

الباب الثاني

أسس النظرية

أولاً: المنافسة التجارية

1. مفهوم المنافسة

تعريف المنافسة لغة

هناك عبارات عديدة في اللغة تدور حول معاني المنافسة، منها على سبيل المثال لا الحصر:

المنافسة من التنافس: وهي الرغبة في الشيء والانفراد به، ونافست في الشيء منافسةً ونفاساً إذا رغبت فيه^١.

وتأتي المنافسة بمعنى الحرص على الغلبة والانفراد بالمحروص عليه، والتنافس فيه، ونافس ينافس فهو منافس إذا نزع في الشيء، أو أراده وحسد من صار إليه^٢.

كما أن أصل التنافس: التشاجر على الشيء والتنازع فيه بأن يحب كل واحد أن يتفرد به دون صاحبه^٣.

تعريف المنافسة اصطلاحاً

على حسب ما تتبعنا كتب الفقه القديمة، لم نثر على تعريف واضح للمنافسة في النشاط الاقتصادي الذي يراد بحثها. غير أن الإمام الغزالي رحمه الله يوضح طبيعة العلاقة القائمة بين المتنافسين

^١ أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري، *النهاية في غريب الحديث والأثر*، المكتبة العلمية، بيروت، 1979 م، ج 5، ص 94
^٢ مصطفى، إبراهيم، وآخرون، *المعجم الوسيط*، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، ج 2، ص 940
^٣ محمد بن علي بن محمد الشوكاني، *فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير*، دار الفكر، بيروت، ج 5، ص 403

وسبب نشوئها، فيقول "أما المنافسة فسببها حب ما في المنافسة، فإن كان ذلك سبباً دينياً فسببه حب الله تعالى وحب طاعته، وإن كان دنيوياً فسببه حب مباحات الدنيا والتنعم فيها^٤.

من هنا كان لزاماً علينا الرجوع إلى مصادر أخرى أحدث، وهي كتب الإقتصاد، حيث قالوا إن المنافسة هي "المزاحمة بين عددٍ من الأشخاص، أو بين عدة قوى، تتابع نفس الهدف، وتعني أيضاً العلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء"^٥. كما تدل كلمة المنافسة على أنها هي "التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لازدهار التجارة ازدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح"^٦.

يظهر لنا أن هذا التعريف يشمل بعضاً من ضوابط المنافسة مثل الحث على العمل كما يشمل على الأخلاق والمبادئ الشرعية، بوصفها ذات مصلحة، أي لا تهدف إلى الإضرار بالآخرين وأن المصلحة تتحقق ليس لطرف واحد بل لأطراف عدة كالعاملين، والزبائن، والمجتمع.

2. مفهوم التجارة

تعريف التجارة لغة

التجارة مصدر دال على المهنة، وفعله يَجَرُّ يَتَجَرَّ تجرّاً وتجارة^٧. وتجر وتجارة: مارس البيع والشراء، والتجارة ما يتجر فيه، وتقليب المال لغرض الربح، والمتجر مكان التجارة، ويقال: بلد متجر أي تكثر فيه التجارة^٨، والتاجر هو الذي يبيع ويشترى^٩، وأرض متجرة بكسر الجيم، أي يتجر إليها وفيها^{١٠}. والتجارة

^٤ أبو حامد محمد بن محمد بن محمد الطوسي الغزالي، إحياء علوم الدين، دار المعرفة، بيروت، ج 3، ص 206

^٥ أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، 1994 م، ص 7

^٦ محمد علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، تحرير: رفعت السريد عوضي، دار السلام

والمعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981 م، ج 1، ص 39

^٧ محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، دار الهداية، مادة تجر، ج 10، ص 278

^٨ مصطفى، المعجم الوسيط، ج 1، ص 82

^٩ الفيروز آبادي، القاموس المحيط، ج 1، ص 454

^{١٠} الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ج 10، ص 279

عبارة عن شراء شيء ليباع بالربح^{١١}، كما أن التجارة تقلب المال وتصريفه لطلب النماء. والمتجر بفتح الميم وإسكان التاء وفتح الجيم يراد به المخزن^{١٢}.

تعريف التجارة اصطلاحاً

أما تعريف التجارة في اصطلاح الفقهاء فلا يبعد عن التعريف اللغوي، وذلك يتضح فيما يلي:
عند الحنفية هي: "كسب المال بالمال بعقد شراء أو إجارة"^{١٣}، وعند المالكية هي: "التصرف بالبيع والشراء لتحصيل الربح"^{١٤}، أما عند الشافعية هي: "تقلب المال بالمعاوضة لغرض الربح"^{١٥}، وأما عند الحنابلة هي: "التقلب والاستبدال بثمن وعروض"^{١٦}.

والتجارة إذن هي عملية البيع والشراء، وهي مبادلة مال بمال، سواء كانت تجارة داخلية وهي المبادلات التي تجري في البلاد وتخضع لسلطة الدولة، أم تجارة خارجية وهي المبادلات التي تجري في البلاد غير الخاضعة لسلطات الدولة.

والتجارة أعم من البيع إذ البيع نوع منها. فالتجارة يراد بها كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة^{١٧}.

ثانياً: أنواع المنافسة التجارية

تتنوع المنافسة التجارية إلى المنافسة المشروعة والمنافسة غير المشروعة.

^{١١} علي بن محمد بن علي الجرجاني، *التعريفات*، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط 1، 1405 هـ، ج 1، ص 773
^{١٢} أبو زكريا محيي الدين بن شرف النووي، *تهذيب الأسماء*، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، ص 373
^{١٣} ابن عابدين، *حاشية ابن عابدين رد المحتار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار*، دار الفكر، بيروت، 1421 هـ، ج 2، ص 272.
وانظر: الكاساني، *بدائع الصنائع*، ج 6، ص 57
^{١٤} أبو البركات أحمد بن محمد العدوي الدردير، *الشرح الصغير*، ج 2، ص 114
^{١٥} شهاب الدين أحمد الرلسي عميرة، *حاشية عميرة*، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، 1419 هـ، ج 2، ص 32،
وانظر: زكريا الأنصاري، *أسنى المطالب في شرح روض الطالب*، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422 هـ، ج 1، ص 381
^{١٦} مصطفى السيوطي الرحيباني، *مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى*، المكتب الإسلامي، دمشق، 1961 م، ج 2، ص 55
^{١٧} حمد عبد الرحمن الجنيدل، *نظرية التملك في الإسلام*، ط 2، مؤسسة الرسالة، دمشق، 1403 هـ، ص 2

1. المنافسة المشروعة

هي "التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لازدهار التجارة ازدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح"^{١٨}.

حيث يظهر أن مفهوم المنافسة الشرعية هو ذلك التعريف الأولي للمنافسة، أو بعبارة أخرى، أنه إذا أطلقت كلمة المنافسة فهي تعني المنافسة المشروعة. وهذا سيظهر فيما بعد في الفصول القادمة.

2. المنافسة غير المشروعة

هي "تجاوز أحد أطراف المنافسة الحدود المسموح بها باستخدامه أعمالاً وأساليب غير سليمة، خارجة عن عادات التجار وأعرافهم تقاليدهم وأخلاقيهم"، فهي "كل الأعمال التي تلحق ضرراً بالآخرين"، وهي كذلك "استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف"^{١٩}.

ثالثاً: دراسات سابقة

هناك عدة كتب ودراسات سابقة تكلمت في الموضوع، إلا أن معظمها يتمحور على الناحية القانونية والإقتصادية أكثر منها فقهية تشريعية، ومنها:

1. حماية المستهلك من منظور إسلامي ، لعبد الحق حميش، تناول الكتاب مجموعة من الموضوعات

منها: أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري، وطرق محاربة الغش التجاري، والاحتكار وغيره، كما

أن هذا الكتاب تكلم عن المنافسة في إطار حماية المستهلك فقط، ولا ينظر إلى قضية المنافسة من

^{١٨} محمد علي جمعة، موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية، تحرير: رفعت السيد عوضي، دار السلام والمعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981 م ، ج 1، ص 39
^{١٩} الصفار، المنافسة غير المشروعة، ص 27

منظور رجالات التجارة والإقتصاد. بعبارة أخرى، كأن قضية المنافسة هي قضية المستهلك فقط ولا يتعدى كونها إلى القضايا التي تم التجار والصنائع.

2. الخطوط الكبرى في الإقتصاد الإسلامي ، لرضا صاحب أبو حمد، حيث تكلم عن الخطوط

الكبرى في الإقتصاد الإسلامي مع إشارة موجزة إلى قضية المنافسة كبعض الخطوط التي ينبغي مراعاتها بالحدود الشرعية.

3. المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي، للكاتبه أمل أحمد محمود الحاج حسن، حيث بحثت

الكاتبه ضوابط المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وحدودها المحددة، غير أن هذا الكتاب ينقصه أهم الأمور في عملية استنباط الضوابط من النصوص الشرعية خاصة من الكتب الفقهية القديمة، ولا يراعي قوانين الإستدلال الأصولي ونظرية الإستنباط الفقهي.

4. هناك كتب تحمل عنوان المنافسة ، إلا أن هذه الكتب ذات طابع قانوني واقتصادي، مثل:

المنافسة والترويج الاقتصادي، لفريد النجار، والحق في المنافسة المشروعة، لأحمد محمد محرز.

من هذه الكتب السالفة الذكر، يحاول الباحث دراسة أقوال الفقيهيين العظميين النووي والقراي

حول موضوع المنافسة مع التركيز في عملية الإستنباط الأصولي والفقهي من كتب الإمامين، حيث إن

النظرية والضوابط التي يحاول الباحث بنائها من خلال هذه الرسالة لا بد وأن تتم في إطار القواعد الأصولية

الرصينة، بعيدة عن التكلف الإستدلالي وعملية التأويل الفضفاض. وهذا الأمر، أعني ما أسميه بـ"عملية

التأويل الفضفاض"، كثيرا ما نجدها في كتابات المفكرين المعاصرين بخاصة المفكرين الأعاجم. فلقد ترسخ في

ذهن الباحث أن ما كتبه الأقدمون زاخر بالأفكار المتينة والصالحة لمعظم العصور اللاحقة، غير أن تلك

الأفكار لا بد من جمعها من ثنايا كتب المتقدمين مع إعادة صياغتها لتتماشى مع أساليب الفكر المعاصر ولغته.

ولعل هذا الأخير هو الذي صار من الأمور التي لطالما يراه الباحث من القضايا الرئيسية في عملية "أسلمة الحياة العصرية بكل جوانبها". فتعاليم ديننا الحنيف وبخاصة تعاليم القرآن يراها المفكرون مجرد "النظرية الكبرى والخطوط المرنة" التي يمكن تطبيقها كأساس أخلاقي فقط لحياتنا المعاصر. ولقد سمعنا كثيرا أن القرآن هو مجرد النظرية الكبرى ولا يمكن تطبيقه بحذافيره. وهذا لربما صحيح معذور. إلا أن كتب الفقهاء المتقدمين من الممكن أن تستطيع أن تلعب دورا مهما ورئيسيا في عملية "إنزال" تلك النظرية الكبرى من القرآن إلى دنيا الواقع.

رابعاً: الإطار النظري

كشف كثير من البحوث والدراسات الإقتصادية استفحال الأمور بالنسبة إلى أمراض الإقتصاد التقليدي، حيث يقتضي ذلك لا محالة البحث بجدية متناهية إلى رؤى جديدة وأفكار متجددة لعلاج تلك الأمراض المزمنة.

وعند عملية البحث، لم يجد الإقتصاديون إلا تعاليم الدين الحنيف الذي بنى معظم أنشطة الإقتصاد على أسس التقوى والتعاون على البر وعدم التعاون على الإثم والعدوان، تلك الأسس التي غابت عن الإقتصاديات التقليدية بصورة رهيبة، بل تبدو لدى الكثير أن تلك الأسس لا تدخل في عقولهم وعقلاانيتهم، حيث إن الإقتصاد في نظرهم لا بد أن يبنى على أسس الربح المحض بدون أي اعتبار أخلاقي أو تعاوني فيما بين الناس.

فالمعاملات الإسلامية في نظرنا نحن المسلمين لا بد أن تكون معاملة في إطار العبادة. وإن الإسلام لا يحرم جميع أنواع المعاملات وجميع مقتضياتها ولوازمها ومستلزماتها، بما في ذلك التنافس أو

المنافسة بين رجال الأعمال. وإنما يقدم الدين الحنيف صياغة خاصة لدنيا المعاملات بحيث تبعد عن

الإحتكار والتعسف في استعمال الحقوق والصلاحيات الفردية والجماعية.

من هنا يرى الباحث ضرورة إبراز الأسس والمبادئ الإقتصادية المأخوذة من الكتاب والسنة وكذلك

من كتابات الفقهاء القدماء. ومن تلك الأسس والمبادئ: المنافسة الشريفة في العملية الإقتصادية بعيدة عن

التعسف في استعمال الحقوق، بما في ذلك الإحتكار والغش وغيرهما من صور المعاملات المحرمة.

كما يرى الباحث أن من الضروري تقديم نظام شرعي لحماية المنافسة التجارية لتكون منافسة

صحية وشريفة وشرعية.