لغة:

الصك في الأصل كلمة فارسية معربه، وجمعه أَصْكُ وِصْكُوكٌ وِصْكَاكٌ، وهو كتاب يكتب للعهد، وكانت الأرزاق تسمى صِكاكاً؛ لِإِن الأُمراء كانوا يكتبون للناس أرزاقهم وأعطياتهم كتباً، فيبيعون ما فيها معجلاً قبل أن يقبضوها، ويعطون المشتري الصك ويمضي، فنهوا عن ذلك لأنه بيع ما لم يقبض^(١).

فالصك ورقة مكتوب فيها، تمثل سنداً أو شهادة أو وثيقة، تثبت لحاملها حقه في المال.

الفرع الثاني: تعريف الصكوك اصطلاحاً:

لم تعرف الصكوك عند الفقهاء المتقدمين، ولذا لم أجد تعريفاً لها أو تطبيقاً، لعدم إستخدامهم لهذه الصكوك.

(١) ينظر: لسان العرب: ٤٥٧/١٠.

أما تعريف الصكوك في الإقتصاد المعاصر، فقد عرفت هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الصكوك بأنها: "وثائق متساوية القيمة تمثل حصصاً شائعة، في ملكية أعيان، أو منافع، أو خدمات، أو في موجودات مشروع معين، أو نشاط استثماري خاص"^(١).

ويرادف كلمة التصكيك التوريق والتسنييد في الإصطلاح، وحقبةً كلها مفردات لمسمى واحد تدل على نفس المعنى، إلا أن مصطلح الصكوك هو المصطلح الدارج عند جمهور المختصين بالإقتصاد الإسلامي والبحث فيه، لأنه ينسجم مع أصول وأحكام الشريعة الإسلامية، أما مصطلحي التوريق والتسنييد فقد ارتبط بالإستثمارات في الإقتصاد التقليدي^(٢).

من أرباح هذه الشركة أو خسارتها"^(٣).

حيث يدران على صاحبهما دخلاً دورياً"^(٤).

١- أما مالك السهم فليس له نصيب، إلا بعد تصفية السندات وسداد الديون^(٥).

١- صدرته، أو قدرتها على سداد ديون الآخرين^(٦).

(١) ينظر: المعايير الشرعية: ص ٤٦٧.

(٢) ينظر: مصادر توفير السيولة في البنوك الإسلامية: ص ٧٣.

(٣) الأسهم وأحكامها في الفقه الإسلامي: د. محمد صالح بن ألفا عمر جالو، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٥م، ص ٩٦.

(٤) ينظر: الأسهم والسندات وأحكامها في الفقه الإسلامي: د. أحمد بن محمد الخليل، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، ط ١، ١٤٢٤هـ، ص ٩٩، ١٠٠.

(٥) ينظر: تداول الأسهم في السوق المالية: عبد الله بن سليمان الجريش، مكتبة القانون والإقتصاد - الرياض، ط ١، ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م، ص ٤٧، ٤٨؛ والمعاملات المالية المعاصرة: ص ٣٦٤؛ والتقابض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة: علاء الدين بن عبد الرزاق الجنكو، دار النفائس - الأردن، ط ١، ١٤٣٣هـ - ٢٠٠٤م، ص ٣٠٦.

(٦) ينظر: الإستثمار بالمشاركة في البنوك الإسلامية: أحمد محمد محمود نصار، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٠م، ص ١١٤.

١- تتمتع الصكوك والسندات بإنهما أوراق مالية، ذات إستقرار مالي كبير ومخاطر قليلة جداً^(١).

١- حيث لا تتأثر النسبة بأعمال الشركة، سواء حققت النجاح أم لم تحقق^(٢).
وتبلغ عدد الصكوك الإسلامية حسب تصنيف هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الى أكثر من أربعة عشر نوعاً، ولكل معاملة مالية إسلامية من العقود السابقة أنفة الذكر صك خاص بها^(٣).

ثانياً: آلية تطبيق الصكوك في المصارف الإسلامية:

تعد الصكوك إحدى منتجات الإقتصاد الإسلامي، حيث يعتبر من بين أكثر وسائل التمويل المعتمدة والناجحة في المؤسسات المالية الإسلامية، حيث إعتمدت كثير من المصارف الإسلامية في العالم الإسلامي هذا النمط، لتمويل مشاريع إستثمارية كبيرة.

ولهذا المنتج آلية عمل في المصارف الإسلامية، وهذه الآلية أن يقوم المصرف باختيار نشاط معين سواء كان نشاط زراعياً، أو تجارياً، أو صناعياً، أو عقارياً، أو فندقياً، أو سياحياً، ثم يقوم بإصدار صكوك يطرحها للإكتتاب العام، ويتم تحديد مدة الصك بحسب النشاط والوقت الذي يستغرق إنجازه، ويمكن أن يقوم المصرف بتوزيع جزء من العوائد تحت الحساب لصاحب الصك حسب المدة التي سيتفق عليها، وتتم التسوية النهائية حين الإنتهاء من المشروع بشكل كامل، وبعد طرح الصكوك للإكتتاب يقدم أحد العملاء إلى المصرف مبلغ يرغب في إستثماره، ويحدد النوع والمدة الزمنية

(١) ينظر: دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية: ص ١٧٨، ١٧٩.

(٢) ينظر: ينظر: مخاطر الصكوك وآليات التحوط منها: نجلاء بنت محمد البقمي، كرسي سايبك لدراسات الأسواق المالية الإسلامية، ١٤٣٤ هـ - ٢٠١٣ م، ص ٤٣؛ ونحو صكوك إسلامية حقيقة: عبد العظيم أبو زيد، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، العدد ٦٢، السنة السادسة عشرة، ١٤٣١ هـ - ٢٠٢٠ م، ص ١١٢، ١١٣.

(٣) ينظر: دور التصكيك في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية: ص ١٧٣، ١٧٤؛ والعقود المبتكرة للتمويل والاستثمار بالصكوك الإسلامية: د. خالد بن سعود الرشود، كرسي سابق لدراسة الأسواق المالية الإسلامية، ١٤٣٤ هـ - ٢٠١٣ م، ص ٣٧، ٣٨.

للسك الذي يرغب في الإستثمار فيه، ويختار دورة توزيع الأرباح، كل شهر أو كل ربع سنة، ويحرر طلباً لإصدار السك بإسمه، ثم يحصل على الوثيقة الأصلية للسك من الشركة تحمل إسمه، ويتم إضافة الأرباح والعوائد إلى حسابه كل ٣ أشهر، على أن تتم التسوية الفعلية للأرباح كل مدة زمنية معينة، حسب نظام المؤسسة أو المصرف^(١).

إذاً يمر المصرف بعدة مراحل إلى حين الوصول لإصدار السكوك، ويمكن تلخيص هذه المراحل:

١- **الهيكلية:** تكوين وعاء للإستثمار في مشروع معين، ثم تحويل هذا الوعاء إلى سكوك تطرح على المستثمرين المساهمين بأموالهم، على أساس المشاركة في الربح المتوقع من المشروع.

٢- **تجزئة الأصول:** يمكن التجزئة من حيث القيمة أو من حيث الإستحقاق، فمن حيث القيمة بأن يطرح كامل الأصل أو جزء منه، أما من حيث الإستحقاق بتحديد مدة إستحقاق الأصدار، حيث تتكيف على حسب وعاء الإصدار من حيث قيمته المصدرة ومدته التوافقية مع إحتياجات العملاء.

٣- **مرحلة ما بعد الإصدار:** وفي هذه المرحلة يتم توفير سوق ثانوي للإصدارات المطروحة، من خلال توفير آلية إعادة شرائها من العملاء بأسعار يعلن عنها كل فترة، مما يضيف سيولة على هذه الإصدارات، فيوفر لها قبولاً وجاذبية أكبر لدى المستثمرين^(٢).

(١) ينظر: الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية: في ضوء مقررات بازل ١١١: د. طه عبد العظيم محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م، ص ٨٦؛ وأساسيات الإستثمار في المصارف الإسلامية: د. صادق راشد الشمري، دار اليازوري - الأردن، ٢٠١١م، ص ٢٠١، ٢٠٢.

(٢) ينظر: صناعة التمويل في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: ص ٤٣٨، ٤٣٩.

ثالثاً: دور الصكوك في تلبية متطلبات العصر:

حققت الصكوك الإسلامية التي تعد أحد منتجات الصناعة المالية الإسلامية، حضوراً غير مسبوق في السوق المالية المحلية والدولية، حيث برزت هذه الأداة كبديلاً للسندات التقليدية، التي سادت التعاملات المالية في أغلب إقتصاديات دول العالم، وتكمن الأسباب التي أدت إلى سرعة إنتشار الصكوك الإسلامية في التعاملات المالية السوقية، لكونها هيجه تتكون من مجموعة من العقود، أو تأخذ شكل العقد الواحد، وذلك لتوفير خيارات أكبر ومناسبة للجهات الممولة، بالإضافة إلى الوظائف المتعددة التي يمكن أن تستفيد منها أطراف عدة، كالمؤسسات الحكومية والشركات والمصارف. فيمكن إستخدام الصكوك الإسلامية في تعبئة الموارد اللازمة لتمويل وتلبية كثير من الإحتياجات والمشاريع الحكومية، وطريقة إستخدام هذه الصكوك بأن تختار مؤسسة حكومية الموجودات الثابتة اللازمة لها، من خلال برامجها التنموية أو التحديثية وتحديد مواصفاتها بدقة، حيث يمكن أن تشمل الموجودات على قطاعات واسعة من الحاجات الرأسمالية المهمة كالمباني الحكومية، والجامعات، والمدارس، والمراكز الصحية، والطرق، والجسور، والمطارات، والطائرات، والبواخر، والمحطات الكهربائية والمائية، وغيرها من الموجودات الرأسمالية، ويمكن إنشاء هيئة حكومية مستقلة ضمن وزارة المالية أو التخطيط، لتتلقى طلبات التمويل بالإجارة من المؤسسات الحكومية، فتمارس دور الوكيل عن أصحاب الصكوك في شراء الموجودات، وإجارتها للجهات الحكومية التي طلبتها، وتعتبر الهيئة مسؤولة عن إدارة الصكوك من حقوق والتزامات وإجراءات حسب شروط الإصدار^(١).

ويمكن للصكوك الإسلامية أن تحل مشكلة عجز الموازنة التي تواجه كثير من دول العالم الإسلامي، وذلك من خلال إصدار الصكوك السيادية (أي الحكومية)، وهي التي تصدرها الهيئات الحكومية لتوفير التمويل اللازم، لإنجاز المشاريع المهمة ومرافق

(١) ينظر: الصكوك الإسلامية وتطبيقاتها المعاصرة وتداولها: د. فؤاد محمد أحمد محسين، دراسة مقدمة إلى دورة مؤتمر مجمع الفقه الإسلامي التاسعة عشرة، المنعقدة في دولة الإمارات العربية المتحدة، خلال الفترة ٢٦ - ٣٠ ابريل ٢٠٠٩م، ص ٥١.

البنية الأساسية، وهذه التمويلات من خارج الموازنة، وبإمكانها أن تسد نسبة كبيرة من العجز، كما هو الحال في دولة السودان التي تستخدم هذه الأداة المالية^(١). ومن الأهمية الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن تلمسها من استخدام الصكوك الإسلامية، ما يأتي:

١- **عدم الخضوع لسياسات المؤسسات المالية الدولية:** الصكوك الإسلامية بديلاً مناسباً للقروض الدولية، التي تمنحها الدول الكبرى والشركات متعددة الجنسيات، حيث تكون هذه القروض مشروطة ولا تخدم إقتصاديات الدول الإسلامية، ولا شك أنّ الصكوك الإسلامية وسيلة بديلة للتمويل، تجنب الدول الإسلامية الخضوع للمؤسسات المالية الدولية.

٢- **زيادة تدفق الإستثمارات العربية والإسلامية:** تؤدي الصكوك الإسلامية المتنوعة إلى جذب رؤوس أموال المستثمرين العرب من خلال شراء هذه الصكوك، خاصة إذا توفرت متطلبات المستثمرين بأن تكون هذه الصكوك ذات كفاءة إدارية وشرعية، في محاولة منهم للبحث عن البديل بعد الخسائر التي تعرضت لها المنظمات المالية العربية خلال الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨م - ٢٠٠٩م، إذ نتجت خسائر مالية تقدر بـ ٢ ترليون دولار، بفعل المضاربات في البورصات العالمية، وتأثير الإهتزازات المالية على إستثماراتها.

٣- **توفير فرص عمل:** تقوم الصكوك الإسلامية على خلاف نظيرتها من السندات التقليدية باستثمارات حقيقية ومباشرة، مما يؤدي إلى زيادة رصيد المجتمع من رأس المال، وتمتاز هذه الإستثمارات المباشرة بزيادة كثافة العمالة، مثل الأنشطة الإقتصادية القائمة على الزراعة والصناعات الصغيرة، التي تحجب بعض البنوك التقليدية على تمويلها، بإستثناء المتخصصة منها.

٤- **القضاء على البطالة والخفض من حدة التضخم:** بفعل التشغيل للمشروعات التي تساهم الصكوك في تمويلها، تعمل على تشغيل اليد العاملة في هذه المشاريع، وكما أنها تحد من التضخم من خلال إنخفاض عبء تكلفة

(١) ينظر: الصكوك الإسلامية وأهمية تطبيقها في الإقتصاد الجزائري: د. أحمد بلخير، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، المجلد الخامس، العدد الثاني، ديسمبر ٢٠١٨م، ص ٣٦٨.

المشاريع، فمن مزايا صكوك المشاركة والمضاربة، إنَّ كافة الأطراف تتحمل المخاطر المالية والإقتصادية مقابل الحصول على الربح.

٥- **تخفيض الديون المحلية والأجنبية:** تعتبر الصكوك الإسلامية وخاصة صكوك المضاربة والمشاركة بديلاً لتمويل التنمية الإقتصادية في البلاد الإسلامية، حيث تعمل على تمويل هذه المشاريع التنموية دون تحميل الدولة أعباء إضافية، من فوائد وغرامات نتيجة عدم سداد القروض المحلية والأجنبية، شرط أن تستثمر هذه الصكوك في عمليات إنتاجية حقيقية ذات جدوى إقتصادية وإجتماعية، وأن تتميز هذه المشروعات بالتنوع والشمول لكافة قطاعات الدولة، لتوزيع وتقليل المخاطر المالية^(١).

٦- **تمنع تهريب الأموال إلى الخارج:** توفر الصكوك المشروعة عنصر الأمان، من خلال توظيف الأموال في صورة تمويل عيني أو سلعي، وليس في صورة نقود كما الحال في السندات، حيث تقوم الصكوك بتمويل أصول ثابتة من الصعب تهريبها إلى الخارج^(٢).

وللصكوك الإسلامية أدوار واستخدامات تلبى حاجات عصرية لا يمكن حصرها، فيمكن لكل منتج من منتجات المالية الإسلامية أن يُقدم على هيئة وثائق تصدرها المصارف الإسلامية، للمشاركة في الإستثمارات والفعاليات الإقتصادية التي تتطلب تمويل نقدي لها، ولكل نوع من الصكوك مجالاً يلائم إستخداماته ويلبي الإحتياجات بطريقة مرنة، فمن هذه الصكوك^(٣):

١- **صكوك المضاربة والمشاركة:** يمول هذا النوع من الصكوك مشروعاً معيناً يدر دخلاً وفق لصيغة المضاربة أو المشاركة، فيشترك المکتتبين في الربح والخسارة نتيجة عمل مشروع، ويمكن أن تكون الصكوك وفقاً لصيغة المشاركة

(١) ينظر: الصكوك المالية الإسلامية بديلاً عن قروض المؤسسات الدولية: د. سامي يوسف كمال محمد، دار البشير - القاهرة، ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٢م، ص ١٣٦ - ١٣٩.

(٢) ينظر: الصكوك المالية الإسلامية، الأزمة والمخرج: ص ١٨٥ - ١٩١.

(٣) ينظر: الصكوك المالية وأنواعها: د. يوسف حسن يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠١٤م،

المتناقصة، وفيها يتخارج - أي يخرج أحد المستثمرين - حملة الصكوك حتى يتناقص تمويلهم، فيؤول المشروع في النهاية إلى من يشتري كافة الحصص، وهو ما يسمى بإطفاء الصكوك الإستثمارية^(١).

واستعملت تركيا صكوك المشاركة عام ١٩٨٤م، لتمويل مشروع بناء أحد الجسور الحيوية على مضيق البوسفور، بمبلغ ٢٠٠ مليون دولار أمريكي، فاستعملت حصيلة إصدار الصكوك في تمويل الجسر، حيث لاقى المشروع قبولاً جماهيرياً كبيراً، الذي ساهم في ربط شطري إسطنبول، وسهل من حركة المرور فيما بينهما^(٢).

٢- **صكوك الإستصناع:** تمكن هذه الصيغة من تمويل الإحتياجات الرسمية وغير الرسمية للدولة، حيث توفر الأجهزة المصنعة للمؤسسات الحكومية، من معدات المستشفيات والطائرات والمواصلات وغيرها من المعدات والآلات الأخرى.

٣- **صكوك الإجارة:** من خلال أسلوب الإجارة تستطيع توفير آلات ومعدات لأي جهة طالبة للتمويل، ويتم إصدار صكوك إجارة بقيمة هذه المعدات وتُعرض للإكتتاب، ومن خلال تأجير هذه المعدات يحصل حملة الصكوك على الأجر السنوية، توزع بينهم على وفق حصص نسبية.

٤- **صكوك السلم:** تستخدم صكوك السلم في مجالات أوسع نطاق من غيرها من الصكوك، حيث توفر تمويلاً لمؤسسات أو شركات في وقت لا تتوفر السيولة اللازمة لديها، فتستخدم هذه الآلية في توفير أموال نقدية معجلة، مقابل الإلتزام بتوفير منتجات زراعية أو صناعية بمواصفات معينة في المستقبل.

(١) إطفاء الصكوك: يقصد بها "إسترداد لمال المضاربة من قبل رب المال في صكوك المقارضة، أو إسترداد للمال الداخل في المشروع من قبل المصدر، الذي يكون بمثابة الوكيل، أو الشريك في مختلف صكوك الإستثمار". ينظر: بحوث في فقه البنوك الإسلامية: أ.د. علي محي الدين القره داغي، شركة دار البشائر الإسلامية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ٣٥١/١.

(٢) ينظر: الصكوك وتطبيقاتها المعاصرة بديلاً عن السندات التقليدية: رامي محمد كمال، دار طيبة الخضراء، ط١، ١٤٤٠هـ - ٢٠١٩م، ص ٨٤.

٥- **صكوك القرض الحسن:** قد لا تصلح صيغ المضاربة والمشاركة والإجارة لتمويل أنشطة ومرافق عامة، فتلجأ إلى بعض المؤسسات إلى إصدار صكوك قروض قصيرة الأجل، تضمن سدادها في موعدها المحدد، وتبرز أهمية هذا النوع من الصكوك في إنشاء المشروعات الإجتماعية والتكافل والتعليم، وباقي الأعمال الإنسانية والخيرية.

٦- **صكوك المرابحة:** يمكن للمصرفية الإسلامية أن تستثمر هذا المنتج للقيام بكثير من الأنشطة، كتوفير إحتياجات القطاعات الإنتاجية، على سبيل المثال قطاع التجارة سواء الداخلية منها أو الخارجية، بالإضافة إلى قطاع الإنتاج وما يحتاج له من سلع وسيطة ونهائية ومواد الخام، لتجار الجملة أو التجزئة أو المستهلكين لها، حيث يتم شراء هذه الإحتياجات وإعادة بيعها مرابحة^(١).

٧- **الصكوك الزراعية:** تعد الزراعة قطاع استراتيجي وحيوي، تقوم عليه كثير من إقتصاديات دول العالم الإسلامي، ورغم ذلك فهي بعيدة في تحقيق الإكتفاء الذاتي، لازدياد الطلب على مختلف المحاصيل، مما يجعل الدول تستورد حاجاتها الزراعية من الخارج، مقابل مبالغ مالية عالية وبالعملة الصعبة، ويمكن التغلب أو تخفيف العبء على ميزانية الدولة، بتمويل الزراعة وإستصلاح الأراضي الزراعية، بواسطة صكوك المزارعة والمغارسة والمساقاة، وعن طريق صكوك السلم يمكن توفير الأموال لإقامة المشاريع الزراعية، وعن طريق صكوك الإستصناع والإجارة يمكن توفير المبالغ اللازمة لإقتناء الآلات الزراعية ومعدات^(٢).

أما على صعيد التطبيق العملي، فقد حققت دول إسلامية نشاطاً كبيراً وملحوظاً في إصدار مختلف أنواع الصكوك الإسلامية، سواء كانت حكومية أو شركات خاصة، وبالعملات المحلية والأجنبية، فتصدرت هذه الدول المصدرة للصكوك، ماليزيا ثم

(١) ينظر: الصكوك المالية الإسلامية، الأزمة والمخرج: د. سامي يوسف كمال محمد، دار الفكر العربي - القاهرة، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ص ١٤٧.

(٢) ينظر: الصكوك دراسة مقارنة: أ. آمال عبد الوهاب عمري، مطبعة تونس قرطاج، ط١، ٢٠١٧م، ص ١٠٤.

الإمارات والسعودية ودول إسلامية أخرى، ولم يقتصر إصدار الصكوك الإسلامية على البلاد الإسلامية، بل هناك عدة إصدارات من بنوك أوروبية، مثل تركيا وبريطانيا وألمانيا وغيرها^(١).

ومع التقدم الحاصل في مجال إصدار الصكوك المحافظة، اقترح أن تكون هناك دراسة تقوم بها المصارف الإسلامية والمؤسسات المالية في بلدانا، للوقوف على الحاجات الحقيقية لمجتمعاتنا من هذه الصكوك، وأن تكون هناك مشروعات استثمارية موزعة تغطي الثغرات المفتقرة للتمويل العاجل، فقد تكون جهة تحتاج إلى التمويل الصناعي، وأخرى تنقصر للتمويل الزراعي، أو في مجال الصحة، أو خدمات الكهرباء والماء وغيرها.



^(١) ينظر: الصكوك وتطبيقاتها المعاصرة بديلاً عن السندات التقليدية: ص ٩٧، ١٠٣، ١٠٥، ١٠٨.

المطلب التاسع

صناديق الإستثمار الإسلامية

تعد صناديق الإستثمار الإسلامية، من أكثر الصيغ إنتشاراً ونمواً خلال العقدين الماضيين، وذلك لقابليتها على جذب المدخرات من الكبار والصغار واستثمارها في الأسواق المحلية والعالمية، حيث أن كثير من هذه الصناديق لا يشترط حداً ثابتاً للدخول فيها، كما أن هذه الصناديق تتمتع بنسبة مخاطره أقل بالمقارنة مع باقي صيغ التمويل، وللموضوع أبعاد وأهمية إقتصادية كبيرة، سأطرق إليها من خلال هذا المطلب.

أولاً: تعريف الصناديق الإستثمارية في اللغة والإصطلاح:

الفرع الأول: تعريف الصناديق والإستثمار في اللغة والإصطلاح:

الصناديق في اللغة جمع صندوق، وتعني الوعاء من خشب كان أو حديد تحفظ فيه الأشياء^(١).

أما الإستثمار في اللغة: فأصل الكلمة يرجع إلى مادة ثَمَرَ: وتعني حمل الشجر إذا أثمرت، ويقال: أثمر الرجل إذا كثر ماله، والثمر: أنواع المال^(٢).

وفي إصطلاح الإقتصاد الإسلامي عُرِف الإستثمار بأنه: إستغلال المال من أجل نمائه وتحقيق الربح، بقدرات بشرية رشيدة، حسب القواعد الكلية والضوابط في الشريعة الإسلامية^(٣).

وهذا التعريف ضم في شقه الأول إشتراك الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد التقليدي في مفهوم الإستثمار للمال والهدف منه، وأنه يتم بجهود بشرية تحسن التصرف فيه، لكن الشق الثاني يعد فيصلاً بين النظامين الإقتصاديين، حيث أن الإستثمار في الإقتصاد الإسلامي مقيد بحدود تفصل بين الحلال والحرام، وكل ما يناقض الشريعة من قريب أو بعيد.

(١) ينظر: مختار الصحاح: ١/١٧٤.

(٢) ينظر: تهذيب اللغة: ٦٢/١٥؛ والصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: ٦٠٥/٢.

(٣) ينظر: الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية: ص ٨١.

الفرع الثاني: تعريف الصناديق الإستثمارية باعتبارها مركباً:

عرفها الدكتور أشرف دوابه على أنها: "مؤسسات مالية تقوم بالإستثمار الجماعي للأوراق المالية، عن طريق تجميع المدخرات من عدد كبير من المستثمرين، وإستثمارها في شراء وبيع الأوراق المالية بوساطة إدارة محترفة؛ بهدف تحقيق منفعة لمؤسسيها وللمستثمرين، وللاقتصاد القومي ككل"^(١).

وعرفها بعضهم بأنها أوعية أو محافظ تتدفق إليها مدخرات المستثمرين، عن طريق شراء الصكوك التي تصدرها هذه الصناديق، التي تمثل وحدات إستثمارية متساوية القيمة، والإشتراك في نتائج الصندوق ربحاً وخسارة^(٢).
من خلال عرض هذين التعريفين يتبين لي ما يلي:

١- ان الصناديق الاستثمارية لا تتقيد بالمصارف الإسلامية فحسب، بل ان هناك كثير من المؤسسات والشركات أنشأت اوعية خاصة بها، لتجميع رؤوس الأموال فيها.

٢- انها نوع من أنواع المشاركة على أساس الربح والخسارة.

٣- انها تمثل حصص متساوية في رأس المال، للاستثمار في مختلف النشاطات الاقتصادية.

ثانياً: أنواع الصناديق الإستثمارية الإسلامية:

هناك أنواع لصناديق الإستثمار التي تقوم المصارف الإسلامية تسويقها، ويمكن تقسيمها إلى الأنواع أدناه^(٣):

١- **صناديق الأسهم الإسلامية:** وتقوم على مبدأ إختيار الشركات التي يكون أساس العمل فيها مباحاً، ويحصل الربح من زيادة رأس المال الحاصل من

(١) صناديق الإستثمار في البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. أشرف محمد دوابه، دار السلام - القاهرة، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، ص ٤٩.

(٢) ينظر: علم الإستثمار الإسلامي: د. أدهم إبراهيم جلال الدين، مركز الكتاب، ٢٠١٨م، ص ٣٣٠.

(٣) ينظر: التمويل والإستثمار في الإسلام: ص ٣٤٣، ٣٤٤؛ ومقدمة في التمويل الإسلامي: ص ١٤٠ - ١٥٠.

- شراء الأسهم وبيعها عند إرتفاع سعرها، ويكون الربح أيضاً عندما توزع الشركات أرباحها على حاملي الأسهم.
- ٢- **صناديق السلع:** ويتركز نشاطها في شراء السلع نقداً ثم بيعها بالآجل، والمقصود بالسلع هنا التي يكون لها أسواق خاصة وبورصة منضمة لها، مثل البترول والألمنيوم والنحاس وغيرها من المعادن، التي يتركز الإهتمام بها لدرجة كبيرة في الأسواق الدولية، وقد تعمل صناديق السلع بصيغ البيع الآجل أو السلم أو المرابحة، وغيرها من أدوات المشاركة في الإقتصاد الإسلامي.
- ٣- **صناديق رأس المال المأمون:** وهذا النوع من الصناديق ينشأ لنوع خاص من المستثمرين، الذين يرغبون بالجمع بين الأرباح العالية والمخاطر المتدنية.
- ٤- **الصناديق المختلطة:** يقوم هذا النوع من الصناديق بتوظيف أموال الإشتراك في أنواع متعددة من الإستثمارات، كالأسهم، والسلع، والإجارة، وغيرها، وهنا يجب أن يكون الصندوق معلوم النهاية، فإذا كانت الأصول حسية (غير نقدية) أكثر من ٥١٪، وكانت الأموال النقدية والديون إقل من ٥٠٪، فعندها يجوز المساومة على الأسهم والإتجار بها، والعكس من ذلك إذا تجاوزت الأموال النقدية والديون بنسبة ٥٠٪، فلا يجوز الإتجار حينئذ بأسهمها.
- ٥- **صناديق الإستثمار المفتوحة والمغلقة:** فأما الصناديق المفتوحة: فهي لا تتحدد لها مدة زمنية معينة عند تأسيسها، ولا يتحدد مقدار رأس المال، وإنما يتم تحديد سعر الصكوك، من قبل إدارة الصندوق المصدرة لها عند بدء الإشتراك، وأما الصناديق المغلقة فتحدد فيها مدتها الزمنية، وغرضها، وحجم رأس المال بحيث يكون ثابتاً، لا زيادة فيه ولا نقصان، ويقفل الإشتراك في هذا النوع من الصناديق بنفاذ الصكوك^(١).
- ٦- **صناديق المرابحة:** هذا النوع من الإستثمار يقوم على شراء كمية من الحديد مثلاً نقداً، ثم بيعها لطرف ثالث غير المشتري منه بالآجل، وعادة ما يكون الأجل قصيراً يتراوح ما بين شهر إلى ستة أشهر، ويستفيد من عمليات التمويل

(١) ينظر: صناديق الإستثمار دراسة وتحليل من منظور الإقتصاد الإسلامي: د. أحمد بن حسن بن

أحمد الحسني، مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٩٩م، ص ٢٥.

الشركات المتعاملة في أسواق السلع لتمويل المخزون، ومصافي البترول لتمويل حصولها على الخام وشركات المواد الأولية^(١).

٧- **صناديق السلم:** يمكن توليد أرباح من بيع السلم في الصناديق الإستثمارية، من خلال الدخول في عقد سلم محله منتجات موصوفة بالذمة، مثل المنتجات الزراعية أو الصناعية، مقابل قبض ثمن معجل^(٢).

٨- **صناديق التأجير:** يعتمد الصندوق على إمتلاك أصول مؤجرة من معدات وآلات ومركبات برية وبحرية وجوية، ثم يقوم بإعادة تأجيرها والإستفادة من إيراداتها أو التعامل مع هذه الأصول، كالبيع التأجيري المنتهي بالتمليك^(٣).

ومن الأمثلة على الإستثمارات التي تقوم بها الصناديق الإستثمارية والمؤسسات المصرفية الإسلامية، كشركة التوفيق التابعة لمجموعة دلة البركة في البحرين، وصندوق المدينة المنورة في السعودية، حيث تقوم هذه الصناديق بالإستثمارات التالية:

- **صندوق التأجير العالمي:** يستثمر أمواله في عمليات تمويل تأجيري.
- **صندوق البركة:** يستثمر أمواله في أنشطة مختلفة، مثل بيع المرابحة، والبيع الآجل، والسلم، والإستصناع، والتأجير، والصفقات والسلع الدولية.
- **صندوق المدينة المنورة:** يستثمر أمواله لتنفيذ مشروعات إستثمارية في العقارات، تشمل مباني سكنية ومراكز تجارية في المدينة المنورة.
- **صندوق المدينة السياحي:** يستثمر أمواله في إقامة مدن سياحية قريبة من مدينة جدة، تشمل أراضي مخصصة للسكن، ومدن ألعاب، وحدائق مائية وغيرها.

(١) ينظر: صناديق الإستثمار، مفهومها، أنواعها، وخصائصها: ص ٢٠٣.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ص ٢٠٣.

(٣) ينظر: صناديق الإستثمار الإسلامية: بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول "الإستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة"، المنعقد بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية في الفترة من ٨ - ٩ مايو ٢٠٠٥م، ص ٢٠.

- **صندوق الراجحي:** وهو من الصناديق المفتوحة التابع لشركة الراجحي المصرفية للإستثمار، وهو صندوق متوسط الإجل، يستثمر أمواله في شراء المعادن النفيسة وبيعها بسعر مؤجل مع تحقيق عوائد مربحة.
- **البنك الأهلي التجاري:** ولديه محافظ إستثمارية قصيرة الأجل، تابعة لإدارة الخدمات المصرفية الإسلامية، ويستثمر الأموال في عمليات شراء وبيع السلع^(١).

ثالثاً: آلية تطبيق الصناديق الإستثمارية في المصارف الإسلامية:

حظيت الصناديق الإستثمارية الإسلامية إهتماماً كبيراً منذ سبعينيات القرن الماضي، وكان أول صندوق إستثماري في الخليج العربي، وبالتحديد في السعودية عام ١٩٧٩م من طرف البنك الأهلي التجاري، إلا أنه كان بنكاً ربوياً آنذاك، ثم تحول منذ عهد قريب إلى مصرفاً يدير أعماله على وفق الشريعة الإسلامية، ثم تنامت صناديق الإستثمار في دول الخليج^(٢)، ومن التجارب المتميزة في أدائها المالي، شركة التوفيق للصناديق الإستثمارية البحرينية، التي تأسست ١٩٩٢م، حيث قدمت الخدمات الإستثمارية للمؤسسات والأفراد مثل إدارة المحافظ الإستثمارية، وهي من أوائل الشركات التي إبتكرت منتجات تلائم مختلف فئات المجتمع، وتناسب طبيعة المدخرين والمستثمرين، وبلغ عدد المنتجات التي طرحتها ٣٢ صندوقاً إستثمارياً، تفوق أصولها ثلاثة مليارات دولار^(٣).

واليوم تشهد الصناديق الإستثمارية إنتشاراً واسعاً في جميع دول العالم الإسلامي، وذلك بعد نجاح تجربة المصارف الإسلامية، التي مهدت لهذه الأوعية الإستثمارية.

(١) ينظر: صناديق الإستثمار دراسة وتحليل من منظور الإقتصاد الإسلامي: ص ٢٦، ٢٧.

(٢) ينظر: أصول صناديق الإستثمار في سوق الأوراق المالية: د. شريط صلاح الدين، دار حميثرا، ٢٠١٨م، ص ١٣٣.

(٣) ينظر: إستخدام الصكوك الإسلامية في الإستثمار وفي تمويل مشاريع التنمية: د. عبد القادر خداوي مصطفى، د. خليفة منية، د. لجدل خالد، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد الرابع، سبتمبر ٢٠١٨م، ص ٣١٥ - ٣١٧.

وأما آلية عمل هذه الصناديق في المصارف الإسلامية، فإن الإستثمار في هذه الصناديق يمر بسلسلة من الإجراءات والمراحل التي يجب إتباعها للوصول إلى الهدف المنشود، بدءاً من إختيار الصندوق المناسب، وحتى إنتهاء المشاركة بالصندوق بتصفيته، ويمكن تلخيص هذه الآليات فيما يأتي:

١- أن تقوم جهة معينة (مصرف أو شركة إستثمار)، بإعداد دراسة جدوى إقتصادية لإنشاء مشروع إستثماري معين، وعادة ما تحرص كثير من المؤسسات، على طرح صناديق تتوافق مع رغبات المستثمرين.

٢- تنشأ الجهة التي تبنت المشروع صندوق إستثماري، وتحدد لائحة العمل فيها وكافة التفاصيل عن نشاط الصندوق، من حيث نوعه، ودرجة المخاطر فيه، وشروط الإكتتاب، وقابلية إسترداد الأموال، والحقوق والإلتزامات لكافة الأطراف التي ستشارك في العملية الإستثمارية.

٣- تقسيم رأس مال الصندوق إلى وحدات إستثمارية أو حصص أو أسهم مشاركة أو صكوك متساوية في القيمة الإسمية، فتسجل في شهادات المستثمرين عدد الوحدات التي يملكها المستثمر، ويكون المقتني لها مشاركاً في ملكية حصة من رأس مال الصندوق.

٤- بعد تلقي الجهة المؤسسة للصندوق لأموال المكتتبين المساهمين، يتولى مدير الصندوق مهام إدارته، ويوكل إليه إدارة معاملات وعمليات المحفظة الإستثمارية والأوراق المالية، وتقييم الوحدات الإستثمارية بشكل دوري، وباقي العمليات التشغيلية، إلى أن تنتهي العملية في نهاية طريقها بالتصفية، أو أن يقوم المدير بإنهاء الصندوق هو بنفسه في الوقت الذي يراه مناسباً^(١).

(١) ينظر: صناديق الإستثمار الإسلامية: ص ١٣، ١٤؛ والخدمات المصرفية لإستثمار أموال العملاء وأحكامها في الفقه الإسلامي: د. يوسف بن عبد الله الشبيلي، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى قسم الفقه المقارن في المعهد العالي للقضاء، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢م، ١ / ١٠٤ - ١١٤؛ والإستثمار في الأسهم والوحدات الإستثمارية: د. عبد الستار أبو غدة: مجلة مجمع الفقه الإسلامي، الدورة التاسعة، العدد التاسع، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦م، ١٢٠/٢، ١٢١.

ثالثاً: دور الصناديق الإستثمارية في تلبية متطلبات العصر:

تقوم الصناديق الإستثمارية الإسلامية بالعديد من الوظائف والأدوار، التي تعود بالنفع على أطراف ثلاثة: (المصارف الإسلامية - الإقتصاد الوطني - المستثمرون الأفراد)، وكما يأتي توضيح ذلك:

١- **المصارف الإسلامية:** يعتبر عقد المضاربة الذي إعتدته المصرفية الإسلامية، هو نفس العقد الذي تقوم عليه الصناديق الإستثمارية في الغالب، فيستلم المصرف أموال المودعين على أساس مبدأ المضاربة، لا على أساس الإقتراض مقابل نسبة معينة، فهنا أصبح المصرف مديراً لهذه الأموال المودعة عنده، ويمكنه أن يولد دخلاً من خلال قدرته على إدارتها وتوجيهها نحو أفضل أنواع الإستخدامات من حيث الربح والمخاطر، ومن الإستخدامات الآمنة، توظيف هذه السيولة في الأوعية أو المحافظ الإستثمارية لدى المصارف الإسلامية، وتعتبر الصناديق مصدراً مهماً لتوفير التمويل طويل الأجل لهذه المصارف^(١).

٢- **الإقتصاد الوطني:** تعتبر الأوعية الإستثمارية من أهم وسائل تأمين عمليات تمويل الإقتصاد الوطني، وذلك من خلال ربط المدخرات المحلية بالإقتصاد القومي، ثم تنمية هذه الأموال المستثمرة وتوجيهها نحو المشاريع الإقتصادية، وكذلك تدعم برامج الخصخصة، وتوسيع قاعدة الملكية في قطاع الأعمال العامة، وذلك من خلال توفير الترويج لأسهم الشركات المطروحة للبيع، وتوفير التمويل النقدي اللازم لشراء هذه الأسهم، وبالإضافة لذلك تدعم الصناديق التقييم السليم للأوراق المالية، وتحسين شروط البيع لصالح الإقتصاد الوطني، وإذا ما وفرت الحكومات التشريع القانوني وفسحت المجال أمام هذه المحافظ، فإنها ستقوم بدور فعال في زيادة الإستثمارات المتاحة، وبالتالي ستتحقق أهداف التنمية^(٢).

(١) ينظر: صناديق الإستثمار الإسلامي: د. محمد علي القري، بحث مقدم إلى ندوة التطبيقات

الإقتصادية الإسلامية المصرفية، المنعقدة خلال الفترة ٩ - ١٢ محرم ١٤١٨هـ، ص ٢١.

(٢) ينظر: التمويل والإستثمار في الإسلام: ص ٣٠٥.

٣-المستثمرون الأفراد: تسهم المحافظ الإستثمارية على تشجيع أصحاب الدخل المحدود وأصحاب الأموال المجمدة، على المشاركة في الإستثمارات المتنوعة، خاصة الصناديق التي تستقطب المساهمات الصغيرة، مما تؤدي هذه العملية إلى المساهمة الجماعية في رفع مستوى الدخل الفردي، وزيادة الإنتاج والإنتاجية، وحماية لهذه المدخرات من التآكل بفعل التضخم، وبالتالي دفع عجلة التنمية الإجتماعية والإقتصادية، وتحقيق الرفاهية الإقتصادية^(١).

وسينتج بالمحصلة الأخيرة، أن تُحقق هذه الصناديق أهداف عامة ومشتركة للمؤسسة والدولة والفرد، فستحقق للمؤسسة المصرفية السيولة الكافية لتمويل أعمالها، كما أنها ستسهم بالمشاركة الجماعية في الإستثمار بمشاريع حقيقية تخدم الدولة والمجتمع ككل، وبالنسبة للأفراد تفسح المجال أمامهم لتنمية أموالهم، في أي سوق يرغبون المشارك فيه، أسواق محلية كانت أو عالمية، فتعطي إمكانية للمستثمر أن يثمر ماله في بلد من البلدان، وإن لم يكن بها بسهولة ويسر.

وعلى ذكر مشاركة الأفراد في التمويل والإستثمار، أقترح أن تقوم المصارف الإسلامية بتوعية أفراد المجتمع، من الذين يقضون على أموالهم في صالة اللعب الحرام والمقامرة والمراهنة عليها، وإرشادهم إلى تنمية أموالهم بالطرق الشرعية المباحة، من خلال هذه الأوعية الإستثمارية، وإشراكهم بها حفاظاً على هذه المدخرات، من الهدر وضياعتها في أعمال لا تخدم مصلحة نائريها، في وقت الأمة الإسلامية بأمس الحاجة إلى الأموال، لتمكين مجتمعاتها إقتصادياً وإجتماعياً، وعلى أمدٍ بعيد.



(١) ينظر: دور إدارة صناديق الإستثمار في تفعيل أداء الصندوق: د. عبد الباسط عبد الصمد عليه، د. سليمان زواري فرحات، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد ١٢، العدد ٢، ٢٠١٩م، ص ١٣٨.

المبحث الرابع

منتجات وخدمات المؤسسات المالية غير المصرفية

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: منتجات الأسواق المالية الإسلامية.

المطلب الثاني: مؤسسة الوقف.

المطلب الثالث: مؤسسة الزكاة.

المطلب الرابع: مؤسسة التأمين التعاوني (التكافلي).

المبحث الرابع

معاملات المؤسسات المالية غير المصرفية

المطلب الأول

المؤسسات المالية الإسلامية

يتشكل النظام المالي من شبكة واسعة من المؤسسات المالية التي تعد ركيزة مهمة في التنمية الاقتصادية، فتقوم المؤسسة بعمليات الإرتباط بين المودعين والمستثمرين والمقرضين، وتقدم الخدمات المالية لرجال الأعمال والأفراد والشركات الإستثمارية وغيرها، ولم تأتي هذه المؤسسات من فراغ، وإنما جاءت من الحاجة إلى من ينظم التعاملات المالية بين الأفراد والمؤسسات الأخرى، التي أصبحت أكثر تعقيداً وتشابكاً من ذي قبل، لذا جاء هذا المطلب لبيان مفهوم المؤسسات المالية الإسلامية، وخصائصها، وأنواعها، والخدمات التي تقدمها.

أولاً: التعريف بالمؤسسات المالية الإسلامية:

على الرغم من عدم إصطلاح أي منظمة أو مؤسسة تهتم بالإقتصاد الإسلامي وقضاياها تعريفاً خاصاً بالمؤسسة المالية، إلا أنني وجدت تعريفاً قيل فيها، اذكرهما: **التعريف الأول:** "هي مؤسسة تجارية (إستثمارية)، يهدف المساهمون والمستثمرون فيها إلى الحصول على الأرباح وفق ضوابط الشرع الحنيف، كما أنهم يريدون إبراز الأدوات والمنتجات المالية الإسلامية في السوق المعاصرة"^(١).

هذا التعريف ضم نوعاً من أنواع المؤسسات وهي الهادفة إلى الربح المشروع، وهناك مؤسسات مالية لا تهدف إلى الربح كمؤسسة التكافل الاجتماعي، ومؤسسة الزكاة والوقف.

(١) إلتزام المؤسسة المالية الإسلامية: مؤسسة إلتزام للمعايير الأخلاقية، دار الكتب العلمية - بيروت،

التعريف الثاني: تشمل جميع الشركات والمؤسسات الإسلامية التي تعمل في نطاق المال والإقتصاد، سواء كانت مصرفاً، أم شركة للإستثمار، أو التمويل، أو التأجير، أو التأمين، أو نحو ذلك^(١).

وهذا التعريف أراه مناسباً، حيث شمل كافة أشكال المؤسسات المالية الإسلامية ونطاق عملها.

ثانياً: خصائص المؤسسات المالية الإسلامية:

إنَّ المؤسسة المالية في الإسلام تؤمن إيماناً راسخاً بالعقيدة الإسلامية والأحكام الشرعية التي جاء بها الشارع، فمن الطبيعي أن تبني كيانها وتثبت قوامها على ضوء الركائز الرئيسية للإقتصاد الإسلامي، فإن من أهم الخصائص التي تميز المؤسسات المالية الإسلامية عن باقي المؤسسات التقليدية، نوجزها كالآتي:

١- **إلتزام الحلال في معاملاتها:** حققت المؤسسات الإسلامية في مجال تقديم الخدمات المالية أرباح كثيرة، وذلك لإقبال المسلمين على طلب الرزق الحلال، حيث إلتزمت المؤسسات المالية في جميع معاملاتها وإدارتها للمشاريع الإستثمارية بالشريعة الإسلامية، وتحقيق أهداف المجتمع داخلياً وخارجياً^(٢). ومن المعاملات التي تتبعها هذه المؤسسات، العمل بصيغ المشاركة في معاملاتها المبنية على قاعدة الربح والخسارة، وأنَّ الغنم بالغرم، وكما أنها تتفادى الغش والمقامرة والغرر، وتتجنب الإستثمارات الوهمية والمتاجرة في المنتجات الخبيثة.

٢- **إتباع القيم والأخلاق الإسلامية:** إنَّ إنتشار المؤسسات والشركات المالية الإسلامية في العالم الإسلامي، دليل نجاح النموذج الإسلامي الذي أستمد من الشريعة الكاملة، حيث تتبع هذه المؤسسات القيم والمبادئ المستقاة من تعاليم

(١) إدارة السيولة في المؤسسات المالية الإسلامية، دراسة فقهية إقتصادية: أ.د. علي محي الدين القره داغي، بحث مقدم للدورة العشرون للمجمع الفقهي الإسلامي المنعقدة في مكة المكرمة، خلال الفترة من ١٩ - ٢٣ محرم ١٤٣٢ هـ / ٢٥ - ٢٩ ديسمبر ٢٠١٠م، ص ٧.

(٢) ينظر: المراجعة والتدقيق الشرعي: أ.د. محمد الفاتح المغربي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي - مصر، ط ١، ٢٠١٨م، ص ٥.

الإسلام التي جاء بها الرسول الكريم محمد ﷺ^(١)، حيث تقوم المعاملات المالية في الإسلام على مبادئ التراضي وطيب النفس وسماحتها، وصفاء النية، وحسن المطالبة والقضاء، والتخفيف عن المعسر، وتوجيه النصيحة^(٢).

٣- **إستبعاد التعامل بالربا:** تتسجم المصارف الإسلامية والمؤسسات المالية الإسلامية مع بعض في تشكيل نظام متكامل، لا يناقض بعضها البعض، وذلك لأن جميع هذه المؤسسات الإسلامية تعمل جاهدة من أجل تنقية معاملاتها من المعاملات المحرمة، والتي لا تتلاءم مع الثوابت في تعاليم الإسلام^(٣).

يرى النظام المالي الإسلامي أنّ النقود وسيلة تبادل ومعيّار لتقييم السلع والخدمات، لا أنها سلعة بحد ذاتها وهذا أمر مهم، وأمر آخر إنّ الدين ثابت لا يزيد عند عجز المقترض وتعسره عن السداد، وهذان الأمران هي ما تختص بهما المالية الإسلامية، وتفترق بهما عن المالية في النظم الإقتصادية الوضعية.

٤- **الرقابة الشرعية:** تعمل المؤسسات المالية الإسلامية على تدعيم هيكلها الإداري بهيئات أو لجان مستقلة، تتولى مهمة المراقبة ومتابعة أعمال المؤسسات، وتقوم بعض المصارف والمؤسسات المالية بوضع مراقب شرعي يعمل كضابط يربط بين الإدارة التنفيذية وهيئة الرقابة، ويتولى مراقبة أعمال المؤسسة بصورة مستمرة، والتحقق من مطابقتها لإجراءاتها مع الفتاوى والقرارات الصادرة من الهيئة الشرعية^(٤).

(١) ينظر: قضايا عالمية معاصرة في الموارد البشرية: د. عاطف جابر طه، الدار الأكاديمية للعلوم، ط١، ٢٠١٣م، ص ١٥٧.

(٢) ينظر: الأزمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: ص ٤٨٤.

(٣) ينظر: المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. عبد الرزاق رحيم جدي الهيتي، دار أسامة - الأردن، ط١، ١٩٩٨م، ص ١٩١.

(٤) ينظر: حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية: د. خولة فريز النوباني، عبد الله صديقي، كرسي سابق لدراسات الأسواق المالية الإسلامية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م، ص ٣٦.

الرقابة في المؤسسات المالية الإسلامية لها أثرها على المؤسسة، والأفراد والعملاء الذين يُجرون التعاملات مع هذه المؤسسات، حيث إنها لا تسمح بدخول الأموال للمؤسسة وخروجها، من غير تعاقدات تسلم من المخالفات الشرعية، وكما أنها تسمح بتمويل المشروعات التي تساعد على التنمية الإقتصادية والإجتماعية في المجتمع، إنطلاقاً من المسؤولية الإجتماعية التي أخذت تحملها على عاتقها.

ثالثاً: أهداف المؤسسات المالية الإسلامية:

تختلف أنواع المؤسسات المالية الإسلامية بحسب طبيعة عملها، فمنها يهدف لتحقيق المكاسب والأرباح للحفاظ على مدخراتها والأموال المودعة عندها، وتأمين الأموال الكافية لتمويل الإحتياجات البشرية، ومنها مؤسسات غير هادفة للربح تسعى للعمل الإنساني والإجتماعي، لرفع المستوى المعيشي وتحسين الحالة الإجتماعية لفئة معينة من فئات المجتمع، فلكل مؤسسة أهدافها الخاصة بها، ولكن هناك نقاط إلتقاء مشتركة بين أهداف هذه المؤسسات تشترك بها جميعاً، فيمكن تحديد أهمها في النقاط التالية:

- ١- تقدم التمويل إلى مختلف المؤسسات والقطاعات الإقتصادية من أجل تنميتها، وتوفير الأموال لرجال الأعمال المستثمرين.
- ٢- جذب الأموال المدخرة وإستثمارها بما يعود بالنفع العام على المجتمع الإسلامي وأفراده، وتحقيق الأرباح التي تساعد على المنافسة وإستمرار عملها.
- ٣- خفض معدل التضخم من خلال عمليات التمويل الإسلامي التي تقدمها هذه المؤسسات، وبالتالي خفض أسعار السلع المستهلكة لدى المستهلكين.
- ٤- إبتكار صيغ تمويل حديثة، وتطوير الخدمات المالية الإسلامية التي تقدمها للعملاء.
- ٥- تنمية إقتصاد المجتمع وتحقيق النمو المقبول من خلال الخدمات المالية التي تقدمها وأعمال الإستثمار الفعلي، وتوفير التمويل لتغطية المشاريع الإسلامية، مما يؤدي إلى توفير فرص عمل جديدة لأبناء المجتمع.

٦- تطبيق أحكام الشريعة في المعاملات المالية كافة، ولا سيما في معاملات المصارف الخاصة بالنقود والسلع^(١).

رابعاً: أنواع المؤسسات المالية الإسلامية:

بعد إتساع الحاجة إلى الوساطات المالية، وزيادة الإقبال على المنتجات والخدمات التي تتوافق مع مبادئ الشرع الحنيف، إنتشرت في العالم الإسلامي مؤسسات وشركات تهدف إلى تقديم مجموعة من الخدمات المالية لعملائها، حتى تمددت خارج حدود البيئة الحاضنة لها، لتشق طريقها نحو بيئة عالمية أكثر إحتداماً وتنافسيةً، ففرضت نفسها وأصبحت أمراً واقعياً في ساحة الإقتصاد العالمي، وذلك بعد التطورات السريعة والإنجازات التي حققتها المالية الإسلامية، من خلال الخدمات والإبتكارات التي قدمتها، والتصنيف الدولي لها من قبل الوكالات الإسلامية، لتصنيف أداء المؤسسات المالية الإسلامية في جميع انحاء العالم.

وتشير إحصائيات وتقارير صادرة عن (مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي)^(٢)، أنّ عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات المالية الإسلامية حول العالم يفوق ١٥٥٣ مؤسسة، متنوعة ما بين مؤسسات ربحية كالمصارف الإسلامية والصناديق الاستثمارية، والمؤسسات الغير ربحية كمؤسسات التكافل والزكاة والوقف^(٣).

(١) ينظر: الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. عبد الكريم قندوز، مؤسسة الرسالة - دمشق، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ص ١١٥ - ١١٩.

(٢) مؤسسة غير مالية تأسست عام ٢٠١٣م، تحت إشراف حاكم دولة الامارات العربية، تبنى المركز مهمة الاشراف على قيادة وتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي، فساهم المركز في وضع استراتيجيات تركز على تحقيق أثر طويل الاجل في دفع نمو قطاعات الاقتصاد الإسلامي على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، ووضع معيار لنظام الاقتصاد الإسلامي في جميع انحاء العالم. ينظر: موقع المركز: www.iedcdubai.ae.

(٣) ينظر: واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي لعام ٢٠٢٢م: ص ١١.

ومن أهم تطبيقات الإقتصاد الإسلامي على المستوى المؤسسي: مؤسسة المصارف الإسلامية، والصناديق الإستثمارية، والتكافل الإسلامي، والتأجير الإسلامي، والصرافة الإسلامية، والزكاة، والوقف^(١).



(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي بين الفكر والتطبيق: ص ٢١٨، ٢١٩.

المطلب الثاني

الأسواق المالية الإسلامية

تتمثل الأسواق المالية مركزاً إقتصادياً، وشرياناً حيوياً يرفد النشاطات الإقتصادية بالموارد المالية، فتعد من أهم مراكز الوساطة المالية والمحرك لإقتصادات العالم، حيث توفر للمستثمرين أصحاب الشركات التمويل اللازم لتنفيذ المشروعات الإقتصادية، ولأهمية هذه الأسواق إهتم الإقتصاد الإسلامي، بابتكار منتجات مالية تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وتلبي الحاجات الفعلية للسوق الإستثمارية، في وقت تشهد سيطرة لسوق الأوراق المالية (البورصة)، التي تدير عمليات مضاربة غير أخلاقية بالأوراق المالية، تسودها الربا والظلم والغش والغرر والإحتكار، ووهمية معاملاتها غير الهادفة للإستثمار الحقيقي، ولقد نجحت الصناعة المالية الإسلامية في إيجاد سوق إسلامي لها منافس للبورصات التقليدية، حيث يتمتع بالمصداقية الشرعية والكفاءة الإقتصادية، ومن هنا تنبع أهمية التعريف بهذه الأسواق، ودورها في تلبية متطلبات إقتصاديات العصر، وهذا ما سنقف عليه في هذا المطلب.

أولاً: التعريف بالأسواق المالية الإسلامية:

الفرع الأول: تعريف الأسواق المالية لغة واصطلاحاً:

السوق المالية مصطلح مركب من كلمتين، وهما: السوق والمال، لذا يجب أن نبين مفهومهما عند أهل اللغة والإصطلاح.

فالسوق لغة: تعني حدو الشيء، يقال ساقه ويسوقه سوقاً، وسميت الأسواق بذلك: لأنها تساق إليها كل شيء، من البضائع والثمار والدواب وغيرها^(١).

وأما السوق في الإصطلاح فهو: إسم لكل مكان وقع فيه التبايع وتبادل السلع بين من يتعاطى البيع، ولا يختص البيع بمكان مخصوص، بل يعم ليشمل أي مكان يمكن أن يجري فيه التبايع^(٢).

(١) ينظر: مقاييس اللغة: ١١٧/٣.

(٢) ينظر: فتح الباري شرح صحيح البخاري: أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي (ت: ٨٥٢ هـ)، دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩هـ، ٣٤٢/٤.

وأما تعريف المال، فقد ذكرنا تعريفه عند أهل اللغة والفقهاء في المبحث الأول من هذا الفصل.

الفرع الثاني: تعريف الأسواق المالية الإسلامية:

وبعد بيان مفهوم كلمتي السوق والمال، نستطيع تعريف الأسواق المالية الإسلامية، تعريفاً باعتباره مصطلحاً مركباً له دلالاته الخاصة به.

فجاء تعريفها بأنها: "منظمة ذات كفاءة عالية، يتم فيها تداول الأدوات والمنتجات المالية الإسلامية، بيعاً وشراءً وفق الأحكام الشرعية، مما يؤدي لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمع الإسلامي"^(١)، وقيل هي التي يتداول فيها الأدوات المالية من الأسهم والصكوك، على وجه تعتد به الشريعة الإسلامية^(٢).

ويطلق على هذه الأسواق مصطلح (البورصة)، وهي كلمة فرنسية غير عربية وتعني كيس النقود، وسبب تسميتها بهذا الإسم قيل: إنَّ إجتماعاً دورياً كان يعقد في أحد منازل الصيرفين أو التجار، لتبادل سلع زراعية أو صناعية أو بيع وشراء الأوراق المالية، وقد يطلق على إسم المكان الذي تعقد فيه الإجتماعات^(٣).

ثانياً: أنواع الأسواق المالية:

يقوم النشاط الإقتصادي على نوعين رئيسيين من الأسواق، وهما:

النوع الأول: أسواق السلع: وهذه الأسواق تختص بالتعامل في السلع المادية، كالأراضي والعقارات والذهب والمعادن والخضر والفواكه وغيرها من الأصول المادية، وكما يجري التعامل فيها على الأصول غير الملموسة، كخدمات المواصلات والتخزين والإستشارات.

(١) ينظر: شروط إنشاء السوق المالية الإسلامية: أ. مرداسي أحمد رشاد، أ.د. بن الطاهر حسين،

مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد ٢٦، ٢٠١٨م، ص ١٤٥.

(٢) ينظر: مصادر توفير السيولة في البنوك الإسلامية: ص ١٨٦.

(٣) ينظر: موسوعة الفقه والقضاء في شرح قانون التجارة الجديد: محمد عزمي البكري، دار محمود-

القاهرة، ٢٠١٣م، ٥٧٦/١.

النوع الثاني: أسواق المال: وهي الأسواق التي يجري التعامل فيها على أصول مالية أو نقدية، وتقوم بتحويل الأموال من الوحدات ذات الفائض، إلى الوحدات ذات العجز في الطاقات التمويلية، وذلك باستخدام أدوات مالية قصيرة وطويلة الأجل^(١).

وأسواق المال الإسلامية (الأصول المالية)، من حيث أدواتها ومدة استثمارها تقسم إلى نوعين اثنين:

النوع الأول: سوق النقد الإسلامي: وهو سوق يلتقي فيها العرض والطلب على القروض قصيرة الأجل، والاستثمار فيه قصير الأجل، حيث لا يتجاوز أجل إستحقاق الأوراق المالية عن سنة واحدة.

النوع الثاني: أسواق رأس المال الإسلامي: وهو سوق أيضاً مبني على طلبات العرض والطلب، وتكون فرصة الإستثمار فيه متوسطة وطويلة الأجل، وتستحق مدة القروض بعد فترة تزيد عن سنة^(٢).

ولسوق الأوراق المالية قسمين من حيث الوظيفة التي تؤديها:

القسم السوق الأولية: أي تلك التي تطرح فيها الأسهم للتداول لأول مرة من قبل الشركات، ويكتتب فيها الأفراد والمؤسسات من خلال علاقة مباشرة بين المدخرين والمستثمرين، ويطلق عليها أيضاً سوق الإصدار الجديد، حيث تصدر في هذه الأسواق إصدارات جديدة تحت التأسيس، مثل إصدارات لزيادة رأس مال شركات (الإكتتاب العام)، أو إصدارات تقتصر على المؤسسين للشركات، لزيادة رأس مالها ويسمى (الإكتتاب المغلق).

القسم الثاني: الأسواق الثانوية: وهي التي يتم فيها تداول الأوراق المالية التي تم إصدارها في السوق الأولية، ويجري التعامل فيها على الوسطاء (السماسرة)، بين البائع والمشتري بصورة غير مباشرة، أو التعامل المباشر بين البائع والمشتري من غير وسيط، وهذه الأسواق (أسواق التداول) قد تكون رسمية منظمة، يتم تداول الأوراق المالية المقيدة في جداول السوق، وهناك أسواق تداول غير رسمية وتسمى (الموازية أو غير المنظمة)،

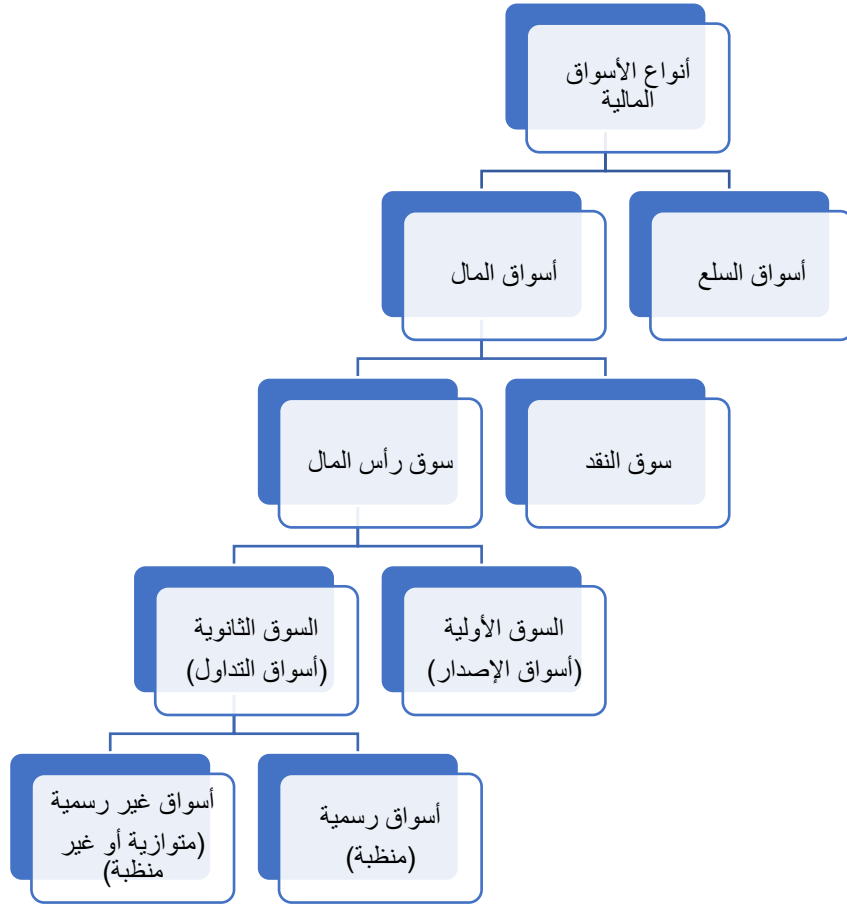
(١) ينظر: أسواق الأوراق المالية (البورصة) في ميزان الفقه الإسلامي: د. عصام أبو النصر، دار

النشر للجامعات، القاهرة - مصر، ط ١، ٢٠٠٦م، ص ٢٧، ٢٨.

(٢) ينظر: شروط إنشاء السوق المالية الإسلامية: ص ١٤٦.

وهي أسواق مفاوضة، يتم التعامل فيها على أوراق مالية غير مقيدة على لائحة أسعار الأسواق^(١).

ولتبسيط ما سبق من أنواع الأسواق المالية الإسلامية ينظر الشكل رقم (٣).



الشكل (٣) أنواع الأسواق المالية الإسلامية

المخطط من عمل الباحث بالاعتماد

أسواق الأوراق المالية (البورصة) في ميزان الفقه الإسلامي

(١) ينظر: الأسواق المالية المعاصرة، دراسة فقهية: أحمد السعد، دار الكتاب الثقافي، ٢٠١٢م، ص

ثالثاً: أدوات الأسواق المالية الإسلامية:

أصبح تطوير وابتكار منتجات مالية متوافقة مع الشريعة الإسلامية ضرورة حتمية، ومطلب ملح من قبل المسلمين العاملين في مجال الإقتصاد والمال، في ظل الطلب المتنامي على الإقتصاد الأخلاقي، الذي هو بديلاً كفوءاً عن الإقتصاد الرأسمالي، وأدوات الأسواق المالية الإسلامية تخوض منافسة شديدة لأدوات ومنتجات البورصات العالمية، إذ إستطاعت المالية الإسلامية إيجاد تشكيلة من الأدوات المحافظة على المبادئ المالية الشرعية، وقدرتها على تلبية متطلبات ومتغيرات البيئة الإقتصادية، ومن أهم هذه الأدوات نذكرها منها:

١- **الأسهم:** السهم هو وثيقة تصدرها شركة مساهمة، غير قابل للتجزئة، متساوية القيمة، فيعد مثلياً لباقي أسهم الشركة التي تصدرها، ويمثل حق المساهم فيها وملكيته لحصة مشاعة في موجوداتها، ويسمى هذا السهم إعتيادياً، ويتمتع صاحب السهم الإعتيادي، بحق الحصول على عائد دوري يُقتطع من أرباح الشركة، التي تحققت نتيجة إستثمار رأس المالي المساهم فيها، حسب نتائج نشاط الشركة^(١).

المتماثلين^(٢).

٢- **الصكوك:** ويراد بها هنا الصكوك الإسلامية، ومن أشمل ما عُرفت به بأنها: وثائق أو قيود متساوية القيمة عند إصدارها، تمثل حصة شائعة في ملكية أعيان أو منافع أو خدمات، على سبيل الإنفراد أو الإجماع، مبنية على مشروع إستثماري مباح شرعاً، يعود بعائد مريح^(٣).

(١) بحوث في التمويل الإسلامي: د. محمد علي القرني، دار الميامن، الرياض - السعودية، ط١،

١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م، ٢٥٩/٣.

(٢) ينظر: أسواق الأوراق المالية: سمير عبد الحميد رضوان، المعهد العالي للفكر الإسلامي -

القاهرة، ١٤١٧هـ - ١٩٩٦م، ص ٢٨٤-٢٨٦.

(٣) ينظر: العقود المبتكرة للتمويل والإستثمار بالصكوك الإسلامية: د. خالد بن سعود الرشود، كرسي

سابق لدراسة الأسواق المالية الإسلامية، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، ص ٣٦.

وتعد الصكوك في الإقتصاد الإسلامي، بديلاً عن السندات التقليدية وأذونات الخزنة^(١)، التي تصدرها جهات حكومية أو خاصة، وهي بمثابة شهادة يلتزم مصدرها بدفع القيمة الاسمية عند حلول موعد الإستحقاق، مع دفع فائدة متفق عليها مسبقاً منسوبة إلى القيمة الاسمية للسند، أو ترتيب نفعاً مشروطاً، سواء أكان جوائز توزع بالإقتراع، أم مبلغاً مقطوعاً أو مخصصاً^(٢).

٣- الأوراق التجارية: من التعريفات الشاملة والموجزة لمفهوم الأوراق التجارية أنها: "صكوك قابلة للتداول، تمثل حقاً نقدياً، وتستحق الدفع لدى الإطلاع أو بعد أجل قصير، ويجري العرف على قبولها كأداة للوفاء، وتقوم مقام النقود في المعاملات"^(٣).

وبالإضافة إلى ما سبق هناك أدوات مالية ذات معايير إسلامية، تعد بديلاً للمنتجات والمشتقات المالية التقليدية، منها أدوات المشاركة: صكوك المشاركة والمتاقصة، وأدوات البيوع (المرابحة، والسلم، والإستصناع)، وأدوات المنافع كصكوك الإجارة.

رابعاً: دور الأسواق المالية في تلبية متطلبات العصر:

للأسواق المالية الإسلامية أهمية وآثار إقتصادية في التطبيق المعاصر، وتظهر هذه الأهمية لسوق المال من خلال الدور التي تلعبه على مستوى الإقتصاد الجزئي والكلي.

(١) أذونات الخزينة: صكوك تصدرها جهات حكومية كوزارة المالية، أو البنك المركزي، أو مؤسسة النقد، أو الشركات الأهلية، وهي تمثل أداة دين تتعهد الجهة المصدرة لها (المدين)، برد قيمتها إلى حاملها بعد مدة من الزمن، مع فائدة تقدر بنسبة من المبلغ، أو يشتريها حاملها بمبلغ أقل، ثم يسترد قيمتها عند موعد الإستحقاق. وهذه أدوات الدين لا يجوز إنشاؤها ولا تداولها شرعاً؛ لأن حكمها حكم السندات. ينظر: شركة المساهمة في النظام السعودي: ص ٣١٠.

(٢) ينظر: الإستثمار بالمشاركة في البنوك الإسلامية: ص ١١٠.

(٣) ينظر: أحكام الأوراق التجارية في الفقه الإسلامي: د. سعد بن تركي بن محمد الختلان، دار ابن الجوزي - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ص ٤٣.

وتؤدي مؤسسة الأوراق المالية أو الأسواق المالية عدة وظائف إقتصادية بشكل عام، نجل أهمها كما يأتي:

- ١- إيجاد سوق مستمر لتداول الأوراق المالية، يُمكن المتعاملين فيه من بيع وشراء الأوراق المالية في أي وقت يرغبون بتسيير أصولهم المالية بسرعة وسهولة، وبأفضل سعر ممكن وبتكاليف منخفضة.
- ٢- تسجل جميع الحركات للأسهم والصكوك المتداولة على مدار الوقت، حيث يتم تسجيل جميع الصفقات وعروض العرض والطلب، ليعتمد عليها المستثمرين وأصحاب الشركات عند إتخاذهم للقرارات المناسبة.
- ٣- تُقوم الأداء الإقتصادي بشكل عام، وإيجاد حلقة وصل بين الفعاليات الإقتصادية مع بعضها، مثل المصارف ومؤسسات التمويل والشركات والمؤسسات المساهمة في تنشيط أعمالها.
- ٤- تقلل من مخاطر الإنكماش المالي وتضخمه، خاصة وأنّ الدول تعد البورصة المالية حقلاً مناسباً للعمل فيه، حيث تعمل من خلاله على تحقيق الإستقرار المالي، عن طريق بيع وشراء الأوراق المالية للموازنة بين التضخم والإنكماش.
- ٥- تجذب رؤوس الأموال لشركات أجنبية للإستثمار في داخل الدولة، وفقاً للقوانين الإستثمارية والإجراءات الإدارية التي تحكم عملها.
- ٦- تعبئة المدخرات السائلة واستثمارها في مشروعات إقتصادية هادفة، عن طرق الحكومات والشركات، لتتمكن من إنشاء أو إكمال مشاريع حكومية كبرى، أو إنتاج السلع والخدمات.
- ٧- توفر مجموعة من الأدوات المالية للمستثمر، وتعطيه فرصاً أوسع لإختيار المجال الذي يرغب في العمل فيه.

٨- دعم الإستثمار طويل الأجل، عن طريق تطوير الأساليب الإستثمارية في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية، من خلال الإعتماد على سوقي الإصدار والتداول في سوق المال^(١).

ولتعزيز الدور الإقتصادي للأسواق المالية الإسلامية، ينبغي إتباع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات الحديثة في العمليات السوقية، ورقمته أجهزة التداول (التداول الألكترونية)، ومواكبة التطور والتقدم الحاصل في الأسواق الدولية، وتطبيق هذه الأنظمة والتقنيات المتطورة ستسهم في سرعة وسهولة إجراء التعاملات المالية، وبشفافية عالية، كما أنها ستعطي معلومات دقيقة عن متغيرات الأوراق المالية المتداولة في أي لحظة، مما ستساعد المستثمر على إتخاذ القرارات المناسبة.

وتؤدي الأسواق المالية الإسلامية بشكل خاص وظائف على كافة المستويات، بالنسبة للأفراد والمؤسسات والإقتصاد القومي، وهذه المستويات:

المستوى الأول: الأفراد المستثمرين، فتلبي لهم الوظائف التالية^(٢):

١- توفر لهم أسلوباً منظماً ومناسباً لإستثمار مدخراتهم في مشاريع متنوعة مهما بلغ حجمها.

٢- تمكنهم من الحصول على السيولة في الوقت المناسب، مع إمكان إستردادها بأقل خسارة وفي أسرع وقت ممكن.

٣- الإطمئنان والشعور بالأمان خاصة في المشروعات التي تنفذ من قبل الدولة، حيث تمثل لهم نوعاً من الضمانات، وتقلل من درجة الخوف من المخاطر.

(١) ينظر: الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق: ص ٢٢١ - ٢٢٢؛ وصناعة التمويل في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: ص ٤٣٠ - ٤٣٢؛ وصناعة الهندسة المالية الإسلامية ودورها في تطوير سوق رأس المال الإسلامي: د. نصبة مسعودة، د. السبتي وسيلة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثاني والعشرون ديسمبر، ٢٠١٧م، ص ٧١.

(٢) ينظر: الأسواق المالية الإسلامية بين الواقع والواجب: أبحاث المؤتمر الدولي الثاني للأكاديمية الأوربية للتمويل والإقتصاد الإسلامي، خلال الفترة ٨ - ٩ نوفمبر ٢٠١٩م، إسطنبول - تركيا، ص ٧١، ٧٢.

- ٤- المشاركة الشعبية وتعزيز الإحساس بالمسؤولية والحرص تجاه مصالح الأمة، وفي الوقت نفسه تحقيق المصالح الشخصية.
- ٥- خلق فرص استثمارية جديدة، وذلك لكونه مكان مناسب لإلتقاء قوى العرض والطلب^(١).

المستوى الثاني: المؤسسات والشركات، فتلبي لهم الوظائف التالية^(٢):

- ١- توفر أسواق المال للمتعاملين بها مصادر المعلومات اللازمة لإقبال الشركات والمؤسسات على الأسهم المطروحة، بحيث تستطيع أن تستوفي ما تحتاجه من الإصدارات، مما يعني تقليل تكاليف الحصول على راس المال.
- ٢- التعرف على المراكز المالية للشركات، من خلال إدراج الأوراق المالية في السوق.
- ٣- تسهل عملية تكوين الرأسمالي بتشجيع الإستثمار في القطاعات الإقتصادية المنتجة، عن طريق تفتيت المخاطر في تلك المشاريع وتشتيتها، بواسطة الأسهم والأوراق الأخرى.
- ٤- تسهل عمليات الإستثمار للأجل القصيرة.

المستوى الثالث: الإقتصاد القومي، تلبي له الوظائف التالية^(٣):

- ١- تعبئة المدخرات النقدية وتقديمها للأنشطة الإستثمارية.
- ٢- توزيع رأس المال على جميع النشاطات الإقتصادية المختلفة.
- ٣- تمهد الطريق أمام السلطات للمزوجة بين السياستين المالية والنقدية.

(١) ينظر: الأسواق المالية: د. محمد القرى عيد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد السادس،

١٤١٠ هـ - ١٩٩٠ م، ١١٨٣/٢.

(٢) ينظر: نحو سوق مالية إسلامية: د. كمال توفيق خطاب، بحث مقدم للمؤتمر العالمي الثالث للإقتصادي الإسلامي، جامعة أم القرى - مكة المكرمة، ١٤٣٦ هـ - ٢٠٠٥ م، ص ٨؛ والأسواق المالية: ١١٨٣/٢.

(٣) ينظر: نحو سوق مالية إسلامية: ص ٨.

٤- تعتبر مؤشراً قياسياً لحقيقة الوضع الإقتصادي، واتجاهات الأسعار، ومعدلات الإستثمار والإدخار.

بعد زيادة رغبات الأفراد والمؤسسات الحكومية والشركات الإستثمارية في التوجه نحو الأسواق المالية، لغرض تنويع المحافظ الإستثمارية وزيادة مدخراتهم وتقليل مخاطرتهم، ظهرت الحاجة إلى توسيع العمليات والانتقال بها من الحدود المحلية، إلى العالمية العبارة للحدود، وبعد التكاملات التي تحصل في دول العالم الغربي، أرى أن يكون هناك تكاملاً في أسواق المالية الإسلامية في العالم الإسلامي، موازياً للتكامل الأجنبي، حيث سيعطي هذا التكامل مردوداً إيجابياً على النمو الإقتصادي في دول المنطقة، فزيادة التدفقات المالية وانتقالها من مكان إلى آخر، ستسهم في تحريك النشاطات الإنمائية في المنطقة العربية والإسلامية، خاصة وأنّ هناك حالة غير متوازنة تشهدها بلدان العالم الإسلامي، فنرى تكدس رؤوس الأموال في دول، ونقص كبير في السيولة النقدية في دول أخرى، وللتكامل السوقي أثر كبير في إعادة توزيع هذه الأموال، وبالتالي إستثمارها في مختلف الأنشطة الإقتصادية للدول الإسلامية، والتي تعيش تحت خط الكفاية المعيشية.



المطلب الثالث

مؤسسة الوقف

يعتبر الوقف الإسلامي من أهم التطبيقات، التي تنتمي أصالة إلى الإقتصاد الإسلامي منذ أربعة عشر قرناً، وتمثل الأوقاف قاعدة إقتصادية لإسناد مؤسسات المجتمع المدني، فمنذ أربعة عشر قرناً وهي ترفد إقتصاديات المجتمعات والدول، بدعمها بمختلف المجالات، كالمجال الديني، والصحي، والتعليمي، والمجالات الاجتماعية وغيرها، والوقف من أهم الأدوات الإقتصادية والخدمية التي لا تتآكل ولا تنقرض، حيث يبقى نهراً جارياً ومعطاءً للمجتمعات الحاضرة والأجيال المتعاقبة، ولأهمية هذا التطبيق والأدوار الإقتصادية التي يمكن أن يحققها لمجتمعاتنا المعاصرة، سنتعرف في هذا المطلب على مفهومه، وأهميته، ومنتجاته التي يمكن أن تلبى حاجات أفراد المجتمعات.

أولاً: تعريف الوقف لغة واصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف الوقف لغة:

يطلق الوقف عند العرب، ويراد به معاني منها:

١- الحبس والمنع: وهي ضد التخلية، يقال أَحْبَسَ فرساً في سبيل الله، أي: وقفها ومنعها عن نفسه^(١). وكذلك حبس الأرض على المساكين، بأن يمنع أحد من الإنتفاع بالأرض، إلا الموقوف عليهم.

٢- التسبيل: السبيل في الأصل هو الطريق، وسبلت الشيء أي جعلت له طريقاً مباحاً، وكل سبيل أُريد به الخير والمعروف، فهو في سبيل الله^(٢).

٣- البقاء والتوقف: أي المكوث في مكان ما والإستقرار فيه^(٣).

(١) ينظر: مختار الصحاح: ص ٦٥.

(٢) ينظر: لسان العرب: ٣٢٠/١١.

(٣) ينظر: مقاييس اللغة: ١٣٥/٦.

ولا يقال عند العرب (أوقفتُ) فهي لغة رديئة، وتشير هذه الكلمة الإقلاع عن الأمر الذي كان عليه^(١).

وعند التمعن في المعاني اللغوية الثلاث، نجد أنها كلمات مترادفة تدل بمجملها، أنّ الوقف حبس للموقوف ومنع الإنتفاع به، وتسبيله في سبل الخير على الدوام.

الفرع الثاني: تعريف الوقف اصطلاحاً:

تنوعت عبارات الفقهاء المتقدمين في التعريف بالوقف، لكن من أفضل ما عُرف على لسان فقهاء الحنابلة حيث قالوا: "هو تحببب الأصل، وتسبيل الثمرة"^(٢). فهذا التعريف من أشمل ما وصف به الوقف، بأنه حبس للأصول المادية والنقدية، وإباحة ثمرته ومنافعه للموقوف عليهم، مع بقاء عينه.

ويطلق الفقهاء الأحباس على الأصول المحبوسة، وهي لفظة مرادفة للأوقاف، وتدلان على معنى واحداً، لكن الأولى هي ما اشتهرت على لسان أهل المغرب العربي^(٣)، والثانية هي لفظة اشتهرت على لسان أهل المشرق.

الفرع الثالث: تعريف مؤسسة الوقف:

من أهمية وجود المؤسسات هو القيام بوظيفة إنتاجية أو خدمية، من أجل تحقيق مصالح الأطراف المستفيدين من المؤسسة.

وعُرفت مؤسسة الوقف بتعريف مفصل فقيل بأنها: "هيكل تنظيمي ذو شخصية اعتبارية، وذمة مالية مستقلة، هدفه المحافظة على الأوقاف وتنمية أصولها، وصرف ريعها في مصارفها المحددة، والإلتزام بالشروط الشرعية، مع تحقيق الفاعلية والكفاءة اللازمة، وحماية حقوق المتأثرين بالمؤسسة ومصالحهم"^(٤).

(١) ينظر: الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: ١٤٤٠/٤.

(٢) العدة شرح العدة: ٣١١/١.

(٣) ينظر: الفقه الإسلامي وأدلته: أ.د. وهبة بن مصطفى الزحيلي، دار الفكر - سوريا، ط٤، ٧٥٩٩/١٠.

(٤) قواعد حوكمة الوقف: د. فؤاد عبد الله العمر، باسلة عبد العزيز المعود، كرسي الشيخ راشد بن دايل لدراسات الوقف، ص ٣٠.

ومؤسسة الوقف وإن كانت ذات طبيعة دينية خيرية، إلا أنها في الوقت نفسه لها جانب استثماري، تهدف إلى تحقيق الربح المادي لتنمية الأصول الوقفية وتثميرها.

ثانياً: أنواع الاوقاف:

لم يقتصر الوقف الإسلامي على حبس المنافع على جهة ذي القربى المقربين من الواقف دون غيرهم، أو إقتصاره على وقف دور العباد والأراضي والعقار دون أوقاف غيرها، بل يتميز الحبس في الفقه الإسلامي على كل ما أمكن الإنتفاع به، وطالت مدة إستمراره، فهو باختصار يمكن أن يشمل جميع الممتلكات المعاصرة، التي لا بد منها في إقامة حياة هنيئة، ويمكن تقسيم الوقف في الإقتصاد الإسلامي إلى ثلاثة أقسام:

١- باعتبار الجهة الموقوف عليها، يقسم إلى ثلاثة أنواع:

- أ- الوقف الذري (الأهلي): عرفه الفقه الإسلامي: "هو الذي وقف على الواقف نفسه وذريته، أو على من أراد نفعهم من الناس، ثم جعل مآله إلى جهات الخير"^(١). وسبب إضافة جهة خير أو بر^(٢) على الوقف الذري، وذلك لإحتمالية إنقطاع نسل ذرية الواقف، فيصبح الوقف حينئذ على مجول وهذا لا يصح، كما لو وقف على مجهول في إبتداء الأمر^(٣).
- ب- الوقف الخيري: وهو الوقف على جهة خير تتعلق بمصالح الناس في أي بلد كان، من مساجد ومدارس ومستشفيات ودور الرعاية وغيرها، وسمي خيرياً لما

(١) نظام الوقف وأحكامه الشرعية والقانونية: عمر مسقاوي، دار الفكر - دمشق، ٢٠١٠م، ص ٣٠٩.

(٢) جهة بر: "هو ما كان على جهة بر من قريب، أو فقير، أو جهة خيرية نافعة". توضيح الأحكام من بلوغ المرام: أبو عبد الرحمن عبد الله بن عبد الرحمن بن صالح بن حمد بن محمد بن حمد بن إبراهيم البسام التميمي (ت: ١٤٢٣هـ)، مكتبة الأسد، مكة المكرمة، ط٥، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م، ١٠٠/٥.

(٣) ينظر: المغني: ٢٢/٦.

فيه من تعميم الإنتفاع به، وهذا النوع من الوقف هو المشهور عند الصحابة رضي الله عنهم، حيث كانوا يتسابقون ويشمرون إليه^(١).

ت- **الوقف المشترك:** هو الوقف الذي يجمع بين نوعي الوقف، الأهلي والخيري، كأن يقف داره على جهتين مختلفتين، على أولاده أو على مستشفى، بالنصف أو الثلث কিفما يشاء، أي أن يجعل لذريته نصيباً من حبسه، ولجهة البر نصيباً^(٢).

٢- **باعتبار المضمون الإقتصادي، يقسم إلى نوعين^(٣):**

أ- **الوقف المباشر:** وهي التي تقدم خدمات مباشرة للموقوف عليهم، مثل وقف المساجد الذي يهيبى مكاناً مناسباً للصلاة فيه، ووقف المدارس الذي يوفر مكاناً لدراسة التلاميذ، ووقف المراكز الصحية لعلاج المرضى وتقديم الخدمات الطبية، وهذه الخدمات المباشرة صادرة من الإنتاج الفعلي للأعيان الأوقاف نفسها، وتمثل الأموال الوقفية بالنسبة لهذه الخدمات والمنافع أصولاً إنتاجية ثابتة تراكمت من جيل إلى جيل آخر.

ب- **الوقف الإستثماري:** وتتمثل بالأموال الموقوفة على إستثمارات زراعية أو صناعية أو تجارية أو خدمية، يقصد منها إيجاد عائد مالي للوقف يصرف على أغراض الوقف، فالأملاك المستثمرة يمكن من خلالها إنتاج سلع تباع في الأسواق، أو تقديم خدمات مقابل أجور نقدية، ينتفع به الوقف في تسيير أغراضه.

(١) ينظر: الوقف في الشريعة الإسلامية: أ.د. سليمان بن عبد الله أبا الخيل، جامعة نايف للعلوم

العربية الأمنية - الرياض، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ص ٦١.

(٢) ينظر: علم الإستثمار الإسلامي: ص ٦٥؛ والوقف في الشريعة الإسلامية وأثره في تنمية المجتمع:

أ.د. أحمد بن صالح الصالح، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠١٠م، ص ٥٥.

(٣) ينظر: الوقف الإسلامي تطوره، إدارته، تنميته: د. منذر قحف، دار الفكر - دمشق، ط٢،

١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، ص ٣٣، ٣٤.

٣- باعتبار نوع المال الموقوف، يقسم إلى أربعة أنواع:

أ- **وقف العقارات:** وتشمل وقف الأراضي الغير مستغلة والأراضي المزروعة والمباني والمكاتب والعيون والآبار، وهذا النوع كان هو السائد والمنتشر عبر التاريخ؛ لأنه العقار يتميز بالثبات إقتصادياً ويذر بعائد مستمر، وهذا تفسير للأوقاف التاريخية التي إنصبت أغلبها على العقارات^(١).

ب- **وقف نقود:** هو حبس مبلغ من المال والإستفادة من منفعته العائدة منه مع بقاء أصله، ومن إعتبرات وقف النقود أنه يمكن أن تستعمل كوقف للقرض الحسن، أو إستثمارها للمضاربة بها وتوزيع ريعها على جهات الوقف^(٢)، ولوقف الأصول السائلة كالنقود والأسهم محاسن متعددة منها، إنها لا تحتاج إلى قيم في أغلب الأحوال، ويمكن أن تضبط حساباتها بدقة، فتصبح بمنأى عن السرقة والتلاعب، وبمنجاة عن التقريط والإهمال، وأمر مهم أنّ السيولة لا تؤدي إلى تجميد الثروات عن الحركة في شرايين الحياة الإقتصادية، بخلاف وقف العقار الذي ينشأ عنه حبس الأصل عن التداول، وهي تمثل العامود الفقري لإقتصاد المجتمع، كما أنّ حبسها يعرضها للتعطيل أو التضييع أو إساءة الإستخدام وسلبات أخرى^(٣).

ت- **وقف المنقولات:** إتفق أغلب الفقهاء المتقدمين على جواز وقف المنقولات مطلقاً من آلات المسجد: كالمصابيح والحصير، والثياب

(١) ينظر: الوقف وأثره في تنمية الإقتصاد الإسلامي: د. محمد سعيد محمد البغدادي، دائرة الشؤون

الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م، ص ٢٥.

(٢) ينظر: مقدمة في إقتصاد الوقف الإسلامي: أ.د. محمد أحمد الأفندي، مركز الكتاب الأكاديمي

- عمان، ط١، ٢٠٢٠م، ص ١٨٩، ١٩٠.

(٣) ينظر: وقف النقود في الفقه الإسلامي: مجلة الشريعة والقانون - الإمارات العربية المتحدة، أ.د.

محمود أحمد أبو ليل، العدد الثاني عشر، ١٤١٩هـ - ١٩٩٩م، ص ٣٣.

والأثاث، سواء كان الموقوف ورد فيه نص شرعي أو جرى العرف عليه، أو كان تبعاً لغيره من العقار، ويصح مؤبداً أو مؤقتاً، خيرياً كان أو أهلياً^(١).

ث- **وقف الخدمات والمنافع:** بعد تطور الحياة في عصرنا، وتعددت الحاجات لمنافع وخدمات لم تكن في حاجة لها قبل عصور، ظهرت صور جديدة من الأوقاف، تمثلت بوقف خدمات أو منافع على أفراد أو مؤسسات، ومن هذه الوقفيات^(٢):

- منافع السكن التي تلبى حاجة الطلاب، وإسكان الفقراء، ودور الأيتام، ورعاية اللقطاء والمسنين.
- منافع وسائل النقل والمواصلات الحديثة.
- منافع العمل من العمال الفنيين والمهنيين بكافة تخصصاتهم.
- منفعة الكهرباء، وخطوط الهاتف، وقنوات التلفزة، المشروعة، وشبكة الانترنت.
- منفعة الأجهزة والمعدات المستخدمة في الإنتاج، أو التعليم، أو الطب، أو الترفيه المباح.
- كافة الحقوق المعنوية كحق المؤلف، وبراءة الاختراع والابتكار، والإسم التجاري، والعلامة التجارية، والبرامج الحاسوبية.

(١) ينظر: الوقف ودوره في المجتمع الإسلامي المعاصر: د. سليم هاني منصور، مؤسسة الرسالة ناشرون - بيروت، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ص ٣٦.

(٢) ينظر: وقف النقود في الفقه الإسلامي: ص ٣٣.

ثالثاً: دور مؤسسة الوقف الإسلامي:

تعتبر مؤسسات الأوقاف سواء كانت تدار من قبل جهات حكومية، أو من قبل إدارة خاصة، هي الناظر^(١) والمشرف على الأوقاف التي وكلهم بها الواقفون، وعليها أدوار ومسؤوليات، نوجزها بما يأتي^(٢):

١- **تنفيذ شروط الواقفين:** وهذه الشروط تمثل القواعد التي يضعها الواقف للعمل بها؛ من بيان نوع وقفه، ومصارف الوقف، وجهات إستحقاقه، وكيفية توزيع غلته، وبيان الولاية عليه، والإنفاق عليه، ونحو ذلك مما تتضمنه حجية الوقف.

٢- **عمارة الوقف:** وهي من أهم ما يقوم به الناظر تجاه الأصول الموقوفة؛ إذ الغرض منها ديمومة الوقف وبقاء عينه صالحاً للإنتفاع به على المدى البعيد.

٣- **تحصيل غلة الوقف:** تحصيل عوائد الوقف المستثمر من الوظائف المنوطة بناظر الوقف، وهو الغرض الرئيسي من الوقف، إنتفاع الموقوف عليهم بريعه المعد للإستغلال والتثمين.

٤- **صرف غلة الوقف على الموقوف عليهم:** يجب على المؤسسة أو الجمعية الموكلة، أن تؤدي حقوق المستحقين من الوقف، الذين أثبت لهم حقهم الحابس للعين، ولا يجوز تأخيرها مطلقاً، إلا لحاجة ملحة، كحاجة الوقف للعمارة، أو للوفاء بدين مستحق عاجل.

(١) الناظر: هو الوكيل في حياة الواقف، والوصي بعد وفاته، الذي يتولى حفظ ورعاية وإدامة الوقف تنفيذاً لشروط الواقف. ينظر: أحكام الأوقاف: أبي بكر أحمد بن عمرو الشيباني المعروف بالخصاف (ت: ٢٦١هـ)، تحقيق: محمد عبد السلام شاهين، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م، ص ٢٣.

(٢) ينظر: الوقف الإسلامي بين النظرية والتطبيق: د. عكرمة سعيد صبري، دار النفائس - الأردن، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ص ٣٣٨ - ٣٤٢؛ والأساس في السنة وفقها - العبادات في الإسلام: سعيد حوى (ت: ١٤٠٩هـ)، دار السلام، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م، ٢٤٨٤/٥؛ ومؤسسة الأوقاف في التجربة الجزائرية: أ. صالح صالح، مجلة كلية العلوم الإسلامية - الصراط، السنة الخامسة، العدد العاشر، ذو القعدة ١٤٢٥هـ - ديسمبر ٢٠٠٤م، ص ٢١٠.

٥- **الحفاظ على الأموال الموقوفة:** من واجبات الوكيل عن الوقف، السهر على الأعيان الموقوفة من الأملاك وملحقاتها، وتوابعها من عقارات ومنقولات، والقيام بكافة الإجراءات التي من شأنها أن تساهم في دفع الضرر عنها.

٦- **أداء ديون الوقف:** كما يجب على الناظر دفع كافة الديون المستحقة على الوقف، وذلك من العوائد المتحصلة لديه، مع العلم أن أداء الديون المترتبة مقدم على صرف حقوق المستحقين؛ وذلك لأن عدم دفع الديون أو تأخيرها يؤدي إلى الحجر على الوقف أو على ريعه، وبالتالي ضياع أعيان الأوقاف أو ضياع حقوق المستحقين.

٧- **إستثمار الناظر للوقف:** وهو إستغلال الأصول الموقوفة، وتنميتها بما يدر دخلاً إضافياً يُنتفع به على الدوام، الحابس والمحبوس عليهم، وقد لا يجوز إستغلال الوقف بإستثماره كالمسجد، أو لا يمكن إستثماره كالمستشفى الذي يعالج فيه المرضى مجاناً، وقد يكون ممكن الإستثمار والتنمية كالنقود، والعقارات التي لا يمكن أن ينتفع بها إلا بإستغلالها تأجيراً.

وهناك مجالات واسعة يمكن تنمية وإستغلال أصول الوقف، ومن هذه المجالات لا على سبيل الحصر، نوردها في الجدول التالي^(١):

ت	مجال الإستثمار	الفرص الإستثمارية
١	الإستثمار الزراعي	• تأجير الأراضي وفقاً للعقود الزراعية الثلاثة (المزارعة، والمغارسة، والمساقاة).
٢	الإستثمار الصناعي	• مشروعات مهنية أو حرفية. • معامل صناعية متنوعة.
٣	الإستثمار في التعليم	• إنشاء مدارس وجامعات ومراكز التدريب المهني، وتمويل برامج المبتعثين للخارج.

(١) مقدمة في إقتصاد الوقف الإسلامي: أ.د. محمد أحمد أفندي، مركز الكتاب الأكاديمي، ط١،

٤	الإستثمار في الصحة	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء المستشفيات والمراكز الصحية وكليات الطب، ودعم مراكز الأبحاث الطبية، وإنشاء المشروعات الصناعية الطبية.
٥	الإستثمار العقاري والإسكاني	<ul style="list-style-type: none"> • شراء العقارات وتأجيرها، أو إعمار العقارات القديمة. • بناء الدور والمجمعات السكنية، وبناء المباني الصناعية والتجارية.
٦	الإستثمار الإجتماعي	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء دور الرعاية لليتامى والمسنين والأطباء. • مشروعات تأهيل وتدريب المعوقين وذوي الإحتياجات الخاصة.
٧	الإستثمار المصرفي	<ul style="list-style-type: none"> • المساهمة في الحسابات الإستثمارية: مثل الودائع الجارية، والودائع الإستثمارية لأجل، مقيداً أو مطلقاً.
٨	الإستثمار في المؤسسات المالية الإسلامية	<ul style="list-style-type: none"> • شراء أسهم وصكوك المؤسسات المالية، والصناديق الإستثمارية وصناديق الوقف.

أما أساليب إستثمار الأوقاف المعاصرة، فيمكن ايجازها في صيغة المضاربة، والسلم، وإصدار صكوك الإجارة، والمقارضة المتناقصة، والصكوك الزراعية والعقارية، أو الإستثمار في أسهم، أو حصص في رأسمال شركة، وصناديق الحصص، أو المحافظ الإستثمارية، وهذه الصيغ أسهمت في توفير صيغ وقفية مناسبة للحياة

المعاصرة، حيث ساهمت في تمويل المشروعات المنتجة في كثير من دول العالم الإسلامي^(١).

رابعاً: دور الأوقاف في تلبية متطلبات العصر:

لقد كان للوقف الإسلامي على مر التاريخ على علاقة متلازمة بينه وبين التنمية، فإنه له أدواراً إستطاع تحقيقها في التنمية الإقتصادية والإجتماعية، فهو أداة لتقليل الفوارق بين المعوزين والأغنياء، من خلال توفير الحد الأدنى من الطيبات للفقراء لإطعامهم وكسوتهم وتعليمهم، وكما أنه يمكن من المشاركة في إنشاء البنى الأساسية لتقديم الخدمات الصحية والتعليمية، فضلاً عن دور العبادة وغيرها من المرافق الأساسية للحياة العامة، فيمكننا القول أنّ حضارتنا الإسلامية هي حضارة الوقف، وبركته التي تعود على الواقفين والموقوفين عليهم.

ويمكننا أن نلخص أهم المجالات والأدوار، التي يمكن أن تأخذها الأوقاف في الحياة الإقتصادية والإجتماعية، كما يأتي^(٢):

١- تحقق الأمن الغذائي وتوفير الإحتياجات الضرورية لشريحة الفقراء والمساكين، ومن المعلوم أنّ الفقر والعوز من أهم معوقات التنمية الشاملة في أي دولة كانت، لذا فإن الوقف يوفر مستلزمات الحياة الكريمة لهذه الشرائح، من غذاء ولباس وخدمات تعليمية وصحية وغير ذلك.

٢- تعيد توزيع الثروة وتقليل الفجوات بين طبقات المجتمع الواحد، ويخفف من ثرائها، ففي تقديم الأغنياء لأموالهم وأصولهم غير السائلة، وتقديمها للمحتاجين والمستحقين لرفع مستوى معيشتهم، فإنه يحدث نوعاً من الوسطية، ويفرض نوعاً من التوازن التدريجي بين هذه الطبقات.

(١) ينظر: إقتصاديات الوقف: أ.د. محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان، ٢٠١٤م، ص ٨٣.

(٢) ينظر: تنمية موارد الوقف والحفاظ عليها، دراسة فقهية مقارنة: علي محي الدين القره داغي، مجلة أوقاف - الكويت، العدد ٧، السنة الرابعة، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ص ١٦ - ١٨؛ واقتصاديات الوقف: ٤٨ - ٦٣.

- ٣- تساهم في عملية التنمية الاقتصادية، وزيادة عوامل الإنتاج كمّاً ونوعاً، واستقطاب التقنية الحديثة، وزيادة الموارد المالية من خلال عملية الإستثمار.
- ٤- ويتجلى دور الوقف في تأثيرها على التجارة الخارجية، والمشاركة الفاعلة فيها، وبالتالي ينعكس إيجاباً على الصادرات والواردات، ومن شأنه أن يخفف العبء عن كاهل الدولة، حيث أنّ الدول تفرض الضرائب على نشاط التجارة، لتتمكن من تنفيذ سياساتها المالية، للإنفاق على المشروعات العامة.
- ٥- رعاية الأيتام والقيام بكفالتهم وتربيتهم، من خلال الوقف الخاص بهذه الفئات، أو الوقف العام للفقراء والمساكين، والعمل على توفير الأمن الصحي والتعليم المجاني لهم.
- ٦- توفر الوظائف لعدد لا يستهان به، من خلال نظار الوقف، والمشرفين، والموظفين العاملين في المؤسسات الوقفية، والمساجد ونحوها، فيتخصصون في تلك المجالات ويطورون من مهاراتهم الإدارية والعملية.
- ٧- إنّ صفة الدوام والإستمرارية التي يتمتع بها الوقف كأصل إستثماري مستدام، كوقف الأراضي والمباني، وهذا يعني دوام منفعة الأصول العينية لجيل بعد جيل، يستفيدون من عوائدها المالية.
- ٨- إنّ الوقف على الصحة والتعليم والبنى الأساسية والدفاعية، يساعد الدولة على التخفيف من أعباء الإنفاق العام على هذه المجالات^(١).
- ٩- بناء كيانات إقتصادية قوية، حيث أنّ نظام الوقف يمنع بيع الأصول الموقوفة، أو هبتها، أو إرثها، أو إجراء أي نوع من المناقلات للملكية^(٢).
- ولكي يعود الوقف الخيري إلى سابق عهده، الذي أسهم بتقديم المجتمع الإسلامي، على مستوى العلم والثقافة والعمل الإنساني والعمراني والإقتصادي، فلا بد من نشر الوعي بين أفراد الأمة الإسلامية بصورة عامة، وأهل الغنى والموسرين بصورة خاصة،

(١) ينظر: الأوقاف فقهاً واقتصاداً: أ.د. رفيق يونس المصري، دار المكتبي - سوريا، ط١، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م، ص ١٠٨.

(٢) ينظر: إقتصاديات الوقف: د. حسين عبد المطلب الأسرج، مطبوعات جامعة كاي، ٢٠١٨م، ص ١٠٦.

وتفعيل وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، لتفقه المجتمع بأهمية الوقف في سبل الخير والإحسان، وأثر عوائده على الجيل الحاضر والأجيال القادمة، وكما أنه على ولاية الأمور والدعاة إلى الله والعاملين في القطاع الخيري، زرع في نفوس المسلمين حب الخير والإنفاق في وجوه البر، وما أحوج مجتمعاتنا اليوم إلى القطاع الخيري، الذي يمثل مصدراً تمويلياً آخر، يلبي الحاجات الإنسانية والإقتصادية القومية للبلد، لا تقل شأنًا عن مؤسسات واقتصاديات الدول.



المطلب الرابع

مؤسسة الزكاة

جُبلت الطبيعة البشرية على الإمساكِ عن الإنفاق والبذل وإخراج المال من أوعيتها، فهي تحب المال حباً جماً، ومن عدل الله تعالى في تحقيق التوازن بين الأغنياء والفقراء، فرض سبحانه شعيرة الزكاة على أمة الإسلام، لتحقيق مقاصد الشارع الإقتصادية والإجتماعية، فهي تنقل الفقراء والمساكين ومن هم بحاجة إليها من حال الضيق والعوز والتكفف إلى الخلق، إلى حال العزة والكرامة وحفظ الحياة الكريمة لهم، ولقد تطورت الزكاة في عصرنا حتى إتخذت شكلاً تنظيمياً مؤسساتياً، يكفل إدارتها بجمعها وتدقيق حساباتها وإيصالها إلى مستحقيها بأسرع وقت ممكن، ولهذا سنتكلم في هذا المطلب عن مفهوم مؤسسة الزكاة، وأهميتها الإقتصادية التي تحققها للمجتمعات الإسلامية في عصرنا.

أولاً: تعريف الزكاة لغة واصطلاحاً:

الفرع الأول: تعريف الزكاة لغة:

كلمة الزكاة في معاجم اللغة العربية مصدر من الفعل زكا، يزكو، زكاءً، وزكاه الله وأزكاه، فيقال: هذا رجل زكي أي: رجل طيب وزائد الخير والفضل، وأرض زكية: أي طيبة سمينية، والزكاة من النماء والزيادة، وتطهير الشيء، إذا زاد وكثر، وإخراج صفوته وأفضله^(١).

وسميت زكاةً لأنها تطهير للمال، وهو ما يرجى به زيادته ونمائه^(٢)، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا﴾^(٣).

إذاً الزكاة هي نماء وزيادة للأصول المكتسبة، وتطهير للمزكي ولماله وصلاًح للنفوس.

(١) ينظر: المحكم والمحيط الأعظم: ١٢٦/٧.

(٢) ينظر: مقاييس اللغة: ١٧/٣.

(٣) سورة التوبة: جزء من الآية ١٠٣.

الفرع الثاني: تعريف الزكاة اصطلاحاً:

عرف فقهاء الإسلام شعيرة الزكاة بتعريفات متنوعة، وحصيلة هذه التعريفات أنها تعني: تملك مال مشروع بقدر مخصوص من فقير مسلم، إذا بلغ قدرًا معلومًا في وقت معلوم، لتنمية المال ببركتها، وتزكية مؤديها عند الله^(١).

ومن المحصلة النهائية للتعريف، يمكن جمع خصائص الزكاة، كما يأتي:

- ١- إنها تملك للمال بدون مقابل على وجه الفرض والإلزام.
- ٢- خصت الزكاة لأصناف مخصوصين، ذكرهم الشارع في الكتاب والسنة.
- ٣- تخرج إذا بلغت نصاباً معلوماً من المال إذا كانت نقوداً، أو ذهباً وفضة، أو زروعاً، أو أنعاماً، أو عروضاً للتجارة.
- ٤- تخرج إذا حالت عليها الأموال حولاً كاملاً.

كما أنّ لها خصائص وأحكاماً أخرى، سنتحدث عنها لاحقاً.

وتطلق الصدقة في نصوص القرآن والسنة ويراد بها الزكاة، فالصدقة زكاة، والزكاة

صدقة، يفترقان في الاسم، ويتفقان في المسمى^(٢)، فمن ذلك قوله ﷺ:

﴿إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾^(٣)،

(١) ينظر: النهر الفائق شرح كنز الدقائق: ٢١٤/١؛ وخلاصة الجواهر الزكية في فقه المالكية: أحمد بن تَرْكِي بن أحمد المنشليبي المالكي (ت: ٩٧٩هـ)، المجمع الثقافي، أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٢ م، ٣٧/١؛ والنجم الوهاج شرح المنهاج: ١٢٨/٣؛ وشرح الزركشي على مختصر الخرقى: شمس الدين محمد بن عبد الله الزركشي المصري الحنبلي (ت: ٧٧٢هـ)، دار العبيكان، ط١، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م، ٣٧٢/٢.

(٢) ينظر: الأحكام السلطانية والولايات الدينية: أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب المالوردي (ت: ٤٥٠هـ)، تحقيق: د. أحمد مبارك البغدادي، دار ابن قتيبة - الكويت، ط١، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٩ م، ص ١٤٥.

(٣) سورة التوبة: الآية ٦٠.

فبينت الآية الأصناف التي تدفع إليها فريضة الزكاة، وجُعِلت حقاً مفروضاً لهم، فالصدقة متى أُطلقت في القرآن فهي صدقة الفرض^(١).

والزكاة في الشريعة نوعان: زكاة أموال وهي فريضة الزكاة الحولية، وزكاة الأبدان وهي صدقة الفطر التي تخرج في رمضان، تطهيراً للصائم من اللغو والرفث.

الفرع الثالث: تعريف مؤسسة الزكاة:

لمؤسسة الزكاة تعريفات عدة، أذكر منها تعريف الدكتور حسين شحاته (رحمه الله) بقوله: "إنها كيانات قانونية تحت إشراف الدولة، تتولى جمع الزكاة وإنفاقها في مصارفها المختلفة، وفقاً لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية، إقتضتها ظروف التطبيق المعاصر لفريضة الزكاة، وقد تكون في شكل صندوق أو بيت أو لجنة أو مؤسسة أو جمعية أو نحو ذلك"^(٢).

وتعتبر مؤسسة الزكاة من أهم أجزاء النظام المالي الإسلامي، والحاجة إلى هذا التنظيم القانوني والإداري للزكاة في هذا العصر هامة، حيث تعد الزكاة مورداً رئيساً لسد عوز المحتاجين في مجتمعنا الإسلامي، وإنَّ كثير من هؤلاء الفقراء لا يعلم بحالهم أفراد الناس لأنهم لا يسألون أحداً إلحافاً، ولإتساع المدن وكبر مساحتها، فلا يصل أحد إليهم، فمن خلال العمل المؤسساتي للزكاة، نستطيع تجاوز عقبات إيصال المستحقات المالية إلى أصنافها المتعددة وبمهنية عالية، تغني الأفراد مشاق البحث والتقصي بأنفسهم، فهي بإختصار كيان وجد لتحقيق التكافل الإجتماعي بين المسلمين.

ثانياً: مهام مؤسسة الزكاة:

لقد كان بيت المال هي الجهة الوحيدة التي تتلقى أموال الصدقات المفروضة، وزكاة الزروع والانعام والعروض التجارية عن طريق العاملين عليها الذين يوليهم الإمام، ثم يقوم بيت مال الزكاة بدفع هذه الجبايات على مستحقيها، وتحفظ سجلات إيرادات الزكاة والنفقات عند القائم على حفظ هذه الأموال، وبعد قرون من الزمن اخذت تنشأت

(١) تفسير القرطبي: ١٦٨/٨.

(٢) أصول محاسبة مؤسسات الزكاة المعاصرة: د. حسين حسين شحاته، دار النشر للجامعات - مصر، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م، ص ٣.

مؤسسات حديثة ومستقلة لإدارة أموال الزكاة، فنشأت في الدول العربية الإسلامية منذ القرن الماضي مؤسسات تعنى بإداره وتنظيم أموال الزكاة في كل من الأردن واليمن والسعودية وباكستان وماليزيا، ونصت دول أخرى على جمع الزكاة بالقوة على النقود والزروع والانعام والبضائع والسلع والمعادن، وبعد تحصيلها تشرف هي بنفسها عن طريق بيت الزكاة او ديوان الزكاة بصرفها على مستحقيها^(١).

ولمؤسسات الزكاة المعاصرة مهام وادوار مناطه بها، فمن هذه الأدوار^(٢):

- ١- اعداد سجلات خاصة بالمكلفين بأداء الزكاة من افراد وشركات وغيرهم، ليسهل على العاملين التواصل معهم لحساب الاموال وتحصيل.
- ٢- اعداد سجلات بالمستحقين حتى يمكن حساب حصيلة الزكاة عليهم.
- ٣- تحصيل الزكاة من دافعيها حسب أنواع الأموال المختلفة والأنشطة الخاضعة للزكاة.
- ٤- توزيع الأموال المستلمة على مصارفها الشرعية على ضوء فقه الأولويات، الضروريات ثم الحاجيات.
- ٥- تنظيم الدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في مجال جباية الزكاة وحسابها.
- ٦- حث الناس على تزكية أموالهم، وإحياء ركن عظيم من اركان الإسلام في نفوس المسلمين.
- ٧- وضع الخطط والبرامج والميزانيات والتقارير المتعلقة بجانب الزكاة بشكل دوري، وتقديمها لمجلس إدارة المؤسسة لاتخاذ القرارات المناسبة.
- ٨- رفع المستوى الاقتصادي ومعالجة الفقر والبطالة للمجتمع، ونقله من حال معاشي الى حال أفضل.

(١) ينظر: إدارة مؤسسة الزكاة في المجتمعات المعاصرة: د. فؤاد عبد الله عمر، ذات السلاسل - الكويت، ١٩٩٦م، ص ٢٠ - ٢٣.

(٢) ينظر: أصول محاسبة مؤسسات الزكاة المعاصرة: ص ٥، ٦؛ المؤسسات الزكوية كآلية لمعالجة الفقر وفق برنامج التنمية الاقتصادية: أ. عبد العزيز خنفوسي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠١٣م، ص ٢٨٥ - ٢٨٧.

٩- تنصيب برامج المعلومات الالكترونية لتسيير الزكاة، جمعاً وإحصاءً وتوزيعاً^(١).

ثالثاً: الأهمية والدور الإقتصادي للزكاة:

دائماً ما تبحث الحكومات في بلدان العالم الإسلامي، عن مصدر مالي لتنمية الإستقرار الإجتماعي ومكافحة الفقر والبطالة، وكثيراً ما ترفع مؤسسات الدول شعار محاربة الفقر والقضاء عليه، لكن اليوم ما نشهده هو خلاف ذلك، حيث أن الأوضاع الإقتصادية لهذه الشرائح المعدومة في مجتمعاتنا كما هي، بل إن الأعداد في تزايد من غير نقصان، وتتاست الحكومات أن الزكاة معاملة شرعية مالية تطبيقية، تؤدي مهامها منذ فجر الإسلام وإلى يومنا، وأنها يمكن أن تساهم في إسناد مهام الدولة في تقليل ومعالجة حدة الفقر الاجتماعي، وتأثيرها على الحركة الإقتصادية الداخلية، ولأهمية أموال الزكاة، يمكن إستعراض الدور التأثيري لها على الأحوال الإقتصادية والإجتماعية، وذلك في النقاط التالية:

١- أثر الزكاة في تحقيق عدالة التوزيع: تعد فريضة الزكاة عاملاً أساسياً في

إعادة توزيع الدخل القومي، وتحقيق متطلبات العدالة في توزيع الثروة، لأن طبيعة الزكاة إقتطاع نسبة مقدرة من دخل الأغنياء، وإعادة إنفاقها على الفئات المستحقة لها في المجتمع، ومن عدالة التوزيع أن التشريع الإسلامي، يرى أن تطبق هذه الفريضة داخل البلد الواحد، وعدم نقلها من مكان الإستحقاق إلى مكان آخر خارج البلاد، مما يزيد من الترابط الديني والإجتماعي بين أبناء المجتمع الواحد، وراحة نفسية للمكلفين بدفعها في نفس المكان، وتستمر هذه الأداة العملية وتكرر كل سنة، حتى وإن إكتفى الفقراء تأخذ كل عام، مما سيؤدي إلى تقليل فوارق الملكية بين الناس والتسلط على وسائل الإنتاج، وكما

(١) ينظر: دور حوكمة مؤسسات الزكاة في دعم الثقة بصندوق الزكاة: د. براضية حكيم، و ط.د.

عرب سارة، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد ١، مارس ٢٠١٧م، ص ٤٧.

تؤدي إلى تخفيف الصراع الطبقي والتوترات الإجتماعية، مما ينعكس إيجاباً على الحياة الإقتصادية بتنشيط حركة الأسواق المحلية^(١). وفي ظل غياب شعيرة الزكاة وضعف الوازع الدين لإخراجها، فإنها ستؤثر سلباً على التماسك الإجتماعي والإقتصادي والسياسي، لأن غياب دور الزكاة يزيد من تفكك طبقات المجتمعات إجتماعياً، فتزيد حدة الفقر والحاجة والتفاوت الطبقي، فضلاً عن الجانب النفسي الذي يدفع بالمحتاجين إلى الحسد والبغض، وحتى إلى القتل والإفساد في الأرض، فتضعف قوة الدولة وهيبتها أمام المجتمعات الأخرى، مما يضطرها إلى الإقتراض الخارجي من دول ومنظمات أجنبية، فتخضعها تحت شروطها ومصالحها.

٢- أثر الزكاة على حركة العرض والطلب: تمثل توزيع أموال الزكاة كحلقة إقتصادية متكاملة، فكلما زاد حجم الأموال وتم توجيهها بالإتجاه الصحيح نحو دائرة الأولويات المجتمعية، تنامت القدرات الشرائية، فازداد الطلب الكلي، الذي هو سبب في زيادة العرض الكلي للسلع والخدمات، وبازدياد أرباح المنتجين وزيادة الطلب على العمالة، تنخفض نسبة البطالة، ويحصل الإنتعاش في الإقتصاد الكلي، وتزيد نسبة المداخيل، وبتراكم ثروة الفئات المنتجة، تكثر حصيلة الزكاة التي ستعود على مستحقيها، وهكذا تكتمل الدائرة الإقتصادية لتتحرك عجلتها من جديد^(٢).

٣- أثر الزكاة على التكافل الإجتماعي: لا يقتصر دور زكاة المال في الشريعة الإسلامية، على تحقيق مستوى كفاية مطلوب للمعيشة، وإنما يتعدى ذلك إلى توفير حماية من الأسباب الطارئة، شخصية كانت أو عامة، إقتصادية أو غير إقتصادية، التي تهدد الأفراد وتؤثر فيهم، فهي تتميز بكونها نظاماً فريداً، توجه مواردها نحو ما يتعرض له الأفراد من طوارئ، وأزمات وتقلبات مفاجئة، فالزكاة

(١) ينظر: الزكاة ودورها الإقتصادي: د. حسن حوحو، دار من المحيط إلى الخليج - الأردن،

٢٠١٧م، ص ١٠٢، ١٠٣.

(٢) ينظر: قضايا إقتصادية إسلامية معاصرة: ص ٣٨.

تعمل على تأمين مستوى الأفراد المعيشي وإعادته إلى حالته الطبيعية قبل التعرض للفاقة، ويشمل التكافل الزكوي الفقراء والمحتاجين؛ بسبب كبر أعداد عائلاتهم، أو المرضى أو العاطلين أو الشيخوخة، أو المعوقين بدنياً وذهنياً، أو ضحايا الكوارث الطبيعية، أو المصادمات والنزاعات الأهلية، والغارمون وابن السبيل وفي سبيل الله، وباقي مجالات الإنفاق التي يمكن حصرها، سواء كانوا عاملين في قطاع الزراعة، أو الصناعة، أو الصحة، أو التعليم، وسواء كانوا في قطاع العمل الحكومي، أو قطاع العمل الخاص^(١).

ويشهد عالمنا الإسلامي أحداثاً مأساوية من تشريد ونزوح، وكوارث طبيعية من فيضانات وزلازل أهكت الغني والفقير، كما أنّ هناك دول منسية من الذاكرة التضامنية والتكافلية لدى المسلمين، فيمكن إدراج هؤلاء المنكوبين والمنسيين ضمن لائحة المستحقين لأموال الزكاة، وأنّ الفروض التي حددها الشارع لا يمكن أن تجتازهم وتتخطاهم، مما يجعل لفريضة الزكاة أداة مناسبة لتحقيق التكافل، وتعزيز رابطة الاخوة التي دعا إليها الإسلام.

٤- أثر الزكاة على الإستثمار ومحاربة الإكتناز: يرى الإقتصاديون أنّ نظام الزكاة يعمل على تحرير الأموال من الإكتناز وتعطيلها عن العمل، إلى إطلاقها وإشراكها في النشاطات الإقتصادية المحلية، وأنّ إكتناز الأموال من غير تتميتها يؤدي إلى تآكل الصدقات الدورية، فنظام الزكاة سيدفع بهؤلاء أصحاب الأموال إلى إستثمار ثروتهم لكي لا تنقص، وتوليد عوائد نقدية تستهلك عند الزكاة، وهذا يعود بمؤشر إيجابي على الإستثمار الكلي في المجتمع على حساب الإدخار، ويولد الحافز للتوسع الإستثماري، ومما يتصف به نظام الزكاة أنها غير تصاعدية، فلا تزيد بزيادة الدخل الصافي للفرد، والأمر مختلف تماماً

(١) الزكاة الأسس الشرعية والدور الإنمائي والتوزيعي: د. نعمت عبد اللطيف مشهور، المؤسسة الجامعية، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م، ص ٤١٦، ٤١٧.

في نظام الضرائب^(١)، حيث تفرض السلطات الضريبية^(٢) على الشخص الواحد عدة مرات في السنة الواحدة، أو قد تعدد الجهات المستوفية لها، مما يشعر المكلف بالإرهاق والظلم فتكون مدعاة للتحايل والتهرب من أدائها^(٣).

٥- أثر الزكاة على التقلبات الاقتصادية: تحدث بين فترة وأخرى تقلبات اقتصادية، نتيجة للتغيرات الدورية في الكفاية الحدية للأموال النقدية، التي تتأثر بالتوقعات المتشائمة لأصحاب هذه الأموال، وتأثرها بمستويات قلة الإستهلاك، وارتفاع الميل إلى الإيداع، اللذان يؤديان إلى ارتفاع سعر الفائدة، وانخفاض مستوى الإستثمار، وقد عمل النظام المالي الإسلامي على معالجة هذه الأزمات والتقلبات من خلال سعر الفائدة (الربا)، وبالتطبيق الدوري لتوزيع الزكاة، فمن آثار هذا التشريع: سيعاد توزيع الدخل، وستحول المدخرات إلى إستثمارات، وتتحسن توقعات المستثمرين الإقتصاديين، وذلك لأنّ الزكاة تسهم في إعادة توزيع المدخولات لصالح الأصناف الثمانية، مما يكون سبباً في زيادة القوة الشرائية لهذه الطبقات، وبالتالي زيادة الطلب على السلع الإستهلاكية، يقابله زيادة الإنتاج في مختلف المجالات، مع إستقبال أعداد من العمال للتشغيل العملي^(٤).

(١) ينظر: الخراج والضريبة المعاصرة في الفقه الإسلامية، دراسة مقارنة: د. بشار حسين العجل، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٧م، ص ٢٥١.

(٢) الضريبة: تعرف بانها: "فريضة مالية يدفعها الفرد جبراً إلى الدولة أو إحدى الهيئات العامة المحلية، بصورة نهائية مساهمة منه في التكاليف والأعباء العامة، دون أن يعود عليه نفع خاص مقابل دفع الضريبة". تطبيقات فنيات الضرائب بالنظام الجبائي: د. عبد الله الحرثسي حميد، دار زهران - الأردن، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١٢م، ص ٢٨.

(٣) ينظر: بحوث التمويل الإسلامي: د. محمد بن علي القري، دار الميامن، الرياض - السعودية، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م، ص ٤٧٨، ٤٧٩.

(٤) ينظر: من أجل فهم إقتصادي إجتماعي للزكاة: يوسف الرباحي، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، العدد ٩، السنة الثالثة، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م، ص ١٤٣.

٦- أثر الزكاة في الإعتماد على الذات في تمويل التنمية: إنَّ إنتهاج إستراتيجية الإعتماد على الذات في تمويل التنمية، يتطلب توافر الإمكانيات الداخلية من الموارد اللازمة لهذا التمويل، وبما أنَّ الزكاة تتسم بانتظام تدفقاتها المالية كل عام، وأن يكون محل إخراجها داخل الدولة نفسها، فإن هذه العوامل مع التطبيق الأمين لفريضة الزكاة، توفر في أغلب الظروف والأحوال ما يحتاج إليه المجتمع، وسيستغني بها من الإعتماد على غيره من المجتمعات الأخرى، وأما في قصور موارد الزكاة في عصرنا عن تلبية متطلبات التنمية الإسلامية، فإنه يعود للتقصير في تطبيق الزكاة وتحصيلها، فهي وحدها كفيلة بإمداد الإقتصاد المجتمعي بموارد، تعني الدولة من الإعتماد على مصادر وموارد أخرى داخلية كانت أو خارجية^(١).

ولأهمية الزكاة وأثرها على واقع الحياة الاجتماعية والإقتصادية، فعلى سلاطين الدول الإسلامية وعلمائها والمؤسسات الدينية أن تحت أغنياء المسلمين، وتحفزهم على إخراج ما ائتمن الله به عندهم من أموال طاعة لله تعالى، وإنها حق مخصوص لجهة مخصوصة بقدر معلوم، وسيسألون عن هذا الحق يوم القيامة، وليعلم أثرياء المسلمين إن الصدقات والزكوات سبباً كبيراً في إصلاح المجتمعات والنهوض بها، لتحقيق الأمن الإقتصادي المنشود، حيث تقدر تقارير واحصائيات، أنَّ حجم الأموال السائلة في العالم الإسلامي تصل إلى عشرات التريليونات من الدولارات، ما عدا بقية الأموال الغير سائلة من معادن الذهب والفضة، وهذه الأموال لو أُخرج حق الله منها، ووزعت على مستحقيها بحق وعدل، لما بقي سائل على وجه الأرض.



(١) ينظر: الزكاة الأسس الشرعية والدور الإنمائي والتوزيعي: ص ٢٣٨ - ٢٤٠.

المطلب الخامس

مؤسسة التأمين التعاوني (التكافلي)

الخطر حقيقة ثابتة ومنتوق حدوثه، في أي وقت وفي أي مكان، وقد تكون آثاره كبيرة على الإنسان ولا يستطيع تحمله بمفرده، فيحتاج إلى من يعاونه ويشاركه ضرره وفقده، لذلك ظهر مبدأ التعاون والتكاتف في الإسلام بين مجموعة من الأفراد، من أجل تحمل أعباء نتائج تلك الأخطار، وتوزيع هذه المخاطر التي يتم التعرض لها على مجمع التأمين، بأن يضحي كل فرد بنسبة قليلة من ماله على سبيل التعاون والتآزر، وللوقوف على نظام التأمين التعاوني في الإسلام، سأحاول تغطية الموضوع في هذا المطلب، بالتعريف به، وذكر بعض من خصائصه، ومشروعيته والدور الإقتصادي الذي يمكن أن يحققه للأفراد والمؤسسات.

أولاً: تعريف التأمين لغة واصطلاحاً:

التأمين لغة: مشتق من الأمن والأمان، والأمن: ضد الخوف، ومنه قوله ﷺ: ﴿وَهَذَا أَلْبَدِ الْأَمِينِ﴾^(١)، يريد به البلد الأمن من الخوف^(٢)، ورجل أمانة: أي يأمن على كل أحد، ويأمنه الناس ولا يخافون غائلته - عاقبة شره - فهو موثوق ومأمون^(٣). إذا فالتأمين يدور على الثقة والطمأنينة والإستقرار النفسي، وسكون القلب تجاه المخاطر ومن كل شر.

أما التأمين إصطلاحاً فلم يعرف هذا المصطلح عند الفقهاء المتقدمين، لأن هذه المعاملات لم تكن معلومة عندهم؛ بل هي من تطبيقات العصر الحديث، ولكن قد عرف الباحثين المختصين في الإقتصاد الإسلامي التأمين الإسلامي باعتبارين، الأول: كونه مبدأً ونظاماً، يقصد منه بيان غايته ومقصده والهدف منه، والثاني: كونه عقداً، يحدد موضوع العقد ومحلله وأطرافه والتزاماتهم.

(١) سورة البلد: الآية ٣.

(٢) ينظر: مختار الصحاح: ص ٢٢.

(٣) ينظر: المحكم والمحيط الأعظم: ٤٩٢/١٠؛ ولسان العرب: ٢١/١٣.

فأما تعريفه باعتباره مبدأً ونظاماً: فهو تعاون مجموعة من الأشخاص، على تعويض الضرر الناتج من وقوع خطر على أحد أفراد المجموعة، وذلك بأن يلتزم كل فرد منهم بدفع مبلغ معين على سبيل التبرع، يسمى الإشتراك أو القسط على حسب ما تنص عليه وثيقة التأمين، ثم تتولى شركة التأمين الإسلامي، إدارة واستثمار هذه الأموال نيابة عن المشتركين، في مقابل حصة معلومة من عائد الإستثمار، بإعتبارها مضارباً أو وكيلاً أو هما معاً^(١).

والتعريف من حيث هذا المبدأ، أنّ التأمين يمثل مساهمة الأعضاء بأموالهم وإدارتها تحت نظام واحد، بهدف مساعدة بعضهم بعضاً، عند فقد أحدهم ممتلكاته أو تعرضه للضرر.

وأما تعريفه باعتباره عقداً: فهو إتفاق مع شركة التأمين الإسلامي على قبول مشترك كعضو في هيئة المشتركين، على أن يدفع مبلغ معلوم من المال على سبيل التبرع، فتدفع له الشركة نيابةً عن الهيئة من أموال التأمين، تعويضاً عن الضرر الذي قد يلحق به، على نحو ما تحدده وثيقة التأمين التي تم التعاقد عليها^(٢).

ويأخذ من هذا التعريف أنّ للتأمين أركاناً يقوم عليها، وأركانه خمسة، وهي^(٣):

- ١- **المستأمن (المؤمن له):** هو طالب التأمين، سواء كان فرداً أو جهة.
- ٢- **شركة التأمين:** وهي التي تتولى إبرام عقد التأمين مع المستأمن، نيابة عن باقي المشتركين.
- ٣- **الخطر (المؤمن منه):** وهو الحدث الإحتمالي المستقبلي، الذي قد يقع أو لا يقع.

(١) ينظر: التأمين على الحياة والسيارات والحق التعويضي والجهة المستفيدة في التأمين على الحياة: د. حسين حامد حسان، بحث مقدم إلى مؤتمر التأمين التعاوني، أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، المنعقد في الأردن، خلال الفترة ٢٦ - ٢٨ ربيع الثاني ١٤٣١هـ، الموافق ١١ - ١٣ إبريل ٢٠١٠م، ص ١.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ص ٢.

(٣) ينظر: الصناعة المصرفية الإسلامية مداخل وتطبيقات: ص ٢٥١.

- ٤- قسط التأمين (محل إلتزام المستأمن): وهو المبلغ الذي يدفعه المستأمن لصندوق التأمين التعاوني، بمقتضى عقد التأمين الموقع مع المؤسسة.
- ٥- مبلغ التأمين (محل إلتزام المؤسسة): وهو المبلغ الذي ستدفعه الشركة، في حال تعرض المؤمن له للخطر والضرر، نيابة عن باقي المشتركين.

ثانياً: أقسام التأمين:

للتأمين أقسام باعتبارات عدة، وبعيداً عن التفرعات والإعتبارات المتفرعة فيه، يمكن تقسيمها من حيث الأساس الذي يقوم عليه، إلى ثلاثة أقسام رئيسية^(١):

١- نفقات مالية، وعلى غيرها من خدمات العلاج، والتدريب، والتأهيل عند الحاجة لذلك^(٢).

٢- التأمين التجاري: هو تأمين يعتمد على الأقساط الثابتة التي يلتزم بدفعها المشترك لشركة أو دولة، يكون غرضها تحقيق الأرباح، عن طريق إجراء مقاصة بين المخاطر، والأقساط المتحصلة من المؤمن له، مقابل ما تتحمله الجهة المؤمنة من أخطار، من دون تضامن مع المؤمن لهم، وما تبقى من مبالغ نقدية تكون خاصة للشركة^(٣).

ويمكننا أن نعمل مقارنة بين نوعي التأمين: الإسلامي والوضعي، من حيث التعريف والهدف والعلة والحكم، وذلك من خلال العناصر الآتية:

(١) ينظر: قانون الضمان الإجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية: د. خالد علي سليمان بني أحمد، دار الحامد - الأردن، ط١، ٢٠٠٨م، ص ٧٣.

(٢) ينظر: التأمين الإجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية: د. عبد اللطيف محمود آل محمود، دار النفائس، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م، ص ٥٩.

(٣) ينظر: حقيقة الفرق بين التأمين التجاري والتأمين التعاوني، دراسة مختصرة: د. إبراهيم عبد اللطيف إبراهيم العبدوي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، ص ٢٤.

العناصر	التأمين التجاري (الوضعي)	التأمين التعاوني (الإسلامي)
التعريف	عقد معاوضة بين المؤمن ومؤسسة التأمين، يتردد بين الغنم والغرم	عقد تبرع بين مجموعة من الأشخاص، تُخصص على مساعدة المتضررين من المشتركين لوجه الله تعالى
الهدف	تحقيق الربح	التعاون والتكافل
العلة	لأنه ربا صريح، وفيه غرر	من التبرعات
الحكم	محرم بكافة أنواعه	جائز ومن ضمنها التأمين الإجتماعي

جدول (١) الفرق بين التأمين التعاوني والتأمين التجاري

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على كتاب

قانون الضمان الإجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية

ولقد تناول الفقهاء المعاصرين حكم هذه الأنواع من التأمين، وأطالوا النفس في بيان الحل منها والمحرم، فتمت مناقشة التأمين الذي تتبناه الجمعيات في المؤتمر الثاني لمجلة البحوث الإسلامية، الذي عُقد في القاهرة عام ١٩٦٥م، وقرر المؤتمر أن الجمعيات التعاونية التي يشترك فيها مجموعة من المؤمن لهم، وتؤدي عنهم ما يحتاجونه من معونات وخدمات أمر مشروع، وهو من باب التعاون على البر، وأن النظام المعاشي التي تقوم به الحكومات (التأمين الإجتماعي)^(١)، وما شابه من

(١) يرى علماء الشريعة الإسلامية، أن التأمين الإجتماعي ليس فيه حرج شرعي، ولا يصطدم مع مقاصد وغايات الشرع، لأنه عمل جماعي تقوم به الدولة خدمة لمواطنيها، بقصد تأمين مستقبلهم، ودرء الحوادث والأضرار التي قد لا يحتاط الانسان لمثلها، فهي قد إلتزمت به تبرعاً منها، ولا يعود النفع عليها من ورائه، وإنما النفع كله يعود على الأفراد المنتفعين من هذا النظام، كما أنه يخلو من الربا والغرر وأكل أموال الناس بالباطل، وإن قيل أن الفرد لا يدري كم سيدفع، وكم المقدار الذي سيأخذه، وهذا مفسد للمعاملة، فيجاب عن ذلك: بأنه يغتفر في التبرعات ما لا يغتفر في المعاوضات، فالغرر لا يؤثر في عقود التبرعات، والتأمين الإجتماعي تبرع محض لا يقصد منه

الضمان الإجتماعي وصندوق التقاعد، من الأعمال الجائزة، ولم يُتطرق إلى التأمين التجاري، فأجل النظر فيه إلى دورة أخرى، لحين دراسة هذا النوع دراسة شاملة من كل جوانبه، وفي ندوة التشريع الإسلامي المنعقدة في ليبيا عام ١٩٧٢م، صدر عنها بحل التأمين التعاوني محل التأمين التجاري، وأما التأمين على الحياة فحُرمت جميع صورها، لاشتماله على الربا والغرر، وفي المؤتمر العالمي الأول للإقتصاد الإسلامي، الذي عقد في مكة المكرمة عام ١٩٧٦م، تم بحث عقود التأمين وكان الإتجاه الغالب فيه على ضوء الأبحاث المقدمة، تحريم التأمين التجاري دون التأمين التعاوني التكافلي^(١).

وتتابعت المؤتمرات العالمية والإجتماعات لكبار الفقهاء والإقتصاديين، بشأن أنواع التأمين، حتى إستقر الرأي على تحريم التأمين التجاري بكافة أشكاله، سواء كان التأمين على النفس أو البضائع، ونصوا على حل التأمين البديل عن التقليدي ذا القسط الثابت، وذلك كما جاء في قرارات مؤتمر المجمع الفقهي الإسلامي، في دورته المنعقدة في مكة عام ١٣٩٩هـ، ودورته المنعقدة في جدة عام ١٤٠٦هـ، وكما عقدت دورات أخرى في أقطار إسلامية خرجت بنفس المقررات السابقة^(٢).

ثالثاً: آلية عمل مؤسسة التأمين التعاوني:

بعد بياننا مشروعية التأمين الإسلامي، وآراء الفقهاء المعاصرين فيه، ونقلنا جانباً من أحكامه وخصائصه الملازمة له، نشرع هنا في بيان الجانب التطبيقي لشركات التأمين التعاونية، والنشاطات التي تقوم بها، والعلاقة بينها وبين أطراف عقد التأمين. لأنشاء مؤسسة تقوم بأعمال التأمين موافقة للنظام الإسلامي، يمكن أن تُؤسس مؤسسة للتأمين أو شركة مساهمة، أو محدودة المسؤولية، ويفضل أن يكون المصرف

المعاوضة والربح. ينظر: الأحكام الفقهية المتعلقة بالرهون المستجدة: د. أحمد عرفة أحمد يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م، ص ٥٢٢.

(١) ينظر: التأمين الإسلامي ضرورة حتمية وتطبيق للإقتصاد الإسلامي: أ.د. صفية أحمد أبو بكر، دائرة الشؤون الإسلامي والعمل خيرى - دبي، ص ١٧، ١٨.

(٢) ينظر: المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي: ص ١١١، ١١٢.

الإسلامي من مؤسسيها، وترتكز مؤسسات التأمين على أساسيات ثلاث في عملها هي: الإدخار والإستثمار والتكافل، فعند دفع العضو المرتبط بالشركة أقساطاً معينة للتأمين، سواء أكان تأميناً على النفس أو الممتلكات، تجمع الشركة هذه الإشتراكات، وتقوم باستثمار الفائض منها عن الحاجة في مشروعات الحلال، كأن تكون تجارية أو صناعية أو زراعية، وبأي طريق مشروع كالمضاربة مثلاً، ليعود بعدها على رأس مال المساهمين أرباحاً نافعة لهم، فإن أصيب أحد أعضاء المستأمنين بضرر، يعطى من هذا المال ويعوض ما لحق به، وما كان من فائض في الأموال قد ينسحب إلى زيادة الأقساط المحصلة عن التعويضات المدفوعة، واحتياطي العمليات السارية؛ فإن الأرباح الناتجة عن الإستثمار يجب أن تعود إلى الأعضاء المساهمين وإلى المؤمنين، كل بحسب قدر مساهمته في العملية الإستثمارية^(١).

وتقوم العملية التأمينية في شركات التأمين الإسلامي، على عقد مركب من جملة من العقود، كما هو الظاهر من عملياتها التي تقوم بها تلك الشركات، وهي تتمثل بالعقود التالية^(٢):

١- **عقد التبرع:** يمثل هذا العقد العلاقة التي تربط بين المستأمن مع غيره من المستأمنين، وتكون هذه العلاقة قائمة على مبدأ التعاون والتبادل، وتحمل الأخطار التي تقع على أساس الأخذ والعطاء.

(١) ينظر: موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والإقتصاد الإسلامي: أ.د. علي أحمد السالوس، مكتبة درا القرآن - مصر، دار الثقافة - قطر، ط٧، ص ٥١٥؛ وفقه المعاملات المالية المقارن: د. علاء الدين زعتري، دار العصماء - سوريا، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ص ٢١٧.

(٢) ينظر: التأمين التعاوني، مفهومه، تأصيله الشرعي، ضوابطه: د. قذافي عزات الغنائيم، بحث مقدم إلى مؤتمر التأمين التعاوني أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، المنعقد في الجامعة الأردنية، خلال الفترة ٢٦ - ٢٨ ربيع الثاني ١٤٣١هـ، الموافق ١١ - ١٣ ابريل ٢٠١٠م، ص ١٩، ٢٠؛ التأمين التعاوني ماهيته وضوابطه ومعوقاته، دراسة فقهية إقتصادية: أ.د. علي محي القره داغي، رابطة العالم الإسلامي، الهيئة الإسلامية العلمية الإقتصادية للتمويل - الرياض، ٢٠٠٩م، ص ٤١ - ٤٤.

٢- **عقد الوكالة:** إنَّ العلاقة الناشئة بين مؤسسة التأمين والمستأمنين هي علاقة النائب عن الأصيل، حيث أنَّ المستأمنين هم طرف أصيل (موكلين)، والشركة المؤمنة طرف نائب (وكيل) عنهم في إدارة العملية، تقوم بتقديم جميع الخدمات التأمينية مقابل أجر معين.

٣- **عقد المضاربة:** من المتوقع أن تبقى أموال فائضة عن حاجة المستأمنين في صندوق المشتركين، بعد دفع التعويضات المستحقة، وليس من المقبول أن تبقى هذه الأموال في هذا الصندوق مجمدة من غير استثمار، حيث تقوم الشركة بدور المضارب لتحريك هذه السيولة واستثمارها في أنشطة مربحة. لقاء الحصول على حصة معلومة من الربح نظير الإدارة، وتكون حسب الإتفاق المسبق بينها وبين أعضاء الصندوق (رب المال)، كالربع مثلاً أو العشر أو غير ذلك.

٤- **عقد الكفالة:** يتصور وجود هذا العقد في حالة عجز صندوق المشتركين عن دفع المستحقات لأحد أعضائه المتضررين من خلال أموال التبرع، فتقوم الشركة في هذه الحالة بدور الكفيل عن المستأمنين؛ فتتكفل بتحمل جميع الإلتزامات المالية تجاه المستحقين من أموالها الخاصة على سبيل القرض الحسن، على أن تستردها في وقتٍ آخر من نقود المستأمنين.

إذاً نخلص مما تقدم، أنَّ من وراء إقامة شركات للتأمين الإسلامية أهداف رئيسية، وهذه الأهداف^(١):

١- تأسيس صندوق تكافلي من قبل إدارة الشركة، ومحاولة جذب مشتركين جدد، عن طريق طرح وثائق للإكتتاب والإشتراك، لتكوين محفظة تأمينية بإتباع أساليب تسويقية مختلفة، وإدارة عملياته وفق صيغ متفق عليها مع حاملي الوثائق، وعادة ما تكون وفق صيغة الوكالة.

٢- استثمار أموال التكافل لصالح المساهمين في الصندوق، على وفق ضوابط الشريعة الإسلامية، وبالطرق المشروعة والقانونية، وبصيغ يُتفق عليها مع حملة

(١) ينظر: شركات التأمين التكافلي: د. ربيع المسعود، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - دراسات إقتصادية - المجلد ٤، العدد ١، ٢٠٠٧م، ص ١٥٣.

الوثائق، وعادة ما تكون وفق صيغة المضاربة، من أجل الوفاء بالتزامات المؤسسة وتعهداتها تجاه المساهمين من حملة الوثائق، والسعي لتحقيق هامش ربح لمساهمي الشركة.

وتتملك هذه المؤسسات التعاونية من ضمن مراكزها، هيئة خاصة للرقابة الشرعية، تشرف على مراقبة جميع أعمال الشركة، وتطلع على جميع عقودها ووثائقها المنعقدة مع جهات عملية التأمين، لتتسجم أعمال الشركة مع أحكام ومبادئ الشريعة، مما يضمن عدم وقوعها في معاملات محرمة ومشبوهة.

رابعاً: دور التأمين التكافلي في تلبية متطلبات العصر:

يعد التأمين من أهم الوسائل لتخفيف الأضرار الناتجة عن المخاطر، التي يتعرض لها الأشخاص عند مزاولتهم أعمالهم، ومع تعقد الحياة وزيادة حجم الأعمال التجارية والصناعية وغيرها من النشاطات الإجتماعية، زادت المخاطر والحوادث التي لا يمكن للأفراد تحملها بمفردهم، ما يستدعي شريكاً آخر يشاركهم ويتحمل مصابهم، ومن هنا تظهر أهمية وقيمة التكافل الإقتصادية والإجتماعية، ولإبراز هذه الأدوار بشكل جلي، نوجزها في النقاط التالية^(١):

١- دعم إستمرار المشاريع الإقتصادية: تمثل الحماية التأمينية خير داعم لإستمرار النشاطات الإقتصادية، وذلك قد يتقاعس بعض التجار وأصحاب الأعمال المهنية خشية وقوع الأخطار، كالسرقة أو الحريق وغير ذلك، فالتأمين يقدم للمؤمن له من الأفراد والمشروعات الإقتصادية، المبالغ الكافية، لإستبدال الأصول التي لحق بها الضرر بأخرى سالمة.

٢- رفع الكفاءة الإنتاجية: يعزز التأمين عنصر الأمان في نفوس الأفراد والتجار؛ ما يمكنهم من ابتكار واستحداث الوسائل الكفيلة بزيادة الإنتاج وتحسين نوعه، وكما تشجعهم على الخوض في غمار بعض المخاطر، التي ستسهم في رفع

(١) ينظر: التأمين التكافلي من خلال الوقف، دراسة فقهية تطبيقية معاصرة: علي بن محمد بن محمد نور، دار التدمرية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ص ٧٣ - ٧٦؛ والتأمين الإسلامي ضرورة حتمية وتطبيق للإقتصاد الإسلامي: ص ١١ - ١٣.

كفاءة العمل وزيادة الإنتاج، دون الحاجة إلى الاحتفاظ برأس المال، كرسيد إحتياطي لمواجهة المخاطر المستقبلية المحتملة، وكذلك الأمر ينطبق على العمال، فحين يشعرون بوجود برنامج تأميني يكفل لهم تغطية الأخطار التي قد يتعرضون لها في أعمالهم، فإنه ينمي الشعور بالإطمئنان على مستقبلهم ومستقبل من يعولوهم، وبالتالي ينعكس على الإنتاج.

٣- **تقدم طرق الرقابة واليمنع المبكر:** تقوم شركات وهيئات التأمين بتقديم التوجيهات والإرشادات للفرد والمجتمع، وذلك من خلال شروط السلامة التي عادة ما تفرضها على المؤمن، للحد من طرق الوقوع في المخاطر، مثل وجود أجهزة الإنذار المبكر من الحرائق وأدوات الإطفاء أو العلامات التحذيرية التي تحذر العمال أثناء تأدية عملهم في مرافق العمل، وما يتوجب عليهم فعله في حالة حدوث حريق أو انفجار على سبيل المثال.

٤- **تقديم الحلول للمشاكل الإجتماعية:** يعد التأمين من وسائل حماية الأسرة من الوقوع في الفقر، عقب التعرض للخسائر المادية الناتجة من وفاة معيل الأسرة، أو بسبب مرض، أو نتيجة تحمل الإلتزامات المالية ضد الغير، فالتأمين التعاوني يضمن دفع الأموال للمستأمن في حياته، ولورثته بعد مماته.

٥- **تخفيض نسبة تكلفة المساعدات الإجتماعية:** إنَّ تفعيل مبدأ التكافل والتآزر وجبر المصاب فيما بين أفراد المجتمع الواحد، فإنه يحقق للمتضررين التعويض عن الضرر الذي لحق بهم، دون اللجوء إلى المجتمع للسؤال عن المساعدة، وهذا الأمر ينطبق على المؤسسات والمشروعات الخيرية الكبيرة، التي تعول من خلالها آلاف الأسر المحتاجة، فإن التأمين يساعد هذه المؤسسات على الإستمرار في عملها الإنساني، دون الحاجة إلى الإستغناء عن بعض موظفيها، أو أن تلجئ إلى إغلاق تلك المشاريع.

٦- **تمويل مشاريع إقتصادية:** يتكون لدى مؤسسات التأمين أموال تتمثل في إحتياطيات فنية (حقوق حملة الوثائق)، وأخرى غير فنية (حقوق حملة الأسهم)، وشركات التأمين لا تكتنز رؤوس الأموال في خزائنها، بل توظفها في قنوات إستثمارية أخرى (أسهم، سندات، وعقارات، ومشاريع إستثمارية)،

وبالتالي تساهم في تمويل مشاريع إقتصادية جديدة، مما يترتب عليه رفع مستوى معيشة الأفراد وتحقيق الإستقرار الإقتصادي.

٧- **التفاعل مع مختلف الإقتصاديات:** يعد قطاع التأمين من أهم القطاعات المالية التي تقدم الخدمات المالية، وتواكب مجمل الأنشطة الاقتصادية، خاصة الزراعة، والصناعة، والتجارة، وخدمات النقل والسياحة، وقطاع المصارف، فيسهم في دعمها والمحافظة على إستقرارها، كما له تأثير على ميزان المدفوعات، وله إرتباط بالتطور الإقتصادي العام في تلك الدول.

٨- **دعم التنمية الإقتصادية:** يؤدي التأمين التكافلي إلى جمع رؤوس الأموال، عن طريق الإشتراكات التي يدفعها المستأمنون، وهذه المبالغ لا شك أنها ستوظف في أوجه نشاطات إقتصادية مختلفة، فالأموال التي تحصلها مؤسسات التأمين ستعود بالنفع على المستأمنين والإقتصاد القومي على حد سواء^(١).

ومن المقترحات التطبيقية المعاصرة للتأمين التعاوني، فتشهد الحياة المعاصرة تصادم الأفراد بشتى أنواع الأقدار والمخاطر، التي تسبب ضرراً على حياة الإنسان، أو على أحد أفراد أسرته أو ممتلكاته، ومن صور التأمين المعاصرة التي يمكن تفعيلها: التأمين على حوادث تصادم السيارات وسقوط الطائرات وغرق السفن والمركبات، والأخطار الجسيمة التي تواجه العمال في مختلف مهنتهم، والأوبئة والأمراض المهلكة للأشخاص، وتسلب اللصوص وقطاع الطرق على المارة في الطرق العامة، وحوادث حرائق المنازل والبنيات، والفيضانات والحرائق التي تجتاح المدن والزروع، وعمليات التعرض للسرقات والنصب والإحتيال، أو تأمين الجنود والمقاتلين، أو تأمين معاش قوت العاطلين عن العمل، وكذلك صندوق القبائل التي تجمع أموال المشتركين فيه، لدفع الديات عن أحد أفرادها، وصندوق العوائل الأسرية فيما بينها، ولا ننسى أن من الصور الحديثة التي يمكن تطبيقها التأمين الزراعي والصناعي، وغيرها من التطبيقات المشاهدة والتي تعترض الأفراد في حياتهم اليومية، وهذه الصور من التأمينات بحاجة إلى تطبيقها في بلادنا، فلا تكاد تمر ساعة إلا ونرى أو نسمع قدراً قد حدث هنا أو

(١) ينظر: التأمين بين الحل والتحريم: د. عيسى عبده، دار الإعتصام - مصر، ط١، ١٣٩٨ هـ -

هناك، ومما يتطلب في جميع هذه الصور، أن يتفق مثلاً أصحاب السيارات كمجموعة من سائقي النقل، على التعاون لتأسيس صندوق تعاوني يشتركون فيه جميعاً، على دفع أقساط في فترات زمنية معينة، تودع في صندوق تعاوني، لإنفاقها على أي شخص يتعرض لحادث أصاب مركبته بضرر أو هلاك، ليكون تخفيفاً ومواساة منهم لصاحب الناقل، ويمكنهم أن يוכלوا أحد المشتركين لإدارة الصندوق مقابل أجر مادي، أو إجراء عقد توكيل مع إحدى شركات التأمين الإسلامية، لإدارة واستثمار الأموال للمستأمنين، ويطبق هذا النموذج مع بقية أشكال وصور التأمينات المعاصرة التي ذكرناها، سواء كانوا موظفين فيما بينهم، أو بين مجموعة أفراد من أهل بلدة معينة.



الفصل الثالث
الصناعات والخدمات الحلال ودورها
في تلبية متطلبات العصر

وفيه خمسة مباحث:

- **المبحث الأول:** مدخل عام لصناعة الحلال.
- **المبحث الثاني:** منتجات الأغذية الحلال.
- **المبحث الثالث:** منتجات السلع الحلال.
- **المبحث الرابع:** منتجات الخدمات الحلال.
- **المبحث الخامس:** التحديات التي تواجه صناعة وخدمات الحلال.

المبحث الأول مدخل عام لصناعة الحلال

وفيه تسعة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بصناعة الحلال.

المطلب الثاني: تلبية صناعة الحلال لمتطلبات العصر.

المطلب الثالث: تطبيقات منتجات صناعة الحلال.

المطلب الرابع: دواعي الحاجة إلى صناعة الحلال.

المطلب الخامس: قواعد الإقتصاد الإسلامي العامة في الحلال
والحرام.

المطلب السادس: مبادئ الإقتصاد الإسلامي في صناعة الحلال.

المطلب السابع: العلاقة بين منتج الحلال والمستهلكين.

المطلب الثامن: ضوابط تسويق منتجات الحلال.

المطلب التاسع: أهمية شهادة الحلال والعلامات التجارية.

الفصل الثالث

منتجات الصناعات والخدمات الحلال ودورها في تلبية متطلبات العصر

شهدت العقود القليلة التي مضت من نهايات القرن الماضي حتى بداية القرن الجديد، تحولاً إستراتيجياً في مفهوم "الحلال"، فلم يعد مفهوم الحلال عند الأفراد المسلمين مقتصرًا على الإهتمام الشخصي به فحسب، وإنما تعدى ذلك إلى أن تخصصت مؤسسات وشركات محلية وعالمية بهذا المفهوم، لتصبح صناعة وسوقاً إقتصادياً ضخماً، تجذب رؤوس الأموال الصعبة على مستوى العالم، فصارت صناعة الحلال وخدماته واقعاً ورقماً يحتل مكانةً في إقتصاديات دول العالم، فبات يستهدف أسواقاً في دول غير إسلامية تنشط فيها ملايين الجاليات المسلمة، حيث تفضل هذه الأسر المحافظة استخدام منتجات متوافقة مع الشريعة الإسلامية، ذات جودة وسلامة غير مشكوك فيها وتطمئن لها النفوس، وتحظى صناعة الحلال اليوم في مجالات وتطبيقات كثيرة في الإقتصاد الإسلامي، فبعد أن كانت الصناعة مرتكزة على قطاع الذبائح والأغذية والمشروبات، فضلاً عن الخدمات المالية الإسلامية من ذي قبل، لتتوسع إلى صناعة الألبسة والأزياء المحافظة ومستحضرات التجميل والأدوية الطبية، وآخرها ما بات يعرف بقطاع السفر والسياحة الحلال، وغيرها من التطبيقات في مجال الإعلام والتقنيات والخدمات الألكترونية.

ولصناعات الحلال أهمية وآثار واسعة على الحياة الروحية والإقتصادية والإجتماعية للمسلمين، مما أكسبها يوماً بعد يوم زخماً واعترافاً بها، من قبل حكومات وشركات عالمية كبرى، فسارعت إلى تلبية الإحتياجات وتوفير الخدمات لهذه الشريحة الواسعة من المستهلكين، وذلك لما يحققه هذا القطاع من أرباح وعوائد مالية تقدر بتريليونات الدولارات، ولأهمية هذه الصناعات الإسلامية والحظوظ الكبيرة التي تحظى بها، سنتناول في هذا الفصل منتجات قطاعات الحلال، والدور التي تلعبه في تلبية رغبات ومتطلبات المجتمعات المسلمة، والآثار الإقتصادية التي تتحقق من ورائها.

المبحث الأول

مدخل عام لصناعة الحلال

قبل أن أدخل إلى تطبيقات منتجات الحلال في الإقتصاد الإسلامي، أقف وقفة قصيرة على مداخل لصناعة الحلال؛ لأعطي تصوراً شاملاً عن مفهوم هذه الصناعة وأشكالها المطبقة في عصرنا، وما هي دواعي الحاجة والدعوة إلى إيجاد منتجات الحلال، وما هي مبادئ الإسلام في الحل والحرمة، وغير ذلك في المطالب التالية:

المطلب الأول

التعريف بصناعة الحلال

للتعريف بمصطلح صناعة الحلال لا بد أن نعطي تصوراً عن مفردتيه المكونتين له (الصناعة، والحلال)، ثم التعريف بالمصطلح المركب كاملاً، وذلك على النحو التالي:

أولاً: تعريف صناعة الحلال باعتبار مفرديه:

١- تعريف الصناعة لغة واصطلاحاً:

الصناعة لغة: مصدر من الفعل (صَنَعَ)، وهي إسم لحرفة الصانع، وعمله يسمى صنعةً، والتصنع: التكلف في إظهار حُسن المصنوع، والصنعية لا تكون صنعية حتى تخرج من طريق المصنّع^(١).

وفي الإصطلاح: عرف القاضي الكفوي الصناعة بأنها: "كل علم مارسه الرجل، سواء كان إستدلالياً أو غيره، حتى صار كالحرفة له، فإنه يسمى صناعة، وقيل: كل عمل لا يسمى صناعة حتى يتمكن فيه ويتدرب وينسب إليه"^(٢).

وقال التهاوني: الصناعة في عرف العامة: "هي العلم الحاصل بمزاولة العمل، كالخياطة والحياكة والحجامة ونحوها، مما يتوقف حصولها على المزاولة والممارسة".

(١) ينظر: تهذيب اللغة: ٢/٢٤، ٢٥؛ ومختار الصحاح: ص ١٧٩.

(٢) الكليات: أيوب بن موسى الحسيني القريمي الكفوي، أبو البقاء الحنفي (ت: ١٠٩٤هـ)، تحقيق: عدنان درويش، محمد المصري، مؤسسة الرسالة - بيروت، ص ٥٤٤.

وأما الصناعة في عرف الخاصة: "هي العلم المتعلق بكيفية العمل؛ ويكون المقصود منه ذلك العمل، سواء حصل بمزاولة العمل كالخياطة ونحوها، أو كعلم الفقه والمنطق والنحو والحكمة العملية ونحوها، مما لا حاجة فيه إلى حصوله إلى مزاولة الأعمال"^(١).

فالصناعة باختصار: هي كل علم مارسه الرجل أو المرأة، وتدريب على مزاولته وممارسته حتى صارت صنعة له، كمزاولة عمل النجارة والحدادة والخياطة وغيرها من المهن القديمة والحديثة.

٢- تعريف الحلال لغةً واصطلاحاً:

الحلال عند أهل اللغة: من حلَّ الشيء يَحِلُّ حلاً فهو حلال؛ يقالُ حللت العقدة أحلها حلاً، والحلال: نقيض الحرام، كأنه من حللت الشيء، إذا أبحته ووسعته لأمر فيه^(٢).

والحلال في إصطلاح فقهاء المسلمين: "وهو ما نص الله أو رسوله وأجمع المسلمون على تحليله بعينه أو جنسه، ومنه ما لم يرد فيه منع في أظهر الأقوال"^(٣).
فالحلال عند أهل اللغة وأهل الإصطلاح عندهما خلاف المنع والتحریم.
وللتفريق بين الحلال والمباح والمحظور، أنّ الحلال هو المباح الذي عُلِمَ بإباحته من خلال الشارع، والمباح لا يعتبر فيه ذلك، فلا يقال المشي إلى السوق حلال، بل تقول مباح، ويمكن وصفه بأنه ما كان لفاعله أن يفعله، ولا ينبئ عن مدح أو ذم، والحلال خلاف المحظور، وهو الجنس الذي لم يرغب فيه الشارع^(٤).

(١) كشاف إصطلاحات الفنون والعلوم: محمد بن علي ابن القاضي محمد حامد بن محمد صابر الفاروقي الحنفي التهانوي (ت: بعد ١١٥٨هـ)، تحقيق: د. علي دحروج، مكتبة لبنان ناشرون - بيروت، ط١، ١٩٩٦م، ١٠٩٧/٢.

(٢) ينظر: مقاييس اللغة: ٢٠/٢.

(٣) فيض القدير شرح الجامع الصغير: ٤٢٣/٤.

(٤) ينظر: الفروق اللغوية: أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل بن سعيد بن يحيى بن مهران العسكري (ت: نحو ٣٩٥هـ)، تحقيق: محمد إبراهيم سليم، دار العلم والثقافة، القاهرة - مصر، ص ٢٢٥.

ثانياً: تعريف صناعة الحلال باعتباره مركباً:

مصطلح (صناعة الحلال) من المصطلحات الحديثة في عالم الإقتصاد المعاصر، ولحدائثة التجربة التي لم يمضي عليها سوى عقود قليلة، لم أقف إلا على تعريف واحد لهذه الصناعة، حيث عُرفت بأنها: "مجموعة الأنشطة والإجراءات التي تقوم بها عدة جهات، لتقديم منتجات أو خدمات، تتوافق مع معايير وضوابط الشريعة الإسلامية"^(١).

والتعريف جاء بمفردات جامعة لمفهوم صناعة الحلال، فحدد الجهات التي ستقوم بهذا العمل، والمهام والإجراءات والمعايير التي تتبعها في تقديم منتجاتها، ولتفسير جزئيات التعريف نلخصه في النقاط التالية:

١- قوله (مجموعة الأنشطة والإجراءات): ويقصد بها الأنشطة المتعلقة بوضع مواصفات المنتج، والمقاييس، والمعايير، ومراقبة خطوط الإنتاج والأداء، وفحص العينات وجودة المواد المستعملة في التصنيع، وإصدار شهادات الإعتماد للجهات المانحة لشهادات الحلال، وغير ذلك.

٢- قوله (التي تقوم بها عدة جهات): ويقصد بها الجهات المسؤولة على عمليات الصناعة والإنتاج، كهيئة الرقابة على التصنيع والتقييم والتدقيق، وهيئة الأقيسة والمواصفات، وجهات إعتماد مراكز منح شهادة الحلال^(٢)، والجهات المانحة لشهادة الحلال، وغير ذلك.

٣- قوله (لتقديم منتجات أو خدمات): الهدف من النشاط الإقتصادي هو أن يعود بمنافع على المستهلك، سواء كانت صناعة ذات منافع ملموسة كمنتجات الغذاء والشراب والدواء واللباس والزينة، أو صناعة تقدم خدمات محسوسة غير ملموسة،

(١) موسوعة صناعة الحلال: إدارة الإفتاء، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م، ٢٢/١.

(٢) شهادة الحلال: هي وثيقة رسمية على شكل مستندات، تصدرها منظمات وهيئات إسلامية، تصادق على أن الأطعمة أو المنتجات أو الخدمات، قد تم إنتاجها على وفق ضوابط الشريعة الإسلامية.

See: Enhancing Halal Sustainability: Group of authors, Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019, 1st ed. 2021. p 52.

كمنافع خدمات السفر والسياحة والإعلام والتمويل الإسلامي، وباقي أشكال خدمات التقنيات الحديثة والبرامج والتدريب والإستشارة.

٤- قوله (تتوافق مع معايير وضوابط الشريعة الإسلامية): ويقصد به أن تنضبط كافة نشاطات الصناعة وإجراءاتها وقراراتها، بقواعد ومبادئ الشريعة الإسلامية في الحل والحرمة، وأن تكون موافقة للمقاصد الإسلامية^(١).

فصناعة الحلال هي إجراءات وخطوات متكاملة يتبعها المصنّع في المصنّع، على وفق ضوابط وأسس شرعية، ومتطلبات مهنية وفنية، تنتهي بالمنتج أو الخدمة التي سيحظى بها المستهلك المسلم الطالب للحلال.

ولمفهوم صناعة الحلال في الإسلام له دوافع وغايات محددة وواضحة، وتتمثل:

١- الحفاظ على ثوابت وأصول الدين الإسلامي وتعاليمه في مختلف القضايا التي جاء بها، في الملبس والمأكل والمشرب والسكن والسفر والترفيه وغيرها.

٢- الحفاظ على العقول من التلاعب بها، وخداعها بشتى وسائل الإستدراج نحو فكرة أو منتج، يراد منها تحقيق الربح على حساب منفعة المتبضع.

٣- الحماية الحياتية والتشريعية للمستهلكين، فالإسلام قعد ونظّم كافة قضايا الإنسان لتحقيق مقاصد عظيمة، الغاية منها حفظ النفس والدين والعقل والمال من أن تقتحم وتنتهك من باب التّجار والتجارة.

٤- حماية الموارد والممتلكات والأموال، وهذه منبثقة من مبادئ الإسلام وشموليته في الحفاظ على الموارد الطبيعية وترشيد إستغلالها، وأنه يدعو إلى الإنفاق والإستهلاك بعين الحكمة، وسطاً بين الإقتار والإسراف.

٥- تحقيق النزاهة والرقابة الفعالة في كل مراحل وعمليات صنع المنتج الحلال، فهو حلال من بداية كونه فكرة، ثم مادة أولية إلى تشكيله، ليكون سلعة أو خدمة ينتفع منها.

(١) ينظر: موسوعة صناعة الحلال: ٢١/١، ٢٢.

٦- حماية الأجيال القادمة، من خلال إتباع التنمية الإقتصادية المستدامة^(١) التي تضمن كفاية الإنتاج، مصحوبة بعدالة التوزيع، وحسن إسترشاد الموارد والحفاظ عليها لمنفعة الأجيال اللاحقة^(٢).



(١) تختلف التنمية المستدامة في المنظور الإسلامي عن المنظور الغربي، فالأخير جعل جِلّ همه الجانب المادي وتحقيق الرفاهية، لإشباع متطلبات الجسد، وأمّا التنمية المستدامة في الإسلام فتتميز بالسعة والتوازن والشمول، فهي تتجاوز المنظور المادي وإشباع الرغبات، ويمتد إلى طلبات الروح والعقل، فتهدف بصفة أساسية إلى تحقيق الأمن المادي من الجوع، والأمن المعنوي من الخوف، وإن الإسلام كما يضع نصب عينيه الأجيال الحاضرة ويحرص عليها، فإنه يمتد نظره إلى تحقيق المنافع إلى الأجيال القادمة، فيجعل التنمية المستدامة واقعاً عملياً ملموساً، فنكون الأمة على مر العصور حلقات وصل متماسكة بعضها مع بعض، يعمل أولها لخير آخرها. ينظر: التربية السليمة وصحة الغذاء والإنسان: د. سعد الله نجم النعيمي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ٢٠٢١م، ص ٦٠٩.

(2) See: Islamic Marketing and Branding ... Theory and Practice: T.C. Melewar, S.F. Syed Alwi, Routledge, London, 2018.

المطلب الثاني

تلبية صناعة الحلال لمتطلبات العصر

تعد صناعة الحلال العالمية إحدى الأنشطة الاقتصادية الواعدة^(١)، حيث تشهد الصناعة نمواً متسارعاً بمعدل سنوي يقدر بـ ٢٠٪؛ مما يجعلها من أسرع القطاعات الإستهلاكية في العالم، ولم تعد صناعة الحلال اليوم قاصرة على قطاع الغذاء الحلال، بل تطورت لتشمل صناعة الأزياء الإسلامية، والصناعات الدوائية، ومستحضرات التجميل، والمنتجات الصحية ومستلزمات الأجهزة الطبية، فضلاً عن قطاع الخدمات مثل اللوجستية والنقل، والتسويق، ووسائل الإعلام المطبوعة والألكترونية، والعلامات التجارية، والتعليب والتغليف، والخدمات المالية الإسلامية، وتشير التوقعات أنّ عدد المسلمين حول العالم سيصل إلى ٢,٢ مليار في عام ٢٠٣٠م، مما يعني زيادة حجم الطلب على قطاع الأطعمة والأشربة الحلال والسلع والخدمات الإسلامية، ومن المتوقع أن يصل الإنفاق إلى ٢,٨ ترليون دولار بحلول عام ٢٠٢٥م^(٢)، وللتقدمات التي حققتها قطاع الحلال في الإقتصاد العالمي، دفع بكثير من الشركات متعددة الجنسيات مثل

(١) القطاعات الواعدة: وهي مجالات إقتصادية تحقق نمواً إقتصادياً متآملاً ومتسارعاً، وتعد واعدة ضمن المعطيات الواقعية، ومنها قطاع السياحة بأنواعها، وقطاع تكنولوجيا المعلومات، وقطاع اللوجستيك والنقل، وقطاع الصناعات، وتختلف القطاعات الواعدة حسب المعطيات والإمكانات من دولة إلى دولة. ينظر: القطاعات الواعدة في الأردن: إبراهيم سيف، صحيفة الغد، ١٧ فبراير ٢٠١٩م.

(٢) ينظر: تقرير واقع الإقتصاد الإسلامي: ٢٠٢٢، وآفاق صناعة الحلال العالمية: د. حسين عبد المطلب الأسرح، مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، العدد ٥٢، أيلول ٢٠١٦م، ص ٤٠.

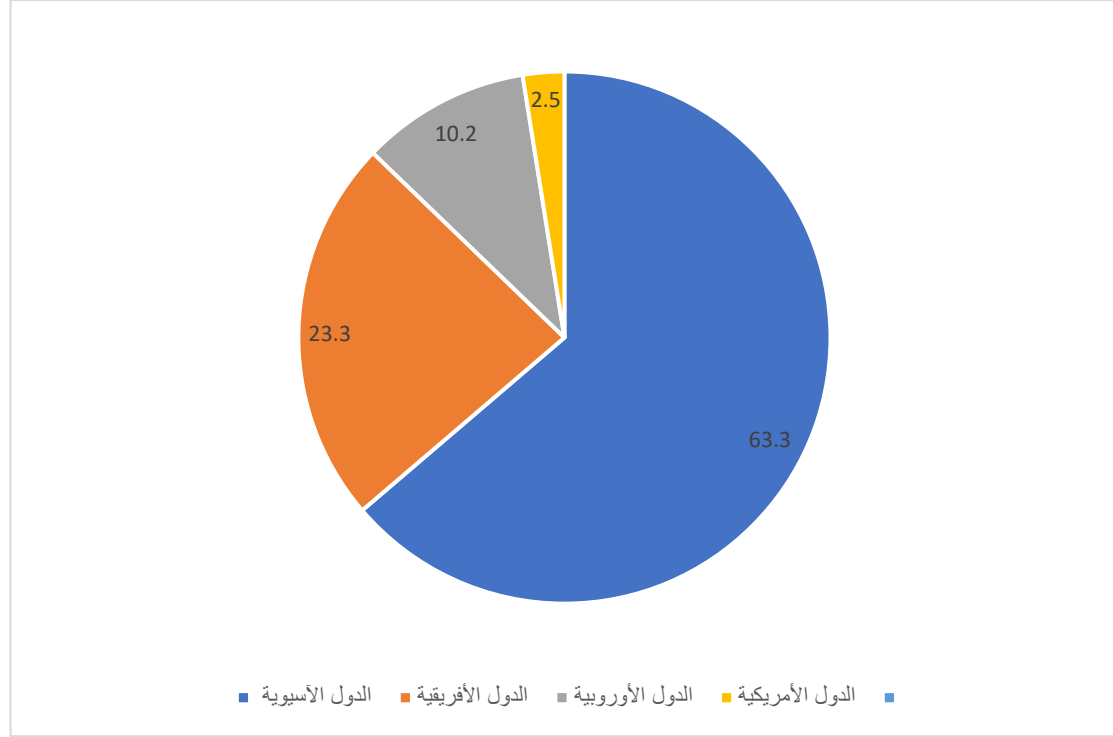
شركة تسيكو، وماكدونالد ونستليه، إلى التوسع في إنتاج المنتجات الصديقة للإسلام، فأصبحت هذه الشركات تسيطر على ما يقدر بـ ٩٠٪ من سوق الحلال^(١) العالمية^(٢). ولا يأتي الطلب على هذه المنتجات الإسلامية من المسلمين وحدهم، بل إن من أصحاب الأعراق والأديان المختلفة يفضلون هذه المنتجات التي تحمل شعار "حلال"، وعلى الرغم من إنتشار صناعة الحلال في المحافل الدولية، إلا أن منطقة الشرق الأوسط تمثل مرتكزاً مهماً لهذه الصناعة؛ وذلك للكثافة السكانية للمسلمين الذين يستهلكون جزءاً كبيراً من هذه المنتجات، ومن أبرز هذه الدول الإسلامية العاملة في مجال إقتصاد الحلال: ماليزيا، والإمارات، وتركيا، والسعودية، ودول أخرى دخلت على خط الإنتاج حديثاً.

وفي ضوء الإحصائيات المتوفرة، فإن الدول الآسيوية تستهلك من تجارة الحلال نحو ٦٣,٣٪، والدول الأفريقية نحو ٢٣,٣٪، والدول الأوروبية ١٠,٢٪، في حين تستهلك الدول الأمريكية ٢,٥٪ من تجارة الحلال حول العالم، وتؤكد بيانات أن الدول الإسلامية ما زالت هي المستهلك الأول لمنتجات الحلال، فيما تعد أوروبا وأمريكا

(١) سوق الحلال (السوق الإسلامية): هي الأسواق التي تضم أفراداً يتعاملون وفق المبادئ الإسلامية في تعاملاتهم التجارية، وكلمة "إسلامي" لها دلالات جيوسياسية - أي السياسة المتعلقة بالسيطرة على الأرض وبسط النفوذ-، ولكن عند الحديث عن الإستهلاك يكون مصطلح "حلال" هو الشرط الأساسي للتأهيل، فالمنتج غير الحلال الموجه للأسواق الإسلامية، تكون إحتتمالات فشله عالية، بغض النظر عن طريق تغليفه أو عرضه. ينظر: أسلمة العلامات التجارية كمدخل إستراتيجي للموقع في سوق الأغذية الحلال، علامة ماكدونالدز نموذجاً: د. فتيحة دليمي، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد ١١، العدد ٢، ٢٠١٨م، ص ١٧٤.

(٢) ينظر: المنتجات الحلال وتأثيرها على سلوك المستهلك، دراسة على السوق الفرنسية بالإعتماد على بعض الدراسات الميدانية: أ.د. طافر زهير، ط.د. عبيد سعاد، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد الخامس، العدد ١، ٢٠١٩م، ص ٩٣٢.

أسواقاً ناشئة^(١)، ويتوقع أن تكون حجم تجارة الحلال أكبر خلال السنوات القادمة، خاصة بعد الإهتمام الذي تشهده هذه الصناعة من قبل الدول الإسلامية في السنوات الأخيرة^(٢).



الشكل (٤) تجارة الحلال حول العالم

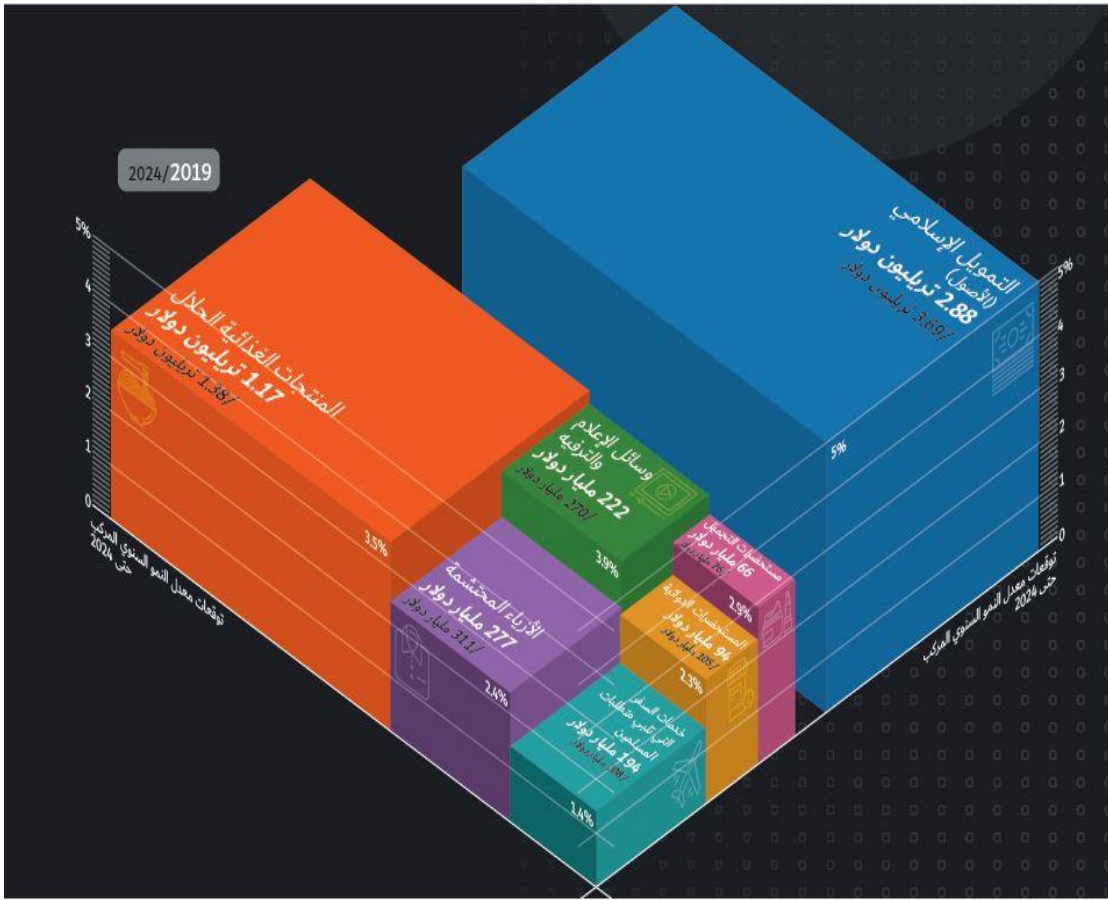
المخطط من عمل الباحث بالاعتماد على تقرير الاقتصاد الإسلامي العالمي

٢٠١٧ / ٢٠١٨

(١) الأسواق الناشئة: يمكن تعريفها بأنها: "الأسواق التي لم تصل بعد إلى مرحلة النضج، ولا تزال في بيئة عملها بعض الهشاشة وعدم اليقين، بسبب بعض العوامل السياسية والإقتصادية، الداخلية والخارجية". حوكمة الشركات في الأسواق الناشئة: د. ناصر عبد الحميد، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، ٢٠١٤م، ص ٣٧.

(٢) ينظر: أسلمة العلامات التجارية كمدخل إستراتيجي للتموقع في سوق الأغذية الحلال: ص ١٧٦.

وفي أحدث تقرير قامت به شركة Dinar Standard الإستشارية للأبحاث، بالتعاون مع مركز دبي للإقتصاد الإسلامي حول واقع صناعة الحلال في العالم، أشار إلى أنّ ١.٩ مليار مسلم أنفقوا خلال ٢٠١٩م نحو ٢.٢ ترليون دولار، وقريباً من ذلك خلال عام ٢٠٢١م على مختلف قطاعات الحلال الأساسية، التي تشكل حجم الإقتصاد الإسلامي، ومن المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإقتصاد الإسلامي ٣,١% بين عامي ٢٠١٩م و٢٠٢٤م، ليصل إلى ٢,٤ ترليون دولار بحلول عام



٢٠٢٤م، وسيصل إلى ٢,٨ بحلول عام ٢٠٢٥م، والشكل التالي يبين حجم الإنفاق في مختلف قطاعات الحلال^(١).

الشكل (٥) توقعات معدل النمو السنوي المركب حتى ٢٠٢٤

تقرير واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠٢٠/٢٠٢١

(١) ينظر: تقرير واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي لعام ٢٠٢٠م: ص ٤؛ وتقرير عام ٢٠٢٢م: ص

وهذا التطور يتسق مع النظريات الإقتصادية حول "سيادة المستهلك"، حيث إنّ الطلب هو الذي يقود إلى توفير العرض، أي أنّ تنامي العرض يتناسب طردياً مع الزيادة على الطلب، ويمكن تفسير أهم الأسباب الدافعة إلى توسع إنتشار الحلال، ما يأتي:

- ١- كبر حجم الأسواق المحلية والعالمية، فتعداد المسلمين يصل إلى حوالي ١,٦ مليار مسلم، مع تزايد أعداد الجاليات المسلمة في مختلف قارات العالم.
- ٢- التزام المسلمين بعهديتهم يدفعهم إلى طلب منتجات وخدمات الحلال.
- ٣- توفر القيم الصحية، والغذائية العلمية السليمة في منتجات الحلال، مما جعل غير المسلمين يقبلون عليها.
- ٤- التوجه إلى الإقتصاد الأخضر الصديق للبيئة في أوروبا، وهو ما يتلاءم مع إقتصاديات الحلال.
- ٥- آثار الأزمات التي أفرزتها الإقتصاديات العالمية، والدعوات المتزايدة لإتباع إقتصاد خالي من الربا والفقاعات المالية الوهمية.
- ٦- النمو الملحوظ لقطاع المصارف والتمويل الإسلامي، وانتشار أدوات تمويلية تتناسب مع احتياجات المتطلبات العصرية، وتحقيقها لأرباح ونتائج في مدة وجيزة^(١).



(١) ينظر: إقتصاد الحلال: فرص وتحديات إنتشار التجارة الحلال في الأسواق العالمية: محمد أحمد عبد المعطي، إتجاهات الأحداث، المجلد ١، العدد ٥، ٢٠١٤م، ص ٥٣.

المطلب الثالث

تطبيقات منتجات صناعة الحلال

يغلب الإعتقاد على كثير من الأفراد أنّ صناعة الحلال مقتصرة على تطبيق واحد، وهو إنتاج الغذاء والشراب الحلال فقط، لكن بعد أن نجحت مشروعات الأغذية الحلال واشتهرت في الأوساط العربية والغربية، خاضت مجموعة من الشركات والمؤسسات العالمية تجارب أخرى، من أجل تنويع منتجات وخدمات أكثر لتلبي الحاجات الإستهلاكية للمسلمين.

ولقد إشتهر قطاع صناعة الحلال بعد إبتكار منتجات جديدة متوافقة مع الشريعة الإسلامية، على الأصناف التالية:

أولاً: منتجات الغذاء: وتمثل الأغذية التي يتم إنتاجها أو ذبحها على ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، وتشمل منتجات الحلال الغذائية، ومنها:

- ١- اللحوم والدواجن.
- ٢- منتجات الألبان.
- ٣- الأغذية الجاهزة.
- ٤- الأغذية المصنعة.
- ٥- الأغذية العضوية والعشبية، وأغذية الأطفال والرياضيين.
- ٦- منتجات المخازن.
- ٧- المكونات، المضافات وغيرها.
- ٨- المشروبات المعبأة^(١).

ثانياً: منتجات السلع: وتشمل منتجات الحلال غير الغذائية، ومنها:

- ١- الألبسة والأزياء الإسلامية والإكسسوارات.
- ٢- مستحضرات التجميل والعناية الشخصية.

(١) ينظر: ثقافة الحلال: د. هاني منصور المزيدي، معهد الكويت للأبحاث العلمية - الكويت، ص ٣٢؛ وصناعة الحلال وخدماته: د. هاني منصور المزيدي، تحقيق: أميرة محمد جلال درويش، الكويت، ط ١، ٢٠٢٠م، ص ٢٧٩ - ٢٨١.

- ٣- العطور .
- ٤- مواد التغليف، وتجهيز المواد، والمعدات.
- ٥- المستحضرات الصيدلانية.
- ٦- المنتجات الجلدية.
- ٧- مستلزمات دورات المياه.
- ٨- الأعشاب والمنتجات الصحية.
- ٩- المغذيات.
- ١٠- أعلاف الحيوانات^(١).

ثالثاً: الخدمات: نشاطات غير ملموسة، الهدف منا إشباع الرغبات والاحتياجات عند تسويقها للأفراد^(٢)، ومنها:

- ١- الخدمات المالية.
- ٢- السفر والسياحة الطبية.
- ٣- الخدمات اللوجستية والنقل والشحن والتخزين.
- ٤- المطاعم والفنادق وخدمات المأكولات.
- ٥- المنشورات ووسائل النشر.
- ٦- الإعلام والإنترنت والتواصل الإلكتروني.
- ٧- التعليم والتدريب، وورش العمل، والإستشارات، والمؤتمرات.
- ٨- الطاقة المتجددة.
- ٩- مواقع التصدير وتخزين الغذاء.
- ١٠- الديباجة والتعبئة.

(١) ينظر: ثقافة الحلال: ص ٣٢؛ وصناعة الحلال وخدماته: ص ٢٧٩ - ٢٨١.

(٢) ينظر: إدارة التسويق: د. محمود صادق بازرعة، المكتبة الاكاديمية - مصر، ط١، ٢٠٠١م،

ويمكن حصر منتجات الحلال في الإقتصاد الإسلامي، في الشكل التالي:



الشكل (٦) منتجات وخدمات الحلال

المخطط من عمل الباحث بالاعتماد على بحث صناعة الحلال من الخصوصية الى العالمية



^(١) ينظر: صناعة الحلال من الخصوصية إلى العالمية: د. محمد الونث سعيد ميرغني، بحث مقدم إلى ندوة أقامها المجلس العربي للأكاديميين والكفاءات - ماليزيا، ٢٧ ديسمبر ٢٠٢٠م، ص ١٢، ١٣.

المطلب الرابع

دواعي الحاجة إلى صناعة الحلال

يتجاوز عدد مسلمي العالم حوالي ٢ مليار مسلم حتى عام ٢٠٢١م، وبنسبة ٢٤٪ من سكان العالم، وسيظل هذا العدد الكبير من مسلمي العالم، بحاجة مستمرة إلى مختلف أصناف منتجات الحلال؛ وذلك لأن الله سبحانه وتعالى تعبدتهم بأن يتحروا الحلال في كسبهم، وأكلهم، وشربهم، ولبسهم، وتداويهم، وفي البيع والشراء وغير ذلك من العلاقات الاجتماعية والمعاملات الاقتصادية، لما في ذلك من الخير وطيب المعاش، وسعادة الحياة وصلاح النفوس، وتحقيقاً للأمن والاستقرار في المجتمعات ككل في حياتهم الدنيوية، وأما في الآخرة فيحل على من إلتزم طاعته واستقام عليها، واجتنب ما نها عنه رضاه ومغفرته، فلا يسخط عليه سبحانه بعد ذلك أبداً.

وأدلة الكتاب والسنة النبوية تزخر بالمؤيدات حول تبني العمل الحلال، والحث على الأكل من طبيبات الأغذية واللحوم، وسندكر من هذه الأدلة عند حديثنا على منتجات الأغذية والسلع وغيرها من الخدمات، لكننا نذكر في هذا المقام حديث من أجمع النصوص النبوية وأشملها في باب الحلال والحث عليه، وأثره على حياة المسلم الدنيوية والأخروية، فعن أبي هريرة رضي الله عنه: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ: ((أَيُّهَا النَّاسُ، إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا، وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ، فَقَالَ: ﴿يَأَيُّهَا الرَّسُلُ كَلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَعَمَلُوا صَالِحًا إِنَّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝﴾^(١)، وَقَالَ: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كَلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ﴾^(٢)، ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلُ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ، يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ، يَا رَبِّ، يَا رَبِّ، وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ، وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ، وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ، وَعُذِي بِالْحَرَامِ، فَأَنَّى يُسْتَجَابَ لِذَلِكَ؟))^(٣)، ويقول الإمام النووي رحمه الله معلقاً: إِنَّ هَذَا الْحَدِيثَ أَحَدُ الْأَحَادِيثِ الَّتِي ضَمَّتْ قَوَاعِدَ الْإِسْلَامِ وَمَبَانِي الْأَحْكَامِ، وَفِيهِ الْحَثُّ عَلَى الْحَلَالِ وَالْإِنْفَاقِ

(١) سورة المؤمنون: الآية ٥١.

(٢) سورة البقرة: جزء من الآية ١٧٢.

(٣) رواه مسلم في صحيحه: كتاب الزكاة، باب قبول الصدقة من الكسب الطيب وتربيتها، حديث رقم

فيه، وإنَّ كل مشروب ومأكل وملبس ومركب، ينبغي أن يكون حلالاً خالصاً لا حرمة فيه ولا شبهة، وأنَّ الأخذ بالحلال والعمل به في كل مجريات الحياة العامة سبباً في إجابة دعاء المسلم، فمن تغذى بالحرام وكسى جسده بالحرام فأنى يستجيب الله تعالى دعائه، وإنَّ كان الرجل يرتحل في سفر إلى طاعة لعبادة من العبادات، كصلاةٍ أو حجٍّ أو صلة رحم^(١).

وهذا النص شاهد من الشواهد على أنَّ المسلم مأمور شرعاً بالعمل والكسب المباح، وإنتاج الطيبات، وأن يقدم ما هو الصالح النافع للخلق، ليتغذى أفراد المجتمع على الأغذية الطيبة النافعة، وأن يكتسوا باللباس المحتشم من سوء، ولا يقتصر الأمر على المأكول والمشرب والملبس فحسب، بل يشمل كل ما يدخل في حاجات الناس وما هو من الضروريات التي لا تقوم الحياة إلا بها، من إنتاج للبضائع الإستهلاكية، وتقديم الخدمات الصحية والتعليمية والترفيهية، وغيرها من الخدمات التي إن فقدت، أصاب الأفراد من الحرج والضيق في معاشهم.

ومن أصول الفقه الإسلامي أنَّ أي سلعة محرمة لا تدخل في دائرة الإنتاج، لأنها لا تعد مالاً، وإنتاج السلع والبضائع وتقديم الخدمات هدفه الحصول على المال، فالخمر على سبيل المثال ليس مالاً ولا يجوز الانتفاع به، فلا يدخل في حيز الإنتاج، وكذا الخنزير لا يكون محلاً للإنتاج لأنه محرماً، وكذلك بالنسبة للمنافع المحرمة لا يحل الانتفاع بها، كمنفعة الساحر والبغي والكاهن، لأنها منافع محرمة فلا يجوز العقد عليها ولا الإستثمار فيها؛ لأن المعصية لا يتصور إستحقاقها بالعقود، فلا يجب عليه الأجر من غير أن يستحق هو على الأجير شيئاً، إذ المبادلة لا تكون إلا باستحقاق كل واحدة منها على الآخر، ولو استحق على المعصية أجراً، لكان ذلك مضافاً إلى الشارع من أنه شرع عقداً موجباً للمعصية، فتعالى الله عن ذلك علواً كبيراً، وهنا يظهر فقه الفقهاء

(١) ينظر: المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج: أبو زكريا يحيى بن شرف النووي (ت: ٦٧٦هـ)،

دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط ٢، ١٣٩٢، ١٠٠/٧.

في اشتراط المعقود عليه بأن يكون مالاً متقوماً، والمنفعة مباحة من قبل الشارع الإسلامي^(١).

ومن أشد دواعي الحرص على إيجاد صناعات حلال تحمل بصمات إسلامية، هو أنّ المسلمين اليوم أصبح غذائهم ودوائهم وملبسهم ومركبهم كله من عمل غير المسلمين، فالسلع والبضائع محكومة بتدبير غيرهم، فطورت صناعة الأغذية واللحوم والأدوية واتبعت فيها أساليب لم تكن معهودة من قبل، وأضيفت لهذه الصناعات مواد مشتملة إما على لحوم محرمة، أو مواد مسكرة، أو إضافات غذائية ضارة، والوارد علينا من هذه المنتجات صادره من دول لا تحكمها مبادئ وأحكام الشريعة الإسلامية، ولا يقف أمام جماعها شيء من أخلاق الإسلام وسلوكه، ولا يمكن للمسلمين أن يعيشوا على حضارة هذا العالم، وأن يكونوا عالة على غيرهم، فلا يمكن مشاركة من لا نلتقي معه في مبادئه وسلوكياته^(٢).

وتعتبر منتجات الحلال الطبيعية (عضوية وخضراء)، والصحية التي تحافظ على مظهر البيئة (صديقة للبيئة)، حاجة أساسية ومطلب متكرر من جميع المسلمين، فصناعة الحلال تضمن متطلبات الحلال في كل خطوة بأكثر دقة وعناية، تبدأ من مواد الخام، ثم عمليات الإعداد والتصنيع، وصولاً إلى المنتج النهائي في يد الزبون، كما أنه يحتضن سلامة المنتج من جميع النواحي الأخلاقية والطبيعية ويزيد من فعاليته، مع إنتهاج منهج إنساني غير إستغلالي في عملية التسويق، ولهذا السبب يفضل غير المسلمين هذه المنتجات أيضاً، بالإضافة إلى أنّ شهادة الحلال وشهادة المكونات تعمل على زيادة المعايير الأخلاقية والمقبولية لدى المستهلكين، وهي مرتبطة

(١) ينظر: حماية المستهلك في الفقه الإسلامي: محمد محمد أحمد أبو سيد أحمد، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ٢٠٠٤م - ١٤٢٥هـ، ص ٧٠.

(٢) ينظر: الإجتهد الفقهي في مجال الصناعات الغذائية والدوائية: عبد الفتاح محمود إدريس، مجلة المسلم المعاصر، العدد ١١١، مارس ٢٠٠٤م، ص ١٥٣.

بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفكرة الترابط والإستدامة، والتي تشمل البيئة والمجتمع والإقتصاد وإدارة الأعمال وممارسات التصنيع⁽¹⁾.

ولقد غزت العالم الإسلامي شحنات كبيرة من المستوردات الصناعية بشتى أنواعها، حيث صرحت الشركات المنتجة لها، أنها منتجة على وفق مواصفات معينة ألزمت غيرها بها، ناهيك عن كثير من الخدمات التي تقدم في تلك الدول الأجنبية للسياح والمسافرين المسلمين، غير متوافقة مع الشريعة الإسلامية ومبادئه الأخلاقية، إذاً إنطلاقاً مما تعبدنا وأمرنا سبحانه بالعمل والإنتاج للحلال والطيبات، فعلى المسلمين أن ينهضوا لإيجاد بدائل صناعية، و تقديم خدمات بمعايير إسلامية، تحل محل الواردات من السلع الأجنبية، الغريبة عن الدين والأخلاق والأعراف.



⁽¹⁾ See: Beauty Premium and Halal Cosmetics Industry: Saqib Ali, Fairol Halim, Norzieiriani, Ahmad, Journal of Marketing Management and Consumer Behavior, Vol. 1, Issue 4, 2016, p60.

المطلب الخامس

قواعد الإقتصاد الإسلامي في الحلال والحرام

من أخطر القضايا في دين الإسلام بعد الإيمان بالله تعالى قضية الحلال والحرام، فلا أهم شيء إلى نفس المؤمن من أمور الحلال والحرام، ولقد قلنا سابقاً أنّ مصدر التشريع هو من الله تعالى، وأنه هو المحلل والمحرّم، وأنه ما أحل شيئاً أو حرّمه إلا لحكمٍ ومقاصد عظيمة، ليميز أهل الإيمان من أهل الفسوق، وإنّ في التحليل والتحريم تحقيق للتوازن بين جوانب الحياة، حتى لا يطغى جانب على آخر، وإنه ما شرع إلا لتحقيق السعادة والعيش بهناء في الدنيا، ولنيل الرضا والأجر في الآخرة.

والفقه الإسلامي حد قواعد عظيمة الشأن لتضبط الحلال والحرام في جميع مسائل وقضايا الحياة البشرية، وقد جمع بعض المؤلفين جزءاً من هذه القواعد^(١)، فمن أهمها ما يأتي:

١- الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم: الإباحة هي الأصل إلى أن يرد التحريم من الشارع، وقد قال الإمام شمس الأئمة السرخسي رحمته الله: "أنّ النص الموجب للحظر يكون متأخراً عن الموجب للإباحة، فكان الأخذ به أولى، وبيان ذلك وهو أن الموجب للإباحة يبقى ما كان على ما كان على طريقة بعض مشايخنا، لكون الإباحة أصلاً في الأشياء"^(٢).

٢- التحليل والتحريم حق الله وحده: التحليل هو جعل الشيء حلالاً مباحاً لفاعله، وأمّا التحريم هو جعل الشيء حراماً محظوراً على فاعله، وهذان الحكمان يتعلقان بحياة الإنسان، لعيش آمناً مطمئناً على دينه ونفسه وماله وعرضه، ولذلك لم يكمل الله سبحانه

(١) ينظر: أسواقنا التجارية: محمد خير الشعال، دار الفكر - دمشق، ط ١، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م، ص ٢٣١ - ٢٤٦؛ والنشاط الإقتصادي الإسلامي وأثر القيم والأخلاق فيه، دراسة إقتصادية إسلامية تحليلية مقارنة: محمود عبد الكريم أحمد إرشيد، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٨ م، ص ٣٠ - ٣٦.

(٢) أصول السرخسي: محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي (ت: ٤٨٣ هـ)، دار المعرفة - بيروت، ٢٠٠٢.

وتعالى هذان الحكمان لأحد من خلقه، فهو المشرع الحقيقي وحده في كتابه او على لسان نبيه محمد ﷺ^(١).

٣- **تحريم الحلال وتحليل الحرام قرين الشرك بالله:** إيجاب ما لم يُجبه عز وجل، واسقاط ما أوجبه هذا كفر بالله، وذلك أنّ الله تعالى ما فرط في الكتاب شيء وفصل فيه كل شيء، وأتم الدين على أحسن وجه وأتم منهاج^(٢).

٤- **التحريم يتبع الخبث والضرر:** من حق الله سبحانه وتعالى على خلقه أن يحل ويحرم عليهم ما يشاء، وليس لهم الاعتراض والعصيان، بل عليهم التسليم فهذا من حق ربوبيته على خلقه، ومن مقتضى عبوديتهم له، وما حرم الله جل شأنه شيء إلا لم فيه من أذى وضرر على الفرد والمجتمع، فما كان ضرره وخبثه خالص فهو محرم^(٣).

٥- **في الحلال ما يغني عن الحرام:** من محاسن الشريعة الغراء أنها ما منعت من شيء وحرمته، إلا جعلت ما يسد من بدائل ويغني عنه، والأمثلة على ذلك كثيرة في الفقه الإسلامي منها: حرم الله سبحانه الإستقسام بالأزلام^(٤)، وابدلهم سبحانه بصلاة

(١) ينظر: موسوعة القواعد الفقهية: محمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحراث الغزي، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، ٢٤٠/٣.

(٢) ينظر: النبذة الكافية في أحكام أصول الدين: أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري (ت: ٤٥٦هـ)، تحقيق: محمد أحمد عبد العزيز، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤٠٥هـ، ص ٦١س.

(٣) ينظر: النشاط الإقتصادي الإسلامي وأثر القيم والأخلاق فيه: ص ٣٢.

(٤) الأزلام: هي أسماء أقداح كانت لقريش في الجاهلية، وقد زُلمت أي سويت ووضعت في الكعبة تحت إشراف سدنة البيت - خادم الكعبة-، فإذا الرجل السفر أو أراد امرأ من أمور حياته ذهب إلى السادن، فيقول له: أخرج لي زلماً، فان خرج قدح الأمر مضى الرجل على ما عزم عليه، وإن خرج قدح النهي قعد عما أراد. ينظر التفسير البسيط: أبو الحسن علي بن أحمد بن محمد بن علي الواحدي، النيسابوري، الشافعي (ت: ٤٦٨هـ)، عمادة البحث العلمي - جامعة محمد بن سعود الإسلامية، ط١، ١٤٣٠هـ، ٢٥١/٧.

الاستخارة والدعاء فيها، وحرمة الربا وعوضهم بالتجارة الربحية، التي تقوم على تحقيق مصالح أفراد المجتمع^(١).

٦- ما أدى إلى الحرام فهو حرام: من مبادئ الإسلام سد الذرائع التي تفضي للحرام، فكل ما أدى إلى الحرام أو كان وسيلة إليه، فيأخذ نفس الحكم الثابت للأول، ومثال هذه القاعدة: البيع المشتمل على الربا يحرم الاقتراب منه ويجب اجتنابه، حتى وإن كان العقد صحيحاً في ظاهره، لكنه يستهدف غاية محظورة وممنوعة شرعاً^(٢)، فالغاية لا تبرر الوسيلة.

٧- التحايل على الحرام حرام: يوجب الإسلام تحريم الحلال في تحقيق المصالح المشروعة، والابتعاد عن الحرام ووسائله، فنهى المسلم التحايل من أجل إستحلال الحرام، ومن أشكال التحايل بيع العينة من أجل الوصول إلى الربا، وحديث رسول الله ﷺ: ((إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَّا نَوَى))^(٣)، أصل شرعي لقطع كل أشكال التحايل للوصول إلى المحرمات^(٤).

٨- النية الحسنة لا تبرر الحرام: ومفادها أنه لا يجوز فعل الأفعال القبيحة وارتكاب المحرمات بحجة مقصد الباطن حسن، وهي عكس ما أشتهر على ألسنة العجم من أن (الغاية تبرر الوسيلة)، فلا تجوز السرقة لأجل التصدق، ولا الإكراه لنشر دين الله، ولا الخيانة والغدر لكسب ود عدو، ولا الأكل بأنية الذهب والفضة إرهاباً للعدو^(٥).

٩- إتياء الشبهات: المشتبه هو ما تنازعه فيه دليلان، أحدهما يدل على إحقاقه بالحلال، والآخر يدل على إحقاقه بالحرام، فأرشد النبي ﷺ إلى إتياء الأمور التي تدور

(١) ينظر: محاسن السلام: الأستاذ إحمد عز الدين البيانوني، دار السلام، ط ١، ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م، ص ١٦٠.

(٢) ينظر: الفقه الإسلامي وإدلته: ٣٧٦٣/٥.

(٣) رواه البخاري في صحيحه: كتاب بدء نزول الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله ﷺ، حديث رقم ١، ٦/١.

(٤) ينظر: الإقتصاد الإسلامي: ص ١٩٣، ١٩٤.

(٥) ينظر: فقه السياسة على منهاج النبوة: محمد السيد بن حسن بن محمد بن أرباب التواتي المحسي الخزرجي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٠ م، ص ٣٤.

بين الحل والحرمة، ولم يجعل الأصل فيها لأحدهما؛ إلتقاءً لدينه من الذم، ولعرضه من كلام الناس فيه^(١).

١٠- لا محاباة ولا تفرقة في المحرمات: الحرام في الإسلام شامل لكل من وجه إليهم خطاب التكليف، فلا يكون الحرام حلال للعربي، حراماً على العجمي، فالحلال حلال للجميع والحرام حرام على الجميع، ومن يقوي هذه القاعدة: قول النبي ﷺ: ((وَأَيْمُ اللَّهِ لَوْ أَنَّ فَاطِمَةَ بِنْتَ مُحَمَّدٍ سَرَقَتْ لَقَطَعْتُ يَدَهَا))^(٢)، فلا مجاملات أو محاباة في شرع الله، لا لقريب ولا لبعيد.

١١- الضرورات تبيح المحظورات: ويباح المحظور المحرم شرعاً عند وجود الضرر، بشرط أن يكون المحظور أخف من الضرر الحادث، فيجوز بل تجب أكل الميتة عند المخصة، وإساعة اللقمة بالخمير أو البول، وقتل المحرم الصيد إذا صال عليه حفاظاً على نفسه^(٣).

إنَّ قواعد ومبادئ الإسلام في التحليل والتحریم كثيرة ومتفرعة، وقد فصلتها كتب أصول الفقه الإسلامي، وما نريد قوله في هذا المقام، هو أنَّ التحليل والتحریم في شريعة الإسلام إنما هو لعل وحكم مبررة من قبل الشارع، تخدم في نهاية المطاف مصلحة الإنسان والمجتمعات كافة، فلا يتصور وجود التحليل والتحریم على خلاف منفعة ومصلحة الأفراد.



(١) ينظر: الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية: الشيخ الدكتور محمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحراث الغزي، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م، ص ١٩٦.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: كتاب أحاديث الأنبياء، باب حديث الغار، حديث رقم ٣٤٧٥، ١٧٥/٤؛ ورواه مسلم في صحيحه: كتاب الحدود، باب قطع السارق الشريف وغيره، والنهي عن الشفاعة في الحدود، حديث رقم ١٦٨٨، ٣/١٣١٥.

(٣) ينظر: شرح الكوكب المنير: تقي الدين أبو البقاء محمد بن أحمد بن عبد العزيز بن علي الفتوح المعروف بابن النجار الحنبلي (ت: ٩٧٢هـ)، تحقيق: محمد الزحيلي ونزيه حماد، مكتبة العبيكان، ط٢، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م، ٤/٤٤٤.

المطلب السادس

مبادئ الإقتصاد الإسلامي في صناعة الحلال

إنّ الإنتاج لكي يكون حلالاً ومباح الأكل أو الإستخدام، لا بد أن يجري على معايير وضوابط بينة وواضحة المعالم، والعملية الإنتاجية إذا كانت محكومة بقواعد تنفيذية تحقق أغراض الإنتاج ومآلاته، فإنه سيحدد إسلامية الطريقة من عدمها، والإسلام يأمر بالتزام بمبادئ الحلال عند مزاوله النشاطات الإقتصادية، وإنّ الإلتزام بهذا المبادئ، من شأنه أن يدفع الجهاز الإنتاجي إلى حسن إستغلال الموارد المتاحة، وإلى إيجاد بدائل لسلع وخدمات مشروعة تحقق رغبات المستهلكين، وبذلك تضل الصناعات برمتها تحت ضوابط الحلال والحرام، وبعيداً عن منافذ الشهوات والسلوكيات الضارة على عناصر العملية الإنتاجية، الموارد والمنتج والمستهلك.

ويمكن إيجاز أهم ضوابط الإقتصاد الإسلامي لإنتاج السلع وتقديم الخدمات، فيما يأتي:

١- أن تقع المنتجات في دائرة الحلال، ما أحله الله عز وجل، وأن لا يخلو الإنتاج من إحدى مقاصد الشارع الخمس: حفظاً للدين وللنفس وللعقل وللنسل وللمال^(١).

٢- أن تكون عملية التوليف - الجمع بين عناصر الإنتاج - منسجمة مع دائرة الحلال، فلا يجوز تمويل عملية الإنتاج من الربا، أو إستغلال العناصر البشرية وبخسهم حقوقهم أو تكليفهم أكثر مما يطيقونه، أو إغتصاب أرض العمل الذي يقف عليها المشروع^(٢).

٣- صحة قيام المشروع والنتائج التي يفرزها، وسلامة الأهداف والغايات المتوخاة منه، بحيث يكون إطار الإنتاج منسجماً مع معايير الحلال^(٣).

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي (العبيدي): ص ٨٧.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ص ٨٧.

(٣) ينظر: ضوابط إستخدام الموارد البشرية في الإقتصاد الإسلامي وآثارها في التنمية: د. كامل صكر القيسي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤٣٨ هـ - ٢٠١٧ م، ص ٣٢١.

٤- أن تدار المشروعات بأسلوب لا يتعارض مع مبادئ الإسلام في العمل، فلا يدار الإنتاج بممارسة أساليب إحتكارية في العرض والتسعير، ولا الغش والإضرار بصحة الآخرين أو الإضرار بالبيئة، أو عدم الإلتزام بالموصفات المطلوبة وخصائص السلع القياسية، أو الإعلان الكاذب عن سلع لا تحمل مواصفات موجودة في السلعة، أو بخس حقوق مالكي عناصر الإنتاج^(١).

٥- إنَّ السلوك الإستهلاكي للمجتمعات المسلمة تعد ضابطاً مهماً لعملية الإنتاج، حيث إنَّ إلتزام المسلم بضوابط الحلال والحرام عند إستهلاكه للسلع يفوت الفرصة على كل مُنتج مخالف يمكن تسويقه للأسواق الإسلامية، فالإسلام عندما يحرم شيئاً لمخالفته مقاصد الشارع فإنه يحرمه في جميع المراحل التي يمر بها هذا المنتج، من إنتاج وتسويق واستهلاك، ومن أمثلة ذلك الخمر التي حرمتها الشريعة الإسلامية^(٢).

٦- أن يكون الإنتاج متوازناً مع الحاجة الإستهلاكية، لأن الإنتاج المنافي لحاجة الطلب يؤدي إلى نوع من الإسراف المنافي لقواعد الشرع في الترشيد والإعتدال، أو قد ينذر بحدوث أزمة إقتصادية، وإذا كان أقل من حاجة المستهلكين فإنه يعرض الناس للحرج والضيق في إشباع حاجاتهم من السلع الضرورية^(٣).

٧- أن تراعى المصالح في العملية الإنتاجية الأولى ثم الأولى، فيراعى مبدأ الإيراد الإجتماعي كمقياس رئيسي يخضع له الإنتاج، وليس على مبدأ الإيراد الشخصي، فقد تحقق سلعة ما ربحاً شخصياً لمُنتجها، لكن هذه السلعة تلحق أضراراً جسيمة بالمجتمع، والأضرار التي يضعها الإقتصاد الإسلامي في

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي (العبيدي): ص ٨٩.

(٢) ينظر: ضوابط استخدام الموارد البشرية في الإقتصاد الإسلامي وآثارها في التنمية: ص ٣٢١.

(٣) ينظر: الإستهلاك وضوابطه في الإقتصاد الإسلامي: ص ٣٩٠.

حساباته، ليست الأضرار المادية فحسب، وإنما تتعدى ذلك لتشمل الأضرار التي تمس بعقدية المجتمع وأخلاقه^(١).

٨- وأخيراً لا يمكن القيام بمختلف الفعاليات الاقتصادية وتحقيق التنمية الاقتصادية من دون وجود رقابة للدولة، باعتبارها جهة مسؤولة عن رعاية مصالح الأمة، فإن الوازع الديني قد يضعف من نفوس بعض الأفراد، ويتراخى الإلتزام الطوعي بالضوابط الشرعية في السلوك الإجتماعي والإقتصادي، فهنا وجب على الدولة من باب إقرار العدل في المعاملات لتحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة، أن تراقب سلوك الأفراد وتصرفاتهم وتقيدوا إذا ما أضرت بالصالح العام^(٢).

إنَّ المبادئ والضوابط السابقة إذا ما حققتها الأمة الإسلامية عند مزاولتها للنشاط الإقتصادي، فإنها كفيلة بضبط السلوك الإنتاجي وجعله يسير وفق السلوك الذي يحقق استخدام الموارد التي أودعها الله سبحانه على هذه الأرض، فالإستخدام الأمثل يحفظها من الهدر والضياع واستنزافها من غير مصلحة مرجوة، كما أنها تضمن أن يصل للمستهلك المسلم من السلع والبضائع والخدمات التي يحل الإنتفاع بها، وبذلك تكون هذه الضوابط الإسلامية قد حققت أهداف الإقتصاد الإسلامي، تجاه البيئة والمنتج والمستهلك.



(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي مفاهيم ومرتكزات: د. محمد أحمد صقر، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي الأول للإقتصاد الإسلامي، المنعقد بجامعة الملك عبد العزيز في مكة المكرمة خلال الفترة ٢١ - ٢٦ فبراير ١٩٧٦م، ص ٤٥.

(٢) ينظر: العمل في الإقتصاد الإسلامي: ص ٥٩، ٦٠.

المطلب السابع

العلاقة بين منتجات الحلال والمستهلكين

عند تحليل العلاقة المتبادلة بين الإنتاج والإستهلاك، نلاحظ أنّ الإنتاج يحتل مكانة عالية من الأهمية، وهذا أمر بديهي فلا يمكن التفكير بإمكانية حدوث عملية الإستهلاك بنوعيه، دون تحقيق وجود المنتج أولاً، وأنّ تطور الصناعات في أي مجتمع هي التي تحدد حجم ونوعيه الإستهلاك، وإمكانية تلبية الحاجات الإستهلاكية لأفراده^(١). إنّ المتتبع لحقيقة الإنتاج في النظام الإقتصادي الإسلامي، يجد أنّ هدف الإنتاج من إستخدام الثروات، هو لخلق المنافع وإيجاد السلع والخدمات وجعلها صالحة للإستخدام، فمن أهدافه أنّ له علاقة تربط مع حياة الناس ومعاشهم، والمسلم المستهلك في مقابل ذلك محكوم أن يكون تعامله في دائرة الحلال، لأنه سيُسأل يوم القيامة عن ماله في أي شيء أنفقه، إذاً هناك علاقة وثيقة بين إنتاج الحلال واستهلاك المستهلكين، فلا يمكن فصل هذه العلاقة فيما بينهما، ولو انفصلت لأصبح الإنتاج والإستهلاك هدف غاية، لا هدف مشروع طريق، وهكذا تتكامل الحياة لتجتمع في تحقيق هدف عمارة الأرض من أجل عبادة الله سبحانه وتعالى عليها.

وإذا ما إتبع المنتجون الضوابط الإسلامية في العمل والإنتاج، فإنها ستحقق آثار عدة تصب في صالح المستهلك، منها^(٢):

١- إطمئنان المستهلك إلى حاجاته الضرورية وسهولة حصوله عليها، وشعوره بعدم الخوف؛ لتوفر ما يحتاجه هو واسرته لقيام حياته.

(١) ينظر: أصول علم الإقتصاد والحل الأمثل للمشكلة الإقتصادية من منظور إسلامي: أصول علم الإقتصاد والحل الأمثل للمشكلة الإقتصادية من منظور إسلامي: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار الأكاديميون، ٢٠١٧م، ص ٣٠.

(٢) ينظر: ضوابط إستخدام الموارد البشرية في الإقتصاد الإسلامي وآثارها في التنمية: ص ٣٥٨؛ وحماية المستهلك في الفقه الإسلامي: ص ٧٤، ٧٥.

٢-الإطمئنان من صلاحية السلع والخدمات المقدمة إلية، والمصادقة على مصدرية إنتاجها من قبل جهات أمينه، وضمان نفعها وخلوها من الأضرار البدنية لأنها سلع طيبة.

٣-الإطمئنان لإقبال المتسوقين إلى السلع المنتجة، ودفع ثمنها وهم في رضا تام وعدم تردد في شرائها وحيازتها، لثقتهم المطلقة باعتدال سعرها والمحافظة على جودتها وسلامتها.

٤-سلامة السلع من كل ما يخدش بها من عوامل الغش والإحتيال والإحتكار والإستغلال، وبهذه الطريقة تضمن سلامة السلعة بعد أن مرت بكل مراحلها في دائرة الحلال، وانتهت في الدائرة نفسها^(١).

وباتباع ضوابط الإقتصاد الإسلامي في الإنتاج، نكون قد حققنا مصالح أطراف النشاط الإقتصادي، المنتج، والمستهلك، والحفاظ على البيئة وترشيد الموارد الأولية. ولإقبال أفراد المجتمعات الإسلامية على إستهلاك منتجات الحلال، أسباب تتعلق بنمط الإستهلاك - نمط الحياة أو ما تسمى بنمط العيش-، فمن العوامل التي تفسر طريقة هذه الأنماط الإستهلاكية القيم الدينية والأخلاقية، فيعتقد المسلم أن الغاية من الإنفاق، توفير الإحتياجات الأصلية لإشباع جسده وبنائه لطاعته وعبادته، وتأسيساً على ذلك فإن المسلم يلتزم بشرع الله تعالى حتى ينال مرضاة الله وثوابه، ويتجنب ما نهى الله عنه ليحقق له الإطمئنان القلبي والراحة النفسية، وكذلك إتصاف المستهلك بالأمانة والصدق والإعتدال والقناعة، وتجنب الإسراف والهدر للمال والترف وحب المظهرية والتقليد، كل ذلك يحقق له سلوكاً رشيداً، وبالتالي ينجم عن هذه القيم الإيمانية

(١) ينظر: ضوابط إستخدام الموارد البشرية في الإقتصاد الإسلامي وآثارها في التنمية: ص ٣٥٨، وحماية المستهلك في الفقه الإسلامي: ص ٧٤، ٧٥.

والأخلاقية للمستهلك المسلم، سلوكاً سويماً يقوده نحو منتجات الحلال الطيبة وتجنب منتجات الحرام الخبيثة^(١).

ومن العوامل التي تعزز سلوك المستهلك^(٢) المسلم الثقة في صحة شهادة الحلال، حيث تمثل المنتجات التي تحمل شعار حلال عند المسلمين، أكثر قيمة من المنتجات الكلاسيكية المتعارف عليها، لأن الحلال يحظى بنوع من القدسية، حيث إنَّ هذه الشهادة تشهد وتصدق بأن المنتجات أو الخدمات، تتوافق مع تعاليم الشريعة الإسلامية في جميع مراحل الإنتاج، فالإشهاد يضيف قيمة معنوية للمنتجات، وتعطي للمستهلكين تفضيلاً في قراراتهم الشرائية^(٣)، وهذا العامل هو ما أكدته دراسة أجريت على ٢٠٠ شخص من المستهلكين المسلمين، حول معايير شراء منتجات تصنف على أنها (حلال)، فأظهرت النتائج إنَّ سعر المنتج والعلامة التجارية عاملان يحفزان إقبال المتبضعين على شراء السلعة، حيث أنَّ الأسعار عنصر من عناصر المزيج التسويقي^(٤) يولد دخلاً، فيمكن أن تكون الأسعار عامل جذب في إتخاذ قرارات الشراء،

(١) ينظر: الإقتصاد الإسلامي بين الفكر والتطبيق: ص ٩٥؛ والرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك:

د. زيد بن محمد الرماني، دار طوابق، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م، ص ٣٤.

(٢) سلوك المستهلك: هي الأفعال والتصرفات التي تصدر من الأفراد تجاه منتجات سوقية، وذلك من أجل إتخاذ قرارات الشراء الهادفة إلى إشباع الرغبات وسد الحاجات، أثناء البحث عن السلع والخدمات والأفكار أو الخبرات، التي يتوقع أنها ستشبع رغباته على حسب الإمكانيات الشرائية المتوفرة. ينظر: سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية: مجموعة مؤلفين، دار الحامد - عمان،

ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، ص ١٩.

(٣) ينظر: المنتجات الحلال وتأثيرها على سلوك المستهلك: ص ٩٣٤، ٩٣٥.

(٤) المزيج التسويقي: هو أحد العناصر التي تؤلف منها الإستراتيجية التسويقية، ويمثل على أرض الواقع الإستراتيجية التسويقية الشاملة (Total Marketing Strategy)، التي ترسمها الإدارة العليا للشركة، ويعرف المزيج التسويقي ب (4P'S) وعناصره أربعة: السعر، والمنتج، والمكان (التوزيع)، والترويج. ينظر: إدارة عمليات الخدمة: بشير العلاق، وحמיד العلاق، دار اليازوري،

عمان - الأردن، ٢٠١٦م، ص ٣٩.

أو حاجزاً وعقبة في إتخاذ قرارات الشراء، وأمّا العلامة التجارية، فقد أصبحت علامة الحلال جزء من نمط حياة المجتمع العالمي، حتى أنّ منظمة التجارة العالمية^(١) إهتمت بشدة بشهادة الحلال أو وضع علامات الحلال، لضمانها حقوق المستهلكين^(٢).

وأشارت دراسات حديثة طبقت على عينات من المسلمين، في جميع بلدان العالم حول سلوكهم الإستهلاكي، فعلى الرغم من الإختلافات الإستهلاكية بين الدول المختلفة، وأنّ قطاعات الأسواق الإسلامية ليست متجانسة مع بعضها البعض، وإختلاف أنماط إستهلاك الأغذية والألبسة واستخدام الخدمات الأخرى، إلا أنه يمكن لهذه الإختلافات أن تشكل بمجموعها سلوك المستهلكين، حيث أشارت أن أكثر من ٧٠٪ من جميع المسلمين في جميع أنحاء العالم، يفضلون المنتجات والخدمات القائمة على المبادئ والتعاليم الإسلامية، فيبحثون عن المنتجات التي تتطلب أن تكون جميع المدخلات والعمليات والنتائج متوافقة مع معايير الشريعة الإسلامية، وأمّا إذا كانت المنتجات والخدمات غير متوافقة مع شروط وضوابط الشريعة، فإنها تهمل ويقل الإقبال عليها، فتجد الشركات التي تنتج منتجات (غير حلال) صعوبة في تسويقها للمستهلكين المسلمين، لأن سلوكهم الشرائي يتحدد بالفهم المتبادل لما هو مسموح به، وما هو محذور بموجب الشريعة الإسلامية، ولذا فإن توافق المنتج مع أحكام الشريعة أسرع

(١) منظمة التجارة العالمية: أنشئت المنظمة عام ١٩٩٥م، وتضم ١٥٢ عضواً من دول العالم المختلفة، يمثلون أكثر من ٩٠٪ من التجارة العالمية، وهي واحدة من أصغر المنظمات عمراً، تكونت نتيجة الإتفاقية العامة للتجارة والتعريفات الجمركية (الجات)، التي أنشأت في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وتختص هذه المنظمة بالقوانين الدولية المعنية بالتجارة حول العالم، ومهمتها الأساسية ضمان إنسياب التجارة بأكبر قدر ممكن من اليسر والحرية. ينظر: إنعكاسات إستخدام المادة الوراثية وتأثيراتها المحتملة على الأمن الوطني: حمد بن عبد الله السويلم، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ص ٢٤٦؛ والتربية الدولية، أصولها وتطبيقاتها: أ.د. نبيل سعد خليل، دار الفجر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٣م، ص ١٢٥.

(2) See: ICBAE 2020: Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economic, Bima Cinintya Pratama, Naelati Tubastuvi, Suryo Budi Santoso, Azmi Fitriati, Robbi Rahim, 5 – 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia, p 391. 392.

طريقة لضمان قبول الشركة ومنتجاتها بين المستهلكين المسلمين، خاصة للنمو المتزايد وارتفاع المواليد التي تسهم بزيادة أعداد المسلمين خلال العقود القادمة⁽¹⁾. كما أنه هناك عوامل إجتماعية، وأخرى تسويقه، ومؤثرات داخلية وخارجية للمستهلكين، تدفعهم إلى إستهلاك فئة معينة من المنتجات على حسب منتجات أخرى، ولا شك أنّ أقوى هذه العوامل الدين، فالدين له أثراً كبيراً في تكوين هوية المستهلك، وإذا ما رجعنا إلى أثر الدين الإسلامي على المسلمين تجاه الإقبال على الحلال، فإنه يؤدي دوراً مهماً في تشكيل مواقف وسلوك الأفراد، تجاه السلع المادية، والخدمات المقدمة لهم، حتى أنّ الأفراد المسلمين غيروا طريقة تعامل الأسواق التجارية والشركات في كل بلدان العالم الإسلامي وغير الإسلامية، لصالح رغباتهم واختياراتهم، وتأثير ذلك يعتمد على مدى إتباع المسلمون لدينهم، وتمسكهم بعقيدتهم تجاه كل قضاياهم الإقتصادية وغيرها.



⁽¹⁾ See: Islamic business administration, concepts and strategies: Minwir Al-Shmmari, Mohammad Omar Farooq, Hatem Masri, crinan street, London, 1st ed, 2020, p 137, 138; and Sustainability in food Consumption and food security: Jozef Popp, Zoltan Lakner, Judit Olah, Mdpi AG, Switzerland, 2020, p 17,18.

المطلب الثامن

ضوابط تسويق منتجات الحلال

يعد التسويق بمثابة العمود الفقري الذي يقوم عليه أي نشاط إقتصادي، فهو بمثابة حلقة وصل رئيسية بين الإنتاج والإستهلاك، وتشمل عملية التسويق كافة النشاطات والخدمات التجارية التي تضمن تدفق السلع والخدمات في الأسواق المحلية والعالمية، لتنتهي في النهاية إلى المتبضعين المستهلكين، وازدادت الإهتمامات حالياً بالتسويق وطرقه، نتيجة التطورات الحاصلة في كافة المجالات الإقتصادية، وزيادة الإنتاج واشتداد حدة المنافسة، وظهور التسويق الرقمي (الألكتروني)^(١)، بالإضافة إلى أمر مهم وهو إزدياد الوعي بمجال المنتجات، وتعدد الثقافات والرغبات، فكان لزاماً على المؤسسات التجارية التأقلم مع هذه الرغبات، من خلال البحث عن طرق فعالة، من أجل تصريف سلعتها وخدماتها.

والإقتصاد الإسلامي أولى إهتماماً ورعاية كبيرة بمجال التسويق، من خلال ضبط العلاقة بين المنتج والزبون، حيث حدد جملة من الأحكام والضوابط التي تنظم هذه العلاقات لمصلحة الطرفين، ولقد كانت كثيراً من مفاهيم التسويق واستراتيجياته، مطبقة على أرض الواقع في أسواق العرب، في عهد بزوغ نور الإسلام، ولأهمية التسويق وعلاقته بسلوك المستهلكين، وأثره على منتجات الحلال، سنقف هذه الوقفات حول هذا الموضوع.

أولاً: مفهوم التسويق في الإقتصاد الإسلامي:

إنّ مفهوم "التسويق الإسلامي" لا يزال حديثاً للغاية، وهو يعكس ظاهرة ناشئة بدأت تمتد في جميع أنحاء العالم الإسلامي وخارجه، وعلى الرغم من وجود أبحاث في

(١) التسويق الألكتروني: هو من أبرز نشاطات التجارة الألكترونية، التي تتم بوساطة الأنترنت (Internet Based Marketing)، لممارسة كافة الأنشطة التسويقية، كالإعلان والبيع والتوزيع والترويج وبحوث التسويق وتصميم المنتجات الجديدة والتسعير، واستخدام الطرق الألكترونية في عملية الوفاء بالثمن عبر الأنترنت. ينظر: التسويق الألكتروني: رائد محمد عبد ربه، دار الجنادرية، عمان - الأردن، ٢٠١٣م، ص ٨.

هذا المجال، إلا أنّ التسويق الإسلامي لا يزال مفهومه غير واضح المعالم، فالكثير من الآراء حول تعريفه لا تزال تحتاج إلى المزيد من الجهد، حتى تنتهي بها إلى صيغة يتوافق عليها المجتمع من الناحيتين: العلمية والعملية، خاصة أنّ جل هذه التعاريف المطروحة تحاكي تعريف التسويق في الفكر التقليدي^(١).

واستناداً لما سبق نحاول أن نرسم مفهوماً عاماً للتسويق الإسلامي، بعيداً عن أي علاقة بأدبيات التسويق التقليدي، وبعد الرجوع إلى الإقتصاد الإسلامي الذي يعد إطاراً عاماً وشمولياً لكل من التجارة والتسويق، واستقراءً لأحكام الإسلام في فقه البيوع، والثوابت والمبادئ الأخلاقية العامة في الإقتصاد الإسلامي، فإننا نخرج بالصيغة التالية لمفهوم التسويق الإسلامي:

هو ممارسة مجموعة من المهام والأدوات المؤثرة، التي تقوم به جهات مؤسسية أو أفراداً، على ضوء مقاصد وأخلاقيات الشريعة الإسلامية، بهدف ترويج منتجات السلع والخدمات الحلال، وإقناع المستهلكين الراغبين بها.

ثانياً: عناصر التسويق:

للقيام بأي خطة تسويقية ناجحة، لا بد من التفكير بأربع عناصر رئيسية تقوم عليها العملية برمتها، وهذه العناصر تتفاعل وتتجانس مع بعضها في جو من المتغيرات، خدمة لأغراض وأهداف الإدارة التسويقية، وهذه العناصر الأربعة^(٢) نوجزها بما يأتي:

(١) ينظر: مفهوم التسويق الإسلامي كما يدركه الباحثون في الفقه الإسلامي والإقتصاد الإسلامي: بن الشيخ بو بكر الصديق، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي - لندن، المجلد الثالث، العدد الثالث، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م، ص ٨٠، ٨١.

(٢) ينظر: الإقتصاد الإداري الإسلامي، منظور ثلاثي الأبعاد: أ.د. زينب صالح الأشوح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٩م، ص ١٢٩؛ والتسويق المعاصر: د. أنس عبد الباسط عباس، د. جمال ناصر الكميم، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، ص ٣١٢.

١- المنتج: يعتبر المنتج من أهم عناصر المزيج التسويقي، وإن جميع أعمال المنظمات والشركات قد وجدت من أجل الإنتاج، الذي يعد وسيلة لإشباع حاجات المستهلكين، وأن بقية عناصر التسوق هي خادمة له، ويمر الإنتاج بمراحل قبل دخوله للسوق، وهذه المراحل: إبتكار المنتج، ثم التصميم، والإختبار، ودخول السوق، ثم يمر بدورة حياتية بعد دخوله للسوق وتشمل: تقديم المنتجات، ومرحلة النمو، والنضوج، ثم الإندثار أو التدهور^(١).

ومن الضوابط الشرعية في الإنتاج هو ما أشارنا إليه في الفصل التمهيدي، حيث أن من المبادئ أن يقدم المنتج سلعة وخدمات طيبة غير خبيثة، وإلتزام الأولوية في إختيار المنتجات، مراعيًا الحاجات الإنسانية الضرورية، والمقاصد الحسنة، وظروف المجتمع وأحواله.

وهنا على المنتج أن يكون ملم بأحكام الإنتاج في الإسلام وضوابطه، فهناك علاقة بين المنتج والمنتج، فإن سلوكيات وأخلاقيات ونشاط المسلم المنتج، تنعكس على منتجاته وخدماته التي يقدمها للعملاء المتسوقين، وهذا أساس نجاح المشاريع الإنتاجية وتطورها؛ وذلك أن حصة المنتج في الأسواق ستزداد، ويرافق ذلك إتساع في المشاريع لتلبية الطلب على هذه الإنتاجيات.

٢- التسعير: ظاهرة نقدية تستخدم لتبادل السلع بالنقود، فلم تظهر تسعير البضائع، إلا بعد ظهور النقود في مجال المعاوضات، والتسعير في الإقتصاد الإسلامي ينظمه الإنسان مستنداً إلى عقيدته الإسلامية، فيتحرك ضمن معطيات الوحي والعقل والحس والواقع ومبادئ السلوك الإقتصادي، وتحكم حركته الثوابت والوحي ومتغيرات الواقع، في حين أن الإقتصاد الوضعي مجال حركته في السوق هو السعر، وينظمها رأس المال^(٢).

(١) ينظر: إدارة التسويق المعاصر: د. احمد يوسف دودين، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٥م، ص ٤١ - ٤٤.

(٢) ينظر: ضوابط التجارة في الإقتصاد الإسلامي: ص ٢٠٩.

والمسلم ينبغي أن يكون سماحاً إذا باع وإذا اشترى، راضياً بالربح المعقول والمقبول عرفاً، من غير أن يؤثر على رأس ماله، بل يكون وسطاً ما بين كلف العمل ومخاطره، وبين مصالح الناس وعدم أكل أموالهم بالباطل.

٣- التوزيع: يعد التوزيع عنصر فاعل من ضمن عناصر المزيج التسويقي، والذي يسهم في تسليم السلع إلى الزبون، فهو يحقق منافع: مكانية وزمانية وتمليكية من خلال الإستراتيجية التنافسية الناجحة، والتي تحقق ميزة تنافسية بين المنظمات والشركات في عملية التوزيع، إن إختيار إستراتيجية مناسبة لتوزيع السلع الإستهلاكية أو الصناعية، يجب أن لا تذهب بعيداً عن إعتبار الكفاءة، لأنَّ كلف التوزيع قد تصل ٢٥٪ من تكلفة الإنتاج، فأى جهة مسوقة تطمح إلى كسب ميزة تنافسية من خلال نشاط التوزيع، يجب عليها أن تعمل على تخفيض الكلف، الذي يخفض من سعر بيع السلع، والتنسيق والتعاون مع قنوات التوزيع المختلفة (تجار الجملة والمفرد)، من أجل تحقق رضا الزبون وكسب ولاءه^(١).

ومن مبادئ الإسلام في التوزيع أنه يحرم نقل وخرن أي سلعة محرمة، أو خزن السلع المباحة واحتكارها، ثم إعادة عرضها في الأسواق وقت شحتها ونفاذها من الأسواق، ليحقق أرباحاً مضاعفة، للحاجة والطلب المتكرر عليها.

٤- الترويج: هو العنصر الرابع من عناصر العملية التسويقية، وتكمن أهمية هذا العنصر في كونه يمثل القوة الدافعة لأي نشاط تسويقي، والعامل الأكثر حسماً في تصريف المنتجات، والترويج نشاط ينطوي على عملية إتصال إقناعي، للتعريف بسلعة، أو خدمة، أو فكرة، أو مكان، أو شخص، أو منظمة، أو نمط سلوكي، بهدف التأثير على أفراد الجمهور، لإستمالة إستجابتهم السلوكية نحو منتج معين^(٢).

وهنا على التاجر المسلم أن ينشر البيانات والمعلومات الصحيحة عما يروج إليه، من غير كذب ولا خداع ولا تظليل، وأن يستخدم الوسائل والطرق المباحة للترويج، فلا

(١) ينظر: إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون: أ.د. أنيس أحمد عبد الله، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٧م، ص ٢٢٧.

(٢) ينظر: مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل: أ.د. حميد الطائي، د. حميد الطائي، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠٠٩م، ص ٢١٨.

يستخدم الإعلانات التي تثير الغرائز والشهوات، أو تدعو للتشبه بالكفار والترويج لعقيدهم وأفعالهم السيئة، أو تدعو لمقاطعة ودم منتجات أخرى لا إشكال فيها، وإن يقدم النصح والإرشاد للعملاء عن أفضل المنتجات، وإن كانت عند تاجر آخر^(١).

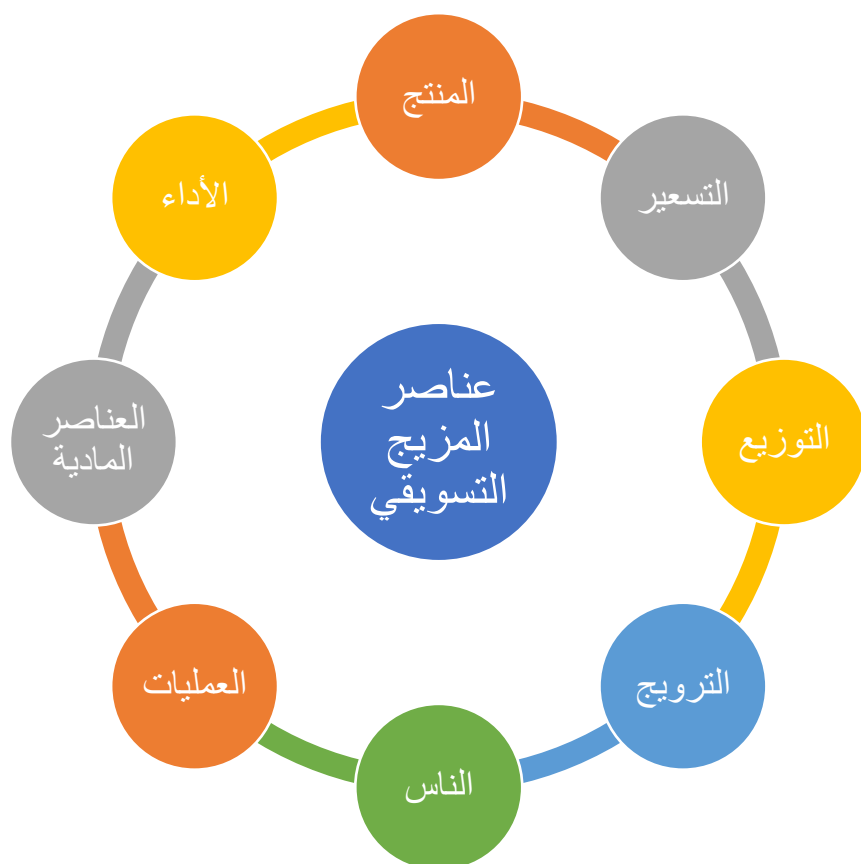
وتتنوع طرق وأساليب التسويق في عصرنا، خاصة بعد دخول التكنولوجيا والتقنيات الحديثة إلى كافة دول العالم، فبعد أن كان التسويق التقليدي هو السائد، الذي كان يتم عبر شاشات التلفاز، واللوحات الإعلانية المنتشرة في الشوارع والأماكن العامة، بالإضافة إلى إعلانات الصحف والمجالات، التي أسهمت في تحقيق أهداف الحملات التسويقية المتنوعة، فقد ظهرت طرق عصرية إمتازت بالحدثة والتشويق وبتكاليف أقل، فمن هذه الطرق التسويق الرقمي (التسويق الإلكتروني)، الذي يتم عبر شبكة الإنترنت، كالتسويق عبر محركات البحث (Google)، والبريد الإلكتروني (Email)، أو نشر محتوى لفيديو، أو صوت، أو رسالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو المدونات والحسابات الشخصية، أو المتاجر الإلكترونية، وغيرها من طرق الترويج والإعلان لكسب الجماهير والتعريف بالمنتجات أولاً بأول.

وبعض الباحثين يضيف إلى العناصر التسويقية ثلاثة أو أربعة عناصر أخرى ترتبط بقطاع الخدمات وهي: الناس (علاقة موظفي الشركة مع العملاء)، والعمليات (ترتيبات وإجراءات تقديم الخدمات للمستهلكين)، والعناصر أو البيئة المادية (كالعلامة التجارية، واللافتة أو شكل المتجر)، والأداء (قدرة الشركة على تقديم الخدمات والمنافسة)^(٢).

ولضمان نجاح أي عملية تسويقية (إستهلاكية، خدمية) من قبل شركات أو مجموعة أفراد، لا بد من إشراك جميع عناصر المزيج التسويقي، ودراسة كل عنصر من العناصر على إنفراد؛ ليتناسب مع الشريحة والبيئة المستهدفة.

(١) ينظر: المجمعيات التجارية، آداب وأحكام: محمد صالح المنجد، مجموعة زاد للنشر، المملكة العربية السعودية، ومدار الوطن للنشر، الرياض، ط١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ٤١.

(٢) ينظر: إدارة الأعمال الحديثة، وظائف المنظمة: د. أحمد يوسف دودين، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠١٢م، ص ١٤٢؛ ومبادئ إدارة الأعمال، وظائف وعمليات الأعمال: أ.د. زكريا الدوري، أ.د. نجم العزاوي، وآخرون، دار اليازوري، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٠م، ص ١٢٦ - ١٢٨.



الشكل (٧) عناصر المزيج التسويقي
المخطط من عمل الباحث بالاعتماد على كتاب التسويق المعاصر

ثالثاً: أهمية ودور التسويق:

ركز الفكر الإقتصاد الإسلامي وباقي النظم الإقتصادية على التسويق، باعتباره وظيفة قائمة ورائدة لأي منظمة، تهدف إلى المشاركة والتبادل وتحقيق الأرباح المشروعة من وراء الأعمال التجارية، فلا يمكن لأي مؤسسة أو شركة أن تضمن مكانتها بين باقي الشركات الأخرى العاملة، في ظل المنافسة المحتدمة، من غير التفكير بطرق وأساليب تسويقية تأتي بنتائج إيجابية وكفاءة عالية.

ومن الأمور التي تدلنا على أهمية وجود التسويق في كل المشاريع (الكبيرة والصغيرة) التي تهدف الربح، نذكر أبرزها^(١):

١- ظهور شركات وهيئات ومنظمات مختصة في مجال التسويق، تقوم بعمل الدراسات والأبحاث التسويقية للشركات، التي تطلب أن تطور وتعزز تواجدتها بقوة في وجه الشركات المنافسة.

٢- يعتبر التسويق من أهم الوظائف والوسائل والطرق الإدارية التي لا بد من القيام بها، حتى تتمكن المؤسسات والشركات من أداء أنشطتها على أكمل وجه، والتي يتوقف عليها بالمحصلة الأخيرة نجاح أو فشل الشركة.

٣- يكتسب التسويق أهمية باعتبار دوره الرئيسي، الذي يسبق عملية الإنتاج.

٤- التسويق يقلل من درجات الخطر والتهديدات التي يمكن أن تعصف بالشركات.

٥- إن إدارة التسويق بالمؤسسة تعمل على تلبية رغبات المستهلكين، وتوفير المنتجات المناسبة لهم بالموصفات المطلوبة لإشباع حاجاتهم، وهذا قد يُحسن من جودة المنتج الذي يحصل عليه أفراد المجتمع.

٦- تكمن أهمية التسويق من خلال إرتباطه بالحاجات، والرغبات، والميول، والمتطلبات الإنسانية، التي تتصف بالتجديد والتطوير.

٧- إن بعث نشاط التسويق في المؤسسة يتطلب عمل مشرفين ومنفذين له، ولشغل الوظائف المختلفة التي يتطلبها، تلجأ المؤسسات إلى توظيف عدد من أفراد المجتمع للقيام بجزء أو كل هذه الأنشطة، وهذا يعني إمتصاص جزء ولو قليلاً من اليد العاملة العاطلة، وبالتالي المساهمة في تحريك الطلب الكلي بالمجتمع.

٨- يكتسب التسويق أهمية من خلال التطور والتقدم الكبير الحاصل في الطرق والأساليب الفنية للإنتاج، وزيادة التخصص فيه وتقسيم العمل.

٩- إن السلع والخدمات المتوفرة في حقل الإقتصاد لها أسعار متباينة، وإدارة التسويق من خلال الأبحاث والدراسات التي تعدها في ميدان اختصاصها،

(١) ينظر: إدارة التسويق: وائل خليل رفعت، المعتر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٧م، ص ١١٨؛ فنون

الإعلان والتسويق: أحمد شاهين، صلاح عبد الحميد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط١،

٢٠١٤م، ص ١٦، ١٧.

تسمح بمرور الزمن من تقليص تكاليف الإنتاج أو التوزيع، ونتيجة لذلك تقلص أسعار المبيعات لأفراد المجتمع، مما يُحسن من قدراتهم الشرائية، ثم مستوى المعيشة.

١٠- ويساهم التسويق بنقل السلع من مكان إنتاجها إلى مكان إستهلاكها، وبذلك يحقق منفعة مكانية للمستهلك، ويوفر عليه الجهد والوقت المطلوب، كما يحصل على المتسوق على معلومات مختلفة عن المنتجات وأماكنها وأسعارها، حتى يستطيع إتخاذ قرار الشراء السليم^(١).

رابعاً: ضوابط التسويق الإسلامي:

ومرادنا هنا بالضوابط مجموعة من القواعد والمبادئ والأصول العامة، التي جاءت بها الشريعة الإسلامية لتوجيه العمليات التجارية، ولتحقيق المصالح الإقتصادية والإجتماعية من وراء هذه العمليات، وتكمن الحاجة إلى إيراد هذه الضوابط والأصول، هو الحياة المادية التي طغت على المبادئ والقيم الأخلاقية، فاشتدت المنافسة للظفر بأكبر قدر ممكن من الربح وفرض الهيمنة الإقتصادية، ولذا ظهرت دعوات تنادي بالتوجه نحو (الإقتصاد الأخلاقي)، في محاولة لربط ممارسات النشاطات التجارية بالقيم الأخلاقية والسلوكية، والإقتصاد الإسلامي قد تأسس وانبنا على قواعد ومبادئ أخلاقية، كافية لضمان سير المعاملات والنشاطات على أحسن وجه، فيحتاج المسلم للتذكير بمثل هذه الضوابط والمبادئ للحفاظ عليه من الوقوع في الغش والمكر والخداع، ولينال مرضاة الله ونيل سعادته في الدنيا والآخرة.

وأذكر فيما يأتي أهم الضوابط العامة الخاصة بالتسويق الحلال، والمعاملات المالية المتعلقة فيه، وهي باختصار^(٢):

(١) ينظر: برامج التسويق وإدارة الأعمال: د. محمد الهادي عفيفي، المكتبة الأكاديمية - مصر،

٢٠٠٩م، ص ٢٢

(٢) ينظر: التسويق التجاري وأحكامه: حسين بن معلوي بن حسين الشهراني، إطروحة دكتوراة مقدمة إلى جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الشريعة، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٧هـ - ١٤٢٨هـ، ص ٥٦ - ٧٤؛ وشروط إنشاء السوق المالية الإسلامية: أ. مرداسي أحمد رشاد،

١- الإلتزام بالقيم الإيمانية والأخلاقية والسلوكية في كافة معاملات الأسواق، كون هذه القيم تقي من الآثار السلبية للأزمات الإقتصادية الناتجة بفعل ممارسة الإحتكار أو التدليس، أو المقامرة وغيرها.

٢- تجنب المعاملات الربوية سواء كانت في مجال البيوع (ربا البيوع)، أو في مجال الديون (ربا الديون)، باعتبار الفوائد الربوية هي المولد والمنشط للأزمات الإقتصادية.

٣- تجنب البيوع التي حرّمها الشارع، مثل بيع الغرر والعينة والكالئ بالكالئ - بيع الدين بالدين -، وبيع ما ليس عندك، وبيعتين في بيعة واحدة، وبيع النجس ... الخ.

٤- ضبط وتوجيه الإستثمارات نحو المشروعات الضرورية ذات النفع العام، بما يساهم في تحقيق المقاصد التي دعت لها الشريعة الإسلامية، وبهدف تحقيق التنمية الإجتماعية والإقتصادية.

٥- شيوع الصدق والشفافية والإلتزام الأمانة في كافة المعاملات المالية، وتقديم معلومات صحيحة حول العقود والصفقات والظروف المختلفة المحيطة بالسوق المالي.

٦- تحريم النجش^(١) وذلك للحد من الإشاعات الكاذبة، التي تهدف إلى إحداث حركات مصطنعة ومربكة للعرض والطلب، للتأثير على سلوك المتعاملين، وبالتالي التأثير على الأسعار إرتفاعاً وانخفاضاً.

أ.د. بن الطاهر حسين، مجلة رماح للبحوث والدراسات، الأردن، العدد ٢٦ جوان، ٢٠١٨م، ص ١٥١، ١٥٢.

(١) النجش: "هو أن يزيد الإنسان في ثمن السلعة أو يمدحها وليس له رغبة في شرائها، ولكن يريد خداع غيره". عمدة الأحكام من كلام خير الأنام ﷺ: عبد الغني بن عبد الواحد، أبو محمد تقي الدين المقدسي (ت: ٦٠٠هـ)، تحقيق: محمود الأرنؤوط، دار الثقافة العربية، دمشق - بيروت، ط٢، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، ص ١٧٦.

٧- خوض منافسة حرة وشريفة، وتظهر هذه المنافسة في الأسواق، من خلال تحديد أسعار السلع على حسب قانون العرض والطلب، وعلى حسب ما يترضاها الطرفان، منعاً للضرر الذي يعوق حركة التعامل داخل الأسواق.

ومن الضوابط الأخرى: حسن النية، والوفاء بالعقود، والعهود، وكافة الالتزامات المأخوذة على العاتق الوفاء بها وتنفيذها، وحفظ حقوق الآخرين، وإعطاء الأجير حقه، ومراعات الآداب والضوابط الشرعية في تعامل البائعين مع النساء، من كف النظر إليها، ولمس أي جزء من جسدها، أو التبسم لها، أو إطالة الكلام من غير ضرورة معها، إلى غير ذلك من ضوابط الإسلام في الأسواق والتسوق.

ولقد أولى التشريع الإسلامي إهتماماً بالغ الأهمية لحماية مستهلكي المنتجات والخدمات، وهذه العناية تظهر جلية للعيان من خلال الأحكام التي جاءت في الفقه الإسلامي، فمن وسائل حماية المستهلك تحريم عدة أشكال من البيوع التي تؤول إلى التغيرير والتدليس وخداع المشتري، كما أنه أعطى للعاقدين حق الخيار في إمضاء المبيع أو فسخه لأسباب عدة، وفعل نظام الرقابة على الأسواق (الحسبة) ومتابعتها، حفاظاً على إستقرار الأوضاع الإقتصادية من أيدي العابثين فيه.

ويعد الوازع الديني في النفوس على قدر كبير من الأهمية في مجال حماية المستهلك المتسوق، وذلك لأنه قد يحتاج إلى التعامل في اليوم الواحد مع عدد كبير من التجار، ويشق عليه أن يرفع في كل معاملة سيئة تصدر من قبل التجار إلى الجهات المعنية لمحاسبته؛ فاذا كان التعامل مع الضمائر الحية التي تؤمن بالبعث والحساب، أصبحت ضمائرهم أضمن لسلامة المعاملة من كثرة المراقبين والمتابعين؛ وذلك لأن للدين من القدسية في نفوس الناس ما يسهل عليهم الإنقياد والإلتزام به في السر والعلن، وهذا هو السر في تنازل المسلمين الأوائل عند نزول القرآن عن أهوائهم وعاداتهم، وجعلها تبعاً لما نزل به الوحي على رسول الله ﷺ^(١).



(١) ينظر: حماية المستهلك في الفقه الإسلامي: ص ٧٦.

المطلب التاسع

أهمية شهادة الحلال والعلامات التجارية

تُعرف شهادة الحلال كما أشارنا إليها سابقاً، بأنها وثيقة صادرة عن منظمة إسلامية تشهد بأن المنتجات المدرجة فيها تتوافق مع المبادئ التوجيهية الإسلامية، على النحو المحدد من قبل تلك الوكالة المصدقة⁽¹⁾.

أُستخدم نظام شهادات الحلال منذ ثمانينات القرن الماضي، والذي بدأت به ماليزيا ثم توسع ليشمل بلداناً، ومنتجات وخدمات أخرى منذ ذلك الحين، وتوجد مئات المنظمات والهيئات التي تمنح شهادات الحلال في أنحاء العالم، وكما أن هناك العديد من المعايير لإعتماد منتجات الحلال، فمن المعايير الإقليمية (معايير الحلال لمجلس التعاون الخليجي)، ومعايير الحلال الدولية (IHI Alliance and SMIIC)، وتوفر هذه المنظمات خدمات التدقيق وفحص وإصدار شهادات الحلال، وهي التي تسمح بوضع شعار الحلال على المنتجات المتوافقة للمتطلبات الشرعية والصحية، فينتقل المنتج إلى المستهلك على أنه حاصل على شهادة الحلال وفقاً لمعايير الحلال الخاصة المعينة، وتعتبر هذه الشهادة مطلب ديني مفروض على المنتجات والخدمات لإستهلاك المسلمين، كما يعتبر الآن معياراً لشهادة الجودة، ويتم تطبيق معيار جودة الحلال على توريد المنتجات الحلال وتصنيعها، بما في ذلك الأغذية المصنعة، ومستحضرات التجميل، والمستحضرات الصيدلانية والطبية، وتم توسيعها لتشمل الخدمات التي تدخل في الخدمات اللوجستية للمنتجات، وقد ساعدت شهادات الحلال على تلبية متطلبات الدول المستوردة لهذه المنتجات⁽²⁾.

ولحصول أي شركة على شهادة الحلال، يجب عليها أن تمر بأربعة مراحل، فالمرحلة الأولى: أن تقدم طلباً رسمياً للجهة المانحة، مع تقديم تفاصيل المنتج والإنتاج، والمرحلة الثانية: هي مراجعة الطلب من حيث المتطلبات الإسلامية والفنية، والمرحلة

(1) See: Halal Food Production, Main N. Riaz, Muhammad M. Chaudry: CRC press LLC, United States of America, 1st Edition, 2004, p 170.

(2) See: Understand "Halal" and "Halal Certification and Accreditation System": Mohd Imran Khan, Dr. Abid Haleem, Saudi J. Bus. Manag. Stud.; Vol-1, Iss-1, Feb – Apr, 2016, p 36.

الثالثة: هي تدقيق المباني المعنية، للتأكد من مطابقتها للمتطلبات الفنية والإسلامية والصحية، وأخذ العينات المخبرية إذا لزم الأمر، ثم المرحلة الرابعة: التصديق عن طريق إصدار شهادة حلال صالحة لمدة سنة إلى خمس سنوات، مع جدول تدقيق مرفق، وهناك نوعان من شهادات الحلال: نوع يشمل شهادة المنتج بما في ذلك المكونات (المواد الخام)، وعمليات الإنتاج (المنتج النهائي)، ونوع يصادق على المواقع أو المسالخ، أو المؤسسات الغذائية، أو شركات النقل، أو مباني التخزين ذات القدرة على الإنتاج^(١).

ومن أهم ما يتميز به شعار شهادة الحلال المختوم به أغلفة المنتجات، أنها تقوم على مفاهيم عدة:

المفهوم الأول (الحلية): أي: أن المنتجات المصادق عليها، لم يستخدم فيها أي مادة خام غير مشروعة أثناء عملية الإنتاج.

المفهوم الثاني (الالتزام): أي: أن المنتج قانوني ولم يتم إنتاج أي منتجات مخالفة للمعايير القانونية.

المفهوم الثالث (التهديد): أي: أن المنتج لا يشكل أي تهديداً على الصحة والبيئة.

المفهوم الرابع (الإحكام): أي: أن المنتج النهائي يكون قد خضع لمراحل، وهي: حل الحلال، وإدارة الحلال، ومراقبة وفحص وتدقيق الحلال، ونظام محاسبة التكاليف المعيارية^(٢)، وقاعدة بيانات الحلال.

(1) See: Halal Food Certification, Regulation, Standards, Practices, in the Netherlands, Yousif Alharbi, MSc Thesis, Wageningen University and Research Center, May 2015, p 13.

(2) التكاليف المعيارية: "هي التكاليف التي يفترض المشروع قيامها تحت ظروف حجم معين من الإنتاج، ولذا فهي تكاليف إفتراضية تُبنى على أساس الظروف التي يجب أن تسود، وقد تختلف ظروف الإنتاج الحقيقي عن تلك التي بُنيت على أساسها التكاليف المعيارية". التسويق الصناعي: د. حازم محمد عبد الفتاح، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط١، ٢٠٢٠م، ص ٣٠٤.

وللعلامات التجارية^(١) أهمية كبيرة لدى الزبائن المتسوقين، فعند المسلمين تعتبر العلامات مهمة للغاية في تمييز المنتجات والخدمات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، فالولاء للعلامة التجارية نفسها يسهم في ديناميكية السوق، وتسهم في بناء تجارة قوية ومربحة، والحفاظ على علاقة قوية وطويلة الأمد مع العملاء، بغض النظر عن الدين تماماً، كما إستحوذت شركتي (كنتاكي) و (ماكدونالد) على السوق العالمية دون تمييز ديني^(٢)، ولكن دخول أي شركة بسرعة إلى الأسواق الإسلامية، لن يكون سهلاً على أي حد، من دون وجود فهم شامل للدوافع الدينية والثقافية، وأيضاً الأسباب الكامنة وراء سلوك المستهلك المسلم، فلن تكون العلامة التجارية حينئذ ناجحة، بل المحاولة للتأثير على قرارات التسوق تعد قرصنة وهذا مرفوض، فالأسواق الإسلامية تختلف تماماً في هيكلها وسلوك العوامل الناشطة فيها، فيلعب الدين عاملاً محورياً في إتخاذ المسلمين لقرارات الشراء^(٣)، وقد وجدت دراسات حديثة أثبتت التوجه العالمي الحديث نحو تطبيقها للقيم والمبادئ الإسلامية، منها الدراسة التي أجرتها (Ogilvy & Mather) بالتعاون مع شركة (TNS) بشأن "التسويق الإسلامي للعلامات"، حيث أظهرت النتائج دوافع المستهلكين المسلمين نحو واقع الحياة العصرية، وتأثير الإسلام الملموس على أساليب الحياة، وكيفية تأثيره على العلامات والأعمال^(٤).

(١) العلامة التجارية: هي رمز تتخذه المنظمة أو التاجر أو المنتج أو مقدم الخدمة، لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن مثيلاتها. ينظر: الحماية القانونية للعلامة التجارية: أ. أوشن حنان، دار اليازوري، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٦م، ص ١٧.

(٢) See: Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry: Faridah Hassan, Ismah Osman, and others, Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2019 p 210.

(٣) See: Digital Marketing and Consumer Engagement, Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Information Resources Management Association USA, IGI Global, 2018, p 26.

(٤) ينظر: توجهات المستهلك الجزائري نحو العلامات الإسلامية: مغراوي محي الدين عبد القادر، بن عبو الجيلالي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد الثاني، العدد الثاني، شعبان ١٤٣٤هـ - حزيران ٢٠١٣م، ص ١١.

وتحت علامة الحلال، يمكن للمستهلكين المسلمين شراء ليس فقط الألبسة العصرية والأغذية المتخصصة، ولكن يمكن شراء العطور (للرجال والنساء)، والمنتجات الجلدية والشعر (للرجال والنساء)، ومستحضرات التجميل وأدوات التزيين (للرجال والنساء)، وهناك ساعات يد إسلامية (للرجال والنساء)، وألعاب لوحية ودمى للأطفال، باختصار يمكن استخدام العلامة التجارية الإسلامية لبيع أي شيء تقريباً، من قروض المنازل الممولة من الشريعة الإسلامية، إلى الدمى الناطقة المغطاة، وتوجد في بعض البلدان سيارات إسلامية مزودة بمصحف مدمج، وأداة ملاحاة لإتجاه القبلة، وأجهزة كومبيوتر محمولة ذات طابع إسلامي، حتى أنّ مياه الشرب المعبأة توصف أحياناً بأنها حلال لأغراض التسويق⁽¹⁾.

ولقد أصبح التوسع والإمتداد السكاني للمسلمين في كل أرجاء العالم، يفرض واقعاً متحتماً على الشركات التجارية الإسلامية، ورجال الأعمال المسلمين، بأن يكونوا بمواقع المنافسة مع الشركات الأجنبية، حيث تتوفر مقومات التحفيز والتشجيع لذلك، من حيث الوفرة السكانية الموائية للمنتج، والعلامات التسويقية الإسلامية، وكما أنّ أسواق المستهلكين المسلمين من الأسواق المربحة والأقل إستهدافاً وإستغلالاً.



⁽¹⁾ See: Muslim Youth in the Diaspora, Challenging Extremism through Popular Culture: Pam Nilan, Routledge; 1st edition, 2017, p 93.

المبحث الثاني منتجات الأغذية الحلال

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بمنتجات الأغذية الحلال.

المطلب الثاني: تلبية منتجات الأغذية الحلال لمتطلبات العصر.

المطلب الثالث: دواعي الحاجة إلى منتجات الغذاء الحلال.

المطلب الرابع: معايير صناعة الغذاء الحلال.

المبحث الثاني

منتجات الأغذية الحلال

لقد إهتم الإسلام بالغذاء والشراب لأنه يشكل قضية مهمة في حياة الانسان، فأباح سبحانه وتعالى الطيبات من مختلف أنواع الأطعمة والأشربة التي تنتفع الأجساد منها وتستطيب بها الأذواق، وحرّم الخبائث وكل ما يؤثر على الشخصية الإنسانية وسلوكها، فاهتم علماء المسلمين الأوائل بالأغذية وأصنافها، وعدوه علماً قائماً بنفسه، فتركوا لنا في هذا المجال مؤلفات كثيرة في الأغذية ومنافعها ومضارها، وما ينتج عنه من غذاء ودواء نافعين، حتى تطورت المفاهيم الغذائية أكثر في عصرنا الحاضر، فتوسعت مفاهيم الغذاء الصحية والسلوكية، مما يؤكد سبق الإسلام وصدق رسالة النبوة في إبراز قيمة الغذاء الحلال، وللوقوف على ما تقدم سنتكلم في هذا المبحث على مفهوم الغذاء الحلال وأهميته، وصفات ومتطلبات صناعة الغذاء الحلال.

المطلب الأول

التعريف بمنتجات الأغذية الحلال

يشتمل عنوان المطلب المركب على عدة مصطلحات (المنتجات، والأغذية، والحلال)، ولقد عرفنا في الفصل الأول المنتجات، وقلنا بأنها كل ما يمكن أن ينتفع به من سلع وخدمات وأفكار وأماكن، لها سماتها الخاصة بها، تنتقل بواسطة عمليات التبادل ليعود بالنفع على كافة الأطراف، وأشرنا إلى المصطلح الثالث وهو الحلال في بدايات هذا الفصل، فبقي أن نعرف بمفهوم الأغذية من المنظورين اللغوي والإصطلاحي.

فتعريف الغذاء في لغة العرب: هو الطعام والشراب واللبن، وقيل: اللبن غذاء الصغير وتحفة الكبير، وفلان يتغذى باللحم: أي يتربى به^(١). والغذاء كل ما يُتغذى به من مختلف أشكال الأطعمة والأشربة ويتقوى بها، ويقال: (غَدَوْتُ) الصبي باللبن: أي رَبَّيْتُهُ^(٢).

(١) ينظر: تهذيب اللغة: ١٥٧/٨.

(٢) ينظر: مختار الصحاح: ص ٢٢٥.

وفي الإصطلاح: عُرِفَ بأنه "هو مجموعة من المواد من أصل حيواني أو نباتي أو كيميائي، التي يتناولها الانسان، وتضمن له قيام جسمه بنشاطاته الحيوية بشكل صحي وسليم"^(١). وقيل في تعريفه غير ذلك.

فالغذاء في مصطلحي أهل اللغة والإصطلاح كل ما يقيت جسم الإنسان من الطعام والشراب، ويفيد جسم الإنسان ويقوم صلبه ويحميه من الأمراض.

والغذاء الحلال: "الغذاء المسموح به طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، ويستوفي المتطلبات الواردة في اللوائح الفنية والمواصفات ذات الصلة"^(٢). أي أنه ليس مجرد غذاء مباح فقط، بل أنه يستوفي المعايير والشروط الشرعية والصحية والأخلاقية، من بداية زراعته عند كونه بذره، أو ذبح إذا كان حيوان، ثم يدخل عمليات التصنيع إلى أن يتم تبادل المنتج في الأسواق مع المستهلكين.



(١) الغذاء المتوازن والصحة: د. وليد رفيق العياصرة، دار أسامة - الأردن، ٢٠١٢م، ص ٢٤٠.

(٢) ينظر: دليل إستيراد الأغذية الحلال والهيئات الإسلامية المجازة، المصرح لها إصدار شهادات

الحلال والذبح الحلال: وزارة الصحة العامة - دولة قطر، الإصدار الأول، ٢٠٢١م، ص ٣.

المطلب الثاني

تلبية منتجات الأغذية الحلال لمتطلبات العصر

أخذ المشهد التجاري العالمي بالتطور بعد أن دخلت أنماط جديدة في الإنتاج والتجارة، لتلبية إحتياجات وتفضيلات فئات من المستهلكين، فنمت تجارة الحلال بشكل تدريجياً، ولعبت دوراً فعالاً ومؤثراً في الأسواق العالمية.

وتمثل تجارة الأغذية الحلال حوالي ١٦٪ من حجم تجارة الأغذية العالمية الحالية، ومن المتوقع أن ترتفع في المستقبل القريب لتصل إلى ٢٠٪، وسيحقق إيرادات تصل إلى ٢.٥ ترليون دولار سنوياً في المبيعات، حيث تركز أسواق الحلال بشكل رئيسي في آسيا ٦٣٪ وأفريقيا ٢٤٪ وأوروبا ١٠٪، وتشير الدراسات الأسباب الرئيسية لنمو تجارة الأغذية الحلال عالمياً إلى زيادة أعداد المسلمين حول العالم، والذي يشكل حوال ٢٥٪ من سكان العالم، ويعتبر إرتفاع أعداد المسلمين المحرك الرئيسي لنمو سوق الحلال عالمياً^(١).

وستسهم هذه الزيادات السكانية في تطوير إقتصاديات الدول الإسلامية، ونمواً لأسواق محلية ودولية تهتم بمنتجات الحلال المتنوعة، بفعل الطلب والإقبال عليها بشكل مستمر.

وفي أحدث تقرير لمركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي أشار إلى أن إنفاق المسلمين على منتجات الأغذية الحلال بلغ ٣,١٪ عام ٢٠١٩م، ليصل إلى ١,١٧ ترليون دولار، مقابل ١,١٣ ترليون دولار عام ٢٠١٨م، و١.٢٧ ترليون دولار عام ٢٠٢١م، ولم تؤثر جائحة كورونا^(٢) بشكل كبير على إنفاق المسلمين في عام ٢٠٢٠م،

(1) See: Halal in Singapore: Ira Sugita, Gain Report, USDA Foreign Agricultural Service, 2017, p 4.

(2) كورونا: هي فصيلة من الفيروسات الكبيرة التي تسبب الأمراض للإنسان والحيوان، مصدره حيواني ينتقل بين الحيوانات والبشر، ويسبب هذه الفيروسات إعتلالات تتنوع بين الزكام وأمراض أكثر وخامة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS-COV)، ومتلازمة الإلتهاب الرئوي الحاد (سارس) (SARS-COV)، ويمثل فيروس كورونا المستجد (COVID-19) سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل، وحُدِد مكان تفشي هذا الفيروس من مقاطعة ووهان في

حيث بلغت نسبة الإنخفاض ٠.٢٪، ومن المتوقع أن يبلغ النمو السنوي المركب ٣,٥٪ بين عامي ٢٠١٩م و٢٠٢٤م، ليصل الإنفاق بحوالي ١,٣٨ ترليون دولار بحلول عام ٢٠٢٤م، وسيصل حوالي ١,٦٧ ترليون دولار بحلول عام ٢٠٢٥م^(١).

وفي السنوات الأخيرة إنتشرت أسواق الحلال في مختلف دول العالم، لتلبي أذواق وانماط حياة المسلمين وحتى غير المسلمين، فبدأت عدة دول إسلامية آسيوية في الظهور كمراكز رئيسية وكبيرة للحلال، من خلال توفير الخبرة والبنية التحتية لتوحيد المنتجات وإصدار الشهادات، والبحوث العلمية، والمعارض التجارية الدولية، والوعي الإسلامي، ومن هذه الدول ماليزيا، التي تطمح الى أن تكون مركزاً دولياً للحلال، بعد أن أدركت أنّ الإمكانيات العظيمة لهذه التجارة، فوضعت الخطط الرئيسية لهذه الصناعة، لتحسين الإنتاج للمنتجات الغذائية وتصديرها إلى دول العالم، وعملت على الترويج لسوق الحلال من خلال بوابة التجارة الألكترونية، كما برزت أسواق أخرى تبنت المشروع ذاته، منها أندونيسيا وسنغافورة وتركيا والسعودية والإمارات العربية ودول آسيوية أخرى، خاصة في جنوب شرق آسيا والشرق الأوسط^(٢)، ويمثل وعي المسلمين في هذه القارة باتباع أنماط غذائية محافظة، عامل رئيسي في تحقيق صناعة الحلال نمواً سريعاً ومتقدماً عن باقي دول العالم غير الإسلامية.

ولقد أدرك الإتحاد الأوربي أيضاً أهمية أسواق الحلال، مع وجود أعداد كبيرة من المسلمين الأصليين والجاليات المسلمة القادمة من أنحاء العالم، والذين يقدر عددهم حوالي ٥٠ مليون نسمة، وأعداد المسلمين في تزايد ملحوظ مما يحفز الإهتمام بإنتاج

الصين بتاريخ ٣١ ديسمبر ٢٠١٩، حيث إتصف بسرعة إنتشاره من الصين إلى دول العالم، حيث ينتقل عن طريق الرذاذ التنفسي، الذي ينطلق عندما يسعل المصاب أو يعطس أو يتحدث. ينظر: الأحكام الفقهية المتعلقة بفيروس كورونا: أ.د. أشرف خليفة السيوطي، دار اللؤلؤة، المنصورة - مصر، ٢٠٢٠م، ص ١٥، ١٦.

^(١) ينظر: تقرير واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي لعام ٢٠٢٢م: ص ٧؛ وتقرير عام ٢٠٢٢م: ص ١٠، ١١.

^(٢) See: Major Players in the Muslim Business World: Elnur Salihovic, 2015, Universal-Publishers, Boca Raton, Florida – USA, p384.

وتصدير الأغذية الموافقة للمعايير الإسلامية^(١)، وانطلاقاً مما تقدم يُعرض في مختلف أنحاء أوروبا أكثر من ٤٠٠٠ منتج في سوق الحلال، حيث توجد في ألمانيا ٤٠٠ شركة متخصصة بحسب هيئة الرقابة والترخيص لمنتجات الحلال في أوروبا، وفي فرنسا تقدر تجارة الأطعمة الحلال بأكثر من ٥ مليارات يورو سنوياً، ولقد إمتد الأمر ليشمل محلات الشاورما ومطاعم الهامبرغر، وفي إسبانيا حققت صناعة الحلال طفرة كبيرة خلال السنوات الأخيرة، وبفعل ذلك إستضافت العاصمة مدريد أول معرض للأطعمة الحلال تحت عنوان (إكسبو حلال)، والذي شاركت فيه عروض للمطاعم وأخرى لأماكن إقامة المسلمين، وقدمت الشركات للمسلمين وغير المسلمين عروضاً لمنتجات لحوم الأغنام والإبقر والماعز الحاصلة على شهادة الحلال، ومن بين المنتجات التي تنتجها الشركات: المعلبات والعصائر والدهون والزيوت النباتية، والأطعمة المحفوظة، واللحوم المجمدة ولحوم الأضاحي، ولتفهم السوق والإهتمام بطلباته واحتياجاته، أسست إسبانيا عام ٢٠١٢م "مدرسة الحلال"، لتدريب الطهاة المتخصصين في صناعة الأطعمة الحلال، وتأهيلهم للعمل في مجال السياحة الحلال^(٢)، وكما أنّ المدرسة تعد من أهم مراكز إصدار ومنح إعتماد الأغذية الحلال للشركات الإسبانية^(٣).

وفي جانب القارة الأمريكية بدأت عام ٢٠٠٥م تجارة الحلال، تنتشر في الأسواق الأمريكية شيئاً فشيئاً، حيث قامت شركة (Tesco) من أكبر المتاجر في الولايات المتحدة الأمريكية، بإدخال الحلال إلى خطوط الإنتاج وتوفير منتجات بقيمة ٢٨٥ مليار دولار أمريكي، وسرعان ما حذت محلات السوبر ماركت الأخرى حذوها، ومن الشركات الكبيرة (Crescent Food) التي تتخذ من شيكاغو مقراً لها، تعمل على تقديم اللحوم الحلال إلى أكثر من ١٣٠ مركزاً تجارياً في جميع أنحاء الولايات، وتتابع

(١) See: From Niche to Mainstream: Halal Goes Global: International Trade Centre, 2015, p 28.

(٢) سيأتي الحديث عن السياحة الحلال في المبحث الرابع من هذا الفصل.

(٣) صناعة المنتجات الحلال تجارة رائجة في أوروبا: تقرير على موقع مرصد الأزهر، الثلاثاء ١

ديسمبر، ٢٠١٥م.

المراكز والمطاعم التي تقدم الحلال بالإننتشار، مع إتباع خدمات توصيل المنتجات إلى المنازل عبر الإنترنت، كما تقدم شركات الطيران خيارات الحلال ضمن وجباتها، بالإضافة إلى قطاع التعليم والرعاية الصحية والخدمات العسكرية وخدمات السجون، وتمثل هذه الخدمات كجزء من إحترام المتطلبات الدينية للمسلمين^(١).

وتسعى الدول الأجنبية التي تزدهر فيها صناعة الحلال إلى إيجاد جواً من التعاون والشراكة الحقيقية مع الدول الإسلامية، وخاصة أن هناك إقبالاً كبيراً من الدول العربية وبعض الدول الإسلامية على شراء منتجات الحلال المستوردة.

ولإنتاج الحلال وإعادة توزيعه آثار كبيرة ومتعددة، تغطي منافعها جميع المنتجين والمستهلكين، ومن الآثار التي تحققها الأغذية الحلال، نوجز أبرزها بما يأتي:

١- سد حاجة الإنسان من الغذاء والشراب الحلال، وإقدام المشتري على البائع تحقيق للمصالح بين أفراد الأمة، التي لا تتم إلا بالإجتماع والتعاون على جلب المنافع والتناصر لدفع المفسد^(٢).

٢- إشهار علامة الحلال على منتجات الأغذية فيها مناصحة للمسلم، وقصد إرشاده وإعانتة بالأقوال والأفعال على إختيار الإصلح له ما في الأسواق^(٣).

٣- قدرة الإنسان على إنتاج السلع الغذائية واستغلالها في المجالين الزراعي والصناعي، تسهم في تقليص نسب إرتفاع البطالة، وإسهام كبير في سد النقص الحاصل في توفير المواد الغذائية^(٤).

(1) See: Food, Feasts, and Faith, An Encyclopedia of Food Culture in World Religions: Paul Fieldhouse, ABC-CLIO, LLC - California, United States, 2017, Volume1, P252.

(2) ينظر: الإشعار بالحلال على المنتجات الغذائية: أ. محمد محمد علي بعيو، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي لإقتصاديات المنتجات الحلال - تركيا، خلال الفترة ١٩ - ٢٠ مارس ٢٠١٥م، ص ١٢٥ - ١٢٨.

(3) ينظر: المصدر نفسه: ص ١٢٥ - ١٢٨.

(4) ينظر: المصدر نفسه: ص ١٢٥ - ١٢٨.

٤- وتعد قطاعات الحلال ومن ضمنها قطاع الأغذية، من مصادر تنويع الدخل القومي، لما تحققه من نمو سريع ولسنوات عديدة؛ بسبب النمو السكاني، والطلب المتزايد على المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية^(١).

٥- يحقق الأمن الغذائي والسلامة من الأمراض وكل ما يصيب المجتمع من المخاوف، فإذا تحققت أبعاد توفير الأغذية للأسر وتوزيعها بصورة عادلة وكافية، سيعود على النظام العام بالإستقرار، فيحفظ للدول إستقرارها السياسي والإقتصادي والإجتماعي^(٢).

والعكس لو حصل إضطراب في الحكم والسياسة والإقتصاد، فإنه سيعود بالأثر السلبي على أمن الغذاء العام لكل المجتمعات.



(١) ينظر: قاعدة بيانات مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي: الإمارات العربية المتحدة.

(٢) ينظر: حالة الأمن الغذائي والتغذية في العالم ٢٠٢٠م: منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة،

روما - إيطاليا، ٢٠٢٠م، ص ٢٥٤.

المطلب الثالث

دواعي الحاجة إلى منتجات الأغذية الحلال

تشير كثير من التحليلات الإقتصادية إلى أنّ الطلب على الأغذية الحلال، يشهد إرتفاعاً متزايداً في جميع أنحاء العالم، وهذا الإرتفاع يعود إلى أسباب دينية وأخلاقية، وأسباب تتعلق بالسلامة التي يتمسك بها المسلمون في إختيار المنتج المناسب مع سلوكهم الإستهلاكي، فهناك وعي متزايد بين المسلمين حول واجباتهم الدينية، واستخدام الحلال أمر حيوي لهم وضروري للإستمرار في الحياة ومزاولة الأنشطة اليومية، كما أنّ القوة الشرائية وبسبب إرتفاع دخل الفرد، عامل مهم في إزدياد الطلب والإستهلاك لمنتجات الحلال في الأوساط الإسلامية وحتى لغير المسلمين^(١)، ولقد كانت العديد من الدول الإسلامية تلبية معظم إحتياجات الغذاء محلياً من دول إسلامية أخرى، ومع الزيادات السكانية في إعداد المسلمين التي فاقت الإمدادات الغذائية، لجأت البلدان الإسلامية إلى الإستيراد من الدول المتقدمة زراعياً وصناعياً، فحدثت تغيرات في عادات الناس الغذائية، حيث أصبح الطعام الممنوح على النمط الغربي شائعاً^(٢).

وليس كل المنتجات الغذائية المستوردة تتوافق مع مقومات الدين الإسلامي وتعاليمه في المأكّل والمشرب، حيث تورد الدول الأجنبية أغذية نباتية وحيوانية تُثار عليها التساؤلات حول مكوناتها الرئيسية، ومن حيث الطهارة، وقيمتها الغذائية، والطرق والوسائل التي أُعدت بها، إلى غير ذلك من الإستفهامات التي تحجب النظر عن تسويق مثل هذه المنتجات، مجهولة الهوية الدينية والصحية.

ومن الأسباب الملحة الداعية إلى تمكين صناعة الحلال، وإيجاد بدائل غذائية سليمة وأكثر إنسجاماً مع مبادئ الإسلام وأهدافه، نذكرها في النقاط التالية:
١- إحتواء بعض الأغذية على الكحول، أو المركبات الضارة للعقل والجسم.

(1) See: Principles of Global Supply Chain Management: Yui-yip Lau, Adolf K. Y. Ng, Jorge Acevedo, Anthem Press, British, 2019, chapter 5, 5-2.

(2) See: Halal Food Production: p29, 30.

٢- إتباع طرق غير شرعية في ذبح الحيوانات، كالصعق الكهربائي، أو التغطيس في الماء، أو ضربها بالمسدس، وهذه الطرق لا تسمح بخروج الدم والجراثيم والميكروبات من جسم الحيوان.

٣- المضافات إلى المواد الغذائية، فتضاف للأغذية مشتقات مصنوعة من شعر الإنسان، أو من الحيوانات وعظامها، كالجيلاتين^(١) الحيواني، الذي ينتج من جلد الخنزير، مما يسبب احتمالية إنتقال الأمراض من الحيوان إلى الإنسان.

٤- إدخال مدخلات محرمة ومشبوهة في الأوساط الزراعية^(٢)، كبعض الأوساط الزراعية المساعدة لنمو الخلايا مصدرها مشبوه، كاستعمال الجيلاتين للتكاثر الخلوي^(٣)، أو إستخدام بعض مخلفات الحيوانات كعلف للحيوانات.

(١) الجيلاتين: هو بروتين قابل للذوبان، يستخلص من كولاجين الحيوانات، أو عظامها، أو أنسجتها، باستعمال الماء الحار والحمض، والمعالجة القلوية، والمصدر الأساسي الذي يستخلص منه الجيلاتين عظام المواشي، وجلد الخنزير، والأسماك، ويستخدم في صناعة الخمر لتكون مثبته، أو مكثفة، أو مقومة للصناعات الغذائية. ينظر: المنهجية الأصولية في الحكم على المواد الغذائية المعاصرة بالإستصحاب: مصطفى بن شمس الدين، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول لمركز البحوث والإستشارات الإجتماعية - لندن، حول موضوعات العلوم الإجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، خلال الفترة ٢٨ - ٣٠ مايو / أيار، ٢٠١٢م، ص ٦٢٣.

(٢) الأوساط الزراعية: ويقصد به "أي نظام غذائي مستخدم لإستنبات الخلايا (النباتية، البكتيرية، أو غيرها من الكائنات الحية) ودعم نموها، وعادة ما يكون مزيجاً مركباً من مغذيات عضوية وغير عضوية". معجم مصطلحات التقانة الحيوية في الغذاء والزراعة: منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة - القاهرة، ٢٠٢١م، ص ٣٦٠.

(٣) التكاثر الخلوي: أو ما يسمى (الإنقسام الخلوي): "وهو تحقيق النمو بزيادة عدد الخلايا أو إنتاج الأمشاج، للتكاثر أو تعويض التالف من الخلايا". الوراثة والتقنية الحيوية في الأسماك: د. هشام عبد الله السنهوي، E-kutub Ltd، لندن، ط١، ٢٠١٨م، ص ٣٤.

٥- معظم المعالجات الحرارية^(١) المتبعة في عمليات التصنيع، قد تؤثر على القيمة الغذائية، ونوعية الغذاء ومركباته.

٦- صعوبة الحصول على الأغذية الحلال من المتاجر الكبرى، خاصة في البلاد التي تكثر فيها تجمعات الجاليات الإسلامية، بسبب الإفتقار إلى الموردين، وقلة المراكز المعتمدة على توفير الأطعمة الحلال^(٢).

وهذه أهم الخطوط العريضة التي تواجه الغذاء الإنساني السليم، الذي بدله الإنسان من غذاء طيب مباح، إلى غذاء خبيث، لا يغني ولا يضمن من جوع، وهنا يأتي دور الباحثين والعلماء المسلمين المختصين في الشأن الزراعي والإقتصادي، بان يشحنوا الهمم من أجل تطوير وإنتاج الأغذية الطيبة، وسبل تحقيق الكفاية الذاتية من الأغذية الحلال، من أجل سد الثغرات أمام توافد السلع والمنتجات مجهولة الهوية إلى دول العالم الإسلامي.



(١) المعاملات الحرارية: هي عملية يتم فيها تعريض المنتجات الغذائية إلى درجات معينة من التسخين، للحصول على فائدة معينة في عمليات تصنيع الغذاء، ومن أنواع المعاملات الحرارية، التبخير، والسلق، والبسترة، والتعقيم، والتجفيف، وتؤدي هذه المعاملات إلى فقد لعناصر الغذاء وقيمتها، ويقلل الفقد من الفيتامينات القابلة للذوبان في الماء، باستخدام حرارة أعلى لفترة أقل. ينظر: أساسيات وفسولوجيا الخضر: د. أحمد عبد المنعم حسن، المكتبة الأكاديمية، ط١، ٢٠١٨م، ص ٩٦.

(٢) ينظر: صناعة الحلال من الخصوصية إلى العالمية: ص ١٤ - ١٦.

and See: Preparation and Processing of Religious and Cultural Foods: Md. Eaqub Ali, Nina Naquiah Ahmad Nizar, Woodhead Publishing, 1st Edition, 2018, p10.

المطلب الرابع

معايير صناعة الغذاء الحلال

ليست قضية الحلال هي علامة تجارية تلصق على المنتجات، لتشير إلى أنّ المنتج موافق للشريعة فحسب، بل إنّ منتج الحلال يجب أن يمر بسلسلة من القواعد الشرعية ومعايير الجودة والسلامة، للحفاظ على الصحة الإنسانية والبيئة العامة، وتطبيق معايير وقواعد صناعة الغذاء، لها تماس مباشر بحفظ النفس والعقل، فقوامهما يرتكزان على صلاح الغذاء، وفسادهما بفساد الغذاء.

وتكمن أهمية الإهتمام بمعايير صناعة الغذاء الحلال، هو أنّ الغذاء شأنه شأن العديد من القضايا الإستراتيجية الأخرى، فأمره خطيراً لا يحتمل الإهمال، وإلى الآن لم يلقى ذلك الإهتمام، وهذه حقيقة لا مفر منها، وإذا لم يكن لديك سلاح على سبيل المثال لمواجهة قطاع الطريق، فسوف يتم إستبعادك في النهاية، وهذا الواقع ينطبق على الطعام الضروري لحياة الإنسان، وإنّ الطعام الحلال لا يقل أهمية عن الماء والهواء، وهما عنصران لا غنى عنهما في حياة الإنسان، والطعام غير الحلال أكثر من ذلك، فقد يتسبب في فقدان حياة المسلمين للأخرة، لذلك فإن حماية الغذاء الحلال من القضايا الإستراتيجية التي يجب التفكير بها مرتين، لأنها مرتبطة بجينات أفراد الأمة، فعندما يتشكل دماغ الإنسان من خلال الطعام غير الصحي، كالتعام المعدل وراثياً^(١)، فإن أدمغتهم سوف تستعمر وتستعبد بشكل طبيعي وإلى المستقبل^(٢).

(١) الطعام المعدل وراثياً: هو إتباع أساليب لتحسين جوده المنتجات الغذائية، من خلال إستخدام تقنيات الهندسة الوراثية، التي تسمح باستحداث صفات جينية جديدة، لزيادة حجم غذاء معين أو إطالة مدة حفظه وتخزينه، ويشيع إستخدام التعديل الوراثي في الخضروات وبعض الأطعمة. ينظر: SCIENCE 1001 فكرة عن العلوم: بول بارسونس، ترجمة: هناء محمد محمد، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٨م، ص ١٦٩.

(2) See: A way forward to European Standard on Halal FOOD: Saim Kayadibi, J. Asian Dev. Stud, Vol. 3, Issue 2, June 2014, p 107.

ومن الصعب حصر المعايير والطرق لتغطية جوانب صناعة الغذاء، بدءاً من مكوناته الأولية، ثم مروراً بالإنتاج وإنهاءً بالتوزيع، لكن سنذكر قواعد عامة ورئيسية التي يجب إتباعها عند الإنتاج، ومن هذه القواعد^(١):

- ١- أن يكون الغذاء حلالاً بذاته، ولا يحتوي على مكونات أو إضافات محرمة، أو نجسة، أو ضارة، أو ملوثة، وأن تخضع الأغذية إلى إشتراطات اللوائح الفنية والمواصفات القياسية ذات الصلة، بحسب نوعها وطبيعتها وتعبئتها.
- ٢- أن يستوفي المنتج متطلبات الحلال في كل مرحلة من مراحل السلسلة الغذائية، مثل الأعلاف المستخدمة، والذبح، والإستلام والإعداد والتجهيز، والتعبئة والتغليف، والنقل والتوزيع والتخزين والعرض وغيرها.
- ٣- أن تكون الأجهزة والأدوات وجميع خطوط الإنتاج والمواد المساعدة التي تستخدم في تجهيزها، نظيفة وفق قواعد النظافة العامة والسلامة، وأن تكون الأدوات مصنوعة من مواد حلال غير محرمة أو متنجسة.
- ٤- ينبغي فصل الأغذية الحلال عن باقي الأغذية في كل مرحلة من مراحل الإنتاج، للحيلولة دون إختلاطها بأغذية حرام أو غير موافقة لشروط الحلال.
- ٥- يجب تجنب التلوث المتبادل بين الأدوات والمنتج، وأن تُغسل المعدات بمنظفات صحية مسموح بها، وتجنب وضع المكونات الكحولية^(٢).
- ٦- تلتزم الهيئة الإسلامية عند لإصدار شهادة الحلال، بإصدارها ضمن مجال تخصصها، ونشاطها المحدد من قبل وزارة الصحة العامة، ويتضمن ذلك إصدار شهادات للمنتجات، أو اللحوم المحضرة في المقاصب، أو المسالخ،

^(١) ينظر: دليل إستيراد الأغذية الحلال والهيئات الإسلامية المجازة، المصرح لها إصدار شهادات الحلال والذبح الحلال: ص ٥، ١٠، ١٢، ١٦؛

and See: Halal Food Certification: Guide for Swiss food companies to understand the importance of Halal Certification, feb 13, 2019, p 36, 37.

^(٢) Look: Same source: p33.

أو المنشآت الغذائية، وفي حال لا يتوفر هيئات مجازر في دول، فإنه يجوز للهيئات الإسلامية المصرح لها إصدار شهادات الحلال، شريطة الحصول على موافقة مسبقة من قبل وزارة الصحة العامة.

٧- يجب أن يمتلك المختصون في أي هيئة إسلامية، معرفة دقيقة بشروط الحلال وفهم عميق بمتطلباته، ومنها معرفة الأغذية الحلال والحرام، والحكمة من وراء ذلك، والحرص على الإلتزام بهذه الإشتراطات إنطاقاً من المسؤولية الشرعية والقانونية والفنية.

٨- تقبل الإرساليات الغذائية إذا كانت صادرة من هيئة، أو مؤسسة إسلامية مصرح لها من قبل جهات صحية، وأن تُثبت شهادة الحلال على الشحنة، وإدراج عليها كافة المعلومات من: شعار وختم وتوقيع الشهادة، ورقم الفاتورة ورقم الشهادة الصحية، وإفادات حول تواريخ الشهادة والذبح والإنتاج، وغيرها من المعلومات المتعلقة حول المادة الغذائية المصنعة^(١).

٩- إتباع المبادئ والأخلاقيات الإسلامية في التعامل مع العملاء، والحرص على الإبداع وتوفير أفضل السبل والطرق لخدمة المستهلكين^(٢).

(١) ينظر: إشتراطات جهات إصدار شهادات الأغذية الحلال وشروط اعتمادها: اللجنة الفنية الخليجية لقطاع مواصفات المنتجات الغذائية والزراعية، ٢٠٠٩م، ص ٨؛ وبرنامج المواصفات الغذائية المشترك بين منظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة العالمية: وثيقة للمناقشة عن وضع مواصفة خاصة بالمنتجات الحلال، الدورة العاشرة، روما، إيطاليا، ١١ - ١٥ نوفمبر/ تشرين الثاني، ٢٠١٩م، ص ١٢ - ١٥.

(٢) ينظر: دور منتج الحلال في تعزيز الإقتصاد الإسلامي: أ. العجاج فاطمة الزهراء، أ. خديم أمال، أ. قراري يمينة، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي لإقتصاديات المنتجات الحلال - تركيا، خلال الفترة ١٩ - ٢٠ مارس ٢٠١٥م، ص ١٥٧.

ولقد صدرت كثير من اللوائح والإرشادات والمؤلفات، لتعليم مديري وموظفي خدمة الطعام كل جانب من جوانب سلامة الأغذية، ونقاط التحكم الحرجة^(١)، والصرف الصحي، من شراء وإستلام الطعام، إلى غسل الأطباق بشكل صحيح، بما في ذلك إستخدام الوقت ودرجات الحرارة، والتلوث المتبادل، وممارسات النظافة الشخصية، والمنطقية الحيوية، والأخطار الكيميائية والفيزيائية، والتنظيف السليم، وإدارة النفايات والآفات، والمبادئ الأساسية لنظام تحليل المخاطر^(٢).

وتأكيداً لقضية مهمة وهو على أن على المنظمات التي تسعى للحصول على معايير الحلال، من الضروري أن يقوم الممارسون في منظمة الحلال، باطلاع أنفسهم على التطورات في تكنولوجيا الأغذية، فمن وقت لآخر تظهر آلاف الإضافات الغذائية الجديدة في الأسواق سنوياً، وقد يكون الطعام اليوم حلالاً وغداً حراماً، والعكس صحيح، فعلى المؤسسات والجهات الرقابية أن تتبنى باستمرار الكشف على مكونات المنتجات، والموردين، وأنماط الأمداد، والملوثات المختلفة المحتملة، والطرق التي بها حماية مكوناتها وعملياتها من الإصابة، على عكس العديد من معايير الإدارة أو سلامة الأغذية الأخرى، التي لا تزال جامدة لفترات طويلة من دون تحديث لعملها، فيجب أن توفر المعايير الإسلامية وخاصة بشأن الحلال، آلية لكيفية مراقبة هذه التغييرات، وهذا أمر في بالغ الأهمية، وبدون هذه الآليات سيصبح المعيار الإسلامي قد عفا عليه الزمن، ومن ناحية أخرى تُلزم المؤسسات ببناء بنك بيانات شاملة، حول التطورات

(١) التحكم الحرجة (CCPS): وهو نظام وقائي يعنى بسلامة الأغذية، من خلال تحديد الأخطار ومنعها، أو تقليلها إلى أقل حد ممكن. ينظر: إلترام المنشأة الغذائية: مؤسسة إلترام للمعايير الأخلاقية، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٠م، ص ٩٤.

(2) See: Food Safety: A Reference Handbook: Nina E Redman, ABC – CLIOK, Sanata Barbara, California, 2007, p268.

والتغيرات في مجال سلامة ومراقبة الأغذية، ليتم تبادلها مع جميع المنظمات المعتمدة^(١).

إنَّ وضع معايير شاملة وموحدة لصناعة الحلال أمرٌ ليس بالسهل، فهناك كثير من الدلائل الإرشادية والمقترحات التي وضعتها مؤسسات وهيئات إسلامية، بالتعاون مع مؤسسات الدولة ذات العلاقة بتصنيع الحلال وتصديره أو إستيراده، وما ذكرنا من معايير ومتطلبات الأطعمة الحلال لا يمثل إلا عشر ما معمول به في صناعة الحلال، فهناك معايير للجهات المستوردة والمصدرة للحلال، ومعايير للرقابة والتفتيش في مصانع وشركات إنتاج الحلال، وأدوار الدولة والهيئات والعاملين، وقواعد منشآت وأماكن العمل، وطرق الحفظ والنقل، وغيرها من القواعد التنظيمية والصحية والسلوكية، وهذا التعدد والتنوع في معايير صناعة الأغذية، هو ما يدعونا إلى توحيد هذه القواعد الإنتاجية، تحت مظلة مشتركة بين منتجي الحلال في دول العالم، بالقدر الذي يُمكن أن تصل هذه المنتوجات إلى دائرة الحلال، وإلى السلامة الصحية والبيئية ما أمكن.



(1) See: Alternative Quality Management Standards Islamic Perspective: Syed Azaudhin Syed Bahaldin, Sanon Printing Corporation SDN BHD 2005, Kuala Lumpur, Malaysia, p190.

المبحث الثالث

منتجات السلع غير الغذائية الحلال

وفيه ثلاثة أفرع:

• الفرع الأول: منتجات الألبسة الشرعية:

- وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: حقيقة الألبسة الشرعية.

المطلب الثاني: شروط اللباس وضوابطه.

المطلب الثالث: تلبية منتجات الألبسة الشرعية لمتطلبات العصر.

المطلب الرابع: معايير صناعة الألبسة الشرعية.

• الفرع الثاني: منتجات مستحضرات التجميل الحلال:

- وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف مستحضرات التجميل.

المطلب الثاني: ضوابط التجميل في الشريعة.

المطلب الثالث: تلبية منتجات مستحضرات التجميل لمتطلبات

العصر.

المطلب الرابع: معايير صناعة مواد التجميل الحلال.

• الفرع الثالث: منتجات الأدوية الحلال:

- وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الدواء.

المطلب الثاني: مشروعية الدواء والتداوي في الشريعة.

المطلب الثالث: تلبية منتجات الأدوية الحلال لمتطلبات العصر.

المطلب الرابع: معايير صناعة الأدوية الحلال.

المبحث الثالث

منتجات السلع الحلال

أصبحت صناعة الحلال في الإقتصاد الإسلامي اليوم، لا تقتصر على قطاعٍ واحدًا، فبعد أن حقق قطاع الأغذية الحلال مكاسب وأرباحاً كثيرة على الصعيد الإقليمي والعالمي، أخذت تطبيقات أخرى لا تقل أهمية عن سوق الأغذية بالظهور على الساحة الإقتصادية، وتتمثل هذه التطبيقات بقطاع الأزياء، والصيدلة، ومستحضرات التجميل، حيث أضحت تقدم حلولاً لمشاكل المجتمعات الإسلامية، وتوفر خدمة لأفرادها، وخيارات وبدائل لحياة أفضل للمسلمين، خاصة وأنَّ العالم الإسلامي يشهد غزواً كبيراً للسلع والبضائع، التي أفسدت أذواق المسلمين واختياراتهم الشخصية، ولأهمية ما سبق سأتناول في هذا المبحث، أهم القطاعات الإنتاجية غير الغذائية في الإقتصاد الإسلامي، والتي تلبي حاجات العصر ومتطلباته.

الفرع الأول: منتجات الألبسة الشرعية:

تمثل الملابس الإسلامية المحتشمة والألبسة الرجالية قطاعاً اقتصادياً هاماً، بدأت تتحول الى صناعة عالمية، ومحط انظار واهتمام المصممين والمصنعين، ولأهميتها سأتناول في هذا المطلب المفهوم العام للألبسة الشرعية، وواقعها من حيث الإنتاج وتلبيتها لتفضيلات المستهلكين المسلمين، وما هي المعايير الشرعية لصناعة الألبسة الشرعية.

المطلب الأول

مفهوم الألبسة الشرعية

لوقوف على حقيقة الألبسة الإسلامية كمصطلح عام، لابد من معرفة حقيقة اللباس عند أهل اللغة والإصطلاح، وذلك من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول: تعريف الألبسة في اللغة:

اللباسُ واللُّبْسُ والملبَسُ واللُّبُوسُ هو كل ما يلبس من ثياب ودرع، ليستر به الإنسان جسده، جمعه لبسٌ وألبسةٌ^(١)،

الفرع الثاني: تعريف الألبسة في الإصطلاح:

لم يفرد الفقهاء (رحمهم الله) تعريف خاص للباس، وإنما ذكروا في مؤلفاتهم أحكام مفصلة عن الألبسة، فذكروا مشروعيتها وأنواعها وألوانها، وما يحل وما يحرم، والمكروه منها على الرجل والمرأة، وأحكام اللباس في العبادات، وغيرها من الأحكام التي فصلتها السنة النبوية، ويمكنني أن أعرف الألبسة الإسلامية بأنها: هي كل ما توارى جسد الإنسان، وتحفظ له سوءته، ويتزين بها أمام الناس، مما أباحه الله سبحانه في شريعته، ولم يتعارض مع أوامره ونهيه وآدابه.

فقولي (كل ما توارى جسد الإنسان): نعني أنّ اللباس من صفاته ساتراً ومغطياً للجسد، لتحفظه من الحر والبرد والأذى، سواء كان اللباس لرجلٍ، أو امرأة، أو صبي. وقولي (وتحفظ له سوءته، ويتزين بها أمام الناس): لا يقتصر لبس الملابس على حماية الجسد من حر الصيف وبرد الشتاء، بل لستر عورة الرجل والمرأة من أعين الناظرين، لتحفظ لهم كرامتهم بين الخلق، كما أنّ اللباس يُتخذ للزينة كحال باقي أنواع الزينة، من عطر وكحل وحلي وباقي ما يتجمل به الإنسان.

وقولي (مما أباحه الله سبحانه في شريعته، ولم يتعارض مع أوامره ونهيه وآدابه): وهذا قيد أصيل في هذا التعريف، وهو لتمييز مرادنا من الألبسة والأغطية، فليس كل لباس يشرع إتخاذه ملبساً وإن كان يطلق عليه في مصطلح أهل اللغة والعرف لباساً، فقد يكون اللباس لبس تشبه أو شهرة، وكل ما لا يليق بالمسلمين، فالمعتبر هو الألبسة التي تتصف بمواصفات وأحكام فصلتها الشريعة الإسلامية، وسنأتي على هذه الأحكام في المطالب التالية.



(١) ينظر: تهذيب اللغة: ١٤٣/٤؛ ومختار الصحاح: ٢٧٨/١؛ ولسان العرب: ٢٠٢/٦.

المطلب الثاني

شروط اللباس وضوابطه

لم تلزم الشريعة الإسلامية على الرجل أو المرأة بلبس ذات نوع معين من الملابس دون غيره، فهناك تطبيقات متنوعة من الألبسة أُبيح للمسلمين التخيير منها، وارتدائها في أعمالهم ومناسباتهم وباقي أمور حياتهم، لكن الإسلام وضع مواصفات عامة، تضبط إختيار الملابس وارتدائها، على إختلاف أنواعها وهيئاتها؛ وذلك ليحصل المقصود الأسمى الذي أراه الشارع من لبس اللباس، فتسلم أخلاق الناس وتصوراتهم من الإنحراف والضياع.

وهناك شروط أساسية وضعها الفقه الإسلامي، التي يجب أن يتصف بها لباس الرجل والمرأة، ليكون الملبس مباحاً وحلالاً، وهذه الشروط نقسمها على النحو التالي:
أولاً: شروط لباس الرجل^(١):

١- أن يكون ساتراً للعورة: إتفق الفقهاء (رحمهم الله) على أن عورة الرجل ما بين السرة والركبة^(٢)، ومرو رسول الله ﷺ برجل وهو كاشف عن فخذه، فقال له النبي ﷺ: ((عَطِّ فَخْذَكَ فَإِنَّهَا مِنَ الْعَوْرَةِ))^(٣).

(١) ينظر: لبس الرجال أحكامه وضوابطه في الفقه الإسلامي: أ.د. ناصر بن محمد بن مشري الغامدي، دار طيبة الخضراء - مكة المكرمة، ط٣، ١٤٣٤هـ، ١/٥٠١، ٥٩٥، ٥٦٨، ٢/٨٠٤؛ وأحكام اللباس والزينة في الإسلام: سعد الدين بن محمد الكبي، المكتب الإسلامي، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ص ٥٧ - ٦١؛ وفقه اللباس والزينة: علوي بن عبد القادر السقاف، القسم العلمي بمؤسسة الدرر السنية، ط١، ١٤٣٨هـ، ص ٥٦ - ٥٨.

(٢) ينظر: الإختيار لتعليل المختار: ٤٥/١؛ وبداية المجتهد ونهاية المقتصد: أبو الوليد محمد بن أحمد بن محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، الشهير بإبن رشد الحفيد (ت: ٥٩٥٩هـ)، دار الحديث - القاهرة، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، ١/١٢٢؛ والمهذب في فقه الإمام الشافعي: أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي (ت: ٤٧٦هـ)، دار الكتب العمية - لبنان، ١٤١٦هـ - ١٩٥٥م، ١/١٢٤؛ والكافي في فقه الإمام أحمد: ٢٢٦/١.

(٣) رواه الترمذي في سننه: أبواب الآداب، باب ما جاء أن الفخذ عورة، حديث رقم ٢٧٩٨، ٥/١١١. وقال الترمذي عنه حديث حسن.

٢- ألا يكون لباساً محرماً: كلبس الحرير والذهب للرجال، ولقد أجمع الفقهاء على حرمة لبس الحرير والتختم بالذهب، للرجال دون النساء^(١).

٣- ألا يشبهه لباس النساء: فقد ورد النهي من أن يتشبه الرجل في لباسه بلباس المرأة وبالعكس، فجاء في الحديث عن رسول الله ﷺ: ((لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ الرَّجُلَ يَلْبَسُ لِبْسَةَ الْمَرْأَةِ، وَالْمَرْأَةَ تَلْبَسُ لِبْسَةَ الرَّجُلِ))^(٢).

٤- ألا تكون هيئة اللباس وصفته مخالفة للشرع: فمنهى الشارع عن لبس الثياب المصنوعة من جلود الحيوانات الميتة قبل تطهيرها، والمصنوعة من الجلود النجسة كالكلب والخنزير، ونهى الإسلام عن هيئات اللباس، وإشتمال الصماء^(٣)، والتلثم في الصلاة، وإسبال الثوب تحت الكعبين^(٤).

٥- ألا يكون في اللبس إسراف: أمر الله سبحانه في كثير من نصوص الكتاب الكريم بالإعتدال في الأمور كلها، إنفاقاً وأكلاً وشرباً، وكذا السنة النبوية، وقد بوب الإمام البخاري في كتاب اللباس، بحديث الإعتدال في كل شؤون المسلم

(١) ينظر: الإقناع في مسائل الإجماع: علي بن محمد بن عبد الملك الكتامي الحميري الفاسي، أبو الحسن ابن القطان (ت: ٦٢٨هـ)، تحقيق: حسن فوزي الصعيدي، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، ط١، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م، ٣٠٠/٢، ٣٠١.

(٢) رواه أحمد في مسنده: مسند المكثرين من الصحابة، مسند أبي هريرة رضي الله عنه، حديث رقم ٨٣٠٩، ٦١/١٤. قال الحاكم: هذا حديث صحيح على شرط الإمام مسلم ولم يخرجاه. ينظر: المستدرک على الصحيحين: ٢١٥/٤.

(٣) إشتمال الصماء: وهو أن يلتف الرجل بثوب واحد، حتى إذا تحرك أو أراد أخذ حاجة ظهرت عورته، وسميت صماء؛ لأنها لا منفذ لها يتلف فيها تلفلاً غير مضبوط، بخلاف إذا كان متر بئوب يربطه عليه، أو يجعل أطرافه على عاتقيه، كل هذا لا بأس به. ينظر: الإفهام في شرح عمدة الأحكام: عبد العزيز بن عبد الله بن باز (ت: ١٤٢٠هـ)، تحقيق: سعد بن علي بن وهف القحطاني، مؤسسة الجريسي، ص ٤٢٨.

(٤) الإسبال: أن يجاوز الرجل بثوبه حد المطلوب، فيرخيه إلى ما تحت الكعبين وهو منهي عنه، وحاصل جر الثوب يستلزم الخيلاء والتكبر، وإن لم يكن يقصده. ينظر: البدر التمام شرح بلوغ المرام: الحسين بن محمد بن سعيد اللاعي، المعروف بالمغربي (ت: ١١١٩هـ)، تحقيق: علي بن عبد الله الزين، دار هجر، ط١، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٤ م، ١٠/١٨٨.

التعبدية والدينيوية، وأورد الحديث النبوي: ((كُلُوا وَاشْرَبُوا وَالْبَسُوا وَتَصَدَّقُوا، فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ))^(١).

٦- ألا يشبه لباس الكفار والفساق من الناس: فعن عبد الله بن عمرو بن العاص، قال: رَأَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَلَيَّ تَوْبِينَ مُعْصَرَيْنِ، فَقَالَ: ((إِنَّ هَذِهِ مِنْ ثِيَابِ الْكُفَّارِ فَلَا تَلْبَسْهَا)) وفي رواية فَقَالَ: ((أَأَمَّكَ أَمْرَتُكَ بِهَذَا؟)) قُلْتُ: أَغْسِلُهُمَا، قَالَ: ((بَلْ أَحْرَقُهُمَا))^(٢). والمعصر الثوب المصبوغ بالعصفر، وهو صبغ أحمر^(٣).

٧- أن يكون لباساً فضفاضاً: لأمر رسول الله ﷺ بأن يحفظ الرجل عورته، وحفظها يقتضي حفظ معالمها.

٨- ألا يكون لباس شهرة: فجاء النهي عن رسول الله ﷺ: حيث قال: ((مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ))^(٤). وأراد عليه الصلاة والسلام من ثوب الشهرة، كل ما لا يحل لبسه، أو ما كان يقصد منه التفاخر والتكبر، سواء كان اللباس نفيساً أو زهيداً، أو أن يتخذه المتزهّد ليُشهر نفسه بالزهد

(١) رواه البخاري في صحيحه: كتاب اللباس، باب قَوْلِ اللَّهِ تَعَالَى: ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ﴾، حديث الباب، ١٤٠/٧.

(٢) رواه مسلم في صحيحه: كتاب اللباس والزينة، باب النهي عن لبس الرجل الثوب المعصر، حديث رقم ٢٠٧٧، ١٦٤٧/٣.

(٣) ينظر: المفهم لما أشكل من تلخيص كتاب مسلم: أبو العباس أحمد بن عمر بن إبراهيم القرطبي (ت: ٦٥٦هـ)، تحقيق: مجموعة من المحققين، دار ابن كثير، دمشق - بيروت، ٣٩٩/٥.

(٤) رواه ابن ماجه في سننه: كتاب اللباس، باب من لبس شهرة من الثياب، حديث رقم ٣٦٠٦، ١١٩٢/٢. إسناده حسن. ينظر: المقاصد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة: شمس الدين أبو الخير محمد بن عبد الرحمن بن محمد السخاوي (ت: ٩٠٢هـ)، تحقيق: محمد عثمان الخشت، دار الكتاب العربي - بيروت، ط ١، ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م، ص ٦٦٨.

والتواضع بين الناس، أو ما يلبسه المتفقه من لبس الفقهاء، أو ما يتخذه الساخر من ثياب ليجعله ضحكاً، أو ما يرأى به كناية بالثوب عن العمل^(١).

ثانياً: شروط لباس المرأة:

لقد أودع الله سبحانه وتعالى في المرأة مظاهر الأنوثة والجمال، وهيئها لتكون سكناً وأنساً للرجل، والمرأة فتنة إذا أظهرت مفاتها أمام ما لا يحل لهم النظر إليها، وحفاظاً على المجتمعات من الإنزلاق في الشهوات المؤدية إلى الفواحش واستغلال النساء لضعفهن، شرع الله سبحانه الحجاب^(٢) للمرأة في أوقات معينة، وليست أي ثياب توضع على الأجساد تعد حجاباً ساترة، بل لها معايير وضوابط شرعية، فمن الشروط العامة لحجاب المرأة المسلمة، ما يأتي^(٣):

١- أن يستر جميع بدنها، ليستر عورتها وزينتها التي نهيت من إبدائها للرجل الأجنبي، وقد قال تعالى في شأنه حجاب النساء: ﴿وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ﴾^(٤)، وقوله سبحانه: ﴿يَأَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ

(١) ينظر: شرح سنن ابن ماجه: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١هـ)، تحقيق: رائد بن صبري بن أبي علفة، بيت الأفكار الدولية - عمان، ط١، ٢٠٠٧م، ص ١٣٢٣.

(٢) الحجاب: من حجب الشيء وستره، وهو "كل ما ستر المطلوب، أو منع من الوصول إليه، ومنه قيل للستر حجاب لمنعه المشاهدة، وقيل للبواب حاجب لمنعه من الدخول". التوقيف على مهمات التعاريف: زين الدين محمد المدعو بعبد الرؤوف بن تاج العارفين بن علي بن زين العابدين الحدادي ثم المناوي القاهري (ت: ١٠٣١هـ)، عالم الكتب ٣٨ عبد الخالق ثروت-القاهرة، ط١، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م، ص ١٣٦.

(٣) ينظر: موسوعة الفقه الإسلامي: محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، بيت الأفكار الدولية، ط١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ٩٤/٤ - ٩٦؛ وصحيح فقه السنة وأدلته وتوضيح مذاهب الأئمة: ٢٩/٣ - ٣٦؛ وخلاصة الثناء في فضيلة الحياء: محمد عطا الله سعيد رمضان، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٦م، ص ٨٠ - ٨٤؛ والمرأة بين الشريعة وجاهلية العصر: محمد حسني أبو ملح، دار أمواج - عمان، ط١، ٢٠١١م، ص ٤٨ - ٥٠.

(٤) سورة النور: جزء من الآية ٣١.

وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِبْنَ عَلَيْهِنَّ مِنَ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفَ فَلَا يُؤْذَيْنَ
وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾^(١)، والخمار هو ما يخمر به الرأس، أي يغطيه،
وهو ما يسميه الناس المقناع، والجلباب هو الرداء الذي هو فوق الخمار، وقد
أمر الله تعالى زوجات النبي وبناته (رضي الله عنهن جميعا) ونساء المؤمنين،
بأن يسدلوا أغطية الرأس على وجوههن، ليتميزن عن نساء الجاهلية ونساء
الإماء^(٢).

ولقد أجمع الفقهاء (رحمهم الله) أنّ المرأة عورة ما عدا وجهها وكفيها^(٣)، واختلفوا
في الوجه والكفين، فيرى فقهاء الشافعية والحنابلة أنّ كل شيء في جسد المرأة عورة
حتى ضفرها، فيوجبون تغطية كامل جسدها بما في ذلك وجهها وكفيها، ولا يحل لغير
الزوج والمحرم النظر إليها إلا لضرورة^(٤)، وذهب الحنفية والمالكية إن وجه المرأة
وكفيها ليس بعورة، ولا يجب سترهما بل يستحب^(٥)، لكن الفقهاء الذين لا يرون بوجود
تغطية كامل جسد المرأة، منعوا أن تكشف المرأة وجهها بحضرة الأجانب من غير
ضرورة، وخاصة إذا كانت شابة خوف الفتنة، وأوجبوا ستر الوجه عندما يكون ذلك
فتنة بخروجها من البيت، والأحوط الإقامة في البيت وترك الخروج إلا من عذر، بل

(١) سورة الأحزاب: آية ٥٩.

(٢) ينظر: تفسير ابن كثير: ٤٢٥/٦.

(٣) ينظر: الإقناع في مسائل الإجماع: ١٢٢/١؛ ومراتب الإجماع في العبادات والمعاملات
والإعتقادات: أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري (ت: ٤٥٦هـ)،
دار الكتب العلمية - بيروت، ص ٢٩.

(٤) ينظر: نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج: ٦/ ١٨٧، ١٨٨؛ وكشاف القناع على متن الإقناع:
منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي (ت: ١٠٥١هـ)، دار
الكتب العلمية، بيروت - لبنان، بدون تاريخ، ٢٦٦/١.

(٥) ينظر: البحر الرائق شرح كنز الدقائق: ١/ ٢٨٤، ٣٨١/٢؛ وشرح زروق على متن الرسالة: شهاب
الدين أبو العباس أحمد بن أحمد بن محمد بن عيسى البرنسي الفاسي، المعروف بـ زروق (ت:
٨٩٩هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط ١، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م، ٢/ ١٠٥٢.

نقل الشوكاني إتفاق المسلمين على منع خروج النساء المسلمات سافرات الوجه، لا سيما عند كثرة الفساق في الطرقات^(١).

أن يكون اللباس واسعاً مريحاً عند حركة أعضاء بدنها، وسميكاً لا يشف، فلا يجوز لبس الملابس الضيقة أو الشفافة، التي تصف مفاتن جسدها عند الأجانب والمحارم والنساء، فقد قال النبي ﷺ: ((صِنْفَانِ مِنْ أَهْلِ النَّارِ لَمْ أَرَهُمَا وَنِسَاءً كَاسِيَاتٌ عَارِيَاتٌ مُمِيلَاتٌ مَائِلَاتٌ))^(٢).

ومعنى قوله (كاسيات عاريات): قيل إنها تستر بعض بدنها وتكشف بعضه إظهاراً لحالها، وقيل معانه تلبس ثوباً رقيقاً يصف لون بدنها، وأما قوله (مائلات مميلات): معناه مائلات عن طاعة الله وما يلزمهن حفظ حدوده، مميلات يعلمنَّ غيرهنَّ فعلهنَّ المذموم، وقيل مائلات متبخترات مميلات لأكتافهنَّ^(٣).

٢- ألا يكون زينة في نفسه يلفت أنظار المارة ليفتتهم، قال سبحانه وتعالى: ﴿وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا﴾^(٤)، وتعددت أقوال المفسرين في المراد بالزينة، فمنهم من قال الزينة زينتان: زينة لا يراها إلا الزوج: كالخواتم والأسوار، وزينة يراها الأجانب: وهي الثياب الظاهرة، وما ظهر منها: الوجه والكفان، وهذا هو المشهور عند الجمهور^(٥).

ويدخل في الزينة في عصرنا كثير من الإكسسوارات والعطور والأصباغ، التي تصطبغ بها المرأة وتتجمل بها، وسنأتي عن الحديث عنه لاحقاً في هذا المبحث.

(١) ينظر: نيل الأوطار للشوكاني: محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني (ت: ١٢٥٠هـ)، تحقيق: عصام الدين الصبابطي، دار الحديث - مصر، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م، ١٣٧/٦.

(٢) رواه مسلم في صحيحه: كتاب اللباس والزينة، باب النساء الكاسيات العاريات المائلات المميلات، حديث رقم ٢١٢٨، ١٦٨٠/٣.

(٣) ينظر: المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج: ١١٠/١٤.

(٤) سورة النور: جزء من الآية ٣١.

(٥) ينظر: تفسير ابن كثير: ٤٢/٦.

٣- ألا يكون الثوب معطراً أو مبخرًا، فقال رسول الله ﷺ: ((أَيُّمَا امْرَأَةٍ اسْتَعْطَرَتْ فَمَرَّتْ عَلَى قَوْمٍ لِيَجِدُوا مِنْ رِيحِهَا فَهِيَ زَانِيَةٌ))^(١)، وسبب المنع لما فيه من إثارة الشهوات التي تحصل من وراء حسن الملبس، ووضع الحلي والزينة الفاخرة، وكذا إختلاطهن بالرجال^(٢).

٤- أن لا يشبه لباس الرجال في الزي والطول، فلباس الرجال فوق الكعبين، ولباس المرأة أسف الكعبين ليستر قدميها، وقد لعن الله رسول الله ﷺ المتشبهات من النساء بالرجال، فعن ابن عباس رضي الله عنهما قال: ((لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ، وَالْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ))^(٣). فقد نهى صلى الله عليه وسلم كلا الجنسين من أن يرتدي ثياباً لا تختص بهما ولا تصلح لهما، كلبس المرأة للبنطال وغيره مما هو من ملابس الرجال.

٥- ألا يشبه لباس الكافرات، فلا يجوز للنساء المسلمات أن يلبسن ثياباً فيها مشابهة للباس الكافرات، فإن المشاركة في الهدى الظاهر تورث تشاكلاً وتناسباً بين المتشابهين، تقود إلى الموافقة في الأخلاق والأفعال، وهذا أمر محسوس ومشاهد، ومن النصوص الدالة على التشبه عموماً قوله صلى الله عليه وسلم: ((مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ))^(٤).

(١) رواه النسائي في سننه: كتاب الزينة، ما يكره للنساء من الطيب، حديث رقم ٥١٢٦، ١٥٣/٨. الحديث صحيح الإسناد. ينظر: الأحكام الشرعية الصغرى: عبد الحق بن عبد الرحمن الأندلسي الأشبيلي (ت: ٥٨١هـ)، تحقيق: أم محمد بنت أحمد الهليس، مكتبة ابن تيمية، القاهرة - مصر، مكتبة العلم، جدة - المملكة العربية السعودية، ط ١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م، ٧١/١.

(٢) ينظر: فتح الباري: ٣٤٩/٢.

(٣) رواه البخاري في صحيحه: كتاب اللباس، باب المتشبهون بالنساء والمتشبهات بالرجال، حديث رقم ٥٨٨٥، ١٥٩/٧.

(٤) رواه أبو داود في سننه: كتاب اللباس، باب في لبس الشهرة، حديث رقم ٤٠٣١، ٤٤/٤. فيه ثوبان ضعيف، وقد روي الحديث من طريق مرسلًا، وآخر موقوفًا. ينظر: نصب الراية: جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (ت: ٧٦٢هـ)، تحقيق: محمد عوامه، مؤسسة الريان، بيروت - لبنان، دار القبلة للثقافة الإسلامية، جدة - السعودية، ط ١، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م، ٣٤٧/٤.

٦- ألا يكون لباس شهرة، لما مر معنا في لباس الرجال النهي الوارد في السنة النبوية من أن يلبس المرء ثوباً ليميز نفسه ويشهرها، وهو لباس مستغرب بين الناس، إما لونه أو شكله، غير مناسب للمروءة والعرف.

٧- ألا يشتمل على تصاوير نوات أرواح، وقد ذهب جمهور الفقهاء إلى تحريم ما فيه صورة ذي روح، إنساناً كان أو حيواناً، فلما لقي جبريل عليه السلام رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: ((إِنَّا لَا نَدْخُلُ بَيْتًا فِيهِ صُورَةٌ وَلَا كَلْبٌ))^(١)، أو تحوي على عبارات غير أخلاقية، أو رموز لصلبان؛ لأنها من شعارات غير المسلمين، فعن عمران بن حطان، أَنَّ عَائِشَةَ رضي الله عنها حدثته: ((أَنَّ النَّبِيَّ صلى الله عليه وسلم لَمْ يَكُنْ يَتْرُكُ فِي بَيْتِهِ شَيْئًا فِيهِ تَصَالِيْبُ إِلَّا نَقْضَةً))^(٢)، والصور لذوات الأرواح أو العبارات والرموز غير الشرعية، فإنها تعد كلها محرمة، سواء كانت موجودة على جدران البيت، أو الألبسة، أو أي أداة من الأدوات المستخدمة في البيت وخارجه، فيجب إزالتها أو طمسها وتغيير معالمها.



(١) رواه البخاري في صحيحه: كتاب بدء الخلق، باب إذا قال أحدكم: آمين والملائكة في السماء، آمين، فوافقت إحداهما الأخرى، غفر له ما تقدم من ذنبه، حديث رقم ٣٢٢٧، ٤/١١٤.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: كتاب اللباس، باب نقض الصور، حديث رقم ٥٩٥٢، ٧/١٦٧.

المطلب الثالث

تلبية منتجات الألبسة الشرعية لمتطلبات العصر

منذ سنوات ليست بالقليلة تشهد الملابس والأزياء التي يطلق عليها "الملابس المحتشمة"، أو "الأزياء الإسلامية"، رواجاً كبيراً وانتشاراً واسعاً سواء كان في الأسواق، أو عروض الأزياء، أو في الإعلام التلفزيوني، والإنترنت، وذلك تماشياً مع الطلب العالمي لهذه الألبسة في الأوساط والمجتمعات الإسلامية المحافظة، خاصة بعد وعي المستهلكين المسلمين بالحلال والحرام من هذه المنتجات، وإحاطتهم بمعلومات حول جوانبه الشرعية والعلمية، مما حدا بكثير من الدول الإسلامية والشركات العالمية الكبرى، المتخصصة في صناعة الملابس وتصميم الأزياء، الإهتمام بهذا النوع من المنتجات، سعياً وراء كسب الزبائن وتحقيق الأرباح.

ولم يعد الزي الإسلامي مجرد ألبسة توضع على الأجساد، بل تحول إلى صناعة مزدهرة ومتطورة، تواكب متطلبات وحاجات المسلمين، من الرجل والنساء حول العالم، حيث توسع الإنفاق العالمي على الأزياء الإسلامية، فقدر بـ ٢٧٧ مليار \$ وفق تقديرات عام ٢٠١٩م، بمعدل نمو سنوي ٤.٨٪ ليصل إلى ٤٠٢ مليار \$ بحلول عام ٢٠٢٤م، وعليه فإن حجم إنفاق المسلمين حول العالم على شراء الملابس والأحذية، يأتي بالمرتبة الثالثة بعد أكبر بلدين مستهلكين في العالم: الولايات المتحدة والصين^(١).

وتتسابق دول إسلامية كبرى إلى أن تكون منافساً كبيراً ومركزاً عالمياً للأزياء المشروعة، فتمتّع دولة أندونيسيا بمنتجات أزياء ذات إمكانات كبيرة، حيث تأمل أن تكون مركزاً لصناعة الحلال العالمية، وتعد أندونيسيا ثالث أكبر مستهلك للملابس الإسلامية بعد تركيا والإمارات، اللتان تعدان من رواد صناعة وتصميم الألبسة

(١) ينظر: عروض الأزياء الإسلامية من منظور التسويق الإسلامي، دراسة ميدانية لمدى استجابة المرأة المسلمة: فاطمة العرابي، وبوسهمين أحمد، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني لإقتصاديات المنتجات الحلال، المنعقد في تركيا خلال الفترة ٦، ٧ مارس ٢٠١٦م، ص ٥١١، ٥١٢؛ وواقع الإقتصاد الإسلامي العالمي لعام ٢٠٢٠م: ص ٢٠.

الإسلامية^(١)، ولاقى سوق الألبسة المحتشمة على المستوى العالمي، إهتماماً كبيراً من قبل اللاعبين العملاقة في قطاع الملابس، فمثلاً شركة (Nike) للتجهيزات الرياضية ابتكرت حجاب رياضي للرياضيات المسلمات أطلقت عليه (Pro Hijab)، ومن دور الأزياء التي دخلت على خط إنتاج الأزياء المحتشمة (Dolce & Gabbana) بيت الأزياء الإيطالي، وشركة (Uniqlo) اليابانية، ودار أزياء (Burberry) الإنجليزية، ومن الأمثلة الناجحة (Smart Khuff Z) العلامة التجارية الألمانية التي أصدرت حذاءً رياضياً للرجال، مع جوارب داخلية قابلة للإزالة لتتناسب جوارب الصلاة^(٢).

ورغم هذا التقدم في تجارة الألبسة الشرعية، إلا إنه لا تزال هذه الصناعة في مراحلها الأولى من التطور، فإن التقدم في الأزياء الإسلامية مقتصر على المصممين المحليين، والمبادرات المبتدئة الصغيرة التي خلقت شريحة خاصة من الأزياء الإسلامية المحتشمة، مثل (Shukr) في الأردن، و (Rabia Z) في الإمارات العربية المتحدة، و(Hijub) في أندونيسيا، في وقت تتمتع أفضل العلامات التجارية للأزياء الغربية حضور قوي في العديد من الأسواق الإسلامية، مما يظهر فرصاً قوية لأن تأخذ الشركات الإسلامية دورها، لإطلاق منتجات لألبسة ذات ماركات ومواصفات إسلامية^(٣).

لقد فرض اللباس المحتشم، واقعاً سوقياً وتوجهاً سلوكياً في الأوساط الاجتماعية العربية والغربية على حد سواء، فلم يُستغرب أن تجد صور الأزياء المحتشمة في عناوين الصحف والمجلات العالمية، بعد أن كان الحديث عن الحجاب والستر في المجتمعات الغربية، يثير نظرات مستهجنة في سنوات ليست بالبعيدة، لكن سرعان ما تغيرت تلك النظرات تجاه الدين الإسلامي ككل، والمرأة المسلمة بشكل خاص، فاصبح العالم كله مهوساً بتصاميم الحجاب والأوشحة والملابس الفضفاضة، التي تهم شريحة

(1)See: The Halal Fashion Trends for Hijabi Community, Ideology and Consumption: Nilda Susilawati, Miti Yarmunida, Khairiah Elwardah, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Vol 8 No 2, Agustus 2021, p35, 36.

(2)See: Building Consumer-Brand Relationship in Luxury Brand Management: Paula Rodrigues, Ana Pinto Borges, IGI Global, United States, 2021, p204, 206.

(3) See: Halal Sector Capability Reports (Halal Fashion): Dubai Exports, p24.

كبيرة من النساء، حتى أنّ الأمر تعدهن إلى رغبة بعض غير المسلمين بالتوجه نحو اللباس الأخلاقي، ولا تزال تُنظم دور الأزياء الأجنبية عروضاً لألبسة إسلامية، بأحدث طراز وأكثر أناقة، يستعرضهن ممثلات مسلمات وحتى النساء الأجنبية من غير المسلمات.

وعلى الرغم من هذا الإنفتاح نحو المسلمين بتسويق مختلف أنواع الألبسة الإسلامية من قبل المصممين والشركات الإسلامية والأجنبية، إلا أنه لا تزال هناك ملاحظات ومآخذ شرعية، فلا ينبغي للمرأة المسلمة أن تعمل كعارضة أزياء للملابس ولو كانت محتشمة، حيث أنها تخالف الشريعة؛ وذلك مظنة للفتنة والفساد، حيث أن دور عرض الأزياء يحضرها الرجال، ولا يحل للرجل النظر إلى المرأة من غير ضرورة شرعية، فضلاً عن أنّ المرأة ستسعى بكل جهدها إلى تحسين صورتها وشكلها للنظرين، ومن الملاحظات الأخرى أنّ كثيراً من الألبسة النسائية، تجدها موافقة للمعايير الشرعية من أنها تغطي الجسد كاملاً وفضفاضاً واسعاً، لكن اللباس في حد ذاته فتنه وجذب لانتباه الرجال في الطرقات، حيث غرقت هذه الألبسة بالألوان البراقة والتطريزات والتشكيلات الفنية، فأصبحت ثياب زينة وجذب لسهام الناظرين، وهذا بلا شك ليس من مقاصد الشريعة في اللباس والستر.



المطلب الرابع

معايير صناعة الألبسة الشرعية

لم ترسم الدول الإسلامية والشركات التي تهتم بصناعة الحلال وتطويره، ملامح الطريق الذي يحفز وينهض بصناعة الأزياء الإسلامية المحتشمة، فلا تزال المواقف على الصعيد المؤسسية خجولة جداً، حتى من دور الأزياء التي تهتم بهذه الصناعة، ولم أقف خلال بحثي في المصادر العربية والأجنبية على خطوات عملية تمكن لصناعة الألبسة المحتشمة وتمهد الطريق أمامها، ولكن مما وقفت عليه بعض الأبحاث التي تتناول عن تمكين المرأة والأزياء في الأسواق الأندونيسية، وأبحاث تتناول توريد منتجات الحلال ومنها الأزياء الإسلامية، فأشارت هذه الأبحاث في ثناياها بإشارات عن العلاقة بين منتجات الأزياء الإسلامية والمستهلكين والمرأة إقتصادياً، ومتطلبات إمداد الأسواق الإسلامية بالألبسة المحافظة، فاستقرت هذه الإشارات من بين السطور، لوضع خطوات عريضة حول صناعة الألبسة الشرعية، للاستفادة منها لمن يأتي بعدي، فيستتير بها في التطبيق العملي.

ويمكن تلخيص أهم الخطوات الفعالة لتمكين إنتاج الألبسة الإسلامية كما يأتي⁽¹⁾:
 ١- يجب ضمان الحلال وجودته في كل مراحل إنتاج الألبسة والمنتجات، من بداية التصنيع حتى يصل إلى المستهلك، من تصميم، وتصنيع، وخياطة، وتغليف، وتعبئة، ونظافة وحدات التخزين، وتوزيع المنتج، والخدمات اللوجستية الصادرة، والتشطيبات - الشكل النهائي للمنتج - مع مرفق البيع لمحال بيع التجزئة والمستهلكين، وسائقي الأعمال، وأن يمتلك المنتجين لشهادة الحلال للدلالة على إمتثال منتجاتهم للشريعة الإسلامية.

(1) See: The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention: Eli Sumarliah, and other, Information Resources Management Journal, Volume 34, Issue 3, July – September 2021, p 81, 82, 85, 86; and Women's empowerment and Halal fashion: experiences from the Indonesian market & industry, Universidad Nacional Lujan: Sebastián Sterzer & Muhammad Rifqi Aufari, Year 5, Number 2, Numero 20, Mayo 2021, p22.

- ٢- يجب أن يضمن إجراء التصنيع فصل المواد الخام الحلال عن المواد الخام الحرام، بما في ذلك مواد الخنزير أو أي مكونات مرتبطة في سياق الموضحة، فالأحزمة والأحذية والحقائب يجب أن تكون جلودها حلالاً، لا تحتوي على شعر أو جلد أو مكونات من الحيوانات غير المشروعة، مثل الخنزير أو تلك الكائنات الحية التي لم يتم ذبحها وفق الشريعة الإسلامية.
- ٣- ألا ترتبط الآلات والمعدات بأشياء نجسة (شرعاً)، أو أشياء محضرة (غير مشروعة)، كما يجب استخدام مواد لا تضر بصحة الأجساد ولا تسبب لها حساسية، أو التي تبعث السموم والروائح المؤثرة على البيئة.
- ٤- الإبداع والإبتكار في صناعة وتصميم الألبسة، يجب أن تجمع بين المتطلبات الشرعية والحدثة العصرية.
- ٥- على البائعين عرض المنتجات بعيداً عن أشعة الشمس، وفي الأرفف النظيفة الخالية من النجاسات والملوثات، لإبقاء السلع سليمة إلى أن تصل للزبائن.
- ٦- يمكن أن تؤدي مراقبة الجودة ودعم صناعة الأزياء المتواضعة، إلى زيادة الصادرات وخلق فرص العمل ونمو القطاع العام، على سبيل المثال: صندوق مؤسسي الأزياء المتواضعة، الذي تحتفظ به الحكومة الأندونيسية المتمثلة (بوزارة السياحة والإقتصاد الإبداعي)، حيث تقوم بإحتضان مصممي الأزياء المحتشمة والعلامات التجارية، كما أنها أطلقت مبادرة المعارض التجارية لعرض منتجات الإقتصاد الإسلامي.
- ٧- استخدام التجارة الإلكترونية لعرض منتجات الأزياء الإسلامية، لما توفره من حلول سريعة ومريحة للمعاملات التجارية، خلافاً للطرق التقليدية^(١).
- ٨- يجب إتباع إستراتيجيات تشجع على الأزياء الشرعية، من خلال التآزر فيما بين العلماء والمصممين والوزارات، مثل وزارة التجارة والوزارة الدينية وغيرها،

(1) See: Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation, and Management: In Lee, Western Illinois University, USA, IGI Global, 2016, p 895.

لأجراء التثقيف والتنشئة الدينية والإجتماعية، حول أهمية شهادة الحلال لمنتجات الأزياء⁽¹⁾.

ويمكن أن يدخل التمويل الإسلامي طرفاً في مجال دعم مشروعات الحلال وبالتحديد صناعة الأزياء المحتشمة، عن طريق دعم المصممين والمنتجين الذين يفتقرون إلى التمويل اللازم لإتمام مشاريعهم، فنشترك الجهة الممولة مع الجهة المنتجة في الأرباح والعوائد المتحصلة، من تسويق الألبسة الرجالية والنسائية بمختلف أشكالها واستخداماتها، وانطلاقاً من المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية تجاه الأسواق، يجب أن لا تدع المؤسسات المالية الإسلامية الأسواق الإسلامية، ساحة تمنح الحرية للمؤسسات التجارية العالمية في خوض تنافساتها، بسلع لا تتوافق مع معايير الحلال في الإنتاج، ولا تلبية طلبات المستهلكين ورغباتهم.



⁽¹⁾ See: The Halal Fashion Trends for Hijabi Community: Ideology and Consumption: p 43.

الفرع الثاني: منتجات مستحضرات التجميل الحلال

اكتسبت صناعة التجميل الحلال زخماً كبيراً في السنوات الأخيرة من قبل النساء المسلمات، خاصة بعد ظهور مستحضرات موادها الخام أكثر أماناً من المستحضرات التجميلية التقليدية، التي تشمل على مكونات الكحول والمشتقات الحيوانية، ولأهمية ما سبق سأتناول الموضوع مجملاً بالتعريف به، وضوابط الشريعة في التجميل والتزين، ثم واقع المستحضرات الحلال ومعايير صناعاتها.

المطلب الأول

تعريف مستحضرات التجميل

ترد كلمات كثيرة في الإصطلاحات المعاصرة، تحتاج منا إلى معرفة أصل استخدامها في لغة العرب، وبين الاستخدام المعاصر لها، وهذا ما سنعرفه في هذا المطلب.

الفرع الأول: تعريف المستحضرات لغةً واصطلاحاً:

أولاً: تعريف المستحضرات لغةً:

المستحضر لغةً: من الفعل (حَضَرَ) وهو ضد المغيب، وتعني إيراد الشيء، وحضر الشيء، واحضره، واحضره إياه، ووروده ومشاهدته، فيقال حَضَرَ القوم الماء: أي شهدوه^(١). فالمستحضر على لغة العرب حضور الشيء والورود عليه.

ثانياً: تعريف المستحضر اصطلاحاً:

المستحضرات بشكل عام: هي مادة جديدة يُحصل عليها بعد عمليات إعداد وتحضير كيميائية، تستخدم في مجالات الطب والتجميل^(٢).

(١) ينظر: مقاييس اللغة: ٧٥/٢؛ والمخصص: أبو الحسين علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: ٤٥٨هـ)، تحقيق: خليل إبراهيم جفال، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط ١، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م، ٣٦٧/٤؛ والمحكم والمحيط الأعظم: ١٢١/٣.

(٢) ينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة: د. أحمد مختار عبد الحميد عمر (ت: ١٤٢٤هـ)، بمساعدة فريق عمل، عالم الكتب، ط ١، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م، ٥١٤/١.

الفرع الثاني: تعريف التجميل لغةً واصطلاحاً:

أولاً: تعريف التجميل لغةً:

التجميل من الفعل جَمَلَ يَجْمَلُ، ومصدره الجميل، والجمال والتجميل: من البهاء والحسن وهو ضد القبح والتقبيح، يقال: رجل حسن وجميل، وامرأةً حسناء جميلة^(١).

ومن الألفاظ ذات العلاقة بالمصطلح (الزينة):

وهي ما يتزين به، والزينُ نقيض الشينِ، وزان الشيء: حسنه وجمله، ويقال: ازينت الأرض بعشبتها، أي: حسنت وجملت، ويسمى الحجامُ (مُزَيِّنُ)^(٢).

واصطلاحاً عرفها الإمام الشوكاني بأنها: "إسم لكل ما يتزين به، من ملبوس ومركوب وحلية وفراش وسلاح وغير ذلك"^(٣).

والتعريف الذي أورده الإمام ﷺ شامل لزينة جسد الرجل والمرأة، وما يُحتاج له في معاشهما من مركب وملبس وسلاح، لكن الذي يعنينا في بحثنا هو زينة الجسد.

فالزينة: إسم جامع لكل ما يتجمل به بمختلف مواد التجميل، من عطور، وحلي الذهب والفضة، والكحل والاصباغ والدهانات، والملابس، والساعات، والإكسسوارات^(٤) أو (الكماليات) وغيرها، لإظهار الجسد بأكمل مظهر الهيئة والحسن والجمال.

(١) ينظر: جمهرة اللغة: ٤٩١/١؛ وتهذيب اللغة: ٧٦/١١.

(٢) ينظر: الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: ٢١٣٢/٥؛ ومختار الصحاح: ص ١٣٩.

(٣) فتح القدير الجامع بين فني الراية والدراية من علم التفسير: محمد بن علي بن محمد الشوكاني، دار الفكر - بيروت، ٤٦٨/٢.

(٤) الإكسسوارات: وهي زينة مصممة بأشكال فنية وجذابة، تعد من المكملات الأساسية لأناقة المرأة، وهي لا تقتصر كالمجوهرات فحسب، بل تشمل الأحزمة والقفازات والنظارات والأحذية وحقائب اليد والدبابيس والأشرطة، وغير ذلك. ينظر: المرأة العولمة والعطاء: د. علي محمد عبد الله، وكالة الصحافة العربية، ط ١، ٢٠١٢م،

ثانياً: تعريف التجميل إصطلاحاً:

عُرف بأنه: "عمل كل ما شأنه تحسين الشيء في مظهره الخارجي، بالزيادة عليه أو الإنقاص منه"^(١). وهنا يشير التعريف إلى أنّ التجميل يكون بتكميل الجسد بتحسينه بالزينة، التي تظفي على الشكل الخارجي مظهراً حسناً وبهياً للناظرين، أو يكون لحماية الجسد الخارجي من المؤثرات والظواهر الطبيعية، وقد يكون التجميل بإزالة عيب خلقي أو مكتسب (بسبب الحوادث)، فتجرى لذلك الجراحة التجميلية لتحسين وتجميل ذلك العضو أو الجزء، مع الاخذ بضوابط الشريعة الإسلامية عند الإقبال على هذا النوع من العمليات الجراحية.

الفرع الثالث: تعريف مستحضرات التجميل علماً:

بعد أن عرفنا جُزئيات العنوان كلٌّ على إنفراد، بذلك نصل إلى تعريف نهائي للمصطلح باعتباره لقباً، فعُرفت مستحضرات التجميل بأنها: "المنتجات التي يتم تقديمها لإستخدام المستهلك، من قبل الشركة المُصنعة، أو الموزع، أو المؤسسات، بإخطار من وزارة الصحة"^(٢).

ويطلق على المستحضرات التجميلية (المكياج)، وهي مواد تستخدم لتعزيز أو حماية مظهر، أو إزالة رائحة، وتشمل المستحضرات على مراهم العناية بالجلد، والغسولات، والمساحيق والعمور، ومحمر الشفاه، وطلاء الأظافر، ومكياج العيون والوجوه، والعدسات اللاصقة، وأصبغة الشعر، ومثبتات الشعر، والمواد الهلامية^(٣)، وكريم الأساس، وبودرة وظلال الخدود، وكريمات الحلاقة للرجال، ومستحضرات ما بعد الحلاقة، ومستحضرات التجميل الطبية، التي تستخدم في علاج مشاكل الشعر،

(١) معجم لغة الفقهاء: محمد قلعي، دار النفائس - بيروت، ط٢، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م ص ١٢٢.

(٢) الحياة العضوية، حياة صحية: جوركان آق جونيش، ترجمة إسراء وحيد إمام، مجموعة النيل العربية - القاهرة، ط١، ٢٠٢٠م، ص ١٥٤.

(٣) الهلام أو الجل: وهي مادة صلبة هلامية جيلاتينية تتراوح خصائصها من الطراوة والضعف إلى القساوة والمتانة، لا تجري أو تسيل عندما تكون في حالة إستقرار، ومن أمثلة هذه المواد مستحضرات الجل الخاص بالبشرة والشعر. ينظر: كيمياء التجميل: د. ص جمانة الشوابكة، دار اليازوري العلمية - عمان، ٢٠١٢م، ص ٢٥٣.

والمستحضرات التكميلية المستعملة لأخذ حمامات الشمس، والخاصة للإهتمام بصحة اليدين والقدمين، أو المستعملة لمنع العرق، أو معطرات الجسم، وكذلك المزيلات لشعر الوجه والجسم، وغيرها من الأئفنة والكريمات المستخدمة لتنظيف البشرة وتغذيتها^(١)، ومنتجات نضافه الرضع، وزيوت الحمام^(٢)، وأنواع أخرى كثيرة من المنتجات.



(١) ينظر: أنتِ وابنتكِ العروس: أ.د. أميمة محمد نور الجوهري، مكتبة العبيكان، الرياض، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م، ص ١٩٦، ١٩٧.

(٢) ينظر: كيمياء التجميل: ميس درّس، مركز الكتب الاكاديمية - عمان، ط١، ٢٠١٨م، ص ٨.

المطلب الثاني

ضوابط التجميل في الشريعة

تعيش مجتمعاتنا الإسلامية اليوم واقعاً مؤلماً منذ فترات طويلة من الزمن، فلم يعد الرجال والنساء منقادين بتعاليم الإسلام في وضع الزينة، فأصبحوا يحاكون الغرب ويقلدوهم تقليداً أعمى! حتى صاروا ينجذبون سريعاً نحو تلك الدعايات الخبيثة، والإعلانات الأجنبية البراقة، عن الموضة والتجميل التي تُعلن على مدار الساعات والأيام، من غير مراعاة وتقيد بضوابط وآداب، ولقد شرع في الإسلام التجميل والتزين للرجال والنساء، وحثهم على إتخاذ الزينة في مواطن ومناسبات متعددة، لكن هذه الإباحة لها من الضوابط والشروط في الشريعة؛ لمنع إتخاذ الزينة وسيلة إلى تغيير الفطرة السليمة، والتدليس والإيهام للخلق، ومن ضوابط إتخاذ الزينة والتجميل بها في الفقه الإسلامي، ما يأتي^(١):

١- ألا يكون فيه تشبه الرجل بالنساء وبالعكس: ويدل لذلك حديث ابن عباس رضي الله عنهما: ((لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ وَسَلَّمَ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ، وَالْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ))^(٢)، قال ابن الملقن في تعليقه على الحديث: ولا يجوز للرجل التشبه بالمرأة في اللبس والزينة التي أختصت بها المرأة، ولا يجوز للنساء

(١) ينظر: فقه اللباس والزينة: ص ١٠٣ / ١٠٦؛ والنصائح الثمينة لمخالفات المرأة في اللباس والزينة: مرفت بنت كامل أسرة، دار ابن الأثير، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢م، ص ٧؛ وأحكام زينة الحاجبين، دراسة فقهية مقارنة: د. طارق بن محمد بن عبد الله الخويطر، دار كنوز أشبيليا، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥م، ص ٢٩ - ٣٨؛ وزينة المرأة المسلمة: عبد الله بن صالح الفوزان، دار المسلم، ط٤، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠م، ص ٢٤ - ٣١.

(٢) سبق تخريج الحديث في ص ٢٥٨، هامش ٣.

التشبه بالرجل مما كان خاصاً للرجال يحل لهن التشبه بهم في الأفعال والتصرفات التي خص بها الرجال دونهن^(١).

٢- ألا يكون فيه تشبه بالكفار والفساق: وقد ورد النهي عن التشبه بالكفار في السنة النبوية في نصوص متعددة، منها قول النبي ﷺ: ((مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ))^(٢)، أي: من شبه نفسه بالكفار أو الفساق أو بالنساء أو بأهل الصلحاء، فهو منهم في الإثم والخير^(٣)، ولذا نجد رسول الله ﷺ في مواطن ومواقف، حذر صحابته من مشابهة اليهود والنصارى في معتقداتهم وعاداتهم، فمن ذلك قوله ﷺ: ((خَالِفُوا الْمُشْرِكِينَ: وَفَرُّوا اللَّحَى، وَأَحْفُوا الشَّوَارِبَ))^(٤).

٣- ألا يترتب على التزين إسراف: الإسراف والإفراط في الترف منهي عنه وفي الأمور كلها، وقد أمر الله سبحانه وتعالى بالتمتع بالطيبات والمباحات من غير إسراف، فقال سبحانه: ﴿يَبْنِيْءَ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾^(٥)، "وقد قال الجمهور إن المراد به السرف في إنفاقه، وعن سعيد بن جبيرة إنفاقه في الحرام"^(٦).

(١) ينظر: التوضيح لشرح الجامع الصحيح: ابن ملقن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري (ت: ٨٠٤هـ)، تحقيق: دار الفلاح لبحث العلمي وتحقيق التراث، دار النوادر، دمشق - سوريا، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م، ٢٨/١٠٠.

(٢) سبق تخريج الحديث في ص ٢٥٨، هامش ٤.

(٣) ينظر: شرح مصابيح السنة للإمام البغوي: محمد بن عز الدين عبد اللطيف بن عبد العزيز الحنفي المشهور بـ ابن المَلَك (ت: ٨٥٤هـ)، تحقيق: لجنة مختصة من المحققين بإشراف: نور الدين طالب، إدارة الثقافة الإسلامية، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ٥/٢٤.

(٤) رواه البخاري في صحيحه: كتاب اللباس، باب تقليم الأظافر، حديث رقم ٥٨٩٢، ٧/١٦٠؛ ومسلم في صحيحه: كتاب الطهارة، باب خصال الفطرة، حديث رقم ٢٥٩، ١/٢٢٢. واللفظ للبخاري.

(٥) سورة الأعراف: الآية ٣١.

(٦) فتح الباري شرح صحيح البخاري: ٦٨/٥.

ومن الإسراف إضاعة الأوقات، فنسمع كثيراً من نساء المسلمين يقضين الأوقات الساعات تلو الساعات على أمور الزينة ووضع المكياج، ولا شك إن هذه الأوقات نفيسه عند المرء، وأن الله سبحانه يوم القيامة سيسأل المسلم عن وقته فيما أفناه.

٤- ألا يكون في استخدام الزينة ضرر: ويدل لذلك حديث رسول الله ﷺ: ((لا

ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ))^(١)، والمقصود أن لا يكون في استعمال الزينة ضرر على الأبدان، كاستخدام مواد التجميل، وما تروجه بعض الشركات من أدوات الزينة، تحتوي في غالبها مركبات كيميائية تضر بالبدن^(٢)، وكلبس الأحذية التي تعرف بذات الكعب العالي، حيث تختل الرجل عند المشية بها، ويرتفع العقب عن مستوى القدم، مما يعرضها للسقوط، وقد منع منه الأطباء من إرتدائه، والإنسان مأمور شرعاً بتجنب الأخطار^(٣).

٥- ألا يكون مغيراً لخلق الله: قال الله سبحانه وتعالى حكاية عن لسان إبليس:

﴿وَلَا ضَلَّيْنَهُمْ وَلَا مَنِّينَهُمْ وَلَا مُرْتَبِّئَهُمْ فَلَيُبْتَلِئَنَّ عَادَانَ الْأَنْعَامِ وَلَا مُرْتَبِّئَهُمْ

فَلَيَغَيِّرُنَّ خَلْقَ اللَّهِ﴾^(٤)، والمراد بتغيير خلق الله قال بعض المفسرين: إنه

تغيير دين الله، تحليل الحلال وتحريم الحلال، أو أنه التغيير بالوشم، وقيل غير ذلك^(٥)، وطالما أن إبليس متربص بإبن آدم مادامت الروح في جسده، فإنه يسعى جاهداً لإغوائه بكل ما هو فيه معصية وتمرد على شرع الله، كما إستكبر وتمرد هو من قبل.

(١) سبق تخريج الحديث في ص ٣٧، هامش ٣.

(٢) ينظر: القاموس فيما يحتاج إليه العروس: د. صالح بن أحمد بن محمد الغزالي، دار المحمدي، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م، ص ٨١.

(٣) ينظر: فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والافتاء: أحمد بن عبد الرزاق الدويش، دار المؤيد، الرياض، ط ٥، ١٤٢٤ - ٢٠٠٣م، ١٧/١٢٣.

(٤) سورة النساء: جزء من الآية ١١٩.

(٥) ينظر: زاد المسير في علم التفسير: جمال الدين أبو الفرج عبد الرحمن بن علي بن محمد الجوزي (ت: ٥٩٧هـ)، تحقيق: عبد الرزاق المهدي، دار الكتاب العربي - بيروت، ط ١، ١٤٢٢هـ، ١/٤٧٣.

٦- ألا يكون التزيين سبباً للفتنة: قال الإمام القرطبي في تفسيره لقوله سبحانه:

﴿وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ

إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا﴾^(١)، فأمر الله سبحانه وتعالى النساء بإخفاء زينتهن عن

الناظرين، حذراً من الوقوع في الفتن والشهوات، ولمراعاة فساد الناس، فلا

تبدي المرأة من زينتها إلا ما ظهر من وجهها وكفيها^(٢).

٧- ألا يكون التزيين بمواد محرمة: من ضوابط التجميل أن لا تكون أدوات

التجميل مصنوعة من مواد محرمة، كأن يضاف إلى صناعتها مواد نجسة،

أو كحول، أو تصنع من محرم كشحم الخنزير، إلا إذا تحققت فيها إستحالة

الشحم وانقلاب عينه إلى عين أخرى طاهرة^(٣).



(١) سورة النور: جزء من الآية ٣١.

(٢) ينظر: تفسير القرطبي: ٢٢٦/١٢.

(٣) ينظر: فتاوى يسألونك: أ.د. حسام الدين بن موسى عفانة، مكتبة دنديس، ودار الطيب، فلسطين،

ط١، ١٤٢٧هـ - ١٤٣٠هـ، ٥/٢٦٣.

المطلب الثالث

تلبية منتجات مستحضرات التجميل الحلال لمتطلبات العصر

بعد أن إنتشرت في الأسواق العالمية ما يعرف بمستحضرات التجميل النباتية والعضوية، والتي هي تحديث للمنتجات التي تحتوي على المواد الكيميائية الضارة بالأجساد، بدأنا نسمع خلال هذه السنوات عن مستحضرات تجميل أكثر حداثة وهي تحمل إسم "حلال"، فبالرغم من أن العديد من العلامات التجارية التجميلية تحمل وسم "طبيعي" أو "نباتي"، إلا أنها لا تخلو من المكونات والإضافات الحيوانية أو الكحولية التي لا تتفق مع مبادئ الإسلام وضوابطه في الزينة، فمع زيادة وعي المسلمين من خلال خبراتهم بأشكال المنتجات الموردة إلى الأسواق الإسلامية، وعبر مواقع التواصل الإجتماعي والتواصل الشفوي فيما بين أفراد المجتمع، إزداد الطلب على أدوات الزينة الحلال، التي تحتوي على المكونات الطبيعية الخالية من أي مكون حيواني أو كيميائي، مع ضمان عدم دخوله إلى الفم، أو تغلغله إلى أعماق البشرة.

وتعدّ مستحضرات التجميل الحلال والعناية الشخصية، سوقاً مزدهراً آخرًا في صناعة الحلال العالمية، إذ تقدر صناعة التجميل الحلال العالمية بحوالي ١٣ مليار دولار، بمعدل نمو سنوي يبلغ ١٢٪ في الوقت الحاضر، ويشكل سوق مستحضرات التجميل الحلال ١١٪ من إجمالي صناعة الحلال العالمية، إذ أنّ الدافع الرئيسي لهذا الطلب الهائل على مواد الزينة والتجميل الحلال، ينبع من ديموغرافية السكان المسلمين المحترفين والشباب الواعين ديناميكياً، علاوة على ذلك يزدهر سوق مستحضرات التجميل الحلال في الشرق الأوسط وآسيا، حيث تساهم ماليزيا بنسبة ١٠٪ - ٢٠٪ من سوق المستحضرات الحلال^(١)، وتهمين دول في آسيا على هذه الصناعة، مثل

(1) See: Proceeding International Annual Conference on Islamic Economics and Law 2020: Emowering Halal SMES For Economic Growth and Sustainability: Nurdeng Deuraseh, Norailis Ab. Wahab, Nor Surilawana Sulaima, Published By: islamic faculty university of trunojoyo madura, 2020, p 6; and see: Halaal cosmetics face sheet: Fathima Amra, for: KZN Halaal Initiative, 15/6/2020, p 4,5.

الهند وإندونيسيا وبنغلاديش وباكستان، نظراً لإمتلاك هذه الدول تجمعات سكانية كبيرة من المسلمين، الذين يبحثون عن منتجات الحلال.

ويبلغ إنفاق المسلمين على مستحضرات الحلال ٦٤ مليار دولار عام ٢٠١٨م، ومن المتوقع أن ينمو ليصل ٩٥ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٤م، فتم توسيع قاعدة منتجات هذه الصناعة لتشمل منتجات العناية الشخصية، ومستحضرات التجميل الملونة، ومنتجات العطور، بالإضافة إلى ذلك يتم تدعيم خطوط الإنتاج هذه، للعناية بالشعر والعناية بالجمال ومستحضرات اخرى، مما مكن لأصحاب المشاريع الحلال بشكل عملي، الاستفادة من الفرص وتحقيق إيرادات في هذا القطاع الساخن^(١).

ولجأت شركات عالمية أخرى إلى تصميم علامتها التجارية من كلمات عربية، وتوجيهها نحو مجموعات معينة من المستهلكين، كشركة (Medina) البريطانية، التي تنتج شامبو للنساء المحجبات، فسمت منتجها على اسم مدينة النبي محمد ﷺ في المملكة العربية السعودية، ويصنف المنتج على أنه حلال ونباتي ويُسوق عبر الإنترنت، ومعجون أسنان من شركة (Smile) البنغلادشية الذي يحمل الكلمة العربية "مسواك"؛ لربط المنتج بالإسلام وحتى بالثقافات العربية قبل الإسلام، كما أنتجت شركة (Inglot) نوعاً من الطلاء يسمح بمرور ماء الوضوء والأوكسجين من خلاله، وأجاز أحد علماء مسلمي أمريكا استخدام هذا الطلاء، وقال: إنه منتج حلال لإمتثاله للشريعة الإسلامية، ولإقبال النساء عليه، جعل الشركة غير قادرة على تلبية التدفق الهائل من الطلبات^(٢).

ومع هذا الحراك الإقتصادي المتوجه نحو مستحضرات التجميل، فلا تزال الأسواق التي تمثل من حصة المسلمين، لم تحقق الإشباع من حيث كثافة المنتج، ووعي المسلمين بمعنى "المستحضرات الحلال"، فكثير من المسلمين اليوم لا يخطر على أذهانهم سوى الأغذية الحلال، فلا تزال هذه الصناعة في مرحلة النشوء بالنسبة للدول العربية وباقي دول العالم الإسلامي، وقد لا تباع هذه المنتجات في المتاجر العادية،

(1) See: State of the Global Islamic Economy Report: Salaam Gateway, and Dinar Standard, 2019/2020, p127.

(2) See: Brand Islam ... The Marketing and Commodification of Piety: Faegheh Shirazi, University of Texas Press, 2016, p 115, 116, 117.

وإنما يكثر عرضها عبر مواقع الإنترنت التسويقية، في دول مثل ماليزيا والأردن وبريطانيا، ومؤخراً في روسيا، فمن الواجب توعية المسلمين بوجوب الإمتثال للشريعة الإسلامية، في إختيار المنتج الذي تنطبق عليه المعايير الدينية، فمحركات السوق الوعي بصحة المنتج الحلال، وتوافقه مع ثقافة المسؤولية الإجتماعية، مع الإهتمام بمتطلبات التسويق، فعند ذلك سترسخ صناعة التجميل الحلال أقدامها في الأسواق الواعدة، والتي تشير التوقعات والدراسات، أنّ المبيعات ستتمو سريعاً في الأعوام القادمة.



المطلب الرابع

معايير صناعة مستحضرات التجميل الحلال

طالما أن قطاع منتجات التجميل له علاقة مباشرة بالصحة، وأن أدوات الزينة والتجميل على تماس مباشر بالبشرة، فيجب على أي شركة تتبنى مشروع صناعة الحلال، أن تنتج كل أشكال المستحضرات وفقاً لمعايير محددة، ومن الضروري أن تكون حساسة ودقيقة في جميع مراحل الإنتاج، لتحصل على منتج بأعلى المعايير والجودة وينال ثقة المستخدمين.

ويغطي مفهوم معايير مستحضرات التجميل الحلال جميع الجوانب الإدارية، ومكونات المنتج، والعمليات الصناعية، وسنغطي المعايير المطلوبة لكل هذه الجوانب، في النقاط التالية^(١):

- ١- يجب أن تكون المواد الداخلة في عمليات التصنيع غير محرمة شرعاً، كمشتقات حيوانية، أو أحياء معدلة وراثياً، أو أجزاء بشرية، أو مواد نجسة.
- ٢- ألا تحتوي على مواد كيميائية أو مواد حافظة، تسبب ضرراً لصحة الإنسان عند تطبيقه في ظل ظروف الاستخدام المعقول.
- ٣- تطبيق متطلبات السلامة من تكثيف الفحوصات المخبرية، لضمان أن المنتجات ليست ضارة بالفعل للمستخدمين.
- ٤- يجب أن تتوافق متطلبات الإنتاج مع ضوابط الحلال العامة، بصرف النظر عن المواد الخام من المعدات والوسائل الفنية، والأجهزة والأواني، والملصقات والتعبئة والتغليف، والتكنولوجيا المطبقة في عمليات الإنتاج^(٢).

⁽¹⁾See: Skin Permeation and Disposition of Therapeutic and Cosmeceutical Compounds: Kenji Sugibayashi, Springer Japan KK 2017, p 103; and See Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Ab. Manan, Siti Khadijah, Abd Rahman, Fadilah, Sahri, Mardhiyyah, Springer Science + Business Media Singapore 2016, p 44, 45.

⁽²⁾See: Halal Cosmetics Enabling new market access with Halal Certification: Farhan Tufail, Spa and Wellness Management Summit, 27th May 2015, p 29.

٥- أن تصادق وكالة إسلامية لها ثقلها وجديرة بالثقة، على مستحضرات التجميل وأدواتها المعلن عنها بأنها حلال، بنفس الطريقة المتبعة في صناعة الأغذية والمشروبات الحلال، وكذلك تتحمل مسؤولية الكشف عن المكونات بوضوح ومصداقية على عبوات المنتجات^(١).

ولتمكين تجارة المستحضرات الحلال لابد من الدخول إلى سوق المنافسة من كافة طرقه التقليدية والحديثة، من خلال الأسواق والمراكز التجارية والترويج لها عبر المنصات الرقمية، وإنَّ على الشركات المنتجة أن تُعرف بمنتجاتها وعناصره على الغلاف الخارجي الحاوي للمنتج وبلغات عدة، وتُثبت شهادة الحلال لمكوناته، للدلالة على معايير الجودة والإلتزام الديني.

لقد أصبح كثير من المسلمين اليوم أكثر وعياً بمدى حلية أدوات التجميل والزينة، من بين أشكال المنتجات التي يستهلكوها، فهم يعتقدون أنَّ المنتجات الحاصلة على شهادة الحلال نظيفة وآمنة للإستخدام البشري، فإذا ما طبقت هذه المعايير واتخذت كافة الإجراءات الكافية لتأمين منتجات مستحضرات حلال، فإنه يمكن إستخدام مستحضرات التجميل الحلال وقبولها ليس فقط من المسلمين، ولكن أيضاً من قبل غير المسلمين، حيث تنطبق معايير الحلال في الإنتاج على هوى ما يرغب به المستهلكين من غير المسلمين، مما يعطي مساحة واسعة لأن يصبح الحلال معياراً للمطابقة المقبولة والجودة، في التعاملات التجارية في الأسواق العالمية.



⁽¹⁾ See: Brand Islam, The Marketing and Commodification of Piety: p 117.

الفرع الثالث: منتجات الأدوية الحلال

مع نشاط حركة الأسواق العالمية بمنتجات الحلال، بدأ الحديث عن دخول منتجات دوائية حلال الى تلك الأسواق، والذي يعكس اهتمام الاقتصاد الإسلامي في معالجة عدة قضايا هامة تشكل قلقاً للمسلمين في مختلف دول العالم، بما في ذلك مكونات الأدوية والمستحضرات الطبية التي تنتجها الشركات العالمية، فسأعرض للأدوية الحلال من خلال هذا المطلب، مفهومه، وضوابط الدواء في الشريعة الإسلامية، ومدى تلبية المستحضرات الدوائية الحلال للطلب العالمي، ثم معايير صناعة الدواء الحلال.

المطلب الأول

تعريف الدواء

قبل الشروع في موضوع مستحضرات الأدوية الحلال، نقف في هذا المطلب على مفهوم الدواء وأصل استخدام هذه الكلمة عند أهل لغة العرب، واستخدامها في الإصطلاح الطبي من أهل الاختصاص.

الفرع الأول: تعريف الدواء في اللغة:

(الدَّوَاءُ) ممدود هو الشفاء جمعه (أدوية)، وقيل (الدَّوَاءُ) بالكسر وهو مصدر (داواةٌ مُدَاوَةٌ) أي عالجه: فيقال: فلان يُدوي ويُداوي، وتداوى بالشيء: تعالج به، و(الدَّوَى) مقصور الألف هو المرض، وقد (دَوِيَ) من باب مرض، و(أدواة) غيره أمرضه^(١). وقال ابن منظور: "والدواء ما عُولج به الفرس من تضمير وحنذ، وما عُولجت به الجارية حتى تسمن"^(٢).

فالدواء إسم لما يستخدم بقصد معالجة المريض، وإزالة ألمه ومرضه، والدوى هو الداء أو المرض.

(١) ينظر: تهذيب اللغة: ١٥٩/١٤؛ ومختار الصحاح: ص ١١٠.

(٢) ينظر: لسان العرب: ٢٧٩/١٤.

الفرع الثاني: تعريف الدواء في الإصطلاح:

عُرِفَ الدواء بأنه: "أي مادة في منتج صيدلي، تستخدم لتغيير أو إستكشاف نظم فسيولوجية أو حالات مرضية لصالح متلقي هذه المادة"^(١). ومن التعريفات الشاملة له عُرِفَ بأنه: مادة كيميائية لها القدرة على إحداث مفعول علاجي لمرض ما، يعطى للمريض من خلال إحدى الطرق العلاجية المعروفة (الفم، الجلد...)، ويمكنها أن تحدث تغييراً في الجسم، إما بزيادة أو نقص الهرمونات أو الأنزيمات، أو القضاء على أحد أنواع البكتريا، أو إيقاف نشاطها، وكذلك الفطريات والفيروسات التي تسبب الإعتلال الصحي للإنسان^(٢).

إذاً الدواء هو صناعة كيميائية، تجري عبر سلسلة من التفاعلات، تخلص إلى إنتاج مواد كيميائية أخرى جديدة، يقوم بها المختصون في علم الصيدلة، يهدف هذا الدواء إلى تغيير حالة مرضية معينة لجسم الانسان، ومعالجتها جزئياً أو كلياً. والأدوية لا يشترط لها أن تكون مادية محسوسة فحسب، وإنما هناك من الأدوية حسية وأخرى غير حسية والتي أباحها الإسلام، وحتى يستقيم تعريف الأدوية نعيد تعريفها بما ينسجم مع أحكام الشريعة الإسلامية، فنقول:

الدواء (هو أي مادة أو طريقة أباحها الشارع، والتي يمكن من خلالها معالجة الأدوية التي تعلق الإنسان، أو تخفيفها، أو الوقاية منها)، فالأدوية كما قلنا تكون مادية يصنعها الإنسان بنفسه، سواء كانت كيميائية أو طبيعية، وتكون أسباب إلهية جعل الله سبحانه وتعالى فيها الشفاء، كالرقى الشرعية بالقرآن والدعاء، وتستخدم هذه الأدوية المعدة للإنسان والحيوان والنبات.



(١) التطور التكنولوجي في مصر: محمد أديب رياض غنيمي، أحمد شوقي حسن، وآخرون، المكتبة الأكاديمية، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م، ص ٤٣.

(٢) ينظر: الدواء في حياتنا: سليمان قاسم الفيقي، مكتب العبيكان، ط١، ٢٠٠١م، ص ١١، ١٢.

المطلب الثاني

ضوابط الدواء والتداوي في الشريعة

إِنَّ مَا يَعِلُّ بَنِي آدَمَ مِنَ الْأَمْرَاضِ نَوْعَانِ لَا ثَالِثَ لِهَمَا، فَالنَّوْعُ الْأَوَّلُ: أَمْرَاضٌ قَلْبِيَّةٌ شَبَهَاتٌ (١) وَشَهَوَاتٌ (٢)، وَعَبَّرَ الْقُرْآنُ الْكَرِيمُ عَنِ شَكِّ الْمُنَافِقُونَ بِالْإِعْتِقَادِ أَنَّهُ مَرِيضٌ، كَمَا فِي قَوْلِهِ سُبْحَانَهُ: ﴿فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ فَزَادَهُمُ اللَّهُ مَرَضًا وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ بِمَا كَانُوا يَكْذِبُونَ﴾ (٣)، وَعَبَّرَ عَنِ ضَعْفِ الْإِرَادَةِ وَالْمِيلِ إِلَى الرِّغْبَاتِ الْمَحْرَمَةِ بِالْمَرِيضِ، فَقَالَ جَلَّ شَأْنُهُ: ﴿يَنْبَسَاءُ النَّبِيُّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنْ أَتَقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ (٤)، وَالنَّوْعُ الثَّانِي مِنَ الْأَمْرَاضِ: هُوَ مَرِيضُ الْأَجْسَادِ الَّذِي يَحْتَاجُ إِلَى إِسْتِدْعَاءِ الْإِخْتِصَاصِيِّينَ مِنْ أَهْلِ الطَّبِّ؛ لِلنَّظَرِ فِي حَالَتِهِ وَمُعَالَجَتِهِ، وَالنَّوْعُ الثَّانِي هُوَ مَا يَعْنِينَا فِي هَذَا الْمَقَامِ، بِالْبَحْثِ عَنِ أَحْكَامِهِ وَشُرُوطِهِ الَّتِي جَاءَ بِهَا الْإِسْلَامُ.

وَقَلْنَا سَالِفًا أَنَّ الدَّوَاءَ وَالتَّدَاوِيَّ بِهِ مَشْرُوعَانِ بِنَصِّ أُدْلَةِ الْكِتَابِ وَالسُّنَّةِ، وَلَمْ يَخْتَلَفِ الْفُقَهَاءُ فِي هَذِهِ الْمَشْرُوعِيَّةِ، وَإِنَّمَا كَانَ خِلَافُهُمْ مَنْصَبًا فِي رَتْبَةِ حُكْمِ التَّدَاوِيِّ وَالْمُعَالَجَةِ بَيْنَ الْوَاجِبِ وَالْمَنْدُوبِ وَالْمَكْرُوهِ وَالْمَبَاحِ عَلَى مَذَاهِبِ خَمْسٍ، فَذَكَرْنَا عَلَى حَسَبِ تَرْتِيبِ أَسْبَقِيَّةِ الْمَذْهَبِ:

(١) الشبهة: "وارد يرد على القلب، يحول بينه وبين إنكشاف الحق له، فمتى باشر القلب حقيقة العلم لم تؤثر تلك الشبهة فيه". مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة: محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية (ت: ٧٥١هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٥م، ١٤/١.

(٢) الشهوة: هو تقديم هوى النفس على طاعة الله ومرضاته، ككل ما تميل إليه النفس من النظر إلى ما نهى الله عنه والعشق المحرم. ينظر: الفوائد: محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية (ت: ٧٥١هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت، ١٣٩٣هـ - ١٩٧٣، ص ٥٨.

(٣) سورة البقرة: الآية ١٠.

(٤) سورة الأحزاب: آية ٣٢.

المذهب الأول: يرى الحنفية أنّ التداوي مباح، لأنه مجمع عليه وقد دلت كثير من نصوص السنة على إباحته^(١).

المذهب الثاني: ذهب فقهاء المالكية إلى جواز التداوي من علة، ولا بأس بتركه، وقد يكون واجباً^(٢).

المذهب الثالث: ويرى فقهاء الشافعية إلى أنّ المعالجة مندوبة، فيسن التداوي وأنه أفضل من تركه، وإن تركه توكلأً فهو فضيلة^(٣).

المذهب الرابع: يرى الإمام أحمد أنّ العلاج والتداوي بالدواء مباح وهو رخصة، لكن تركه أفضل لمن أحب التوكل على الله والصبر على الداء، وطمعاً في نيل منزلة الذين يدخلون الجنة بغير حساب ولا عذاب، حيث من صفاتهم على ربهم يتوكلون^(٤).

وحاصل أقوال الفقهاء والسلف أنّ جمهور الفقهاء (رحمهم الله تعالى) نصوا على أنّ التداوي مباحاً لا بأس فيه، إن شاء تداوى وأخذ الدواء الذي يظن فيه الشفاء، وإن شاء تركه، والقول الثاني هو ما ذهب إليه الشافعية من إستحباب العلاج والتداوي، هو ما عليه الفتوى لكثير من علماء العصر، وأما القول الثالث فهم الذين يرون بحظر التداوي والمنع منه وهو رأي علماء المتصوفة.

والصحيح أنّ باب الطب والتداوي ترد عليه الأحكام التكليفية الخمسة، فقد يكون مباحاً، أو واجباً، أو مستحباً، أو مكروهاً، أو محرماً^(٥)، وهذا الرأي ما أشار إليه بعض فقهاء الحنابلة، فجاء عنهم: "فإن الناس قد تنازعوا في التداوي هل هو مباح أو مستحب

(١) ينظر: البناية شرح الهداية: ٢٦٧/١٢.

(٢) ينظر: التفرع في فقه الإمام مالك بن أنس: ٤١٩/٢؛ وبلغة السالك لأقرب المسالك: ٧٧٠/٤.

(٣) ينظر: عجالة المحتاج إلى توجيه المنهاج: سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد المشهور بابن الملقن (ت: ٨٠٤هـ)، تحقيق: عز الدين هشام بن عبد الكريم البدراني، دار الكتاب، إربد - الأردن، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م، ٤٤٣/١؛ وبداية المحتاج في شرح المنهاج: ٤٦٥/١.

(٤) ينظر: الآداب الشرعية والمنح المرعية: أبو عبد الله محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج (ت: ٧٦٣هـ)، عالم الكتب، ٣٤٨/٢؛ وكشاف القناع على متن الإقناع: ٧٦/٢.

(٥) ينظر: القواعد الفقهية المتعلقة بأحكام التداوي وتطبيقاتها الطبية المعاصرة: أ.د. احمد بن محمد السراج، دار الصميعة - الرياض، ١٤٣٣هـ، ص ٣٠١.

أو واجب؟ والتحقيق: أنَّ منه ما هو محرم، ومنه ما هو مكروه، ومنه ما هو مباح؛ ومنه ما هو مستحب، وقد يكون منه ما هو واجب وهو: ما يعلم أنه يحصل به بقاء النفس لا بغيره، كما يجب أكل الميتة عند الضرورة، فإنه واجب عند الأئمة الأربعة وجمهور العلماء^(١)، ولا نسلم بقول من يرى بحظر الطبابة والتداوي، لمخالفة هذا القول للنصوص الشرعية وإجماع السلف والخلف، وإنَّ العلاج يُمكن الجسد وقيمه على طاعة الله، وبه تستقيم حياته، ومن دونه تضطرب مصالح نفسه، وسيكون هزياً ضعيفاً لا يقدر على إقامة شؤون حياته ورعاية من يعول.

وعلى الرغم من إتفاق العلماء المتقدمين والمتأخرين على حليّة الدواء، إلا إنَّ ذلك لا يعني أن كل دواء يجوز التداوي به على إطلاقه، وإنما هو مشروط بشروط وضوابط جاء بها الفقه الإسلامي في أبواب التداوي، وهذه الشروط تتلخص بما يأتي:

١- يحرم تناول الأدوية التي تدخل في مكوناتها بعض أعضاء الخنزير، أو تحتوي على مادة كحولية مسكرة، أمّا ما يصنع اليوم من أدوية لا سيما أدوية الأطفال والحوامل ويدخل في تركيبها الكحول، فإنه لا مانع شرعاً من تناول هذه الأدوية والي تدخل في تصنيعها نسبة ضئيلة من الكحول لغرض الحفظ، أو إذابة بعض المواد الدوائية التي لا يمكن إذابتها في الماء، على أن لا يستعمل الكحول فيها كمهدئ، وكذا في الأنسولين الخنزيري المنشأ، يباح لمرضى السكري التداوي به للضرورة، ريثما يتحقق ما يتطلع إليه المسلمون من صناعة أدوية حلال، تكون بديلاً على العقاقير الطبية التي تخالف ضوابط الشريعة الإسلامية^(٢).

٢- يجوز التداوي بالأدوية التي مصدرها مباح، ومجال صناعة الأدوية من ثلاث مجالات، وهي: الأدوية النباتية مثل (الحبة السوداء، والقسط، والصبر)،

(١) مجموع الفتاوى: ١٢/١٨.

(٢) ينظر: الفقه الإسلامي وأدلته: ٥٢٦٣/٧.

والأدوية الحيوانية (كالعسل، والجيلاتين المباح)، والأدوية من مصادر أخرى، وهذه الأقسام الثلاثة في مجال الإنتاج لا تخلو من ثلاث حالات^(١):

أ- **الحالة الأولى:** يبدأ التصنيع بمادة مباحة شرعاً، ثم ينتهي بمادة مباحة كذلك، وهذا لا إشكال فيه.

ب- **الحالة الثانية:** يبدأ الإنتاج بمواد مباحة، وينتهي بمركب محرم، كعمليات تصنيع الكحول، ومثاله في تحضير الأدوية أن يدخل في تركيب الأدوية عنصر كحول أو مكون من الخنزير، ويبقى مختلطاً بالدواء بعد تحضيره، وهذا لا إشكال في حرمة.

ت- **الحالة الثالثة:** أن يبدأ التصنيع بمواد محرمة ثم ينتهي بمواد مباحة، بعد إستحالة الأعيان المحرمة، وهذا كثير في إنتاج الأدوية، حيث يستعمل الكحول لإستخلاص المواد الفعالة، ثم يُطرد تماماً ولا يبقى له أي أثر، أو يستحيل إلى مباح، وهذه الحالة فعلى الراجح من أقوال الفقهاء من أنّ العين النجسة تطهر بالإستحالة، فيحل الإنتفاع بهذه الأدوية.



^(١) ينظر: أحكام الأدوية في الشرعية الإسلامية: د. حسين بن أحمد بن حسن الفكي، دار المنهاج، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ، ص ١٧٢، ١٧٣.

المطلب الثالث

تلبية منتجات الأدوية الحلال لمتطلبات العصر

وبعد أن تقدم الطب اليوم على مستوى التشخيصي والعلاجي، ودخول التطور التكنولوجي إلى مجاله، وهيمنة المؤسسات الصحية العالمية وشركات صناعة الدواء، أثارت عند المسلمين عدة تساؤلات حول حقيقة المركبات الدوائية المصنوعة التي يستخدمها المسلمون، ومما زاد الأمر تعقيداً وتساؤلات أكثر، أنّ العناصر المكونة للمنتج الدوائي كتبت بعبارات واصطلاحات علمية بحثه، وأخرى عبارة عن أرقام تخفى حقيقتها عن كثير من الناس، خاصة وأنّ هذه المنتجات كثيرة منها مستوردة من دول أجنبية، لا تتبنى مفهوم الحلال في صناعاتها؛ ولذا بدأت بعض الدول والمؤسسات الإسلامية والمهتمين في شأن الإقتصاد الإسلامي، أخذ زمام المبادرة والتوجه إلى تبني مشروع صناعة الأدوية والمستحضرات الحلال، خاصة بعد إزدياد الوعي عند المسلمين والطلب المستمر، على أن تكون العلاجات المستخدمة آمنة وخالية من أي إضافات حرمتها الشريعة الإسلامية.

وتقدر صناعة الأدوية الحلال بـ ٩٢ مليار دولار في عام ٢٠١٨م، ومن المتوقع أن ينمو بحوالي ١٣٤ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٤م، وقد يكون توسع السوق؛ لتزايد الطلب على المنتجات الدوائية الحلال بسبب مفهوم (Halalan Toyyiban)، الذي يضمن الفعالية والجودة والسلامة والحلال وعوامل النظافة، بالإضافة إلى ذلك فقد إكتسب قبولاً بين المستهلكين غير المسلمين أيضاً، بسبب الجانب الأخلاقي ومتطلبات الإمتثال لمعايير الحلال، التي تشمل ممارسات التصنيع الجيدة (GMP)^(١)، كشرط أساسي قبل تلبية المتطلبات الأخرى لشهادة الحلال، وتتولى عدد من شركات الأدوية في ماليزيا قيادة هذه الصناعة، حيث أنّ ماليزيا هي الدولة الأولى التي توصلت إلى

(١) GMP: هي سلسلة من التدابير الوقائية المعدة لإنتاج المنتجات، وتعني حسن استخدام الموارد المتاحة، وحسن الأداء التصنيعي. ينظر: المدخل التحليلي لإدارة الإنتاج في المنشآت الخدمية والصناعية: د. بن عنتر عبد الرحمن، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠١٩م، ص ٢١٨.

معايير حلال قوية وشاملة لصناعة الأدوية^(١)، ويهيمن المسلمون على إستهلاك الطب الحلال في إندونيسيا، إذ ينفق ٥,٢ مليار دولار أمريكي على المستحضرات الصيدلانية^(٢)، كما افتتحت دولة بروناي أول مصنع لتصنيع الأدوية الحلال عام ٢٠١٠م، وطورت إرشادات ومعايير خاصة للتعامل مع المنتجات الصيدلانية الحلال وتصنيعها، بهدف تمهيد الطريق في البلاد لإنتاج وتوليد مركبات نشطة جديدة، وأدوية مبتكرة وتنافسية، مع سعيها لأن تصبح رائدةً عالمياً في صناعة المنتجات الحلال^(٣). وأصدرت شركة (Adroit Market Research) وهي شركة لتحليلات الأعمال مقرها الهند، تقريراً تحليلاً عن سوق الأدوية الحلال لعام ٢٠٢٠م، مع التركيز بشكل رئيسي على تحليل الصناعة العالمية والقطاعات، وأهم اللاعبين الرئيسيين، والمحركات والاتجاهات حتى عام ٢٠٢٥م، فقد شهد قطاع الأدوية الحلال العديد من التطورات على مدى العامين الماضيين، ومن بين الإجراءات إصدار أول ترخيص حلال لدواء Rx (وصفة طبية)، لشركة الكيمياويات الماليزية (CCM)، من قبل السلطة الدينية في ماليزيا، وفي الوقت نفسه تستعد أندونيسيا أيضاً لتقديم معايير لصناعة واعتماد الأدوية الحلال، وكما ستطلب (ESMA)^(٤) الإماراتية شهادة لجميع الواردات الحلال،

(1) See: Entrepreneurship: Contemporary Issues: Halal Entrepreneurship: Concept and Business opportunities: Moha Asri Abdullah Md. Siddique E Azam, United Kingdom, London, 2021, p 122.

(2) ICOST 2019, 1st International Conference on Science and Technology: Sri Harini ,Hafsan ,Sahara ,Isna Rasdianah Aziz ,Robbi Rahim, EAI, Conference dates 2nd – 3rd May 2019, Makassar, Indonesia, p 69.

(3) Brunei Business and Investment Opportunities Yearbook: IBP USA, 2016 Volume 1, p 80.

(٤) ESMA: مختصر لهيئة الإمارات للمواصفات والقياسات، وهي الهيئة المسؤولة عن أنشطة التقييس بالدولة، ومن مهامها إعداد المواصفات القياسية أو اللوائح الفنية، كما تهدف إلى تعزيز التفاهم المشترك في مجال المسؤولية المجتمعية، وإكمال الوثائق والمبادرات الأخرى المتعلقة بالمسؤولية المجتمعية، كما يصف مفهوم المسؤولية المجتمعية، ومعناها كيفية تطبيقها على المنشآت، ويتضمن إرشادات للمنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم، حول كيفية استخدام هذه

وقدم التقرير تحليلاً متعمقاً لمنافسي السوق، وتوقع أن يصل حجم سوق الأدوية الحلال بحلول عام ٢٠٢٥م إلى ١٧٤,٥٩ مليار دولار، بمعدل نمو مركب يبلغ ٩,٤٪ خلال فترة التنبؤ، حيث هناك دعم من الديموغرافيا الإسلامية، وزيادة كبيرة في الإنفاق الإستهلاكي الإسلامي لدفع السوق، وأن يبلغ إجمالي إنفاق المستهلكين ١٣١ مليار دولار خلال فترة التوقعات، ومن المتوقع أن تؤدي هذه الإتجاهات الإجتماعية والإقتصادية، إلى جانب زيادة عدد شهادات الحلال في جميع العالم، إلى زيادة نمو سوق الأدوية الحلال، بالإضافة شهد الإقتصاد الإسلامي العالمي مؤخراً تطورات تتعلق بتكنولوجيا التجارة والتمويل، ومن الناحية الجغرافية من المرجح أن تظل منطقة آسيا والمحيط الهادئ، أكبر منطقة تضم عدداً كبيراً من السكان المسلمين، تليها منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وأوروبا والأمريكيتين، وأن هذا التعداد الكبير للمسلمين، سيؤدي بدوره إلى توسيع نطاق إختراق سوق الأدوية الحلال العالمي في المستقبل القريب^(١).

ولاتزال الصناعة الطبية الحلال في مرحلة الإعداد والنمو البطيء، وتحتاج إلى تضافر جهود كبيرة لتمكين هذه الصناعة، فالصناعة العلاجية الحلال اليوم مقتصرة على إنتاج بعض المواد الطبية البسيطة، والفيتامينات والمكملات الحلال، وعلى منح شهادات الحلال والإعتمادات من قبل الهيئات الإسلامية، فلم تخض شركات الأدوية الحلال بعد غمار المنافسة المؤملة ضد الشركات العالمية الكبرى، التي تمتلك القدرات التصنيعية، والسيطرة السوقية في جميع دول العالم.



المواصفة في مؤسساتهم وبيئة العمل. ينظر موقع وزارة الصناعة والتكنولوجيا المتقدمة الإماراتية

.www.esma.gov.ae/ar-ae

⁽¹⁾ See: Halal Pharmaceuticals Market 2020 forecasts Muslim consumer market: Hithaishi CB, Bio Spectrum, 24 January.

المطلب الرابع

معايير صناعة الأدوية الحلال

بعد الإختراقات التي شهدتها صناعة الدواء العالمية في مختلف الجوانب العلمية والصحية والأخلاقية، طرحت دول إسلامية ومؤسسات وهيئات دينية متطلعة إلى إيجاد صناعة دوائية حلال، على ضوء المعايير الشرعية وبالمواصفات الصحية والجودة العالمية، معايير خاصة بها لضبط الصناعات الدوائية مثل ماليزيا وأندونيسيا^(١)، كما أنشأ معهد المعايير والمقاييس للدول الإسلامية (SMIIC) التابع لمنظمة التعاون الإسلامي، لجنة فنية للإشراف على قضايا الأدوية الحلال، ووضعت هذه الدول والمؤسسات مجموعة من المعايير والقواعد العامة في إنتاج المستحضرات الطبية الحلال، ومجمل هذه المعايير ما يأتي^(٢):

١- يجب على الشركات المصنعة أن تتمثل لمبادئ الحلال في جميع عملياتها، من بدأ تركيب المواد الخام الحلال مع الفحص والإختبار والتدقيق والعبوات والتعبأة والتخزين والنقل والتسويق، إلى أن يصل إلى المريض المستهلك، من أجل الحصول على منتجات بالجودة المطلوبة (GMP)، ووفقاً لتصاريح التصنيع أو التسويق، كما أنّ على الشركة متابعة المنتج بعد إستهلاك المستهلكين له وتلقي الشكاوى وإسترداد المنتجات، وأخذ التدابير الوقائية في حالة حدوث مشكلة أو أعراض، ومنع تكرارها مستقبلاً.

٢- يجب إستخدام معدات وأدوات مخصصة، لتجنب المستحضرات الصيدلانية أي تعرض لتلوث بالمنتجات غير الحلال، كما يجب إجراء عمليات تنظيف وتطهير للأدوات والحاويات، وكذلك المباني والمرافق بصورة مستمرة؛ لمنع أي تلوث جرثومي.

(1) See: Halal requirements for Pharmaceuticals and Biologicals in Asean: Efpia-Asean Regulatory Network, 5 December 2018, p4.

(2) See: Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry: p536, 537; and See: Halal Pharmaceuticals – General guidelines: Department of Standards Malaysia, 2012, p 1 -10.

٣- يلزم تنفيذ أنشطة إنتاج الأدوية الحلال وفقاً لمعايير دولية صارمة، بما في ذلك ممارسات التصنيع الجيدة (GMP)، وممارسات النظافة الجيدة (GHP)، والممارسات السريرية الجيدة (GCP)، والممارسات المخبرية الجيدة (GLP)، وممارسات التخزين الجيدة (GSP)، وممارسة الهندسة الجيدة (GEP)، وممارسة التوزيع الجيدة (GDP)، وغيرها من الإجراءات المعترف بها عالمياً، للتحكم وإدارة التصنيع والإختبار ومراقبة الجودة الشاملة للمنتجات الصيدلانية، ويضمن نهج مراقبة الجودة لهذه المعايير الدولية للمصنعين، التقليل أو القضاء على حالات التلوث، والخط والأخطاء في عمليات الإنتاج الخاصة بهم، مما يحمي المستهلكين من شراء السلع الخطرة.

٤- لكي تضمن الشركة المنتجة للمستحضرات الطبية قبولاً لدى المؤسسات المستوردة لصناعة الحلال، أن تسجل الشركة معلومات كاملة عنها مع شعارها وختمها وتوقيع المعتمد، مع إقرار من الشركة بأن المنتج خالٍ من الهرمونات، والمعادن الثقيلة، والمضادات الحيوية، والمنشطات، ومشتقات لحم الخنزير، وأي مكونات طبيعية وكيميائية يُحتمل أن تسبب آثاراً جانبيةً وأضراراً بصحة الإنسان، وعند تقديم الجهة المصنعة لمنتج يحتوي على مكون مشتق من مصدر حيواني، فإن على الشركة أن تذهب إلى أبعد من ذلك لتحديد نوع الحيوان، ومواصفات الجزء المستخرج، ونسبة الكحول المستخدمة، وباقي المكونات الداخلة في تصنيع الدواء، وأن يحصل المنتج على شهادة حلال صادرة عن هيئات وسلطات معترف بها، مع باقي العلامات والملصقات التعريفية بالمنتج والتراخيص الطبية من الجهات الرسمية^(١).

إن شهادة الحلال تنفع المستهلكين ومنتجي الأدوية، فيُقنع شعار الحلال أو الملصق الحلال بوضوح المستهلكين المسلمين، أن الأدوية يتم إنتاجها وتصنيعها وفقاً للشريعة الإسلامية، تضمن لهم عدم الحاجة إلى فحص جميع المكونات وإنتاج هذه الأدوية، وبالنسبة لمنتجي الأدوية، توفر لهم شهادة الحلال ميزة تنافسية تتيح لهم

⁽¹⁾ See: Court Uncourt: Registration and Importation of Pharmaceuticals in UAE, Volume II Issue III, Dubai 2015, p11.

إستخدام الشهادات كأسلوب لتمييز المنتجات، مما يزيد من أرباح الشركة، نظراً لأنّ شهادة الحلال تعتبر معياراً لشهادة الجودة لتمييز المنتجات، فإنها تختصر جودة الأدوية للمستهلكين، حيث يتم معالجتها بشكل مختلف وفقاً لمتطلبات دينية عالمية^(١).

٥- يتطلب من الشركة المصنعة للأدوية التي تتقدم بطلب للحصول على شهادة الحلال، للتأكد من إمتثال منتجاتها للشروط السابقة الذكر، إلى جانب تحقيقها لضوابط الشريعة الإسلامية في إعداد الدواء وتركيبه، كما يجب من إدارة الشركة تعيين فريق من الموظفين، لإدارة ورصد وتحديد وتسجيل وإبلاغ عن أي مشاكل، فيما يتعلق بقصور في عمليات إنتاج الحلال.

٦- يلزم على الشركة أن تتخذ إجراءات التفتيش الذاتي، من أجل مراقبة التنفيذ والإمتثال لمبادئ وممارسات التصنيع الجيدة للحلال، ومتابعة التدابير الوقائية اللازمة.

٧- يجب على لجنة الحلال في المنظمة، توفير التدريب المستمر لجميع الموظفين على مبادئ الحلال، والنظافة الشخصية للعاملين، وتقييم فعالية العملية التدريبية بشكل مستمر.

٨- أن لا يكون تصميم العبوة والشعار والرمز والإسم والصورة مضللاً، ويتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية في الإفصاح والشفافية، وإعطاء إنطباع حقيقي لفاعلية وإمكانية الدواء العلاجية^(٢).

إنّ إنتاج مستحضرات الأدوية الحلال، يتطلب من المؤسسة المنتجة أن تنفذ المعايير المقترحة والأخذ بها وتطبيقها بحذافيرها، من معايير صناعية، وضوابط أخلاقية وسلوكية، للعامل والطبيب وحتى المسوق، وذلك لأنّ الدواء من أخطر المنتجات المستهلكة التي تتعلق بأرواح الأجساد، فإنّ مصير الأنفس قد يتعرض

⁽¹⁾See: Halal Certification of Patented Medicines in Indonesia in the Digital Age: A Panacea for Pain: Mas Rahmaha, Nurul Barizahb, International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 13, Issue 1, 2020, p1106.

⁽²⁾ See: Halal Pharmaceuticals: a regulator's Perspective – Ms 2424: Tajuddin Akasah, NBCP, Malaysia, 2012, p43 – 56.

للتهديد والخطر في حالة صدور أي فعل مقصود أو غير مقصود، من قبل المنتج للدواء أو المسوق أو الواصف للعلاج، كما يتطلب من الدول الإسلامية والشركات، بالإضافة إلى المختصين في الشأن الطبي، التفكير بمنتجات دوائية ولقاحات تضمن أن جميع عناصرها من مكونات حلال، والتفكير ببدائل عن الجيلاتين التقليدي المحرم، وحل المعوقات التي تعيق الوصول إلى التحول لإنتاج منتجات الحلال بشكل كامل ومستقل.



المبحث الرابع منتجات الخدمات الحلال

وفيه فرعان:

- الفرع الأول: منتجات السفر والسياحة الحلال:
- وفيه ستة مطالب:

المطلب الأول: تعريف السياحة الحلال.

المطلب الثاني: ضوابط السفر والترفيه في الشريعة.

المطلب الثالث: تلبية خدمات السياحة الحلال لمتطلبات العصر.

المطلب الرابع: مكونات السياحة الحلال.

المطلب الخامس: أثر الضيافة على قطاع السياحة الحلال.

المطلب السادس: معايير خدمات السياحة الحلال.

- الفرع الثاني: منتجات خدمات حلال أخرى:
- وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: خدمات النقل اللوجستي الحلال.

المطلب الثاني: الخدمات الرقمية الإسلامية.

المطلب الثالث: خدمات وصناعات إسلامية حديثة:

- خدمات الإعلام الإسلامي.

- صناعة الألعاب الحلال.

المبحث الرابع

منتجات الخدمات الحلال

يعتقد كثير من الناس أنّ الحلال كلمة تطلق على الطعام والشراب، والمواد التي تدخل في تصنيعه وتحضيره فقط، في حين أنّ كلمة حلال مفهوم شامل لكل مجالات ومناحي حياة الإنسان، فهي تشمل المجالات: المالية، والإجتماعية، والأخلاقية والسلوكية، والمأكل والمشرب، والملبس، والتجميل، والأدوية، والسياحة والترفيه، والنقل، الخ، فالحلال هو أن يكون أسلوبك في الحياة على الطريق الصحيح الذي يرضيه دين الإسلام.

وبعد تطور مستوى الحياة والتحضر الذي تعيشه المجتمعات البشرية، وتطور التقنيات وأساليب تقديم الخدمات، فلم تكن تقتصر الخدمات على ما إعتاد الناس الحصول عليها، كالتعليم والصحة والماء والكهرباء، بل إتسعت لتشمل خدمات أكثر حداثة وشكلاً وتنوعاً، مثل خدمات السياحة والترفيه والإعلام، وخدمات الشحن والنقل، والخدمات المالية، وخدمات الأعمال والإستشارات والأبحاث، وكذلك الخدمات المتعلقة بتقنيات المعلومات والذكاء والبرامج وغيرها، وهذا التنوع في الخدمات أصبحت من الأمور الضرورية والأساسية لكل المجتمعات، بل أصبح توفرها علامة على تقدم الدول، ومقياساً وسمة على التحضر والرقى التي تسعا إليها بلاد العالم اليوم؛ من أجل توفير الخدمات بكفاءة وكفاية ونوعية وكمية لمجتمعاتها، والإقتصاد الإسلامي في السنوات الأخيرة، يقوم بتعزيز وتطوير مثل هذه المنتجات والخدمات، من منطلق ومعيار الخدمات الحلال، من أجل تنمية قطاعات الإقتصاد الإسلامي، وتحقيق وجود سوقي له ومنافسه عالمية.

الفرع الأول: منتجات السفر والسياحة الحلال:

لم تقتصر قطاعات الإقتصاد الإسلامي على منتجات السلع الحلال، من الأغذية والألبسة والمستحضرات... الخ، فقد نشطت بالمقابل لذلك قطاعات الخدمات، ومن ضمنها السياحة والترفيه الحلال، لذا سأقف على هذا القطاع الواعد في هذا المطلب.

المطلب الأول

تعريف السياحة الحلال

للووصول إلى فهم دقيق لمصطلح "السياحة الحلال"، لابد من تعريف مفرداته منفصلة؛ لتتضح معالم المصطلح، وذلك على التفصيل التالي:

أولاً: تعريف السياحة لغةً:

السياحة في اللغة مشتقة من الفعل (سَاحَ)، وقد سَاحَ يَسِيحُ سَيْحاً وَسَيْحَاناً، وساح الرجل في الأرض سياحة، ورجل سائح وسياح، إذا جرى على وجه الأرض، ومثله ساح الماء إذا جرى على وجه الأرض، وأساح فلاناً نهراً: إذا أجره، والجمع أسياح وسُيَاح^(١)، وسَيَّاح بالفتح صيغة مبالغة وهو كثير التنقل والسياحة.

وهناك فرق بين السياحة والسفر، فالسياحة أعم وأشمل، فهي تطلق على كل خروج وتنقل ونزهة أو إستطلاع، سواء قربت المسافة أو طالت، بينما السفر لا يطلق في العرف والشرع، إلا على قطع مسافة طويلة، فكل سفر سياحة، وليس كل سياحة سفراً^(٢).

ثانياً: تعريف السياحة اصطلاحاً:

السياحة بمفهومها البسيط هي: "نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط"^(٣).

وظهرت هذه الكلمة في القرن التاسع عشر ميلادي، وأول إستخدام لكلمة سائح كان في العام ١٨٤٠م، واعتمد تعريف السياحة عام ١٩٣٦م من قبل حلف الأمم، حيث عُرف بأنه: "السفر للخارج لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة"، وبعد أن تبنت الأمم

(١) ينظر: أساس البلاغة: ٤٨٨/١؛ ومختار الصحاح: ١٥٨/١؛ ولسان العرب: ٤٩٢/٢.

(٢) ينظر: السياحة، أحكامها وآدابها في ضوء القانون والشرعية: أ.د. محمد شاهجان الندوي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٧م، ص ١٠.

(٣) التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة: أ. أدهم وهيب مطر، دار مؤسسة رسلان، دمشق، ط ١، ٢٠١٤م، ص ١٧.

المتحدة (منظمة السياحة العالمية) التعريف أضافت له: "بأن لا تزيد مدة الزيارة في الخارج عن ستة أشهر"^(١).

أما مفردة (الحلال) فقد تطرقت إليه إلى تعريفه في المبحث الأول من هذا الفصل، وقلت إنه ما نص على حليته وإباحته في كتاب الله، أو سنة رسوله ﷺ، أو إجماع المسلمين، ولم يرد نص ما يمنع منه.

ثالثاً: تعريف السياحة الحلال مركباً:

بعد أن فصلنا القول في بيان مفهوم مفردات (السياحة الحلال) عند أهل اللغة والإصطلاح، تكشفنا لنا معالم العنوان لنا بشكل أوضح.

ومن التعريفات التي بينت مفهوم السياحة الحلال بشكل عام، ما قيل فيه: إنها نشاط سياحي يتكون من منتجات أو خدمات، تلبى المتطلبات الإسلامية واحتياجات المسافرين المسلمين، ولا تقتصر هذه السياحة على النظام الغذائي الذي يتوافق مع التعاليم والقيم الإسلامية فحسب، لكن أيضاً الأنشطة الحلال الأخرى خلال العطل، مثل الفنادق والمنتجعات الحلال، والسباحة الحلال، والعلاج والإستجمام الحلال^(٢).

ومفهوم السياحة الإسلامية ينطلق من ثلاث إتجاهات^(٣):

الإتجاه الأول: المفهوم الإقتصادي: يركز المفهوم الإقتصادي للسياحة الحلال، على إدراج أسواق ووجهات سياحية جديدة، فيعتبر الفاعلون الرئيسيون في مجال السياحة، أنّ الدول الإسلامية من الأسواق الناشئة، التي تتوفر على إمكانات إقتصادية وديموغرافية^(٤)، ووجهات متنوعة.

(١) ينظر: أسس صناعة السياحة: د. ريهام يسري السيد، دار غيداء، ط١، ٢٠٢٠م، ص ١٤٩.

(٢) See: Cases on Tour Guide Practices for Alternative Tourism: Gulsun Yildirim, Ozlem Ozbek, Ceyhun Caglar Kilinc, Abdullah Tarinc, Business Science Reference, 2020, p 201.

(٣) ينظر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات: منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)، ٢٠١٧م، ص ٣٥.

(٤) ديموغرافية: يقصد به علم السكان أو الدراسات السكانية.

الإتجاه الثاني: المفهوم الثقافي: يتضمن المفهوم الثقافي للسياحة الحلال الرؤى والأفكار، التي تحدد إدراج المواقع الثقافية الدينية والإسلامية في البرامج السياحية، وتتجلى غايته، إعادة توجيه الجهات السياحية من المواقع المشحونة بالثقافات الغربية، نحو المواقع الإسلامية الدينية والتاريخية والثقافية.

الإتجاه الثالث: المفهوم الديني: يستند المفهوم الديني للسياحة الحلال على التفسير، والفهم المحافظ للسياحة الحلال، وعلى التفسير والفهم المحافظ للإسلام، ودمج الحياة الإسلامية المحافظة بصناعة السياحة الحديثة، من أجل سوق سياحه محافظة ومتواصلة النمو في بلاد العرب والمسلمين.



المطلب الثاني

ضوابط السفر والترفيه في الإسلام

لقد عُذبت شريعة الإسلام بالمسلم في جميع أحوال عباداته ومعاملاته وسلوكه، في دينه وآخرته، وسروره وحزنه، وصحته ومرضه، وغناه وفقره، وفي إقامته وسفره، ومما إهتم الإسلام به أن بين جملة من الأحكام والآداب، التي يجب على المسافر المسلم أن يحرص على تعلمها وأدائها قبل أن يحزم أمتعته ويبدأ بالسفر، وذلك لتكون هذه الضوابط والآداب حفظاً للمسلم من تضيع الفرائض عن وقتها، وتأكيداً على التحلي بالأخلاق والآداب الإسلامية، وتحصيناً له من إرتداد الأماكن التي لا تليق بسمعة المسلم وأهله وما يحط من قدرها.

أولاً: الحكم التكليفي للسياحة:

السياحة والسفر من الوسائل التي تأخذ حكم الغاية، فتأخذ الأحكام الشرعية الخمسة، وهي إما أن تكون^(١):

١- **سياحة مباحة:** إذا كانت لمجرد التنزه والفرجة والترويح عن النفس، على أن لا تكون في مكان يوجد فيها الفساد.

٢- **سياحة واجبة:** إذا كان سفرًا من أجل أداء فريضة الحج.

٣- **سياحة مكروه:** إذا لم تكن لمقصد شرعي، وإنما لمجرد النزهة والفرجة، وكان السفر لبلاد يكثر فيها الفساد والمنكرات، التي يصعب السلامة منها.

٤- **سياحة محرمة:** إذا إعتراها مانع خارجي ومن صور ذلك:

- إذا كانت بقصد المعصية وتقليب النظر فيما حرم الله، والوقوع في المعاصي والفواحش الظاهرة والباطنة.

- إذا كان السفر للمشاركة في أعياد الكفار واحتفالاتهم الدينية.

- إذا كانت تتزاحم حقوق الله، كأن يسافر في زمن يجب عليه الحج، وهو قادر عليه.

(١) ينظر: دليل السائح الفقهي: فهد بن سالم عمر باهمام، دار سماء الكتب، الرياض، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ص ٢٣ - ٢٥.

- إذا كانت تترحم حقوق الوالدين أو حق الزوجة، أو كانت تكاليف السياحة تأخر سداد ما بذمته من ديون لزم الوفاء بها.

٥- **سياحة مستحبة:** إذا كان السفر من أجل الدعوة إلى الله تعالى، أو التفكير في آيات الله الكونية، أو النظر في مصير الأمم السابقة وما حل بهم للإيعاز.

ثانياً: ضوابط السفر والترفيه:

من خلال إستقراء واقع السياحة العالمية المعاصرة، يمكن إستنتاج أنّ السفر والتنقل من مكان إلى مكان آخر له أغراض كثيرة، فمنها أغراض دينية تعبدية، ومنها أغراض إقتصادية للتجارة وتحصيل الرزق، ومنها أغراض سياسية للتعامل مع مجريات الأحداث وبناء العلاقات، ومنها السياحة الترفيهية وهي غالب السياحة المعاصرة، والتي تنصب نحو الترويح عن النفوس، وكذلك السياحة للعلاج والإستجمام، ومشاهدة المناظر الطبيعية والخلابة.

فلسفر فوائد وأغراض عديدة، جمعها الإمام الشافعي رحمته الله في قوله^(١):

تَعَرَّبَ عَنِ الْأَوْطَانِ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ ... وَسَافَرَ فِي الْأَسْفَارِ حَمْسُ فَوَائِدِ

تَفَرُّجُ هَمِّ وَاكْتِسَابُ مَعِيشَةٍ ... وَعِلْمٌ وَآدَابٌ وَصُحْبَةٌ مَا جِدَ

ولأي غرض كانت وجهة السياحة والسفر فلا بد لها من ضوابط شرعية، فقد أرشدت الشريعة إلى جملة من الأحكام والضوابط الفقهية والسلوكية لتنظيمها وتوجيهها، وحتى تحافظ على مقاصد الشارع وعدم حرفها إلى الإنفلات أو التعدي، فتصبح السياحة حينئذٍ مصدر شر وضرر على المجتمع، ومن تلك الضوابط الشرعية^(٢):

(١) ينظر: ديوان الإمام الشافعي: تحقيق: د. محمد عبد المنعم خفاجي، مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة، ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م، ص ٧٤.

(٢) ينظر: السياحة الحلال بين الضوابط الشرعية والمنافع الإقتصادية: مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة الجزائر، د. لطيفة بهلول، ط. خولة عزاز، المجلد ٣٤، العدد ١، ٢٠٢٠ م، ص ١٤٦١ - ١٤٦٣.

١- لا ينبغي أن تسافر المرأة من غير محرم، فالأصل التحريم مطلقاً، وإذا كانت هناك حاجة وضرورة تستدعي خروجها للسفر بمفردها من غير محرم يرافقها، فالراجح جواز سفرها، وأما السفر للسياحة والتتزه بمفردها، فلا يعد ذلك من الحاجات الضرورية التي تستدعي الخروج من غير محرم معها^(١).

٢- يحرم السفر وشد الرحال بقصد تعظيم وتقديس بقعة معينة، سواء كان مسجداً أو قبراً، إلا ثلاث مساجد لحديث رسول الله ﷺ: ((لَا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ: الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ، وَمَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، وَمَسْجِدِ الْأَقْصَى))^(٢). فليس في الإسلام تقديس لمكان تقام فيه العبادة، إلا هذه الأماكن المقدسة الثلاثة.

٣- يحرم ركوب البحر عند هيجانه واضطرابه، لقول النبي ﷺ: ((وَمَنْ رَكِبَ الْبَحْرَ حِينَ يَرْتَجُّ - يَعْنِي: يَغْتَلِمُ - فَهَلْكَ بَرِيَتْ مِنْهُ الذِّمَّةُ))^(٣). قال العيني في شرحه للحديث: "وفيه تقييد المنع بالإرتجاج، ومفهومه الجواز عند عدمه وهو المشهور من أقوال العلماء، فإذا غلبت السلامة فالبر والبحر سواء"^(٤).

٤- لا يجوز السفر والإقامة في بلاد الكفار لقول النبي ﷺ: ((أَنَا بَرِيءٌ مِنْ كُلِّ مُسْلِمٍ يُقِيمُ بَيْنَ أَظْهُرِ الْمُشْرِكِينَ، قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَلَمْ؟ قَالَ: لَا تَرَأَى

(١) ينظر: دليل السائح الفقهي: ص ٦١.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: كتاب فضل الصلاة في مسجد مكة والمدينة، باب فضل الصلاة في مسجد مكة والمدينة، حديث رقم ١١٨٨، ٦٠/٢؛ ومسلم في صحيحه: كتاب الحج، باب لا تشد الرحال إلا إلى ثلاثة مساجد، حديث رقم ١٣٩٧، ١٠١٤/٢. واللفظ لمسلم.

(٣) رواه البخاري في الأدب المفرد: أبو عبد الله، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة البخاري (ت: ٢٥٦هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار البشائر الإسلامية - بيروت، ط ٣، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م، باب من بات على سطح ليس له سترة، حديث رقم ١١٩٤، ص ٤٠٨. قال ابن حجر: إسناده حسن. ينظر: فتح الباري: ٨٨/٦.

(٤) عمدة القاري شرح صحيح البخاري: ١٧٨/١٤.

نَارَاهُمَا))^(١)، والمعنى أنه لا يصح ولا يستقيم بالمسلم أن يساكن الكفار ويقرب منهم، ولكن يبتعد بحيث لا تتراءى نارهما، فهو كناية عن البعد البعيد^(٢).

لكن النهي في مسألة السفر والإقامة في بلاد الكفار ليس على الإطلاق، فهناك حالات جائزة وهي متوقفة على شروط، فملخصها^(٣):

أ- أن يامن المسلم على دينه، بحيث يكون عنده من الإيمان والعلم ما يجنبه الإنحراف والإنزلاق إلى ما حرم الله.

ب- أن يكون مبتعداً عن موالاتهم ومحبتهم، وأن يتمكن من إظهار دينه من الصلاة وغيرها.

ت- أن يكون بقاءه هناك ضرورة أو مصلحة معتبرة؛ كالدعوة إلى الله، أو التجارة، أو طلب علم نافع يحتاج إليه أهل بلده.

٥- يحرم الترويج السياحي الداعي للرنزيلة والخليعة، أو المصادم لقواطع الفواحش المحرمة شرعاً، فلا تحل لا بتشريع ولا دستور كائناً من كان^(٤).

(١) رواه أبو داود في سننه: كتاب الجهاد، باب النهي عن قتل من إعتصم بالسجود، حديث رقم ٢٦٤٥، ٤٥/٣؛ والترمذي في سننه: محمد بن عيسى بن سورة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى (ت: ٢٧٩هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، ومحمد فؤاد عبد الباقي، وإبراهيم عطوة عوض، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط٢، ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م، أبواب السير، باب ما جاء من كراهية المقام بين أظهر المشركين، حديث رقم ١٦٠٤، ٤/١٥٥. حديث مرسل، ورواه الطبراني بلفظ المصنف موصولاً. ينظر: التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير: ٢١٨/٤.

(٢) ينظر: الكاشف عن حقائق السنن: شرف الدين الحسين بن عبد الله الطيبي (ت: ٧٤٣هـ)، تحقيق: د. عبد الحميد هندواوي، مكتبة نزار مصطفى الباز، مكة المكرمة - الرياض، ط١، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧م، ٢٥٠٦/٨.

(٣) ينظر: جامع أحكام السفر: إبي الفداء أحمد البديوي، الدار العالمية، الإسكندرية - مصر، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م، ص ٤٩٨.

(٤) ينظر: المقدمة في فقه العصر: ٥٠٥/١.

- ٦- يجب المحافظة على المعالم السياحية التاريخية والطبيعية، لأنها من المال العام، وإهمالها أو الإعتداء عليها، أو تهريبها إعتداء على المال العام^(١).
- ٧- لا يجوز زيارة أماكن وآثار الأمم المغضوب عليهم والمعذبين، ولا يجوز إتخاذها أماكن سياحية، أو الاستجمام بها، وذلك أن النبي ﷺ لما مر بالحجر قال: ((لَا تَدْخُلُوا مَسَاكِنَ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا بَاكِينَ، أَنْ يُصِيبَكُمْ مَا أَصَابَهُمْ))^(٢). والمعذبين هم ديار أصحاب الحجر قوم ثمود، وقوم صالح، والحجر مدينة بين الشام والحجاز، ونهى عليه الصلاة والسلام صحابته من الدخول إليها، حين مر منها في غزوة تبوك، ثم استثنى من المنع بالدخول إليها، ما كان لإجل البكاء والإعتبار^(٣).



(١) ينظر: المصدر السابق: ١/٥٠٥.

(٢) رواه البخاري في صحيحه: كتاب أحاديث الأنبياء، باب قول الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ ظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ﴾ وَإِلَى ثَمُودَ أَخَاهُمْ

صَلِيحًا، حديث رقم ٣٣٨٠، ٤/١٤٨.

(٣) ينظر: عمدة القاري شرح صحيح البخاري: ٤/١٩١.

المطلب الثالث

تلبية خدمات السياحة الحلال لمتطلبات العصر

يعد قطاع السياحة الحلال من القطاعات السوقية المتنامية، حيث يسعى السياح المسلمون إلى إيجاد وجهات تلبية رغباتهم واحتياجاتهم، من حيث النظام الغذائي، واللباس والأجواء الطبيعية، ودرجة الخدمات المقدمة وكفاءتها، فبعد أن كانت السياحة في السابق مرتبطة إرتباطاً مباشراً بالشريعة الإسلامية نفسها، مثل السفر للحج والعمرة، أما اليوم أصبحت تُقصد لمقاصد غير دينية، وذلك لحاجة العديد من المسلمين للسفر من أجل التعليم، أو للعلاج الطبي، أو للتجارة والتكسب، أو للترفيه والمرح والراحة والإستجمام، بطريقة لا تتجاوز حدود وضوابطها في الشريعة الإسلامية، وبات هذا القطاع ينمو شيئاً فشيئاً، حتى أنه لم يقتصر على العائلات المسلمة، بل يجتذب كثيراً من السائحين من غير المسلمين، الذين ينشدون السياحة الأخلاقية النظيفة، والبعيدة عن الفساد والإنحلال الأخلاقي، ويودون الإطلاع والتعرف عن أحوال وثقافات المسلمين في مختلف البلاد الإسلامية.

وهناك أدلة لا يمكن إنكارها على وجود اتجاهٍ متزايدٍ لحركات السياحة الدولية الحلال، حيث يشهد هذا القطاع نمواً سريعاً ومتزايداً، إذ بلغت قيمة السياحة الحلال ١٤٠ مليار دولار في عام ٢٠١٣م، وارتفعت القيمة إلى ١٩٤ مليار دولار في عام ٢٠١٩م، وشهدت إنخفاضاً كبيراً في عام ٢٠٢٠م؛ بسبب جائحة كوفيد - ١٩، حيث وصلت إلى أدنى مستوى لها بحدود ٥٨ مليار دولار، ولكن من المتوقع أن تصل ربحية القطاع حوالي ٢٧٤ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٤م، وأن تُولد السياحة ١,٥٦ مليار سائح، كما يتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب لإنفاق المسلمين على هذا القطاع ١,٤٪ بين عامي ٢٠١٩م و ٢٠٢٤م^(١).

(1) See: Proceedings of the 2nd EAI International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies (ICIIS) in Conjunction with the 3rd EAI International Conference on Quran and Hadith Studies (ICONQUHAS): JM Muslimin, Kusmana Kusmana, Yusuf Durachman, Dewi Khairani, Husni Teja Sukmana, EAI, 2020, Conference dates 7th–8th Nov 2019, Jakarta, Indonesia 2020, p170;

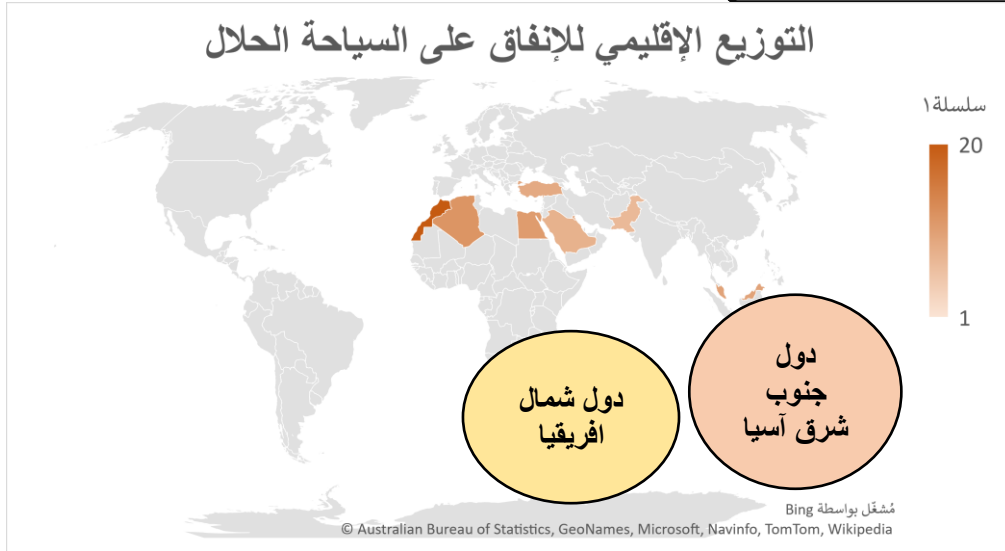
إنّ تزايد نمو عدد سكان المسلمين حول العالم المقدر نسبتهم ٢٥٪ من سكان العالم، إحدى عوامل تنشيط السياحة الحلال، فإن زيادة عدد المسلمين تعني زيادة حاجاتهم ومتطلباتهم للسفر والسياحة للأغراض كافة، كما إنّ زيادة مدخلات الطبقة المتوسطة من العائلات المسلمة، وتوفر المعلومات الوفيرة حول المناطق السياحية عبر الإنترنت، من خلال الهواتف الذكية، يعدان عاملان آخرا ساهما في إنعاش سوق السياحة الإسلامية وفي فترات قياسية وجيزة.

وأشار المؤشر العالمي للسياحة الحلال (Master Card & Crescent Rating)^(١) أنّ أفضل ٢٠ دولة كوجهة سياحية للسياح المسلمين لعام ٢٠٢١م، هي ماليزيا تليها تركيا، المملكة العربية السعودية، إندونيسيا، الإمارات العربية المتحدة، قطر، سنغافورة، البحرين، إيران، سلطنة عمان، الأردن، بروناي، مصر، الكويت، المغرب، باكستان، أوزباكستان، الجزائر، تونس، لبنان، ثم جزر المالديف^(٢). وعند النظر إلى الدول الإسلامية التي تستقطب جموع السائحين من مختلف دول العالم، نرى أنها تتركز في جنوب شرق آسيا وشمال أفريقيا، كما توضحه الخارطة أدناه.

وينظر: تقرير واقع الإقتصاد الإسلامي: عام ٢٠١٩م، وعام ٢٠٢٠م، ص ١٥.

^(١) Master Card & Crescent Rating: هي الهيئة الرائدة في العالم في مجال السفر الحلال، تتمثل رؤية الشركة في إبتكار وقيادة هذا القطاع، تستخدم الشركة البصيرة وذكاء الصناعة، وأسلوب الحياة والسلوك والبحث حول إحتياجات المسافرين، لتقديم إرشادات موثوقة حول جميع جوانب السفر الملائم للمسلمين، إلى المنظمات في جميع أنحاء العالم. ينظر: موقع الشركة www.crescentrating.com.

⁽²⁾ See:: Mastercard – Crescent, Rating: p20. Global Muslim Travel Index 2021



الشكل (٨) تركيز انتشار السياحة الحلال في الدول الإسلامية

الخارطة من عمل الباحث بالاعتماد تقرير Global Muslim Travel Index 2021 وتقدم الدول الإسلامية للسياح المسلمين من جميع دول العالم، خدمات سياحية فريدة تتناغم مع مبادئ الشريعة الإسلامية، حتى البلدان ذات الأغلبية غير المسلمة مثل اليابان والفلبين والبرازيل بدأت تقدم للسائحين حلول صديقة للمسلمين، مثل تخصيص غرف للصلاة، وأجواء الراحة والهدوء في الميناء الجوي، وتقديم الأطعمة الحلال التي يرغب بها المسلمون، وتشير الإتجاهات الحديثة أنّ رحلات الطيران لا يتم فيها تقديم الكحول أو منتجات لحم خنزير، ويتم الإعلان عن مواقيت الصلاة، ويتم بث البرامج الدينية كجزء من الترفيه، كما أنّ الفنادق التي تدعي أنها حلال، لا تقدم المشروبات الكحولية، وتقدم الطعام الحلال فقط في مطاعمها، وتوفر حمامات سباحة منفصلة، ومرافق خاصة بالرجال والنساء بما يتماشى مع الدين الإسلامي وتعاليمه^(١). وعقدت اليابان عقد شراكة مع ماليزيا لتوريد منتجات الأطعمة الحلال للسياح المسلمين الوافدين، للمشاركة ومتابعة أولمبياد طوكيو ٢٠٢١م، التي وعدت فيها اليابان بتوفير أجواء ملائمة للمسلمين خلال فترة إفتتاح البطولة الرياضية. ومن الإتجاهات الحديثة في سوق الحلال العالمي الرحلات البحرية الصديقة للمسلمين، فدُشنت أول رحلة بحرية أطلقتها شركة (Fusion Tour)، ومقرها أنطاليا

(1) See: Islamic Tourism: Management of Travel Destinations: Ahmad Jamal, Kevin Griffin, Razaq Raj, CABI, London, 2019, p12.

في تركيا تبحر إلى اليونان، وتقدم خدمات الأطعمة والأشربة الحلال، بدون اللحوم والأشربة المحرمة، أو المقامرات على متنها، كما تشمل على مراكز رياضية منفصلة، ومرافق فردية لكل الجنسين، وحمامات منفصلة وغرف للصلاة، علاوة على ذلك قامت شركة (Star Cruise)، وهي شركة رحلات بحرية ماليزية، بتقديم رحلات بحرية حلال ومناسبة للعائلات المسلمة⁽¹⁾.

وفي خطوه لتوفير بيئة تتناسب مع رغبات المصطافين المسلمين، بدأ كثير من أصحاب الفنادق والمنتجعات السياحية في بعض البلدان غير إسلامية، تقديم الكثير من خدمات الحلال، وإبراز نفسها في سوق السفر السلامي، وهو تخصص فريد وفقاً للشريعة الإسلامية، والتي تعتبر وجه صديقة للمسلمين يمكنهم الإستمتاع بها، وتعد الشركات العاملة في صناعة السياحة، مثل الوجهات والفنادق وخدمات الطعام ووكلاء السفر، من المنتجات سريعة الحركة في مجال الحلال، من أجل التكيف مع حركة نشاطات السياح المسلمين، على سبيل المثال تايلند، وهي دولة غالبية سكانها من البوذيين بنسبة تصل إلى ٩٣٪ من اجمالي سكان البلاد، بينما المسلمون بينهم يمثلون ٤-٥٪ فقط من السكان، كما تعد تايوان وفيتنام والصين وكوريا الجنوبية، فرصة تجارية محتملة لتسويق السياحة الحلال التي يفضلها المسافرون المسلمون، ومن المثير للإهتمام أنّ الاتجاه نحو تعزيز صناعة السياحة الإسلامية، موجود في البلدان غير الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مثل سنغافورة المجاورة لإندونيسيا، والتي تعد من أفضل عشر دول سياحية، ولها تأثير أيضاً على السياح والسياحة خلال النصف الأول من عام ٢٠١٩م، فعلى سبيل الخدمات المقدمة الخاصة بالمسلمين، تحتوي سلسلة فنادق دولية بالقرب من ميدان روكسي في سنغافورة على مطبخ حلال معتمدة، وأعد فندق آخر من فئة خمس نجوم في مارينا، قائمة بالمساجد القريبة للمسافرين المسلمين، كما يقدم بوفيه حلال في مطعمهم، وفي الوقت نفسه يقدم فندق قريب من (Orchard Road) أيضاً بوفيه مطعم حلال معتمد من بين المطاعم، والذي ظهر

⁽¹⁾See: Mobilities, Tourism and Travel Behavior: Contexts and Boundaries: Leszek Butowski, Chapter 1, Muslim Travel Behavior in Halal Tourism: Mohamed Battour, Intech Open, 7 Jan. 2018, p 11.

في العديد من مدونات ومواقع الطعام، علاوة على ذلك يوفر هذا الفندق بالذات سجادات صلاة وجدول مواقيت الصلاة، وحتى فساتين صلاة النساء للضيوف الذين يطلبون ذلك مسبقاً، وكما تتوفر أيضاً غرف الصلاة، والغرف التي تحمل إتجاهات القبلة والمصاحف، ومع خدمات حلال إضافية أخرى⁽¹⁾، وكما دخلت دول أخرى غير مسلمة في تقديم الخدمات السياحية للمسلمين، لما تدركه من التأثير الإقتصادي لسياحة المسلمين القادمين من الشرق الأوسط، فمن الجهات السياحية الجديدة: المملكة المتحدة، وجنوب أفريقيا، وهونك كونك، وتايوان، وفرنسا، وأستراليا، واسبانيا، والولايات الأمريكية المتحدة⁽²⁾.

وأزدهرت السياحة الطبية التي تعتبر واحدة من أسرع قطاعات السياحة نمواً في العالم، وتعد صناعة الرعاية الصحية والسياحة العلاجية العالمية في الدول الآسيوية، مثل تايلند والهند وسنغافورة وماليزيا والفلبين وكوريا الجنوبية، هي الجهات الأكثر شعبية، حيث تستقبل عدة مراكز للسياحة العلاجية آلافاً من السياح المسلمين، مما دفع بالهند إلى افتتاح أول مستشفى سياحة طبية، يقدم العلاج الطبي الحلال، معتمد بشكل مباشر من قبل شركة حلال هند، والتحالف الدولي لنزاهة الحلال بماليزيا، وهي شريك في الغرفة الإسلامية للتجارة والصناعة بالمملكة العربية السعودية في مدينة الهند، وقد أدى توفير الخدمات الحلال الصديقة للمسلمين، فرص عمل للمسلمين المحليين، الذين يعملون كمرشدين سياحيين ومترجمين إلى العربية، كما أنّ هناك شركات خاصة بتقديم خدمات الرعاية الصحية، تحاول تمييز نفسها بوضع العلامات التجارية الحلال، فإن جودة السلع والخدمات المعتمدة للحلال، والعلامة التجارية للجولات الطبية، هي عملية تحاول من خلالها، التمييز والتعرف على منتجاتها وخدماتها من بين باقي الشركات المنافسة⁽³⁾.

(1) See: Women in Tourism in Asian Muslim Countries: Nataša Slak Valek, Hamed Almuhrzi, Springer; 1st ed. 2021, p34, 44.

(2) See: The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism: Saurabh Kumar Dixit, Routledge, First Published, London and New York, 2021, p444.

(3) See: Emerging Research on Islamic Marketing and Tourism in the Global Economy: El-Gohary, Hatem, IGI Global, 2014, p170; And See:

ووفقاً للمدير التنفيذي لشركة (Crescent Rating) و(Bahardeen) و(Halal Trip)، فقد بدأ الناس في التعرف على سوق السياحة الحلال عام ٢٠٠٨م، ومنذ ذلك الحين أصبح الناس مهتمين ويدركون إمكانات السياح المسلمين، فلم تعد السياحة الحلال مجرد مطعم يقدم شهادات الحلال، أو مكان عبادة للمسلمين، علاوة على ذلك تنمو السياحة الحلال الآن مع التكنولوجيا، التي تجعلها أسهل على السياح وأوضح، ففي عام ٢٠١٤م - ٢٠١٨م، بدأت صناعة السياحة تنظم جولات سفر حلال والتي تسمى (Halal Travel 1.0)، بينما تطورت السياحة خلال العامين المتقدمين إلى (2.0) بسبب العوامل الثلاثة: التكنولوجيا، والأنشطة الاجتماعية، والتركيبية السكانية التي أثرت على (Halal Travel 2.0)^(١).

إنّ السياحة كرافد إقتصادي للدول لا يمكن تجاهله أو التغاضي عنه، مهما كان شكل نظام الدولة السياسي والإقتصادي، والسياحة الحلال تشكل نمطاً مثالياً ربحياً، يساهم في دعم الإقتصاد المحلي والوطني لبدان العالم، حيث أنّ مردود الناتج من السياحة المحافظة يشكل ٧٠٪، من عناصر الناتج الإجمالي المحلي لتلك الدول الرائدة في هذا المجال، مما يجعلها صناعة إقتصادية كبيرة وتجارة حيوية لها تأثيرها إقتصادي في بناء دولة قوية ومتينة، فتؤدي إلى زيادة فرص العمل لأعداد ليست بالقليلة من الأفراد، ودعمهم للإنفاق المحلي والوطني، وزيادة الدخل القومي للدولة مع زيادة عائدات الإستثمار، وتعد السياحة الحلال أكثر السياحات سرعة في النمو، إذ تشكل نحو ١٠٪ من إجمالي قطاع السفر العالمي، وإنّ أعداد المسافرين المسلمين بلغ ١١٧ مليون إلى

Hospitality, Travel, and Tourism: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Information Resources Management Association USA, IGI Global, 2015, p 205.

(1) See: Proceedings of the 2nd EAI International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies (ICIIS) in Conjunction with the 3rd EAI International Conference on Quran and Hadith Studies (ICONQUHAS): p169.

١٦٨ مليون مسافر، وذلك يدعم إقتصاديات مختلف الدول والشركات العاملة في هذا القطاع، التي تقدم خدمات مطابقة لإحتياجات العائلات والسياح المسلمين^(١). من خلال ما سبق تقديمه يُرى أنّ أول ما يحتاجه السائحون، هو الطعام الصحي، والبيئة المريحة، فتعد جودة الخدمات الحلال المقدمة في المطارات والبنى التحتية للمرافق السياحية، والأجواء المحافظة والنظيفة، وعقلانية الأسعار، من أهم العوامل التي تجتذب السياح المسلمين إلى هذه الوجهات السياحية، والتي يجب التركيز عليها لأي شركة تود العمل في هذا القطاع الحيوي والنشط.



(١) ينظر: السياحة الحلال بين المقاصد الشرعية والمكاسب الإقتصادية: ط.د. صفاء بورزقة، مجلة تحولات، جامعة ورقلة - الجزائر، المجلد الثالث، العدد الأول، ٢٠٢٠، ص ١٥٢، ١٥٣.

المطلب الرابع

مكونات السياحة الحلال

تتشابه العناصر الرئيسية المكونة لصناعة السياحة الحلال، مع مكونات عناصر السياحة التقليدية من حيث النظرية، ولكن في الحقيقة هناك إختلافاً بائناً وجذرياً في الممارسات العملية، وذلك لأن السياحة الإسلامية تستهدف بالأساس، الأشخاص المدينين بالإسلام على وجه الخصوص، على الرغم من اقبال غير المسلمين على هذا النوع من السياحة على الصعيد العالمي، فنجد السياحة الحلال تقدم خدمات آمنة وأخلاقية، من قبيل السياحة التي تلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية، في كل ما يتعلق بالضيافة والفنادق والطعام والمرافق السياحية والممارسات الأخلاقية وحظر كافة الأنشطة الترفيهية المحرمة وغيرها، وهذه الخدمات السياحية مغايرة لما عليه خدمات السياحة التقليدية التي تقدمها للسياح اليوم، فيمكن وصفها بأنها سياحة لا أخلاقية، وأكثرها تهدف للربح المادي فقط.

وللسياحة المستدامة والأمنة التي تهدف إليها السياحة الحلال، مكونات رئيسية تتركز عليها لقيام سياحة منشودة في الإقتصاد الإسلامي، وهذه المكونات ما يأتي^(١):

١- **الفنادق الحلال**: لا تقتصر الخدمة في الفنادق الحلال للمسافرين المسلمين على الأطعمة والأشربة الحلال فحسب، بل تشمل أيضاً إدارة الفندق وخدمات أخرى، التي ينبغي أن تكون من ضمن المبادئ الإسلامية، فمن المؤشرات الرئيسية للفندق الحلال: الموظفون في الغالب مسلمون، واللباس المحافظ للموظفين، وغرف الصلاة التي تحتوي على سجاد ومصحف، والسهام أو العلامات التي تشير إلى إتجاه القبلة، وتوفر المراحيض والحمامات النظيفة،

(١) ينظر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: ص ٣١؛ ينظر: السياحة الحلال مقومات وتحديات وتجارب دولية: بن عمار نوال، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد ٢، العدد ١، ٢٠٢٠م، ص ٨٤ - ٨٦.

ومرافق ترفيهية منفصلة للرجال والنساء، وخدمات الإتصالات والمحطات التلفزيونية المحافظة، وكما يجب أن يخلو الفندق من تقديم الخمر أو عزف المعازف، وأن يخلو من النوادي الليلية، وإذا كان شهر رمضان تقدم لنزلاء الفندق وجبات السحور والإفطار في مواعيدها⁽¹⁾.

٢- **النقل الحلال**: مصطلح شامل يضم كل ما يتعلق بالحلال على متن خطوط النقل الجوية والبرية والبحرية، من النظافة العامة، والأطعمة والأشربة الحلال، والدعايات وكافة المعاملات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

٣- **منشآت الطعام الحلال**: تعد الأطعمة والأشربة الحلال أهم خدمة يتطلع إليها السائحون المسلمون، فيجب أن تكون الأغذية المقدمة في المطاعم حلالاً، ولحوم الحيوانات مذبوحة على الطريقة الإسلامية، مع عدم تقديم للمشروبات الكحولية في هذه المنشآت، وتختلف مستويات قبول ضمان الأغذية الحلال بين المسافرين؛ بناءً على المنطقة التي قدموا منها، فمثلاً من السهولة الحصول على طعام حلال وتوفره، الذي يعد الخيار المفضل للسائح المسلم القادم من مناطق جنوب شرق آسيا أو غرب أوروبا.

٤- **حُرم الجولات الحلال**: يجب أن يكون البرنامج السياحي قائماً متوجهاً نحو بيئة إسلامية، بحيث تكون هناك زيارات إلى آثار ومتاحف، تربط المسلمين حاضرهم بماضيهم.

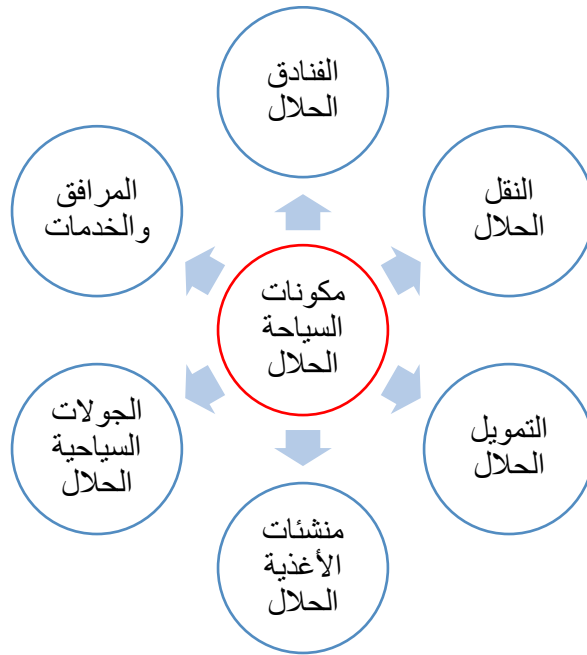
٥- **التمويل الحلال**: أي أن تكون رؤوس الأموال الخاصة بالفنادق والمطاعم وشركات الطيران ووكلاء السفر، متسقة مع مبادئ المال في الإسلام، وبشكل عام يتطلب التمويل الإسلامي المشاركة بين جميع الأطراف في الربح والخسارة في هذا النوع من المشاريع، وكما يحضر التعامل بالفائدة.

٦- **المرافق والخدمات الترفيهية**: يبحث السياح عن المرافق التي تقدم أنشطة وخدمات ترفيهية أو علاجية، تراعي خصوصية الرجال والنساء معاً، خاصة

(1) See: Internet and Halal Tourism Marketing: Mevlüt Akyol, Özgür Kilinç, Turkish Studies - International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 9/8 Summer 2014, p. 175, 176.

وأنَّ كثير من السياح يأخذون عائلاتهم معهم، ومن الأماكن التي ينبغي فيها مراعاة خصوصية السائحين: المطارات، ومحطات الإستراحة، والفنادق، والشواطئ، ومراكز العلاج، والصالات الرياضية، وباقي المرافق التي يحرم فيها الإختلاط بين الرجال والنساء، أو ما يصيب الحرج للعوائل المنتزه وراحتها^(١).

إنَّ هذه المكونات التي تعد أركان مهمة في عمليات صناعة السياحة الحلال، إذا ما أُتبعَت بالدعم والإمكانيات الكافية ومشاركة جميع الجهات ذات العلاقة، فإنها ستعود بمدخولات تعزز إحتياطي الإقتصاد القومي، مع زيادة فرص التشغيل والحد من البطالة والفقير، وتقليل التفاوت في توزيع الدخل، وكذلك زيادة مستويات الطلب على منتجات السلع والخدمات الحلال.



الشكل (٩) المكونات الرئيسية للسياحة الحلال

المخطط من عمل الباحث بالاعتماد على بحث السياحة الحلال مقومات وتحديات



(1) See: Mobilities, Tourism and Travel Behavior: Contexts and Boundaries: Leszek Butowski, Chapter 1, Muslim Travel Behavior in Halal Tourism: p10, 11.

المطلب الخامس

أثر خدمات الضيافة على قطاع السياحة الحلال

الضيافة الإسلامية مفهوم شامل يتناول تقديم خدمات الضيافة التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية، لتلبية حاجات المسافرين والسياح ورجال الأعمال، في الفنادق والأماكن العامة، وخطوط النقل الجوية والبحرية والبرية، وخدمات المؤسسات التعليمية، وخدمات الرعاية الصحية، وغيرها من الخدمات الأخرى⁽¹⁾. فالضيافة أسلوب من أساليب الحياة الإسلامية، وجزء لا ينفك عن دين الإسلام وثقافته ومبادئه، وهذه الآداب والثقافات الإسلامية متلازمة مع المسلمين، في معاملاتهم ولقاءاتهم الشخصية مع الصديق والغريب.

ومن الضروري أن يفهم في باب التعاملات التجارية، أنّ صفقة العمل هي العلاقة بين الأشخاص ليس قطعة ورق يكتب عليها العقد، فنجاح العمل ونفاذه مبني على إمكانية الإتصال بين المتعاقدين كأصدقاء، فهي ليست مجرد مجاملة؛ فتلك الصداقة ستحمل في طياتها مجموعة من الكشف عن الإلتزامات والوفاء بها بصورة أعمق، وتعد طقوس الضيافة الإسلامية ثقافة إسلامية ورمزاً للمعاملات الإقتصادية في الإسلام، سواء كان الشروع في بيع المنتجات أو الخدمات للعميل، أو البدء في شراء الموارد، أو التصنيع، أو إتفاقية تجارية، فإن التقاليد التي تعود إلى أيام طريق الحرير تملّي أن تبدأ جميع المناقشات التجارية بوعاء من الشاي، أو القهوة أو أي نوع من العصائر أو الحلويات، وهذه الطقوس الإجتماعية تخدم غرضاً إستراتيجياً تستغل الأطراف هذه الفرص، لقياس مستوى الثقة الضروري لإنشاء صفقة تجارية أو مشروع إستثماري

(1) See: Islamic Development Management: Recent Advancements and Issues: Noor Zahirah Mohd Sidek, Roshima Said, Wan Norhaniza Wan Hasan, Springer, 1st ed, 2019, p 67, 68.

مربح^(١)، إذاً خدمات الضيافة الإسلامية هي منتج إجتماعي ثقافي، يمكن أن تعزز وتدعم سياسات توسيع القطاعات السوقية الإنتاجية والخدمية.

ولقد تركت الضيافة وأسلوب التعامل مع البشرية أثراً بالغاً في جذب الوافدين، ورفع نسبة حجم قطاع السياحة، وما إرتبط بها من خدمات ضيافة ولدت مليارات الدولارات للدول المضيفة وعلى مختلف الأصعدة، إبتداءً من شركات السفر والفنادق والمطاعم والمقاهي والمحال التجارية والمعارض، ومن هذه الناحية تعتبر أداة تسويقية ذات إستراتيجية ناجحة، تعتمد عليها كثير من الشركات والمؤسسات، حتى صارت مكملاً لعناصر المزيج التسويقي، وعنصراً من عناصر الدعاية، لذا صارت الضيافة حينئذٍ برنامجاً مكوناً جوهرياً لأي نشاط، حيث تستثمر الشركات في جانب الضيافة؛ لأنها تساعد في بناء العلاقات والمحافظة عليها، وإيجاد مزيداً من الأعمال، حيث تسعى جهات كثيرة للمنافسة وتنويع عروضها والرقى بخدماتها وتجهيزاتها لجذب العملاء، فعلى سبيل المثال حقق قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية نحو ٨٠٠ مليار ريال، نتيجة لتطبيق إستراتيجية توسعية في مشاريع قطاع الضيافة، وقد ساعد هذا الإزدهار إلى إيجاد فرص عمل كبيرة للشباب السعودي، في ظل فتح التخصصات الأكاديمية للدراسة في هذا المجال، في وقت إنَّ قطاع خدمات الضيافة في المملكة بحاجة إلى ٩٧٤ ألف وظيفة، لسد الإحتياجات في كافة مجالات السياحة، وأنَّ التوجه الحكومي إلى إنشاء المعاهد المختصة، دليل على الأثر الإقتصادي للضيافة المعاصرة^(٢).



⁽¹⁾ See: Hizmet Means Service: Perspectives on an Alternative Path within Islam: Martin E. Marty, University of California Press; First edition, 2015, p 155.

^(٢) ينظر: الضيافة في الإسلام، دراسة فقهية إقتصادية: عبد العزيز بن أحمد العليوي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد الثالث، العدد الثالث، شوال ١٤٣٥هـ، اب ٢٠١٤م، ص ١٤٣، ١٤٤.

المطلب السادس

معايير خدمات السياحة الحلال

لتمكين السياحة الحلال لآبد من إستراتيجيات لإستثمار هذا القطاع المتنامي، فلم تعد إستراتيجية تسويق السياحة اليوم مقتصرة على كونها مجرد ممارسات ووظائف، تقوم بها منظمات الأعمال التي تمتهن تقديم خدمات السفر والسياحة؛ بل تعدى ذلك لتصبح فلسفة فكرية، وإسلوب إداري متنوع المهام ومدروس من ذي قبل، ومن بين الدعائم الرئيسية التي تسهم في تنمية قطاع السياحة الحلال وترقية منتجاته، ما يأتي^(١):

١- توفير الحماية والأمن للسائحين على إختلاف جنسياتهم وأديانهم وأعراقهم، خلال مدة إقامتهم وسياحتهم في البلد، وهو أمر دعا إليه دين الإسلام الحنيف باعتبارهم ضيوفاً دخلوا بموافقة ولي الامر.

٢- تقديم للسياح كل مستلزمات الرعاية والعناية وكافة أنواع وأشكال الخدمات الأخرى، (الطبية، الطعام والشراب، النظافة، المساكن المريحة، ووسائل النقل).

٣- عدم فعل المنكرات والقيام بالتصرفات اللاأخلاقية أمام السياح الوافدين أو تشجيعهم عليها، لأنها تعطي فكرة سيئة للسائح عن تدني المستوى الأخلاقي للبلد المضيف.

٤- وجوب الإعتناء بالجانب الإعلامي للسياحة المحافظة، عبر القنوات التلفزيونية، والمجلات الدورية، والمواقع الألكترونية، لإعلام وتوعية الزبائن والمستثمرين بالفرص المتاحة في هذا السياق.

(١) ينظر: السياحة الحلال بين الضوابط الشرعية والمنافع الإقتصادية: ص ١٤٧٤، ١٤٧٥؛ والسياحة الحلال مقومات وتحديات وتجارب دولية: ص ٩٣؛ وترقية منتجات السياحة الحلال في الجزائر: د. ثابتي الحبيب، د. بن عبو الجيلالي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، لندن - المملكة المتحدة، المجلد ٢، العدد ١، شباط ٢٠١٣م - ربيع الأول ١٤٣٤هـ، ص ١١.

- ٥- توعية الشركات السياحية والمتعاملين الإقتصاديين في المجال السياحي، بأهمية إتخاذ سياسات وخطط إستراتيجية للتكفل بفئة السياح الحلال، من خلال إعتداد نظام حزمة المنتجات (Package)، على إعتبار أنّ المنتج السياحي ذات طبيعة خاصة، إذ يتركب من مجموعة كبيرة من السلع والخدمات التي يتعذر فصلها عن بعض، مثل (النقل، الإيواء، الطعام، الترفيه، التوجيه....).
- ٦- تقديم نشرات تعريفية تنقل صورة حسنة ومشرفة عن البلاد الإسلامية للوافدين من خارج البلاد، لينقلوها إلى غيرهم عند عودتهم إلى دولهم.
- ٧- إعداد أشخاص كفؤين ومؤهلين، يقومون على خدمة السياح والوفود الأجنبية، وينقلون لهم كامل المعلومات بدقة وموضوعية، كالمترجمين والمرافقين السياحين، الذين يتطلب منهم إماماً بالثقافة السياحية، والقدرة على التفاعل والتعامل مع السائحين منذ وصولهم حتى مغادرتهم.
- ٨- من الضروري أن يكون لدى منظم الرحلات الحلال، فهماً جيداً لمعلومات الحلال، ومدى توفرها وموقعها واستكشافها، مثل التسوق الحلال، والمعالم السياحية والتاريخية والمحميات الطبيعية، لذلك يجب على مرشدو السياح المسلمين أن يعرفوا الإحتياجات الخاصة لهذه الشريحة من المسافرين، من أجل تصميم حزم رحلات بشكل فعال؛ لإرضاء السائح المسلم^(١).
- ٩- توفير الخرائط التي تشير إلى مواقع المرافق الإسلامية، أو المواقع الطبيعية أو المحميات الطبيعية، ووجود جداول زمنية للإبلاغ عن مواعيد أوقات الصلاة في المطارات والفنادق والحدائق^(٢).

(1) See: Cases on Tour Guide Practices for Alternative Tourism: p 206.

(2) تسويق السياحة الحلال، آفاق وتحديات دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا: د. فوزية بوصفصاف، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد ٣، العدد ٤، حزيران ٢٠١٨م، ص ٢٨٠،

١٠- خلق التوافق التام بين الصناعة الفندقية ومعايير الشريعة الإسلامية، من أجل تنظيم عمل هذه الفنادق، بحيث تستوعب ما وصلت إليه هذه الصناعة اليوم من المكانة والتطور، ومن معايير الفنادق الواجب إتباعها في السياحة الإسلامية^(١):

- يحضر تقديم الأطعمة المحتوية على لحوم الخنزير والمنتجات المماثلة، أو تقديم الأشربة الكحولية والخمر، ويقتصر على كل ما هو حلال ومباح.
 - فصل الرجال والنساء واحترام الخصوصيات.
 - توفير غرف للصلاة مفصولة لكل الجنسين، وإرفادها بالمصاحف والسجادات وألبسة الصلاة، وإبراز إتجاه القبلة.
 - يمنع إرتداء اللباس غير اللائقة والتكشف.
 - يحرم إنشاء غرف للموسيقى واللقاءات بين الجنسين، أو إنشاء ما تسمى بالنوادي الليلية.
 - تخصيص موظفين يختصون للرجال وأخريات للنساء، وأن يكونوا بالزي الإسلامي المحافظ، ويحسنون التعامل والسلوك مع السائحين.
 - أن تكون المرافق العامة داخل الفندق مفصولة لا يشترك فيها كل الجنسين، مثل الحمامات العامة والصالات الرياضية وما إلى ذلك.
 - توفير وسائل الإتصالات والقنوات التلفزيونية المحافظة.
 - الأخذ بعين الإعتبار العمارة الإسلامية في تصميم الفنادق السياحية.
- ١١- تشجيع البحوث والدراسات المتخصصة في استثمار وتسويق السياحة الحلال على مستوى الجامعات ومراكز الأبحاث العلمية، بغية تطوير هذا الجانب الحيوي والنهوض به على أسس موضوعية ومرتكزات سليمة.

(1) See: Special Interest Tourism in Southeast Asia: Emerging Research and Opportunities: Bintang Handayani, Hugues Seraphin, Maximiliano E. Korstanje, IGI Global, April 12, 2019, p 68, 69.

١٢- إتباع ممارسات حديثة في تسويق صناعة السياحة الحلال، كتوفير تطبيقات الهواتف الذكية تتيح للمسافرين حجز الفنادق والمنتجات الحلال، وتعديل الإقامة، وكما تسهل على الزوار العثور على الفنادق ومراكز التسوق والمساجد والمطاعم التي توفر الطعام الحلال، وباقات العطلات، وأدلة المطارات والوجهات، فتعمل هذه التطبيقات على جعل البيئة صديقة للسائحين^(١).

وأخيراً أقول إنَّ إستثمار قطاع السياحة الحلال والإعتماد عليه كمصادر من مصادر تنويع الدخل القومي، يتطلب تكاتف جهود كبيرة، وتعاون مشترك ما بين الدولة المهتمة بقطاع السياحة الحلال، المتمثلة بالجهات التشريعية والتنظيمية، وبين المنظمات الإسلامية غير الحكومية، وشركات ووكلاء السفر وباقي القطاعات الخاصة، من أجل توفير مناخ سياحي مناسب متطابق لمعايير الأحكام الشرعية، والعمل سويّاً على إزالة العوائق والحواجز، التي تتعلق بتنظيم هذا القطاع وتخليصه من المحاذير الشرعية، وإيجاد مقاييس معيارية على غرار المعايير الماليزية والأندونيسية، التي تصدرها لكافة منتجات الحلال.



(1) See: Mobilities, Tourism and Travel Behavior: Contexts and Boundaries: p 9, 12.

الفرع الثاني: منتجات خدمات حلال أخرى:

هناك عدد من خدمات الحلال التطبيقية من منظور الإقتصاد الإسلامي، التي ظهرت نتيجة الحاجة الإستهلاكية والخدمية لها، فمن أهم تلك الخدمات، نتعرف عليها في المطالب التالية:

المطلب الأول

خدمات النقل اللوجستية الحلال

ترتبط الحاجة إلى الخدمات اللوجستية بالصناعة والتجارة المحلية والدولية، فالمنتجات من السلع والبضائع لا بد من إدارتها والعناية بها، من تعبئتها وخبزها وتوريدها ونقلها من وحدات التخزين إلى العملاء والمستهلكين، وجميع هذه العمليات تنطوي تحت مسمى الخدمات اللوجستية، التي تقدمها الشركات الإنتاجية قبل البيع وما بعدها، وحاجة منتجات الإقتصاد الإسلامي إلى هذه الخدمات تزداد أكثر وأكثر، خاصة بعد إرتفاع أعداد المسلمين حو العالم بشكل ملحوظ، والتقدم الذي تحرزه كافة قطاعات الإقتصاد الإسلامي، في نسب المنتجات الحلال التي تقدمها مختلف قطاعات الغذائية، والألبسة، ومواد التجميل والمستحضرات الدوائية، وباقي السلع، وهذه الإنتاجيات لا بد من العناية بها لتصل إلى الزبائن، بجودة الحلال وسليمة من أي عيب يظهر عليها، ولقد نتجت عن الممارسات الخاطئة في تصدير المنتجات إلى دول الشرق الأوسط، خلق مشكلة وقلق حول شرعية المنتجات الحلال المستوردة من البلدان غير الإسلامية، وقد أدى إلى ضغوط شديدة على مقدمي الخدمات اللوجستية الحلال، لضمان إمتثال المنتجات المنقولة والمخزونة لمعايير وإرشادات الحلال الخاصة بكل منتج.

وبرزت الخدمات اللوجستية الحلال كفرصة نمو محتملة لمقدمي الخدمات اللوجستية، لتقديم خدمة متكاملة وفعالة لعملائها، حيث يستثمر مقدمو الخدمات في تطوير البنية التحتية المخصصة الضرورية، بما في ذلك التخزين الحلال، والموانئ البحرية، وفرق التدقيق الحلال، والنقل الحلال، وقدر حجم سوق الخدمات اللوجستية الحلال العالمي نحو ٢٨٦،٩٦ مليار دولار في عام ٢٠١٩م، ومن المتوقع أن يتوسع

بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ ٨،٤٪ من عام ٢٠٢٠م إلى ٢٠٢٧م، حيث قاد قطاع الأغذية والمشروبات سوق الخدمات اللوجستي، واستحوذ على أكثر من ٥٧٪ من حصة الإيرادات في عام ٢٠١٩م، في حين مثلت المستحضرات الصيدلانية ثاني أكبر قطاع صناعي أكثر من ٢٣٪ من إجمالي حصة إيرادات السوق العالمية، وقاد قطاع التخزين السوق واستحوذ على أكثر من ٦٠٪ من حصة الإيرادات العالمية في عام ٢٠١٩م، وتعزى الحصة الكبيرة للقطاع؛ إلى الحاجة المتزايدة لفرز وفصل المنتجات الحلال وغير الحلال في المستودعات، واثناء النقل لتجنب ملوثات محتملة، حيث يتم فصل قطاع التخزين إلى قسمين فرعيين، وهما المستودع والحاوية، فاستحوذ قطاع المستودعات الفرعي على الحصة الأكبر، حيث يمثل أكثر من ثلثي إيرادات قطاع التخزين، ومن المتوقع أن يظهر قطاع المراقبة الأسرع نمواً، حيث سجل نمو سنوي مركب يبلغ حوالي ٩٪ من ٢٠٢٠م إلى ٢٠٢٧م، وتتسم الحاجة إلى هذا القطاع لضمان سلامة وجودة المنتجات الحلال، فتسمح مكونات المراقبة بما في ذلك المستشعرات وأجهزة الشبكات لمقدمي الخدمات اللوجستية، بالتحكم الكامل في سلسلة التوريد من خلال تتبع المركبات، ومراقبة مستويات الرطوبة ودرجة الحرارة في البيئة أثناء النقل^(١).

وتسيطر منطقة آسيا بالمرتبة الأولى على قطاع النقل والخدمات اللوجستي الحلال، ثم تليها أوروبا بالمرتبة الثانية، حيث يتيح الموقع الذي تتمتع به البلدان الإسلامية في آسيا، بربطها مع مراكز المناطق التي تنمو فيها صناعة الحلال حول العالم^(٢)، وتشير التوقعات إلى أن دول آسيا ستبقى أكبر سوق إقليمي، يساهم في إرتفاع الإيرادات؛ وذلك لإرتفاع أعداد السكان المسلمين في هذه البقعة من الأرض، وازدياد الطلب على المنتجات الحلال، وبالتحديد الأغذية والمشروبات الحلال.

(1) See: Halal Logistics Market Size, Share & Trends Analysis Report by Component (Storage, Transportation, Monitoring Components, Software, Services), By End-use Industry, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027, by Grand View Research.

(2) See: The Principles of Islamic Marketing: Dr Baker Ahmad Alserhan, Gower; 2nd edition, 2011, p 104.

أولاً: مفهوم الخدمات اللوجستية:

اللوجستي: كلمة استخدمت لأول مرة في الحياة العسكرية، حيث يقصدها بها العمليات التي يتم أداؤها مجتمعة من أجل تجهيز الجيوش وتموينها بصفة مستمرة في حالة الحروب، ثم شاع استخدامها بعد فترات من الزمن في مجال الأعمال التجارية أو الاقتصادية، ويقصد بها في هذا المجال الأنشطة المتعلقة بسريان واستمرار تدفق وانتقال المواد والمستلزمات بما فيها المعلومات الى المشروع، ومن المشروع الى العملاء^(١).

واللوجستيك من العلوم الإدارية والتي يطلق عليها في العربية (فن السوقيات)، وهي: "عملية التخطيط والتنفيذ والتحكم بالتدقيق والتخزين الضروري، والمؤثر للبضائع والخدمات والمعلومات المتعلقة من نقطة المنشأ إلى نقطة الإستهلاك، من أجل إرضاء متطلبات المستهلك"^(٢)، فهي تعمل كحلقة وصل بين الطرفين، وتعد مفتاحاً أساسياً لسلسلة التوريد الناجحة، حيث من خلالها تساعد المصانع والشركات الإنتاجية في الحفاظ على صورة إيجابية لدى عملائها.

ويشير مصطلح (اللوجستيات) إلى التوزيع المادي المنهجي للسلع والخدمات والمعلومات ذات الصلة، التي تربط أطرافاً مختلفة على طول سلسلة التوريد، بينما تتعلق كلمة (حلال) بالمبادئ الإسلامية لتلك الخدمات المقدمة، ويُعرف مصطلح (الخدمات اللوجستية الحلال) معاً بشكل عام على أنه: العمليات المتضمنة التوثيق والمشتريات، والحركة والتخزين والتوزيع للسلع، والخدمات والمعلومات ذات الصلة، والتعامل معها على جميع مراحل سلسلة التوريد، من الأصل إلى الوجهة النهائية،

(١) ينظر: المشروعات الصناعية إدارة الموارد - الإدارة اللوجستية: د. ضرار عبد الحميد العتيبي، د. إبراهيم محمد أبو سعدة، د. علي زهران، دار اليازوري العلمية، ٢٠٢١م، ص ٤٢.

(٢) ينظر: برنامج لوجستيات تصدير الحاصلات الزراعية: مبادرة التجارة الخضراء (GTI)، مجموعة طلال أبو غزالة للتدريب المهني، ص ٢.

والتي لا تلبى متطلبات العملاء فحسب، بل تتوافق أيضاً مع مبادئ الشريعة الإسلامية^(١).

والخدمات اللوجستية الحلال هي التي تقدمها شركات متوافقة مع الشريعة الإسلامية، فتعمل على توفير أنواعاً من الخدمات اللوجستية الحلال مثل: النقل الحلال، والمستودعات الحلال، ومحطة الحلال، ومعالجة الطلبات والمخزون، ومناولة المواد، والتعبئة والتغليف، ويتحمل (HLSPs) (الخدمة الحلال بين الإنتاج والمستهلك النهائي)، مسؤولية الحفاظ على سلامة المنتج بين شركاء سلسلة التوريد الحلال (المشتریات، والشركة المصنعة، وتاجر التجزئة، والمورد، والعملاء)، وينظر للخدمات اللوجستية الحلال على أنه القدرة على تقديم المنتجات والخدمات الحلال المناسبة، بالكمية المناسبة، والحالة المناسبة، والمكان المناسب، والوقت المناسب، والعملاء المناسبين، والتكاليف المناسبة^(٢).

فالخدمات اللوجستية مجموعة من الخدمات المتكاملة، التي تقدمها جهات إدارية تعمل على تأمينها بأفضل الطرق المتاحة، (كخدمات الخزن والنقل والشحن والتبريد والتوزيع....)، لضمان سير العمليات الإنتاجية وكافة النشاطات المرتبطة به، وانتقال المنتج بشكل سليم إلى المستهلك النهائي، والخدمات اللوجستية الحلال هي عمليات متكاملة تشمل كل منتجات الحلال، في جميع مراحل سلسلة التوريد، وفقاً لمعايير الحلال.

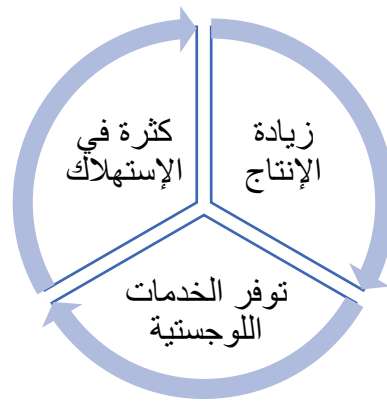
ثانياً: أهمية الخدمات اللوجستية:

لقد نمت ممارسات الخدمات اللوجستية بشكل كبير؛ بسبب الطلب على صناعة منتجات الحلال، فشهدت هذه الصناعة نمواً متزايداً بسبب نمو السكان المسلمين في العالم جنباً إلى جنب، مع زيادة شعبية الطعام الحلال للمستهلكين عند غير المسلمين،

(1) See: Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016): Muhammad Hashim, Nur Nafhatun Md Shariff, Siti Fatahiah Mahamood, and others, Springer, 1st ed. 2018, p 334.

(2) See: The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism: Girish Prayag, C. Michael Hall, Routledge, 1st edition, 2019, p 280 – 282.

فتميل هذه النتيجة إلى زيادة طلب السوق على المنتج الحلال، وتتولى دول آسيوية مثل ماليزيا وأندونيسيا والمملكة العربية السعودية، ودول غير مسلمة مثل سنغافورة ودول أخرى، مبادرة لتولي المسؤولية في الأعمال التجارية الحلال، بالإضافة إلى الخدمات اللوجستية الحلال، وكل هذه الدول تدرك أهمية الخدمات اللوجستية لتنفيذ الخدمات الحلال في أعمالها، لتتماشى مع نظام سلسلة توريد المنتجات الحلال، بما في ذلك أنشطة الشراء والتصنيع والتخزين والنقل، السبب المسبق لهذه الممارسة المتنامية لخدمة الحلال؛ هو للحفاظ على سلامة منتج الحلال، وتقليل مخاطر التلوث المتبادل مع المنتجات غير الحلال، وتلعب الخدمات اللوجستية الحلال كأحد معايير سلسلة التوريد الحلال، أدواراً أساسية في صناعة الحلال، جنباً إلى جنب مع التقييس العالمي الصارم في الحصول على شهادة الحلال، وتجعلها تلعب دوراً آخر في نزاهة الحلال، وتتزايد اتجاهات الخدمات اللوجستية الحلال؛ نظراً لأنها يمكن أن توفر ضمانات أفضل خارج المنتج للمستهلكين، لذلك يمكن القول إن عدم توفر الخدمات اللوجستية الحلال مشكلة رئيسية عندما تشهد صناعة الحلال زيادة في النمو^(١).



الشكل (١٠) علاقة الخدمات اللوجستية بالإنتاج والإستهلاك

المخطط من عمل الباحث بالإعتماد على بحث Halal Logistics Practices

(1) See: Halal Logistics Practices: Logistics Service Provider Cases in Indonesia: Faridatus Saidah, Yuliani Dwi Lestari, International Journal of Nusantara Islam Vol.09, No.01, 2021, p1.

وتقدم اليوم أكثر من شركة نقل الخدمات اللوجستية منطلقاً من مبدأ الحلال، عبر وسائل النقل المختلفة (الجوية، والبرية، والبحرية)، ومن هذه الشركات الرائدة في هذه المجال شركة (KLI) (PT Kamigumi Logistics Indonesia)، التابعة لشركة (Kamigumi) في أندونيسيا، ففي عام ٢٠١٨م حصلت الشركة على شهادة الحلال من هيئة إصدار شهادات الحلال الأندونيسية، نتيجة لذلك تنوعت البضائع التي تم مناولتها بواسطة (Kamigumi) بين البضائع العامة، والبضائع المستبعدة، والبضائع التي يتم التحكم في درجة حرارتها والبضائع الحلال، وقامت بتوسيع شبكتها العالمية في الإمارات العربية المتحدة والمكسيك والصين وجنوب شرق آسيا، مما سمح لشركة (KLI) تقديم خدمات متنوعة لتلبية متطلبات العملاء، وفي كوريا الجنوبية توجد (CXI) الحلال، كواحدة من العلامات التجارية العالمية لمجموعة (Sejung)، وهي شركة لوجستية عالمية للخدمات الشاملة، عبر طرق النقل البحري والجوي والبري، بالإضافة إلى الجمارك والإسكان، وتملك المجموعة ٢٢ فرعاً في ٨ دول و ٢٠٠ شريكاً حول العالم؛ لدعم الخدمات اللوجستية تحت علامة (CXL Halal) التجارية، وقامت (Sejung Group) بتطوير شركة تابعة تدير نظاماً لوجستياً للمركبات الحلال يسمى (Sejung Group)؛ لضمان سلامة خدمات النقل الحلال، (Sejung Shipping Co. Ltd)، وقد حصلت الشركة على شهادة لوجستية حلال من الإتحاد الإسلامي الكوري (KMF)، والتي أعيد إعتماؤها لاحقاً بشهادة (Jabatan Malaysia Islam) (Malaysia) (JAKIM)، وأيضاً حصلت من (CXL Halal) على شهادة حلال من مجلس العلماء الإندونيسي (MUI)، واعتماد من قبل هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس (ESMA)، ومن المجلس الإسلامي في سنغافورة (MUIS)^(١)، ومن الشركات الأخرى شركة (Nippon Express) اليابانية، الحاصلة على شهادة لوجستية حلال من ماليزيا عام ٢٠١٤م، ومنذ ذلك الحين تعمل على تقديم وتطوير الخدمات اللوجستية، حيث قامت بتوسيع تعاملها مع المنتجات الحلال، من خلال دمج

(1) See: Handbook of Research on Disruptive Innovation and Digital Transformation in Asia: Ordóñez de Pablos, Patricia, Xi Zhang, Mohammad Nabil Almunawar, IGI Global, 1st Edition, 2021 p 93.

إجراءات العمل المعتمدة من نظام اللوجستيات الحلال في منتج النقل الجوي المحلي السريع (Express Hi-Speed)، وتقوم الشركة ببناء شبكة لوجستية حلال لدعم سلاسل التوريد للعملاء، وتوفير السلامة وراحة البال للعملاء المسلمين وغيرهم^(١). ومن الإحصائيات المتوفرة حول قيمة الخدمات اللوجستية في ماليزيا، قدرت الشركة الإستثمارية (Sullivan & Frost) قيمتها ١.٩ مليار دولار أمريكي سنوياً^(٢). إن حجم تجارة سوق الحلال التي زادت وانتشرت على نطاق واسع من دول العالم، والمعاملات التي يجريها عدد كبير من التجار المسلمين مع مراكز الإنتاج والتوريد، كلها عوامل ساهمت في إنعاش قطاع النقل والمواصلات، وعلى تقديم الخدمات التي تلبى حاجات المسلمين في مختلف الدول، مما زاد من عدد شركات النقل اللوجستي المقدمة للخدمات المطابقة للمبادئ الإسلامية، وبالمواصفات والمقاييس التي عينتها دول إسلامية.

ثالثاً: معايير الخدمات اللوجستية الحلال:

تفتقر الخدمات اللوجستية الحلال عن الخدمات اللوجستية التقليدية، في أنها تُكيف وتزواج بين المبادئ الإسلامية والنظام اللوجستي، للحاجة إلى الإمتثال لمبادئ الشريعة، باعتبار المبادئ التوجيهية الأساسية للحلال، هي المعيار في الأنشطة اللوجستية، فالذين يقومون بالأعمال الصناعية أو التجارية، عليهم الإمتثال للإرشادات ومتطلبات الحلال عند تقديمهم الخدمات للعملاء.

واعتمدت ماليزيا ودول أخرى معايير ومبادئ، لإدارة سلسلة التوريد الحلال من المنتجين إلى المستهلكين، وما تتطلبه الخدمات اللوجستية من عمليات، تضمن وصول إمدادات المنتجات الحلال إلى المستفيدين بأعلى درجات السلامة والجودة، وبأقل التكاليف وأسرع وقت ممكن، وبعد جمع هذه المبادئ والإرشادات والمعايير، نوجزها في النقاط التالية^(٣):

(1) See: I-Byte Travel & Transportation: IT Shades, April 2021, p 9.

(2) See: The International Halal SME Report Directory 2011/12: H Media, 2011, p 51.

(3) See: Development of an innovative halal logistics concept for the air cargo supply chain: Yvonne Ziegler, Vincenzo Uli, Astrid Kramer,

- ١- **الفصل المادي:** وتعني إنَّ المنتجات الحلال يجب أن تبقى منفصلة عن المنتجات المحرمة في التخزين والنقل؛ من أجل الحفاظ على حالتها الحلال^(١).
- ٢- **التدريب والأفراد:** حددت المعايير الماليزية خطوط إرشادية محددة، حول ممارسات إدارة الموارد البشرية في سياق الخدمات اللوجستية الحلال، مع إشارة محددة إلى إدارة الموارد البشرية، وتشمل المسؤوليات العامة للإدارة:
 - تعيين شخص مسلم مسؤول عن ضمان فعالية تنفيذ نظام الرقابة الداخلية على الحلال.
 - توفير تدريب منتظم للموظفين المعنيين على مبادئ الحلال.
- ٣- **ممارسات العاملين:** أن تضبط الممارسات السلوكية للعاملين في الإنتاج، وتوزيعه وكافة الأفعال البشرية بالضوابط الأخلاقية الإسلامية.
- ٤- **التخزين والنقل والعرض والبيع وتقديم الطعام الحلال:** من الضوابط المتعلقة بهذا القسم^(٢):
 - يجب أن تكون جميع الأطعمة الحلال التي يتم تخزينها ونقلها وعرضها وبيعها أو تقديمها، مصنفة وموسومة على أنها حلال.
 - يجب أن تكون مركبات النقل مخصصة ومناسبة لنوع الطعام الحلال، بالإضافة إلى تلبية متطلبات النظافة والصرف الصحي.
 - لغرض تصميم نموذج لوجستي للشحن الجوي الحلال بشكل صحيح، يجب الإهتمام بالنظافة والتخزين في كل عقدة توزيع، للحفاظ على حالة الحلال في جميع أنحاء سلسلة القيمة بأكملها، فيجب فصل المنتجات الحلال في وحدات تخزين شحن مخصصة، لتجنب خلط المنتجات الحلال بالحرام.

Mahmoud Tatari, Working Papers Fachbereich Wirtschaft und Recht, Frankfurt University of Applied Sciences, April 2021, p 44 – 47.

(1) See: Halal Logistics opportunities and challenges: Suhaiza Zailani, Mohammad Iranmanesh, Azmin Azliza Aziiz, Kanagi Kanapathy, Journal of Islamic Marketing: Vol. 8, Iss 1, 2017, p 130.

(2) See: Preparation and Processing of Religious and Cultural Foods: Eaqub Ali ,Nina Naquiah Ahmad Nizar, Woodhead Publishing, 1st edition, 2018, p 316.

- ٥- **التعبئة والتغليف ووضع العلامات:** ينبغي أن تكون مواد التغليف حلال بطبيعتها ويجب أن تستوفي المتطلبات التالية^(١):
- ألا تتصع مواد التعبئة والتغليف من أي مواد أولية، تقرر الشريعة الإسلامية بحرمتها.
 - لا يجوز تحضير المنتج الحلال أو معالجته أو تصنيعه، باستخدام معدات ملوثة بأشياء نجسة وفقاً لأحكام الشريعة.
 - أثناء التحضير أو المعالجة أو التخزين أو النقل، يجب فصل المنتج الحلال فعلياً عن أي طعام آخر، لا يفي بالمتطلبات المنصوص عليها بموجب الشريعة الإسلامية.
 - يجب ألا يكون لمواد التغليف أي تأثير سام على الطعام الحلال.
 - يجب ألا يكون تصميم العبوة والعلامة والرمز والشعار والإسم والصورة مضللاً، أو يتعرض مع مبادئ الشريعة الإسلامية.
 - كما يجب تمييز كل عبوة بشكل مقروء لا يمحي، أو يتم إرفاق بطاقة تحتوي على المعلومات: إسم المنتج، صافي المحتوى، إسم وعنوان الصانع والمستورد، تاريخ تحديد رقم الطود، أو رقم الدفعة الخاصة بالتصنيع وتاريخ إنتهاء الصلاحية، وبلد المنشأ، وبالنسبة للحوم يجب أن يتضمن الملصق تاريخ الذبح وتاريخ المعالجة.
- ٦- **النظافة:** أن تضمن المنظمة أداء النظافة الشاملة المناسبة، وفقاً لدرجة التلوث المعنية.
- ٧- **توافر الموارد:** أن تضمن الإدارة توفر الموارد الكافية (أي القوى العاملة، والمرافق، والمالية، والبنية التحتية)، من أجل تنفيذ مراقبة الحلال^(٢)، ويشمل مصطلح البنية التحتية حسب الإقتضاء:

(1) See: Handbook of Poultry Science and Technology, Primary Processing: Isabel Guerrero-Legarreta, Amarinder S. Bawa, Alma Delia Alarcón-Rojo, Christine Alvarado, Wiley, Volume 1 edition, 2010, p 210.

(2) See: A Framework for the Development of Halal Food Products in Malaysia: Norizah Mohamad, Chris Backhouse, Proceedings of the 2014

- المباني وأماكن العمل، وغرف الصلاة ومرافق الوضوء، والمرافق الأخرى المرتبطة بأداء فرائض المسلمين الدينية.
- معدات العملية (الأجهزة والبرامج).
- خدمات الدعم (النقل أو الإتصالات أو نظام المعلومات).
- المطاعم داخل مبنى المنظمة، التي يجب أن تقدم الأطعمة والمشروبات الحلال، وتكون مفصولة عن غير الحلال.

٨- القدرة الإبتكارية: يجب أن تمثل القدرة الإبتكارية، مجالاً مركزياً من مجالات الإهتمام للإدارة؛ لتحقيق الميزة التنافسية للشركة وحمايتها وتعزيزها في سياق صناعة الحلال المحددة، وقد يشمل الإبتكار تقنيات التتبع والإنتاج المبتكر، والأنظمة المعقدة التي تنفذ مزيجاً مبتكراً.

إنّ المعايير في مجال الخدمات اللوجستية الحلال لا تقتصر على ما جمعناه وأوجزناه فيما تقدم، فلا تزال ماليزيا وأندونيسيا والإمارات ودول أخرى، تسعى لتقديم لوائح ومعايير أكثر شمولية ودقة لتنظيم هذا المجال، ويعود السبب إلى عدم تقديم معايير متكاملة وأكثر وضوحاً؛ هو حداثة تجربة خدمات اللوجستيات الحلال في بعض الدول الاسلامية، وقليل من المنظمات الدولية المعنية بصناعة الحلال من يتقن لهذه الخدمات الحيوية، التي تعد مفصلاً رئيسياً بينها وبين الخدمات اللوجستية التقليدية، حيث تغيب عنها مبادئنا الإسلامية والأخلاقية في عملياتها عبر دول العالم.



المطلب الثاني

الخدمات الرقمية الإسلامية

يشهد العالم اليوم تحولاً سريعاً ومباشراً نحو الإقتصاد الرقمي مع التطور المذهل الحاصل في مجال تكنولوجيا^(١) المعلومات والاتصالات (ICT)، فأصبحت الأفكار والمعلومات والمعارف أصولاً قابلة للتداول، ويمكن نقلها إلى اقصى بقاع الأرض، حيث أسهمت التقنيات المبتكرة في تشكيل وتقدم الإقتصاديات العالمية، من خلال إستخدام التقنيات الرقمية الحديثة التي تتصف بالسرعة والمرونة، وفي الوقت نفسه أثبت الإقتصاد الإسلامي قدرته على مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الرقمية الاسلامية، وإدماج هذه التقنيات بكافة قطاعات الإقتصاد الإسلامي؛ لتسهيل تقديم الخدمات المالية الإسلامية باحترافيه، وأقل جهد ووقت معاً، ودعماً لمنشآت التصنيع الحلال، من الأغذية، والسلع، ومواد التجميل، والمستحضرات الطبية، والتطبيقات الذكية المستخدمة في مختلف نشاطات الحياة الإجتماعية.

وتشير إحصائيات إلى أنّ حجم القيمة الإجمالية لإستهلاك المسلمين للخدمات الرقمية السائدة في عام ٢٠١٤م، هي ١٠٧ مليار دولار، مقسمة على النحو التالي: الإنفاق على التجارة الألكترونية (الأطعمة الحلال، والسفر الحلال، والأزياء المحتشمة، والتمويل الإسلامي، والفن والتصميم، وتعليم الإقتصاد الإسلامي...) من قبل المستهلكين ١٠١ مليار دولار، والإنفاق على الإعلانات الرقمية من قبل مقدمي الخدمة ٦ مليار دولار، ويشكل المستهلكون المسلمون في المجل ما يقدر ٨،٥% من إجمالي الإقتصاد الرقمي العالمي في عام ٢٠١٤م، والمقدر نحو ٩،١ ترليون دولار، ويمكن للإقتصاد الإسلامي الرقمي أن يستحوذ على حصة كبيرة من الإنفاق على الإعلانات

(١) التكنولوجيا: كلمة يونانية تتكون من مقطعين هما (TECHNO): وتعني حرفة أو مهارة، و (LOGY): وتعني علم أو دراسة، والتكنولوجيا كعملية ونواتج: إنها الإستخدام الأمثل للمعرفة العملية وتطبيقاتها، وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته. ينظر: الإتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات: د. محي الدين عارف حسين، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، ص ١٤١.

عبر الإنترنت، والإنفاق على التجارة الإلكترونية من قبل المسلمين، من خلال تقديم خدمات رقمية تستجيب للقيم الأساسية للمستهلكين المسلمين، وتعود أسباب الإرتفاع للإستهلاك التكنولوجيا الرقمية الحديثة في الدول الإسلامية؛ توجه عدد كبير من فئة الشباب المسلم الذين يمثلون غالبية كبيرة من بين المستهلكين، نحو هذه الخدمات الرقمية المتقدمة، وكذلك النمو الإقتصادي القوي لدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، فمن المتوقع أن تنمو القيمة بنسبة ١٧٪، بمعدل نمو سنوي مركب لتصل إلى ٢٧٧ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٠م^(١)، ولم استطع الحصول على بيانات حديثة حول آخر تطورات الخدمات الرقمية الإسلامية.

ولاتزال ماليزيا في مراكز متقدمة في تطبيقات الإقتصاد الإسلامي، حيث تحاول ماليزيا أن تصبح الرائد الإقليمي في الإقتصاد الرقمي الإسلامي، وأن تحقق تنمية إسلامية شاملة ومستدامة بمساعدة ودعم مستمر من الحكومة، وكما أن دول إسلامية عدة كإندونيسيا وسنغافورة والإمارات والسعودية وتركيا، تسعى إلى دمج البعد الرقمي بالإقتصاد القومي، واستقطاب شركاء إستراتيجيين آخرين، وعقد معهم شراكات لضمان إستمرار نمو كافة قطاعات الإقتصاد الإسلامي.

أولاً: تعريف الخدمات الرقمية الإسلامية:

للوصل إلى تصور لحقيقة الخدمات الرقمية الإسلامية، لا بد من إيضاح بعض المصطلحات ذات العلاقة بالعنوان للوصول إلى تصور كاملاً، ومن هذه المصطلحات التي تحتاج إلى إفرادها وتبسيطها (الرقمية) و (الإقتصاد الرقمي).

فأما الرقمية: إسم مؤنث منسوب إلى رقم، ففي اللغة يعني: الكتاب والختم، قال ﷺ: ﴿ كَتَبَ مَرْقُومٌ ﴾^(٢)، فالرقم: الخط، والرقيم: الكاتب، ويقال للحاذق في صناعته: يرقم الماء، أي: بلغ من حذقه بالأمر، أن يرقم حيث لا يثبت الرقم، ورقم الثوب: كتابه^(٣).

(1) See: Digital Islamic Economy: State of the Global Islamic Economy Report Dinar Standard, 2015, p 22.

(2) سورة المطففين: الآية ٩.

(3) ينظر: مقاييس اللغة: ٤٢٥/٢؛ والصاحح تاج اللغة وصحاح العربية: ١٩٣٥/٥.

إذاً إتضحت لنا مفهوم الرقم التي يراد بها الكتابة والختم والخط والنقش، والكتابة قد تكون رقماً أو خطأً أو علامة أو ختماً.

وأما المقصود بالإقتصاد الرقمي، فمن المنظور الإقتصادي العام هو: "ذلك التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر، بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (tic) من جهة، وبين الإقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية لجميع المؤشرات الإقتصادية، المساندة لجميع القرارات الإقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما"^(١).

إنّ الإقتصاد الرقمي أو ما يسمى (بالإقتصاد الإلكتروني) أو (إقتصاد الأنترنت)، هو تحول من إقتصاد الحركة البسيطة (الإقتصاد التقليدي) ووسائله، من طائرات وسفن وسيارات وقطارات وبريد، إلى إقتصاد الحركة والسرعة، من خلال وسائل الأقمار الصناعية والإنترنت والتواصل الإلكتروني.

وأما مصطلح (الخدمات الرقمية الإسلامية) فهو من المصطلحات حديث التكوين، ولا يوجد تعريف مقبول واسع النطاق للإقتصاد الرقمي الإسلامي؛ وحتى إنّ الإقتصاد الرقمي من منظور النظم الإقتصادية التقليدية، لم يصادق عليه دولياً، وذلك لحدثة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبين الإقتصاد القومي، وما ذكر حول مصطلح الخدمة الرقمية الحلال أو الإسلامية، ما هي إلا أمثلة تطبيقية للتقنية الحديثة في واقع حياة المسلمين اليوم.

ومن خلال فهمي لأشكال التطبيقات الرقمية والدور الذي تقوم به، أستطيع كشف جزء من حقيقة الخدمات الرقمية الإسلامية فأقول: هي الخدمات التي يقدمها النظام الإقتصاد الإسلامي إلى المستهلكين، على شكل تطبيقات إلكترونية أو برمجيات، من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية، ويكون غرضها الأساسي تسهيل العمليات والنشاطات الاقتصادية، التي تلي متطلبات المعايير والضوابط الإسلامية.

ولتصوير التعريف المقدم بصورة عملياً، يتشكل الإقتصاد الرقمي الإسلامي من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية، التي تعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا

(١) الإقتصاد الرقمي: د. أسامة عبد السلام السيد، دار عيذاء، ٢٠١٩م، ص ١٢.

المعلومات والإتصالات، وهذه المؤسسات تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكة المعلومات المحلية والدولية، ويعتبر الإنترنت وتطبيقاتها الخدمية القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الإقتصادية بين هذه المؤسسات^(١).

ثانياً: خصائص وسمات الإقتصاد الرقمي:

يعمل الإقتصاد الرقمي على تحويل العالم إلى شبكة من المعلومات والمعرفة، من خلال إحداث تغيير إستراتيجي في محيط البيئة الإقتصادية، وتنظيمها لتكون أكثر إنسجاماً واستجابة مع تحديات العولمة، وتقدم تكنولوجيا المعلومات والإتصال على كافة الأصعدة؛ التي تساعد من وتيرة التقدم والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي، فالمجتمع الذي يواكب التقدم في مجال التقنيات المعلوماتية والمعارف، يستطيع التأقلم على مع عالم العولمة وعلى كافة المجالات، الإقتصادية والسياسية والإجتماعية والعلمية والثقافية.

وللتحول إلى الإقتصاد الرقمي خصائص عديدة جنت ثمار تطبيقها دول ومؤسسات كبرى، وفيما يلي نذكر من أهم خصائص وسمات الخدمات الرقمية^(٢):

١- يركز الإقتصاد الرقمي على الإنسان، لا على الآلات والمعدات، باعتباره المحرك الرئيسي للثروات، والمستخدم الفعلي للتقنيات، وبه يناط تحقيق النمو الإقتصادي المستدام.

٢- لا يعتمد الإقتصاد الرقمي بشكل كامل على الموارد والثروات الطبيعية مثل الإقتصاد التقليدي، إذ يركز على الأمور غير الملموسة، مما يعني أنه يهemin

(١) ينظر: بحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي، الإقتصاد الإسلامي بين الإبتكار والسعادة في نمط الحياة الإسلامي، د. بلعدي عبد الله، ص ٢١١.

(٢) ينظر: نحو إقتصاد رقمي منضبط، رؤية شرعية: د. إبراهيم عبد اللطيف الأعظمي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ١٤٣٩ هـ - ٢٠١٨ م، ص ٤٥٧، ٤٥٨؛ وإدارة المعرفة: أ.د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مصر، ط١، ٢٠١٩ م، ص ١٤٧ - ١٤٩.

على السلع والخدمات من حيث المخرجات، أما الأصول الرئيسية له فتتمثل بالأفكار والعلامات التجارية.

٣- السرعة في التبادلات والاتصالات والتي تحد دورها من مظاهر عدم الكفاءة في الأسواق؛ بسبب سرعة تدفق المعلومات حول الأسعار.

٤- أصبح رصيد المؤسسة الاقتصادية يعتمد على مخزونها المعلوماتي، الأمر الذي حتم عليها ضرورة التحديث المستمر للبيانات والمعلومات أولاً بأول.

٥- تشغيل الأنشطة الاقتصادية والمشاريع من خلال الإنترنت، حيث ستكون المعاملات والأنشطة ممكنة من دون الحاجة إلى الأفراد والأموال، كما أن العقود ستكون عبر الوسائل الألكترونية، فيما يخص نقل القيمة (الملكية) (الإدخار).

٦- إمكانية الحصول على المعلومات في الإقتصاد الرقمي، فإن فرص الإستثمار لجميع الشركات والمؤسسات المتوسطة والصغيرة سوف تزداد بدرجة كبيرة، كما أن الصناعات المحلية ستتمكن من عقد صفقات مع بقية دول العالم؛ بسبب التطبيقات العملية لتكنولوجيا المعلومات، وسيرفع حدود الإقتصاد الوطني إلى مستويات عالية.

٧- يوفر الإقتصاد الرقمي المعلومات الهامة لإتخاذ القرارات والسياسات الاقتصادية، ولمدى بعيد بدقة عالية، فيوفر المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الإحتياجات المعلوماتية، ثم إختيار المصادر المناسبة، وهذه المعلومات إما^(١):

- معلومات ألكترونية: وتشمل البريد الألكتروني، والإنترنت، والمواد المسجلة على أشرطة الفيديو، والمعلومات الموجودة على الأقراص الصلبة أو المرنة (CD – ROM).

- معلومات منطوقة: تتمثل في المكالمات الهاتفية والحوارات.

- معلومات مطبوعة: مثل التقارير والفاكسات.

(١) ينظر: الإقتصاد الرقمي: ص ١٥.

- ويوفر الإقتصاد الرقمي المعلومات المثالية، من الحداثة والكفاءة والدقة والأهمية وإمكانية التحقق من صحتها.

٨- تأثر شبكات المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعاملات والصفقات، ومن المعروف أنّ تكنولوجيا المعلومات تتغير بصفة سريعة وتؤثر على منظومات الأعمال، من حيث المصادر البديلة والمدخلات والعمليات والتشغيل والمخرجات والمنتجات والإستخدامات والتوزيع، وتؤثر أيضاً على درجة المنافسة وتحسين المراكز التنافسية، ويختلف هيكل الأسواق وفق درجة تطبيقها لتقنية المعلومات والاتصال في الإقتصاد الرقمي، وعلى المستويين المحلي والدولي^(١).

٩- تتيح الفرصة لربات البيوت ولمن لا تستطيع العمل خارج المنزل لظروف مرضية مثلاً، ممارسة مختلف الأعمال الكسبية من داخل المنزل، بحيث تنتقي مطالب الإختلاط المرفوض أو التثقل المجهد^(٢).

وللإستفادة من هذه الخصائص والإمميزات التي تقدمها الخدمات الرقمية في مجال الإقتصاد، لا بد من توفير الضمانات والبيئة الآمنة للأفراد، من أجل إتمام معاملاتهم التجارية على أتم وجه وأكثر أماناً، وهنا يفرض على السلطات التشريعية إيجاد مجموعة من القوانين للتعامل مع متغيرات الإقتصاد القومي، ولا سيما أنّ تكنولوجيا المعلومات لها تأثير كبير على البيئة الإنتاجية، إما إيجاباً أو سلباً.

ثالثاً: مجالات تطبيق الخدمات الرقمية في الإقتصاد الإسلامي:

يتألف الإقتصاد الرقمي في الإقتصاد الإسلامي من مجموعة من المؤسسات الألكترونية التي تعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهذه المؤسسات تتشابه مع بعضها البعض بواسطة شبكات إتصالات محلية ودولية، ومن

(١) ينظر: المصدر السابق: ص ١٥.

(٢) ينظر: الإقتصاد الإداري الإسلامي: منظور ثلاثي الأبعاد، أ.د. زينب صالح الأشوح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١، ٢٠١٩م، ص ٢٢٨.

أهم شبكات التواصل الإقتصادي الإنترنت وتطبيقاته، لذا نجد أن للإقتصاد الرقمي الإسلامي العديد من التطبيقات في مختلف المجالات، فمن أهمها ما يأتي:

١- **الخدمات المالية الإسلامية:** يمكن للخدمات المالية الإسلامية في ظل تكنولوجيا

المعلومات الرقمية أن تقدم خدمات متميزة، وذلك من خلال التنفيذ الأسرع، وتتبع للمعاملات بشكل أفضل، وتتم الخدمات المالية الإسلامية بكافة نشاطاتها

وعملياتها التي يتم تنفيذها أو عقدها أو الترويج لها في المؤسسات المالية التي تتعامل إلكترونياً في معاملاتها، بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل الحاسوب،

والهاتف، والتلفزيون الرقمي، والإنترنت، وأجهزة الصراف الآلي، وغيرها، ومن أهم الفرص التي تمنحها تكنولوجيا الخدمات المالية الإسلامية^(١):

- مساعدة الشركات الناشئة الجديدة.
- تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية المبتكرة.
- تقديم حلول فعالة من حيث إنخفاض التكلفة للخدمات المالية، مما يسمح بإعادة توزيع الموظفين على عمليات ذات قيمة مضافة أعلى.
- تسهيل تحول المصارف الإسلامية التقليدية إلى التقنيات الرقمية.
- ربطها بالعملات الرقمية (cryptocurrencies) من أجل تسهيل المدفوعات الدولية.

- تساعد التكنولوجيا التنظيمية صناعة التمويل الإسلامي بأدوات أكثر قوة؛ لتحسين الإمتثال لقواعد الحوكمة، كما يمكن أن تقلل من مخاطر السمعة

(١) ينظر: مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطورات التكنولوجيا المالية: نور الدين كروش، أسماء بلعما، زهرة سيد أمير، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة، المجلد الرابع، العدد الثاني، أكتوبر ٢٠٢٠م، ص ١٢٦، ١٢٧؛ وبحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي: نحو إقتصاد رقمي منضبط، رؤية شرعية: ص ٢١٢، ٢١٣.

And See: Tourism, Smart Specialization and Sustainable Development: João Romão, MDPI, 2021, p 98.

المتعلقة بالإنتهاك المحتمل لمتطلبات الشريعة، وتحرير علماء الشريعة للتركيز على الابتكار.

- كما يمكن أن تساعد (Fintech)⁽¹⁾ الصناعة المصرفية الإسلامية على توسيع مدى وصولها إلى شرائح عملاء جدد والإستفادة منهم، فعلى سبيل المثال يمكن تحقيق آفاق لخدمات مالية إسلامية جديدة عبر الهاتف المحمول للعملاء في المناطق النائية، أو توفير منتجات مثل التمويل الجماعي للسكن الميسور، أو المؤسسات الصغيرة أو المتوسطة الحجم.
- إكتساب ثقة المستثمرين المسلمين والعملاء بسهولة، من خلال الشفافية وسهولة الوصول إليها والإستخدام، وينطبق ذلك على خدمات الدفع وتحويل الأموال.
- تتبع المعاملات من خلال نظام (Blockchain)، الذي يساعد في تقليل تعرض الصناعة للمخاطر المتعلقة بأمان المعاملات أو سرقة الهوية، وتعمل هذه التقنية على حل ثلاث تحديات تتعلق بإصدار الصكوك وإدارتها، ويكون ذلك بـ⁽²⁾:

- تتبع الأصول الأساسية، مما يساعد المستثمرين على فهم المخاطر المتعلقة بالصكوك بشكل أفضل في محافظهم الإستثمارية.
- تتبع التدفقات النقدية، مما يساعد المصدرين على تنفيذ الإجراءات التصحيحية الفورية، في حال كون أحد الأصول الأساسية ضعيف الأداء.
- إمكانية تتبع المستثمرين، والتي يمكن أن تعمل مع بروتوكولات العقود الذكية على إيجاد حلو أسرع، وحتى خارج نطاق النزاعات المتعلقة بالصكوك.

٢- التجارة الإلكترونية الإسلامية: تعتمد التجارة الإلكترونية على الحواسيب وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في عمليات تبادل السلع والخدمات

(1) مختصر التكنولوجيا المالية.

(2) See: Islamic Finance Outlook: Dr. Mohamed Damak, S&P Global Ratings, 2020, p 10.

والمعلومات، من خلال شبكات الإنترنت بالإضافة إلى الشبكات العالمية الأخرى، فيتم السداد وتبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك الإستعلام عن السلع والتعاملات المصرفية والفواتير الإلكترونية، وهذا النوع من التجارة يحدث بين وحدات الأعمال، أو من الشركات إلى الشركات، أو بين وحدات الأعمال والإدارة المحلية الحكومية، أو بين الزبائن والإدارة المحلية^(١)، وتوفر الأعمال الإلكترونية الإسلامية عدداً من الفوائد منها^(٢):

- الوصول على مدار ٢٤ ساعة والراحة في إجراء المعاملات التجارية.
- توفر طرقاً أسرع لإجراء المعاملات، لأنه يكمل الطرق التقليدية للقيام بمعاملات الاعمال.

- تعتبر التجارة الإلكترونية الإسلامية مهمة، لأنها تعزز إقتصاديات الحجم بين رجال الأعمال في التجارة الإلكترونية الإسلامية، وتحظر عناصر مثل الخداع والإحتيال.

٣- **توريد وتتبع صناعة الحلال**: أنجزت شركة (Halal chain) المتخصصة في

صناعة الحلال ومقرها دبي، إنشاء منصة (البلوك تشين) مؤخراً، بإطلاق أول قمر صناعي يدعم تقنية (Blockchain Halal) عام ٢٠١٨م، من أجل تطوير بنية تحتية وتقنية مستدامة؛ لدعم منظومة الإقتصاد الإسلامي في العالم، وقال سعد محب الرئيسي التنفيذي والشريك في شركة (حلال تشين): إن القمر الصناعي سيمكن الشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة في الشرق الأوسط من استخدام تقنيات بلوك تشين من دون رسوم، وأضاف أحد المدراء العاملين في الشركة: "إنَّ القمر الصناعي يهدف إلى تتبع سلسلة توريد الأغذية والأدوية، ومستحضرات التجميل الحلال، من البداية إلى النهاية بشكل آني، ما يدعم منظومة إنتاج وتوريد المنتجات الحلال حول العالم، ضد أي احتمالات

^(١) ينظر: بحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي: نحو إقتصاد رقمي منضبط، رؤية شرعية: ص

^(٢) See: Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation, and Management: p 895.

حدوث إختراق في الشبكة، أو فشل في الإتصال، وبالتالي فإنّ النظام يدعم جهود الحكومات لتنظيم عملية إصدار الشهادات في قطاع الأغذية الحلال، ويمهّد لتوسّع قطاع الحلال، بفئاته المختلفة، بالإضافة إلى القطاع المالي من خلال دبي^(١).

ويعد نظام (Halal chain) نظام بيئي شامل يكمل فيه الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الرقمي بعضهما ببعض، فهو لا يقتصر على ضمان سلسلة التوريد وشهادة الحلال فحسب، بل يمكن إستخدامه لإنشاء شفافية لمطالبات ملصقات الأغذية العضوية وغير المعدلة وراثياً، والخالية من المواد المحرمة شرعاً، كما أنه يقدم حلاً شاملاً للدفع الإلكتروني الفوري، والتجارة الإلكترونية وتطبيقات الصناعة الأخرى التي يدعمها النظام، وبصورة مماثلة يتتبع نظام (Halal Trail) ومقره المملكة العربية المتحدة، الماشية والأغنام والأغذية الطازجة من المزرعة عبر سلسلة التوريد، مما يضمن شرعية التحقق، وكذلك نظام (Halal Guide) الذي هو عبارة عن منصة عالمية يستخدمها ١,٥ مليون مسلم في جميع أنحاء العالم، الذي يساعد على التوصل إلى مختلف موارد الحلال، وكما يعمل نظام آخر يدعى (Pocertify)، وهو تطبيق لا مركزي جديد يستخدم (Block Chain) وتكنولوجيا العقود الذكية، لنشر شهادات الحلال والتحقق منها، وتشفيرها رقمياً بتنسيق PDF^(٢).

٤- التطبيقات الإلكترونية: تقدم التكنولوجيا الرقمية للمستهلك المسلم خدمات رقمية في مجال إحتياجات الحياة المتعلقة بالعبادة والمأكل والملبس، وخدمات التجارة والتبادل، والشبكات الإجتماعية، وغيرها من الخدمات التي تلبى الحاجات

(١) قمر صناعي لدعم صناعة الحلال: وائل اللبابيدي، مقال منشور على موقع البيان بتاريخ ١٢ مارس ٢٠١٨م، www.albayan.ae.

(2) See: Halal Certification of Patented Medicines in Indonesia in the Digital Age: A Panacea for Pain: Mas Rahmaha, Nurul Barizahb, International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 13, Issue 1, 2020, p 1112, 1113.

الروحية والإستهلاكية للمسلمين⁽¹⁾، وتم تقديم تطبيقات أخرى ناجحة للإقتصاد الرقمي الإسلامي، منها تقديم محتوى رقمياً لمنتجات الحلال بطريقة تفاعلية، حيث يتم عرض أفضل المأكولات والمطاعم الحلال حول العالم، وكذلك التطبيقات التي ترشد المسلمين حول أماكن التجمع لأداء صلاة الجماعة بناءً على موقعهم، وأطلقت شركة (Zilzar) مجلة (Zilzar Life Digital)، تهدف لربط الجيل الألفي في جميع أنحاء العالم؛ (Muslim AD network) عبارة عن منصة إعلانية عبر الإنترنت؛ (halalpage.com.my) وهو دليل على الإنترنت يوفر دليلاً مرجعياً لشركات الحلال؛ وهو نموذج التجارة والتبادل، حيث يتم تمويل ٣ ملايين دولار؛ لربط المسلمين في جميع أنحاء العالم بشكل جماعي من المستهلكين ورجال الأعمال، ومن طرق الاستفادة من الإقتصاد الرقمي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في جميع قطاعات الإقتصاد الإسلامي، على سبيل المثال التمويل الإجتماعي الإسلامي، فيمكن تفعيل الزكاة والصدقات والأوقاف، وكذلك تفعيل آلية لمساعدة الفقراء والمحتاجين، أو أي شخص لا يستطيع تحمل تكلفة المنتجات أو الخدمات، فيستطيع مقدمي الطعام الحلال إنشاء مطابخ حساء، أو آليات لمشاركة الطعام بشكل فردي أو بالإشتراك مع الآخرين، الذين يقدمون خدمات مماثلة في الأسواق، مثل مطبخ الحساء بدلاً من أن يكون مكان مادي، ويمكن جمع الطعام باستخدام إنترنت الأشياء (IOT)، ويمكن أيضاً توزيعه على أولئك الذين يحتاجون إليه، وبالمثل يمكن أن تكون خدمات تأجير الملابس بأسعار معقولة، خدمة يمكن تقديمها لأولئك الذين لا يستطيعون شراء الفساتين باهظة الثمن لمناسبات معينة، وبإستخدام التكنولوجيا يمكن تقديم هذه الخدمات، حتى للمحتاجين دون زيارة المحلات التجارية فعلياً، وكذلك يمكن توفير التمويل

(1) See: Digital Islamic Economy: P 6.

الإسلامي السريع عبر الإنترنت للذين يحتاجون إلى نقود فورية، مقابل تقديم رهن لأحد الأصول العائدة للمدين، يأخذها الدائن لحين سداد القرض^(١). وكشف تقارير ودراسات عن توفر مائة خدمة رقمية إسلامية عبر مجالات رئيسية، والتي تضمنت خدمات قابلة للتطبيق في جميع مجالات الإقتصاد الإسلامي الرقمي، ومن هذه النماذج: الإعلام الإسلامي، المساجد الذكية، الطعام الحلال، الأزياء المحتشمة، تعليم الإقتصاد الإسلامي، السفر الحلال، الفن والتصميم الإسلامي، التمويل الإسلامي، وتتبع الحلال والخدمات اللوجستية^(٢).

٥- الإستثمار والتسويق الإلكتروني: يعتمد الإستثمار على إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لتداول وتبادل المعلومات المالية والإستثمار الإلكترونية فوراً، مما يقلل من مخاطر الإستثمار ويزيد من الشفافية في المعلومات، ويقلل من تكلفة ووقت الصفقات الإستثمارية، كما تستخدم الإنترنت في التعرف على المؤشرات الإقتصادية والعالمية والمحلية فوراً، أما التسويق الإلكتروني فهو مرتبط بظاهرة التجارة الإلكترونية، حيث يتيح للمنظمة فرصة إستهداف واستقطاب مشترين ومتسوقين ومستهلكين بصورة شخصية وفردية، ويتم بين الشركات والمستهلكين وذلك من خلال وسائط إلكترونية، وتكمن أهمية التسويق من خلال الوسائل الإلكترونية في تحسين الإتصالات والخدمات مع الزبائن والمستهلكين، وخفض التكاليف، وسرعة وسهولة الإجراءات، والميزة التنافسية التي يستفاد منها، من خلال الفرص التي خلقتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الوضع التنافسي للمؤسسات، ودعم الإستراتيجيات المميزة^(٣).

(1) See: Islamic Finance and Sustainable Development: A Sustainable Economic Framework for Muslim and Non-Muslim Countries: M. Kabir Hassan, Palgrave Macmillan, 1st ed. 2021, p 49, 50.

(2) See: The Digital Islamic Services landscape Uncovering the Digital Islamic Services opportunity for the Middle East and the World, Deloitte, 2015, p 20.

(3) بحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي: ص ٢١١، ٢١٤.

وإذا أردنا تطبيق الإقتصاد الرقمي الإسلامي بشمولية أكبر، وفي كافة قطاعات ومرافق الإقتصاد القومي، العام منها والخاص، فلا بد من توفير البنى الداعمة للتكنولوجيا الحديثة، مثل الأجهزة والمعدات والأدوات، وشبكات الربط، والتيار الكهربائي، والهواتف، وخبرات العنصر البشري ومهاراته، والخدمات الألكترونية المقدمة للمستهلكين، وقلّة تكاليفها وجودتها.

رابعاً: الضوابط الشرعية لإستخدام التقنيات الرقمية الحديثة:

لا غبار للدور الذي يلعبه الإقتصاد الرقمي وتفوقه عن الإقتصاد النمطي، بسهولة أجرائه وسرعة إنجازه، إلا إنّ هذا كله مرهون في الإقتصاد الإسلامي بتحقيق المقاصد الشرعية، فالثابت في المعاملات كافة أنّ الأمور بمقاصدها، فالغايات لا تبررها الوسائل، فحلاله حلال وحرامه حرام، وكما إنه لهذه الخدمات الرقمية من الحسنات والمنافع للأفراد والمجتمعات، فإنّ لها سلبيات ومفاسد قد تؤثر على مؤسسات دول، أو شركات، أو على حياة وخصوصيات العملاء والأفراد، ولذا فإنّ هذه الوسائل الحديثة تختلف أحكامها باعتبار مقاصدها وغايتها على النحو التالي^(١):

١- فإذا حققت مصلحة من مصالح الشريعة (حفظ الدين أو النفس أو العرض أو المال أو العقل)، فيكون حكم إستخدامها واجباً، مثل إستخدام وسائل الإتصال في إثبات الحقوق المالية.

٢- وإذا كانت هذه الوسائل تحقق مصالح مندوبة متعلقة بالمصالح الشرعية، فحينئذٍ يكون إستخدامها مندوباً، مثل إستخدامها في صلة ذوي القربى الذين يندب التواصل معهم.

٣- وإذا كانت الوسائل على إختلافها تحقق مصالح مباحة في ذاتها، متعلقة بالمصالح الخمسة، فيكون إستخدامها مباحاً، مثل التواصل الإعتيادي بين الناس في تحقيق مصالحهم في التجارة الألكترونية.

(١) ينظر: الحكم الشرعي في الاتصالات التقنية الحديثة: أ.د. محمد خالد منصور، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد ١٠، العدد ٣، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م، ص ٤٨٤، ٤٨٥.

٤- وإذا كانت الوسائل تؤدي إلى مفسد لم يأمر الشارع بتركها على وجه الجزم، فيكون حكمها الكراهة، مثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع عدم وجود المحاذير، لكنه يهدر أوقات كثيرة فيها من دون فائدة.

٥- وأخيراً إذا ترتبت مفسد أمر الشارع بتركها على وجه الجزم، ورتب الإثم على فعلها، فتكون حكم هذه الوسائل على اختلاف أنواعها محرمة، مثل استخدام هذه الوسائل للنظر إلى المحرمات أو للإضرار بالآخرين.

وحتى لا يقع المستخدم المسلم في الحرام أو في الشبهات، لا بد من ذكر أهم الضوابط الأخلاقية الإرشادية والمهنية، للتعامل مع هذه التقنيات الرقمية العصرية، ومن أهم هذه الضوابط ما يأتي^(١):

- ١- يتعين على مستخدمي الخدمات الرقمية، من هواتف ذكية أو حواسيب أو تطبيقات إلكترونية، ما يأتي^(٢):
- استشعار مراقبة الله في السر والعلن عند الولوج إلى عالم التكنولوجيا المتطورة.
- تجنب الدخول إلى المواقع التي تتنافى مع عقيدة وأخلاق المسلم، أو إجراء عقود ومعاملات محرمة تشتمل على ربا أو غرر.
- استخدام الإنترنت بما يحقق الأهداف والحاجات، وتجنب المواقع المشبوهة، والإلتزام بالشبكات التي تتناسب مع العمر.
- تجنب الاستخدام السيء الذي من الممكن أن يتسبب في تهديد، أو تحريب، أو أزعاج، أو إهانة، أو ما من شأنه أن يُعرض أمن الناس وصحتهم وسلامتهم للخطر.

(١) See: Information Technology (IT) Ethics in the Light of Islam: Abdul Kadar Muhammad Masum, Md. Cholem Ullah, Md. Abul Kalam Azad, IIUC STUDIES, Vol.- 9, December 2011, p 251 – 254.

(٢) الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشاب المسلم، رؤية إستشرافية من منظور الحتمية الاجتماعية التكنولوجية: اسعيداني سلامي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد ٨، العدد ٢، ٢٠١٥م، ص ١٠٧١ - ١٠٧٣.

- يحرم إرسال البرامج الضارة والخبثية لأجهزة الآخرين، عبر برامج التهكير والإختراق؛ من أجل تعطيل أنظمة المعلومات الخاصة أو العامة، أو سرقة سرية محتواها.

- يحرم نشر المحتويات غير اللائقة، والتي لا تتسجم مع مبادئ الإسلام وآدابه.
 ٢- تعتبر البرامج الحاسوبية وبرامج الإتصالات حقوق مالية معنوية للشركات أو الأشخاص المبرمجين، لا يجوز الإعتداء عليها بنسخها أو الإقتباس منها، أو سرقتها إلا بأذن من مالكةا، كما في شركات فيس بوك وتويتر وكوكل والبريد الألكتروني، التي تطلق برامجها للإستخدام المجاني^(١).

وهذه البرمجيات والإختراعات التقنية تعد حقوقاً مشروعة إكتسبت شرعيتها من العرف الإنساني، حيث تستخدم هذه الحقوق المعنوية في يومنا هذا للتكسب المادي، وإقامة معاش الناس عليها، ولذلك تنطبق عليها أحكام الإرث والهبة والوقف والرهن.

٣- من المهم إطلاع المختصين في تكنولوجيا المعلومات على الأبعاد الأخلاقية للإسلام في مكان العمل، والتأكد من إنَّ متخصصي تكنولوجيا المعلومات، يتصرفون بمسؤولية وأمانة في محاطات عملهم^(٢).

٤- يتعين على المديرين والقادة المحترفين في مجال تقنيات المعلومات، الإشتراك في وضع نهج أخلاقي لإدارة تطوير البرمجيات والأجهزة، وصيانتها والترويج لها، وأن يُظهروا الصدق والأمانة والإنصاف في أداء واجبهم.

٥- يمكن أن تساعد الأخلاق الإسلامية المنظمات، على التحكم في الإستخدام غير المناسب وغير القانوني لموارد تكنولوجيا المعلومات^(٣).

(١) ينظر: الحكم الشرعي في الإتصالات التقنية الحديثة: ص ٥٠٢.

(2) See: Principles of Islamic Ethics for Contemporary Workplaces: Abbasi, Abdus Sattar, Raj, Razaq, Business Science Reference (IGI Global), 2020, p 70.

(3) Previous source: p 70.

وتعمل أخلاقيات تكنولوجيا المعلومات في الإسلام على رعاية المهنيين العاملين في قطاع التكنولوجيا، فتشجع الأخلاق الإسلامية على حسن السلوك والوفاء بالوعد، وحفظ الأمانة والدقة في المعلومات، والتحقق من نقل الأخبار، مما يعود أثره على الناس، فيحفظ لهم سرية معاملاتهم وخصوصياتهم، وتذلل لهم تعقيدات العمليات.

٦- ومن الضوابط الشرعية المتعلقة بالأعمال الألكترونية الإسلامية، فيجب الإلتزام

بما يلي^(١):

- تُحرم الفائدة (الربا) بغض النظر عن شكلها أو مصدرها.
- يجب أن تكون السلع أو الخدمات المتداولة مشروعة بموجب الشريعة، كما يجب تحديد المنتجات أو الخدمات المعقود عليها بكامل تفاصيلها.
- يجب أن تكون المعاملة التي يتم تنفيذها ألكترونياً واضحة في الإتصال، فالإتصال المستمر قادر على تقليل شك العديد من الأطراف المتعاملة في استخدام التجارة الألكترونية.
- على الرغم من أنه يجوز ممارسة الأعمال التجارية في الأسواق الألكترونية، فمن المهم أن نلاحظ هنا، أنّ المظهر المادي (أي وجود مبنى متجر) مهم أيضاً لإقناع المستهلكين بالوجود الحقيقي للسلع.
- التسليم هو أيضاً شرط لضمان أنّ المنتجات التي سيشتريها العميل يجب أن يتم تسليمها في التاريخ الموعود فيه، للتأكد من خلوها من الخداع والإحتيال.



(1) See: E-Business from Islamic Perspectives: Prospects and Challenges: Hanudin Amin, Journal of Internet Banking and Commerce, vol. 13, no.3, December 2008, p 4, 5.

المطلب الثالث

خدمات وصناعات إسلامية حديثة

من الإقتصادات الحديثة التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على العائد الإقتصادي، خدمات قطاع الإعلام والترفيه والألعاب والضيافة، وخدمات مختلف أشكال الموارد البشرية، وتندرج هذه التطبيقات الحديثة ضمن إقتصادات الخدمات التي تعتمد على فكرة تقديم خدمات للأفراد، مقابل الحصول على عوائد مالية تصب في دعم الإقتصاد العام، وتتقطن دول ومؤسسات إسلامية معنية بتحديث تطبيقات إقتصادية سوقية، تهدف إلى توفير خدمات عصرية من منظور إسلامي، ومن هذه الخدمات الحديثة، نذكر أهم ما طبق على وجه الإيجاز والإختصار:

أولاً: خدمات الإعلام الإسلامي:

فتح الإعلام الرقمي الباب واسعاً أمام وسائل الإعلام الأخرى، وجعلت منه عاملاً أساسياً لدعم إقتصاديات الدول المتقدمة، حيث سهل تطور التكنولوجيا الرقمية والإتصال وثورة المعلومات على الإعلام، بأن يكون صناعة متكاملة مستقلة بذاتها، مثلما في بقية الصناعات الأخرى، فهو اليوم يقوم بعمليات الإنتاج الإعلامي، والتسويق، والتوزيع، والتواصل بسهولة فيما بين المنتج والمستهلك، لذا أصبح الإعلام اليوم أحد فروع الإقتصاد التطبيقي؛ وذلك للتأثير والدعم الذي يقدمه في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث يعد محركاً سريعاً للأسواق وتوجيهها، وجاذباً للفرص الإستثمارية والمستثمرين نحوها، التي تصب في النهاية في تنشيط وتنمية العجلة الإقتصادية، ولذا أصبح الإقتصاد جزءاً من صناعة الإعلام، والإعلام جزءاً من صناعة الإقتصاد.

ويشهد الإعلام الإسلامي اليوم يقضه فكريه تجاه قضايا المسلمين في العالم الإسلامي، حيث بدأ يأخذ مكانته المشرفة ودوره في التأثير على حياة الأمة المسلمة والإهتمام بقضاياهم، وإعادة نسجها على ضوء المبادئ والقيم الإسلامية السامية، وإيصال محتوى هادف يخدم تطلعات المشاهد المسلم، في ظل تغلغ آلاف القنوات

الفضائية العربية والإجنبية في الساحة الإعلامية، وعلى كثرتها لم يكن مضمونها يخدم إحتياجات الأمة الإسلامية، في نصره عقيدتها والدفاع عن هويتها وخلق الوعي المجتمعي، فضلاً عن باقي قضايا الأمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وإذا أردنا إعطاء تصور لمفهوم الإعلام الإسلامي الذي قدمنا له، فمن بين التعريفات عُرِف بأنه: "إستخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة، وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة، والأخبار الحديثة، والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه، والتوعية، والإرشاد؛ لإحداث التأثير المطلوب"^(١). ولقد إستوعب هذا التعريف ما هو مطلوب من الإعلام تجاه المتلقين له من الجماهير، والأدوار والأنشطة التي يتحتم عليه القيام بأدائها، فالإعلام الإسلامي وسيلة مادية تحمل مضامين شرعية، يلتزم بما ينشره أو يعرضه على المتابعين، بالتصور المستمد من ثوابت وقيم الإسلام. ويتخذ الإعلام الإسلامي المعاصر أشكالاً مختلفة، تنوعت ما بين وسائل مقروءة (كالصحف والمجلات والكتب الإسلامية)، ومسموعة (كإذاعة الراديو الدينية) ومرئية (كالمحطات التلفزيونية المحافظة)، والتطبيقات الألكترونية الرقمية (كمواقع الإنترنت ووسائل التواصل الإجتماعية)، وهناك وسائل إعلامية تتصل مباشرة بالجمهور (كالمساجد)^(٢).

وتشير تقارير إقتصادية إلى حجم إقتصاد وسائل الإعلام والترفيه الحلال، الذي يقدم محتوى يستهدف المسلمين، بلغ ٢٨٣ مليار دولار وفقاً لتقارير لعام ٢٠١٩م - ٢٠٢٠م، ومن المتوقع أن يصل إلى ٤٠٢ مليار دولار في عام ٢٠٢٤م، وقد قدمت

(١) دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية: د. جيرنو أحمد جالو، دار الجنان، ٢٠١٦م، ص ٦٩.

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي الألكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت: حردان هادي الجنابي، دار العربي، ٢٠١٦م، ص ٢٢، ٢٣.

الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي أداءً قوياً، لإنتاج المزيد من المحتوى في سبيل نمو هذه الصناعة بشكل كبير، ويستهدف هذا القطاع من صناعة الحلال جيل الألفية من الأفراد المسلمين بشكل أساسي، ومن المتوقع أن يكون ٥٤٪ من سكان المسلمين أقل من ٣٠ عاماً بحلول عام ٢٠٣٠م، كما بدأت دول ضمن مؤتمر التعاون الإسلامي بخلق فرص لأصحاب المشاريع الحلال، للقيام بأدوار مختلفة في هذا المجال مثل: الصحافة والتحرير والتصوير والتصميم والإنتاج والتأليف والتقديم وكتابة المحتوى، والعديد من الأدوار الأخرى^(١).

وهناك فرص كبيرة للإقتصاد الإسلامي من أجل استخدام المرافق الإعلامية، لتعزيز مبادرات التسويق لمنتجاتها وخدماتها، حيث يمكن جذب مزيد من الشركات الإعلامية ذات الطابع الإسلامي، للعمل في المملكة العربية السعودية وتركيا وأندونيسيا والإمارات ومصر^(٢).

ومن أجل زيادة فرص نمو الصناعة الإعلامية والترفيهية الحلال، لا بد أن تتمتع جميع وسائل الإعلام الإسلامي على مختلف أشكالها وخدماتها، بقدر عالي من البحث والمعاناة لمشكلات المجتمعات الإسلامية، ودراسة الحاجات السوقية للمتلقين، وتوجيه الخطاب نحو قضاياهم المختلفة بموضوعية إسلامية؛ ليحقق الخطاب أهدافه ويعود بالنفع لطرفيه (المنتجين والمستهلكين)، وكما نؤكد على حرص وسائل الإنتاج الإعلامي أن تقدم المنتج الإعلامي الإبداعي، مبني على أفكار هادفة ومعلومات صادقة، والنزاهة الموضوعية، والتوثيق في نقل الحقائق، وأمانة العرض والحيادية والعدل والإنصاف مدحاً وذمماً، وبعيدة عن كل معاني الكذب والمبالغة والتدليس والغيبة والتسقيط والسخرية والغزل والحركات والإيماءات، التي تتنافى مع أخلاق دين الإسلام ومبادئه، وعدم تخفي الثوابت الشرعية الإسلامية نحو الموسيقى والصور الفاضحة

(1) See: Entrepreneurship: Contemporary Issues: Halal Entrepreneurship: Concept and Business opportunities, p 121.

(2) See: Shaping the Growth of the Islamic Economy: free zones outlook report 2017: Dr Mohammad Al Zarooni. Vice Chairman & CEO, Dubai Silicon Oasis Authority, p 46, 47.

والترويج والداعية للمنتجات والخدمات المحرمة، ولا ننسى تطوير الإهتمام بالجوانب المادية من استخدام الأجهزة المتطورة، وتقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة، وحسن إدارة هذه الوسائل وإستثمارها لصالح الأهداف الإعلامية المشروعة.

ثانياً: صناعة الألعاب الحلال:

تعد صناعة اللعب المادية والألكترونية من القطاعات التي لا تقل قيمة عن باقي الفروع الإقتصادية، حيث تشير إحصائيات سنوية أنّ قطاع الألعاب يجني أرباحاً طائلة، قد تعجز عنه قطاعات كبرى، وخاصةً الألعاب عبر الوسائل الألكترونية، حيث تمتلك مقومات واعدة وقدرات إستراتيجية عالية، مكنتها من القفز عالياً في الأسواق الإستهلاكية في مختلف دول العالم، وإنّ الأسباب التي مكنت هذه الصناعة من الوصول إلى ما وصلت إليه؛ هو تطوير الشركات الكبرى من أدائها بصورة مستمرة، خاصة وأنها تقوم باستثمارات كبيرة في مجال البحث والتطوير التكنولوجي، ومواكبة التقدم في البرامج المعلوماتية وأنظمة الإتصالات، مما أكسبها مستثمرين ومستهلكين أكبر لمنتجاتها، فلا تكاد تخلو البيوت من أجهزة البلي ستيشن (PSP)، او الدريم كاست، أو إكس بوكس (X box)، فضلاً عن أجهزة الهواتف والإنترنت التي تحتوي على عدد كبير من الألعاب الألكترونية.

والألعاب الألكترونية في المفهوم المعلوماتي: هي برمجيات تحاكي الواقع إفتراضياً، بالإعتماد على الحاسوب والهواتف الحديثة في التعامل مع الوسائل المتنوعة، تتضمن مزيجاً بصورياً وصوتياً وعروضاً تعطي للمستخدم إحساساً بالمتعة أثناء اللعب، أمّا من الناحية الإجتماعية فهي تفاعل بين الإنسان والأجهزة المتقدمة، للإستفادة من إمكانياتها في التعليم والترفيه والتسلية^(١). وتتطلب هذه الألعاب الإتصال بشبكة الإنترنت ويطلق عليها (ألعاب الأون لاين)، وهناك ألعاب أخرى لا تستوجب الربط الشبكي،

(١) ينظر: الطفل والألعاب الألكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة بين التسلية وعمق التأثير:

د. فاطمة السعدي همال، دار الخليج - عمان، ط١، ٢٠١٨م، ص ٢٩.

ويمكن اللعب من خلالها بصورة فردية أو جماعية، بإحدى أنواع الألعاب: الأكشن أو المغامرات أو الرياضة أو الألغاز أو التعليمية.

ولكن هذه الألعاب التقليدية تعد غريبة على أطفال وشباب المسلمين ومجتمعاتهم، فلا تتسجم مع عقيدتهم وسلوكهم الأخلاقي، الذي إرتضاه لهم دين الإسلام، حيث إنَّ لكل لعبة فلسفتها ومضمونها التي تعبر عن ثقافة منتجها، لذا كثيراً ما إشتكت الأسر الإسلامية من إدمان أطفالهم على ألعاب تروج للعنف والسرقة، واحتوائها على مشاهد للخمر والتعري، وغيرها من المحتويات التي تتناقض مع مبادئ وقيم الإسلام، ففي تقارير وإحصائيات قامت بها مراكز بحثية وباحثين، أشارت إلى مفاصد كبيرة ومخالفات تضمنتها الألعاب الإلكترونية، تجاه منظومة القيم والثواب المتعلقة بالضروريات الشرعية الخمس^(١).

إنَّ هذه الآثار والنتائج السلبية التي تخلفها الألعاب الإلكترونية على عقول مشغليها، ليست مجرد كلام ينثر، وتأويلات لا أساس لها من الصحة، بل هي وقائع نشهدها في حياتنا اليومية ونسمع بها عن المتعاطين لهذه الألعاب، صغراً وكباراً ومن الجنسين، وتقطن لمخاطرها المدمرة الباحثين والمختصين الغربيون في الشأن الأمني والإجتماعي قبل المسلمين، ومن ثم هذه الألعاب تشحن بالأفكار المعادية لدين الإسلام، والإساءة لمقدساته، والسخرية من المجتمعات الإسلامية، وخاصة العرب المسلمين والتحريض عليهم، ومن هذه الألعاب لعبة (Evil Resident) اليابانية، التي احتوت إحدى مراحلها صور ممزقة للقرآن الكريم، ولعبة (Fight to First) تشترط هذه اللعبة تسجيل نقاط للفوز، عن طريق تدمير المساجد، وملاحقة المسلمين وقتلهم داخل المساجد، ولعبة (Duty Black of Call) وغيرها كثير^(٢)، وأخرى تروج للرزيلة

(١) ينظر: الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل والألعاب الإلكترونية: د. طه أحمد الزيدي، دار الفجر، بغداد، ٢٠١٨م، ص ٩١، ٩٢.

(٢) ينظر: الخير والشر في ألعاب الفيديو: عاطف الحملي، مجلة البيان، العدد ٣٦٨، ربيع الآخر ١٤٣٩هـ، ديسمبر ٢٠١٧م.

والكذب والسرقة للممتلكات، والتحريض على العدوان والقتل والتسليية بسفك الدماء، حتى باتت دول كثيرة اليوم تتلمس النتائج الوخيمة لهذه الألعاب على الأمن المجتمعي، والعلاقات الأسرية، والمشاكل الصحية والنفسية والثقافية والتربوية والتعليمية.

كما إنَّ صناعة الألعاب المادية فيها أيضاً مخالفات شرعية، وتأثيرات سيئة على أخلاق مجتمعاتنا وفطرة أبنائنا، حيث تمتلئ أسواقنا بلعب النردشير^(١)، وألعاب مشتملة على تماثيل أو صور لذوات الأرواح، وأخرى تصحبها الموسيقى، ومنها ألعاب قتالية تؤدي إلى الشجار والنزاع، وتسبب أضراراً عنيفة على الأجساد، وكذلك ألعاب التحريش بين الحيوانات كمصارعة الثيران مثلاً، فلا اختلاف بين العلماء قديماً وحديثاً على تحريم مثل هذه الألعاب، المصنوعة والمشتمة على ما حرّمته الشريعة، وإيذائها للنفس البشرية في كثير من الأحيان.

والإسلام لا يحرم اللعب واللهو المباح والترويح عن النفس، لكن أباح اللعب الذي فيه خير ونفع يعود على أفراد الأمة، كالسباحة والرماية وركوب الخيل وما يناظرها من التطبيقات المعاصرة، التي تخدم مقاصد الشارع في إعداد القوة البدنية للجهاد في سبيله، ولإحتراز من مكائد الأعداء ومخادعاتهم، والألعاب والمسابقات التي تنمي القدرات العلمية الشرعية، والدمى والعرائس التي تُنشأ الفتيات الصغيرات وتدرّبهنّ على تعلم تربية الأطفال، وكما أنّ هناك ألعاب مباحة أخرى مثل كرة القدم، والطائرة، والتنس، والطاولة، وغيرها، على أن تخلوا من المقامرة والرهان بين اللاعبين، ولم تضيع حقاً من حقوق الله تعالى، أو طاعة الوالدين، أو تقصيراً في حقوق الآخرين.

وفي مقابل صناعة الألعاب التقليدية بدأت تتشكل صناعة جديدة للألعاب الرقمية واللعب المادية الحلال على وفق الرؤية الإسلامية، وإن كانت هذه الصناعة لاتزال في

(١) النردشير: كلمة فارسية، وأصل وضع هذه اللعبة تعود للملك أردشير ملك فارس، وتعتمد على الحظ، وهي ذات صندوق وحجارة، تنتقل فيها الحجارة على حسب ما يأتي به الفص (الزهرة) وتعرف عند العامة بـ (الطاولة). ينظر: القاموس الفقهي: د. سعدي أبو حبيب، دار الفكر، دمشق - سوريا، ط٢، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م، ص ٣٥٠.

مهدها، وفي نسبة محدودة لم ترتقي بعد إلى منافسة نضيرتها من الألعاب التقليدية، إلا إنه يمكننا القول أنّ هناك بوادر ظهور منتجات لألعاب تعكس الصورة الإسلامية؛ لتكون مقبولة في أسواق المسلمين، فمن ذلك صناعة دمية (فلة) المشهورة، وهي دمية سورية صنعت لتحاكي أنماط الحياة المرأة المسلمة، بارئتائها للثياب المحتشمة، وتمثل أنشطتها الحياتية من الصلاة والقراءة والطبخ والتسوق، كما أنها ليس لها صديق ولا تقيم علاقات رومانسية مع أحد، وفلة أصبحت شعبية على غرار دمية (باربي) الأجنبية التي حضرتها بعض السلطات الدينية في الدول الإسلامية، لأنها لا تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية⁽¹⁾، كما طورت صخر أكبر شركة للبرمجيات في الوطن العربي، الكثير من البرامج التعليمية الألكترونية والألعاب المسيلة منذ ثمانينات القرن الماضي، والتي تهدف إلى تعليم المبادئ الأساسية الإسلامية، وتاريخ المسلمين وحضاراتهم، وتعزيز القيم الأخلاقية الإيجابية لدى العائلة المسلمة، وألعاب الألغاز، وحكايات الأنبياء، وتعليم القرآن الكريم واللغة العربية⁽²⁾، وتعد شركة صخر أيقونة رائدة في تطوير وابتكار التقنيات البرمجية، حيث تركت علامة بارزة في تقنية المعلومات باللغة العربية، وتركت برامجها التعليمية والترفيهية آثاراً في أذهان مستخدميها الى يومنا، ولا يزال تصميم وإنتاج برامج الألعاب الرقمية المحافظة على الهوية الإسلامية، مستمر من خلال مختلف التطبيقات الألكترونية الحديثة.

وكلمة أخيرة أختم بها موضوعي أقول: إنه يجب على الباحثين المسلمين والمصنعين والمبرمجين، بناء ووضع رؤى جديدة في مجال صناعة الألعاب الحلال الألكترونية منها واليدوية، واكسابها مزيداً من العناية والاهتمام، لإنقاذ أجيالنا والأجيال القادمة من خطر سيطرة الألعاب الأجنبية الوافدة إلى بلاد المسلمين، لنحمي عقيدتهم وكامل حياتهم من مخلفات هذه الألعاب، فانتشارها في كل بيت من بيوت المسلمين هو تخطيط يراد منه إستهداف وتدمير عقول وأخلاق أطفال وشباب المسلمين، من

(1) See: Handbook of Islamic Marketing: Özlem Sandıkcı, Gillian Rice, Edward Elgar Publishing, 2011, p 216.

(2) See: Digital Middle East: State and Society in the Information Age: Mohamed Zayani, Oxford University Press; 1st edition, 2018, p 71, 72.

غير المكسب المادي الذي تحققه هذه الشركات، ومن العجب أن تصرف ملايين الدولارات في الغرب لمهندسي التصميم وصناعة الألعاب على مدار العام، لذا تحتم إستنفار خبرات المسلمين في إنشاء صناعة ترفيهية مباحة، تشبع غرائز الأطفال وتسليهم، وتدفع عنهم الملل والضجر، وفي الوقت نفسه لا تحول بينهم وبين عقيدتهم وفطرهم السليمة، وعن أداء الواجبات الدينية والدنيوية.



المبحث الخامس

التحديات التي تواجه صناعة وخدمات الحلال

وفيه فرعان:

• الفرع الأول: التحديات التي تواجه صناعة الحلال:

- وفيه اثنا عشر مطلباً:

- المطلب الأول: التحديات العامة لصناعة الحلال.
- المطلب الثاني: تحديات الخدمات المالية الإسلامية.
- المطلب الثالث: تحديات صناعة الأغذية الحلال.
- المطلب الرابع: تحديات صناعة الألبسة الشرعية.
- المطلب الخامس: تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال.
- المطلب السادس: تحديات الصناعة الدوائية الحلال.
- المطلب السابع: تحديات السياحة والترفيه الحلال.
- المطلب الثامن: تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال.
- المطلب التاسع: تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية.
- المطلب العاشر: تحديات خدمات الإعلام الإسلامي.
- المطلب الحادي عشر: تحديات خدمات الضيافة الإسلامية.
- المطلب الثاني عشر: تحديات صناعة الألعاب الحلال.

• الفرع الثاني: معالجة تحديات صناعة الحلال:

- وفيه اثنا عشر مطلباً:

- المطلب الأول: معالجة التحديات العامة لصناعة الحلال.
- المطلب الثاني: معالجة تحديات الخدمات المالية الإسلامية.
- المطلب الثالث: معالجة تحديات صناعة الأغذية الحلال.
- المطلب الرابع: معالجة تحديات صناعة الألبسة الشرعية.
- المطلب الخامس: معالجة تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال.
- المطلب السادس: معالجة تحديات الصناعة الدوائية الحلال.
- المطلب السابع: معالجة تحديات السياحة والترفيه الحلال.
- المطلب الثامن: معالجة تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال.
- المطلب التاسع: معالجة تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية.
- المطلب العاشر: معالجة تحديات خدمات الإعلام الإسلامي.
- المطلب الحادي عشر: معالجة تحديات خدمات الضيافة الإسلامية.
- المطلب الثاني عشر: معالجة تحديات صناعة الألعاب الحلال.

المبحث الخامس

التحديات التي تواجه صناعة الحلال

قد تواجه أي مؤسسة أو نظام تمارس نشاطاً إقتصادياً بعض المشاكل أو الصعوبات، خلال فترة عملها على الأمد المتوسط أو البعيد، مما تأثر بشكل سلبي على الأهداف المرسومة لإدارة المؤسسة أو الشركة، ونقصد بالتحديات هنا، هو أي مشكلة أو معوق أو صعوبة أو معضلة أو متغير أو أزمة، نابعة من البيئة المحلية أو الإقليمية أو الخارجية، وتشكل مانعاً أو حاجزاً أمام صناعة الحلال أو توزيعها أو تسويقها، أو تؤدي إلى إرتفاع سقف الطلب على المنتجات أو إنخفاضها، دون المستوى المطلوب، أو ارتفاع سعرها أو إنخفاضه، وغير ذلك من الآثار الناتجة بفعل هذه العوارض.

ومع التمدد المستمر الذي تشهده صناعة الحلال في الإقتصاد الإسلامي، والفرص الكبيرة التي تحققت لها في تنوع المنتجات وزيادة حصتها السوقية، إلا إنها لا تزال تواجه تحديات عديدة من عدة إتجاهات، أثرت في بعض الأحيان على سمعة صناعة الحلال، وتختلف طبيعة هذه التحديات من دولة أو منظمة الى أخرى، ولا تزال الدراسات العلمية حول صناعة الحلال في العالم الإسلامي دون المستوى المأمول، فضلاً عن تعقب ودراسة المشاكل التي تواجه هذه الصناعة غير كافي، على الرغم من حجم الأرباح التي تحققها كافة قطاعات الحلال، لذا سنخصص جزءاً من بحثنا، لنقف على أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه منتجات وخدمات الحلال، وإعطاء تصوراً لحلول مناسبة، تعمل على معالجة أو تقليل ما أمكن من هذه التحديات وحدثها.

الفرع الأول: التحديات التي تواجه صناعة وخدمات الحلال:

تواجه كل من المنتجات والخدمات التي يقدمها الإقتصاد الإسلامي، من بداية فكرة إنتاجها إلى أن تصل للمستهلكين المسلمين، بعض المشاكل والعقبات، ومن هذه التحديات والعقبات نذكرها كل حسب نوع الصناعة والخدمة، على النحو التالي:

المطلب الأول**التحديات العامة لصناعة الحلال**

على الرغم من الإشارات الإيجابية التي تتمتع بها قطاعات الحلال في الإقتصاد الإسلامي، فمع التمدد المستمر في الأسواق العالمية والإهتمام التي حظيت بها من قبل المسلمين وغير المسلمين؛ إلا أنّ العاملون في هذا المجال يواجهون العديد من المشاكل والعقبات في مختلف قطاعات الحلال، وتتنوع هذه التحديات التي تواجه صناعة الحلال ما بين التحديات (الأخلاقية، والمذهبية، والتجارية، والقانونية، والتمويل، وتوحيد المعايير، وغير ذلك)، وفيما يلي إجمال لأهم التحديات العامة التي رافقت إنتاج وتسويق الحلال عالمياً:

١- يمثل التحدي الأكبر الذي يواجه صناعة الحلال بشكل عام، في وضع معايير لإنتاج الحلال وكافة خدماته معترف بها دولياً، حيث إنّ لكل دولة لديها شعار حلال مختلف، بالإضافة إلى معايير ولوائح تختص بها عن باقي الدول، مما يؤدي إلى حدوث إرباك بين المستهلكين، وايضاً يعيق نمو الصناعة^(١). حيث إنّ تعدد الهيئات الموثقة للحلال، واعتماده التي وصلت إلى مئات الهيئات النشطة، يُحدث نوعاً من الإرباك على مستوى المستهلك، وعلى مقبولية المنتج في الأسواق الدولية، وإلى الآن لم تقم الهيئات الشرعية والمنظمات الإنتاجية والجهات المعنية، بإصدار شهادات ومعايير للحلال متفق عليها بين دول العالم الإسلامي، والهيئات الإسلامية في الدول غير الإسلامية، والإعتماد عليها لتزيل اللبس عند المنتج والمستهلك على حد سواء.

(1) See: Economics, Business, and Islamic Finance in Asean Economics Community: Halal Industry in Asean: Moha Asri Abdullah, Md Siddique E Azam, IGI Global; 1st edition, 2020, p 97.

٢- هناك تحدي مذهبي يكمن في التعامل مع إختلاف المذاهب الإسلامية في المنتج الواحد حلاً أو حرمة؛ بسبب إختلاف القواعد الفقهية لأصول كل المذهب، وهنا سيؤدي الى الإختلاف في تفسير ما هو مشروع، وما ليس بمشروع، وبالتالي سينعكس أثره على تشجيع الدول الإسلامية على إصدار معايير وطنية وموحدة لتقديم منتجات الحلال^(١)، مثال ذلك القول بنجاسة الكحول المستخدمة في صناعة العطور عند فقهاء، وعلى هذا الرأي لا يجوز إستخدام العطور لأنها نجسة، بينما يرى فقهاء آخرون أنّ بالإستحالة تطهر الكحول وتتحول إلى عطر، فبهذا الرأي نكون جنبنا المتاجر من كساد العطور الجذابة وغالية الأسعار، من الركود على الأرفف لفترات طويلة^(٢).

٣- يحاول بعض منتجي الحلال إسترضاء الشركات الكبرى؛ من أجل كسب مودة الأسماء المشهورة اللامعة على حساب منهجية الحلال، أو تجعل بعض الشركات المنتجة للأغذية جزءاً من ريعها لصالح الشركات الحلال الرقابية مقابل ترخيصها لتلك المنتجات، وربما يشق عليها الإعتراض على المتغيرات الطارئة على المنتج، والتي تخالف شروط الترخيص^(٣).

ومن القضايا الخطيرة التي تواجه صناعة الحلال الغش وفقدان الأمانة وعدم المصادقية، حيث وجد أنّ هناك حالات غش وتلاعب في المواد الخام المكونة للمنتج، وتوصيف حقيقة المنتج، وقضايا التهريب والتخزين والمعالجة، وخط المنتج الحرام بالحلال، وإرشاء الموظفين المسؤولين لتجنب الرقابة والتفتيش.

٤- يمكن أن يكون لتزايد أعداد المسلمين ونمو صناعة الحلال، تهديداً من قبل غير المسلمين، حيث يمتلئ قلوب بعض المصنعين الغل والخبث تجاه صناعة الحلال، فيدخلون عناصر غير حلال في صناعة الأغذية والمشروبات

(1) See: The Halal Food Handbook: Halal Certification and International Halal Standards: Yunes Ramadan Al-Teinaz and Hani Mansour M. Al-Mazeedi, 1st edition, 2020, p 228.

(2) ينظر: مشروع الميثاق الإسلامي لصناعة الحلال: مقال لصحيفة دار الخليج منشور على الموقع

بتاريخ ٧ ديسمبر ٢٠١٢م، www.alkhaleej.ae.

(3) ينظر: المصدر نفسه.

والألبيسة وباقي خدمات الحلال، وهذا يمثل تحدياً أخلاقياً كبيراً لسمعة الصناعة ولنموها وانتشارها حول العالم، وستقل ثقة المستهلكين حول سلامة المنتجات والخدمات⁽¹⁾. ولا شك إنَّ هذا التحدي يشكل قلقاً لدى المهتمين بالحلال، ويثير الشكوك لدى ضعفاء الإيمان والبسطاء من الناس.

٥- هناك عقبات أمام ممارسة الأعمال التجارية لترويج المنتجات والخدمات الحلال، حيث تواجه الأسواق ثلاث مشاكل هي: الطلب، والوعي، والثقافة، حيث أظهرت دراسات إرتفاع نسبة الطلب على صناعة الحلال وخدماته في الأسواق العالمية، إلا أنَّ هناك نقصاً في المصادر من أجل توريد الحلال إلى الأسواق في البلاد الإسلامية والعالمية، كما أنَّ الوعي والثقافة بفوائد المنتجات والخدمات الحلال، أثراً في تحديد طلب المستهلكين على الحلال⁽²⁾.

٦- ثمة تحديات تنظيمية وقانونية تواجه الدول الإسلامية التي وضعت لوائح إسلامية تنظم عمليات التبادل التجاري، حيث عينت المواصفات الشرعية المطلوبة لدخول السلع والبضائع إلى دولها، بما يتناسب مع معايير الحلال، فإنها ملزمة بعدم إنشاء عوائق فنية تجارية غير ضرورية، كما نصت عليها إتفاقيات منظمة التجارة العالمية، ووقعت على هذه الإتفاقية بعض الدول الإسلامية⁽³⁾. مما تشكل هذه الإتفاقية عارضاً أمام مشروع تقييد السلع المستوردة بالحلال.

٧- هناك أُمية من قبل المستهلكين المسلمين تجاه الحلال ومنتجاته، فلا يزال فهم المستهلكين ووعيهم ومعرفتهم بالحلال ضئيلة أو معدومة، فأساءوا فهم المعنى

(1) See: Economics, Business, and Islamic Finance in Asean Economics Community: p 96.

(2) See: Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication: Proceedings of the 1st ICIBACC 2014: Overview of Production and Tendency on Halal Products and Services in Malaysia and the Global Market: Mohamad Idham Md Razak, Roaimah Omar, Adi Hakim Talib, Ghazali Semil@ Ismail, and fakrulnizam Jafri, Springer; 2015, p 340.

(3) See: Halal Certification of Patented Medicines in Indonesia in the Digital Age: A Panacea for Pain: p 1108.

الحقيقي للحلال، واقتصرت معرفتهم بربط الحلال بالطقوس الدينية، وخاصة الذبح^(١).

وأسباب هذه الأمية وعدم الوعي كثيرة منها: أنّ كثير من الدول الإسلامية غير جادة بتفعيل صناعة وخدمات الحلال، وعدم إبراز مفهوم وفقه الحلال لأفراد الأمة، وقصرها على جزئيات يسيرة في المأكل والمشرب والملبس، في حين إنّ قضية الحلال أكبر من ذلك، فتشمل كل أساليب الحياة العامة وكافة أفرعها.

٨- هناك تحديات في تحديد أسعار المنتجات، فقد تكون الشركة المصنعة شركة مساهمة لديها أكثر من مالك واحد، فعلى سبيل المثال يكون جزء من الشركة مملوكة لمسلم وجزء آخر لغير مسلم، فيضفي الغموض على حال ملكية الشركة المنتجة، ومن التحدي المشابه إجبار الشركات الصغيرة والمتوسطة للحلال، على تحديث أسعار منتجاتها بصورة مستمرة وعلى أساس منتظم، حيث أنها قد لا تمتثل لتحديث منتجاتها، وبالإضافة إلى احتمال أن تقدم الشركة أسعاراً خاطئة^(٢).

٩- كما أنّ هناك عقبات أخرى تواجه الحلال بما في ذلك نطاق الصناعة، من عدم الكفاءة والخبرة، ونقص القيادة، وتحديات ضمان سلسلة التوريد، ونقص رأس المال البشري، وانخفاض ثقة المستهلكين، والتفسير غير الموحد لمفهوم الحلال، وعدم وجود تشريعات لشعار الحلال في الدول المصدرة، والإختلاف حول وضع العلامات الحلال، ومعايير الحلال الأصيلة، وتحديد المواد المعدلة وراثياً، والرقابة وكلفها، والنقل والتخزين، وممارسات المعالجة^(٣). كما أنه هناك

(1) See: Key Challenges and Issues Consumer Face in Consuming Halal Product: Dayang Haryani Diana Ag. Damit, Amran Harun, David Martin, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 7, No. 11, 2017, p 594.

(2) See: Software Engineering and Computer Systems, Part II: Jasni Mohamad Zain, Wan Maseri Wan Mohd, Eyas El-Qawasmeh, Second International Conference ICSECS 2011, Kuantan, Pahang, Malaysia, June 27-29, 2011, Proceedings, p 261.

(3) See: The Halal Food Handbook: p 366; and See: Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry: p 537.

تحدياً يتعلق بنقص التقنيات المتبعة في الصناعات الحديثة؛ لتحسين أداء الأعمال واتخاذ القرارات المناسبة، وتحديات أخرى تسويقية تتمثل بارتفاع أسعار منتجات الحلال، قياساً بالمنتجات التقليدية الأخرى، ومدى قدرتها على الوصول إلى الأسواق العالمية ومواجهة السلع التقليدية.

إنَّ صناعة بحجم صناعة الحلال تحققت أرباحاً بتريليونات الدولارات، لا تزال تقتصر إلى البحث والتطوير، للوقوف على مشاكل وتحديات هذه الصناعة وخدماتها، ودراساتها دراسة علمية تطبيقية، ونقل خبرات وتجارب دول إسلامية متقدمة، والإستفادة من مهارتها ومهنتها في هذا المجال، كما إنَّ من أكبر العجب أن لا ترى للباحثين والأكاديميين العرب المسلمين وحتى المختصين بشأن الإقتصاد الإسلامي، إهتماماً بصناعة الحلال وخدماته، إلا في جوانب التنظير الشرعي لبعض الصناعات والخدمات، كالأغذية والألبسة، والمعاملات المالية، في حين بالمقابل إهتماماً كبيراً منقطع النظير من قبل الباحثين المسلمين الآسيويين والغربيين بهذه الصناعة، تنظيراً ودراسات تطبيقية وتحليلاً لمتغيرات هذا الأقتصاد الواعد ومشكلاته.



المطلب الثاني

تحديات الخدمات المالية الإسلامية

على الرغم من حجم التمويل الكبير والخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية على نطاق واسع في العالم العربي والإسلامي، إلا أنها لا تخلو من تحديات في تقديم منتجاتها وخدماتها، وتتنوع هذه التحديات والمعوقات ما بين تحديات في المشروعية الشرعية، وتحقيق الكفاءة، وتحديات في الإدارة والابتكار والتسويق وغيرها، والمقام لا يحتمل التفصيل في هذا الموضوع المهم، ولذا سأقتصر على ذكر مجمل التحديات مع الإختصار، وكما سيأتي:

١- عدم توفر بيئة مناسبة لإبتكار وتطوير المنتجات، والإقتصار على منتجات تقليدية أو إبتكار منتجات مخالفة للضوابط الإسلامية، من دون أن يكون لها إدارة أو مرجع يقوم بضبط عملية التطوير، وحمياتها وتوجيهها وإدارتها بشكل يبتعد بها عن الإنفرادية^(١).

٢- إفتقار المؤسسات المالية إلى البحث والتطوير والإهتمام بالهندسة المالية، حيث أثبتت تقارير سنوية أنّ اثنتي عشرة مؤسسة مالية إسلامية كبرى في الخليج العربي، غابت فيها المخصصات المالية لأجل البحث والتطوير في المنتجات المالية بصورة شبه تامة، وفي الوقت نفسه تنفق ٩ بنوك أوروبية أكثر من مليار دولار على عمليات تطوير وإبتكار تلك المنتجات^(٢).

٣- محاكاة البنوك التقليدية في عملية تحديد تكلفة التمويل، وذلك بالإسترشاد بمؤشر سعر الفائدة، ولا شك إنّ هذا يفقد المؤسسة الإسلامية الثقة بها بأكملها،

(١) ينظر: دور المنتجات المالية الإسلامية في تحقيق الإستقرار الإقتصادي: أ.د. صالح الصالحي، ود. عبد الحليم غربي، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثاني (الإزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية) بجامعة الجزائر في الفترة ٥ - ٦ ماي ٢٠٠٩م، ص ١٨.

(٢) ينظر: الهندسة المالية الإسلامية في الأسواق الناشئة: م.م. ثابت حسان ثابت، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول الأسواق المالية الناشئة بين رؤى تقليدية ومستقبل إسلامي في جامعة ٢٠ اوت ١٩٥٥، سكيكدة - الجزائر بتاريخ ١٧ نوفمبر ٢٠١٥م، ص ٧.

في الوقت الذي يجب أن تكون لها إستقلالية وتميز عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات غير الإسلامية^(١).

ومن المؤسف أن نرى ونسمع اليوم مصارف إسلامية لا يحظى جوهرها من المطابقة الإسلامية الا بالاسم فقط، من غير توافق حقيقي بين الأدوات والعقود مع العرض والطلب، مع التوسيط الوهمي للسلع، وهذا طريق للاعتراف بالمعاملات الربوية تحت العباءة الإسلامية، وهو ما يتنافى مع الهدف العام الذي من اجله وجدت هذه الخدمات الإسلامية.

٤- عدم ضمان لحقوق ملكية صاحب الإبتكار للمنتج أو المطور، فتجد مؤسسات مالية تقوم بإبتكار منتج مالي جديد، وتحمل التكاليف الباهظة ومخاطر تطبيق المنتج؛ لمعرفة مدى جدواه، ثم تأتي مؤسسة أخرى تقتنص المنتج وتطبقه، دون أي إستشعار لحقوق الآخرين والمخاطر والتكاليف، وهذه الأفعال تثبط من عزيمة ونشاط المؤسسات عن محاولة الإبتكار والتطوير^(٢).

٥- منافسة المؤسسات التقليدية للمؤسسات المالية الإسلامية والفرص الكبيرة التي تحضا بها، مع الخبرة الواسعة وتمتعها بأصول وحجم إقتصادي كبير في الأسواق العالمية، إضافة إلى أن المؤسسات التقليدية التي تضم نوافذ للتعاملات المالية الإسلامية، تواجه مشكلة كلفة عمليات التشغيل العالية لهذه النوافذ^(٣).

لا شك إن المؤسسات الإسلامية لديها طموح كبير في تثبيت وجودها في ساحة المنافسات الإقتصادية العالمية، لكن لا يتم هذا التنافس من دون تبني رؤية إسلامية واضحة المعالم والأهداف، وتدعيم هذه الرؤى بالأدوات والتقنيات الحديثة، فمنافسة خصومهم من المؤسسات التقليدية محمومة وشديدة، وتحتاج الى إعداد الإمكانيات

(١) ينظر: المصدر السابق: ص ٧.

(٢) ينظر: الهندسة المالية الإسلامية في الأسواق الناشئة: ص ٧.

(٣) ينظر: الازمة المالية واستراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية: قندوز عبد الكريم، ومداني أحمد، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثاني (الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية) بجامعة الجزائر في الفترة ٥-٦ ماي ٢٠٠٩م، ص ١٨.

على جميع المستويات، خاصة وأنَّ المنتجات المالية عند المسلمين لم تعد حكرًا على أحد، فقد تبنتها البنوك العالمية غير الإسلامية، مما يضع الإقتصاد الإسلامي في حرج يجب المسارعة إلى رفعه عنه.

٦- من الأسباب المهمة التي أعاقت تطوير المنتجات المالية الإسلامية هو العامل البشري، حيث إنَّ كثير من العاملين في القطاع المالي الإسلامي خلفياتهم العلمية وخبراتهم في المجال المصرفي التقليدي، وهذه القوى البشرية تشكل تهديداً كبيراً لهذه المؤسسات من حيث المخاطر التشغيلية، وتعيق نمو وتطوير المصارف الإسلامية^(١)، بالإضافة إلى أنَّ كثير من العاملين في المؤسسات المالية الإسلامية، ليسوا على قناعة ذاتية وتامة بأهمية المعاملات المالية الشرعية، ومن ضمنها صيغ التمويل^(٢).

ومن الحلول المناسبة لمعالجة مشكلة تصبغ العاملين في المصارف الإسلامية بأفكار وخلفيات البنوك التقليدية، هو تأهيل العنصر البشري العامل في مؤسسات الإقتصاد الإسلامي على الأمد القريب، وإعادة تدريبهم وتلقيهم بأصول ومبادئ المالية الإسلامية، ويتم ذلك من خلال مراكز التدريب تحت إشراف مختصين في مجال علم الإقتصاد الشرعي، ومنحهم شهادات توثق مؤهلهم على ممارسة العمل في المصارف الإسلامية وباقي المؤسسات الأخرى، وأما على الأمد البعيد فينبغي إنشاء كليات ومعاهد تختص بتدريس المالية والمصرفية الإسلامية، وإستقطاب العناصر البشرية العاملة في المؤسسات المالية الإسلامية.

٧- تشكل التكنولوجيا في المجال المالي ميزه تمكن المؤسسات المالية التقليدية والمصرفية الدولية من نقل خبراتها، والانتقال بها من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية، فتمكنت بنوك جديدة من دخول الأسواق العالمية بعدد قليل

(١) ينظر: المصدر السابق: ص ١٨.

(٢) ينظر: المصدر السابق: ص ١٨؛ والصناعة المالية الإسلامية، الواقع والتحديات: د. محمد البلتاجي، مجلة الدراسات في المالية الإسلامية والتنمية، المجلد الأول، العدد الأول، ٢٠٢٠م، ص ١٠٢.

من الفروع، تدعمها أجهزة الصرافات الآلية، ونقاط البيع والخدمات المصرفية عبر الهواتف^(١).

تحمل المصارف الإسلامية وباقي المؤسسات المالية رسالة شرعية وأخلاقية وإنسانية، ولإيصال رسالتها إلى العالم، لا بد من مواكبة الطرق العالمية الحديثة، التي لم يتطرق لها الشرع بالإنكار والرفض، ويتقدم العالم بفارق عمر زمني كبير في إتباع أحدث الطرق والامكانيات؛ لتقديم خدماته المالية إلى عملائه، وعلى المصارف الإسلامية تقليل هذا الفارق الزمني وتحديث منظومته المصرفية؛ لتقديم أجود وأفضل الخدمات ومنافسة التقدم الحاصل في المؤسسات التقليدية.

٨- ضعف تسويق المنتجات المالية الإسلامية في البلاد الإسلامية، بسبب عدم فهم العملاء للمنتج الإسلامي وأهميته، فمن دون تثقيفهم بآلية عمل التمويل الإسلامي، ستبقى الصناعة المالية بعيدة عن التناول^(٢).

في حين أنّ المعاملات المالية الإسلامية وجدت لخدمتهم، ولإبعادهم عن المنتجات التقليدية التي غزت البلاد الإسلامية، فالمسلمون عليهم أن يعزّزوا الإنتماء الديني العالمي، والإلتفات لتشجيع المنتج الإسلامي الحلال، والإبتعاد عن المنتج التقليدي، الذي يكسبهم كعملاء مقابل فوائد وأرباح ربوية مضمونه.

٩- ضعف أو عدم تمكن المؤسسات المالية الإسلامية من تمويل المشروعات طويلة الأجل، وإقتصارها على المشروعات قصيرة الأجل، كالأستثمار السلعي، والتأجير التمويلي، واستخدام أدوات البيع بالتقسيط والمرابحة، بالرغم من أنّ المجمع الفقهي الإسلامي أوصى بتنوع أساليب التمويل والأستثمار^(٣).

(١) ينظر: الأزمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: ص ٣٧٣.

(٢) ينظر: الأزمة المالية واستراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية: ص ١٨.

(٣) ينظر: المصارف الإسلامية، دراسة قانونية في أهم المستجدات الحديثة: د. مصطفى ناطق صالح مطلوب، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ط١، ٢٠٠٢م، ص ٩٨.

١٠- ومن التحديات الخارجية تتمثل بزيادة رقعة تعامل المؤسسات المالية الإسلامية مع المؤسسات المالية الدولية، وكيفية المحافظة على سمعتها بعد الأزمات والمشاكل التي تعرضت لها تلك المؤسسات الدولية^(١).

كما إن فتح فروع للمعاملات المالية الإسلامية داخل المؤسسات التقليدية، يمثل تحدياً آخر للمؤسسات المالية الإسلامية في الحفاظ على شرعية معاملاتها، وضمان عدم إختلاطها بالمعاملات المصرفية المحرمة والتأثر بها.

١١- وتواجه المالية الإسلامية مخاطر السوق والإئتمان والتشغيل ومخاطر السيولة، وتمثل الأطر التنظيمية للمؤسسات المالية الإسلامية إختباراً صعباً آخر، كالعولمة المالية العالمية، حيث تنص إتفاقيات دولية^(٢) على تحرير الخدمات المالية المصرفية - مما يزيد من حدة المنافسة-^(٣)، بالإضافة إلى القوانين والتشريعات الداخلية المنظمة لعمل المؤسسات المالية المركزية وغير المركزية، وعلاقة المصارف الإسلامية بالبنوك المركزية وخضوعها تحت رقابتها وإشرافها.

١٢- هناك نقاط ضعف أثرت على الصناعة المالية في المؤسسات الإسلامية بصورة مباشرة أو غير مباشرة، منها عدم توفر الخبرة المتعلقة بالتمويل الإستثماري طويل الأجل، ونقص الهياكل المؤسسية المساندة مثل أسواق رأس

(١) ينظر: الصناعة المالية الإسلامية، الواقع والتحديات: ص ١٠٢.

(٢) من هذه الإتفاقيات إتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية، الموقعة في ديسمبر ١٩٩٧م من قبل ٧٠ دولة، وتتضمن الإتفاقية خفض درجة القيود المفروضة على القطاعات المالية أياً كانت، ما عدا الخدمات التي تقدمها الدولة، وتقوم سياسة تحرير الجهاز المصارف على الثقة الكاملة في الأسواق، حيث يتم تحريرها من القيود الإدارية، وتطبيق نظام غير مباشر للرقابة النقدية، وتحرير معدلات الفائدة بعدم وضع حدود قصوى أمامه. ينظر: لإنعكاسات العولمة على الجهاز المصرفي: د. مبروك رايس، دار الجنان، ٢٠١٦م، ص ١٦٣.

(3) See: Intermediate Islamic Finance: Nabil Maghrebi, Abbas Mirakhor, Zamir Iqbal, Wiley, 1st edition, 2016 p. 336

المال الثانوية للأدوات المالية الإسلامية، والإفتقار إلى الترتيبات المؤسسية والقيادة والتنظيم الفعال، وعدم تعبئة الموارد الفكرية من خلال مراكز التعليم، وعدم مقبولية قوانين الشريعة الإسلامية في المحاكم الدولية، ونقص القوى العاملة، وعدم تطوير الأسواق المالية، وضياح الفرص، وعدم وجود معايير محاسبية موحدة^(١).

١٣- عدم التوافق الشرعي وتضارب الفتوى؛ بسبب ضعف التنسيق بين الهيئات الشرعية وتوحيد المرجعيات، فتجد إختلافاً في الفتوى بين البلاد الإسلامية، بل داخل البلد الواحد^(٢).

ومما ينبغي أن تقوم به المؤسسات المالية الإسلامية بما فيها الهيئات الشرعية، الإندماج فيما بينها وعمل التكتلات، فإنه سيوجد قضاياها المتعلقة ومسائلها الشرعية المختلف حولها، ويكسبها قوة ومنافسة كبيرة ضد تكتلات المؤسسات التقليدية.

١٤- هناك شكاوى من قبل العملاء حول مشاكل في الوصول إلى حساباتهم، وبطء في سير المعاملات، وعدم القدرة على التكيف مع المستهلكين، فالتطبيقات غير مصممة لتلبية إحتياجاتهم، وصغر دائرة الشمول والتسهيلات المالية^(٣).

١٥- هناك عوامل سياسية وقانونية تؤثر على سير المؤسسات المالية الإسلامية والعمل على تطويرها، حيث ترفض دول أخرى منح التراخيص لبنوك إسلامية، كما هو الحال في دول ليبيا والمغرب، وفي دول أخرى تعمل بحذر شديد كمصر وتونس والجزائر، كما إنَّ هناك أطر قانونية وقضائية تقليدية لا تسمح

(1) See: Contemporary challenges confronting Islamic banking & finance: Muhammad Asif Khan, Muhammad Waseem Shehzad, Muhammad Atif Khan, International Letters of Social and Humanistic Sciences, Vol. 55, 2015, p 87.

(2) ينظر: الهندسة المالية الإسلامية في الأسواق الناشئة: ص ٧.

(3) See: Developments in Islamic Finance: Challenges and Initiatives: Syed Aun R. Rizvi, Irum Saba, Springer, 2017, p 19.

بعمل أي نظام خاص بالمؤسسات المالية الإسلامية، فهذا يجب أن تتخذ المؤسسات المالية الإسلامية موقفاً موحداً، عبر تنظيم واقعها بما ينسجم مع الإطار الشرعي، وتساير الأنظمة والقوانين الوضعية^(١).

وفي هذه السنوات القليلة بدأت الدول وحكوماتها، تشعر بأهمية الوجود المؤسسي للمالية الإسلامية وتشكيلاتها في السوق المحلية، ففسحت المغرب المجال أمام تأسيس شركات ومصارف تقدم خدمات متوافقة مع الشريعة، تحت إشراف هيئات شرعية عليا، كما أعطت الإذن بفتح منافذ إسلامية^(٢) في البنوك التقليدية، وهذه مؤشرات إيجابية تنسح المجال والحرية للعمل بصورة أكبر للصناعة المالية الإسلامية.



(١) ينظر: الأزمة الاقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: ص ٣٧١ - ٣٧٣.

(٢) المنافذ الإسلامية: هي وحدة متخصصة او فرعا داخل مؤسسات بنكية تقليدية، ليس لها كيانا مستقلا ولا سلطة قانونية، تقوم هذه الوحدات بالاستثمار والتمويل الإسلامي المتوافق مع احكام الشريعة الإسلامية، فهي تقدم خدماتها بمعزل عن عمليات واصول البنك الام.

See: Core principles for Islamic finance regulation (banking segment): Islamic financial services board, April 2015, p61.

المطلب الثالث

تحديات صناعة الأغذية الحلال

في ظل تنامي وعي المسلمين بأهمية الأغذية الحلال، الحيواني وغير الحيواني، أضحت الحلال من أضخم الأسواق إنتشاراً في العالم، مما حدا بالشركات والدول المنتجة إلى الدفع بالإنتاج لتلبية الطلب المتزايد، إلا إنه لا تزال تواجه المهتمين بمنظومة الحلال العديد من التحديات التمويلية والتشريعية والتنظيمية، ونقف فيما يأتي على أبرز اشكال هذه التحديات:

١- لا تزال صناعة الغذاء الحلال تفتقر إلى توحيد المعايير العالمية العابرة للقارات، وإن أصحاب الشركات من مصنعي الأغذية، ينفقون القليل جداً على مجال البحث والتطوير؛ من أجل التنافس مع العلامات التجارية الكبرى^(١).

ومن العقبات التي تقف حاجزاً أمام هذه الصناعة، هو إن عدد كبير من المسلمين ولا سيما الجاليات الإسلامية المتوطنة في البلاد الغربية، يفتقر إلى الوعي بأهمية الطعام الحلال من الناحية الدينية والصحية، بالرغم من أن هناك طلباً متزايداً من قبل المسلمين وحتى من غير المسلمين على الأغذية واللحوم الحلال، لم تستطع المصانع والشركات تلبية ذلك النطاق الواسع، وكذا حال ضعف الوعي يشمل المجتمعات العربية في الدول الإسلامية، فلا يفقهون ما هو الحلال والحرام، حيث يسود الاعتقاد بأن كل ما تسمح بدخوله الدولة من منتجات إلى البلاد فهو حلال^(٢)، وكما أن هناك تحدياً يتعلق بسياسات وقوانين دول أجنبية، تمنع فيها طريقة المسلمين من ذبح اللحوم، رافضة الاعتراضات التي قدمتها الجمعيات الإسلامية تحت ذريعة الرفق بالحيوان.

٢- لا يزال كثير من المسلمين في البلاد الغربية يواجهون إرتفاع أسعار منتجات الأغذية الحلال، وخاصة منتجات اللحوم المعتمدة إسلامياً، وإن الإختيار محدوداً للمنتجات في معظم الأسواق الغربية، وكما أن أعداد المتاجر التي

(1) See: The Rise of the New East: Business Strategies for Success in a World of Increasing Complexity: B. Simpfendorfer, Springer; 2014th edition, p 197.

(2) See: The Halal Food Handbook: p 364.

تقدم منتجات الأغذية الحلال لا يزال دون الإنتشار المأمول، حيث إنَّ أغلبها ينتشر ضمن مناطق سكنية تغلب فيها تجمعات المسلمين.

٣- تواجه الثروة الحيوانية في البلدان العربية تحدياً بسبب شح الموارد الطبيعية من حيث المياه والأعلاف، ونقص البنى التحتية الداعمة والخدمات، واتباع السياسات الخاطئة في إدارة ملف الثروة الحيوانية، مما أدى إلى الإعتماد الكبير على واردات الأعلاف الأجنبية المستوردة بنحو ١٠,٤ مليار دولار، بعد محاولات محلية لزراعتها أدت إلى تصريف إحتياجات المياه غير المتجددة، وتدهور موارد الأعلاف الطبيعية للأنظمة المختلطة والرعية إلى حد كبير، حتى أدى إلى فقدان التنوع البيولوجي وتآكل التربة، وانخفاض قدرتها على تحمل الزراعة^(١).

إنَّ العوامل المناخية، والعنصر البشري الداعم للتنمية أو المعوق لها، وسياسات التنمية، كلها عوامل تؤثر إيجاباً أو سلباً على قطاع الثروة الحيوانية، وبالتالي التأثير على إمكانية تأمين اللحوم الحلال، فقد تلجأ دول إسلامية إلى تعويض النقص الحال في مخازن اللحوم، من خلال إستيراد المنتجات اللحمية من مختلف المناشئ العالمية.

٤- ومن تحديات صناعة الغذاء الأخرى، إنه عند إصدار شهادة الحلال لمنتج معين، تكون صالحة فقط للمدة الزمنية المذكورة في الشهادة، وفي كل مرة تجدد فيها الشهادة يتم فرض رسوم على حسب حجم الشركة^(٢). وهذا يمثل عبئاً مالي على تجار الحلال، خاصة وأنَّ رسوم إصدار شهادة الحلال قد تكون كبيره مقارنة بالمنتجات التقليدية السوقية.

٥- إزدياد عدد الكيانات والهيئات والجمعيات الإسلامية غير الحكومية المصدقة على منتجات الأغذية الحلال، وعدم وجود مرجعية إسلامية موحدة للتصديق، مما يؤدي إلى تفسيرات مختلفة لمعنى وتطبيق الحلال؛ لإختلاف الرؤى والتوجهات المذهبية المتنوعة^(٣). وتعدد الجهات المانحة لشهادات الحلال أو

(1) See: The Halal Food Handbook: p 365, 366.

(2) See: Brand Islam: The Marketing and Commodification of Piety: p 51, 52.

(3) See: IBID: p52.

المصادقة على المنتج، يُشعر المستهلك بإمكانية تبني جهة مجهولة تدعي التدين لعملية التصديق والتأكيد، مما يثير حولها الشكوك والشبهات وبالتالي ضعف قيمة المنتج.

٦- على الرغم من أهمية سوق الأغذية الحلال وتحقيق عائدات كبيرة، إلا إنه لا تزال الدراسات العلمية شحيحة حول العوامل التي تؤثر على سلوك إستهلاك الأغذية الحلال في بلدان العالم، من حيث الجنس، والعمر، والعرق، والثقافة، والدين ودواعي الإختيار، وما هي التحديات التي تواجه الصناعة والإستهلاك على حدٍ سواء^(١).

٧- هناك مخوف لدى بعض المستهلكين المسلمين من الأغذية المصنعة، حيث يمكن أن يكون هناك غش في المنتجات الغذائية ذات القيمة المضافة، فتستبدل المكونات عالية التكلفة بأخرى أرخص وأقل قيمة غذائية، وأحياناً أدخلت ملوثات غير حلال على الأغذية من غير قصد^(٢). وهنا مشكلة تتعلق بضعف الأجهزة الرقابية ووحدات السيطرة والمقاييس؛ للكشف عن المواد غير الحلال، فبعض الدول الإسلامية لا تمتلك بنى أساسية ومختبرات وأجهزة حساسة وموثوقة، للكشف المبكر على مكونات المنتجات الداخلة عبر منافذ الإستيراد.

٨- تواجه الوكالات المسؤولة عن إصدار شهادة الحلال صعوبات في مراقبة وتقييم المؤسسات، لضمان تقديم الخدمات ذات جودة الحلال، إذ لوحظ هناك نقص في عدد الموظفين المعنيين لتنفيذ مهام الرقابة والتفتيش^(٣).

ومن المشاكل المفصلية المتعلقة بإنتاج الغذاء الحلال، هو ضعف رأس المال التمويلي المشغل للعملية الإنتاجية، لتطوير المصانع ومفاصلها وتزويدها بالتكنولوجيا الحديثة، التي تساهم في تحسين الإنتاج ومطابقته للمعايير الشرعية والدولية، بالإضافة

(1) See: The Halal Food Handbook: p 366.

(2) See: Societal Dimensions of Environmental Science: Global Case Studies of: Ricardo D. Lopez, CRC Press; 1st edition, 2019, p 121.

(3) See: Management of Shari'ah Compliant Businesses: Case Studies on Creation of: Ezlika M. Ghazali ,Dilip S. Mutum ,Mamunur Rashid ,Jashim U. Ahmed, Springer; 1st ed. 2019, p 150.

إلى أن رأس المال البشري بحاجة ماسة إلى التدريب؛ لإكسابهم مهارات جديدة في إدارة الحلال⁽¹⁾.

كما أنّ هناك إشكاليات حول الأطعمة المهجنة والمعدلة والمهزمنة، والمواد المضافة، والمعالجة بالأشعة، واستخدام الجيلاتين، والأحماض والمواد الحافظة، والذبح بالطرق غير الشرعية، والمعايير والمقاييس، وعدم إعتدأ أجهزة مختبرية للفحص.



⁽¹⁾ See: Halal Supply Chain Management Training: Issues and Challenges: Hanini Ilyana Che Hashim, Sariwati Mohd Mohd Shariff, Procedia Economics and Finance, 2016, p 35.

المطلب الرابع

تحديات صناعة الألبسة الشرعية

يشكل عالم الألبسة والمنسوجات إهتماماً كبيراً وواسعاً لدى الشركات المنتجة وبيوت الأزياء، وذلك لجذب أكبر قوة شرائية ممكنة من الرجال والنساء، وتحاول الشركات تلبية الطلب المتزايد على الألبسة المحتشمة أو الألبسة الإسلامية، لإنعاش أسواق الأزياء الإسلامية التي تستفيد من المسلمين والمسلمات بشكل رئيسي، ولكن هناك كثير من التحديات لإنعاش الأسواق العالمية والمحلية بالألبسة البديلة عن الملابس التقليدية، ومن هذه التحديات والمآخذ على صناعة الملابس والأزياء الإسلامية، ما يأتي⁽¹⁾:

- ١- تضم بعض الدول الإسلامية موارد طبيعية ووفرة من المواد الخام، ولكنها لا تزال تستورد المواد الأولية من الدول الأجنبية.
- ٢- نقص المؤهلات والخبرات الخاصة في مجال صناعة الألبسة.
- ٣- لا يزال الوصول إلى الأسواق الدولية لتسويق منتجات الألبسة الإسلامية ضعيفاً جداً.
- ٤- منافسة الصناعة التقليدية للألبسة بمختلف أشكالها وأنواعها للصناعات الإسلامية الناشئة، إذ تُطرح الملابس بأسعار أكثر تنافسية وأفضل جودة.
- ٥- ومن القضايا التي تمثل نقطة ضعف في حق هذه الصناعة، هو الإعتماد على آلات وميكانيكيات قديمة، والإعتماد على مواد الخام المستوردة التي يمكن أن تسبب إضطرابات في الإنتاج، كما أن قطاع الموضة يفتقر إلى الأبحاث التطويرية، والتدريبات المهنية، والمصممين المبدعين، وافنقارها إلى المعايير الصناعية والجودة الموحدة.
- ٦- من أكبر المشاكل التي تواجه صناعة الملابس المحتشمة هو الحفاظ على تواضع تصميمها، وتلبية رغبات مستهلكها، في مقابل المتغيرات السريعة التي

(1) See: Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024: Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, 2019. P 94 – 97.

تشهدها الموضة العالمية^(١). بالإضافة إلى أن قطاع الألبسة الإسلامية يفتقر إلى العلامات التجارية لخوض المنافسات العالمية، فهو إلى الآن لا يزال قطاع غير منظم، وعلى سبيل التسويق فالمتاجر الإلكترونية التي تعرض منتجات الملابس والأحذية الإسلامية لا تتجاوز عدد أصابع اليد، وهذا مأخذ على مصنعي وموردي هذه المنتجات؛ فإن هناك طلباً متزايداً من قبل شرائح المجتمع الإسلامي على الأزياء والملابس المحافظة، فمن المهام الضرورية لنجاح هذا القطاع، هو التسويق بمختلف الطرق والوسائل، ومن دون ذلك كيف ستحقق الأزياء الإسلامية شهرتها ونجاحها؟

٧- عدم قدرة صناعات الألبسة الشرعية على تمويل إنتاجها كحال باقي صناعات الحلال، مما يؤدي إلى عدم القدرة على التكيف مع المنتجات المنافسة^(٢)، وهذا يعني إنها ستترك للشركات متعددة الجنسيات فرصاً للتوسع والنجاح على حسابها.

ومن المؤاخذات على صناعة الأزياء الإسلامية، إنها لم تحافظ على الضوابط الشرعية في الإنتاج، فلا تزال هناك مخالفات جمة في صناعة الألبسة الرجالية والنسائية، وطريقة العروض في بيوت الأزياء، حيث نجد أن هناك مبالغة في تصميم الملابس النسائية، في ألوانها الجاذبة وبورشات الزينة، فلا تكاد تحمل الأزياء الإسلامية أو المحتشمة إلا إسمها، دون المعنى الجوهرى الذي أرادت الشريعة الإسلامية تحقيقه.



(1) See: Risk Assessment in The Islamic Clothing Supply Chain Management Using Best Worst Method: Eli Sumarliah, International Journal of Islamic Business Ethics, Vol. 6 No. 1 March 2021, p 2.

(2) See: Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice: T. C. Melewar, S. F. Syed Alwi, Routledge; 1st edition, 2017.

المطلب الخامس

تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال

يتفائل القائمون على صناعة مستحضرات التجميل الحلال بمستقبل هذه المنتجات، بعد أن بدأت تظهر على رفوف معظم متاجر التسويق، على أمل أن تشق طريقها نحو تحقيق منافسة كبيرة، أمام منتجات التجميل ذات العلامات التجارية العالمية.

لكن هذا التفاؤل محدوداً في ظل التحديات التي تواجه هذه الصناعة وهي في مقتبل عمرها، فهناك مشاكل كثيرة تقف أمام إنتاج وتوزيع هذه المستحضرات، تبتدأ من عدم توفر المواد الأولية اللازمة لهذه الصناعة، ومشكلة نقص التمويل الإسلامي، والإفتقار إلى المبادئ والأحكام والتوجيهات التي يمكن أن تدعم البنية التحتية للصناعة، وعدم وجود هيئة عالمية موحدة لإصدار الشهادات والتصديقات لمنتجات الحلال، بالإضافة إلى قلة البحوث المعنية وتوفر قاعدة بيانات محدودة⁽¹⁾.

كما إنّ منتجات التجميل الحلال المعروضة في الأسواق اليوم، لا تمثل سوى نسبة ضئيلة جداً، أمام الكم الهائل المعروض من مختلف أشكال وأنواع المستحضرات التجميل العالمية، وهنا يجعل تنوع الخيارات، وتلبية الإحتياجات أمام المستهلك المسلم، وخاصة النساء محدودة جداً.



⁽¹⁾ See: Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024: p 148.

المطلب السادس

تحديات الصناعة الدوائية الحلال

تمثل عملية إبتكار منتجات جديدة في صناعة الحلال من أهم القضايا الإقتصادية الحاسمة التي تواجهها دول العالم اليوم، حيث بدأت شركات في عدة دول إسلامية بإنتاج وتسويق نماذج ناجحة من مستحضرات الأدوية والمعدات الطبية، إذ تشكل هذه الصناعة إستراتيجية جديدة للإقتصاد الإسلامي، لكن هناك في المقابل صعوبات إنتاجية، تعرقل من عملية التنوع والإبتكار في المنتجات الإقتصادية الإسلامية.

وتواجه الشركات المصنعة للأدوية والأجهزة الطبية صعوبة في الحصول على المكونات الحلال، وتطوير بدائل للمكونات غير الحلال، حيث لا يزال سوق الأدوية طريفاً طويلاً مرهقاً لم يُستكشف بعد⁽¹⁾، وإنَّ الحصول على الأدوية التي تفي بالمتطلبات الشرعية وذات الجودة المرغوبة، تحتاج إلى خبرات ورأس مال بشري، ومشاركة لجميع أعضاء الشركة المصنعة في العملية، فإن إنتاج مثل هذه المنتجات يتطلب فهماً عميقاً، وتطويراً لمزيد من برامج التعليم الحلال المتعلقة بالصناعة، لتثقيف المنتجين بدور الأدوية الحلال في توفير السلع الطبية الصحية والنظافة والسلامة⁽²⁾. ومن الأسباب التي تعود لعدم تبني صناعة دوائية داخل الدول العربية والإسلامية، هو عدم الوعي بأهمية الحلال في الإنتاج وتكامله، وإن أغلب الدول ليس لها مراكز للأبحاث لتطوير الصناعات الطبية، واكتشاف أدوية وأمصال جديدة، حيث تعتمد على الأدوية الأجنبية المستوردة من كبرى الشركات متعددة الجنسيات، وعدم تشجيع المنتجات الطبية الوطنية.



(1) See: Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry: p 538.

(2) See: IBID: p 538.

المطلب السابع

تحديات السياحة والترفيه الحلال

تمثل السياحة الحلال من القطاعات الإقتصادية الواعدة لكثير من الدول الإسلامية، حيث تسعى دول عدة لأن تكون مركزاً لجذب السياحة المحافظة، وفرض هذا النوع ضمن السياحة الدولية، مستهدفة السياح والعوائل المسلمة؛ لقضاء العطل والمناسبات والبحث عن العلاج، في ظل المزايا الدينية والجغرافية والطبيعية والحضارية التي تتمتع بها، ورافق تبني تسويق السياحة الحلال، مشاكل ومعوقات كبيرة حدثت من تنميتها في الدول الإسلامية، وفيما يأتي أهم العقبات الرئيسية التي تواجهها:

١- عدم وجود معايير وشهادات عالمية موحدة تختص بها صناعة السياحة الحلال، بل لا توجد هيئة رسمية على مستوى حكومات بلدان منظمة التعاون الإسلامي، لمنح الشهادات والمصادقة على الوجهات السياحية ومرافقها وفقاً للمتطلبات الإسلامية^(١).

٢- لم يتلق هذا القطاع الناشئ حديثاً في السياحة الدولية الموارد المالية الكافية، من قبل الجهات الرسمية للدول والمستثمرين من رجال الأعمال، على الرغم من حجم سوقه المتزايد^(٢).

٣- إنعدام عمليات التنسيق بين الدول والوكالات الإسلامية، على الرغم من عقد عدة إتفاقيات وشراكات بين تلك الدول؛ لتنمية هذا القطاع وزيادة فرص العمل فيه^(٣).

(١) ينظر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات:

منظمة التعاون الإسلامي، ٢٠١٧م، ص ٤٢، ٤٣.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ص ٤٢، ٤٣.

(٣) تسويق السياحة الحلال آفاق وتحديات، دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا: د. فوزية بوصفصاف،

مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد ٣، العدد ٤، حزيران ٢٠١٨م، ص ٢٨٣.

٤- هناك تفاوت في تأثير القيم والمعتقدات الإسلامية على الأفراد، فتعكس هذه التفاوتات على جهود تنمية قطاع السياحة الحلال، ففي الوقت الذي تتعامل فيه بعض الدول بأريحية وانسجام كامل مع السياح الوافدين، هناك تحفظ من قبل دول أخرى، فلا تبدي إهتماماً لتقبل السياحة الوافدة إلى مجتمعاتهم^(١).

٥- من إحدى التحديات الرئيسية التي تواجه البلدان الإسلامية، هي كيفية خلق بيئة عمل سياحية أكثر صداقة للمسلمين الأصليين، حيث تميل أغلب الحكومات إلى إتخاذ وجهات نظر مفادها، إنَّ الأهمية الإقتصادية للسياحة، هي أهم من القيم والأعراف الثقافية الملازمة لسكان ذلك البلد^(٢).

فمثل هذا النهج لا يساهم ولا يساعد مشاركة العنصر البشري في عملية تنمية النشاط السياحي، الذي تسعى إليه كثير من الدول، مع وجود حساسية ثقافية، وعدم تقبل المجتمعات الإسلامية للزائرين والسائحين من مختلف الدول والاعراق.

٦- كما إنَّ هناك مجموعة أخرى من المعوقات، وهي:

- تضرر صورة المسلمين أمام العالم، بفعل الإرهاب والمسيئين للإسلام.

- هناك تعارض بين أهداف وسياسات الوزارات الحكومية (السياحة، التجارة، الصحة).

- الفساد الإداري المستشري في بعض الدول، مثل تحدياً أمام جذب المستثمرين لتنفيذ السياسات التنموية الشاملة.

- عدم تطوير المرافق السياحية: الفنادق، وأماكن الصلاة، والحمامات، وغرف الضيافة والإنتظار، ومنافذ الطعام الحلال، والبنى التحتية، والمواقع الأثرية،

(١) ينظر: السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الأفاق والتحديات: ص ٤٢، ٤٣.

(2) See: Tourism in the Muslim World: Bridging Tourism Theory and Practice – volume 2: Noel Scott, Jafar Jafari, Emerald Publishing Limited; Illustrated edition, 2010, p 70.

ومتطلبات السياحة الطبية، ومراكز المعلومات السياحية المحلية، وتوفير وسائل النقل الممتازة^(١).

٧- تحتاج الكوادر العاملة في مجال السفر والسياحة الحلال إلى المهارات اللغوية، وكفاءة التخصص، والحفاظ على القيم والمبادئ الإسلامية في الفنادق، وحسن إستقبال النزلاء وخدمتهم^(٢).

٨- تواجه الفنادق بحد ذاتها معوقات ومشكلات من عدة جوانب، كحرمان إدراج كثير منها ضمن التصنيفات الفندقية العالمية أو المحلية، والحاجة إلى معايير فندقية تتناسب مع المتطلبات الشرعية والتصنيف الدولي، كما إنَّ تصميم المباني لا يعكس مع روح وثقافة الإسلام، وأيضاً تقديم الخدمات التي تتسجم مع مبادئ الإسلام، والفصل بين الجنسين فيها قصور كثير، ناهيك عن الهجوم التي تواجه الفنادق الحلال، من قبل المنافسين والخصوم المعادين لمفاهيم الإسلام^(٣).

ومن التحديات الأخرى عدم الإهتمام بالبحث والتطوير، وإيجاد الحلول والبدائل لتحديات السياحة المتمثلة في الموارد البشرية، والبنى التحتية، والتشريعات القانونية، وخدمات الضيافة، والقضايا الإجتماعية، كما إنَّ المؤسسات التعليمية لم توفر المناهج الدراسية المتعلقة بالسياحة الحلال، وتخرج كوادر تتفهم طبيعة ومتطلبات عمل هذا القطاع من منطلق الشريعة الإسلامية.



⁽¹⁾See: Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Management Association, Information Resources, IGI Global; 1st edition, 2018, p 1202, 1203.

⁽²⁾ See: Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges: p 10.

⁽³⁾ See: IBID: p9.

المطلب الثامن

تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال

يعد سوق النقل اللوجستي أحد مصادر تعظيم الموارد المالية للدول، وهي تمثل العمود الفقري للتجارة العالمية، وفي ظل زيادة شركات سلسلة التوريد حول العالم، فإن جودة الخدمات اللوجستية هي من تحدد إمكانية مشاركة الدول في هذا الإقتصاد الحيوي من عدمه، فبدأت تتأسس شركات لخدمات النقل اللوجستي الحلال في بعض الدول الإسلامية، حيث تمتلك سلسلة توريد في مختلف دول العالم، وتواجه هذه السلسلة عدداً من التحديات شأنها شأن باقي الشركات، التي تقدم الخدمات اللوجستية التقليدية.

فهناك ثلاث عوامل تواجه الخدمات اللوجستية، فالعامل الأول: هو نقص القوى العاملة، فتجد الموظف المختص بإجراء الحلال، هو نفس الموظف المكلف بالمهام الدعوية والإرشادية، لدى سُجلت شكاوى من العملاء بتأخر إنجاز معاملات تسجيل الحلال، وعدم رضاهم عن خدمة العملاء، والعامل الثاني: هو نقص الخبرة والقوى البشرية فيما يتعلق بإجراءات تنفيذ المهام الموكلة إليهم، فليس لديهم التثقيف القانوني والتدريب في التقاضي وإجراء التحقيق، وأما العامل الثالث: هو الواجبات والمهام الكثيرة المناطة بموظفين قلة، فتجد نفس الموظف يقوم بالتسجيل وإجراء التحقيق، وعملية إعادة التسجيل، ومتابعة الشكاوى والتحقيق مع الشركات اللوجستية الحلال، وكتابة التقارير والاجتماعات والواجبات الإدارية اليومية وغيرها من المهام، مما يجعلهم غير قادرين على بناء وقتهم في التركيز على التخصص المتعلق بقضايا الحلال⁽¹⁾، ويحتاج الموظفون العاملون في النقل العالمي، إلى معرفة بعض التقنيات في العمليات التي يقومون بها، وتطوير مهاراتهم لخدمة العملاء وفنون المبيعات والتفاوض⁽²⁾.

(1) See: Halal Logistics: Halal Integrity and Legal Enforcement Challenges: Faradina A., M.Z. Hussein, Z.J. Husny, and others, International Journal of Supply Chain Management, Vol. 7, No. 4, August, 2018.

(2) See: Halal Supply Chain Management Training: Issues and Challenges: p 35.

كما إنَّ من التحديات التي تشغل مقدمي الخدمات اللوجستية الحلال، هو أنَّ يكونوا مستعدين للإلتزام بنفقات رأسمالية كبيرة، وذلك لأنه من المتوقع أن يتحملوا تكاليف إضافية، وهناك أيضاً حاجات واضحة للإستثمار في الحاويات التخزينية، وغيرها من البنى التحتية ذات الصلة لتلبية متطلبات هذا القطاع⁽¹⁾، وتعتبر الحاويات ومركبات النقل مصدر قلق آخر لعمليات النقل الحلال، حيث تتطلب عمليات نقل منتجات الحلال تنظيفاً شاملاً باستمرار، لأنها قد تستخدم في نقل منتجات غير حلال مما يعرضها للتلوث⁽²⁾، لذا ستحتاج سلسلة توريد الحلال إلى الفصل بين المنتجات على أساس الأسواق المستهدفة، وذلك سيؤثر على القرارات المهمة في التخطيط وتنفيذ أنشطة سلسلة التوريد⁽³⁾.

وعلى ذكر البروتوكولات والقوانين، فلم توضع إلى الآن معايير تتضمن إرشادات لقطاع الخدمات اللوجستية الحلال، في الموانئ والطرق البرية وحتى النقل الجوي، إلا بعض المعايير التي نظمتها ماليزيا، وهيئة المواصفات والمقاييس في الإمارات العربية المتحدة.

وأخيراً إنَّ من أكبر العقبات أمام النقل اللوجستي تتمثل بالمهل الزمنية، وأوقات العبور التي قد تستغرق فترات طويلة، ونقاط التوقف، والإجراءات الجمركية والتعقيدات الإدارية، وعدم مطابقة بعض الموانئ والطرق الدولية للمواصفات العالمية، وغياب الإدارة اللوجستية، وافتقار كثير من الدول العربية إلى نظم حديثة لإدارة المنافذ والطرق البرية والملاحة البحرية، فهذه كلها تحديات وعوامل تؤثر على سلسلة توريد منتجات الحلال (النقل، والخزن، والتوزيع)، إلى المستهلكين بصورة آمنة وسليمة.



(1) See: The International Halal SME Report Directory 2011/12: p 52.

(2) See: Principles of Global Supply Chain Management: chapter 5, 5-2.

(3) See: Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management: An Asian Perspective: Dilip Mutum, Mohammad Mohsin Butt, Mamunur Rashid, Emerald Publishing, 2017, p 317.

المطلب التاسع

تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية

يواجه العالم الإسلامي تحدياً آخر يضاف إلى قائمة مشاكله وتحدياته، ففي الوقت الحاضر نجده تفصله فجوات كبيرة بينه وبين العالم الخارجي، وتلك الفجوات تتمثل بالتخلف والتراجع في مجال التكنولوجيا، فبعد الإنجازات والتقدمات التي يشهدها العالم على الأرض وعلى الفضاء، لا يزال عالماً يصطف طويلاً للحصول على هذه التكنولوجيا الحديثة، مما جعل الدول الإسلامية تصنف بأنها متخلفة، تعتمد على تكنولوجيا المعلومات المستوردة، ولا تساهم بشيء في ظل التقدم العلمي، ولا تعرف طريق الابتكار والإبداع والإختراع.

وكثيراً ما تستخدم البلاد الإسلامية التكنولوجيا غير الملائمة، مما أثر على حجم الإنتاج، وعدم المناسبة بينها وبين الأوضاع والحاجة الاقتصادية فيها، لأنّ الموائمة بين التقنيات الحديثة والأوضاع الاقتصادية، تعمل على تعظيم الإنتاج وزيادته، كما إنّ من سلبيات الإعتماد على سوق التكنولوجيا المستوردة، هو أنّ الدول المتقدمة تمنح الائتمان نتيجة لندرة رأس المال، مقابل تسوق الخدمات التكنولوجيا الحديثة من خلالها، وذلك من الطبيعي أن تمنح الائتمان من أجل تدعيم صناعاتها، وهنا ستحاول دول عربية إهمال هذه التكنولوجيا من قائمة إختياراتها، والإعتماد على الفنيين من البلاد الغربية المتقدمة والمنظمات الدولية^(١)، بصفتها مصدراً أساسياً للإستيراد، في حين أنّ التنسيق والتضامن بين دول العالم الإسلامي في مجالات دعم الأبحاث العلمية، وتطوير الصناعات والابتكار التقني ضعيف جداً^(٢).

وفي مجال دمج الإقتصاد الإسلامي بالتقدم التقني، هناك العديد من التحديات التي تم تشخيصها نحو إنشاء إقتصاد رقمي والتي تشمل: نقص المواهب الإسلامية الرقمية والتسويقية والإبداعية، والإفتقار إلى مهارات تطوير الويب والتشفير وتطوير

(١) ينظر: التكتلات الإقتصادية المعاصرة في العالم الإسلامي: منال إبراهيم عشري، دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٠م، ص ٢٧.

(٢) ينظر: نزيف الادمغة العربية المهاجرة وإدارة إستثمارها بين الجنة المفقودة والموعودة: فتحي سرحان، مكتب الشريف ماس، ٢٠١٤م، ص ٣٥٩.

نظم المعلومات في دول منظمة التعاون الإسلامي، وعدم وجود نظام دفع رقمي، كما إنَّ الخدمات البريدية غير موثوق بها⁽¹⁾.

وتعود الأسباب الرئيسية التي عززت من هذه التبعية في مجال التقنيات الحديثة، هو الإفتقار الى المناهج العلمية في الدراسات الأكاديمية؛ لتوليد مخرجات تسهم في بناء وتوطين إقتصاد رقمي شامل، وضعف في البنى الأساسية التي تعمل عليها التكنولوجيا، من شبكات الإنترنت والاتصالات، ومراكز البيانات والأجهزة والأدوات لإدارة هذه التقنيات.



⁽¹⁾ See: Islamic Finance and Sustainable Development: A Sustainable Economic Framework for Muslim and Non-Muslim Countries: p 50.

المطلب العاشر

تحديات خدمات الإعلام الإسلامي

لقد غدا العالم بفعل وسائل الإعلام والاتصالات الحديثة كقرية صغيرة، كما غدا الإعلام كسلطة رابعة بعد السلطات الثلاث (التشريعية، التنفيذية، القضائية)، وأصبح الكيان الأقوى على وجه الأرض، فهو النافذة المفتوحة للجميع، والوسيلة القادرة على كسر جدار الصمت، وتغيير الرأي العام وتوجيه الأحداث بالإتجاه الذي يشاء، وإعلامنا الإسلامي اليوم يعيش معتركا محتدماً أمام وسائل الإعلام المعاصرة، حيث إصطدم بجملة من التحديات والمعوقات، خلال وجوده بين الأوساط الإعلامية المحيطة به. ولا يزال الإعلام الإسلامي بمختلف أشكاله (المرئي، والمسموع، والمقروء، والألكتروني)، يواجه كثيراً من التحديات التي تقف حاجزاً أمام تقديم رسالته المنشودة، ومن أشكال هذه التحديات ما يأتي:

١- إنحسار دور وسائل الإعلام الإسلامية على المستوى العالمي، لعدم إمتلاكها شبكات تلفزيونية حول العالم، أو صحف عالمية، بل وتجدها تعمل على نشر البرامج والأفلام والمسلسلات التي ينشرها الإعلام الغربي^(١). فصارت الوسائل الموجهة إلى المجتمعات المسلمة، تبث برامج وأفكار مخالفة للعقيدة وتعاليم الدين الحنيف، وطامسه للتاريخ والهوية والثقافة الإسلامية، ونشر قيم العولمة العابرة للحدود؛ لتفكيك الروابط الاجتماعية والأسرية، حتى باتت أسرنا ومنهم شبابنا أسرى بيد الآلات الإعلامية الحديثة، تسوقهم نحو الإنحرافات العقدية والثقافية والاجتماعية والفكرية واللغوية.

٢- هناك مشاكل من داخل مؤسسة الإعلام، تتمثل بضعف الكوادر الإدارية على إدارة مؤسسات إعلامية إسلامية، بالإضافة إلى تحدٍ في الجانب التقني والأدوات التقنية، حيث تبرز مشاكل في ضعف عرض الصور والمضمون،

(١) ينظر: الإعلام في العالم الإسلامي، الواقع المستقبلي: سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكان، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م، ص ٤٢.

وقلة المعرفة بصناعة التأثير والتوجيه من خلال وسائل الإعلام، وكذلك ضعف الرد ومواجهة الحملات التشويهية المعادية^(١).

٣- تهدد العولمة الثقافية لهوية المجتمعات العربية والإسلامية، وتشوه طابعها الحضاري وتفتت النسيج الاجتماعي المترابط، وتزيد الفجوة بين المثقفين والحياة الاجتماعية، وتضائل في المجالات الإبداعية، فالثقافة هي أقوى أداة لبسط نفوذ العولمة؛ وذلك لأنها مرتبطة بالتحديث والتجديد المستمر، والتحديث الثقافي يدمر تماسك المجتمعات وثوابتها، ويعزل أفرادها عن أسرها، ويهدد قيمها المقدسة^(٢).

ولأسف أصبح الدخول إلى عقول المسلمين من أبواب الثقافة والفكر، لا يحتاج إلى جهود كبيرة؛ حيث هناك من أبناء جلدتنا من بعض الإعلاميين، فتحوا بوابات التغريب وتطبيع المسلمين بالثقافات والأفكار الغربية، وتقريب وتحسين الممنوعات والمحظورات في دستور الإسلام بشتى الوسائل والأدوات والفنيات الإعلامية الخداعة. ٤- غياب الخطط والإستراتيجيات داخل مؤسسات الإعلام الإسلامي، فمعظم الجهود فردية عشوائية لا تخضع لمعايير علمية، تعاني من التكرار والمطابقة والجمود والتنافس غير الرشيد، فضلاً عن الإعتماد على قدرات ذاتية وجهود فردية في أغلب الأحيان^(٣).

٥- تعيش وسائل الإعلام العربية في حالة فوضى وانفلاتاً وتجاوزاً للحدود، وعدم إحترام لحيات وحقوق الآخرين، وعدم تحري الدقة في النقل والتزام الأمانة، وتشويه لكثير من الحقائق، وإهداراً لحقوق الناس تحت ستار الحرية الإعلامية، كما إنَّ الإستقلالية الإعلامية، والتزام الحيادية في طرح القضايا والأفكار يكاد يكون غريباً اليوم، في ظل الولاءات الفئوية والحزبية، وتسلط السلطات

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي الإلكتروني، دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت: حردان هادي الجنابي، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م، ص ٢٧.

(٢) ينظر: الإعلام العربي بين التحديات التبعية والواقع: حمزة الجبالي، دار الأسرة للإعلام، ودار الثقافة للنشر، ٢٠١٦م، ص ٧٧، ٧٨.

(٣) ينظر: الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت: ص ٢٦.

الحكومية على مختلف وسائل الإعلام، لتقييد حريتها وتخضيعها كيفما تشتهي الرياح.

- ٦- ومن أشكال التحديات الأخرى التي تواجه الإعلام والترفيه في عصرنا^(١):
- لا يزال عدد المؤهلين من مطوري البرامج والتطبيقات والتصاميم، محدود وغير كافي.
 - لا توجد لوائح ومعايير الجودة لتنظم عمل الإعلام الإسلامي والترفيه، وتفرق بين الإعلام الحلال وغير الحلال.
 - عدم كفاءه ومؤهلته العنصر البشري، يتبعه ضعف في البحوث لتطوير الإعلام ووسائله وأدواته.
 - الإستثمار في وسائل الإعلام لا يحضاه باهتمام المستثمرين للمخاطر العالية.
 - لا تزال التقنيات والأدوات المستخدمة في الإنتاج الإعلامي، ذات تقنيات متأخرة وجودة منخفضة.
- واليوم يعيش إعلامنا حالة من العزلة عن قضايا المسلمين الدينية، والاجتماعية، والإقتصادية، وعدم الإهتمام بقضايا الأسر المسلمة والشباب والمرأة، وسوء إختيار البرامج الهادفة التي يمكن أن تغير واقع المجتمعات الإسلامية، وتسلب الضوء على الحاجات والمتطلبات التي تلازم الحياة العامة، لا سيما في ظل المتغيرات على الساحة الإعلامية اليوم، والتي تفرض تحمل مزيداً من المسؤولية والتدخل، والإنسجام مع مختلف القضايا المعاصرة.



⁽¹⁾ See: Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024: p 112, 113.

المطلب الحادي عشر

تحديات خدمات الضيافة الإسلامية

عند النظر إلى جوهر الضيافة الإسلامية تجدها ذات بعد ثقافي وإجتماعي وأخلاقي، تعكس المبادئ الإسلامية في القيم والأخلاق والآداب والسخاء، والأعراف والسلوكيات التي تشتهر بها كل دولة وتميزها عن الدول الأخرى، ومع تطور السفر والسياحة في كثير من الدول الإسلامية، تجسدت خدمات الضيافة بشكل أكبر، حتى إرتبطت بجميع مصالح المسلمين الإقتصادية والإجتماعية والسياسية.

وعلى المستوى العملي لأنشطة الضيافة تغيرت تقاليد الضيافية شيئاً فشيئاً، وطراً على صورتها المشرفة بعض المخالفات لتعاليم الإسلام ومبادئه، وواجهت تحديات متنوعة أثرت على القيمة التسويقية لهذه الصناعة.

ومن التحديات والمشاكل التي يمكن رصدها على تعزيز الضيافة الإسلامية في البلاد الإسلامية، ما يأتي:

١- إفتقار الدراسات الأكاديمية إلى مناهج لتعليم صناعة الضيافة من منظور الآداب والثقافة الإسلامية، كما أنّ الأنشطة البحثية غير كافية لدراسة وتطوير الضيافة الإسلامية^(١).

فالأبحاث التطبيقية لا تتقارب مع الواقع العملي، والحاجة الفعلية لضيافة السفر والسياحة، ولا توجد خطط إستراتيجية، أو تفكير إبتكاري وإبداعي لتمكين الضيافة الإسلامية.

٢- إنّ الممارسات الإدارية لصناعة الضيافة في بعض الدول الإسلامية، تتأثر بالمبادئ الأجنبية في القيادة والتشغيل، حيث يتأثر بعض القادة والمدربين العرب بالقيم والممارسات الغربية وبوسائل الإعلام العالمي، مع ضعف قدراتهم

(1) See: Exploring the Validation of Islamic Hospitality Management in Tourism Destination, Malaysian Perspectives: Che Musa Che Omar & Mohammad Serazul Islam, Journal of Hospitality and Networks, Volume 1 2019, p 38.

الإدارية، وعدم إستجابتها للمبادئ الدينية والحساسيات الإجتماعية والثقافية للبلد المضيف للسائحين^(١).

٣- تفرض بعض وزارات السياحة في بعض الدول الإسلامية على الفنادق ذات الخمس نجوم، توفير إحتياجات العملاء الأجانب، كتقديم المشروبات الكحولية في منافذ بيعها، أو تخفيض الفئة التقويمية للفندق من خمس نجوم إلى ثلاثة نجوم^(٢).

٤- تواجه صناعة الضيافة مشاكل تتعلق بتعيين موظفين ذوي خبره وكفاءه مهنية في الفنادق والمرافق السياحية، والإعتماد بشكر كبير على المغتربين والمهاجرين من دول أجنبية أخرى^(٣).

فالإعتماد على الأيادي الوافدة في تسيير خدمات الضيافة الإسلامية، سيعطي إنطباعاً مغايراً للثقافات الإسلامية، والأعراف والتقاليد المحلية للبلد نفسه، ولا تظهر الصورة الحقيقية لتقاليد الضيافة، والأعراف المتبعة على أيدي الغرباء، كما هي لو كانت من المواطنين الأصليين للبلد نفسه.

٥- تفقر خدمات الضيافة الإسلامية إلى المعايير والمواصفات والمتطلبات، فهي بحاجة إلى علامة تجارية عالمية فريدة تختص بالضيافة الشرعية، ومؤسسات عالمية تشرف على المصادقة والتحقق والمراقبة^(٤).

٦- ومن أكبر التحديات المعاصرة، هو تأثير جائحة كورونا على تقديم خدمات الضيافة الحلال للمسافرين والمصطافين، فالمسافرون اليوم أكثر قلقاً بشأن

(1) See: Islamic hospitality in the UAE: indigenization of products and human capital: Marcus L. Stephenson Karl A. Russell David Edgar, Vol. 1 Iss 1, 2016, p10, p 17.

(2) See: Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges: Hesham Ezzat Saad, Badran Nabil Ali, Abdel- Aleem Magdy Abdel-Ati, Advances in Hospitality and Tourism Research (Ahtr), 2014, P 3.

(3) See: IBID: P 3.

(4) See: Sharia-Compliant Hotels in Egypt: p 4.

سلامتهم وأسرهم، حول درجة الأمان في المرافق السياحية حول العالم، وخصوصاً المواقع السياحية في الدول الإسلامية⁽¹⁾. وفي هذا الحال ستقوم شركات السياحة ومقدمي خدمات الضيافة، بتقديم باقة من الأسعار والخدمات التنافسية وإعطاء مزيداً من التطمينات والأمان؛ من أجل جلب سياح جدد بعد توقف السياحة حول العالم بشكل تام، وهذا الحل سيكلف مزودي خدمات الضيافة تكاليف أكثر.

٧- ومن أشكال المشاكل التي تواجه الضيافة: منها مطالبة الأزواج بأثبات مستنداتهم الشخصية على أنهم متزوجين، وعدم مؤهليه الموظفين العاملين، مع عدم توفر شهادات ضيافة إسلامية تمنح للمؤهلين منهم، ومن المشاكل أيضاً، سكن السياح غير المسلمين في الفنادق الحلال، و رغبتهم بتوفير خدمات غير حلال قد إعتادوا عليها في بلدانهم⁽²⁾. كما أن هناك ملاحظات أخرى قد سجلت، مثل قرب مرافق الضيافة من الأسواق أو المساجد، وتأثرها بالأصوات العالية القريبة منها، وكذلك صعوبة توفير الخدمات الخاصة بكل الجنسين، خاصة إذا كانت مساحة الفندق أو الموقع السياحي صغيرة لا تسمح بتقسيمها على أجزاء.



(1) See: Coronavirus and Halal Tourism and Hospitality Industry: Is It a Journey to the Unknown?: Hatem El-Gohary, Journal, Sustainability, Volume 12 , Issue 21, 2020, p 18, 19.

(2) See: The Principles of Islamic Marketing: Dr Baker Ahmad Alserhan, Gower; 2nd edition, 2011, p 183 – 185.

المطلب الثاني عشر

تحديات صناعة الألعاب الحلال

الألعاب الإلكترونية واللعب المادية تمثل سلعاً إستهلاكية، ومنتفساً ترفيهياً لشرائح كبيرة من جيل الأطفال وفئة الشباب، وتتفوق سوق الألعاب الإلكترونية في إيراداتها على سوق السينما والألعاب الرياضية، مما يجعلها من الأسواق الواعدة الأكثر نمواً وتحقيقاً للأرباح على مدار العام، ولا تزال صناعة الألعاب العالمية على مفاسدها، تسيطر على عقول كثير من الأطفال والمراهقين في البلاد العربية والإسلامية، في ظل إرتفاع تعداد الأسر المسلمة، وفراغ الأسواق العربية من الألعاب الترفيهية، التي تخاطب جمهورها بمحتوى ثقافي مستسقى من مبادئ وقيم دين الإسلام.

وهناك تحديات وأسباباً تشكل حاجزاً اما تطوير المسلمين لألعاب يختصون بها، وتعكس ثقافة وآداب المجتمع الإسلامي، لتجعلهم ذات مكانة وموقع تخرجهم من دائرة الإستهلاك للواردات الخارجية إلى دائرة الإنتاج، ومن أشكال هذه التحديات التي تواجهها هذه الصناعة، ما يأتي^(١):

١- على الرغم من الأرباح التي تحصدها صناعة الألعاب، إلا أن هذا الإغراء لم ينجح في إقناع وجذب المستثمرين العرب نحو هذا القطاع، وضخ أموالهم فيه، خاصة وإنّ هذه الصناعة غير تقليدية وأرباحها غير مضمونة، ولا يمكن حصادها بشكل فوري، وقد تنتهي العملية بالخسارة والإفلاس بعد أشهر.

٢- إرتفاع تكاليف الإنتاج وقلة التمويل الكافي، مما حدا بمطوري الألعاب العرب إلى الإقدام على مسرعي المشاريع لتمويلهم، مثل شركة طماطم الأردنية الناشئة للألعاب التي تأسست عام ٢٠١٣م، والتي حصلت على تمويل كبير ساعدها على تثبيت قدميها في هذه الأسواق الجديدة^(٢).

(١) ينظر: ألعاب الفيديو في العالم الإسلامي وتحدي الهوية: ديما مصطفى سكران، مقال منشور

على موقع الجزيرة مباشر بتاريخ ٢٠١٩/٧/١٥، mubasher.aljazeera.net.

(٢) ينظر: موقع الشركة، tamatem.co.

٣- عدم المقدرة على منافسة المنتجات العالمية للألعاب ذات الجودة العالية، بالإضافة إلى ذلك قلة الخبرات العربية المتخصصة في هذا المجال، وصعوبة جذبهم إلى العمل في أستوديوهات ناشئة.

٤- الألعاب الأجنبية المطروحة في سوق الترفيه تحتاج إلى تعريب ألعابها، وتعريبها من قبل الشركات المنتجة والناشرة لها، يسوء اللغة والثقافة العربية، والألعاب بصيغتها الحالية تحتاج إلى تغييرات كبيرة على بيئة اللعب، كالأسماء والموسيقى لتتناسب مع ثقافة اللاعبين المسلمين.

والتحديات والإشكالات السابقة تنطبق على صناعة الألعاب اليدوية، حيث تعاني هي الأخرى من قلة إهتمام المستثمرين المسلمين بصناعة وتسويق لعب تتسجم مع روح الثقافة الإسلامية، وتسهم في بناء أصول المعارف الإسلامية والعلوم النافعة، وتقدم أسلوباً شيقاً من التسلية والمرح في نفوس الأطفال، والمُشاهد في أسواقنا اليوم إمتلائها بالألعاب التقليدية غير الهادفة، فتجدها لعب منهي عنها، كلعبة النردشير (الزار)، أو لعب قتالية مزودة بإطلاقات جارحة تفقأ العين وتشج الرأس، أو لعب لآلات موسيقية، وألعاب أخرى مستحدثة تدخل كل يوم إلى البلاد الإسلامية، وبنسخ محدثة عن سابقاتها.



الفرع الثاني: معالجة تحديات صناعة الحلال:

لقطاعات الحلال تحديات كثيرة ومن عدة زوايا، وإن الصناعة لم تحض بعد ذلك الإهتمام المنشود من قبل المسلمين، ولقلة المصادر والأبحاث المتخصصة في الحلال، بذلت قصارى جهدي من أجل إيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه صناعة الحلال، وذلك من خلال الإستقراء والتحليل للمشاكل والمعضلات التي تواجهها، ثم إعطاء حل مناسب لها على ضوء فهمي الخاص للموضوع، وما تيسر الحصول عليه من بعض المصادر المتوفرة تحت يدي.

المطلب الأول

معالجة التحديات العامة لصناعة الحلال

تحديات صناعة الحلال اليوم أكبر ما يمكن تصوره، وتتطلب معالجتها تضافر جهود جماعية، فيأخذ كل مسلم دوره ويستتفر إمكانياته وخبراته، من أجل تمكين هذه الصناعة والوقوف على مشاكلها، والانتقال بها إلى العالمية، فمن أبرز الحلول التي يطرحها الباحث، ما يأتي:

- ١- يجب على علماء المسلمين والدعاة أن يوصلوا رسالة الحلال إلى عامة المسلمين، وتفقيههم وحثهم على إنتاج الحلال، والإستثمار فيه، واستهلاكه.
- ٢- أن تتبنى المؤسسات الأكاديمية المختصة بالدراسات الإسلامية، مناهج في صناعة الحلال وخدماته، تتناول فيه كافة جوانبه من المنظورين الشرعي والتطبيقي.
- ٣- إنشاء مراكز متخصصة للأبحاث العلمية وتطوير المنتجات.
- ٤- على مؤسسة الأوقاف الإسلامية في العالم الإسلامي، أن تتحمل مسؤوليات على عاتقها، منها^(١):

(١) ينظر: مؤتمر الخليج الثاني لصناعة الحلال وخدماته: مجلة منبر الإفتاء، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، العدد الثاني ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، ص ٢٢.

- أن تشكل لجان شرعية وأخرى فنية متخصصة في المنتجات ومكوناتها، تنظر في النوازل والقضايا الفقهية المتجددة المتعلقة بمسائل الحلال المختلفة، يكون أساس النظر والحكم على المستجدات، ما صح من الدليل والأثر، وما يحقق مصالح العباد، من دون الميل إلى مذهب معين دون الآخر.
- أن تؤسس لهيئة شرعية تشرف على المنتجات الواردة إلى البلاد الإسلامية، بالتعاون مع المؤسسات الحكومية المشرفة على المنافذ.
- أن تتولى عملية التصديق على منتجات الحلال، ومنح التراخيص للمصانع والشركات التي تتبنا مشروع إنتاج الحلال.
- كما على الحكومات أن تنشأ المختبرات المتطورة؛ للكشف عن محتويات المواد الداخلة عبر منافذ الإستيراد والتصدير.
- ٥- على منظمة التعاون الاسلامي والمجامع الفقهية الخروج برؤية شرعية موحدة تجاه مسائل الحلال المعلقة، وأن تتولى مبادرة لعقد إجتماعات مع هيئات إصدار شهادة الحلال، والهيئات الرقابية الشرعية، والجهات صاحبة العلاقة، تدعوا من خلالها الى توحيد معايير الحلال على مستوى العالم.
- ٦- صياغة وتطبيق إستراتيجيات تسويقية أكثر إبداعاً، باستخدام وسائل تقنية معاصرة، وقنوات التواصل الإجتماعي، وإقامة التحالفات مع أفضل المنتجين ومزودي الخدمات في العالم الإسلامي^(١).
- كما ينبغي على مراكز إنتاج الحلال، ومقدمي الخدمات دراسة سلوك المستهلك ورغباته، وابتكار منتجات متنوعة وذات جودة، تأهلها للدخول في سوق المنافسة العالمية.

(1) See: Handbook of Research on Effective Marketing in Contemporary Globalism: Christiansen, Bryan, IGI Global; 1st edition, 2014, p 343.

- ٧- أن تمهد الحكومات الإسلامية لصناعة الحلال وخدماته الأرضية المناسبة لها، وما تحتاج له من تشريعات قانونية وتسهيلات لوجستية، وتوفير التمويل والموارد البشرية لها وبنى تحتية متقدمة.
- ٨- أن يدخل قطاع التمويل الإسلامي، بشراكات حقيقة طويلة الأجل مع قطاعات صناعة الحلال.



المطلب الثاني

معالجة تحديات الخدمات المالية الإسلامية

من أهم الخطوات التي يجب أن تتخذها المؤسسات المالية الإسلامية، في سبيل دعم وتطوير الخدمات المالية الإسلامية؛ لتكون صماماً للأمان لأي تحديات أو أزمات مالية مستقبلية، عليها إتباع ما يأتي^(١):

١- إقامة مؤسسات مالية ومصرفية متخصصة بالتمويل المتوسط وطويل الأجل، تلتزم أحكام الشرعية الإسلامية في خدماتها.

٢- إبتكار منتجات مالية إسلامية وتطويرها؛ لتكون بديلاً لتلك المنتجات التقليدية، والعمل على تنويع الإستثمارات وعدم التركيز على أدوات مالية بعينها.

٣- تسويق الأدوات المالية الإسلامية من خلال دراسة الإحتياجات الفعلية للسوق، وتوجيه أموال المدخرين إلى الإستثمارات الحقيقية ذات الجدوى الإقتصادية، وهذا يؤدي إلى تداول أدوات المالية الإسلامية في مختلف الأسواق العالمية وانتشارها.

٤- إنشاء وكالات للتصنيف الإئتماني على غرار المؤسسة الموجودة في دولة البحرين وماليزيا، وبناء مؤشرات مالية إسلامية وتطويرها، والإستفادة من الأخطاء والأزمات التي عصفت بمؤسسات التصنيف التقليدية.

٥- ضرورة مراقبة الأسواق من قبل هيئات رقابية، تضمن إستقراره وعدم إستغلال كبار التجار وصناع السوق مراكزهم، لخلق نوعاً من عدم الإستقرار فيه، وزيادة تقلباته، وإستغلال صغار المتعاملين.

٦- توعية الجمهور بالتعامل بالمعاملات المالية الإسلامية، وضرورة التفريق بين المصارف الإسلامية والبنوك التقليدية الربوية، وبين المرابحة الشرعية والقرض بفائدة، وبين الصكوك والسندات، ولذا على المؤسسات المالية الإسلامية اليوم

(١) ينظر: الأزمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: ص ٤٩٩، ٥٠٠.

أن تخصص جزء من أرباحها، لنشر هذه التوعية من خلال وسائل الإعلام المرئي والمقروء^(١).

٧- ضرورة إنشاء مؤسسة مالية إسلامية عالمية توفر غطاءً قانونياً، وتقدم اللوائح والتنظيمات والهياكل لعمل المؤسسات والشركات، التي تقدم الخدمات المالية الإسلامية في مختلف بلدان العالم، وبذلك تكون مرجعاً مركزياً لكافة التحديات والمعوقات التي تواجه الصناعة المالية الإسلامية.

٨- ضرورة إشتغال المؤسسات المالية الإسلامية على هيئتين للرقابة الشرعية، الأولى هيئة الفتوى: وهي المسؤولة على النظر في مسائل الفتوى، أي تقوم بالجانب النظري، والهيئة الثانية هيئة التدقيق: حيث تُعنى بمتابعة تنفيذ ما يصدر عن هيئة الفتوى، وعرض جميع أعمال المصرف على هذه الهيئة^(٢).

٩- تطبيق أحدث التقنيات التكنولوجية في إدارة أعمال المصرفية الإسلامية وتطوير أنظمة العمل فيها، وإنشاء نظام تبادل الخبرات والمعلومات والاستشارات بين المؤسسات المالية الإسلامية، بالتنسيق بين المؤسسات وبرامج البحوث والدراسات وبنوك المعلومات، سينعكس إيجاباً على خدمات المصارف الإسلامية ورفع كفاءتها، بالإضافة إلى تحرير العملاء من القيود المكانية والزمانية^(٣).

١٠- تأسيس مراكز مختلفة تنطوي تحت المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، ومنها: مراكز البحث والتطوير لرسملة جميع المؤسسات المالية الإسلامية ونوافذها الإسلامية، ومركز للرصد والتواصل المالي مع

(١) ينظر: مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الإستجابة لمتطلبات السوق والتحديات المستقبلية أمام التطوير والإبتكار: ص ٢٣.

(٢) ينظر: الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية: د. حمزة عبد الكريم حماد، دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، ٢٠١٤م، ص ١٣، ١٤.

(٣) ينظر: مصادر تمويل السيولة في البنوك الإسلامية: ص ٦٧؛ والمصارف الإسلامية، دراسة قانونية في أهم المستجدات الحديثة: د. مصطفى ناطق صالح مطلوب، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ط١، ٢٠٢٠م، ص ١٠٨.

العملاء والجمهور، ومركز التدريب المالي الإسلامي، ومركز المعلومات والدراسات المالية، ومركز المنتجات المالية الإسلامية، ومركز لهيئة شرعية تكون بمثابة مرجعية عليا؛ لتوحيد الإجتهااد الجماعي والفتوى^(١).

١١- تتطلب المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية بيئة قانونية خاصة بها، وذلك من خلال تشريعات وقوانين وتعليمات تناسب طبيعتها، وهنا يأتي دور القوى والإرادة من السياسيين والقانونيين المسلمين، في دعم وتجسيد آليات عمل مختلف نشاطات المالية الإسلامية والتسهيل لها.

١٢- لغرض تنظيم العلاقات بين المؤسسات المالية الإسلامية والبنك المركزي، على الأخير فتح فرع في البنك للرقابة الشرعية، يضم موظفين شرعيين لعرض المعاملات المالية التي تقوم بها المصارف الإسلامية عليهم بشكل دوري، كما يجب عقد لقاءات مستمرة بين مسؤولي المصارف الإسلامية والبنك المركزي، للخروج بتفاهمات لحل المشاكل والإختلافات القائمة بينهما.

١٣- على المصارف الإسلامية إقامة شبكة من العلاقات الخارجية الدولية، من أجل إيجاد نوافذ إستثمارية لفائض سيولتها النقدية، ويرافق هذا الإستثمار إقامة إدارة رشيدة، تتمتع بمستوى عالٍ من الشفافية والإفصاح عن المعلومات، مع العمل على التطوير والإبتكار والتجديد المستمر لإدارتها المصرفية.



(١) ينظر: منتجات الهندسة المالية الإسلامية الواقع والتحديات ومناهج التطوير: محمد الأمين خنيوة، وحنان علي موسى، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد ١٢، ٢٠١١م، ص ٦٥٩.

المطلب الثالث

معالجة تحديات صناعة الأغذية الحلال

مع توسع أسواق إقتصاد صناعة الأغذية الحلال، توسعاً ملحوظاً في كثير من دول العالم؛ بسبب إزدياد الطلب على الطعام الحلال من قبل الجاليات المسلمة وحتى من غير المسلمين، أدى هذا التوسع الكبير إلى ظهور إشكالات وتحديات عديدة في قطاع الأغذية، إبتداءً بالإنتاج والتخزين والنقل والتسويق، مع تحديات متعلق بالتصدير على الحلال، والعنصر البشري العامل فيه، بالإضافة إلى توفير التمويل ومشاكل أخرى، ولمعالجة هذه التحديات الكبيرة، نقترح بعض الحلول والأفكار العامة، على النحو التالي:

- ١- ينبغي توعية العلماء والدعاة للمسلمين بأهمية الإقتنيات على الغذاء الحلال، وإنه مطلب شرعي وضرورة صحية.
- ٢- على هيئات ووحدات السيطرة النوعية إجراء مزيداً من المراقبة في منافذ تبادل السلع الغذائية، لفحص المنتجات الغذائية الوافدة إلى البلاد الإسلامية، والتحقق من مطابقتها لشروط الحلال ومعاييرها.
- ٣- عمل شراكة إقتصادية بين وزارة الزراعة والثروة الحيوانية والمائية، لتأمين الغذاء النباتي والحيواني على الدوام، وبطريق آمن وصحي وبأنسب الأسعار.
- ٤- ضرورة إنشاء مراكز ومختبرات حديثة ومزودة بأحدث الأجهزة التقنية، للإرتقاء بمنظومة الأمن الغذائي، من خلال الإستيراد والإنتاج والتخزين والنقل والتصدير، ومن هذه المراكز: مركز للحجر الزراعي والحيواني، ومركز سلامة وجودة المنتجات الغذائية، ومختبر للصحة النباتية والحيوانية، وغيرها من الهيئات التي تهتم بالأمن الغذائي وحماية المستهلكين.
- ٥- على الجهات الرقابية متابعة سير عمليات إنتاج الحلال في المصانع والمسالخ، والتحقق من مطابقة المنتج لمعايير الجودة والحلال على طول سلسلة التوريد، ومنع أي محاولة للغش أو التزييف أو التغطية على الحرام أو تزوير علامة تجارية.

- ٦- تدريب الموظفين والعاملين في جميع منشآت ومؤسسات الحلال على متطلبات صناعة الحلال، سواء كانوا في المنشآت الإنتاجية أو الإدارية والرقابية، أو هيئات التصديق وإصدار شهادات الحلال.
- ٧- توحيد المعايير والقواعد المطلوبة لإنتاج الأغذية الحلال في كل مرحلة، من المزرعة إلى وصول المنتج النهائي على طاولة المستهلك.
- ٨- على المراكز الإسلامية وهيئات إصدار الحلال تسهيل إجراءات إصدار شهادة الحلال، وإعادة تجديدها مرة ثانية، وبكف ورسم تتناسب مع قوة الأسواق ونشاطها.
- ٩- عمل دراسات ميدانية وبحثية لفهم طبيعة الأسواق، والعوامل المؤثرة على الطلب الإستهلاكي للأغذية.
- ١٠- على المؤسسات التعليمية ومنها على سبيل المثال الدراسات الإسلامية للعلوم الإقتصادية، وضع مناهج علمية متكاملة لفهم صناعة الحلال، ومتطلبات صناعات وخدمات الحلال.
- ١١- إنشاء منصات إلكترونية وتطبيقات إرشادية حول مواقع متاجر الأغذية الحلال في مختلف دول العالم، وإصدار تعليمات وإرشادات للتعرف عن الأطعمة الحلال وتميزها عن الأطعمة الحرام.
- ١٢- على الدول الإسلامية بما فيها المؤسسات المالية الإسلامية، الإستثمار بصناعة الأغذية الحلال، وخاصة الدول التي تتوفر فيها الثروات الطبيعية من المياه والتربة الجيدة والمراعي والمناخ المناسب، لتحقيق الإكتفاء الذاتي والإستغناء عن المنتجات الأجنبية.



المطلب الرابع

معالجة تحديات صناعة الألبسة الشرعية

صناعة الألبسة من المشاريع الإنتاجية المربحة، نظراً لتوسع حجم الطلب، والشريحة الواسعة المستهدفة وكثرة إستهلاكها، بالإضافة إلى تخصص محلات تجارية ببيعها، ومن الحلول والخطوات التي يراها الباحث سبباً في حل مشاكل صناعة الألبسة الحلال وتوسيع رقعتها، ما يأتي:

- ١- إفتتاح المدارس والمعاهد المهنية، لتدريب الطلبة من الرجال والنساء على تصميم الأزياء، وأساسيات التصنيع ومهارات التسويق.
- ٢- إقامة العديد من المعارض والمؤتمرات داخلياً وخارجياً، لعرض منتجات الألبسة الإسلامية وفتح آفاق جديدة للتصنيع والتصدير.
- ٣- إستقطاب الأيدي العاملة من الرجال والنساء الراغبين بممارسة مهنة الخياطة، نحو تصميم وإنتاج مختلف أشكال الألبسة.
- ٤- الحصول على تمويل إسلامي، من أجل تمويل عملية إنتاج وتطوير صناعة الألبسة الإسلامية في البلاد الإسلامية.
- ٥- أن تدعم الدول الإسلامية قطاع الأزياء بالتمويل اللازم، وتوفير كافة الإمكانيات لها، وتطوير خبرات الأيدي البشرية؛ من أجل دعم الإقتصاد الوطني، وتقليل الإستيراد الخارجي للألبسة والمنتجات الأجنبية.
- ٦- إتباع أحدث الوسائل والتقنيات الحديثة في صناعة الألبسة، كما يتم إتباع أساليب إدارية حديثة لتوريد الصناعة وتسويقها، كي تتمكن من منافسة المنتجات العالمية، وتلبية الطلب المتزايد على الألبسة الإسلامية الجاهزة.
- ٧- يجب على صناعة ألبسة أن تجمع الحداثة في التصميم وتلبية جميع الرغبات العمرية للمستهلكين، وفي الوقت نفسه أن تحافظ على المتطلبات والضوابط الشرعية، لزي الرجل والمرأة في الشريعة الإسلامية.
- ٨- المحافظة على جوده الإنتاج وتطويره باستمرار، ودراسة الأسواق واستهداف العملاء في المكان والوقت المناسبين، وتقبل نقد العملاء وآرائهم وخدمتهم،

- وعدم المبالغة في تسعير المنتج، كلها عوامل مساعدة على إشتهار العلامة التجارية الإسلامية من بين باقي العلامات العالمية.
- ٩- التعاون المشترك بين الدول الإسلامية في مجال تبادل الخبرات الإنتاجية، وتبادل المواد الخام والأدوات فيما بينها، بدلاً من إستيرادها من الدول الأجنبية.
- ١٠- تسويق منتجات الألبسة الحلال من خلال مختلف وسائل التسويق الحديثة.



المطلب الخامس

معالجة تحديات صناعة مستحضرات التجميل الحلال

مع إزدياد أعداد الشركات المنتجة لمستحضرات التجميل، ومع إنتشار وعي الأفراد بهذه المنتجات، بدأ البحث عن منتجات التجميل والزينة الخالية من المواد المحضورة شرعاً، وذات مكونات عالية الجودة وصحية للبشرة، ولا يخفى إنَّ مستحضرات التجميل لا تزال في بداية عهدها ونشأتها، مع إرتفاع الطلب العالمي على مستحضرات الحلال، مما يتطلب حلول واقعية لتمكين هذه الصناعة والوقوف على معالجة مشكلاتها، ومن المقترحات والحلول التي نراها مناسبة، نذكرها بإيجاز:

- ١- على الشركات التي تعلن إنتاجها للمستحضرات التجميلية الحلال، أن تحصل على شهادة حلال، تمنحها إياها المنظمات المناحة لهذه الشهادات.
- ٢- ضرورة إصدار دليل إرشادي لمعايير الحلال في صناعة المواد التجميلية، وإبراز المواد السامة التي تشكل خطراً على جسد الإنسان.
- ٣- تشكيل هيئة عالمية عليا، تتبنى إصدار الشهادات والتصديق على منتجات التجميل والزينة الحلال.
- ٤- الحصول على تمويل من المصارف الإسلامية؛ لغرض تمويل إنشاء صناعات للتجميل الحلال في الدول الإسلامية.
- ٥- على الدول الإسلامية المساعدة في إنشاء صناعات وطنية لمستحضرات تجميل حاصلة على شهادة الحلال، وأن تقدم كافة التسهيلات القانونية، وتخفف من الضرائب المفروضة عليها، وتوفير المواد الأولية الصحية الداخلة في هذه الصناعة، لمنافسة نظيرتها من الصناعات الأجنبية، وتحقيق الإكتفاء الذاتي وتسويق الناتج المحلي إلى الأسواق العالمية.
- ٦- تطوير صناعة التجميل عن طريق الإستعانة بالباحثين والعلماء المختصين بالمواد والتحليلات الكيميائية، وإجراء التجارب والإختبارات على المواد المستخدمة؛ لضمان جودتها وسلامتها من الآثار المستقبلية.



المطلب السادس

معالجة تحديات الصناعة الدوائية الحلال

تمثل الصناعة الدوائية من المهن الأكثر إنسانية، كيف لا وهو يتعامل مع أكرم مخلوق أوجده الله سبحانه على الأرض، والدواء سلاح ذو حدين، فقد يكون شفاء وفي القوت نفسه قد يكون ضاراً وقتلاً، لذا تحتاج هذه الصناعة إلى مزيد من أخذ الحيطة والحذر في جميع مراحل عملية الإنتاج والتوريد، للحفاظ على سلامة الإنسان وعدم المساس بحياته وصحته، ولإنشاء صناعة دوائية تجمع بين المتطلبات المعيارية للحلال، مع متطلبات الأمان والسلامة والجودة عند منظمات الدواء العالمية، نقترح الإرشادات والإجراءات الآتية:

- ١- تشكيل مراكز لإبتكار وتطوير الأدوية الطبية، بالشراكة مع مجموعة من الشركات والمختصين من العلماء والباحثين، من أجل إدارة العملية التطويرية.
- ٢- أن تُنشأ الجهات المشرفة على الصناعة الدوائية في الدول الإسلامية من تشكيلاتها هيئة للحلال، لمتابعة ومراقبة المنشآت المصنعة للمستحضرات الدوائية، والمصادقة على منتجاتها ومنحها شهادة الحلال.
- ٣- يجب أن يكون هناك تعاون مشترك بين المؤسسات الأكاديمية والبحثية، والجهات التشريعية، وأصحاب الخبرات الصناعية، لتمكين صناعة حلال للمستحضرات الصيدلانية داخل المنطقة الإسلامية، ثم الإنطلاق بها نحو العالمية.
- ٤- عمل دراسات عميقة حول طبيعة الدواء ومكوناته، وطريقة صناعته ومدى ملائمة لمختلف شعوب العالم، فكما أنّ الغذاء واللباس يعكس ثقافتنا وعاداتنا، فكذلك الدواء فقد يناسب بلد معين ولا يناسب بلد في مكان آخر.
- ٥- ضرورة تعزيز الدعم الإعلامي للدواء الحلال، والإسناد القانوني، وتأسيس الإدارة الفاعلة، وتخطي عقبات التسويق والنقل والإمداد اللوجستي.

٦- على منظمات وهيئات الحلال العالمية إنشاء قاعدة بيانات رقمية، وأرشفة للأدوية المتداولة، والتأكد من سلامتها وخلوها من المواد والمكونات المحرمة والضارة بالصحة البشرية.

٧- ضرورة الإتفاق على معايير موحدة لصناعة الأدوية الحلال، وإصدار شهادات الحلال للمنتجات التي إنطبقت عليها المعايير والضوابط، ضمن اللوائح المنظمة لها.

٨- على المؤسسات المالية الإسلامية المساهمة في دعم إنشاء بنى تحتية؛ لإنتاج المستحضرات الدوائية، في وقت غاب الدعم والإسناد لتمكين مشروعات صناعية لمنتجات الحلال.



المطلب السابع

معالجة تحديات السياحة والترفيه الحلال

يمكن أن تكون للسياحة الإسلامية تأثير إقتصادي وإجتماعي وسياسي وبيئي كبير، لأنها تخلق إحتياجات وفرص عمل جديدة، من شأنها أن تحفز الإقتصاد المحلي والنهوض به، ولتحقيق النمو الإقتصادي لصناعة السياحة الحلال لابد من التغلب على التحديات وإيجاد الحلول المناسبة لها، فمن أهم المعالجات والحلول المقترحة ما يأتي⁽¹⁾:

- ١- إجراء الأبحاث والدراسات على المستوى المحلي والإقليمي للدول الإسلامية، قبل وضع الإستراتيجيات الوطنية لبناء السياحة الإسلامية، وتحديد مجالات التركيز للأنشطة وبناء القدرات، كما إنَّ إقامة الورش والندوات وتزويد العاملين في الصناعة المحلية، من أجل تزويدهم بأساسيات السياحة الإسلامية، تنشر رسالة مفادها أنَّ هناك رغبة قوية ببناء القدرات في هذا المجال الحيوي.
- ٢- رفع الوعي بأهمية بناء القدرات لتنمية السياحة، حيث ستلعب دوراً حاسماً في تنمية السياحة الإسلامية كمنهج شمولي وإستراتيجي، يغطي مستويات ثلاثة: البيئة التمكينية، والمنظمات، والأفراد، كما أنَّ التآزر بين المستويات الثلاثة امراً بالغ الأهمية لنجاح التنمية، فعلى الجهات الفاعلة أن تكون على دراية بأدوارها داخل المنظومة السياحية، مع الملائمة والتواصل والتعاون بين أصحاب الشركات، ومنظمي الرحلات، والمؤسسات التدريبية، ومصدري الشهادات.

- ٣- تطوير رأس المال البشري بالتدريب وفتح البرامج التعليمية لهم، وتجديد الأفكار وزيادة الخبرات والمهارات والسلوكيات والمواقف، وذلك لتنمية القدرات الوطنية في مجال السياحة.

⁽¹⁾ See: strategic roadmap for development of islamic tourism: in oic member countries: the statistical, economic and social research and training centre for islamic countries (SESRIC), 2018, p 48, 49.

٤- تطوير القدرات الوطنية على التقييس، وتوحيد معايير الحلال وهيئات إصدار الشهادات، وإنشاء هيئات مسؤولة عن التصديق على الفنادق والأغذية، والوجهات السياحية، والمنتجات الإسلامية، وتجهيزها بموظفين متدربين تدريباً جيداً.

٥- التنسيق والتعاون بين أعضاء منظمة التعاون الإسلامي، من أجل تبادل الخبرات المعرفية والتجارب الناجحة لبعض الدول الإسلامية، ومساعدة الدول الناشئة حديثاً، فستساعد على تقوية مهارات الموظفين وتنمية قدرات المؤسسات في دول الأعضاء.

٦- ولتسويق الوجهات السياحية الإسلامية، لا بد من إتباع الخطط والإستراتيجيات الآتية^(١):

- أن تتوافر المساجد في الوجهات السياحية؛ لتزيد من مستوى الرضا للسياح المسلمين.
- توفير الأطعمة والأشربة الحلال والصحية، وكافة أشكال المنتجات والخدمات الحلال.
- توفير الخرائط والدلائل الإرشادية والتنبيهات في المرافق السياحية الإسلامية.
- تخصيص موظفين من الرجال والنساء؛ ليسهل التعامل مع السياح الوافدين حسب جنسه.
- تصميم الفنادق وفق المعايير والعمارة الإسلامية.
- حضر أي محرمات أو مخالفات شرعية، أو كل ما يُعرض الحياء للخدش في الفنادق أو باقي المنشآت السياحية.
- ضمان البنى التحتية المناسبة والإتصالات لجذب السياح، مثل المنتجعات والفنادق والمراكز التجارية، فضلاً عن الوجهات والمعالم الإسلامية.
- إعادة هيكلة الأماكن والمرافق السياحية بما يتناسب مع خصوصيات الجنسين.

(١) ينظر: تسويق السياحة الحلال آفاق وتحديات، دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا: ص ٢٨٠ -

٧- على الفنادق أن تبتكر طرقاً فعالة لتسويق نفسها، من أجل زيادة رصيدها من العوائد المالية، من ذلك عقد المؤتمرات والندوات والإجتماعات، أو إقامة المناسبات والأفراح بالضوابط الشرعية.



المطلب الثامن

معالجة تحديات خدمات النقل اللوجستي الحلال

يعتبر النقل اللوجستي بمختلف أنواعه: البري والبحري والجوي شريان الحياة الإقتصادية، وعصب مهم لتداول كافة أشكال السلع والبضائع، وخدمة ضرورية لا غنى عنها لتلبية الإحتياجات الضرورية وبشكل يومي عبر أنحاء العالم، ومن أجل الوصول إلى عملية النقل الآمن، ولتتوافق الخدمات اللوجستية مع معايير الحلال، لابد من إتباع الإرشادات والحلول المقترحة، لمعالجة تحديات هذه الخدمة، فمن هذه الإجراءات والحلول ما يأتي:

١- يجب تثقيف المصنعين والتجار بأهمية الخدمات اللوجستية المعتمدة على معايير الحلال، من أجل سلامة منتجات الحلال بشكل عام^(١).

٢- يتعين على مشغلي الخدمات اللوجستية الإستعداد للإجراءات الوقائية والتصحيحية العلاجية، لضمان سلامة المنتجات أثناء عمليات النقل والتوزيع^(٢).

فقد تتعرض المنتجات إلى ملوث أو نجاسة، أو لظروف مناخية متقبلة، أو عوارض بشرية، وهنا يتطلب تدريب العاملين في هذا القطاع على التعامل مع مختلف هذه العوارض الجانبية، وعلى وفق متطلبات الحلال.

٣- يجب أن تضم الخدمات اللوجستية الحلال ستة عناصر متسقة مع بعضها، بما في ذلك النقل الحلال، والمستودعات الحلال، ومعالجة الطلبات، والمخزون، ومناولة المواد والتعبئة والتغليف، وتضمن هذه الممارسات الأساسية الستة الفصل المادي للبضائع الحلال، عن البضائع غير الحلال في كل نقطة إتصال للخدمات اللوجستية، من النقل (المحطات) إلى الوجهة

(1) See: The International Halal SME Report Directory 2011/12: p 52.

(2) See: Innovative Fiqh Approach in Halal Logistics Operation: Hanifah, M. F. H., Zulaipa, R., Mohd Ashrof Zaki, Y., Mohd Dasuqkhi, S.K, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 10, No. 5, May, 2020, p 1039.

(العميل)، كما أنّ هذا الفصل أمراً بالغ الأهمية؛ لتجنب تلوث المنتجات، وتحسين إمكانية إمتثال الخدمات اللوجستية الحلال للشريعة الإسلامية، وتوقعات المستهلكين المسلمين^(١).

٤- ينبغي أن يكون هناك تنسيق في العمل بين المشرفين على المستودعات ومقدمي الخدمات اللوجستية، وأن يشتركا معاً في تقديم المعلومات والتقارير إلى إدارة شركات النقل؛ لتقليل المشاكل التي يواجهونها في تنفيذ أنظمة الحلال في منشآتهم^(٢).

٥- في ضوء إرتفاع الأسعار وتقلبات التكاليف، على الشركات اللوجستية الحلال أن تبتكر أساليب إستثمارية أخرى، مثل تنويع إجراءات التخزين الخاصة بها، والتواصل مع الشركات الأخرى، أي: التكييف مع تقلبات الأسعار على ضوء المعطيات الواقعية^(٣).

٦- من الضروري أن تنظم هيئات الحلال معايير ولوائح خاصة، تنظم عمليات نقل مختلف أشكال السلع، لتصل بشكل آمن ومضمون إلى المستهلكين.



⁽¹⁾ See: Halal logistics: practices, integration and performance of logistics service providers: Noorliza Karia, Journal of Islamic Marketing, 18 July 2019, without page number.

⁽²⁾ See: Halal Logistics and Supply Chain Management in Southeast Asia: Nor Aida Abdul Rahman (Editor), Azizul Hassan (Editor), Mohammad FakhruNizam Mohammad, Routledge; 1st edition, 2020, without page number.

⁽³⁾ See: The Report: Malaysia 2011: Oxford Business Group, p 271.

المطلب التاسع

معالجة تحديات الخدمات الرقمية الإسلامية

لا يزال المسلمون في البلدان العربية يواجهون تصحراً في جانب تطوير المعارف والتكنولوجيا، التي يتكئ عليها عصرنا، وبالتالي أدى هذا الجفاف إلى تراجع في مجال التقدم الزراعي والصناعي، وتقديم الخدمات الإجتماعية، وكذلك ضعف في التنمية الإقتصادية والقوة العسكرية، فمن هنا يتطلب منا التغلب على تحديات كبيرة بالغة المشقة، ومن أهم المتطلبات المتحتمة على الأمة الإسلامية اليوم، ما هو آتٍ:

١- لن يتسنى للأمة الإسلامية جلب الخير ودفع الشر عن مجتمعاتها، إلا بالعودة إلى العلم والمعرفة، مستفيدة من عبر وتجارب الماضي، عندما أنشئت أول بيت أو خزينة للحكمة، التي كانت سبباً في ازدهار حضارة العالم الإسلامي.

٢- إتباع توجهات وسياسات وبرامج، يشرك بها أصحاب الكفاءات المتخصصة المخلصة، ومن أهمها^(١):

- بناء القدرات التقنية التي ستسهم بدورها في خلق تكنولوجيا محلية وتوطينها.
- وضع خطط شاملة من أجل بناء القدرات الإستشارية والفنية، والإعتماد عليها من أجل تحقيق مجتمع واعٍ بأهمية التقنية للتنمية الشاملة.
- دعوة الكفاءات والخبرات المهاجرة إلى جعل الأمة الإسلامية موقفاً للنقل، الذي ينطلق منه كل عمل مؤثر، ويخدم جميع الأصعدة العلمية والتكنولوجية.
- عقد المؤتمرات والندوات العلمية والثقافية، من أجل إحتكاك العلماء والخبراء المسلمين من داخل البلاد الإسلامية وخارجها.
- إقامة مدن صناعية مؤهلة لتوطين أصحاب الخبرات والكفاءات المحلية.
- إقامة مؤسسات أكاديمية تُعنى بمسائل العلوم التطبيقية والتقنيات الحديثة، للخروج بمخرجات بشرية تخدم البيئة الإسلامية وحاجاتها المستقبلية، وبذلك

(١) ينظر: نزيف الأدمغة العربية المهاجرة وإدارة إستثمارها بين الجنة المفقودة والموعودة: رؤية مستقبلية من منظور عالمي: فتحي رسحان، الشريف ماس، القاهرة، ٢٠١٤م، ص ٣٦٠ - ٣٦٤.

سيقبل الإعتماد على التنمية القائمة على الإستيراد الخارجي، إلى نمط التنمية القائمة على الطاقات البشرية المحلية.

٣- على دول منظمة التعاون الإسلامي تشكيل مؤسسة للعلوم والتكنولوجيا الإسلامية، وتعزيز التعاون والتضامن بين الدول الأعضاء في مجال الأنشطة البحثية للعلوم والتكنولوجيا في إطار إسلامي، للمساعدة في حل بعض المشاكل الحالية^(١)، ومن أجل تطوير الخدمات التقنية الإسلامية، وسبل تمكينها وإيصالها لمجتمعات بلدان العالم الإسلامي والمؤسسات الإسلامية فيها.

٤- على المؤسسات المالية الإسلامية بذل الجهود، من أجل الإستثمار في القطاع الواسع لعلوم تكنولوجيا التقنيات الحديثة، التي سيكون لها الأثر الكبير في التقدم الإقتصادي والإجتماعي والبيئي للمجتمعات الإسلامية.



⁽¹⁾ See: The Touch of Midas: Science, Values, and Environment in Islam and the West: Ziauddin Sardar ،Diya-ad-Din Sardar, Manchester University Press, 1984, p 88, 89.

المطلب العاشر

معالجة تحديات خدمات الإعلام الإسلامي

إن التحديات التي يواجهها الإعلام الإسلامي جسدية وخطيرة، وذلك لوجوده في وسط ساحة إعلامية منافسة، وأخرى معادية له، ولذا عليه ترسيخ وجوده الفعلي والمؤثر بين تلك الساحات الإعلامية، فينتطلب الوصول إلى إعلام إسلامي يلبي تطلعات المجتمعات الإسلامية، ويقف مع قضاياها وتحدياتها، إتباع مزيداً من الخطوات والإجراءات، وسنوجز هذه الإجراءات في النقاط التالية^(١):

١- إعداد كوادر بشرية ذات كفاءات متخصصة في مختلف مجالات الإعلام، وتأهيلها فكرياً وخلقياً وعملياً ومهنياً.

٢- إنشاء معاهد ومراكز للبحوث والتدريب الإعلامي الإسلامي، واستقطاب الباحثين والدارسين وأصحاب الخلفيات الشرعية والعلمية.

٣- إصلاح أوضاع مؤسسات الإعلام العربي القائمة، وإعادة النظر في المشروعات الإعلامية الإسلامية، لمعرفة أسباب تخلفها وعدم تمكنها من أداء دورها، وتصحيح مسارها بالنصح والدعم والمشاركة العملية، ومحاولة إيجاد قنوات للتواصل والتعاون، بين المهتمين بشؤون الدعوة والإعلام الإسلامي على مستوى العالم الإسلامي، من أجل تضيق الفجوة بينهم.

٤- المبادرة إلى إنشاء شركات ومؤسسات عربية، للإنتاج والتوزيع الإعلامي الإسلامي في مختلف المجالات (الطباعة، والصحافة، والنشر، والتلفزيون، والتسجيلات الصوتية، والشرائح المصورة، والأفلام السينمائية والشبكي) وغيرها.

(١) ينظر: الخصوصيات الثقافية في ظل إعلام العولمة بين ثقافة الأصالة وثقافة الحداثة: السعيد سليمان عواشريه، مجلة إسلامية المعرفة، مجلة الفكر الإسلامية المعاصر: العدد ٨١، السنة الحادية والعشرون، ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥ م، ص ١٨٨، ١٨٩؛ والإعلام وقضايا الواقع الإسلامي: د. عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان، ط ١، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م، ص ٤٦، ٤٩.

٥- حث المؤسسات المالية الإسلامية ورجال الأعمال المسلمين على الإستثمار في مجال الإعلام الإسلامي، وبناء قدراته على مواجهة تحدياته، وتقديم البدائل الإسلامية المناسبة في مختلف المجالات الإعلامية.

٦- بلورة إستراتيجيات مشتركة تجمع بين الدول الإسلامية، تعتمد على تعميق دور الإعلام الإسلامي البنائي والوقائي، من خلال التعاون وتبادل الخبرات ومنتجات المواد الإعلامية الإسلامية، وتكمن أهمية هذا التجمع الإعلامي؛ وضع الأسس السليمة لبث الإعلام الإسلامي في المجتمعات المسلمة، وبلورة صيغ عملية لإعداد مشروعات إعلامية ناجحة تخدم الأهداف العليا للأمة، على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية.

٧- رسم سياسات إعلامية محلية وإقليمية تسعى نحو مزيداً من الإستقلالية الإعلامية، وتقليل الإعتماد على المؤسسات الأجنبية من وكالات الأنباء، ومحطات البث عبر الأقمار الصناعية، وغيرها من مراكز تدفق الإعلام والإنتاج الغربي.

٨- أن تسهم برامج إعلامنا الإسلامي في إبراز عقيدة المسلمين، ومناهضة التيارات والأفكار والفلسفات المعادية للإسلام، وأن تعمل على تعريف المسلمين بقضايا الأمة ومسئولياتها، كما يجب إعادة النظر في البرامج المقدمة في الدول الإسلامية، لتكون أكثر تأثيراً من الإعلام الأجنبي المهمين على وسائل الإعلام في العالم أجمع^(١).



(١) ينظر: الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة: عبد الوهاب أحمد عبد الواسع، مكتبة العبيكان، الرياض، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م، ص ٦٣، ٦٤.

المطلب الحادي عشر

معالجة تحديات الضيافة الإسلامية

لا يزال العنصر البشري عنصراً أساسياً في إدارة صناعة الضيافة، وأي خطط مستقبلية لمعالجة تحديات الضيافة، لا بد من التركيز على العنصر التشغيلي لخدمات الضيافة، ومما ينبغي القيام به:

١- أن تخصص في كليات ومعاهد التعليم السياحي أو الإقتصادي، مناهج إسلامية تهدف إلى تأهيل الكوادر البشرية للعمل في مختلف أروقة السياحة والضيافة، فيخرج المؤهل وقد إكتسب حسن المعاملة وفقه الآداب الإسلامية، وتمرس على الأتيكيت^(١) والبروتوكولات^(٢) المتبعة عند إستقبال الوافدين والضيوف في المطارات والفنادق والمراكز التجارية.

إنّ التسويق الداخلي للخدمات اليوم، لا يركز فقط على عناصر المزيج التسويقي الأربعة التقليدية لتسويق السلع، بل يحتاج الأمر هنا إلى مهارات أخرى بالإضافة لتلك العناصر.

٢- يجب أن تركز الضيافة على البحوث التطبيقية والتعليم المفيد والمهارات والمعرفة ذات الصلة؛ لتحقيق تقارب وصلة ونمو أكثر لصناعة الضيافة، ويتم تحقيق هذا النمو من خلال الإبتكار والإبداع، ووضع خطط إستراتيجية

(١) الأتيكيت: كلمة فرنسية، وتعني بالعربية جامعة لمعاني الأخلاق الحسنة والتصرفات اللائقة في المناسبات الرسمية والاجتماعات، وتعني ممارسة السلوك المتميز والكمال دون أن يظهر على الشخص التكلفة والجمود، وفي الوقت نفسه يجعل الآخرين يشعرون أنهم ذوو سلوك مهذب وراق. ينظر: آداب المراسم والبروتوكول وفنون الأتيكيت: د. صفوت محمد العالم، دار المعارف، ٢٠١٧م، ص ٧.

(٢) البروتوكول: كلمة إنجليزية تعني قواعد السلوك وأصول المجاملات، كما تطبق في المناسبات الدولية، وتقابلها في العربية كلمة (المراسم): وتطلق على القواعد والإجراءات المتبعة، في المعاملات المتبادلة بين الدول في مختلف المناسبات الرسمية. ينظر: فن الإتيكيت والمراسم والبروتوكول: صبحي سليمان، دار الفجر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٥م، ص ٧.

مصاغة بعناية واهتمام، مع الأخذ بعين الإعتبار المعتقدات والقيم والتوجهات الثقافية للمجتمع^(١).

٣- يجب أن يكون هناك إندماج بين المبادئ الإسلامية، والمناهج التعليمية، والدورات التدريبية للعناصر العاملة في بيئة الضيافة، على سبيل المثال يمكن التعامل مع لقاءات الخدمة مع العملاء من خلال المبادئ الإسلامية، ويمكن إعتبارها جزء من (عبادة لله)، فيكون معاملة العملاء وزملائهم الموظفين بطريقة منصفة وحكيمة، وبالتالي يمكن رعاية العملاء وبرامج تطوير الموظفين أن تعكس عناصر الإحترام والشرف والإنسجام في الواقع، حيث يعتبر الإحترام والثقة والعلاقات الشخصية، من السمات الرئيسية لنهج وإستراتيجيات الأعمال^(٢).

٤- على شركات الضيافة الإسلامية وضع الإداريين ممن هم أجدر بأن يمثل الهوية الإسلامية، ويتمتعون بالشخصية العربية الأصيلة، والمهنية العالية والكفاءة الثقافية، كمعيار لقيادة مراكز الضيافة وإدارتها، بعيداً عن المحسوبية والمحاباة والانتماءات في إختيار القيادات.

٥- على هيئات إعتداد الحلال العالمية وضع المعايير ومتطلبات تقديم خدمات الضيافة الإسلامية، لتنظيم العلاقات والحقوق والمسؤوليات، ما بين الموظفين المقيمين على خدمات الضيافة والسائحين.

٦- ينبغي على الشركات السياحية والفنادق في الدول التي لا تزال تواجه إغلاقاً كبيراً بسبب جائحة كورونا، إبتكار أساليب ومنتجات فريدة من نوعها لتسويق خدمات الضيافة، كما تفعل بعض الفنادق العالمية، على سبيل المثال تقديم شقق مزودة بخدمات رقمية للحجر الصحي، مجهزة بكامل الإحتياجات التي يحتاج إليها المصابون، وتقديم لهم خدمات توصيل الوجبات والخدمات الطبية على مدار ٢٤ ساعة.

(1) See: Islamic hospitality in the UAE: p 19.

(2) See: IBID: p 19.

وهنا يحتاج تدريب الكوادر العاملة في قطاع الضيافة على أساليب خاصة، للتعامل مع المقيمين في الفنادق والسائحين الذين يأتون للبلاد التي لم تشهد إغلاقاً واسعاً، وتوفير لهم أعلى درجات الأمان والسلامة، من الفايروسات والمتحولات في المواقع السياحية.



المطلب الثاني عشر

معالجة تحديات صناعة الألعاب الحلال

إذا أردنا تنشئة جيل قد تربي على المبادئ الإسلامية في سلوكه وميوله ورغباته، فلا بد من السيطرة على منابع أدوات اللهو، والتنقيف الواردة على أسرنا من المجتمعات الغربية، والعمل على إيجاد البدائل التي تحقق الغايات والأهداف الشرعية لأبنائنا. وتحتاج صناعة الألعاب الحلال إلى تضافر جهود أصحاب الإمكانيات المالية والخبرات العلمية من المسلمين، وذلك لأنَّ جثل الألعاب اليوم بنوعيتها هي من الثقافات والأفكار الغربية، ولأنَّ فكرة هذا الموضوع إلهام لم يُتطرق له من قبل الأوساط الأكاديمية والدعاة والمصلحين، سأطرح فكري لمعالجة تحديات هذه الصناعة، من خلال قراءتي لمتطلبات هذه الصناعة، وهي كالآتي:

١- أن يكون هناك تنبي لقضية صناعة الألعاب ووقفة حقيقية من قبل المبرمجين المسلمين، باستدعاء خبراتهم في مجال تقنية المعلومات وتطويرها في سبيل خدمة أبناء المسلمين، وليعلم المبرمج المسلم أنه إن طوع نفسه لخدمة المسلمين، والتزم بالضوابط الشرعية فيما يصنعه وينشره من خير، فإنه مأجور في مقابل ما يوجه وينشر للأمة الإسلامية، من ألعاب وبرمجيات خبيثة تنال من معتقد المسلمين وتسفيه عقولهم^(١).

٢- ينبغي أن تعود شركات إنتاج محتوى الألعاب الإسلامية الكبيرة، كشركة صخر وشركات إنتاج البرامج الإسلامية الصغيرة، إلى مجال إبداعها السابق ومكانتها عند الأوساط العربية، وتعود بإبتكار ألعاب وبرامج إسلامية بحلة عصرية، أكثر حداثة وتلبي رغبات الجيل الجديد، خاصةً وإنها إمتازت في السابق بتقدم برامجها الإلكترونية، نافست مثيلاتها من الشركات البرمجية العالمية.

(١) ينظر: حكم برمجة الألعاب الإلكترونية: من أرشيف موقع الإسلام سؤال وجواب، بإشراف الشيخ محمد صالح المنجد، تم نسحه من الإنترنت في ٢٦ ذي القعدة ١٤٣٠ هـ - ١٥ نوفمبر ٢٠٠٩ م، ٧٣٤٨/٥.

٣- كما ينبغي تأسيس أستوديوهات تجمع الشباب المنتجين، والمبرمجين والمصممين، ومهندسي البرامج، والمؤلفين والمترجمين، للعمل تحت مظلة واحدة وسلسلة متكاملة من مختلف الخبرات، التي تتطلبها صناعة وتطوير الألعاب الرقمية، وبعد الإنتهاء من هذه المرحلة، تقوم شركات أخرى بتسويق هذه المنتجات ونشرها وتوزيعها وبيعها.

٤- أما بالنسبة للألعاب اليدوية وإن كانت ليست بالتعقيد الذي هو عليه الألعاب الألكترونية، فيمكن إحالة إنتاجها في بداية الأمر إلى مصانع صغيرة الحجم، أو حتى الى أصحاب الحرف اليدوية كالصناعات المنزلية، لحين أن تأخذ الصناعة بالنمو والتطور والإبداع شيئاً فشيئاً.

٥- أن تتبنى مؤسسات المالية الإسلامية تمويل مثل هذه الصناعة المفقودة، وذلك باستخدام صيغ التمويل طويلة الأجل؛ نظراً لأن صناعة الألعاب قد تحتاج إلى وقت طويل لجني الأرباح منها.

إنّ على هذه المؤسسات المالية ومنها المصارف الإسلامية، مسؤوليات إجتماعية وأخلاقية تجاه المجتمع، فإن عليها أن تساهم في توفير الإحتياجات الأساسية لأفراد المجتمع، من خلال تمويل المشروعات الإنتاجية التي تخلق فرص عمل، وتحقق قيمة نقدية مضافة للإقتصاد، سواء كانت هذه المشاريع كبيرة أم متوسطة أم صغيرة^(١).



(١) ينظر: المسؤولية الإجتماعية للمصارف الإسلامية، طبيعتها وأهميتها: د. محمد صالح علي عياش، البنك الإسلامي للتنمية، جدة، ط١، ٢٠١٠م، ص ٣٤.



الخاتمة

وتتضمن:

- النتائج.
- التوصيات.

الخاتمة

الحمد لله أولاً وآخراً، وظاهراً وباطناً، ذي الفضل والإنعام، الذي يسرّ وأعان على التمام، فما هو البحث قد كملت أركانه، وتذلت مصاعبه، فلا أدعي على ما بذلت من جهد وعناية به أنى قد أصبت الحق، ولكني أفرغت الوسع مع إعترافي بالعجز والتقصير، ويقيني أن ما لا يدرك كله، لا يترك كله.

ثم إنني ألتمس من ناظر عن علم في عملي، أن يفصح عما به من زلل، ويصح ما طغى به القلم، وقصر عنه العمل، مستحضراً إن الانسان محل الخطأ والنسيان، وأقول له كما قال الأولون:

وَإِنْ تَجِدْ عَيْبًا فَسُدِّ الْخَلَّالَا فَجَلِّ مَنْ لَا عَيْبَ فِيهِ وَعَلَا^١

ولا أدعي علماً أبرز به على أحدٍ فيما كتبتة، فإنه فوق كل ذي علم عليم، وإنما هو عن صدقٍ وحسن نية، فإن زل قلمي عن الصواب فإنما هو مني ومن الشيطان، فاستغفره سبحانه عن الزلل، وما كان من صواب فمن الله وحده، فله الحمد على السداد والرشاد، وعلى الله التكلان، وإليه التفويض ومنه الغفران، فأسأله سلوك سبيل الرشاد، والتوفيق لطريق السداد، وأن يغفر لي وللمسلمين يوم محاسبة العباد، وصلى الله تعالى على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

١ القائل: أبو محمد القاسم بن علي الحريري البصري (ت: ٥١٦هـ) ينظر: شرح لمحة الإعراب: للناظم نفسه، تحقيق: د. فائز فارس، دار الأمل - الأردن، ط١، ١٤١٢هـ - ١٩٩١م، ص ٢٥٩.

النتائج

بعد دراسة وعرض لموضوع (منتجات الإقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر)، تم التوصل الى جملة من النتائج التي تبرهن على صحة الفرضيات التي طرحتها في مقدمة الاطروحة، ومن النتائج التي أود أن أسجلها الآتي:

١- إنَّ المنتج مصطلح شمولي يعني كل ما يمكن الإنتفاع به سواء كان سلعة، أو خدمة، أو فكرة، أو مكان، وللاقتصاد الإسلامي منتجات وخدمات متنوعة تُبتكر وتتطور يوماً بعد يوم.

٢- للاقتصاد الإسلامي مرونة في الإنتاج، تبنى من خلاله جملة من المنتجات والخدمات التي تلبي حاجات المسلمين الضرورية، والطلب العالمي المتزايد على السلع والخدمات الآمنة للبشرية، والصديقة للبيئة.

٣- إنَّ من دواعي تبني النظام الإقتصادي الإسلامي، لما يتمتع به من أهداف ومزايا تمكنه من الوقوف على مشاكل المجتمعات الإقتصادية والإجتماعية، وتحقيق مستوى الكفاية الإقتصادية، وتوظيف الموارد لصناعة الحلال، وضمان التوزيع العادل، كما أنه يسعى لتحقيق إقتصادي قويا وأكثر شمولية وتكامل.

٤- للاقتصاد الإسلامي قطاعات إنتاجية ومؤسسات وأسواق وأدوات وعقود ومشتقات مالية، تسهم في تحريك عجلة الإقتصاد وتنميته.

٥- الحلال هو أسلوب يتعلق بنمط أوجه الحياة كافة القائمة على المبادئ الدينية في الإسلام، فهو مصطلح مقدس يعني بأن هذا المنتج وهذه الصنعة أو الخدمة تأذن بها الشريعة الإسلامية.

٦- صناعة الحلال: هي النشاط الذي تقوم به الجهات المسؤولة على عمليات الإنتاج، لتقديم سلع وخدمات تتوافق مع معايير وضوابط المنتج في الإقتصاد الإسلامي.

٧- إنَّ من دواعي الحرص على تبني صناعة الحلال، هو أنَّ المسلمين في العالم أصبح غذائهم وشرابهم ودوائهم وترفيههم من صنع غير المسلمين، حيث فقد المسلمون التحكم بدورة الإنتاج، حتى قُدمت لهم سلع وخدمات محكومة بتدبير غيرهم.

٨- تعد صناعة الحلال من القطاعات الواعدة، حيث تخطت صناعة الأغذية الحلال وتوسعت لتشتمل صناعة حلال أخرى مثل المستحضرات الدوائية والتجميل، والأزياء، والألعاب، والسفر، وتقديم خدمات الحلال كخدمات السفر والضيافة، واللوجستيك، والإعلام والترفيه، والبحث والتطوير، والخدمات الرقمية.

٩- تنمو صناعة الحلال العالمية يوماً بعد يوماً بشكل متسارع، وقد دفع إرتفاع نسبة أعداد المسلمين حول العالم إلى زيادة الطلب على مختلف منتجات قطاعات الحلال.

١٠- تواجه صناعة الحلال وخدماته تحديات كثيرة في جوانب منها: التمويل، والإبتكار، والشهادات، وعلامة الحلال، والتسويق، والموارد البشرية، والبحث والتطوير، والتشريعات القانونية.

١١- لا تزال أفهام المسلمين قاصرة تجاه الحلال، فيظن كثير منهم أنَّ الحلال مقتصرٌ على قطعة لحم يتناولها الناس، فتفتقر مجتمعاتنا إلى الوعي بأهمية الحلال وأثاره الدينية والصحية والإقتصادية والبيئية.

١٢- إهتمام الدول العربية والإسلامية بمجال صناعة الحلال لا يرتقي لمنافسة المنتجات التقليدية، التي تربعت على عرش التجارة العالمية اليوم.

١٣- لا تزال الدراسات الأكاديمية والأبحاث العلمية التي تُعنى بإنتاج الحلال وتطويره ضئيلة جداً، في وقت أنَّ صناعة الحلال بحاجة إلى حلول لكثير من تحدياتها ومشاكلها.

التوصيات

من خلال ما توصلت إليه من نتائج واستنتاجات يوصي الباحث لمن له الشأن بما يأتي:

١- على العلماء والدعاة زرع الوعي في نفوس المسلمين وتثقيفهم بأن الحلال أمر ديني، أوجبه الشريعة الإسلامية على العباد في جميع أنماط حياتهم، كما إن على التعليم الأكاديمي وضع البرامج التوعوية لذلك.

٢- إن على الجامعات المتخصصة في العلوم الشرعية، وبالتحديد الأقسام التي تُعنى بالمعاملات المالية والإقتصاد الإسلامي طرح مناهج تعليمية في صناعة الحلال وخدماته، وإجراء الورش والتدريبات اللازمة للإرتقاء بالموظفين والعاملين في جميع قطاعاته المختلفة، تنظيراً شرعياً وتطبيقاً عملياً، من أجل ضمان جودة المنتجات ونوعية وكفاءة الخدمات المقدمة.

٣- إنشاء مراكز للأبحاث العلمية والتطوير تختص في مجال صناعة الحلال وتحدياته وقضاياها المستجدة، لتكون سندا للهيئات الشرعية، والمختصين في الإبتكار المالي، وهيئات التطوير والمقاييس والسيطرة.

٤- الإهتمام بجوده وتنوع المنتجات والخدمات في كافة قطاعات الإقتصاد الإسلامي، لتكون مؤهلاً لها للوصول إلى الأسواق العالمية.

٥- إستغلال كافة الوسائل الحديثة والطرق الممكنة لتوريد منتجات الحلال، من خلال الأسواق التجارية، والتسويق الإلكتروني، والمشاركة في المعارض الدولية.

٦- أوصي الدول الإسلامية الى تبني منتجات وخدمات الحلال، والإستفادة من التجارب الناجحة لبعض الدول الإسلامية في هذا المجال.

- ٧- أوصي وزارة الأوقاف في البلاد الإسلامية أن تكون لها هيئات تشارك في الإشراف والمتابعة على المنتجات السلعية الواردة إلى الدول الإسلامية، وذلك بالتعاون والتنسيق مع الجهات الحكومية المسؤولة على المنافذ الحدودية.
- ٨- أن تشكل لجان شرعية من كبار العلماء ومختصين تقنيين وفنيين، للنظر في النوازل والمسائل المتعلقة بمنتجات الحلال، مثل قضايا مكونات الأغذية والمضافات والمواد الحافظة، والجيلاتين الحيواني، وتخدير الحيوان وأثره على صحة الإنسان، إلى غير ذلك من المواد المكونة للمستحضرات الدوائية ومواد التجميل وغيرها.
- ٩- يجب على فقهاء المسلمين أن تتحد آراؤهم تحت مظلة الإجماع تجاه شؤون الحلال والحرام خاصة في قضايا النوازل، وعدم تشتيت الأمه وتضييعها ببث رأي مذهب ما، وإنزاله على القضايا المعاصرة.
- ١٠- أَدْعُو هيئات إصدار شهادات الحلال إلى توحيد معايير ومواصفات اعتماد الحلال على مستوى العالم، وإصدار دليل إرشادي لتسهيل مهمة الصناعات، وأن تكون لهذه الهيئات جهة رقابية شرعية موثوق بأمانتها وإخلاصها، تمثل مرجعاً لتوثيق السلع والخدمات والمصادقة عليها.
- ١١- على المصنعين المنتجين دراسة سلوك وتوجهات المستهلكين، لإبتكار صناعات وخدمات جديدة تلبي الرغبات ليس في العالم الإسلامي فقط، بل في جميع دول العالم الأخرى.
- ١٢- أَدْعُو المصارف الإسلامية أن تدخل في شراكة حقيقة مع القطاعات الإنتاجية، لتمكين صناعة الحلال، عبر إستخدام الأدوات التمويلية المناسبة التي تضمن تحقيق مقاصد الأطراف كافة.
- ١٣- على التجار ورجال الأعمال المسلمين الإستثمار في تجارة السلع الحلال، لتمكين صناعات الإقتصاد الإسلامي.
- ١٤- ضرورة إنشاء أسواق عالمية لتسويق الحلال، بعد ضمان سلسلة توريد متكاملة تبدأ من العمل والإستثمار لتنتهي بالترويج والتوزيع إلى المستهلكين.

١٥- يجب تفعيل جمعيات حماية المستهلك المسلم من الغش والتدليس والطمع والإستغلال، خاصة في المجتمعات الغربية التي تقطنها الجاليات الإسلامية.

١٦- ينبغي على الحكومات منع إستيراد أي سلع أو الحصول على خدمات مخالفة للحلال وضوابطه، وإنزال العقوبات بحق من يمرر شحنات لمنتجات لا تنطبق عليها مواصفات الحلال.

١٧- إنشاء مختبرات متخصصة للكشف عن الحلال من عدمه، كما ينبغي الإستفادة من التقنيات والتكنولوجيا الحديثة وإدخالها في صناعة الحلال، والكشف عن الأعيان الداخلة في مكونات الأغذية والأشربة والأدوية.

١٨- أوصي حكوماتنا الإسلامية بدعم صناعات الحلال، بالتمكين لها مالياً وقانونياً وتقديم كافة التسهيلات والفرص لإنجاحها، والإهتمام بالقطاعات التي تعود على ميزانية الدول بالموارد المالية الطائلة، كقطاع الأغذية الحلال، وقطاع السياحة والسفر الحلال، وخدمات المالية الإسلامية، وباقي أشكال الصناعات والخدمات التي تحقق عائداً مربحاً ولو على الأمد البعيد.

١٩- على منظمة التعاون الإسلامي والهيئات الإسلامية في دول العالم، إطلاق مبادرات إبتكارية لعولمة صناعة الحلال، في ظل الإمكانيات والفرص والنجاحات التي يحققها.

٢٠- من خلال الغوص في أعماق هذا البحث، تبين لي ان هناك جوانب هامة لا تزال بحاجة الى المزيد من الدراسة والتحليل، والتي يمكن ان تكون مقترحات لأبحاث تنفع الطلبة المختصين في مجال الاقتصاد الاسلامي، ولعل من أهمها:

أ- أفراد التحديات التي تواجه صناعة الحلال، وقضايا تطوير وابتكار المنتجات بدراسة مستقلة، وإيجاد الحلول المناسبة لها، من غير الاقتصار على التنظير الشرعي فقط.

ب- دور التمويل الإسلامي في دعم قطاعات منتجات الحلال.

ت- تسويق منتجات وخدمات الحلال عالمياً.

ث- دور التكنولوجيا الرقمية في تمكين صناعة الحلال.

ج- كما ان كل قطاعات الاقتصاد الإسلامي الإنتاجية والخدمية، بحاجة الى دراسة مفصلة على انفراد.



الفهارس العامة

وتتضمن:

- فهرس الآيات القرآنية
- فهرس الأحاديث النبوية

فهرس الآيات القرآنية

ت	جزء من الآية	السورة	رقم الآية	الصفحة
١.	﴿ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ فَزَادَهُمُ اللَّهُ مَرَضًا وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ بِمَا كَانُوا يَكْذِبُونَ ﴾	البقرة	١٠	٢٨١
٢.	﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ﴾	البقرة	١٦٨	٣٣
٣.	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ ﴾	البقرة	١٧٢	٢٠٥
٤.	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْئُومٍ فَأَكْتُمُوهُ ﴾	البقرة	٢٨٢	٨٨
٥.	﴿ وَلَا ضَلَالَنَّهُمْ وَلَا مُمْسِكِنَهُمْ وَلَا مَرْتَبَهُمْ فَيَتَّبِعَكُنَّ ءَاذَانَ الْآفَاعِ وَلَا مَرْتَبَهُمْ فَيُغَيِّرَتِ خَلْقَ اللَّهِ ﴾	النساء	١١٩	٢٧٢
٦.	﴿ قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَيْثُ وَالطَّيْبُ وَلَوْ ءَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَيْثِ ﴾	المائدة	١٠٠	٢٣
٧.	﴿ * يَدْبِي ءَادَمَ خُدُوا زَيْتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾	الأعراف	٣١	٢٧١
٨.	﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا ﴾	التوبة	٦٠	١٧٢
٩.	﴿ خُذْ مِنْ ءَمُولِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا ﴾	التوبة	١٠٣	١٧١
١٠.	﴿ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا ﴾	هود	٦١	٢٦
١١.	﴿ قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴾	يوسف	٤٧	٢٨
١٢.	﴿ وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رِوْسًا وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغِشِي اللَّيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٥٠﴾ وَفِي	الرعد	٢٠١	٣٣

الصفحة	رقم الآية	السورة	جزء من الآية	ت
			الْأَرْضِ قَطْعٌ مُتَجَوِّرَةٌ وَحَنَّتْ مِّنْ أَعْتَابٍ وَرَزَعٌ وَنَجِيلٌ صِنَوَانٌ وَعَيْرٌ صِنَوَانٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَجِدٍ وَنُفُضٌ بَعْضُهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأَكْلِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴿٥٠﴾	
٣٥	٢٦	الإسراء	﴿وَلَا تَبْذُرْ تَبَذِيرًا﴾	.١٣
٢٠٥	٥١	المؤمنون	﴿يَأْتِيهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَأَعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾	.١٤
٢٥٥ ٢٥٧ ٢٧٣	٣١	النور	﴿وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ﴾	.١٥
٢٨١	٣٢	الأحزاب	﴿يَنْسَاءَ النَّبِيِّ لَسُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنْ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ﴾	.١٦
٢٥٦	٥٩	الأحزاب	﴿يَأْتِيهَا النَّبِيُّ قُلٌّ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبِيبِهِنَّ﴾	.١٧
١٩	١٣	الجنات	﴿وَسَخَّرْ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾	.١٨
٢٨	١٥	الملك	﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾	.١٩
٣٢٩	٩	المطففين	﴿كِتَابٌ مَّرْقُومٌ﴾	.٢٠
١٨٠	٣	البلد	﴿وَهَذَا الْبَلَدِ الْأَمِينِ﴾	.٢١



فهرس الأحاديث النبوية الشريفة

الصفحة	طرف الحديث	ت
٢٥٩	((أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ لَمْ يَكُنْ يَتْرُكُ فِي بَيْتِهِ))	.١
٢٥٤	((إِنَّ هَذِهِ مِنْ ثِيَابِ الْكُفَّارِ فَلَا تَلْبَسْهَا))	.٢
٢٩٩	((أَنَا بَرِيءٌ مِنْ كُلِّ مُسْلِمٍ يُقِيمُ))	.٣
٢٥٩	((إِنَّا لَا نَدْخُلُ بَيْتًا فِيهِ كَأْبٌ وَلَا صُورَةٌ))	.٤
٢١١	((إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ))	.٥
٢٥٨	((أَيُّمَا امْرَأَةٍ اسْتَعْطَرَتْ فَمَرَّتْ عَلَى قَوْمٍ))	.٦
٢٠٥	((أَيُّهَا النَّاسُ، إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا))	.٧
٢٧١	((خَالِفُوا الْمُشْرِكِينَ: وَفِرُوا اللَّحَى))	.٨
٢٥٧	((صِنْفَانِ مِنْ أَهْلِ النَّارِ لَمْ أَرَهُمَا))	.٩
٢٧	((عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ))	.١٠
٢٥٢	((عَطِّ فَحْدَكَ فَإِنَّهَا مِنَ الْعَوْرَةِ))	.١١
٢٥٤	((كُلُوا وَاشْرَبُوا وَالْبَسُوا وَتَصَدَّقُوا))	.١٢
٨٨	((لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ))	.١٣
٣٠٠	((لَا تَدْخُلُوا مَسَاكِينَ))	.١٤
٢٩٨	((لَا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ))	.١٥
٣٧	((لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ))	.١٦
٢٥٣	((لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ الرَّجُلَ))	.١٧
٢٥٨	((لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ الْمُتَشَبِّهِينَ))	.١٨
٣١	((مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ))	.١٩
٨٩	((مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ))	.٢٠
٢٥٨	((مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ))	.٢١
٣٤	((مَنْ كَانَتْ لَهُ أَرْضٌ فَلْيُرْرِعْهَا))	.٢٢
٢٥٤	((مَنْ لَيْسَ ثَوْبٌ شُهْرَةٌ أَلْبَسَهُ اللَّهُ))	.٢٣

الصفحة	طرف الحديث	ت
٢٤	((وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكْلَ شَيْءٍ))	.٢٤
٢١٢	((وَإِيْمُ اللَّهِ لَوْ أَنَّ فَاطِمَةَ))	.٢٥
٢٩٨	((وَمَنْ رَكِبَ الْبَحْرَ حِينَ يَرْتَجُّ))	.٢٦





المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً: كتب تفسير القرآن الكريم:

١. أحكام القرآن: أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي (ت: ٣٧٠هـ)، تحقيق محمد صادق القمحاوي، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ١٤٠٥هـ.
٢. بحر العلوم (تفسير السمرقندي): أبو الليث نصر بن محمد بن أحمد بن إبراهيم السمرقندي (ت: ٣٧٥هـ)، تحقيق: الشيخ علي محمد معوض، الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، الدكتور زكريا عبد المجيد النوتي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
٣. التفسير البسيط: أبو الحسن علي بن أحمد بن محمد بن علي الواحدي، النيسابوري، الشافعي (ت: ٤٦٨هـ)، عمادة البحث العلمي - جامعة محمد بن سعود الإسلامية، ط١، ١٤٣٠هـ.
٤. تفسير البغوي: أبو محمد الحسين بن مسعود بن محمد بن الفراء البغوي الشافعي (ت: ٥١٠هـ)، تحقيق: عبد الرزاق المهدي، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط١، ١٤٢٠هـ.
٥. تفسير القرآن العظيم (تفسير ابن كثير): أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير القرشي البصري ثم الدمشقي (ت: ٧٤هـ)، تحقيق: محمد حسين شمس الدين، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٩هـ.
٦. تفسير القرطبي: أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي (ت: ٦٧١هـ)، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية - القاهرة، ط٢، ١٣٨٤هـ - ١٩٦٤م.
٧. جامع البيان في تأويل القرآن (تفسير الطبري): محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الأملي، أبو جعفر الطبري (ت: ٣١٠هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.
٨. زاد المسير في علم التفسير: جمال الدين أبو الفرج عبد الرحمن بن علي بن محمد الجوزي (ت: ٥٩٧هـ)، تحقيق: عبد الرزاق المهدي، دار الكتاب العربي - بيروت، ط١، ١٤٢٢هـ.
٩. فتح القدير الجامع بين فني الراية والدراية من علم التفسير: محمد بن علي بن محمد الشوكاني، دار الفكر - بيروت.

ثالثاً: كتب الحديث النبوي الشريف وعلومه:

١٠. الإجماع: أبو بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر النيسابوري (ت: ٣١٩هـ)، تحقيق: فؤاد عبد المنعم أحمد، دار المسلم، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
١١. الأحكام الشرعية الصغرى: عبد الحق بن عبد الرحمن الأندلسي الأشبيلي (ت: ٥٨١هـ)، تحقيق: أم محمد بنت أحمد الهليس، مكتبة إبن تيمية، القاهرة - مصر، مكتبة العلم، جدة - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
١٢. الأدب المفرد: أبو عبد الله، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة البخاري (ت: ٢٥٦هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار البشائر الإسلامية - بيروت، ط٣، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م.
١٣. إرشاد الساري لشرح صحيح البخاري: أحمد بن محمد بن أبي بكر بن عبد الملك القسطلاني، أبو العباس، شهاب الدين (ت: ٩٢٣هـ)، المطبعة الكبرى الأميرية، مصر، ط٧، ١٣٢٣هـ.
١٤. الإستذكار: أبو عمر بن عبد الله بن محمد بن عبد البر بن عاصم النمري القرطبي (ت: ٤٦٣هـ)، تحقيق: سالم محمد عطا، محمد علي معوض، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٣٢١هـ - ٢٠٠٠م.
١٥. الإفصاح عن معاني الصحاح: أبو المظفر يحيى بن هبيرة بن محمد بن هبيرة الذهلي الشيباني (ت: ٥٦٠هـ)، تحقيق: فؤاد عبد المنعم أحمد، دار الوطن، ١٤١٧هـ.
١٦. البدر التمام شرح بلوغ المرام: الحسين بن محمد بن سعيد اللاعي، المعروف بالمغربي (ت: ١١١٩هـ)، تحقيق: علي بن عبد الله الزين، دار هجر، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م.
١٧. البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير إبن الملتن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري (ت: ٨٠٤هـ)، تحقيق: مصطفى أبو الغيط وعبد الله بن سليمان ويأسر بن كمال، دار الهجرة، الرياض-السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
١٨. التلخيص الحبير في تخريج أحاديث الرافعي الكبير: أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلاني (ت: ٨٥٢هـ)، تحقيق: أبو عاصم حسن بن عباس بن قطب، مؤسسة قرطبة، مصر، ط١، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م.
١٩. التوضيح لشرح الجامع الصحيح: إبن ملتن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري (ت: ٨٠٤هـ)، تحقيق: دار الفلاح لبحث العلمي وتحقيق التراث، دار النوادر، دمشق - سوريا، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.

٢٠. سنن ابن ماجه: ابن ماجه أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، وماجة إسم أبيه يزيد (ت: ٢٧٣هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابي الحلبي.
٢١. سنن أبي داود: أبو داود سليمان الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السجستاني (ت: ٢٧٥هـ)، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية - بيروت.
٢٢. سنن الترمذي: محمد بن عيسى بن سورة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى (ت: ٢٧٩هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، ومحمد فؤاد عبد الباقي، وإبراهيم عطوة عوض، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط٢، ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م.
٢٣. سنن الدار قطني: أبو الحسن علي بن عمر بن أحمد بن مهدي بن مسعود بن النعمان بن دينار البغدادي الدارقطني (ت: ٣٨٥هـ)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، حسن عبد المنعم شلبي، عبد اللطيف حرز الله، أحمد برهوم، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م.
٢٤. السنن الكبرى: أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب بن علي الخراساني، النسائي (ت: ٣٠٣هـ)، تحقيق: حسن عبد المنعم شلبي، مؤسسة الرسالة - بيروت، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م.
٢٥. شرح الزركشي على مختصر الخرقى: شمس الدين محمد بن عبد الله الزركشي المصري الحنبلي (ت: ٧٧٢هـ)، دار العبيكان، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
٢٦. شرح رياض الصالحين: محمد بن صالح بن محمد العثيمين (ت: ١٤٢١هـ)، دار الوطن للنشر، الرياض، ١٤٢٦هـ.
٢٧. شرح سنن ابن ماجه: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١هـ)، تحقيق: رائد بن صبري بن أبي علفة، بيت الأفكار الدولية - عمان، ط١، ٢٠٠٧م.
٢٨. شرح سنن أبي داود: شهاب الدين أبو العباس أحمد بن حسين بن علي بن رسلان المقدسي الرملي الشافعي (ت: ٨٤٤هـ)، تحقيق: عدد من الباحثين بإشراف خالد الرباط، دار الفلاح، الفيوم - مصر، ط١، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م.
٢٩. شرح صحيح البخاري لابن بطلال: ابن بطلال، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك (ت: ٤٤٩هـ)، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، مكتبة الرشد، الرياض - السعودية، ط٢، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.

٣٠. شرح مصابيح السنة للإمام البغوي: محمد بن عز الدين عبد اللطيف بن عبد العزيز الحنفي المشهور بـ ابن المَلَك (ت: ٨٥٤هـ)، تحقيق: لجنة مختصة من المحققين بإشراف: نور الدين طالب، إدارة الثقافة الإسلامية، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
٣١. صحيح البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي (ت: ٢٥٦هـ)، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة، ط١، ١٤٢٢هـ.
٣٢. صحيح مسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري (ت: ٢٦١هـ)، تحقيق: محمد عبد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت.
٣٣. عمدة القاري شرح صحيح البخاري: أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابي الحنفي بدر الدين العيني (ت: ٨٥٥هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت.
٣٤. فيض القدير شرح الجامع الصغير: زين الدين محمد المدعو بعبد الرؤوف بن تاج العارفين بن علي بن زين العابدين الحدادي ثم المناوي القاهري (ت: ١٠٣١هـ)، المكتبة التجارية الكبرى - مصر، ط١، ١٣٥٦هـ.
٣٥. الكاشف عن حقائق السنن: شرف الدين الحسين بن عبد الله الطيبي (ت: ٧٤٣هـ)، تحقيق: د. عبد الحميد هنداوي، مكتبة نزار مصطفى الباز، مكة المكرمة - الرياض، ط١، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧م.
٣٦. المستدرک علی الصحيحين: أبو عبد الله الحاكم محمد بن عبد الله بن محمد النيسابوري (ت: ٤٠٥هـ)، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م.
٣٧. مسند الإمام أحمد: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني (المتوفى: ٢٤١هـ)، تحقيق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م.
٣٨. المفهم لما أشكل من تلخيص كتاب مسلم: أبو العباس أحمد بن عمر بن إبراهيم القرطبي (ت: ٦٥٦هـ)، تحقيق: مجموعة من المحققين، دار ابن كثير، دمشق - بيروت.
٣٩. المقاصد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة: شمس الدين أبو الخير محمد بن عبد الرحمن بن محمد السخاوي (ت: ٩٠٢هـ)، تحقيق: محمد عثمان الخشت، دار الكتاب العربي - بيروت، ط١، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م.
٤٠. المقرر على أبواب المحرر: يوسف بن ماجد بن أبي المجد المقدسي الحنبلي (ت: ٧٨٣هـ)، دار الرسالة العالمية، دمشق - سوريا، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.

٤١. المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج: أبو زكريا يحيى بن شرف النووي (ت: ٦٧٦هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط٢، ١٣٩٢.
٤٢. نصب الرأية: جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (ت: ٧٦٢هـ)، تحقيق: محمد عوامه، مؤسسة الريان، بيروت - لبنان، دار القبلة للثقافة الإسلامية، جدة - السعودية، ط١، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م.
٤٣. نيل الأوطار: محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني (ت: ١٢٥٠هـ)، تحقيق: عصام الدين الصبابطي، دار الحديث - مصر، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
- رابعاً: كتب الفقه المذهبي:

• كتب المذهب الحنفي:

٤٤. البحر الرائق شرح كنز الدقائق: زين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري (ت: ٩٧٠هـ)، دار الكتاب الإسلامي، ط٢، بدون تاريخ.
٤٥. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع: علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي (ت: ٥٨٧هـ)، دار الكتب العلمية - لبنان، ط٢، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.
٤٦. البناية شرح الهداية: أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الحنفي (ت: ٨٥٥هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.
٤٧. تبين الحقائق شرح كنز الدقائق: عثمان بن علي بن محجن البارعي، فخر الدين الزيلعي الحنفي (ت: ٧٤٣هـ)، المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، ط١، ١٣١٣هـ.
٤٨. تحفة الفقهاء: محمد بن أحمد بن أبي أحمد، أبو بكر علاء الدين السمرقندي (ت: ٥٤٠هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط٢، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م.
٤٩. درر الحكام شرح غرر الأحكام: محمد بن فرامرز بن علي الشهير بملا خسرو (ت: ٨٨٥هـ)، دار إحياء الكتب العربية، بدون تاريخ.
٥٠. رد المحتار على الدر المختار: محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين الدمشقي الحنفي، المعروف بابن عابدين (ت: ١٢٥٢هـ)، دار الفكر - بيروت، ط٢، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م.
٥١. كنز الدقائق: أبو البركات عبد الله بن أحمد بن محمود حافظ الدين النسفي (ت: ٧١٠هـ)، تحقيق: أ. د. سائد بكداش، دار البشائر الإسلامية، دار السراج، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٥٢. الهداية في شرح بداية المبتدي: علي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني المرغاني (ت: ٥٩٣هـ)، تحقيق: طلال يوسف، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، ١٩٩٥م.

• كتب المذهب المالكي:

٥٣. بداية المجتهد ونهاية المقتصد: أبو الوليد محمد بن أحمد بن محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، الشهير بإبن رشد الحفيد (ت: ٥٩٥٩هـ)، دار الحديث - القاهرة، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٥٤. التفرغ في فقه الإمام مالك بن أنس: عبيد الله بن الحسين بن الحسن أبو القاسم ابن الجلاب المالكي (ت: ٣٧٨هـ)، تحقيق: سيد كسروي حسن، دار لكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.
٥٥. التوضيح في شرح مختصر إبن الحاجب: خليل بن إسحاق بن موسى، ضياء الدين الجندي المالكي المصري (ت: ٧٧٦هـ)، تحقيق: د. أحمد بن عبد الكريم نجيب، مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.
٥٦. حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرياني: أبو الحسن علي بن أحمد بن مكرم الصعيدي العدوي (ت: ١١٨٩هـ)، تحقيق يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر - بيروت، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.
٥٧. خلاصة الجواهر الزكية في فقه المالكية: أحمد بن توكي بن أحمد المنشليبي المالكي (ت: ٩٧٩هـ)، المجمع الثقافي، أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٢م.
٥٨. شرح الزرقاني على مختصر خليل: عبد الباقي بن يوسف بن أحمد الزرقاني المصري (ت: ١٠٩٩هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠٢م.
٥٩. شرح زروق على متن الرسالة: شهاب الدين أبو العباس أحمد بن أحمد بن محمد بن عيسى البرنسي الفاسي، المعروف بـ زروق (ت: ٨٩٩هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م.
٦٠. عيون المسائل: أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي البغدادي المالكي (ت: ٤٢٢هـ)، دراسة وتحقيق: علي محمد إبراهيم بورويبة، دار إبن حزم، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.
٦١. الفواكه الدواني على رسالة إبن أبي زيد القيرواني: أحمد بن غانم (أو غنيم) بن سالم إبن مهنا، شهاب الدين النفراوي الأزهري المالكي (ت: ١١٢٦هـ)، دار الفكر، ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م.
٦٢. المقدمات الممهديات: أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي (ت: ٥٢٠هـ)، تحقيق: الدكتور محمد حجي، دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م.
٦٣. منح الجليل شرح مختصر خليل: محمد بن أحمد بن محمد عlish، أبو عبد الله المالكي (ت: ١٢٩٩هـ)، دار الفكر - بيروت، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م.

٦٤. مواهب الجليل في شرح مختصر خليل: شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، المعروف بالحطاب (ت: ٩٥٤هـ)، دار الفكر، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م.

• كتب المذهب الشافعي:

٦٥. الأم: الشافعي، أبو عبد الله محمد بن إدريس بن العباس بن عثمان بن شافع بن عبد المطلب بن عبد مناف المطلبي القرشي المكي (ت: ٢٠٤هـ)، دار المعرفة - بيروت، ١٤١٠هـ - ١٩٩٠م.

٦٦. فتح العزيز بشرح الوجيز: عبد الكريم بن محمد الرافعي القزويني (ت: ٦٢٣هـ)، دار الفكر، بدون تاريخ.

٦٧. مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج: شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي (ت: ٩٧٧هـ)، دار الكتب العلمية - لبنان، ط١، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م.

٦٨. المهذب في فقه الإمام الشافعي: أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي (ت: ٤٧٦هـ)، دار الكتب العمية - لبنان، ١٤١٦هـ - ١٩٥٥م.

٦٩. النجم الوهاج في شرح المنهاج: كمال الدين، محمد بن موسى بن عيسى بن علي الدميمري أبو البقاء الشافعي (ت: ٨٠٨هـ)، تحقيق: لجنة علمية، دار المنهاج - جدة، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

٧٠. نهاية المطلب في دراية المذهب: عبد الملك بن عبد الله بن يوسف بن محمد الجويني، أبو المعالي، ركن الدين، الملقب بإمام الحرمين (ت: ٤٧٨هـ)، تحقيق: عبد العظيم محمود الديب، دار المنهاج، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.

• كتب المذهب الحنبلي:

٧١. الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف: علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرداوي الدمشقي الصالحي الحنبلي (ت: ٨٨٥هـ)، دار إحياء التراث العربي، ط٢، بدون تاريخ.

٧٢. دليل الطالب لنيل المطالب: مرعي بن يوسف بن أبي بكر بن أحمد الكرمي المقدسي الحنبلي (ت: ١٠٣٣هـ)، تحقيق: أبو قتيبة نظر محمد الفاريابي، دار طيبة - الرياض، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

٧٣. شرح الزركشي على مختصر الخرقى: شمس الدين محمد بن عبد الله الزركشي المصري الحنبلي (ت: ٧٧٢هـ)، دار العبيكان، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.

٧٤. الشرح الكبير على متن المقنع: عبد الرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي الجماعيلي الحنبلي (ت: ٦٨٢هـ)، دار الكتاب العربي.
٧٥. العدة شرح العمدة: عبد الرحمن بن إبراهيم بن أحمد، أبو محمد بهاء الدين المقدسي (ت: ٦٢٤هـ) دار الحديث - القاهرة، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
٧٦. فتح الملك العزيز بشرح الوجيز: علي بن البهاء البغدادي الحنبلي (ت: ٩٠٠هـ)، تحقيق: أ.د. عبد الملك بن دهيش، دار خضر، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م.
٧٧. الفروع وتصحيح الفروع: محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين المقدسي الراميني ثم الصالحي الحنبلي (ت: ٧٦٣هـ)، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
٧٨. الكافي في فقه الإمام أحمد: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة الجماعيلي، الشهير بابن قدامة (ت: ٦٢٠هـ)، دار الكتب العلمية، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م.
٧٩. كشف القناع على متن الإقناع: منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي (ت: ١٠٥١هـ)، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، بدون تاريخ.
٨٠. المغني لابن قدامة: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي (ت: ٦٢٠هـ)، مكتبة القاهرة، ١٣٨٨هـ - ١٩٦٨م.
٨١. منتهى الإرادات: تقي الدين محمد بن أحمد الفتوحي الحنبلي الشهير بإبن النجار (ت: ٩٧٢هـ)، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٩م.
٨٢. الهداية على مذهب الإمام أحمد: محفوظ بن أحمد بن الحسن، أبو الخطاب الكلوزاني (ت: ٥١٠هـ)، تحقيق: عبد اللطيف هميم - ماهر ياسين الفحل، مؤسسة غراس، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

خامساً: كتب الفقه العام:

٨٣. الإقناع في شرح عمدة الأحكام: عبد العزيز بن عبد الله بن باز (ت: ١٤٢٠هـ)، تحقيق: سعد بن علي بن وهف القحطاني، مؤسسة الجريسي.
٨٤. الإقناع في مسائل الإجماع: علي بن محمد بن عبد الملك الكتامي الحميري الفاسي، أبو الحسن ابن القطان (ت: ٦٢٨هـ)، تحقيق: حسن فوزي الصعيدي، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م.

٨٥. توضيح الأحكام من بلوغ المرام: أبو عبد الرحمن عبد الله بن عبد الرحمن بن صالح التميمي (ت: ١٤٢٣هـ)، مكتبة الأسد - مكة المكرمة، ط ٥، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.
٨٦. توضيح الأحكام من بلوغ المرام: أبو عبد الرحمن عبد الله بن عبد الرحمن بن صالح بن حمد بن محمد بن حمد بن إبراهيم البسام التميمي (ت: ١٤٢٣هـ)، مكتبة الأسد، مكة المكرمة، ط ٥، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.
٨٧. توضيح الأحكام من بلوغ المرام: أبو عبد الرحمن عبد الله بن عبد الرحمن بن صالح بن حمد بن محمد بن حمد بن إبراهيم البسام التميمي (المتوفى: ١٤٢٣هـ)، مكتبة الأسد، مكة المكرمة، ط ٥، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.
٨٨. صحيح فقه السنة وأدلته وتوضيح مذاهب الأئمة: أبو مالك كمال بن السيد سالم، المكتبة التوفيقية - القاهرة، ٢٠٠٣م.
٨٩. عمدة الأحكام من كلام خير الأنام ﷺ: عبد الغني بن عبد الواحد، أبو محمد تقي الدين المقدسي (ت: ٦٠٠هـ)، تحقيق: محمود الأرناؤوط، دار الثقافة العربية، دمشق - بيروت، ط ٢، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م.
٩٠. مراتب الإجماع في العبادات والمعاملات والإعتقادات: أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري (ت: ٤٥٦هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت.
٩١. الموسوعة الفقهية الكويتية: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، الطبعة من ١٤٠٤هـ - ١٤٢٧هـ.

سادساً: كتب أصول الفقه والقواعد الفقهية:

٩٢. الأشباه والنظائر: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: ٩١١هـ)، دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م.
٩٣. أصول السرخسي: محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي (ت: ٤٨٣هـ)، دار المعرفة - بيروت.
٩٤. شرح الكوكب المنير: تقي الدين أبو البقاء محمد بن أحمد بن عبد العزيز بن علي الفتوح المعروف بابن النجار الحنبلي (ت: ٩٧٢هـ)، تحقيق: محمد الزحيلي ونزيه حماد، مكتبة العبيكان، ط ٢، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م.
٩٥. المنثور في القواعد الفقهية: أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي (ت: ٧٩٤هـ)، وزارة الأوقاف الكويتية، ط ٢، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م.
٩٦. الموافقات: إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي (ت: ٧٩٠هـ)، تحقيق: أبو عبيدة مشهور آل سلمان، دار ابن عفان، ط ١، ١٤١٧هـ - ١٩٩٧م.

٩٧. موسوعة القواعد الفقهية: محمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحراث الغزي، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
٩٨. النبذة الكافية في أحكام أصول الدين: أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري (ت: ٤٥٦هـ)، تحقيق: محمد أحمد عبد العزيز، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤٠٥هـ.
٩٩. الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية: الشيخ الدكتور محمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحراث الغزي، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م.

سابعاً: كتب المعاجم اللغوية والاصطلاحية:

١٠٠. أساس البلاغة: أبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الزمخشري جار الله (ت: ٥٣٨هـ)، تحقيق: محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م.
١٠١. تاج العروس من جواهر القاموس: محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب بمرتضى الزبيدي (ت: ١٢٠٥هـ)، تحقيق: مجموعة من المحققين، دار الكتب العلمية - بيروت، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
١٠٢. تهذيب اللغة: محمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، أبو منصور (ت: ٣٧٠هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط١، ٢٠٠١م.
١٠٣. التوقيف على مهمات التعاريف: زين الدين محمد المدعو بعبد الرؤوف بن تاج العارفين بن علي بن زين العابدين الحدادي ثم المناوي القاهري (ت: ١٠٣١هـ)، عالم الكتب ٣٨ عبد الخالق ثروت-القاهرة، ط١، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م.
١٠٤. جمهرة اللغة: أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد الأزدي (ت: ٣٢١هـ)، تحقيق: رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين - بيروت، ط١، ١٩٨٧م.
١٠٥. الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: أبو نصر إسماعيل بن حماد الفارابي (ت: ٣٩٣هـ)، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، ط٤، ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م.
١٠٦. الفروق اللغوية: أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل بن سعيد بن يحيى بن مهران العسكري (ت: نحو ٣٩٥هـ)، تحقيق: محمد إبراهيم سليم، دار العلم والثقافة، القاهرة - مصر.
١٠٧. القاموس الفقهي: د. سعدي أبو حبيب، دار الفكر، دمشق - سوريا، ط٢، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م.

١٠٨. لسان العرب: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الانصاري الرويفعي الافريقي (المتوفى: ٧١١هـ)، دار صادر - بيروت، ط٣، ١٤١٤هـ.
١٠٩. المحكم والمحيط الأعظم: أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: ٤٥٨هـ)، تحقيق: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
١١٠. مختار الصحاح: زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي (ت: ٦٦٦هـ)، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية - بيروت، ط٥، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م.
١١١. المخصص: أبو الحسين علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: ٤٥٨هـ)، تحقيق: خليل إبراهيم جفال، دار إحياء التراث العربي - بيروت، ط١، ١٤١٧هـ - ١٩٩٦م.
١١٢. المصباح المنير في غريب الشرح الكبير: أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، أبو العباس (المتوفى: ٧٧٠هـ)، المكتبة العلمية - بيروت.
١١٣. معجم اللغة العربية المعاصرة: د. أحمد مختار عبد الحميد عمر (ت: ١٤٢٤هـ)، بمساعدة فريق عمل، عالم الكتب، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.
١١٤. معجم المصطلحات الإقتصادية والإسلامية: علي بن محمد الجمعة، مكتب العبيكان، ٢٠٠٠م.
١١٥. المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية - مصر، ط٥، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
١١٦. المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
١١٧. معجم لغة الفقهاء: محمد قلعي، دار النفائس - بيروت، ط٢، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م.
١١٨. معجم مصطلحات التقانة الحيوية في الغذاء والزراعة: منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة - القاهرة، ٢٠٢١م.
١١٩. معجم مقاييس اللغة: أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين (ت: ٣٩٥هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.
١٢٠. النهاية في غريب الحديث والأثر: مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد بن محمد بن محمد أبن عبد الكريم الشيباني الجزري ابن الأثير (ت: ٦٠٦هـ)، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي، المكتبة العلمية - بيروت، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.

ثامناً: كتب التاريخ:

١٢١. تاريخ عمر بن الخطاب: الإمام جمال الدين أبو الفرج بن الجوزي، مطبعة السعادة - مصر، ط١، ١٣٤٢هـ - ١٩٢٤م.

١٢٢. الإجتهد الفقهي في مجال الصناعات الغذائية والدوائية: عبد الفتاح محمود إدريس، مجلة المسلم المعاصر، العدد ١١١، مارس ٢٠٠٤م.
١٢٣. استخدام الصكوك الإسلامية في الإستثمار وفي تمويل مشاريع التنمية: د. عبد القادر خداوي مصطفى، د. خليفة منية، د. لجدل خالد، مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية، العدد الرابع، سبتمبر ٢٠١٨م.
١٢٤. الإستصناع وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي: د. صالح بن أحمد الوشيل، مجلة الجمعية الفقهية السعودية، العدد ٣٤، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م.
١٢٥. أسلمة العلامات التجارية كمدخل استراتيجي للتموقع في سوق الأغذية الحلال، علامة مكدونالدز نموذجاً: د. فتيحة دليمي، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد ١١، العدد ٢، ٢٠١٨م.
١٢٦. الأسواق المالية: د. محمد القرني عيد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد السادس، ١٤١٠هـ - ١٩٩٠م.
١٢٧. آفاق صناعة الحلال العالمية: د. حسين عبد المطلب الأسرح، مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، العدد ٥٢، أيلول ٢٠١٦م.
١٢٨. بيع المرابحة للأمر بالشراء، دراسة في المفهوم، الإجراءات، الضوابط الشرعية: د. حلموس الأمين، ط. كزيز نسرين، مجلة الامتياز لبحوث الإقتصاد والإدارة: المجلد ١، العدد ١، ٢٠١٧م.
١٢٩. تأثير تفشي جائحة فيروس كورونا المستجد على صناعة التمويل الإسلامي: أحمد مهدي بلوافي، مجلة بيت المشورة - قطر، العدد ١٣، أغسطس ٢٠٢٠م.
١٣٠. ترقية منتجات السياحة الحلال في الجزائر: د. ثابتي الحبيب، د. بن عبو الجيالي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، لندن - المملكة المتحدة، المجلد ٢، العدد ١، ٢٨ شباط ٢٠١٣م - ربيع الأول ١٤٣٤هـ.
١٣١. تسويق السياحة الحلال آفاق وتحديات، دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا: د. فوزية بوصفصاف، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد ٣، العدد ٤، حزيران ٢٠١٨م، ص ٢٨٣.
١٣٢. التمويل الإسلامي للمشاريع الإقتصادية - فرص وتحديات: أ. موساوي زهية، أ. خالد خديجة، مجلة الباحث، عدد ٤، ٢٠٠٦م.
١٣٣. تنمية موارد الوقف والحفاظ عليها، دراسة فقهية مقارنة: علي محي الدين القره داغي، مجلة أوقاف - الكويت، العدد ٧، السنة الرابعة، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

١٣٤. توجهات المستهلك الجزائري نحو العلامات الإسلامية: مغراوي محي الدين عبد القادر، بن عبو الجبالي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد الثاني، العدد الثاني، شعبان ١٤٣٤هـ - حزيران ٢٠١٣م.
١٣٥. الخصوصيات الثقافية في ظل إعلام العولمة بين ثقافة الأصالة وثقافة الحداثة: السعيد سليمان عواشيرية، مجلة إسلامية المعرفة، مجلة الفكر الإسلامية المعاصر: العدد ٨١، السنة الحادية والعشرون، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م.
١٣٦. الخير والشر في ألعاب الفيديو: عاطف الحملي، مجلة البيان، العدد ٣٦٨، ربيع الآخر ١٤٣٩هـ، ديسمبر ٢٠١٧م.
١٣٧. دور البنوك الإسلامية في التنمية الاقتصادية: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار حميثرا، ٢٠١٧م.
١٣٨. دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع الزراعي، تجربة السودان انموذجا: د. العربي مصطفى، د. طروبيا ندير، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الخامس، العدد ٢، ٢٠١٩م.
١٣٩. دور الهندسة المالية الإسلامية في تطوير الابتكارات المالية، دراسة وتقييم لصكوك الإجارة الإسلامية في مملكة البحرين: أ. بوعكاز نوال، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد ٤، العدد ١، ٢٠١٨م.
١٤٠. زواري فرحات، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد ١٢، العدد ٢، ٢٠١٩م.
١٤١. السلم وتطبيقاته المعاصرة: نزيه كمال حماد، مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، العدد ٩، ١٤١٧هـ - ١٩٩٦م.
١٤٢. السياحة الحلال بين الضوابط الشرعية والمنافع الاقتصادية: مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة الجزائر، د. لطيفة بهلول، ط. خولة عزاز، المجلد ٣٤، العدد ١، ٢٠٢٠م.
١٤٣. السياحة الحلال بين المقاصد الشرعية والمكاسب الاقتصادية: ط.د. صفاء بورزقة، مجلة تحولات، جامعة ورقلة - الجزائر، المجلد الثالث، العدد الأول، ٢٠٢٠م.
١٤٤. السياحة الحلال مقومات وتحديات وتجارب دولية: بن عمار نوال، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد ٢، العدد ١، ٢٠٢٠م.
١٤٥. شركات التأمين التكافلي: د. ربيع المسعود، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - دراسات إقتصادية - المجلد ٤، العدد ١، ٢٠٠٧م.

١٤٦. شروط إنشاء السوق المالية الإسلامية: أ. مرداسي أحمد رشاد، أ.د. بن الطاهر حسين، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد ٢٦، ٢٠١٨م.
١٤٧. شروط إنشاء السوق المالية الإسلامية: أ. مرداسي أحمد رشاد، أ.د. بن الطاهر حسين، مجلة رماح للبحوث والدراسات، الأردن، العدد ٢٦ جوان، ٢٠١٨م.
١٤٨. الصعوبات التي تواجه البنوك الإسلامية وتصورات لكيفية مواجهتها: أ.د. إسماعيل حسن محمد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، منظمة المؤتمر الإسلامي - جدة، العدد ٨.
١٤٩. الصكوك الإسلامية وأهمية تطبيقها في الإقتصاد الجزائري: د. أحمد بلخير، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، المجلد الخامس، العدد الثاني، ديسمبر ٢٠١٨م.
١٥٠. الصناعة المالية الإسلامية، الواقع والتحديات: د. محمد البلتاجي، مجلة الدراسات في المالية الإسلامية والتنمية، المجلد الأول، العدد الأول، ٢٠٢٠م.
١٥١. صناعة الهندسة المالية الإسلامية ودورها في تطوير سوق رأس المال الإسلامي: د. نصابة مسعودة، د. السبتي وسيلة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثاني والعشرون ديسمبر، ٢٠١٧م.
١٥٢. صيغ تمويل المشروعات الصغيرة في الإقتصاد الإسلامي: أ. حسين عبد المطلب الاسرج، مجلة دراسات إسلامية، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، العدد ٨.
١٥٣. الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لدى الشاب المسلم، رؤية إستشرافية من منظور الحتمية الإجتماعية التكنولوجية: إسماعيل سلامي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد ٨، العدد ٢، ٢٠١٥م.
١٥٤. طبيعة المسؤولية الإجتماعية في المصرف الإسلامي (دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني): أ.د. أسامة عبد المجيد العاني، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد ١٣، العدد ٣، ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م.
١٥٥. عقد الإستصناع بين دراسات شرعية تأصيلية وصيغة تمويلية معاصرة: د. علي أحمد الندوي، مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم، جامعة المنيا - مصر، المجلد ٢٥، العدد ٢، ٢٠١٢م.
١٥٦. عوامل زيادة الإنتاج ورفع مستوى العمالة في الإقتصاد الإسلامي: د. فاطمة عبد الله محمد عطية، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة - جامعة الازهر، العدد الثالث عشر، يناير ٢٠١٥م.
١٥٧. فتح الباري شرح صحيح البخاري: أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي (ت: ٨٥٢ هـ)، دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩هـ.

١٥٨. مجلة البحوث الإسلامية: الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد - المملكة العربية السعودية، العدد ١٩، ١٤٠٧ هـ.
١٥٩. مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد ٣، العدد ٤، حزيران ٢٠١٨ م.
١٦٠. المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المملكة المتحدة - لندن، المجلد السابع العدد الثاني، رمضان ١٤٣٩ هـ - آيار ٢٠١٨ م.
١٦١. المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المملكة المتحدة، لندن، المجلد التاسع، العدد الثالث، محرم ١٤٤٢ هـ - أيلول ٢٠٢٠ م.
١٦٢. مجلة مجمع الفقه الإسلامي: العدد السابع، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٢ م.
١٦٣. المراجعة للأمر بالشراء: د. بكر بن عبد الله أبو زيد، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد الخامس، ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٨ م.
١٦٤. مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطورات التكنولوجيا المالية: نور الدين كروش، أسماء بلعما، زهرة سيد أعمار، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة، المجلد الرابع، العدد الثاني، أكتوبر ٢٠٢٠ م.
١٦٥. مفهوم التسويق الإسلامي كما يدركه الباحثون في الفقه الإسلامي والإقتصاد الإسلامي: بن الشيخ بو بكر الصديق، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي - لندن، المجلد الثالث، العدد الثالث، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م.
١٦٦. من أجل فهم اقتصادي إجتماعي للزكاة: يوسف الرباحي، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، العدد ٩، السنة الثالثة، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م.
١٦٧. المنتجات الحلال وتأثيرها على سلوك المستهلك، دراسة على السوق الفرنسية بالإعتماد على بعض الدراسات الميدانية: أ.د. طافر زهير، ط.د. عبيد سعاد، مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد الخامس، العدد ١، ٢٠١٩ م.
١٦٨. منتجات الهندسة المالية الإسلامية الواقع والتحديات ومناهج التطوير: محمد الأمين خنيوة، وحنان علي موسى، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد ١٢، ٢٠١١ م.
١٦٩. المنهج الإسلامي في الإنتاج: د. محمد عبد الحليم عمر، بحث منشور في مجلة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، السنة الثالثة، العدد الثامن، ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م.
١٧٠. مؤتمر الخليج الثاني لصناعة الحلال وخدماته: مجلة منبر الإفتاء، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، العدد الثاني ١٤٣٤ هـ - ٢٠١٣ م.

١٧١. مؤسسة الأوقاف في التجربة الجزائرية: أ. صالح صالح، مجلة كلية العلوم الإسلامية - الصراط، السنة الخامسة، العدد العاشر، ذو القعدة ١٤٢٥ هـ - ديسمبر ٢٠٠٤ م.
١٧٢. نحو استثمار لخصائص المنتجات المالية الإسلامية لترقية دور الأوعية المصرفية الجزائرية في تحفيز السلوك الإدخاري لدى القطاع العائلي: د. عبد القادر زيتوني، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية - الجزائر، العدد الثامن، السنة الثامنة، ٢٠١٧ م.
١٧٣. نحو صكوك إسلامية حقيقة: عبد العظيم أبو زيد، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، العدد ٦٢، السنة السادسة عشرة، ١٤٣١ هـ - ٢٠٢٠ م.
١٧٤. الهندسة المالية الإسلامية وضبطها بالتعليل بالحكمة: د. عبد الله بن حمد السكاكر، مجلة كلية الشريعة والقانون - جامعة الأزهر، ٢٠١٥ م، العدد ٣٠.
١٧٥. واقع الصناعة المالية الإسلامية عبر العالم: عبد المالك أحمد بضياف، وليد نوراي بوعظم، مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات، العدد الخامس، ٢٠١٨ م.
١٧٦. وقف النقود في الفقه الإسلامي: مجلة الشريعة والقانون - الإمارات العربية المتحدة، أ.د. محمود أحمد أبو ليل، العدد الثاني عشر، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م.

عاشراً: الأبحاث والمقالات:

١٧٧. الإجارة الموصوفة في الذمة للخدمات غير المعينة: بدر الحسن القاسمين، بحث مقدم إلى مؤتمر "المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول"، المنعقد في دولة الإمارات العربية المتحدة، خلال الفترة ٣١ مايو - ٣ يونيو ٢٠٠٩ م.
١٧٨. إدارة السيولة في المؤسسات المالية الإسلامية، دراسة فقهية إقتصادية: أ.د. علي محي الدين القره داغي، بحث مقدم للدورة العشرون للمجمع الفقهي الإسلامي المنعقدة في مكة المكرمة، خلال الفترة من ١٩ - ٢٣ محرم ١٤٣٢ هـ / ٢٥ - ٢٩ ديسمبر ٢٠١٠ م.
١٧٩. الأزمة المالية واستراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية: قندوز عبد الكريم، ومداني أحمد، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثاني (الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية) بجامعة الجزائر في الفترة ٥ - ٦ ماي ٢٠٠٩ م.
١٨٠. الإشعار بالحلال على المنتجات الغذائية: أ. محمد محمد علي بعيو، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي لإقتصاديات المنتجات الحلال - تركيا، خلال الفترة ١٩ - ٢٠ مارس ٢٠١٥ م.
١٨١. الإقتصاد الإسلامي مفاهيم ومرتكزات: د. محمد أحمد صقر، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي الأول للاقتصاد الإسلامي، المنعقد بجامعة الملك عبد العزيز في مكة المكرمة خلال الفترة ٢١ - ٢٦ فبراير ١٩٧٦ م.

١٨٢. الإنتاج والتنمية "رؤية اقتصادية إسلامية": د. إبراهيم خريس، بحث مقدم الى الملتقى الدولي الأول لمعهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، المنعقد بغرداية - الجزائر، خلال الفترة ٢٣ - ٢٤/٢/٢٠١٠م.
١٨٣. ألعاب الفيديو في العالم الإسلامي وتحدي الهوية: د. ديماء مصطفى سكران، مقال منشور على موقع الجزيرة مباشر بتاريخ ١٥/٧/٢٠١٩، mubasher.aljazeera.net.
١٨٤. التأمين التعاوني، مفهومه، تأصيله الشرعي، ضوابطه: د. قذافي عزات الغنائم، بحث مقدم إلى مؤتمر التأمين التعاوني ابعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، المنعقد في الجامعة الأردنية، خلال الفترة ٢٦ - ٢٨ ربيع الثاني ١٤٣١هـ، الموافق ١١ - ١٣ ابريل ٢٠١٠م.
١٨٥. التأمين على الحياة والسيارات والحق التعويضي والجهة المستفيدة في التأمين على الحياة: د. حسين حامد حسان، بحث مقدم إلى مؤتمر التأمين التعاوني، أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، المنعقد في الأردن، خلال الفترة ٢٦ - ٢٨ ربيع الثاني ١٤٣١هـ، الموافق ١١ - ١٣ ابريل ٢٠١٠م.
١٨٦. التمويل بصيغة المضاربة في المصارف الإسلامية بين إشكالية التهميش وضرورة التفعيل: د. عبد الواحد غردة، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي "الصيغ التمويلية في البنوك التشاركية بين الواقع والآفاق"، المنعقد في المغرب خلال الفترة ٢٧ - ٢٨ مارس ٢٠١٩م.
١٨٧. التورق الفقهي وتطبيقاته المصرفية المعاصرة في الفقه الإسلامي: أ.د. محمد عثمان شبير، بحث مقدم إلى مجمع الفقه الإسلامي الدولي، الدورة التاسعة عشر المنعقدة في دولة الإمارات العربية المتحدة، من ١ إلى ٥ جمادى الأولى ١٤٣٠هـ، الموافق ٢٦ - ٣٠ نيسان ٢٠٠٩م.
١٨٨. دور المنتجات المالية السلامية في تحقيق الاستقرار الإقتصادي: أ.د. صالح الصالحي، ود. عبد الحليم غربي، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثاني (اللزامة المالية الرهانة والبدائل المالية والمصرفية) بجامعة الجزائر في الفترة ٥ - ٦ ماي ٢٠٠٩م.
١٨٩. دور منتج الحلال في تعزيز الإقتصاد الإسلامي: أ. العجاج فاطمة الزهراء، أ. خديم أمال، أ. قراري يمينة، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي لإقتصاديات المنتجات الحلال - تركيا، خلال الفترة ١٩ - ٢٠ مارس ٢٠١٥م.
١٩٠. الصكوك وتطبيقاتها المعاصرة: القاضي محمد تقي العثماني، بحث مقدم إلى مؤتمر مجمع الفقه الإسلامي الدولي في الجزائر، الدورة العشرون، خلال الفترة ١٣ - ١٨ سبتمبر، ٢٠١٢م.

١٩١. صناديق الإستثمار الإسلامي: د. محمد علي القري، بحث مقدم إلى ندوة التطبيقات الإقتصادية الإسلامية المصرفية، المنعقدة خلال الفترة ٩ - ١٢ محرم ١٤١٨هـ.
١٩٢. صناديق الإستثمار الإسلامية: بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول "الإستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة"، المنعقد بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية في الفترة من ٨ - ٩ مايو ٢٠٠٥م.
١٩٣. صناعة الحلال من الخصوصية إلى العالمية: د. محمد الواثق سعيد ميرغني، بحث مقدم إلى ندوة أقامها المجلس العربي للأكاديميين والكفاءات - ماليزيا، ٢٧ ديسمبر ٢٠٢٠م.
١٩٤. عروض الأزياء الإسلامية من منظور التسويق الإسلامي دراسة ميدانية لمدى إستجابة المرأة المسلمة: فاطمة العربي، وبوسهمين أحمد، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني لإقتصاديات المنتجات الحلال، المنعقد في تركيا خلال الفترة ٦، ٧ مارس ٢٠١٦م.
١٩٥. قمر صناعي لدعم صناعة الحلال: وائل اللبابيدي، مقال منشور على موقع البيان بتاريخ ١٢ مارس ٢٠١٨م، www.albayan.ae.
١٩٦. مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الإستجابة لمتطلبات السوق والتحديات المستقبلية أمام التطوير والإبتكار، دراسة فقهية إقتصادية: ا.د. علي محي الدين القره داغي، بحث منشور على موقع www.qaradaghi.com.
١٩٧. مشروع الميثاق الإسلامي لصناعة الحلال: مقال لصحيفة دار الخليج منشور على الموقع بتاريخ ٧ ديسمبر ٢٠١٢م، www.alkhaleej.ae.
١٩٨. المنهجية الأصولية في الحكم على المواد الغذائية المعاصرة بالإستصحاب: مصطفى بن شمس الدين، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول لمركز البحوث والإستشارات الإجتماعية - لندن، حول موضوعات العلوم الإجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، خلال الفترة ٢٨ - ٣٠ مايو / أيار، ٢٠١٢م.
١٩٩. نحو سوق مالية إسلامية: د. كمال توفيق خطاب، بحث مقدم للمؤتمر العالمي الثالث للإقتصادي الإسلامي، جامعة ام القرى - مكة المكرمة، ١٤٣٦هـ - ٢٠٠٥م.
٢٠٠. نماذج من التمويل الإسلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: المضاربة، السلم والإستصناع: د. رحيم حسين، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات، المنعقد في الجزائر، خلال الفترة من ٢١ - ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٦م.

٢٠١. نماذج من التمويل الإسلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: د. رحيم حسين، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول: سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات، دراسة حالة الجزائر والدول النامية، خلال الفترة ٢١ - ٢٢ نوفمبر، ٢٠٠٦م.
٢٠٢. الهندسة المالية الإسلامية في الأسواق الناشئة: م.م. ثابت حسان ثابت، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول الأسواق المالية الناشئة بين رؤى تقليدية ومستقبل إسلامي في جامعة ٢٠ اوت ١٩٥٥، سكيكدة - الجزائر بتاريخ ١٧ نوفمبر ٢٠١٥م.

الحادي عشر: الرسائل والأطاريح الجامعية:

٢٠٣. أصول صناديق الإستثمار في سوق الأوراق المالية: د. شريط صلاح الدين، دار حميثرا، ٢٠١٨م.
٢٠٤. تحليل سلوك المنتج في الإقتصاد الإسلامي، دراسة مقارنة: عبد اللطيف عبد الله يوسف الوابل، أطروحة دكتوراه، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - المملكة العربية السعودية، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م.
٢٠٥. التسويق التجاري واحكامه: حسين بن معلوي بن حسين الشهراني، إطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الشريعة، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٧هـ - ١٤٢٨هـ.
٢٠٦. التطبيقات المعاصرة لعقدي المزارعة والمساقاة في الإقتصاد الإسلامي: علي محمد علي المومني، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
٢٠٧. التكامل الوظيفي بين المصارف الإسلامية وأسواق رأس المال ودوره في التنمية: رشيد درغال، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر - الجزائر، ١٤٣٠هـ - ١٤٣١هـ / ٢٠١٠م - ٢٠١١م.
٢٠٨. الخدمات المصرفية لاستثمار أموال العملاء واحكامها في الفقه الإسلامي: د. يوسف بن عبد الله الشبيلي، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى قسم الفقه المقارن في المعهد العالي للقضاء، بجامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م.
٢٠٩. الرقابة على الأموال في الفكر الإسلامي: محمد عبد الحليم عمر، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، الفلسفة في المحاسبة، جامعة الازهر / كلية التجارة - مصر، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م.

الثاني عشر: مواقع الأنترنت:

٢١٠. aaoifi.com

- /https://icd-ps.org .٢١١
 https://iifa-aifi.org .٢١٢
 tamatem.co .٢١٣
 www.crescentrating.com .٢١٤
 www.esma.gov.ae/ar-ae .٢١٥

الثالث عشر: المصادر الأجنبية:

216. A Framework for the Development of Halal Food Products in Malaysia: Norizah Mohamad, Chris Backhouse, Proceedings of the 2014 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Bali, Indonesia, January 7 – 9, 2014.
217. A way forward to European Standard on Halal FOOD: Saim Kayadibi, J. Asian Dev. Stud, Vol. 3, Issue 2, June 2014.
218. Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management: An Asian Perspective: Dilip Mutum ,Mohammad Mohsin Butt ,Mamunur Rashid, Emerald Publishing, 2017.
219. Alternative Quality Management Standards Islamic Perspective: Syed Azauddin Syed Bahaldin, Sanon Printing Corporation SDN BHD 2005, Kuala Lumpur, Malaysia.
220. Alternative Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability: Istvan Egresi, Springer; 1st ed. 2016.
221. and Look: Environmental and Food Safety and Security for South-East Europe and Ukraine, 17 – 19 May 2011: Ksenija Vitale, Springer, 2012.
222. Atlas of the Islamic World: Final report: Project Representatives: Professor Savaş Alpay, Dr Julie Maxton, supported by an international consortium of partners, Project team: Luke Clarke, Hakan Huseyin Eryetli, Zehra Zümrüt Selçuk.
223. Beauty Premium and Halal Cosmetics Industry: Saqib Ali, Fairol Halim, Norzieiriani, Ahmad, Journal of Marketing Management and Consumer Behavior, Vol. 1, Issue 4, 2016.
224. Brand Islam, The Marketing and Commodification of Piety: Faegheh Shirazi, University of Texas Press, 2016.
225. Brunei Business and Investment Opportunities Yearbook: IBP USA, 2016 Volume 1.
226. Building Consumer-Brand Relationship in Luxury Brand Management: Paula Rodrigues, Ana Pinto Borges, IGI Global, United States, 2021.
227. Cases on Tour Guide Practices for Alternative Tourism: Gulsun Yildirim, Ozlem Ozbek, Ceyhun Caglar Kilinc, Abdullah Tarinc ,Business Science Reference, 2020.

228. Contemporary challenges confronting Islamic banking & finance: Muhammad Asif Khan, Muhammad Waseem Shehzad, Muhammad Atif Khan, International Letters of Social and Humanistic Sciences, Vol. 55, 2015.
229. Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Ab. Manan, Siti Khadijah, Abd Rahman, Fadilah, Sahri, Mardhiyyah, Springer Science + Business Media Singapore 2016.
230. Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry: Faridah Hassan, Ismah Osman, and others, Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2019.
231. Core principles for Islamic finance regulation (banking segment): Islamic financial services board, April 2015.
232. Coronavirus and Halal Tourism and Hospitality Industry: Is It a Journey to the Unknown?: Hatem El-Gohary, Journal, Sustainability, Volume 12, Issue 21, 2020.
233. Court Uncourt: Registration and Importation of Pharmaceuticals in UAE, Volume II Issue III, Dubai 2015.
234. Development of an innovative halal logistics concept for the air cargo supply chain: Yvonne Ziegler, Vincenzo Uli, Astrid Kramer, Mahmoud Tatari, Working Papers Fachbereich Wirtschaft und Recht, Frankfurt University of Applied Sciences, April 2021.
235. Developments in Islamic Finance: Challenges and Initiatives: Syed Aun R. Rizvi, Irum Saba, Springer, 2017.
236. Digital Islamic Economy: State of the Global Islamic Economy Report Dinar Standard, 2015.
237. Digital Marketing and Consumer Engagement, Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Information Resources Management Association USA, IGI Global, 2018.
238. Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Management Association, Information Resources, IGI Global; 1st edition, 2018.
239. Digital Middle East: State and Society in the Information Age: Mohamed Zayani, Oxford University Press; 1st edition, 2018.
240. E-Business from Islamic Perspectives: Prospects and Challenges: Hanudin Amin, Journal of Internet Banking and Commerce, vol. 13, no.3, December 2008.
241. Economics, Business, and Islamic Finance in Asean Economics Community: Halal Industry in Asean: Moha Asri Abdullah, Md Siddique E Azam, IGI Global; 1st edition, 2020.
242. Emerging Research on Islamic Marketing and Tourism in the Global Economy: El-Gohary, Hatem, IGI Global, 2014.

243. Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation, and Management: In Lee, Western Illinois University, USA, IGI Global, 2016.
244. Enhancing Halal Sustainability: Group of authors, Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019, 1st ed. 2021.
245. Entrepreneurship: Contemporary Issues: Halal Entrepreneurship: Concept and Business opportunities: Moha Asri Abdullah Md. Siddique E Azam, United Kingdom, London, 2021.
246. Exploring the Validation of Islamic Hospitality Management in Tourism Destination, Malaysian Perspectives: Che Musa Che Omar & Mohammad Serazul Islam, Journal of Hospitality and Networks, Volume 1 2019.
247. Food Safety: A Reference Handbook: Nina E Redman, ABC – CLIOK, Sanata Barbara, California, 2007.
248. Food, Feasts, and Faith, An Encyclopedia of Food Culture in World Religions: Paul Fieldhouse, ABC-CLIO, LLC - California, United States, 2017, Volume1.
249. From Niche to Mainstream: Halal Goes Global: International Trade Centre, 2015.
250. Global Muslim Travel Index 2021: Mastercard – Crescent, Rating.
251. Halal Certification of Patented Medicines in Indonesia in the Digital Age: A Panacea for Pain: Mas Rahmaha, Nurul Barizahb, International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 13, Issue 1, 2020.
252. Halal Cosmetics Enabling new market access with Halal Certification: Farhan Tufail, Spa and Wellness Management Summit, 27th May 2015.
253. Halal Food Certification, Regulation, Standards, Practices, in the Netherlands, Yousif Alharbi, MSc Thesis, Wageningen University and Research Center, May 2015.
254. Halal Food Certification: Guide for Swiss food companies to understand the importance of Halal Certification, feb 13, 2019.
255. Halal Food Production, Main N. Riaz, Muhammad M. Chaudry: CRC press LLC, United States of America, 1st Edition, 2004.
256. Halal in Singapore: Ira Sugita, Gain Report, USDA Foreign Agricultural Service, 2017.
257. Halal Logistics and Supply Chain Management in Southeast Asia: Nor Aida Abdul Rahman (Editor), Azizul Hassan (Editor), Mohammad FakhruNizam Mohammad, Routledge; 1st edition, 2020.

258. Halal Logistics Market Size, Share & Trends Analysis Report by Component (Storage, Transportation, Monitoring Components, Software, Services), By End-use Industry, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027, by Grand View Research.
259. Halal Logistics opportunities and challenges: Suhaiza Zailani, Mohammad Iranmanesh, Azmin Azliza Aziiz, Kanagi Kanapathy, Journal of Islamic Marketing: Vol. 8, Iss 1, 2017.
260. Halal Logistics Practices: Logistics Service Provider Cases in Indonesia: Faridatus Saidah, Yuliani Dwi Lestari, International Journal of Nusantara Islam Vol.09, No.01, 2021.
261. Halal Logistics: Halal Integrity and Legal Enforcement Challenges: Faradina A., M.Z. Hussein, Z.J. Husny, and others, International Journal of Supply Chain Management, Vol. 7, No. 4, August, 2018.
262. Halal logistics: practices, integration and performance of logistics service providers: Noorliza Karia, Journal of Islamic Marketing, 18 July 2019.
263. Halal Pharmaceuticals – General guidelines: Department of Standards Malaysia, 2012.
264. Halal Pharmaceuticals Market 2020 forecasts Muslim consumer market: Hithaishi CB, Bio Spectrum, 24 January.
265. Halal Pharmaceuticals: a regulator's Perspective – Ms 2424: Tajuddin Akasah, NBCP, Malaysia, 2012.
266. Halal requirements for Pharmaceuticals and Biologicals in Asean: Efpia-Asean Regulatory Network, 5 December 2018.
267. Halal Supply Chain Management Training: Issues and Challenges: Hanini Ilyana Che Hashim, Sariwati Mohd Mohd Shariff, Procedia Economics and Finance, 2016.
268. Halaal cosmetics face sheet: Fathima Amra, for: KZN Halaal Initiative, 15/6/2020.
269. Handbook of Islamic Marketing: Özlem Sandıkcı, Gillian Rice, Edward Elgar Publishing, 2011.
270. Handbook of Poultry Science and Technology, Primary Processing: Isabel Guerrero-Legarreta, Amarinder S. Bawa, Alma Delia Alarcón-Rojo, Christine Alvarado, Wiley, Volume 1 edition, 2010.
271. Handbook of Research on Disruptive Innovation and Digital Transformation in Asia: Ordóñez de Pablos, Patricia, Xi Zhang, Mohammad Nabil Almunawar, IGI Global, 1st Edition, 2021.
272. Handbook of Research on Effective Marketing in Contemporary Globalism: Christiansen, Bryan, IGI Global; 1st edition, 2014.

273. Hizmet Means Service: Perspectives on an Alternative Path within Islam: Martin E. Marty, University of California Press; First edition, 2015.
274. Hospitality, Travel, and Tourism: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Information Resources Management Association USA, IGI Global, 2015.
275. I-Byte Travel & Transportation: IT Shades, April 2021.
276. ICBAE 2020: Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economic, Bima Cinintya Pratama, Naelati Tubastuvi, Suryo Budi Santoso, Azmi Fitriati, Robbi Rahim, 5 – 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia.
277. ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2019: Shifting Dynamics.
278. ICD-Refinitiv. Islamic Finance Development Report 2020: progressing through adversity.
279. ICOST 2019, 1st International Conference on Science and Technology: Sri Harini, Hafsan, Sahara, Isna Rasdianah Aziz, Robbi Rahim, EAI, Conference dates 2nd – 3rd May 2019, Makassar, Indonesia.
280. Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024: Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, 2019.
281. Information Technology (IT) Ethics in the Light of Islam: Abdul Kadar Muhammad Masum, Md. Cholem Ullah, Md. Abul Kalam Azad, IIUC STUDIES, Vol.- 9, December 2011.
282. Innovative Fiqh Approach in Halal Logistics Operation: Hanifah, M. F. H., Zulaipa, R., Mohd Ashrof Zaki, Y., Mohd Dasuqkhi, S.K, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 10, No. 5, May, 2020.
283. Intermediate Islamic Finance: Nabil Maghrebi, Abbas Mirakhor, Zamir Iqbal, Wiley, 1st edition, 2016.
284. Internet and Halal Tourism Marketing: Mevlüt Akyol, Özgür Kiliç, Turkish Studies - International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 9/8 Summer 2014.
285. Islamic business administration, concepts and strategies: Minwir Al- Shmmari, Mohammad Omar Farooq, Hatem Masri, crinan street, London, 1st ed, 2020.
286. Islamic Development Management: Recent Advancements and Issues: Noor Zahirah Mohd Sidek, Roshima Said, Wan Norhaniza Wan Hasan, Springer, 1st ed, 2019.

287. Islamic Finance and Sustainable Development: A Sustainable Economic Framework for Muslim and Non-Muslim Countries: M. Kabir Hassan, Palgrave Macmillan, 1st ed. 2021.
288. Islamic Finance Outlook: Dr. Mohamed Damak, S&P Global Ratings, 2020.
289. Islamic hospitality in the UAE: indigenization of products and human capital: Marcus L. Stephenson Karl A. Russell David Edgar, Vol. 1 Iss 1, 2016.
290. Islamic Marketing and Branding ... Theory and Practice: T.C. Melewar, S.F. Syed Alwi, Routledge, London, 2018.
291. Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice: T. C. Melewar ,S. F. Syed Alwi, Routledge; 1st edition, 2017.
292. Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication: Proceedings of the 1st ICIBACC 2014: Overview of Production and Tendency on Halal Products and Services in Malaysia and the Global Market: Mohamad Idham Md Razak, Roaimah Omar, Adi Hakim Talib, Ghazali Semil@ Ismail, and fakrulnizam Jafri, Springer; 2015.
293. Islamic Tourism: Management of Travel Destinations: Ahmad Jamal ,Kevin Griffin ,Razaq Raj, CABI, London, 2019.
294. Key Challenges and Issues Consumer Face in Consuming Halal Product: Dayang Haryani Diana Ag. Damit, Amran Harun, David Martin, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 7, No. 11, 2017.
295. Look: Public Theology Perspectives on Religion and Education: Manfred L. Pirner, Johannes Lahnemann, Werner Haussmann, and Susanne Schwarz, 1st Edition First Published, Routledge, New York, 2019.
296. Major Players in the Muslim Business World: Elnur Salihovic, 2015, Universal-Publishers, Boca Raton, Florida – USA.
297. Management of Shari'ah Compliant Businesses: Case Studies on Creation of: Ezlika M. Ghazali, Dilip S. Mutum ,Mamunur Rashid , Jashim U. Ahmed, Springer; 1st ed. 2019.
298. Mobilities, Tourism and Travel Behavior: Contexts and Boundaries: Leszek Butowski, Chapter 1, Muslim Travel Behavior in Halal Tourism: Mohamed Battour, Intech Open, 7 Jan. 2018.
299. Muslim Youth in the Diaspora, Challenging Extremism through Popular Culture: Pam Nilan, Routledge; 1st edition, 2017.
300. Preparation and Processing of Religious and Cultural Foods: Eaqub Ali ,Nina Naquiah Ahmad Nizar, Woodhead Publishing, 1st edition, 2018.

301. Preparation and Processing of Religious and Cultural Foods: Md. Eaqub Ali ,Nina Naquiah Ahmad Nizar, Woodhead Publishing,1st Edition, 2018.
302. Principles of Global Supply Chain Management: Yui-yip Lau, Adolf K. Y. Ng, Jorge Acevedo, Anthem Press, British, 2019.
303. Principles of Islamic Ethics for Contemporary Workplaces: Abbasi, Abdus Sattar ,Raj, Razaq, Business Science Reference (IGI Global), 2020.
304. Proceeding International Annual Conference on Islamic Economics and Law 2020: Emoowering Halal SMES For Economic Growth and Sustainability: Nurdeng Deuraseh, Norailis Ab. Wahab, Nor Surilawana Sulaima, Published By: islamic faculty university of trunojoyo madura, 2020.
305. Proceedings of the 2nd EAI International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies (ICIIS) in Conjunction with the 3rd EAI International Conference on Quran and Hadith Studies (ICONQUHAS): JM Muslimin, Kusmana Kusmana, Yusuf Durachman, Dewi Khairani, Husni Teja Sukmana, EAI, 2020, Conference dates 7th–8th Nov 2019, Jakarta, Indonesia 2020.
306. Proceedings of the 2nd EAI International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies (ICIIS) in Conjunction with the 3rd EAI International Conference on Quran and Hadith Studies (ICONQUHAS).
307. Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016): Muhammad Hashim, Nur Nafhatun Md Shariff, Siti Fatahiah Mahamood, and others, Springer, 1st ed. 2018.
308. Risk Assessment in The Islamic Clothing Supply Chain Management Using Best Worst Method: Eli Sumarliah, International Journal of Islamic Business Ethics, Vol. 6 No. 1 March 2021.
309. Shaping the Growth of the Islamic Economy: free zones outlook report 2017: Dr Mohammad Al Zarooni. Vice Chairman & CEO, Dubai Silicon Oasis Authority.
310. Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges: Hesham Ezzat Saad, Badran Nabil Ali, Abdel- Aleem Magdy Abdel-Ati, Advances in Hospitality and Tourism Research (Ahtr), 2014.
311. Skin Permeation and Disposition of Therapeutic and Cosmeceutical Compounds: Kenji Sugibayashi, Springer Japan KK 2017.
312. Societal Dimensions of Environmental Science: Global Case Studies of: Ricardo D. Lopez, CRC Press; 1st edition, 2019.
313. Software Engineering and Computer Systems, Part II: Jasni Mohamad Zain ,Wan Maseri Wan Mohd, Eyas El-Qawasmeh,

- Second International Conference ICSECS 2011, Kuantan, Pahang, Malaysia, June 27-29, 2011, Proceedings.
314. State of the Global Islamic Economy Report: Salaam Gateway, and Dinar Standard, 2019/2020.
315. Special Interest Tourism in Southeast Asia: Emerging Research and Opportunities: Bintang Handayani, Hugues Seraphin, Maximiliano E. Korstanje, IGI Global, April 12, 2019.
316. strategic roadmap for development of islamic tourism: in oic member countries: the statistical, economic and social research and training centre for islamic countries (SESRIC), 2018.
317. Sustainability in food Consumption and food security: Jozef Popp, Zoltan Lakner, Judit Olah, Mdpi AG, Switzerland, 2020.
318. The Digital Islamic Services landscape Uncovering the Digital Islamic Services opportunity for the Middle East and the World, Deloitte, 2015.
319. The Halal Fashion Trends for Hijabi Community, Ideology and Consumption: Nilda Susilawati, Miti Yarmunida, Khairiah Elwardah, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Vol 8 No 2, Agustus 2021.
320. The Halal Food Handbook: Halal Certification and International Halal Standards: Yunes Ramadan Al-Teinaz and Hani Mansour M. Al-Mazeedi, 1st edition, 2020.
321. The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention: Eli Sumarliah, and other, Information Resources Management Journal, Volume 34, Issue 3, July – September 2021.
322. The International Halal SME Report Directory 2011/12: H Media, 2011.
323. The Nescience of Medicine: Rui Alexandre Gabirro, Hospitallers Order of the Good News, 2021.
324. The Principles of Islamic Marketing: Dr Baker Ahmad Alserhan, Gower; 2nd edition, 2011.
325. The Principles of Islamic Marketing: Dr Baker Ahmad Alserhan, Gower; 2nd edition, 2011.
326. The Report: Malaysia 2011: Oxford Business Group.
327. The Rise of the New East: Business Strategies for Success in a World of Increasing Complexity: B. Simpfendorfer, Springer; 2014th edition, p 197.
328. The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism: Saurabh Kumar Dixit, Routledge, First Published, London and New York, 2021.

329. The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism: Girish Prayag, C. Michael Hall, Routledge, 1st edition, 2019.
330. The Touch of Midas: Science, Values, and Environment in Islam and the West: Ziauddin Sardar ،Diya-ad-Din Sardar, Manchester University Press, 1984.
331. Tourism in the Muslim World: Bridging Tourism Theory and Practice – volume 2: Noel Scott, Jafar Jafari, Emerald Publishing Limited; Illustrated edition, 2010.
332. Tourism, Smart Specialization and Sustainable Development: João Romão, MDPI, 2021.
333. Understand "Halal" and "Halal Certification and Accreditation System": Mohd Imran Khan, Dr. Abid Haleem, Saudi J. Bus. Manag. Stud.; Vol-1, Iss-1, Feb – Apr, 2016.
334. Women in Tourism in Asian Muslim Countries: Nataša Slak Valek ،Hamed Almuhrzi, Springer; 1st ed. 2021.
335. Women's empowerment and Halal fashion: experiences from the Indonesian market & industry, Universidad Nacional Lujan: Sebastián Sterzer & Muhammad Rifqi Aufari, Year 5, Number 2, Numero 20, Mayo 2021.

الرابع عشر: المراجع العامة:

٣٣٦. 1001 SCIENCE فكرة عن العلوم: بول بارسونس، ترجمة: هناء محمد محمد، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٨م.
٣٣٧. الإبتكار في الصناعة المالية الإسلامية: د. عبد الكريم أحمد قندوز، صندوق النقد العربي - دبي، ٢٠١٩م.
٣٣٨. الإبتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات: د. محي الدين عارف حسين، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م.
٣٣٩. الإجاراة وتطبيقاتها المعاصرة: أ.د. محي القره داغي، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد ١٢.
٣٤٠. أحكام الأدوية في الشرعية الإسلامية: د. حسين بن أحمد بن حسن الفكي، دار المنهاج، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ.
٣٤١. أحكام الأوراق التجارية في الفقه الإسلامي: د. سعد بن تركي بن محمد الختلان، دار ابن الجوزي - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

٣٤٢. أحكام الأوقاف: أبي بكر أحمد بن عمرو الشيباني المعروف بالخصاف (ت: ٢٦١هـ)، تحقيق: محمد عبد السلام شاهين، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م.
٣٤٣. الأحكام السلطانية والولايات الدينية: أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي (ت: ٤٥٠هـ)، تحقيق: د. أحمد مبارك البغدادي، دار ابن قتيبة - الكويت، ط١، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٩م.
٣٤٤. الأحكام الفقهية المتعلقة بالرهون المستجدة: د. أحمد عرفة أحمد يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م.
٣٤٥. الأحكام الفقهية المتعلقة بفيروس كورونا: أ.د. أشرف خليفة السيوطي، دار اللؤلؤة، المنصورة - مصر، ٢٠٢٠م.
٣٤٦. أحكام اللباس والزينة في الإسلام: سعد الدين بن محمد الكبي، المكتب الإسلامي، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٣٤٧. أحكام زينة الحاجبين، دراسة فقهية مقارنة: د. طارق بن محمد بن عبد الله الخويطر، دار كنوز أشبيليا، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م.
٣٤٨. الآداب الشرعية والمنح المرعية: أبو عبد الله محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج (ت: ٧٦٣هـ)، عالم الكتب.
٣٤٩. آداب المراسم والبروتوكول وفنون الأتيكيت: د. صفوت محمد العالم، دار المعارف، ٢٠١٧م.
٣٥٠. الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية: د. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، البنك الإسلامي للتنمية - جدة، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٣٥١. إدارة الأعمال الحديثة، وظائف المنظمة: د. أحمد يوسف دودين، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠١٢م.
٣٥٢. إدارة البنوك الإسلامية والبنوك التجارية: د. أسامة عبد الخالق الانصاري، كتب عربية، ٢٠٠٦م.
٣٥٣. إدارة التسويق المعاصر: د. أحمد يوسف دودين، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٥م.
٣٥٤. إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون: أ.د. أنيس أحمد عبد الله، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٧م.
٣٥٥. إدارة التسويق: د. محمود صادق بازعة، المكتبة الأكاديمية - مصر، ط١، ٢٠٠١م.
٣٥٦. إدارة التسويق: وائل خليل رفعت، المعتر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٧م.

٣٥٧. إدارة مؤسسة الزكاة في المجتمعات المعاصرة: د. فؤاد عبد الله عمر، ذات السلاسل - الكويت، ١٩٩٦م.
٣٥٨. الإدارة المالية العامة: د. محمد سلمان سلامة، دار المعتز - عمان، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م.
٣٥٩. إدارة المعرفة: أ.د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مصر، ط١، ٢٠١٩م.
٣٦٠. إدارة المؤسسات والأسواق المالية: د. فواز صالح حموي، محمد رمضان إسماعيل، دار علاء الدين، ط١، ٢٠١١م.
٣٦١. إدارة عمليات الخدمة: بشير العلق، وحميد العلق، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠١٦م.
٣٦٢. أدوات الإستثمار الإسلامي: د. عز الدين خوجة، مصرف الزيتونة - تونس، ٢٠١٤م.
٣٦٣. الازمة الإقتصادية العالمية المعاصرة من منظور إسلامي: أ. أحمد فراس العوران، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - فرجينيا - الولايات المتحدة الأمريكية، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١٢م.
٣٦٤. الأساس في السنة وفقهها - العبادات في الإسلام: سعيد حوى (ت: ١٤٠٩هـ)، دار السلام، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٤م.
٣٦٥. أساسيات الإستثمار في المصارف الإسلامية: د. صادق راشد الشمري، دار اليازوري - الأردن، ٢٠١١م.
٣٦٦. أساسيات وفسولوجيا الخضر: د. أحمد عبد المنعم حسن، المكتبة الأكاديمية، ط١، ٢٠١٨م.
٣٦٧. الإستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة في الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الوضعي: سليمان عمر عبد الهادي، دار الأكاديميون - عمان، ٢٠٠٩م.
٣٦٨. الإستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة في الإقتصاد الإسلامي والإقتصاد الوضعي: سليمان عمر عبد الهادي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.
٣٦٩. الإستثمار بالمشاركة في البنوك الإسلامية: أحمد محمد محمود نصار، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٠م.
٣٧٠. الإستثمار وتطبيقاته في المصارف الإسلامية: د. إدريس بن عمر المانع، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢١م.
٣٧١. الاستهلاك وضوابطه في الإقتصاد الإسلامي: د. عبد الستار إبراهيم الهيتي، مؤسسة الرواق - عمان، ط١، ٢٠٠٥م.

٣٧٢. أسس صناعة السياحة: د. ريهام يسري السيد، دار غيداء، ط١، ٢٠٢٠م.
٣٧٣. الإسلام والتوازن الإقتصادي بين الأفراد والدول: محمد شوقي الفنجري (ت: ١٤٣١هـ)، وزارة الأوقاف - مصر.
٣٧٤. الأسهم وأحكامها في الفقه الإسلامي: د. محمد صالح بن ألفا عمر جالو، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٥م.
٣٧٥. الأسهم والسندات وأحكامها في الفقه الإسلامي: د. أحمد بن محمد الخليل، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٤هـ.
٣٧٦. أسواق الأوراق المالية (البورصة) في ميزان الفقه الإسلامي: د. عصام أبو النصر، دار النشر للجامعات، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠٠٦م.
٣٧٧. أسواق الأوراق المالية (البورصة): د. عصام حسين، دار أسامة، عمان - الأردن، ط١، ٢٠٠٨م.
٣٧٨. الأسواق المالية الإسلامية بين الواقع والواجب: أبحاث المؤتمر الدولي الثاني للأكاديمية الأوربية للتمويل والإقتصاد الإسلامي، خلال الفترة ٨ - ٩ نوفمبر ٢٠١٩م، إسطنبول - تركيا.
٣٧٩. الأسواق المالية المعاصرة، دراسة فقهية: أحمد السعد، دار الكتاب الثقافي، ٢٠١٢م.
٣٨٠. أسواقنا التجارية: محمد خير الشعال، دار الفكر - دمشق، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٣٨١. إشتراطات جهات إصدار شهادات الأغذية الحلال وشروط اعتمادها: اللجنة الفنية الخليجية لقطاع مواصفات المنتجات الغذائية والزراعية، ٢٠٠٩م.
٣٨٢. الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية: في ضوء قرارات بازل ١١١: د. طه عبد العظيم محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م.
٣٨٣. الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية: في ضوء مقررات بازل ١١١: د. طه عبد العظيم محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م.
٣٨٤. أصول الإقتصاد الإسلامي ونظرية التوازن الإقتصادي في الإسلامي: د. أمين مصطفى عبد اللاه، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه - القاهرة، ط١، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م.
٣٨٥. أصول الإقتصاد الإسلامي: د. رفيق يونس المصري، دار القلم - دمشق، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
٣٨٦. أصول الإقتصاد الإسلامي: د. محمد عبد المنعم عفر، يوسف كمال محم، دار البيان العربي - جدة، ط١، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م.
٣٨٧. أصول التسويق: أ.د. ناجي المعلا، دار اليازوري - عمان، ٢٠٢٠م.

٣٨٨. أصول علم الإقتصاد والحل الأمثل للمشكلة الإقتصادية من منظور إسلامي: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار الأكاديميون، ٢٠١٧م.
٣٨٩. أصول محاسبة مؤسسات الزكاة المعاصرة: د. حسين حسين شحاته، دار النشر للجامعات - مصر، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٣٩٠. الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الانترنت: حردان هادي الجنابي، دار العربي، ٢٠١٦م.
٣٩١. الإعلام الإسلامي الإلكتروني، دراسة للمواقع الإسلامية على الانترنت: حردان هادي الجنابي، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
٣٩٢. الإعلام العربي بين التحديات التبعية والواقع: حمزة الجبالي، دار الأسرة للإعلام، ودار الثقافة للنشر، ٢٠١٦م.
٣٩٣. الإعلام في العالم الإسلامي، الواقع المستقبل: سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكان، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
٣٩٤. الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي: د. عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان، ط١، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م.
٣٩٥. الإقتصاد الإداري الإسلامي: منظور ثلاثي الأبعاد، أ.د. زينب صالح الاشوح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١، ٢٠١٩م.
٣٩٦. الإقتصاد الإداري الإسلامي، منظور ثلاثي الأبعاد: أ.د. زينب صالح الاشوح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٩م.
٣٩٧. الإقتصاد الإسلامي المنفذ من الضلال: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار حميثرا - مصر، ٢٠١٨م.
٣٩٨. الإقتصاد الإسلامي بين الفكر والتطبيق: د. حسين حسين شحاته، دار النشر للجامعات - القاهرة، ط١، ٢٠٠٨م.
٣٩٩. الإقتصاد الإسلامي بين منهجية البحث وإمكانية التطبيق: عبد الرحمن يسري أحمد، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ط١، ١٤١٩هـ - ١٩٩٩م.
٤٠٠. الإقتصاد الإسلامي وأبعاده الأمنية: د. كمال توفيق خطاب، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ١٦، العدد ٣٢، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
٤٠١. الإقتصاد الإسلامي، أسس ومبادئ واهداف: أ.د. عبد الله بن عبد المحسن الطريقي، مؤسسة الجريسي، ط١١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.
٤٠٢. اقتصاد الحلال: فرص وتحديات إنتشار التجارة الحلال في الأسواق العالمية: محمد أحمد عبد المعطي، إتجاهات الأحداث، المجلد ١، العدد ٥، ٢٠١٤م.

٤٠٣. الإقتصاد الرقمي: د. أسامة عبد السلام السيد، دار عياد، ٢٠١٩م.
٤٠٤. اقتصاديات الوقف: أ.د. محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان، ٢٠١٤م.
٤٠٥. اقتصاديات الوقف: د. حسين عبد المطلب الأسرج، مطبوعات جامعة كاي، ٢٠١٨م.
٤٠٦. الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة: عبد الوهاب أحمد عبد الواسع، مكتبة العبيكان، الرياض، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
٤٠٧. أنتِ وابنتكِ العروس: أ.د. أميمة محمد نور الجوهري، مكتبة العبيكان، الرياض، ط١، ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م.
٤٠٨. إنعكاسات استخدام المادة الوراثية وتأثيراتها المحتملة على الأمن الوطني: حمد بن عبد الله السويلم، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٤٠٩. إنعكاسات العولمة على الجهاز المصرفي: د. مبروك رايس، دار الجنان، ٢٠١٦م.
٤١٠. أهداف التربية الإسلامية: د. ماجد عرسان الكيلاني الأردني، دار القلم، ط١.
٤١١. الأوقاف فقهاً واقتصاداً: أ.د. رفيق يونس المصري، دار المكتبي - سوريا، ط١، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م.
٤١٢. بحوث التمويل الإسلامي: د. محمد بن علي القرني، دار الميامن، الرياض - السعودية، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م.
٤١٣. بحوث في التمويل الإسلامي: د. محمد علي القرني، دار الميامن، الرياض - السعودية، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م.
٤١٤. بحوث في المصارف الإسلامية: أ.د. رفيق يونس المصري، دار المكتبي - سوريا، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م.
٤١٥. بحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي الرابع ٢٠١٨م: دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م.
٤١٦. بحوث منتدى فقه الإقتصاد الإسلامي، الإقتصاد الإسلامي بين الإبتكار والسعادة في نمط الحياة الإسلامي، د. بلعدي عبد الله.
٤١٧. برامج التسويق وإدارة الأعمال: د. محمد الهادي عفيفي، المكتبة الاكاديمية - مصر، ٢٠٠٩م.
٤١٨. برنامج المواصفات الغذائية المشترك بين منظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة العالمية: وثيقة للمناقشة عن وضع مواصفة خاصة بالمنتجات الحلال، الدورة العاشرة، روما، إيطاليا، ١١-١٥ نوفمبر/ تشرين الثاني، ٢٠١٩م.

٤١٩. برنامج لوجستيات تصدير الحاصلات الزراعية: مبادرة التجارة الخضراء (GTI)، مجموعة طلال أبو غزالة للتدريب المهني.
٤٢٠. بعض ملامح الإنتاج والتوزيع والتبادل في الإقتصاد الإسلامي: د. عبد الرحمن ذكي إبراهيم، المجلة العلمية، كلية الإدارة والإقتصاد - جامعة قطر، العدد الأول، ١٤١٠ هـ - ١٩٩٠ م.
٤٢١. البنوك الإسلامية، التجربة القانونية بين الفقه والقانون والتطبيق: عائشة الشراوي المالقي، المركز الثقافي العربي، ط١، ٢٠٠٠ م.
٤٢٢. بيع المرابحة في المصارف الإسلامية: فياض عبد المنعم حسنين، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - القاهرة، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م.
٤٢٣. التأمين الإجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية: د. عبد اللطيف محمود ال محمود، دار النفائس، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٤ م.
٤٢٤. التأمين الإسلامي ضرورة حتمية وتطبيق للإقتصاد الإسلامي: أ.د. صفية أحمد أبو بكر، دائرة الشؤون الإسلامي والعمل خيرى - دبي.
٤٢٥. التأمين التعاوني ماهيته وضوابطه ومعوقاته، دراسة فقهية إقتصادية: أ.د. علي محي القره داغي، رابطة العالم الإسلامي، الهيئة الإسلامية العلمية الإقتصادية للتمويل - الرياض، ٢٠٠٩ م.
٤٢٦. التأمين التكافلي من خلال الوقف، دراسة فقهية تطبيقية معاصرة: علي بن محمد بن محمد نور، دار التدمرية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٣ هـ - ٢٠١٢ م.
٤٢٧. التأمين بين الحل والتحريم: د. عيسى عبده، دار الإعتصام - مصر، ط١، ١٣٩٨ هـ - ١٩٧٨ م.
٤٢٨. التبعية الإقتصادية في الدول العربية وعلاجها في الإقتصاد الإسلامي: د. عمر بن فيحان المرزوقي، مكتبة الرشد - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.
٤٢٩. تجربة البنك الإسلامي للتنمية في دعم التنمية في الدول الإسلامية: محاضرة ألقاها د. بشير عمر محمد فضل الله في مجمع الفقه الإسلامي، جدة - المملكة العربية السعودية، الثلاثاء ١٣ ربيع الأول، ١٤٢٧ هـ - ١١ ابريل، ٢٠٠٦ م.
٤٣٠. التربية الدولية، أصولها وتطبيقاتها: أ.د. نبيل سعد خليل، دار الفجر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٣ م.
٤٣١. التربية السليمة وصحة الغذاء والإنسان: د. سعد الله نجم النعيمي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ٢٠٢١ م.

٤٣٢. الترغيب والترهيب من الحديث الشريف: عبد العظيم بن عبد القوي بن عبد الله، أبو محمد، زكي الدين المنذري (ت: ٦٥٦هـ)، مكتبة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط٣، ١٣٨٨هـ - ١٩٦٨م.
٤٣٣. التزام المؤسسة المالية الإسلامية: مؤسسة إلتزام للمعايير الأخلاقية، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠١٠م.
٤٣٤. التسويق الإلكتروني: رائد محمد عبد ربه، دار الجنادرية، عمان - الأردن، ٢٠١٣م.
٤٣٥. تسويق السياحة الحلال، آفاق وتحديات دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا: د. فوزية بوصفصاف.
٤٣٦. التسويق الصناعي: د. حازم محمد عبد الفتاح، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط١، ٢٠٢٠م.
٤٣٧. التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة: أ. أدهم وهيب مطر، دار مؤسسة رسلان، دمشق، ط١، ٢٠١٤م.
٤٣٨. التسويق المعاصر: د. أنس عبد الباسط عباس، د. جمال ناصر الكميم، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م، ص ٣١٢.
٤٣٩. التسويق في الإسلام: د. محمد طاهر نصير، حسين محمد حسين إسماعيل، دار اليازوري العلمية - الاردن، ٢٠١١م.
٤٤٠. تطبيقات فنيات الضرائب بالنظام الجبائي: د. عبد الله الحرثسي حميد، دار زهران - الأردن، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١٢م.
٤٤١. التطور التكنولوجي في مصر: محمد أديب رياض غنيمي، أحمد شوقي حسن، وآخرون، المكتبة الأكاديمية، ط١، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٤م.
٤٤٢. تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة: د. سامي حسن أحمد حمود، مكتبة الشروق ومكتبتها - عمان، ط٢، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م.
٤٤٣. تطوير صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الإسلامية: سليمان ناصر، جمعية التراث - الجزائر، ط١، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م.
٤٤٤. تعداد المسلمين بالعالم، تحليل زمني وجغرافي منذ البعثة النبوية إلى القرن القادم: أ. د. الحسين بن علي الكناني، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٢٠م.
٤٤٥. تعددت المفاهيم حول التضخم، ولكن غالبية الإقتصاديين يكادون يجمعون على أنه: "حدوث إرتفاع مستمر في المستوى العام للأسعار والخدمات في المجتمع". أساسيات في النقود والبنوك: د. عزت قناوي، دار العلم، ٢٠٠٥م.

٤٤٦. التقابض في الفقه الإسلامي وأثره على البيوع المعاصرة: علاء الدين بن عبد الرزاق الجنكو، دار النفائس - الأردن، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠٠٤م.
٤٤٧. التكتلات الاقتصادية المعاصرة في العالم الإسلامي: منال إبراهيم عشري، دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٠م.
٤٤٨. التمويل والإستثمار في الإسلام: أ.د. محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان، ٢٠١٦م.
٤٤٩. التمويل والإستثمار في الإسلام: أ.د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٨م.
٤٥٠. التمويل والإستثمار في الإسلام: ص ٢٥٢، ٢٥٣؛ والمصرف الإسلامي للاستثمار الزراعي، نموذج مقترح: د. حسن يوسف داود، دار النشر للجامعات - مصر، ط١، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م.
٤٥١. التوازي في العقود وتطبيقاته المعاصرة، دراسة فقهية مقارنة: د. أحمد عرفة أحمد يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م.
٤٥٢. ثقافة الحلال: د. هاني منصور المزيدي، معهد الكويت للأبحاث العلمية - الكويت، ص ٣٢.
٤٥٣. جامع أحكام السفر: إبي الفداء أحمد البديوي، الدار العالمية، الإسكندرية - مصر، ط١، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
٤٥٤. الجامع في أصول الربا: د. رفيق المصري، دار القلم - دمشق، ط١، ١٤١٢هـ - ١٩٩١م.
٤٥٥. الحكم الشرعي في الاتصالات التقنية الحديثة: أ.د. محمد خالد منصور، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد ١٠، العدد ٣، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م.
٤٥٦. حالة الامن الغذائي والتغذية في العالم ٢٠٢٠م: منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، روما - إيطاليا، ٢٠٢٠م.
٤٥٧. حقبة الدكتور علي القره داغي الاقتصادية: أ.د. علي محي الدين القره داغي، شركة دار البشائر الإسلامية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
٤٥٨. حقيقة الفرق بين التأمين التجاري والتأمين التعاوني، دراسة مختصرة: د. إبراهيم عبد اللطيف إبراهيم العبدوي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م.

٤٥٩. حكم برمجة الألعاب الإلكترونية: من أرشيف موقع الإسلام سؤال وجواب، بإشراف الشيخ محمد صالح المنجد، تم نسحه من الانترنت في ٢٦ ذي القعدة ١٤٣٠ هـ - ١٥ نوفمبر ٢٠٠٩ م.
٤٦٠. الحماية القانونية للعلامة التجارية: أ. أوثن حنان، دار اليازوري، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٦ م.
٤٦١. حماية المستهلك في الفقه الإسلامي: محمد محمد أحمد أبو سيد أحمد، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ٢٠٠٤ م - ١٤٢٥ هـ.
٤٦٢. حوكمة الشركات في الأسواق الناشئة: د. ناصر عبد الحميد، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، ٢٠١٤ م.
٤٦٣. حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية: د. خولة فريز النوباني، عبد الله صديقي، كرسي سابق لدراسات الأسواق المالية الإسلامية - جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م.
٤٦٤. الحياة العضوية، حياة صحية: جوركان آق جونيش، ترجمة إسراء وحيد إمام، مجموعة النيل العربية - القاهرة، ط١، ٢٠٢٠ م.
٤٦٥. الخراج والضريبة المعاصرة في الفقه الإسلامية، دراسة مقارنة: د. بشار حسين العجل، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٧ م.
٤٦٦. الخراج: أبو زكريا يحيى بن آدم بن سليمان القرشي بالولاء، الكوفي (ت: ٢٠٣ هـ)، المطبعة السلفية ومكتبتها، ط٢، ١٣٨٤ م.
٤٦٧. خلاصة الثناء في فضيلة الحياء: محمد عطا الله سعيد رمضان، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٦ م.
٤٦٨. دراسة الجدوى الاقتصادية في البنك الإسلامي: حمدي عبد العظيم، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - القاهرة، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م.
٤٦٩. دراسة جغرافية تحليلية لواقع تجارة مصر الخارجية خلال الفترة (١٩٩٠ - ٢٠٠٠): د. حسام جاد الرب، كتب عربية (دار النشر الإلكتروني)، ٢٠٠٧ م.
٤٧٠. دروس في الاقتصاد الإسلامي، النظرية الاقتصادية من منظور إسلامي: د. شوقي أحمد دنيا، ط١، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م.
٤٧١. دليل إستيراد الأغذية الحلال والهيئات الإسلامية المجازة، المصرح لها إصدار شهادات الحلال والذبح الحلال: وزارة الصحة العامة - دولة قطر، الإصدار الأول، ٢٠٢١ م.
٤٧٢. دليل السائح الفقهي: فهد بن سالم عمر باهمام، دار سماء الكتب، الرياض، ط١، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م.

٤٧٣. الدواء في حياتنا: سليمان قاسم الفيفي، مكتب العبيكان، ط١، ٢٠٠١م.
٤٧٤. دور إدارة صناديق الإستثمار في تفعيل أداء الصندوق: د. عبد الباسط عبد الصمد عليه، د. سليمان موسوعة الفقه والقضاء في شرح قانون التجارة الجديد: محمد عزمي البكري، دار محمود- القاهرة، ٢٠١٣م.
٤٧٥. دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية: أ.م. حكيم براضية - أ.م. جعفر هني محمد، دار اليازوري - عمان، ٢٠١٦م.
٤٧٦. دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية: د. جيرنو أحمد جالو، دار الجنان، ٢٠١٦م.
٤٧٧. دور حوكمة مؤسسات الزكاة في دعم الثقة بصندوق الزكاة: د. براضية حكيم، و ط.د. عراب سارة، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد ١، مارس ٢٠١٧م.
٤٧٨. ديوان الإمام الشافعي: تحقيق: د. محمد عبد المنعم خفاجي، مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م.
٤٧٩. ذاتية السياسة الاقتصادية الإسلامية وأهمية الإقتصاد الإسلامي: د. محمد شوقي الفنجري، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية - القاهرة، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
٤٨٠. رسالة في الفقه الميسر: أ. د. صالح بن غانم بن عبد الله بن سليمان بن علي السدلان، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٥هـ.
٤٨١. الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية: د. حمزة عبد الكريم حماد، دار الكتب العلمية - بيروت، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م.
٤٨٢. الرقابة والإشراف على المصارف الإسلامية: البنك الإسلامي للتنمية، جدة - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
٤٨٣. الروضات الحسان في حقل اللغة واللسان: أ.د. سعدون بن أحمد بن علي الربيعي، دار الكتب العلمية - بيروت، ط١، ٢٠١٦م.
٤٨٤. الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك: د. زيد بن محمد الرماني، دار طوابق، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
٤٨٥. الزكاة الأسس الشرعية والدور الإنمائي والتوزيعي: د. نعمت عبد اللطيف مشهور، المؤسسة الجامعية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
٤٨٦. الزكاة في الإسلام على ضوء الكتاب والسنة: د. سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مركز الدعوة والإرشاد، القصب - المملكة العربية السعودية، ط٣، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.

٤٨٧. الزكاة ودورها الإقتصادي: د. حسن حوجو، دار من المحيط إلى الخليج - الأردن، ٢٠١٧م.
٤٨٨. زينة المرأة المسلمة: عبد الله بن صالح الفوزان، دار المسلم، ط٤، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
٤٨٩. السلم وتطبيقاته المعاصرة: د. أحمد بن عبد العزيز الحداد، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ٢٠١٥م.
٤٩٠. سلوك المستهلك وإتخاذ القرارات الشرائية: مجموعة مؤلفين، دار الحامد - عمان، ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م.
٤٩١. السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات: منظمة التعاون الإسلامي، ٢٠١٧م، ص ٤٢، ٤٣.
٤٩٢. السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات: منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والإقتصادية والإجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)، ٢٠١٧م.
٤٩٣. السياحة، أحكامها وأدابها في ضوء القانون والشريعة: أ.د. محمد شاهجان الندوي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٧م.
٤٩٤. سياسات صندوق النقد الدولي وأثرها على الدول النامية: د. محمد عبد الله شاهين محمد، دار الأكاديميون - عمان، ط١، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٧م.
٤٩٥. السياسة الإقتصادية في إطار النظام الإسلامي: البنك الإسلامي للتنمية، ١٤١٨هـ.
٤٩٦. سياسة التصنيع في ضوء مقاصد الشريعة: د. باسم الجميلي، دار الكتب العلمية - لبنان، ٢٠٠٦م.
٤٩٧. السياسة المالية في الإسلام: عبد الكريم الخطيب، دار الفكر العربي - القاهرة، ١٩٧٦م.
٤٩٨. السياسة النقدية والمصرفية في الإسلام: د. عدنان خالد التركماني، مؤسسة الرسالة - عمان، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٨م.
٤٩٩. الشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية: محمود عبد الكريم أحمد إرشيد، دار النفائس - الأردن، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٧م.
٥٠٠. الصكوك الإسلامية وتطبيقاتها المعاصرة وتداولها: د. فؤاد محمد أحمد محسين، دراسة مقدمة إلى دورة مؤتمر مجمع الفقه الإسلامي التاسعة عشرة، المنعقدة في دولة الامارات العربية المتحدة، خلال الفترة ٢٦ - ٣٠ ابريل ٢٠٠٩م.
٥٠١. الصكوك المالية الإسلامية بديلاً عن قروض المؤسسات الدولية: د. سامي يوسف كمال محمد، دار البشير - القاهرة، ط١، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٢م.

٥٠٢. الصكوك المالية الإسلامية، الازمة والمخرج: د. سامي يوسف كمال محمد، دار الفكر العربي - القاهرة، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
٥٠٣. الصكوك المالية وأنواعها: د. يوسف حسن يوسف، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠١٤م.
٥٠٤. الصكوك دراسة مقارنة: أ. أمال عبد الوهاب عمري، مطبعة تونس قرطاج، ط١، ٢٠١٧م.
٥٠٥. صناديق الإستثمار الإسلامية: عز الدين محمد خوجة، مجموعة دلة البركة، ط١، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.
٥٠٦. صناديق الإستثمار دراسة وتحليل من منظور الإقتصاد الإسلامي: د. أحمد بن حسن بن أحمد الحسني، مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٩٩م.
٥٠٧. صناديق الإستثمار في البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. أشرف محمد دوابه، دار السلام - القاهرة، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م، ص ٤٩.
٥٠٨. صناعة التمويل في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية: د. سامر مظهر قنطقجي، دار ابي الفداء العالمية - سوريا، ط١، ٢٠١٠م.
٥٠٩. صناعة الحلال وخدماته: د. هاني منصور المزيدي، تحقيق: أميرة محمد جلال درويش، الكويت، ط١، ٢٠٢٠م.
٥١٠. صناعة المنتجات الحلال تجارة رائجة في أوروبا: تقرير على موقع مرصد الأزهر، الثلاثاء ١ ديسمبر، ٢٠١٥م.
٥١١. صناعة الهندسة المالية الإسلامية، نظرات في المنهج الإسلامي: د. سالم السويلم، بيت المشورة للتدريب - الكويت، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٥١٢. صيغ تمويل التنمية في الإسلام: فخري حسين عزي، البنك الإسلامي للتنمية - جدة، ط١، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م.
٥١٣. ضوابط إستخدام الموارد البشرية في الإقتصاد الإسلامي وآثارها في التنمية: د. كامل صكر القيسي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م.
٥١٤. ضوابط التجارة في الإقتصاد الإسلامي: محمد نجيب حمادي الجوعاني، دار الكتب العلمية - لبنان، ٢٠٠٥م.
٥١٥. الضوابط الشرعية في إستخدام مواقع التواصل والألعاب الألكترونية: د. طه أحمد الزيدي، دار الفجر، بغداد، ٢٠١٨م.
٥١٦. الضيافة في الإسلام، دراسة فقهية إقتصادية: عبد العزيز بن أحمد العليوي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد الثالث، العدد الثالث، شوال ١٤٣٥هـ، اب ٢٠١٤م.

٥١٧. الطفل والألعاب الإلكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة بين التسلية وعمق التأثير: د. فاطمة السعدي همال، دار الخليج - عمان، ط١، ٢٠١٨م.
٥١٨. عجلة المحتاج إلى توجيه المنهاج: سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد المشهور بابن الملقن (ت: ٨٠٤هـ)، تحقيق: عز الدين هشام بن عبد الكريم البدراني، دار الكتاب، إربد - الأردن، ١٤٢١هـ - ٢٠٠١م.
٥١٩. عقود التمويل المستجدة في المصارف الإسلامية: د. حامد بن حسن بن محمد علي ميرة، دار الميمان - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٥٢٠. العقود المبتكرة للتمويل والإستثمار بالصكوك الإسلامية: د. خالد بن سعود الرشود، كرسي سانبك لدراسة الأسواق المالية الإسلامية، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م، ص ٣٧، ٣٨.
٥٢١. العقود المسماة في قانون المعاملات المدنية الإماراتي والقانون المدني الأردني: د. وهبة الزحيلي، دار الفكر - دمشق، ط٨، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م.
٥٢٢. العلاقات الاقتصادية الدولية في الإسلام: د. صلاح الدين فهمي محمود، كتب عربية، ٢٠٠٧م.
٥٢٣. العلاقة الإيجارية بين المالك والمستأجر في ضوء الشريعة الإسلامية: د. سيد علي السيد محمد، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠٢٠م.
٥٢٤. علم الإستثمار الإسلامي: د. أدهم إبراهيم جلال الدين، مركز الكتاب، ٢٠١٨م.
٥٢٥. علم الإستثمار الإسلامي: ص ٦٥؛ والوقف في الشريعة الإسلامية وأثره في تنمية المجتمع: أ.د. أحمد بن صالح الصالح، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠١٠م.
٥٢٦. العمل في الإقتصاد الإسلامي: د. باسم علاوي عبد الجميلي، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٦م.
٥٢٧. الغذاء المتوازن والصحة: د. وليد رفيق العياصرة، دار أسامة - الاردن، ٢٠١٢م.
٥٢٨. فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء: أحمد بن عبد الرزاق الدويش، دار المؤيد، الرياض، ط٥، ١٤٢٤ - ٢٠٠٣م.
٥٢٩. فتاوى يسألونك: أ.د. حسام الدين بن موسى عفانة، مكتبة دنديس، ودار الطيب، فلسطين، ط١، ١٤٢٧هـ - ١٤٣٠هـ.
٥٣٠. فقه إقتصاد السوق، النشاط الخاص: يوسف كمال محمد، دار القلم - القاهرة، ط٤، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
٥٣١. الفقه الإسلامي وأدلته: أ.د. وهبة بن مصطفى الزحيلي، دار الفكر - سوريا، ط٤.
٥٣٢. فقه السياسة على منهاج النبوة: محمد السيد بن حسن بن محمد بن أرباب التواتي المحسي الخزرجي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ٢٠١٠م.

٥٣٣. فقه اللباس والزينة: علوي بن عبد القادر السقاف، القسم العلمي بمؤسسة الدرر السنية، ط١، ١٤٣٨هـ.
٥٣٤. فقه المعاملات المالية المعاصرة: أ.د. سعد بن تركي الخثلان، دار الصميعي - الرياض، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
٥٣٥. الفقه الميسر: أ.د. عبد الله بن محمد الطيار، أ.د. عبد الله بن محمد المطلق، د. محمد بن إبراهيم الموسى، مدار الوطن، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م.
٥٣٦. فقه الهندسة المالية الإسلامية: د. مرضي بن مشوح العنزى، نسخة من تصميم شبكة الألوكة، ط١، ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م.
٥٣٧. الفكر الإقتصادي عند الإمام الغزالي: ياسر عبد الكريم الحوراني، دار مجدلاوي، ط١، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.
٥٣٨. فن الإتيكيت والمراسم والبرتوكول: صبحي سليمان، دار الفجر، القاهرة - مصر، ط١، ٢٠١٥م.
٥٣٩. فنون الإعلان التسويقي: أحمد شاهين، صلاح عبد الحميد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط١، ٢٠١٤م.
٥٤٠. الفوائد: محمد بن ابي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية (ت: ٧٥١هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت، ١٣٩٣هـ - ١٩٧٣م.
٥٤١. قاعدة بيانات مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي: الإمارات العربية المتحدة.
٥٤٢. القاموس فيما يحتاج إليه العروس: د. صالح بن أحمد بن محمد الغزالي، دار المحمدي، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
٥٤٣. قانون الضمان الاجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية: د. خالد علي سليمان بني أحمد، دار الحامد - الأردن، ط١، ٢٠٠٨م.
٥٤٤. قضايا إقتصادية إسلامية معاصرة: د. عبد الحليم عمار غربي، دار إبي الفداء العالمية - سوريا، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م.
٥٤٥. قضايا عالمية معاصرة في الموارد البشرية: د. عاطف جابر طه، الدار الأكاديمية للعلوم، ط١، ٢٠١٣م.
٥٤٦. القطاعات الواعدة في الأردن: إبراهيم سيف، صحيفة الغد، ١٧ فبراير ٢٠١٩م.
٥٤٧. القواعد الفقهية المتعلقة بأحكام التداوي وتطبيقاتها الطبية المعاصرة: أ.د. أحمد بن محمد السراح، دار الصميعي - الرياض، ١٤٣٣هـ.

٥٤٨. قواعد حوكمة الوقف: د. فؤاد عبد الله العمر، باسلة عبد العزيز المعود، كرسي الشيخ راشد بن دايل لدراسات الوقف.
٥٤٩. كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم: محمد بن علي ابن القاضي محمد حامد بن محمد صابر الفاروقي الحنفي التهانوي (ت: بعد ١١٥٨هـ)، تحقيق: د. علي دحروج، مكتبة لبنان ناشرون - بيروت، ط١، ١٩٩٦م.
٥٥٠. الكليات: أيوب بن موسى الحسيني القريمي الكفوي، ابو البقاء الحنفي (ت: ١٠٩٤هـ)، تحقيق: عدنان درويش، محمد المصري، مؤسسة الرسالة - بيروت.
٥٥١. كيمياء التجميل: د. ص جمانة الشوابكة، دار اليازوري العلمية - عمان، ٢٠١٢م.
٥٥٢. كيمياء التجميل: ميس درّس، مركز الكتب الاكاديمية - عمان، ط١، ٢٠١٨م.
٥٥٣. لباس الرجال، أحكامه وضوابطه في الفقه الإسلامي: أ.د. ناصر بن محمد بن مشري الغامدي، دار طيبة الخضراء - مكة المكرمة، ط٣، ١٤٣٤هـ.
٥٥٤. مبادئ إدارة الاعمال، وظائف وعمليات الاعمال: أ.د. زكريا الدوري، أ.د. نجم العزاوي، وآخرون، دار اليازوري، عمان - الأردن، ط١، ٢٠١٠م.
٥٥٥. مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل: أ.د. حميد الطائي، د. حميد الطائي، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠٠٩م.
٥٥٦. مبادئ في الفكر الإقتصادي الإسلامي: محمد غسان الجبان، ٢٠١٥، دمشق - سوريا، ط١.
٥٥٧. المبسوط: محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي (ت: ٤٨٣هـ)، دار المعرفة - بيروت، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.
٥٥٨. المجمعات التجارية، آداب وأحكام: محمد صالح المنجد، مجموعة زاد للنشر، المملكة العربية السعودية، ومدار الوطن للنشر، الرياض، ط١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.
٥٥٩. مجموع الفتاوى: تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني (ت: ٧٢٨هـ)، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م.
٥٦٠. محاسن السلام: الأستاذ أحمد عز الدين البيانوني، دار السلام، ط١، ١٤٠٥هـ - ١٩٨٥م.
٥٦١. مخاطر الصكوك وآليات التحوط منها: نجلاء بنت محمد البقمي، كرسي سايبك لدراسات الأسواق المالية الإسلامية، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م.
٥٦٢. مختصر الفقه الإسلامي في ضوء القرآن والسنة: محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، دار أصداء المجتمع - المملكة العربية السعودية، ط١١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.

٥٦٣. المدخل التحليلي لإدارة الإنتاج في المنشآت الخدمية والصناعية: د. بن عنتر عبد الرحمن، دار اليازوري، عمان - الأردن، ٢٠١٩م، ص ٢١٨.
٥٦٤. المدخل الحديث إلى علم الإقتصاد، منهجية ورؤية إسلامية في تناول المسائل الإقتصادية: د. شوقي أحمد دنيا، دار الكتاب الحديث، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٦م.
٥٦٥. مدخل للدراسات الاقتصادية الإسلامية: د. خلاف عبد الجبار خلاف، المعهد العالي للدراسات الإسلامية، القاهرة، ١٩٩٩م.
٥٦٦. المرأة العولمة والعطاء: د. علي محمد عبد الله، وكالة الصحافة العربية، ط١، ٢٠١٢م.
٥٦٧. المرأة بين الشريعة وجاهلية العصر: محمد حسني أبو ملح، دار أمواج - عمان، ط١، ٢٠١١م.
٥٦٨. المراجعة والتدقيق الشرعي: أ.د. محمد الفاتح المغربي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي - مصر، ط١، ٢٠١٨م.
٥٦٩. المسؤولية الإجتماعية للمصارف الإسلامية، طبيعتها وأهميتها: د. محمد صالح علي عياش، البنك الإسلامي للتنمية، جدة، ط١، ٢٠١٠م.
٥٧٠. المشروعات الصناعية، إدارة الموارد - الإدارة اللوجستية: د. ضرار عبد الحميد العتيبي، د. إبراهيم محمد أبو سعدة، د. علي زهران، دار اليازوري العلمية، ٢٠٢١م.
٥٧١. مصادر توفير السيولة في البنوك الإسلامية: د. علي سيد إسماعيل، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠١٨م.
٥٧٢. المصارف الإستثمارية الإسلامية، النظرية والتطبيق: د. عبد اللطيف حمزة القراري، أكاديمية أكسفورد العليا، ط٢، ٢٠١٦م.
٥٧٣. المصارف الإسلامية بين الفكر والتطبيق: د. حسين حسين شحاتة، دار النشر للجامعات - مصر، ط١، ٢٠٠٩م.
٥٧٤. المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. عبد الرزاق رحيم جدي الهيتي، دار أسامة - الأردن، ط١، ١٩٩٨م.
٥٧٥. المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول: د. قادري محمد الطاهر، أ. جعيد البشير، أ. كافي عبد الكريم، مكتبة حسن العصرية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٣٥هـ - ٢٠١٤م.
٥٧٦. المصارف الإسلامية والمؤسسات الإقتصادية: د. وائل عربيات، دار الثقافة - الأردن، ٢٠٠٦م.
٥٧٧. المصارف الإسلامية: أ.م.د. إخلص باقر هاشم النجار، دار الأيام، ٢٠١٩م.
٥٧٨. المصارف الإسلامية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية: أ.د. محمود حسين الوادي، د. حسين محمد سمحان، دار المسيرة - عمان، ط١، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٧م.

٥٧٩. المصارف الإسلامية، دراسة قانونية في أهم المستجدات الحديثة: د. مصطفى ناطق صالح مطلوب، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ط١، ٢٠٠٢م.
٥٨٠. المصارف الإسلامية، مفاهيم أساسية وحالات تطبيقية: حكيم حمود فليح، ثورة صادق حمادي، محمد حسن عبد الكريم، دار بغدادي- بغداد، ١٤٤٠هـ - ٢٠١٩م.
٥٨١. المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: أبو عمر ذبيان بن محمد الدبيان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٣٢هـ.
٥٨٢. المعاملات المالية المعاصرة: أ.د. وهبة الزحيلي، دار الفكر - دمشق، ط٣، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م.
٥٨٣. المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الفقه والشريعة: أ.د. محمد رواس قلعه جي، دار النفائس، بيروت - لبنان، ط٢، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م.
٥٨٤. المعايير الشرعية: هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية - البحرين، ١٤٣٧هـ.
٥٨٥. معوقات التكامل بين البلاد الإسلامية: د. علي سيد إسماعيل، دار التعليم الجامعي - مصر، ٢٠١٩م.
٥٨٦. مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة: محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية (ت: ٧٥١هـ)، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٥م.
٥٨٧. مقدمة في إقتصاد الوقف الإسلامي: أ.د. محمد أحمد أفندي، مركز الكتاب الأكاديمي، ط١، ٢٠٢٠م.
٥٨٨. مقدمة في التمويل الإسلامي: محمد تقي العثماني، تعريب: د. عمر أحمد كشكار، دار الرواد - سوريا، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠١٩م.
٥٨٩. المنتجات والأدوات المالية في الفقه الإسلامي: البنك الإسلامي للتنمية، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.
٥٩٠. المؤسسات الزكوية كآلية لمعالجة الفقر وفق برنامج التنمية الاقتصادية: أ. عبد العزيز خنفوسي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠١٣م.
٥٩١. مؤسسات مالية: أ.د. محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان، ٢٠١٦م.
٥٩٢. موسوعة الإقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية: أ.د. رفعت السيد العوضي، دار السلام - القاهرة، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، ٣٥٨/٨.
٥٩٣. موسوعة الإقتصاد الإسلامي: أ.د. رفعت السيد العوضي، دار السلام، والمعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.

٥٩٤. الموسوعة العربية الميسرة: مجموعة من العلماء والباحثين، المكتبة العصرية - بيروت، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
٥٩٥. موسوعة الفقه الإسلامي: محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، بيت الأفكار الدولية، ط١، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.
٥٩٦. موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والإقتصاد الإسلامي: أ.د. علي أحمد السالوس، مكتبة درا القرآن - مصر، دار الثقافة - قطر، ط٧، ص ٥١٥.
٥٩٧. وفقه المعاملات المالية المقارن: د. علاء الدين زعتري، دار العصماء - سوريا، ط١، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.
٥٩٨. الموسوعة المفصلة في الفرق والأديان والملل والمذاهب والحركات القديمة والمعاصرة: إعداد مكتب التبيان للدراسات العربية وتحقيق التراث، دار ابن الجوزي - مصر، ط١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٥٩٩. موسوعة صناعة الحلال: إدارة الإفتاء، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية - الكويت، ط١، ١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م.
٦٠٠. نحو إقتصاد رقمي منضبط، رؤية شرعية: د. إبراهيم عبد اللطيف الاعظمي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م.
٦٠١. نحو تطوير نظام المضاربة في المصارف الإسلامية: د. محمد عبد المنعم أبو زيد، المعهد العالمي للفكر الإسلامي - القاهرة، ط١، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.
٦٠٢. نحو فهم أعمق للواقع الإسلامي: أ.د. عبد الكريم بكار، دار القلم - دمشق، ط٣، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٦٠٣. نزييف الأدمغة العربية المهاجرة وإدارة استثمارها بين الجنة المفقودة والموعودة: فتحي سرحان، مكتب الشريف ماس، ٢٠١٤م.
٦٠٤. النشاط الإقتصادي الإسلامي وأثر القيم والأخلاق فيه، دراسة اقتصادية إسلامية تحليلية مقارنة: محمود عبد الكريم أحمد ارشيد، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٨م.
٦٠٥. النصائح الثمينة لمخالفات المرأة في اللباس والزينة: مرفت بنت كامل أسرة، دار ابن الأثير، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م.
٦٠٦. النظام الإقتصادي في الإسلام: د. محمد بن سعد المقرن وزملائه، مكتبة الرشد - المملكة العربية السعودية، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م.
٦٠٧. النظام الإقتصادي في الإسلامي: د. حازم محمود عيسى الوادي، دار الكتاب الثقافي، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م.

٦٠٨. نظام الرقابة على المال العام في الإقتصاد الإسلامي: د. فخري خليل أبو صفية، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية - الكويت، العدد ٥٢، المجلد ١٨، ٢٠٠٣م.
٦٠٩. نظام الوقف وأحكامه الشرعية والقانونية: عمر مسقاوي، دار الفكر - دمشق، ٢٠١٠م.
٦١٠. النظرية الإسلامية في الإقتصاد: د. خلفان حمد عيسى، دار الجنادرية للنشر والتوزيع - الأردن، ط١، ٢٠١٦م.
٦١١. نظرية العقد في الفقه الإسلامي، دراسة مقارنة مع الفقه القانوني والقانون الوضعي: د. عصمت عبد المجيد بكر، دار الكتب العلمية - بيروت، ٢٠٠٩م.
٦١٢. الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق: د. عبد الكريم قندوز، مؤسسة الرسالة - دمشق، ط١، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.
٦١٣. الهندسة المالية الإسلامية في الأسواق الناشئة: م.م. ثابت حسان ثابت، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول إدارة الأزمات في الوطن العربي، جامعة أدرار - الجزائر، ٩ ديسمبر، ٢٠١٥م.
٦١٤. واقع الإقتصاد الإسلامي العالمي: تقرير سنوي صادر عن مركز دبي لتطوير الإقتصاد الإسلامي، ٢٠١٩/٢٠، ٢٠٢٠/٢١، ٢٠٢١/٢٢.
٦١٥. الوجيز في الفكر الإقتصادي الوضعي والإسلامي: د. عبد الجبار حمد عبيد السبهاني، دار وائل للنشر - عمان، ٢٠٠٠م.
٦١٦. الوراثة والتقنية الحيوية في الأسماك: د. هشام عبد الله السنهوي، E-kutub Ltd، لندن، ط١، ٢٠١٨م.
٦١٧. الوقف الإسلامي بين النظرية والتطبيق: د. عكرمة سعيد صبري، دار النفائس - الأردن، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.
٦١٨. الوقف الإسلامي تطوره، إدارته، تنميته: د. منذر قحف، دار الفكر - دمشق، ط٢، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م.
٦١٩. الوقف في الشريعة الإسلامية: أ.د. سليمان بن عبد الله أبا الخيل، جامعة نايف للعلوم العربية الأمنية - الرياض، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م.
٦٢٠. الوقف واثرة في تنمية الإقتصاد الإسلامي: د. محمد سعيد محمد البغدادي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م.
٦٢١. الوقف ودوره في المجتمع الإسلامي المعاصر: د. سليم هاني منصور، مؤسسة الرسالة ناشرون - بيروت، ط١، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
٦٢٢. وقفة مع ظاهرة الإستهلاك الترفي: د. إبراهيم عبد اللطيف العبيدي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري - دبي، ط١، ١٤٢٢هـ - ٢٠١١م.



The Summary

The industries and services in the Islamic economy are among the emerging and promising economic sectors, generating billions of dollars in annual profits in various global markets. In Islamic law, these economies included: Islamic financial services, travel and tourism, digital services, logistics, media and entertainment, as well as a range of commodity products from food, medicine, cosmetics, clothing, fashion and games.

The importance of this study lies in explaining the dangers that afflict the Islamic nation as a result of relying on goods and services produced by non-Muslims, and presenting them to Muslims wrapped in their cultural and civilizational beliefs and ideas, most of which do not comply with the constants and principles of Islamic law. Therefore, this study aims to link production and service provision with Islamic law. And its purposes, and to highlight Islam's keenness to link the lifestyles of Muslims with the aims and objectives of the street, and to identify the forms of Islamic economic products, their applied size, and the extent to which they meet the consumer needs of Muslims and non-Muslims as well.

The research began with a chapter on the principles of production in the Islamic economy, and in the second chapter the study moved towards Islamic finance, its institutions and products and the financing and development role that it achieves. facing the industry and ways to address them.

Finally, the research ended with important results and recommendations, as the study concluded that the Islamic economy has productive sectors, institutions, markets and tools that contribute to the rotation and development of the general economy of Muslims. To the necessity of educating and educating Muslims about the halal industry and its importance,

and for Islamic governments to take the initiative to gradually shift towards this Islamic economic system. It also called for attention to the quality and diversification of products and services, and the exploitation of modern means and tools, to supply and market them to global markets.

The Republic of Iraq

Ministry of Higher Education and
Scientific Research

Tikrit University

College of Islamic Sciences

Graduate Studies Division



The products of the Islamic economy and their role in meeting the Era's requirements

PhD thesis submitted by the student

Muhammad Talal Adel Fakhry Al-Sheikhly

To the Council of the College of Islamic Sciences at Tikrit
University, which is part one of the requirements for obtaining a
PhD in Islamic Sciences / Department of Jurisprudence and its
Fundamentals - degree in Al Fiqh wa Usouleh

Supervisor

Dr. Assistant Professor

Anas Ali Saleh Al-Sumaidaie

1443 A.H.

2022 A.D.