



مجلة العلوم الإنسانية
بجامعة حائل



جامعة حائل
University of Hail

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل



السنة التاسعة، العدد 29

المجلد الثاني، مارس 2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مجلة العلوم الإنسانية
بجامعة حائل



جامعة حائل
University of Ha'il

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل

للتواصل:

مركز النشر العلمي والترجمة

جامعة حائل، صندوق بريد: 2440 الرمز البريدي: 81481



<https://uohjh.com/>



j.humanities@uoh.edu.sa

نبذة عن المجلة

تعريف بالمجلة

مجلة العلوم الإنسانية، مجلة دورية علمية محكمة، تصدر عن وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة حائل كل ثلاثة أشهر بصفة دورية، حيث تصدر أربعة أعداد في كل سنة، وبحسب اكتمال البحوث المحازرة للنشر. وقد نُجحت مجلة العلوم الإنسانية في تحقيق معايير اعتماد معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية معامل "آر سيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وقد أُطلق ذلك خلال التقرير السنوي الثامن للمجلات للعام 2023.

رؤية المجلة

التميز في النشر العلمي في العلوم الإنسانية وفقاً لمعايير مهنية عالمية.

رسالة المجلة

نشر البحوث العلمية في التخصصات الإنسانية؛ لخدمة البحث العلمي والمجتمع المحلي والدولي.

أهداف المجلة

تهدف المجلة إلى إيجاد منافذ رصينة؛ لنشر المعرفة العلمية المتخصصة في المجال الإنساني، وتمكن الباحثين -من مختلف بلدان العالم- من نشر أبحاثهم ودراساتهم وإنتاجهم الفكري لمعالجة واقع المشكلات الحياتية، وتأسيس الأطر النظرية والتطبيقية للمعارف الإنسانية في المجالات المتنوعة، وفق ضوابط وشروط ومواصفات علمية دقيقة، تحقيقاً للجودة والريادة في نر البحث العلمي.

قواعد النشر

لغة النشر

- 1- تقبل المجلة البحوث المكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية.
- 2- يُكتب عنوان البحث وملخصه باللغة العربية للبحوث المكتوبة باللغة الإنجليزية.
- 3- يُكتب عنوان البحث وملخصه ومراجعته باللغة الإنجليزية للبحوث المكتوبة باللغة العربية، على أن تكون ترجمة الملخص إلى اللغة الإنجليزية صحيحة ومتخصصة.

مجالات النشر في المجلة

تتم مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل بنشر إسهامات الباحثين في مختلف القضايا الإنسانية الاجتماعية والأدبية، إضافة إلى نشر الدراسات والمقالات التي تتوفر فيها الأصول والمعايير العلمية المتعارف عليها دولياً، وتقبل الأبحاث المكتوبة باللغة العربية والإنجليزية في مجال اختصاصها، حيث تعنى المجلة بالتخصصات الآتية:

- علم النفس وعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية والفلسفة الفكرية العلمية الدقيقة.
- المناهج وطرق التدريس والعلوم التربوية المختلفة.
- الدراسات الإسلامية والشريعة والقانون.
- الآداب: التاريخ والجغرافيا والفنون واللغة العربية، واللغة الإنجليزية، والسياحة والآثار.
- الإدارة والإعلام والاتصال وعلوم الرياضة والحركة.

أوعية نشر المجلة

تصدر المجلة ورقياً حسب القواعد والأنظمة المعمول بها في المحلات العلمية المحكمة، كما تُنشر البحوث المقبولة بعد تحكيمها إلكترونياً لتعم المعرفة العلمية بشكل أوسع في جميع المؤسسات العلمية داخل المملكة العربية السعودية وخارجها.

ضوابط النشر في مجلة العلوم الإنسانية وإجراءاته

أولاً: شروط النشر

أولاً: شروط النشر

1. أن يتسم بالأصالة والجدّة والابتكار والإضافة المعرفية في التخصص.
2. لم يسبق للباحث نشر بحثه.
3. ألا يكون مستلماً من رسالة علمية (ماجستير / دكتوراة) أو بحوث سبق نشرها للباحث.
4. أن يلتزم الباحث بالأمانة العلمية.
5. أن تراعى فيه منهجية البحث العلمي وقواعده.
6. عدم مخالفة البحث للضوابط والأحكام والآداب العامة في المملكة العربية السعودية.
7. مراعاة الأمانة العلمية وضوابط التوثيق في النقل والاقتباس.
8. السلامة اللغوية ووضوح الصور والرسومات والجداول إن وجدت، وللمجلة حقها في مراجعة التحرير والتدقيق النحوي.

ثانياً: قواعد النشر

1. أن يشتمل البحث على: صفحة عنوان البحث، ومستخلص باللغتين العربية والإنجليزية، ومقدمة، وصلب البحث، وخاتمة تتضمن النتائج والتوصيات، وثبت المصادر والمراجع باللغتين العربية والإنجليزية، والملاحق اللازمة (إن وجدت).
2. في حال (نشر البحث) يُزود الباحث بنسخة إلكترونية من عدد المجلة الذي تم نشر بحثه فيه، ومستلماً لبحثه .
3. في حال اعتماد نشر البحث تؤول حقوق نشره كافة للمجلة، ولها أن تعيد نشره ورقياً أو إلكترونياً، ويحق لها إدراجه في قواعد البيانات المحليّة والعالمية - بمقابل أو بدون مقابل - وذلك دون حاجة لإذن الباحث.
4. لا يحق للباحث إعادة نشر بحثه المقبول للنشر في المجلة إلا بعد إذن كتابي من رئيس هيئة تحرير المجلة.
5. الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين، ولا تعبر عن رأي مجلة العلوم الإنسانية.
6. النشر في المجلة يتطلب رسوماً مالية قدرها (1000 ريال) يتم إيداعها في حساب المجلة، وذلك بعد إشعار الباحث بالقبول الأولي وهي غير مستردة سواء أجاز البحث للنشر أم تم رفضه من قبل المحكمين.

ثالثاً: توثيق البحث

أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA7)

رابعاً: خطوات وإجراءات التقديم

1. يقدم الباحث الرئيس طلباً للنشر (من خلال منصة الباحثين بعد التسجيل فيها) يتعهد فيه بأن بحثه يتفق مع شروط المجلة، وذلك على النحو الآتي:
 - أ. البحث الذي تقدمت به لم يسبق نشره (ورقياً أو إلكترونياً)، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في وجهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه، ونشره في المجلة، أو الاعتذار للباحث لعدم قبول البحث.
 - ب. البحث الذي تقدمت به ليس مستلماً من بحوث أو كتب سبق نشرها أو قدمت للنشر، وليس مستلماً من الرسائل العلمية للماستير أو الدكتوراة.
 - ج. الالتزام بالأمانة العلمية وأخلاقيات البحث العلمي.
 - د. مراعاة منهج البحث العلمي وقواعده.
- هـ. الالتزام بالضوابط الفنية ومعايير كتابة البحث في مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل كما هو في دليل المؤلفين كتابة البحوث المقدمة للنشر في مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل وفق نظام APA7
2. إرفاق سيرة ذاتية مختصرة في صفحة واحدة حسب النموذج المعتمد للمجلة (نموذج السيرة الذاتية).
3. إرفاق نموذج المراجعة والتدقيق الأولي بعد تعينته من قبل الباحث.
4. يرسل الباحث أربع نسخ من بحثه إلى المجلة إلكترونياً بصيغة (word) نسختين و (PDF) نسختين تكون إحداها بالصيغتين خالية مما يدل على شخصية الباحث.
5. يتم التقديم إلكترونياً من خلال منصة تقديم الطلب الموجودة على موقع المجلة (منصة الباحثين) بعد التسجيل فيها مع إرفاق كافة المرفقات الواردة في خطوات وإجراءات التقديم أعلاه.
6. تقوم هيئة تحرير المجلة بالفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتحكيم، أو الاعتذار عن قبوله أولاً أو بناء على تقارير المحكمين دون إبداء الأسباب وإخطار الباحث بذلك
7. تملك المجلة حق رفض البحث الأولي ما دام غير مكتمل أو غير ملتزم بالضوابط الفنية ومعايير كتابة البحث في مجلة حائل للعلوم الإنسانية.
8. في حال تقرر أهلية البحث للتحكيم يخطر الباحث بذلك، وعليه دفع الرسوم المالية المقررة للمجلة (1000) ريال غير مستردة من خلال الإيداع على حساب المجلة ورفع الإيصال من خلال منصة التقديم المتاحة على موقع المجلة، وذلك خلال مدة خمس أيام عمل منذ إخطار الباحث بقبول بحثه أولاً وفي حالة عدم السداد خلال المدة المذكورة يعتبر القبول الأولي ملغياً.
9. بعد دفع الرسوم المطلوبة من قبل الباحث خلال المدة المقررة للدفع ورفع سند الإيصال من خلال منصة التقديم، يرسل البحث لمحكمين اثنين؛ على الأقل.
10. في حال اكتمال تقارير المحكمين عن البحث؛ يتم إرسال خطاب للباحث يتضمن إحدى الحالات التالية:
 - أ. قبول البحث للنشر مباشرة.
 - ب. قبول البحث للنشر؛ بعد التعديل.
 - ج. تعديل البحث، ثم إعادة تحكيمه.
 - د. الاعتذار عن قبول البحث ونشره.
11. إذا تطلب الأمر من الباحث القيام ببعض التعديلات على بحثه، فإنه يجب أن يتم ذلك في غضون (أسبوعين) من تاريخ الخطاب) من الطلب. فإذا تأخر الباحث عن إجراء التعديلات خلال المدة المحددة، يعتبر ذلك عدولاً منه عن النشر، ما لم يقدم عذراً تقبله هيئة تحرير المجلة.
12. في حالة رفض أحد المحكمين للبحث، وقبول المحكم الآخر له وكانت درجته أقل من 70%؛ فإنه يحق للمجلة الاعتذار عن قبول البحث ونشره دون الحاجة إلى تحويله إلى محكم مرجح، وتكون الرسوم غير مستردة.

13. يقدم الباحث الرئيس (حسب نموذج الرد على المحكمين) تقرير عن تعديل البحث وفقاً للملاحظات الواردة في تقارير المحكمين الإجمالية أو التفصيلية في متن البحث
14. للمجلة الحق في الحذف أو التعديل في الصياغة اللغوية للدراسة بما يتفق مع قواعد النشر، كما يحق للمحررين إجراء بعض التعديلات من أجل التصحيح اللغوي والفني. وإلغاء التكرار، وإيضاح ما يلزم. وكذلك لها الحق في رفض البحث دون إبداء الأسباب.
15. في حالة رفض البحث من قبل المحكمين فإن الرسوم غير مستردة.
16. إذا رفض البحث، ورغب المؤلف في الحصول على ملاحظات المحكمين، فإنه يمكن تزويده بهم، مع الحفاظ على سرية المحكمين. ولا يحق للباحث التقدم من جديد بالبحث نفسه إلى المجلة ولو أجريت عليه جميع التعديلات المطلوبة.
17. لا تردّ البحوث المقدمة إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر، ويخطر المؤلف في حالة عدم الموافقة على النشر
18. يحق للمجلة أن ترسل للباحث المقبول بحثه نسخة معتمدة للطباعة للمراجعة والتدقيق، وعليه إنجاز هذه العملية خلال 36 ساعة.
19. لهيئة تحرير المجلة الحق في تحديد أولويات نشر البحوث، وترتيبها فنياً.

المشرف العام

سعادة وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

أ. د. هيثم بن محمد بن إبراهيم السيف

هيئة التحرير

رئيس هيئة التحرير

أ. د. نوف بنت سالم الشمري

أستاذ البلاغة والنقد، جامعة حائل، المملكة العربية السعودية

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. عمر عبد الله العنانزة

أستاذ الإدارة الفندقية، جامعة اليرموك
المملكة الأردنية الهاشمية

أ. د. عبد العزيز بن سليمان الغسلان

أستاذ السياسة الشرعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
المملكة العربية السعودية

أ. د. سيندر دوفتشين

أستاذ تعليم اللغة، جامعة كيرتن، أستراليا

أ. د. عبد الله محمد أبو تينة

أستاذ القيادة التربوية، جامعة قطر، دولة قطر

د. عمر عبد الله الصمعاني

استاذ تنمية المواهب والابتكار المشارك، جامعة حائل
المملكة العربية السعودية

د. ثامر بن عيسى العميم

أستاذ اللغويات التطبيقية المشارك، جامعة حائل
المملكة العربية السعودية

أ. ممدوح نويجع الرشيد

سكرتير هيئة التحرير

د. محمد بن حسين أوانق أحمد

محاضر أول (Senior Lecturer) في دراسات اللغة العربية
جامعة ملايا، ماليزيا

مدير إدارة التحرير

د. علي بن عيسى الشمري

أستاذ المناهج وتعليم اللغة العربية المشارك، جامعة حائل، المملكة العربية السعودية

الهيئة الاستشارية

أ.د فهد بن سليمان الشايح

جامعة الملك سعود - مناهج وطرق تدريس

Dr. Nasser Mansour

University of Exeter. UK – Education

أ.د محمد بن مترك القحطاني

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - علم النفس

أ.د علي مهدي كاظم

جامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان - قياس وتقويم

أ.د ناصر بن سعد العجمي

جامعة الملك سعود - التقييم والتشخيص السلوكي

أ.د حمود بن فهد القشعان

جامعة الكويت - الخدمة الاجتماعية

Prof. Medhat H. Rahim

Lakehead University - CANADA

Faculty of Education

أ.د رقية طه جابر العلواني

جامعة البحرين - الدراسات الإسلامية

أ.د سعيد يقطين

جامعة محمد الخامس - سرديات اللغة العربية

Prof. François Villeneuve

University of Paris 1 Panthéon Sorbonne

Professor of archaeology

أ. د سعد بن عبد الرحمن البازعي

جامعة الملك سعود - الأدب الإنجليزي

أ.د محمد شحات الخطيب

جامعة طيبة - فلسفة التربية



أخلاقيات السوق في السنة النبوية وأثرها في استقرار النشاط التجاري: دراسة تأصيلية في ضوء النصوص الشرعية Market Ethics in the Prophetic Sunnah and Their Impact on the Stability of Commercial Activity: A Foundational Study in Light of Islamic Texts

د. مجاهد بن ضيف الله بن صالح العمري

أستاذ الاقتصاد المساعد، قسم الاقتصاد، كلية الأنظمة والاقتصاد، الجامعة الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
<https://orcid.org/0009-0007-8509-2635>

Dr. Mujahid Difallah Saleh Alamri

Assistant Professor of Economics, Department of Economics, College of Systems and Economics, Islamic University, Kingdom of Saudi Arabia.

(تاريخ الاستلام: 2025/09/11، تاريخ القبول: 2025/11/13، تاريخ النشر: 2025/12/15)

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى التأصيل الشرعي لأخلاقيات السوق في ضوء السنة النبوية، وتحليل أثرها في تنظيم النشاط التجاري بما يحقق الاستقرار الاقتصادي. وقد اعتمد الباحث على ثلاثة مناهج متكاملة: المنهج الاستقرائي لجمع الأحاديث النبوية ذات الصلة بسلوكيات السوق، والمنهج التأصيلي لربط تلك الأحاديث بمقاصد الشريعة، والمنهج التحليلي لبيان انعكاس هذه القيم الأخلاقية على الواقع التجاري والاقتصادي. وتوصل البحث إلى أن السوق في الإسلام يمثل منظومة أخلاقية وتشريعية متكاملة، تُنظم المعاملات على أساس من الصدق، والأمانة، وتحريم الغش والاحتكار والتغريب، وهو ما يساهم في تعزيز الثقة بين المتعاملين، وتحقيق الشفافية والاستقرار في السوق. كما بين البحث إمكانية تفعيل هذه الأخلاقيات في الواقع المعاصر من خلال أدوات رقابية وتشريعية مستمدة من نظام الحسبة، وتبني مؤايق أخلاقية للمؤسسات التجارية، وإدماج البعد القيمي في السياسات الاقتصادية. وأوصى البحث بضرورة استلهام هذا النموذج الأخلاقي الإسلامي في إصلاح الأسواق الحديثة، وتفعيل التعليم الأخلاقي الاقتصادي، وإنشاء مؤشرات تقيس الأداء الأخلاقي للسوق إلى جانب المؤشرات المالية التقليدية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات السوق، الاحتكار، الاستقرار الاقتصادي، الحسبة، الاقتصاد الإسلامي.

Abstract

This research aims to establish the ethical foundations of the marketplace in light of the Prophetic Sunnah and to analyze their role in regulating commercial activity to achieve economic stability. The study adopts a tripartite methodology: the inductive method for collecting relevant Prophetic traditions on market behavior; the doctrinal method to link these traditions to the overarching objectives of Islamic law (Maqāsid al-Sharī'ah); and the analytical method to examine the economic and social impacts of applying these ethical principles. The findings reveal that the Islamic marketplace operates as a comprehensive ethical and legislative system based on honesty, trustworthiness, and the prohibition of fraud, monopolization, and deceit. These principles foster trust among market participants and enhance transparency and stability. The study also demonstrates the feasibility of applying Islamic market ethics in contemporary economic systems through regulatory mechanisms such as modern adaptations of the hisbah (market supervision), ethical codes for commercial institutions, and the integration of moral values into economic policymaking. The study recommends incorporating Islamic ethical models into modern market reforms, promoting ethical economic education, and developing indicators to assess the moral performance of markets alongside traditional financial metrics.

Keywords: Market ethics, monopoly, economic stability, hisbah, Islamic economics.

للاستشهاد: العمري، مجاهد بن ضيف الله بن صالح. (2026). أخلاقيات السوق في السنة النبوية وأثرها في استقرار النشاط التجاري: دراسة تأصيلية في ضوء النصوص الشرعية. مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل، 02 (29)، ص 59-71.

Funding: "There is no funding for this research".

التمويل: لا يوجد تمويل لهذا البحث.

مقدمة:

ولذلك كان النبي ﷺ حريصاً على إصلاحه، مراقباً لأحواله، موجّهاً لتجارته، محدّراً من الانحرافات التي قد تفتك بعدالته أو تمزّ استقراره.

ومن هذا المنطلق، فإن دراسة أخلاقيات السوق النبوية تفتح أفقاً لفهم عميق لطبيعة العلاقة بين الدين والاقتصاد، وتبرز كيف أن الاستقامة في السوق تؤدي إلى الطمأنينة، وكيف أن الفساد فيه يجلب الاضطراب ويقوّس الثقة ويهدّد الأمن الاقتصادي والاجتماعي.

الدراسات السابقة

لقد حظي موضوع أخلاقيات السوق في ضوء السنة النبوية باهتمام عدد من الباحثين المعاصرين، لما له من أهمية بالغة في ضبط النشاط التجاري وتحقيق الاستقرار الاقتصادي في المجتمعات الإسلامية. وتنوعت هذه الدراسات بين الطرح التأصيلي والتحليل العملي والتقويم السلوكي، مما يوفر إطاراً مرجعياً غنياً يمكن الاستفادة منه في بلورة الإطار النظري لهذا البحث، ومن أبرز تلك الدراسات ما يلي:

1. ما قدمه الباحث أيوب بن سليمان مفرح الحربي (2024) في رسالته المعنونة بـ «السوق في السنة النبوية: دراسة حديثة موضوعية»، حيث هدفت إلى استقراء الأحاديث النبوية المتعلقة بالسوق، واستنباط المضامين الأخلاقية والتشريعية منها. استخدم الباحث المنهج الحديثي الموضوعي، واستعرض أكثر من مئتين وأربعين حديثاً، بينت كيف أسس النبي ﷺ لسوق منضبط أخلاقياً يقوم على قيم الأمانة، والعدل، والصدق، وتحريم الغش، والاحتكار، والتطفيف. وأوصى الحربي بضرورة استحضار هذا النموذج النبوي في تنظيم الأسواق المعاصرة، وتفعيل دور الرقابة الشرعية بما يضمن تحقيق العدالة والاستقرار.

2. وفي دراسة مشاهمة من حيث المنهج، قدّم مالك ضي النور أحمد (2020) دراسة بعنوان «التوجيهات النبوية في البيع وأثرها في المجتمع». وقد اعتمد على المنهج الاستقرائي التحليلي، وبيّن كيف أن التوجيهات النبوية مثل النهي عن النجس، والحث على الصدق في الكيل والميزان، تؤدي إلى ضبط المعاملات، وبناء الثقة بين المتعاملين، وتحقيق التماسك الاجتماعي. وأكد الباحث أن هذه التوجيهات ليست مجرد أوامر شرعية، بل هي أدوات عملية لتحقيق الاستقرار المجتمعي والاقتصادي، داعياً إلى نشر فقه البيوع ضمن برامج التثقيف التجاري للمجتمع.

3. أما دراسة عبد الهادي محمد إسماعيل جاويش (2020)، بعنوان «السوق: آدابه وأحكامه في ضوء السنة النبوية»، فقد ركزت على السلوكيات الفردية في السوق، واستعرضت جملة من الآداب النبوية مثل ذكر الله عند الدخول، والصدق في البيع، وعدم رفع الصوت، وتجنب الغش. وقد سعى الباحث

يُعدّ السوق من أبرز مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات البشرية، وقد حظي بعناية خاصة في الإسلام لما له من أثر بالغ في حركة الاقتصاد واستقرار المجتمع. فالتعاملات التجارية ليست مجرد تبادل للسلع والخدمات، بل هي ساحة تتجلى فيها القيم، وتُختبر فيها الأخلاق، وتُبنى فيها الثقة بين أفراد المجتمع. ومن هنا، لم يكن غريباً أن تهتم الشريعة الإسلامية بتنظيم شؤون السوق، لا من الجانب الفني أو الاقتصادي فحسب، بل من زاوية أخلاقية تحكم السلوك وتضبط المعاملات وتضمن العدل والرضا بين الأطراف.

وقد احتوت السنة النبوية المطهّرة على توجيهات نبوية سامية، وأحكام دقيقة، وإشارات مقاصدية عميقة في تنظيم المعاملات والأسواق. وقد تناولت هذه التوجيهات مختلف أوجه النشاط التجاري، بدءاً من النهي عن الغش والتدليس، وتحريم الاحتكار، وتحقيق الشفافية في التبادل، وانتهاءً بتسيخ قيم الأمانة، والصدق، والنصيحة، والعدل في الأسعار والموازين. لقد أسّس النبي ﷺ من خلال سيرته وسنته إطاراً أخلاقياً متيناً للسوق، لم يقف عند حدود المثالية النظرية، بل تجسّد عملياً في سلوكيات الصحابة وتعاملات المسلمين، حتى أصبح السوق النبوي نموذجاً للرقابة الذاتية والانضباط الأخلاقي.

وتأتي دراسة «أخلاقيات السوق في السنة النبوية وأثرها في استقرار النشاط التجاري» بوصفها محاولة تأصيلية لقراءة هذا البعد الأخلاقي في ضوء النصوص النبوية، واستكشاف العلاقة بين الالتزام بتلك الأخلاق واستقرار الأسواق، وهو استقرار لا يتحقق عبر القوانين والأنظمة وحدها، بل يحتاج إلى منظومة قيمية تُغذّي الضمير وتوجّه السلوك.

وفي الوقت الذي تشهد فيه المجتمعات المعاصرة أزمت اقتصادية متكررة، وتحديات أخلاقية متزايدة في الأسواق، تبرز الحاجة إلى استدعاء النموذج النبوي، لا بوصفه تراثاً يُروى، بل كمرجعية حيّة قادرة على الإسهام في ترشيد النشاط التجاري المعاصر، وتحقيق توازن بين المصلحة والمنفعة، والربح والضمير، والتماسك والتكافل.

ومن خلال استقراء النصوص النبوية ذات الصلة بالسوق، تتضح معالم منهج نبوي متكامل يروم تطهير السوق من المفساد الأخلاقية، ويعزّز مقومات الاستقرار التجاري من خلال بناء الثقة بين البائع والمشتري، وتحقيق العدالة في المعاملة، وإرساء روح التعاون والتكامل، في إطار من الالتزام بالشرعية ومقاصدها في حفظ المال والحقوق.

إن السوق في ضوء السنة النبوية ليس مجرد مكان للبيع والشراء، بل هو مجال للتعبّد وميدان للابتلاء الأخلاقي، يظهر فيه أثر الإيمان في السلوك، ويُقاس فيه صدق الانتماء للقيم الإسلامية،

ويشير إلى أن تطبيق القيم الأخلاقية الإسلامية في المعاملات يُحقق توازناً بين الدين والدنيا.

8. Ethical Entrepreneurship: Islamic Financial

Principles for SMEs – المؤلف: Ali Keya Anami

(2024): يركز هذا البحث على ريادة الأعمال الأخلاقية

في المشاريع الصغيرة والمتوسطة SMEs ضمن إطار مبادئ التمويل الإسلامي، ويبيّن كيف أن النظام المالي الإسلامي القائم على الشفافية والمشاركة والحرمة من الربا يوفّر بيئة أكثر عدالة وثقة، وبالتالي يُسهم في استقرار المعاملات والأسواق.

التعليق على الدراسات السابقة ومساهمة الدراسة الحالية

يتبين من خلال استعراض الدراسات السابقة أن هناك اهتماماً متنامياً بتأصيل أخلاقيات السوق في ضوء السنة النبوية، وقد تنوعت زوايا المعالجة بين الجانب الحديثي الموضوعي كما في دراسة الحربي (2024)، والجانب السلوكي كما عند جاويش (2020)، وكذلك الجوانب الاجتماعية والاقتصادية كما في دراسات الهرش (2019) والكندري (2018) والرفاعي (2021). وأمان الله (2022) وعلي (2024) وقد اتفقت معظم هذه الدراسات على التأكيد بأن القيم النبوية لم تقتصر على التوجيه الأخلاقي النظري، بل ترجمت إلى ممارسات عملية أثّرت بعمق في استقرار السوق النبوي وتماسكه.

ومع ما توفره هذه الدراسات من أرضية علمية وتأصيلية مهمة، إلا أنها لم تتناول بشكل مباشر العلاقة بين أخلاقيات السوق النبوية واستقرار النشاط التجاري بوصفها علاقة سببية قابلة للتحليل والتفسير في ضوء النصوص الشرعية، بل اكتفت أغلبها بالإشارة إلى الأثر الإيجابي العام دون تعمق في تحليل آليات هذا الأثر ضمن إطار علمي متماسك. كما أن عدداً من الدراسات اقتصر على توصيف بعض الضوابط أو القواعد الشرعية دون ربطها بالواقع التجاري المعاصر أو النظر في إمكانية تفعيلها ضمن تحديات الأسواق الحديثة.

من هنا تنبع مساهمة هذا البحث في السعي نحو بناء تصور علمي متكامل يجمع بين التأصيل النصي المستند إلى السنة النبوية، والتحليل الموضوعي للعلاقة بين منظومة القيم الأخلاقية النبوية واستقرار الأسواق، سواء من حيث ضبط المعاملات، أو تعزيز الثقة بين المتعاملين، أو منع أسباب الاضطراب الاقتصادي. كما يسعى البحث إلى تقديم معالجة متجددة لمفهوم «أخلاقيات السوق» في الإسلام، ليس فقط كقواعد عامة، بل كنظام متكامل ذي وظائف اقتصادية واجتماعية يمكن الاستفادة منه في السياقات المعاصرة.

وعليه، فإن هذا البحث يسدّ ثغرة في الأدبيات السابقة، ويُقدّم قيمة مضافة من خلال ربط التأصيل الشرعي بالوظيفة الواقعية لأخلاقيات السوق، واستكشاف أثرها المباشر وغير المباشر في تحقيق استقرار النشاط التجاري في ضوء السنة النبوية، وهو ما يشكل إضافة نوعية في حقل الدراسات الاقتصادية الإسلامية.

إلى ربط هذه الآداب بالمقاصد العامة للشريعة، مبرراً أثرها في ضبط السوق من الناحية الأخلاقية والاجتماعية، موصياً بضرورة غرس هذه القيم في نفوس التجار والمستهلكين على حد سواء.

4. تكاملت هذه الدراسات مع ما قدّمه أحمد فايز الهرش (2019) في دراسته المعنونة بـ «قواعد أخلاقية ناظمة للسلوك في السوق – تقدير اقتصادي إسلامي»، والتي سلّط فيها الضوء على الأسس الأخلاقية التي تنظم سلوك الأفراد داخل السوق من منظور الاقتصاد الإسلامي. استخدم الباحث منهجاً تأصيلياً تحليلياً، واستخلص من التوجيهات النبوية عدداً من القواعد الأخلاقية، مثل: تحريم الغش، والأمر بالإحسان، ووجوب حفظ الحقوق، مؤكداً أن هذه القواعد تشكل الضمانة الحقيقية لاستقرار السوق وفعاليتها. ودعا إلى دمج هذه المبادئ ضمن المناهج التعليمية والسياسات الاقتصادية لتفعيل أثرها في الواقع العملي.

5. أما علي محمد حبيب الكندري (2018) فقد ركز في دراسته الموسومة بـ «من ضوابط التسويق التجاري في ضوء السنة النبوية» على الضوابط النبوية الحاكمة لمجال التسويق التجاري، سواء في صورته التقليدية أو الحديثة. وقد استخدم الباحث منهجاً تحليلياً وصفيّاً، واستعرض فيه جملة من الضوابط مثل النهي عن النجس، والغش، والتغريب، مؤكداً أن الالتزام بهذه الضوابط يضمن نزاهة العملية التسويقية ويسهم في استقرار السوق وثقة المستهلك. وأوصى بضرورة تفعيل هذه الضوابط في السياسات التسويقية، وخاصة في البيئة الرقمية والتجارة الإلكترونية.

6. وأخيراً، تضيف دراسة علي الرفاعي (2021) المعنونة بـ «المنظومة الأخلاقية في السوق الإسلامي في ضوء السنة النبوية» بعداً إضافياً لهذا المجال، حيث تناولت كيف تشكل الأخلاق النبوية منظومة متكاملة تُسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية وتحد من الممارسات السلبية في الأسواق. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الاستنباطي والمقارن، وربطت بين المعايير الأخلاقية النبوية والنتائج الاقتصادية الإيجابية، مثل زيادة حجم التداول، وارتفاع الثقة بين المتعاملين، وتقليل النزاعات القضائية. وأكدت الدراسة أن التزام السوق بهذه المبادئ يؤدي إلى استدامة النمو وتماسك البنية الاجتماعية.

الدراسات باللغة الإنجليزية:

7. Islamic Ethics of Business: A Maqāsidic Analysis

– المؤلف: Muhammad Amanullah (2022). هذا البحث يناقش أخلاقيات الأعمال من منظور مقاصدي للشريعة الإسلامية، حيث يُبيّن كيف أن بعض الممارسات المحرّمة في الأعمال التجارية تؤدي إلى إخلال بمقاصد مثل حفظ المال، وتحقيق العدالة، وحفظ النظام الاقتصادي؛

مشكلة البحث

على الرغم من عناية الدراسات الشرعية والاقتصادية الحديثة بموضوع أخلاقيات السوق في السنة النبوية، إلا أن أكثرها اكتفى بعرض القيم الأخلاقية أو الأحكام الفقهية دون أن يقدم تأصيلاً علمياً متكاملًا يربط بين هذه الأخلاقيات ومقاصد الشريعة الإسلامية من جهة، وبين دورها العملي في تحقيق استقرار النشاط التجاري والأسواق المعاصرة من جهة أخرى.

ويظهر ذلك في غياب دراسات تجمع بين التحليل للنصوص النبوية، والتفسير المقاصدي، والتطبيق الاقتصادي الواقعي؛ في فهم الأثر للأخلاق النبوية لتنظيم الأسواق عامة وتحقيق العدالة والشفافية الاقتصادية.

ومن ثم تتمثل المشكلة الرئيسة في السؤال الآتي:

ما مدى ارتباط أخلاقيات السوق في السنة النبوية بمقاصد الشريعة الإسلامية، وكيف يسهم هذا الارتباط في تحقيق استقرار النشاط التجاري؟

ومن هنا يمكن صياغة التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما الأسس الشرعية التي قامت عليها أخلاقيات السوق في السنة النبوية؟
2. كيف يمكن الربط بين هذه الأخلاقيات ومقاصد الشريعة الإسلامية في حفظ المال والعدالة وتحقيق التوازن الاقتصادي؟
3. ما أثر تطبيق أخلاقيات السوق النبوية في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي في الأسواق المعاصرة؟
4. ما آليات تفعيل هذه القيم النبوية في الأنظمة التجارية الحديثة بما يحقق التكامل بين البعد الشرعي والأداء الاقتصادي.

أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية والعملية، من أبرزها:

1. التأصيل الشرعي لأخلاقيات السوق في السنة النبوية، من خلال جمع واستقراء الأحاديث النبوية ذات الصلة بسلوكيات البيع والشراء في السوق الإسلامي.
2. تحليل الأثر العملي لتلك الأخلاقيات في تنظيم النشاط التجاري في المجتمع النبوي، وبيان كيفية إسهامها في تحقيق الاستقرار والشفافية والثقة داخل السوق.
3. إبراز مقاصد الشريعة الإسلامية من ضبط السلوك التجاري، وتسييل الضوء على البعد الأخلاقي في التوجيهات النبوية المتعلقة بالتجارة، مثل النهي عن الغش، والاحتكار، والتناجش، والتطفيف، وغيرها.
4. إظهار العلاقة بين الالتزام بالقيم الأخلاقية واستقرار السوق

التجاري، من خلال استنباط الآثار الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على تطبيق تلك الأخلاقيات في واقع السوق.

5. ربط النموذج النبوي في تنظيم السوق بالواقع المعاصر، واستكشاف إمكانية استفادة المجتمعات الإسلامية والأنظمة الاقتصادية الحديثة من تلك المبادئ الأخلاقية في مواجهة التحديات التجارية الراهنة.

6. المساهمة في إثراء الفكر الاقتصادي الإسلامي من خلال معالجة علمية تجمع بين النصوص الشرعية والتحليل الاقتصادي الأخلاقي، وتفتح المجال لمزيد من الدراسات التطبيقية في هذا المجال.

أهمية البحث، وأسباب اختياره

تنبع أهمية هذا البحث من اعتبارات علمية وواقعية متعددة، يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

1. تسليط الضوء على أحد الجوانب المهجورة في السنة النبوية، وهو تنظيم النشاط التجاري من منظور أخلاقي؛ إذ غالبًا ما تتركز الدراسات في الجوانب الفقهية للعقود والمعاملات، بينما يُهمل الجانب الأخلاقي الذي يمثل بُعدًا مقاصديًا عميقًا ومؤثرًا في ضبط السوق واستقراره.
2. إبراز التوازن الفريد في التشريع الإسلامي بين المادة والمعنى، حيث لا يُنظر إلى التجارة بوصفها نشاطًا ربحيًا بحتًا، بل كعمل تتجلى فيه القيم الإسلامية كالأمانة، والصدق، والعدل، والتكافل، مما يحقق التكامل بين الوظيفة الاقتصادية والرسالة الأخلاقية للمسلم التاجر.
3. الاستفادة من النموذج النبوي في ضبط الأسواق في ظل الأزمات الاقتصادية والأخلاقية التي تعاني منها كثير من المجتمعات المعاصرة، نتيجة غياب الضوابط القيمية، ووجود الغش والتدليس والاحتكار والاستغلال، مما يهدد استقرار الأسواق والثقة في المؤسسات التجارية.
4. الربط بين الالتزام بالأخلاقيات الإسلامية واستقرار النشاط التجاري، حيث يوضح البحث كيف أن تطبيق القيم النبوية في السوق يُسهم في تقليل النزاعات، وزيادة الشفافية، ورفع كفاءة التبادل، وتحقيق الأمن الاقتصادي، وهي أهداف تسعى إليها النظم الاقتصادية الحديثة، ولكن من دون الأساس القيمي الذي يُكسبها الاستدامة.
5. إثراء الدراسات الاقتصادية الإسلامية من خلال تقديم معالجة تأصيلية تقوم على النصوص الشرعية، وتجمع بين الجانب الفقهي والجانب الأخلاقي والتطبيقي، مما يجعل هذا البحث إضافة نوعية إلى أدبيات الاقتصاد الإسلامي.
6. رغبة الباحث في إبراز التكامل بين التشريع والأخلاق في السنة النبوية، من خلال دراسة نموذج السوق في العهد

وقد تم المزج بين هذه المناهج الثلاثة في إطار تكاملي يهدف إلى بناء تصور علمي أصيل حول أخلاقيات السوق في السنة النبوية، وآليات تفعيلها في واقع الأسواق المعاصرة.

منهج التحليل

اعتمد هذا البحث في جانب التحليل على منهج تأصيلي وصفي تحليلي، يقوم على استقراء النصوص النبوية ذات الصلة بسلوكيات السوق، وربطها بمقاصد الشريعة الإسلامية، ثم تحليل انعكاسها على الواقع التجاري والاقتصادي.

وقد تم تنفيذ التحليل وفق الخطوات الآتية:

1. حصر الأحاديث النبوية وتحليلها:

تم استقراء ثمانية عشر نصاً نبوياً صحيحاً وتوسع آيات من القرآن الكريم تناولت سلوكيات السوق وأخلاقيات التعامل التجاري، مثل: النهي عن الغش، والاحتكار، والتناجش، والتدليس، والتطفيف في الكيل والميزان، وأحاديث الصدق والأمانة، والوفاء بالعقود، والنصيحة بين المتبايعين، وتحريم الربا، والدعوة إلى الشفافية والعدل.

وقد تم جمع هذه الأحاديث من كتب السنة المعتمدة، وهي:

1. صحيح البخاري.
2. صحيح مسلم.
3. سنن الترمذي.
4. سنن ابن ماجه.
5. مسند الأمام أحمد.
6. المستدرک.

مع الرجوع إلى شروح الحديث في فتح الباري لابن حجر العسقلاني، وشرح النووي على مسلم.

2. الربط بالمقاصد الشرعية:

تم تحليل الأحاديث السابقة في ضوء المقاصد الكلية للشريعة الإسلامية، ولا سيما المقاصد ذات الصلة بالمجال الاقتصادي، وهي:

1. حفظ المال من الفساد والتبديد.
2. تحقيق العدالة والمساواة في التبادل التجاري.
3. حماية النظام العام للسوق وثقة المتعاملين.
4. تحقيق المصلحة العامة والتكافل الاقتصادي.

3. التحليل الاقتصادي:

بعد استنباط القيم الأخلاقية من الأحاديث وربطها بالمقاصد، تم تحليل أثرها في استقرار النشاط التجاري اعتماداً على منهج وصفي تحليلي.

كما تم بناء نموذج تحليلي بالآليات الشرعية المقترحة بين

النبوي، وكيف استطاع أن يجمع بين حرية السوق والانضباط الأخلاقي في آن واحد، مما ساهم في استقرار النشاط التجاري وتحقيق التنمية المجتمعية.

موضوع البحث

يتناول هذا البحث بالدراسة والتحليل منظومة أخلاقيات السوق في السنة النبوية، باعتبارها أحد المرتكزات الأساسية التي أسهمت في تنظيم النشاط التجاري في صدر الإسلام، وساهمت في ترسيخ مبادئ العدالة والشفافية والنزاهة في المعاملات التجارية. ويهدف إلى تأصيل هذه الأخلاقيات من خلال استقراء النصوص النبوية ذات الصلة، وبيان الأبعاد التشريعية والتربوية التي تتضمنها، ثم استكشاف أثر التزام تلك المبادئ في تحقيق استقرار السوق، وبناء بيئة تجارية قائمة على الثقة والعدالة والتوازن بين المصلحة الفردية والصالح العام.

ويسعى البحث إلى الربط بين الهدى النبوي في تنظيم الأسواق وواقع النشاط التجاري المعاصر، من خلال إبراز أهمية القيم الأخلاقية الإسلامية في دعم استقرار الأسواق، وتقليل الفساد الاقتصادي، وزيادة كفاءة التبادل، مما يفتح آفاقاً لتطبيق مبادئ السنة النبوية في الإطار المؤسسي والاقتصادي الحديث.

منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الاستقرائي التأصيلي والتحليلي، وذلك بما يتناسب مع طبيعة الموضوع وأهدافه، ويتجلى ذلك فيما يلي:

1. لمنهج الاستقرائي:

يستخدم هذا المنهج في جمع واستقراء النصوص النبوية المتعلقة بالسوق وأخلاقيات المعاملات التجارية، بهدف استخراج القواعد الأخلاقية التي أرسنتها السنة النبوية في المجال الاقتصادي. ويشمل ذلك الأحاديث النبوية، وسيرته ﷺ العملية في تنظيم السوق، ومواقفه من الانحرافات السلوكية في المعاملات التجارية.

2. المنهج التأصيلي:

يُعتمد في هذا البحث لتأصيل القيم الأخلاقية في ضوء النصوص الشرعية، من خلال الرجوع إلى مصادر السنة النبوية، وكتب شروح الحديث، وأقوال العلماء، وربطها بالقواعد الكلية والمقاصد العامة للشريعة الإسلامية، مع بيان كيف تشكل هذه الأخلاقيات نظاماً تشريعياً متكاملًا لتنظيم السوق.

3. المنهج التحليلي:

يستخدم لتحليل دلالات النصوص النبوية المستقرأة، وبيان أثرها في الواقع التجاري النبوي، واستنتاج الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على تطبيقها. كما يشمل هذا المنهج تحليل العلاقة بين الالتزام بالأخلاق النبوية وبين استقرار النشاط التجاري، من خلال تفسير العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بها.

ثلاثة مستويات مترابطة:

1. الآلية المستنبطة من النص النبوي كمصدر للمقيم الأخلاقية.
2. الوصف والمقصد الشرعي كأساس معياري يوجه السلوك الاقتصادي.
3. الأثر الاقتصادي كمؤشر على استقرار السوق وتحقيق التنمية.

الطرفان، ويخضع لتأثير قوى العرض والطلب» (المصري، 1995).

فالسوق في هذا الإطار لم يعد مجرد مكان مادي، بل أصبح فضاءً للتفاعل الاقتصادي تُحدّد فيه الأسعار والكميات وفقاً لمعادلة العرض والطلب. ويشمل مفهوم السوق الحديث جميع أنواع التبادل، سواء أكان مباشراً أو غير مباشر، فيزيائياً أو إلكترونياً.

ثانياً: أنواع الأسواق ومكوناتها الأساسية

كما توجد أسواق للسلع والخدمات، توجد كذلك أسواق لعناصر الإنتاج، مثل العمل ورأس المال، إضافة إلى أسواق للأوراق المالية (كأسهم والسندات)، وأسواق العملات، والأسواق الدولية للسلع. ورغم تنوع أشكال الأسواق، إلا أن جميعها يشترك في بُنية أساسية قوامها طرفان رئيسيان: العرض والطلب.

ومن خلال هذا التحليل، قدّم البحث تصوراً تأصيلياً يبيّن أن السوق في السنة النبوية تمثل منظومة متكاملة من الضوابط الأخلاقية والتشريعية التي تحقق توازناً بين الكفاءة الاقتصادية والقيم الشرعية.

المبحث الأول: مفهوم السوق وأخلاقياته في الإسلام

أولى الإسلام عناية خاصة بتنظيم الأسواق، وتوجيه سلوك المتعاملين فيها بما يحقق مصالح العباد، ويمنع الظلم، والغش، والاحتكار، والتطيف، وغيرها من الممارسات التي تهدد استقرار النشاط التجاري. ولقد تجلّت هذه العناية بوضوح في السنة النبوية، حيث وردت أحاديث كثيرة ترسم معالم السوق الإسلامي المثالي، وترسّخ قيم الصدق، والأمانة، والنصيحة، وحسن المعاملة.

ثالثاً: نشأة السوق ودور التبادل في قيام النشاط التجاري

بدأت الأنشطة السوقية في أسواق السلع والخدمات منذ القدم من خلال تبادل فوائض السلع عبر نظام المقايضة، إذ كان الأفراد يحصلون على حاجاتهم من خلال مبادلة سلعة بسلعة. ومع تطوّر المجتمعات وتعقيد المعاملات، ظهرت النقود كوسيط للتبادل، فتحوّلت عمليات المقايضة إلى عمليات بيع وشراء للمعنى الاصطلاحي المعروف (الموسوعة الفقهية الكويتية، د.ت).

ومن هنا، تأتي أهمية التمهيد لهذا البحث بتوضيح المفهوم اللغوي والاصطلاحي للسوق، وبيان تطوره التاريخي ووظائفه المتعددة، وما يتصل به من مفاهيم اقتصادية تُمهّد لفهم أخلاقياته وأثره في استقرار المجتمعات.

أولاً: مفهوم السوق لغةً واصطلاحاً

يُطلق مصطلح «السوق» في اللغة على الموضع الذي تُمارس فيه عمليات البيع والشراء، ويجوز فيه التذكير والتأنيث، فيقال: «سوق كبيرة» أو «سوق كبير»، وجمعه «أسواق» (الشرباصي، 1981).

وقد كانت هذه المبادلات وما زالت تمثل ضرورة حياتية لا غنى عنها للإنسان، إذ لولاها لاضطر كل فرد إلى إنتاج جميع ما يحتاجه بنفسه (عبد السلام، 1999)، وهو أمر غير ممكن في الواقع العملي. أما في ظل وجود السوق وعملية التبادل، فإن الفرد يُنتج ما يتقنه أو يملك أدوات إنتاجه، ثم يحصل على بقية حاجاته من سلع وخدمات من إنتاج الآخرين من خلال عمليات تبادلية قائمة على البيع والشراء (ابن الهمام، د.ت).

وقد جاء في المعاجم أن السوق هو المكان الذي يتم فيه التعامل التجاري، فيقال: «تسوّق القوم» إذا باعوا واشتروا. وقد ورد ذكر الأسواق في القرآن الكريم في سياق وصف حياة الأنبياء، كما في قوله تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِتْمَمَ لِيَأْكُلُوا الطَّعَامَ وَيَتَشَبَّهُوا فِي الْأَسْوَاقِ﴾ [الفرقان: 20]، أي أتمّ يعيشون حياة الناس العادية ويتعاملون في الأسواق، يبيعاً وشراءً، شأنهم شأن غيرهم من البشر (العسقلاني، 2003). ويُفهم من ذلك أن السوق اسم يُطلق على كل موضع يتم فيه التبادل التجاري بين من يزاول مهنة البيع والشراء، سواء كانوا تجاراً أو محترفين (القرطبي، د.ت). وقد عرّف السوق اصطلاحاً بأنه: «المكان الذي يجتمع فيه عدد من البائعين وعدد من المشترين بهدف تبادل سلعة معينة» (المصري، 1995).

ومن خلال هذا النظام نشأت طبقة التجار، حيث يقوم التاجر بدور الوسيط بين المنتج والمستهلك مقابل تحقيق الربح. وقد عرّف ابن خلدون التجارة بأنها: «محاولة الكسب بتنمية المال، وذلك بشراء السلع في زمن الرخص وبيعها في زمن الغلاء، وما يتحقق من فرق في السعر يُعد ربحاً، وقد يتطلب ذلك من التاجر تخزين السلعة أو نقلها من مكان إلى آخر حيث يتوقع ارتفاع السعر» (ابن خلدون، 1992).

رابعاً: التشريع الإسلامي للسوق ودوره في تنظيم التجارة

أقر الإسلام هذه الأنشطة التجارية وأجازها لما لها من دور مهم في تلبية حاجات الإنسان وتحقيق التوازن المجتمعي. وجاءت نصوص شرعية كثيرة تؤكد على مشروعية البيع والشراء، منها قوله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾ [البقرة: 275]، وقوله سبحانه: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ﴾ [النساء: 29].

ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة، لم يعد التعريف التقليدي للسوق مقتصرًا على البقعة الجغرافية المادية، إذ أصبحت المعاملات تتم عن بُعد عبر الوسائط الرقمية والاتصالات الإلكترونية. وبالتالي، يمكن إعادة تعريف السوق بأنه: «الوسيلة التي يتم من خلالها تبادل ملكية السلع والخدمات بين البائعين والمشترين بثمن يتراضى عليه

كما جاء في الحديث الشريف أن النبي ﷺ سُئل: «أي

يُحَفِّر الأفراد على اكتسابها وتطويرها. أما ما لا يجد قبولاً سوقياً، فسرعان ما يندثر ويُهْمَل.

ولا شك أن السوق يؤدي دوراً أساسياً في سد حاجات المجتمع من السلع والخدمات، وهو ضرورة لا غنى عنها لضمان استمرارية الحياة الاقتصادية. وقد ورد عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه دخل السوق ذات يوم في خلافته، فوجد أغلب المتواجدين فيه من النبط (وهم التجار غير المسلمين أو غير العرب آنذاك)، فجمع الناس وعاتبهم على ترك السوق، فقالوا له: «إن الله قد أغنانا بما فتح علينا». فرد عمر بحزم قائلاً: «والله لئن فعلتم، ليجتاح رجالكم إلى رجالهم، ونساؤكم إلى نسائهم (المصري، 1995)».

وفي ذلك دلالة واضحة على أهمية مشاركة المسلمين في السوق وعدم التخلي عن دورهم التجاري، حتى لا يصبحوا معتمدين على غيرهم في قوتهم ومعاشهم.

المبحث الثاني: أخلاقيات السوق الإسلامي ودورها في تحقيق الاستقرار الاقتصادي

ينبغي أن تُبنى آليات عمل السوق الإسلامي على قواعد شرعية وأخلاقية تضمن الانضباط في النشاط الاقتصادي، فيُحظر فيه التعامل بالربا، أو الغش، أو التدليس، أو الخداع، وتُمنع فيه الممارسات التي تؤدي إلى الإضرار بالمجتمع مثل الاحتكار والتلاعب بالأسعار. كما يُرفض في السوق الإسلامي الاتجار بالسلع المحرمة أو تلك التي تؤدي إلى إشاعة الإسراف والتبذير، انطلاقاً من مبدأ أن النشاط الاقتصادي وسيلة لتحقيق مقاصد الشريعة، لا لتحقيق الربح المادي المحرد فقط.

ويقوم السوق الإسلامي كذلك على مبدأ الشفافية والإفصاح، حيث يُلزم المنتجون والتجار بتبيين خصائص السلع والخدمات التي يعرضونها، وتقديم المعلومات التي يحتاجها المتعاملون، بما يمكنهم من اتخاذ قرارات واعية ومبنية على معرفة حقيقية. هذا السلوك القائم على الصدق والأمانة يعزز الثقة بين أطراف السوق، ويحد من التقلبات والممارسات غير المشروعة، مما يسهم في تحقيق قدر كبير من الاستقرار الاقتصادي.

أولاً: صفات السوق الإسلامي ومدى مساهمتها في تحقيق الاستقرار الاقتصادي

إن السوق في التصور الإسلامي ليس مجرد موضع للتبادل التجاري أو الربح المادي، بل هو فضاء يجب أن تسوده القيم الأخلاقية، وأن تُراعَى فيه الحرمات وتُصان فيه الحقوق. ولذلك وضعت الشريعة الإسلامية، عبر السنة النبوية المطهرة، منظومة أخلاقية دقيقة تنظم السلوك الاقتصادي وتوجه المعاملات التجارية بما يضمن العدل، ويمنع الظلم، ويحقق استقرار النشاط التجاري في المجتمع.

وقد كان نبينا محمد ﷺ هو القدوة في هذا المجال، فلم يكن بمعزل عن الأسواق، بل كان يباشرها بنفسه مراقبةً وتوجيهاً وتقويماً. فعن جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال: «مرّ رسول الله ﷺ

الكسب أطيب؟»، فقال: «عمل الرجل بيده، وكل بيع مبرور»، (ابن حنبل، 2008، ج4، ص141) أي الذي لا غش فيه ولا خيانة.

وقال أيضاً ﷺ: «(إنما البيع عن تراض) (ابن ماجه، د.ت، ج3، ص737)، مشيراً بذلك إلى أهمية القبول والشفافية في المعاملة».

وقد أقرت المعاملات التجارية في عهد النبي ﷺ، حيث وُجدت الأسواق وكان الناس يتبايعون، فأقرهم النبي ﷺ على ذلك، مما يدل على مشروعية البيع بالإجماع. وقد أشار العلماء إلى أن هذه المشروعية تتفق مع فطرة الإنسان واحتياجاته، إذ لا سبيل للحصول على ما في يد الآخرين إلا من خلال تبادل عادل قائم على الرضا، وبه يتحقق لكل طرف غرضه (الزحيلي، 2005).

كما أجاز الإسلام ممارسة التجارة في مواسم العبادات، مثل الحج، دون أن يكون في ذلك حرج، كما في قوله تعالى: ﴿لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلاً مِنْ رَبِّكُمْ﴾ [البقرة: 198]، أي: لا حرج في طلب الرزق والتجارة في أيام الحج (ابن كثير، 2001).

خامساً: وظائف السوق وأثره في تخصيص الموارد وتوزيع الدخل

ليست وظيفة السوق قاصرة — كما قد يبدو للوهلة الأولى — على مجرد تحديد الأسعار والكميات الناتجة عن التفاعل بين العرض والطلب، بل تتجاوز ذلك إلى أدوار أعمق وأشمل، تمس بنية الاقتصاد وتوزيع الدخل وتنظيم الإنتاج في المجتمع. فمن أبرز وظائف السوق (التجار، 1983) أنه يسهم في توزيع الدخل بين عناصر الإنتاج المختلفة، مما يؤدي إلى توزيع الدخل بين الذين يمتلكون هذه العناصر. ويظهر هذا بوضوح في الأنظمة الاقتصادية كالنظام الرأسمالي، حيث يُعد السوق الآلية الأساسية التي يتم من خلالها تحديد الدخل النسبية لأصحاب العمل، ورأس المال، والأرض، وغيرهم.

إلى جانب ذلك، يُعد السوق أداة فعالة في تخصيص الموارد الاقتصادية، أي توجيه عناصر الإنتاج (العمل، رأس المال، الموارد الطبيعية...) إلى الاستخدامات التي تعود بأعلى منفعة للمجتمع. فعن طريق الأسعار الناتجة عن قوى السوق، تُوجّه الاستثمارات إلى القطاعات والسلع الأكثر طلباً، وتُهمَل الصناعات التي لا تجد رواجاً، مما يُحقق كفاءة اقتصادية في توزيع الموارد.

وقد أشار ابن خلدون إلى هذه الوظيفة الحيوية للسوق بقوله: «إن كانت الصناعة مطلوبة وتوجّه إليها النفاق، كانت حينئذٍ بمثابة السلعة التي تنفق سوقها وتُجلب للبيع، فيجتهد الناس لتعلم تلك الصناعة ليكون منها معاشهم. وإذا لم تكن الصناعة مطلوبة لم تنفق سوقها، ولا يوجد قصد لتعلمها، فتختفي بالترك وتُفقد بالإهمال (ابن خلدون، 1992)».

وهذا يدل على أن توجهات السوق تؤثر في أنماط التعليم والتخصص المهني، وأن ما يروج في السوق من صناعات ومهارات،

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ [النساء: 29].

5. حرية الإنتاج ضمن ضوابط شرعية:

يُقر الإسلام بحرية التاجر في إنتاج وتقديم مختلف السلع، ولكن بشرط أن تكون هذه السلع من الطيبات، وأن يكون استهلاكها موافقاً لترتيب الأولويات الشرعية. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا﴾ [البقرة: 168]، مما يدل على أن معيار الحل والطيبية أساس في قبول السلعة داخل السوق الإسلامي.

6. قاعدة النصيحة بين المتعاملين:

تُعد النصيحة أحد الأعمدة الأخلاقية التي يرتكز عليها السوق في الإسلام، وقد أكد النبي ﷺ ذلك بقوله: «الدين النصيحة»، قالوا: لمن؟ قال: «لله، ولكتابه، ولرسوله، ولأئمة المسلمين وعامتهم» (النووي، د.ت، ج2، ص.38) وهذه النصيحة تمتد لتشمل تبصير الشريك أو الزبون بمواطن الخلل، وتحذيره من الغبن أو الخداع، وتحقيق مصلحة الطرفين في البيع والشراء.

7. الرقابة المستمرة والتصحيح الفوري للانحرافات:

من أبرز صفات السوق الإسلامي وجود رقابة عملية مستمرة، كان النبي ﷺ يمارسها بنفسه، ويتابع بها حركة السوق، ويعالج بها ما يظهر من انحراف أو مخالفة. فعن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي ﷺ مرَّ على صبرة طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللاً، فقال: «ما هذا يا صاحب الطعام؟» قال: أصابته السماء، قال: «أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غش فليس مني» (رواه مسلم (النووي، د.ت، ج2، ص.282).

8. التركيز على الكفاءة لا على العدد:

لا يُشترط في السوق الإسلامي كثرة عدد البائعين أو المنتجين، بل يُركِّز على جودة الأداء ومقدار مساهمة كل فرد في العملية الإنتاجية، وفقاً لحجم الطلب وتنوع الحاجات، وهو ما يعزز من كفاءة السوق واستقراره.

9. تنظيم انتقال عناصر الإنتاج بما يحقق المقاصد الشرعية:

يتم تنظيم حركة عناصر الإنتاج (رأس المال، العمل، الموارد) وفق أولويات شرعية تراعي الحاجات الأساسية، وتمنع التكدس في نشاطات كمالية على حساب الضروريات. ويتجلى هذا البعد في توجهات السياسة الشرعية التي تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة وتوازن السوق (شوقي، 1984).

ثانياً: مبادئ السوق في الإسلام وقدرتها على تحقيق

الاستقرار الاقتصادي

جاءت الشريعة الإسلامية بمنظومة متكاملة لتنظيم النشاط الاقتصادي، ومن أبرز ملامحها المبادئ التي أرسنتها لتنظيم السوق، بما يضمن تحقيق العدالة، وحماية الحقوق، ومنع الغش، والاحتكار.

بالسوق، داخلاً من بعض العالمة، والناس كنفة، فمرَّ بجذم، فأخذ بضراع فقال: من يبيع هذا الجزور؟» (النووي، د.ت، ج2، ص.2957)، وقد اشتهر عن النبي ﷺ تفقده للأسواق، وإنكاره للمنكرات فيها، وحثه على المعروف، مما يدل على دوره الرقابي والتوجيهي لضبط حركة السوق وفق القيم الإسلامية (الدريوش، 1989).

وقد تميزت السوق الإسلامية بجملة من الخصائص التي أرساها النبي ﷺ، ومنها:

1. الإشراف النبوي المباشر على تأسيس السوق:

فقد جاء في كتب السيرة أن النبي ﷺ حينما قدم المدينة اختار بنفسه موقع السوق، قائلاً: «هذا سوقكم لا يُنقص ولا يُضرب عليه خراج» (ابن ماجه، د.ت، ج3، ص.2233)، وهو تأصيل لمبدأ الحرية الاقتصادية المنظمة، وإبعاد السوق عن الاحتكار أو السيطرة الطبقية (الدريوش، 1989).

2. حرية الدخول إلى السوق والخروج منه دون تقييد

أو خراج:

فقد كانت سوق النبي ﷺ مفتوحة لا يفرض فيها رسوم، ولا يُقتطع منها لأشخاص، بل يتاح للجميع التاجر والمشتري على حد سواء ممارسة النشاط التجاري دون عقبة. وهذا يعكس تكريس مبدأ التكافؤ في الفرص وتحقيق العدالة في المنافسة.

وفي هذا الإطار يُفهم قول النبي ﷺ: «فلا يُنقص ولا يُضرب عليه خراج»، إذ ينهى عن فرض أي رسوم أو قيود تعيق حرية الدخول والخروج في السوق، مما يساهم في خلق بيئة تجارية مستقرة وعادلة.

3. احترام حرمان السوق وعدم خدشها:

حيث إن السوق في الإسلام ليس مكاناً للربح المجرد، بل موضع تحكمه القيم، وينهى فيه عن الغش، والتدليس، والاحتكار، والغرر. وقد قال النبي ﷺ: «من غش فليس منا» (النووي، د.ت، ج2، ص.101)، وهو توجيه أخلاقي شديد اللهجة يضع حدوداً واضحة لأي سلوك تجاري غير نزيه (الدريوش، 1989).

ومن خلال هذه المعالم، يتضح أن تنظيم السوق في ضوء السنة النبوية لا يقوم على القواعد القانونية فقط، بل يرتكز على منظومة أخلاقية تنطلق من المقاصد الشرعية، وتهدف إلى تحقيق العدل الاقتصادي، وصيانة حقوق الأطراف كافة، وتحقيق الاستقرار في النشاط التجاري عبر حماية السوق من الفوضى والانحراف السلوكي.

4. نشر الوعي والمعرفة بين المتعاملين بالأحكام الشرعية

المتعلقة بالمعاملات والأسواق

لا يقوم السوق الإسلامي على الجهل أو العشوائية، بل يُشترط فيه أن يكون أطراف المعاملات على علم كافٍ بالأحكام الشرعية المنظمة للبيع والشراء، كالتحذير من الربا، والغش، والتدليس، وتحريم أكل أموال الناس بالباطل، امتثالاً لقوله تعالى:

والتعامل.

وقد أكد القرآن الكريم على مبدأ عمارة الأرض، في قوله تعالى: ﴿هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا﴾ [هود: 61]، وقوله سبحانه: ﴿وَابْتَغُوا مِّن فَضْلِ اللَّهِ﴾ [الجمعة: 10]، وهي دعوة صريحة إلى السعي الحلال في طلب الرزق، والمشاركة الفاعلة في تطوير الحياة الاقتصادية وفق الضوابط الشرعية.

كما يؤكد النبي ﷺ على شرف العمل اليدوي والإنتاج، في قوله: ما أكل أحد طعاماً قط، خيراً من أن يأكل من عمل يده وإن نبي الله داود كان يأكل من عمل يده (البخاري، د.ت، ج2، ص10). وفي الحديث الآخر: (لأن يأخذ أحدكم حبله على ظهره فيأتي بحزمة من الحطب فيبيعها فيكف الله بها وجهه خير من أن يسأل الناس أعطوه أو منعوه) (البخاري، د.ت، ج2، ص95).

إن هذه التوجيهات تؤكد على أن السوق الإسلامي، في جانبه الإنتاجي، ينبغي أن يكون قائماً على الجهد، والكفاية، والتكافل، لا على البطالة أو التطفل على موارد المجتمع. ولذلك، فإن توفير السلع والخدمات عبر الإنتاج الأخلاقي والمشروع يُعد ركيزة أساسية من ركائز الاستقرار الاقتصادي في الإسلام، حيث يقل الاعتماد على الاستيراد، وتزداد فرص العمل، وتحقق العدالة الاجتماعية.

3. الدعاية والإعلان الصادق وأثره في شفافية السوق

تُعد الدعاية والإعلان من الوسائل الجوهرية في الأنشطة التجارية الحديثة، إلا أن الإسلام قد سبق في تنظيمها ضمن إطار أخلاقي دقيق، يضمن سلامة التعامل ويمنع التفرير بالمستهلكين (عفر والغامدي، 1996). إذ تقوم الدعوة إلى المنتجات أو الخدمات في التصور الإسلامي على مبدأ الصدق والوضوح في وصف السلعة، وتحريم الكتمان أو التضليل أو المبالغة التي تخفي عيوب المنتج أو توهم بجودة غير حقيقية.

وقد أكد نبينا محمد ﷺ هذا المبدأ في قوله: «من باع عيباً لم يُبَيِّنْه لم يزل في مقت الله، ولم تنزل الملائكة تلعه» (ابن ماجه، د.ت، ج3، ص755)، وهو تحذير شديد من كتمان العيب في المعروضات التجارية. كما جاء عنه ﷺ في حديث آخر: «المسلم أخو المسلم، ولا يحل لمسلم باع من أخيه بيعاً فيه عيب إلا بيّنه له» (النووي، د.ت، ج2، ص299). وفي حديث جامع يربط بين الصدق في الإعلان والبركة في المعاملة، قال النبي ﷺ: «البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكثما مُحِقَّتْ بركة بيعهما» (العسقلاني، 2003، ج4، ص4).

وتكمن الحكمة الاقتصادية من هذه التوجيهات في تعزيز الشفافية داخل السوق، ومنع الاحتيال التجاري، مما يؤدي إلى بناء ثقة طويلة الأمد بين البائع والمشتري، ويسهم في استقرار العلاقات التجارية وتقليل النزاعات الناتجة عن التفرير أو الغش في الإعلانات أو طريقة العرض.

وتقوم هذه المبادئ على أسس أخلاقية وتشريعية تُحقق التوازن بين حرية التجارة والمسؤولية الاجتماعية، كالصدق، والأمانة، وتحريم الغش، والاحتكار، والنجش، وغيرها. ولا تهدف هذه المبادئ إلى تهذيب السلوك الفردي فحسب، بل تمتد آثارها إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي، وتعزيز الثقة في التعاملات، وضمان كفاءة السوق واستدامته، وهو ما يجعل السوق الإسلامي نموذجاً واقعياً قابلاً للتطبيق في مختلف الأزمنة والبيئات.

1. الصدق والأمانة كأساس لاستقرار السوق في الإسلام

يُعد الصدق والأمانة من أهم المبادئ الأخلاقية التي يقوم عليها السوق في الإسلام، وهما ركيزتان جوهريتان في ضبط المعاملات التجارية وتحقيق الثقة المتبادلة بين أطراف السوق. وقد جاءت النصوص النبوية مؤكدة على قيمة هذين الخلقين في المجال الاقتصادي، فقد قال نبينا محمد ﷺ: «التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء» (الترمذي، د.ت، ج3، ص506)، وهو حديث يجسد المكانة الرفيعة التي يحظى بها التاجر الذي يلتزم بالصدق والأمانة في سلوكياته التجارية.

ويكمن الأثر الاقتصادي لهذا المبدأ في أن الصدق والأمانة يعززان من ثقة المتعاملين بالسوق، ويقللان من النزاعات والخسائر الناتجة عن الغش أو التدليس، ويخلقان مناخاً مستقراً تُبنى فيه العلاقات الاقتصادية على العدالة والشفافية، لا على الخداع والمكر. وهذا ما يفضي إلى استقرار النشاط التجاري على المدى البعيد، ويجعل السوق أكثر جذباً للمستثمرين والمتعاملين.

وقد أكد القرآن الكريم هذا المبدأ في مواضع متعددة، منها قوله تعالى: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ، لَا تُكَلِّفُوا نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾ [الأنعام: 152]، وقوله أيضاً: ﴿وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ 1 الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ 2 وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ﴾ [المطففين: 1-3]، وهي آيات تعكس حرص الشريعة على منع الظلم التجاري، وتحث على التزام التاجر بالعدل والصدق في المعايير والمعاملات.

ولذلك، فإن التزام السوق الإسلامي بمبدأي الصدق والأمانة لا يمثل فقط امتثالاً دينياً، بل ينعكس أثره المباشر على استقرار الدورة الاقتصادية، من خلال تقليل تكاليف الرقابة، ورفع كفاءة التعاملات، وتعزيز الثقة بين المنتج والمستهلك، وبين البائع والمشتري، وهو ما يُعد من أهم مقومات الاستقرار الاقتصادي الشامل.

2. الإنتاج في السوق الإسلامي: عبادة ومسؤولية لتحقيق

الاستقرار الاقتصادي

يُعد الإنتاج في السوق الإسلامي فريضة جماعية ووسيلة لتحقيق مقاصد الشريعة في عمارة الأرض، وتحقيق الاكتفاء والاستقرار للأمة. فالنشاط الإنتاجي لا يُنظر إليه على أنه مجرد عمل اقتصادي، بل هو عبادة وقربة، وشكر لله تعالى على نعمه، إذا استُحضر فيه النية الصالحة، والتزم بأخلاقيات الإسلام في الكسب

من خلال تعزيز المنافسة الشريفة، وضمان عدالة التوزيع، والحد من التقلبات السعرية الناتجة عن الممارسات الاحتكارية الجائرة.

5. تحريم الغش التجاري كقاعدة أخلاقية في السوق الإسلامي

يُعد الغش من السلوكيات التجارية المذمومة التي تتناقض مع مقاصد الشريعة الإسلامية في تحقيق العدالة والشفافية في المعاملات. ويُقصد بالغش: إخفاء عيب في السلعة أو تقديمها على خلاف حقيقتها بما لو علمه المشتري لأعرض عنها أو دفع فيها ثمناً أقل. وقد حذر النبي ﷺ من هذا الفعل تحذيراً شديداً، فعن أبي هريرة رضي الله عنه: أن رسول الله ﷺ مرّ على صبرة طعام، فأدخل يده فيها، فوجد بللاً، فقال: «ما هذا يا صاحب الطعام؟» قال: أصابته السماء يا رسول الله، فقال ﷺ: «أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ من غش فليس منا» (النووي، د.ت، ج2، ص. 282). وهذا الحديث يرسخ قاعدة أخلاقية واضحة، وهي أن الغش يفصل العاش عن الانتماء الأخلاقي للأمة، ويفسد الثقة التي يقوم عليها السوق.

ومن هنا، فإن تحريم الغش في الإسلام لا يُنظر إليه كحكم تعدي فحسب، بل كضرورة اقتصادية تُسهم في حماية المستهلك، وتحقيق الشفافية، والحفاظ على استقرار السوق من خلال بناء علاقة قائمة على الصدق والوضوح بين البائع والمشتري.

6. تحريم النجش وأثره في حماية صدق التعاملات

من صور الغش والتغريب التي حذرت منها الشريعة الإسلامية ما يُعرف بـ النجش، وهو أن يمدح البائع سلعته أو يزياد شخصاً في ثمنها دون نية الشراء، بقصد خداع المشتري ودفعه لزيادة السعر. ويُعد النجش صورة من صور التدليس التي تؤدي إلى إخلال بمبدأ الصدق والشفافية في السوق، وقد نهى النبي ﷺ عنه صراحةً، كما في حديث أبي هريرة رضي الله عنه، قال: «نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن يبيع حاضر لباد، ولا تتاجشوا، ولا يبيع الرجل على بيع أخيه...» (العسقلاني، 2003، ج4، ص.4).

ويؤدي تحريم النجش إلى حماية السوق من التضليل السعري والتلاعب بثقة المستهلك، كما يعزز مناخ المنافسة الزهيدة ويمنع ارتفاع الأسعار المصطنع الناتج عن الخداع. ومن ثم، يُسهم هذا التوجيه النبوي في ضمان بيئة تجارية مستقرة تُبنى على الوضوح والثقة.

المبحث الثالث: مقترح لأخلاقيات السوق في ضوء السنة

النبوية وأثره في استقرار النشاط التجاري

انطلاقاً من تحليل النصوص النبوية ذات الصلة بسلوك السوق، ومن نتائج الدراسات السابقة التي أكدت دور الأخلاق الإسلامية في ضبط المعاملات وتحقيق التوازن التجاري، يمكن اقتراح إطار تطبيقي متكامل يستند إلى السنة النبوية الشريفة، يُسهم في تنظيم الأسواق، ويعزز من استقرار النشاط التجاري في السياقات الاقتصادية المعاصرة.

كما يُسهم هذا الانضباط الأخلاقي في تقليل ظاهرة «التسويق الكاذب»، والتي كثيراً ما تؤدي إلى هدر أموال المستهلكين، واهتزاز سمعة السوق، وتراجع الطلب على المنتجات. ولذلك، فإن توجيهات السنة النبوية بشأن الصدق في الإعلان تمثل حماية أخلاقية وقانونية للسوق، وتحقيقاً لاستقرار التجاري، وتغليلاً لمبدأ «لا ضرر ولا ضرار»، الذي يُعد من قواعد الشريعة الكبرى.

4. تحريم الاحتكار وأثره في حماية السوق واستقراره

يُعد الاحتكار من السلوكيات الاقتصادية المذمومة التي تهدد استقرار الأسواق، وتُخلّ بتوازن العرض والطلب، وتؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين من خلال رفع الأسعار أو منع توفر السلع الأساسية. وقد عرّفه الفقهاء بأنه: «حبس السلعة في وقت الحاجة بقصد الإضرار بالناس ورفع السعر عليهم» (الزحيلي، 2005)، وهو ما يتعارض مع مقاصد الشريعة التي جاءت لحفظ مصالح العباد، ومنع الظلم والجشع.

وقد ورد عن نبينا محمد ﷺ في الحديث الصحيح قوله: «لا يحتكر إلا خاطيء» (الحاكم، 1990، ج2، ص. 12)، والمراد بالخاطيء هنا: الأثم المتعمد للإضرار بالناس، مما يُظهر شدة تحريم هذا الفعل في الإسلام، ويُصنّفه في دائرة الفعل المنكر شرعاً.

كما حذّر النبي ﷺ من الوسائل المؤدية إلى الاحتكار، ومن ذلك ما يُعرف في الفقه بـ «تلقي الركبان»، أي شراء السلع من القادمين إلى السوق قبل أن يعلموا بسعرها الحقيقي، فقال ﷺ: «لا يبيع بعضكم على بيع بعض، ولا تلقوا السلع حتى يهبط بها إلى السوق» (ابن عبد البر، 1987، ج8، ص. 327). وفي حديث آخر قال ﷺ: «نهى أن يبيع حاضر لباد» (الشوكاني، 1999، ج5، ص. 211)، وذلك لمنع استغلال الجهل بالسوق أو التلاعب به خارج الإطار الطبيعي للتنافس الشريف.

بل جاء الوعيد الشديد لمن يفسد أسعار السوق عمداً، فعن النبي ﷺ قال: «من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم، فإن حقاً على الله أن يقعه عظم من النار يوم القيامة» (الشوكاني، 1999، ج5، ص. 272). وهذا يدل على الأثر الخطير للاحتكار في إفساد النظام التجاري، وما يترتب عليه من مفاصد اقتصادية واجتماعية.

من الناحية الاقتصادية، فإن الاحتكار يخلّ بمبدأ العرض والطلب الحر، ويمنح فئة محدودة من التجار قدرة مفرطة على التحكم بالسوق، وهو ما يؤدي إلى اختلال توزيع السلع وحرمان الفئات الضعيفة من احتياجاتها. ومن هنا يتبين أن تحريم الاحتكار في الإسلام ليس فقط حكماً تعديداً، بل هو إجراء تنظيمي وأخلاقي لحماية السوق، وتحقيق التوازن والاستقرار في النشاط التجاري، وضمان وصول السلع إلى المستهلكين بأسعار عادلة.

وتبعاً لذلك، فإن منع الاحتكار يُعد أحد أركان أخلاقيات السوق في الإسلام، وله دور مباشر في تحقيق الاستقرار الاقتصادي

أولاً: مكونات المقترح

يتألف الإطار المقترح من ثلاثة مستويات مترابطة:

1. المستوى القيمي (الأخلاقي):

يشمل القيم الأساسية المستمدة من السنة النبوية والتي يجب أن تحكم سلوك السوق، مثل:

1. الصدق في العرض والتسعير.
2. الأمانة في التعامل مع حقوق الآخرين.
3. النهي عن الغش والتدليس.
4. الوفاء بالعقود والعهود.
5. تحريم الاحتكار والتطفيف والنجش.
6. النصح والشفافية في المعاملة.

وتُعد هذه القيم بمثابة «المبادئ العامة» التي تشكل روح السوق الإسلامي.

2. المستوى السلوكي التنظيمي:

يتناول مجموعة من السياسات والإجراءات التنظيمية التي تُطبقت في السوق النبوي، ويمكن إعادة صياغتها اليوم، مثل:

1. وجود جهة رقابية مستقلة في السوق (مثل وظيفة المحتسب في العهد النبوي).
2. تحديد معايير شرعية للسعر العادل دون تدخل تسعيري جبري إلا للضرورة.
3. تفعيل الرقابة الأخلاقية المجتمعية (أمر بالمعروف ونهي عن المنكر في الأسواق).
4. إنشاء منصات تجارية شفافة تتيح إظهار العيوب والأسعار وضمان رضا المتعاملين.

3. المستوى الإجرائي التنموي:

يهدف هذا المستوى إلى تفعيل الأخلاق النبوية في واقع السوق المعاصر، عبر:

1. إدراج «التنقيف الأخلاقي التجاري» في المناهج الدراسية والبرامج التدريبية.
2. إصدار مدونات سلوك مهنية مستمدة من السنة النبوية في المؤسسات التجارية.
3. تعزيز التجارة الإلكترونية المؤمنة أخلاقياً وفق الضوابط النبوية.
4. دعم التشريعات الاقتصادية التي تتبنى القيم الإسلامية في مراقبة السوق.

ثانياً: آليات تحقيق الاستقرار عبر هذا الإطار

يرتكز تحقيق الاستقرار التجاري من خلال هذا الإطار إلى:

1. تقوية ثقة المتعاملين بالسوق.
2. خفض حجم النزاعات والغش والتلاعب.
3. تعزيز بيئة المنافسة العادلة.
4. بناء صورة ذهنية إيجابية للسوق الإسلامي محلياً وعالمياً.
5. حماية المستهلك من التغير، والتاجر من الإفلاس غير العادل.

ثالثاً: قابلية تطبيق الإطار المقترح

إن هذا الإطار يمكن تفعيله تدريجياً في المجتمعات الإسلامية عبر التعاون بين:

1. الجهات التشريعية (في تعديل القوانين التجارية).
2. الهيئات الرقابية (في تعزيز النزاهة والشفافية).
3. المؤسسات التعليمية (في نشر ثقافة السوق الأخلاقي).
4. المنصات التجارية الرقمية (في اعتماد معايير شرعية واضحة).

رابعاً: آليات السوق الإسلامية لتحقيق الاستقرار الاقتصادي

يعرض هذا الإطار مجموعة من الآليات المشتقة من الشريعة الإسلامية، والتي يمكن توظيفها ضمن بيئة السوق الحديثة لتحقيق الاستقرار:

جدول 1

الآليات الشرعية يمكن توظيفها ضمن بيئة السوق الحديثة لتحقيق الاستقرار

الأثر الاقتصادي	الوصف	الآلية
منع تقلب الأسعار، حماية المستهلك	تحريم حبس السلع بقصد الإضرار ورفع الأسعار	منع الاحتكار
استقرار الأسعار، زيادة الشفافية	منع المزايدة الرهمية لرفع السعر	تحريم النجش والمضاربة الصورية
تعزيز الثقة، تقليل النزاعات	كشف عيوب السلع وعدم التغير بالمشتري	الصدق في الإعلان والبيع
تعزيز التنافس، تحسين جودة الخدمات	منع التراخيص الاحتكارية أو الرسوم غير المبررة	حرية الدخول إلى السوق
ضبط جودة السوق، حماية المجتمع	نظام الحسبة أو الهيئة المنظمة لمطابقة الشريعة	الرقابة على جودة السلع
تقليل الفجوة الاقتصادية، تحقيق التوازن	إلزام الشركات بالمساهمة في دعم الفئات الأضعف	تفعيل المسؤولية الاجتماعية
وضوح المعاملات، كفاءة اتخاذ القرار	اعتماد مبدأ "البينات" في البيع والشراء	إلزامية الشفافية والمصارحة

* المصدر: من إعداد الباحث

2. ضرورة إعادة إحياء نظام «الحسبة الحديثة» أو تأسيس هيئة رقابية مستقلة ذات طابع أخلاقي، تتولى مراقبة النشاط التجاري في ضوء الضوابط الشرعية، وتعمل على حماية المستهلك، وكشف ممارسات الغش والفساد في السوق.

3. إدراج مادة «أخلاقيات السوق الإسلامي» ضمن مناهج كليات الاقتصاد والإدارة، بهدف تنمية وعي الأجيال الجديدة من التجار والاقتصاديين بالضوابط الشرعية وأثرها في الاستقرار الاقتصادي.

4. تشجيع المؤسسات المالية والتجارية على تبني مواثيق أخلاقية مستمدة من القيم الإسلامية، وربط سياسات الجودة والامتثال المهني بها، لتعزيز الشفافية والثقة في التعاملات التجارية.

5. تطوير مؤشر لقياس «الاستقرار الأخلاقي للسوق»، يكون موازياً للمؤشرات الاقتصادية التقليدية، بحيث يُرَاعِي مدى التزام الفاعلين الاقتصاديين بقيم الأمانة، والصدق، والعدل، وغياب الممارسات الاحتكارية والغش.

6. تعزيز دور وسائل الإعلام والمؤسسات الدينية في التوعية بأخلاقيات السوق الإسلامي، وتصحيح المفاهيم الخاطئة التي تفصل بين الاقتصاد والدين، وبيان أن القيم الأخلاقية عنصر أصيل في البناء الاقتصادي.

7. العمل على إنشاء شراكات بين الجامعات ومراكز البحوث الاقتصادية والهيئات التجارية لإجراء دراسات ميدانية حول أثر الأخلاق الإسلامية في خفض معدلات التضخم، والغش، والاحتكار، وتقديم نماذج تطبيقية قابلة للتنفيذ.

المراجع

ابن حنبل، أحمد. (2008م). مسند الإمام أحمد. تحقيق محمد عبد القادر عطا. (ج7). دار الكتب العلمية.

ابن خلدون، عبد الرحمن محمد. (1992م). المقدمة. (ط 11). دار القلم. بيروت.

ابن ماجه، محمد يزيد. (د.ت). سنن ابن ماجه بشرح الإمام السندي. تحقيق خليل مأمون شيحا. (ج 3) دار المعرفة.

ابن كثير، عماد الدين اسماعيل. (2001م). تفسير القرآن العظيم. (ج 1). مؤسسة الرسالة.

أحمد، مالك ضي النور. (2020م). التوجيهات النبوية في البيع وأثرها في المجتمع، مجلة العلوم الإسلامية، (22)، جامعة وادي النيل، 1-14.

وبذلك تتحول الأخلاق النبوية من نصوص مُعلّقة إلى أدوات فاعلة تضمن التوازن والاستدامة في السوق.

الخاتمة: النتائج والتوصيات

نتائج البحث

اعتمد الباحث في الوصول إلى نتائج هذا البحث على منهج علمي يجمع بين الاستقراء، والتحليل الوصفي الاقتصادي وقد أظهرت نتائج التحليل أن أخلاقيات السوق في السنة النبوية تمثل منظومة متكاملة من القيم التي تحقق مقاصد الشريعة في المجال الاقتصادي، وتؤثر بفاعلية في استقرار النشاط التجاري والاجتماعي. وقد تم التوصل إلى النتائج الآتية:

1. تؤدي قيم الصدق والأمانة في البيع والشراء إلى تحقيق مقصد حفظ المال وتمنع التلاعب والغش.

2. النهي عن الاحتكار والتناجش والغش يمثل تطبيقاً عملياً لمقصد تحقيق العدالة ومنع الظلم الاقتصادي.

3. توجيهات الشفافية والسماحة في المعاملات تؤدي إلى تعزيز الثقة والاستقرار في السوق.

4. تتكامل الأخلاقيات النبوية مع المقاصد الشرعية في بناء سوق قائم على التوازن بين القيمة الدينية والكفاءة الاقتصادية.

5. تظهر المقارنة بين القيم النبوية والدراسات المعاصرة أن الأخلاق الإسلامية ليست فقط سلوكاً تعبدياً، بل آلية اقتصادية تنظّم السوق وتحدّ من الاضطراب التجاري.

6. أن الفقه الاقتصادي الإسلامي يحتوي على آليات واضحة وقابلة للتنفيذ لضبط الأسواق، مثل التسعير عند الضرورة، وتفعيل نظام الحسبة، والنصح في المعاملات، وهو ما يُعد بديلاً أخلاقياً للنظام الرأسمالي القائم على الربح المجرد.

يتبين من خلال النتائج السابقة أن السنة النبوية أسست لنظام أخلاقي واقتصادي متكامل، يهدف إلى تحقيق الاستقرار العام للسوق وحماية الحقوق الاقتصادية للأفراد والمجتمع. فالأخلاقيات النبوية كتحريم الغش، والاحتكار، والتدليس، والنهي عن أكل أموال الناس بالباطل وتمثل تطبيقاً عملياً لمقاصد الشريعة في حفظ المال وتحقيق العدالة والمصلحة العامة. كما أن الالتزام بهذه الأخلاق يؤدي إلى بناء بيئة اقتصادية شفافة قائمة على الثقة المتبادلة،

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الربط التأصيلي بين الأخلاق النبوية والمقاصد الشرعية هو مفتاح فهم أثر الإسلام في استقرار الأسواق الحديثة.

التوصيات

1. دعوة صنّاع القرار والمشرّعين إلى الاستفادة من النموذج الأخلاقي الإسلامي في تنظيم الأسواق، خاصة في الجوانب المتعلقة بالرقابة على الأسعار، ومنع الاحتكار، والتغريب بالمستهلكين، بما يساهم في تعزيز العدالة الاقتصادية.

- الترمذي، محمد عيسى. (د.ت). الجامع الصحيح سنن الترمذي. (ج2) (ج3). تحقيق أحمد محمد شاكر وآخرون. دار إحياء التراث العربي.
- جاويش، عبد الهادي محمد اسماعيل. (2020م). السوق: آدابه وأحكامه في ضوء السنة النبوية، *مجلة الدراسات الإسلامية والعربية*، (52). جامعة الأزهر.
- الحرابي، أيوب سليمان مفرح. (2024م). السوق في السنة النبوية: دراسة حديثة موضوعية. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القصيم، كلية الشريعة، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية.
- الدريويش، أحمد بن يوسف. (1989م). أحكام السوق في الإسلام وأثرها في الاقتصاد الإسلامي. عالم الكتب.
- دنيا، شوقي أحمد. (1984م). دروس في الاقتصاد الإسلامي: النظرية الاقتصادية الإسلامية. مكتبة الخريجين الزحيلي، وهبه. (2005م). الفقه الإسلامي وأدلته. (ط5). دار الفكر.
- الشرابصي، أحمد. (1981م). المعجم الاقتصادي الإسلامي. (د.ت).
- الشوكاني، محمد بن علي. (1999م). نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار. تحقيق: سيد عبد القادر شاهين. (ج5) (ط1). دار الكتب العلمية.
- العسقلاني، أحمد بن علي بن حجر. (2003م). فتح الباري بشرح صحيح البخاري. (ج4). مكتبة الصفا.
- ابن عبد البر، يوسف بن عبد الله. (1987م). التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد. تحقيق: محمد عبد القادر أحمد عطا. (ج8) (ط1). دار الكتب العلمية.
- عبد السلام، العز بن. (1999م). قواعد الأحكام في مصالح الأنام. (تحقيق: عبد اللطيف حسن عبد الرحمن). دار الكتب العلمية
- عفر، محمد عبد المنعم. الغامدي، محمد بن سعيد. (1996م). أصول الاقتصاد الإسلامي. دار الفتح للإعلام، القاهرة.
- القرطبي، محمد بن أحمد الأنصاري. (د.ت). الجامع لأحكام القرآن. تحقيق: عماد زكي البارودي وخيري سعيد. (ج13). المكتبة التوفيقية. القاهرة.
- الكندري، علي محمد حبيب. (2018م). من ضوابط التسويق التجاري في ضوء السنة النبوية، *المجلة العالمية للتسويق الإسلامي*، (5). مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي. جامعة أم القرى.
- الموسوعة الفقهية الكويتية. (د.ت). وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية. (ج9) (ط2). دار السلاسل. الكويت.
- محمد، يوسف كمال. (1995م). فقه اقتصاد السوق: النشاط الخاص. (ط2). دار النشر للجامعات المصرية.
- النسائي، أحمد شعيب علي. (1998م). سنن النسائي. ج3، مكتبة المعارف.
- النجار، عبد الهادي علي. (1983م). الإسلام والاقتصاد. سلسلة عالم المعرفة. (63). المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. الكويت.
- الحاكم النيسابوري، محمد بن عبد الله. (1990م). المستدرک علی الصحیحین. تحقیق: مصطفی عبد القادر عطا. ج2 (ط1). دار الكتب العلمية.
- النووي، محيي الدين. (د.ت). صحيح مسلم بشرح النووي. (ج1). دار الفجر للتراث.
- الهمام، محمد عبد الواحد. (د.ت). فتح القدير. (ج6). دار الفكر.
- الهرش، أحمد فايز. (2019م). قواعد أخلاقية نازمة للسلوك في السوق تقدير اقتصادي إسلامي. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*، (13). جامعة النجاح الوطنية، 87-100.
- Ahmad, Malik Dhay al-Nur. (2020). Al-tawjih al-nabawiyah fi al-bay' wa atharuha fi al-mujtama' (in Arabic). *Majallat al-Ulum al-Islamiyyah*, 22, University of Wadi Al-Neel, 1-14.
- Jawish, Abdulhadi Muhammad Isma'il. (2020). Al-suq: Adabuhu wa ahkamuhu fi daw' al-sunnah al-nabawiyah (in Arabic). *Majallat al-Dirasat al-Islamiyyah wa al-Arabiyyah*, 52, Al-Azhar University.
- Harbi, Ayyub Sulayman Mafrah. (2024). Al-suq fi al-sunnah al-nabawiyah: Dirasah hadithiyah mawduhu'iyah (in Arabic). [Unpublished Master's Thesis], College of Shariah, Qassim University.
- Kandari, Ali Muhammad Habib. (2018). Min dawabit al-tasweeq al-tijari fi daw' al-sunnah al-nabawiyah (in Arabic). *Al-Majallah al-Alamiyyah li-l-Tasweeq al-Islami*, 5, Islamic Economics Research Center, Umm Al-Qura University.
- Hirsh, Ahmad Fayiz. (2019). Qawa'id akhlaqiyyah nazimah li-l-suluk fi al-suq: Taqdir iqtisadi Islami (in Arabic). *Majallat al-Dirasat al-Iqtisadiyyah al-Mu'asirah*, 13, An-Najah National University, 87-100.



Journal of Human Sciences

A Scientific Refereed Journal Published
by University of Ha'il



Ninth year, Issue 29
Volume 2, March 2026