

11-5-2018

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية (دراسة فقهية قانونية تطبيقية) Promotional Gifts in the Islamic Banks - An Applied Legal Jurisprudential Study

Nader Mohammed Al-Qudah

-

Adnan Mahmoud Al-Assaf
Jordan University, adnanassaf20@hotmail.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jois>



Part of the [Islamic Studies Commons](#)

Recommended Citation

Al-Qudah, Nader Mohammed and Al-Assaf, Adnan Mahmoud (2018) "الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية (دراسة فقهية قانونية تطبيقية) Promotional Gifts in the Islamic Banks - An Applied Legal Jurisprudential Study," *Jordan Journal of Islamic Studies*: Vol. 14: Iss. 4, Article 10.
Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jois/vol14/iss4/10>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Jordan Journal of Islamic Studies by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية (دراسة فقهية قانونية تطبيقية)

أ. نادر محمد القضاة* أ.د. عدنان محمود العساف**

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٧/١٠/١٠ تاريخ قبول البحث: ٢٠١٧/١٢/١٠ م

ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى بيان مفهوم الهدايا الترويجية، ومعرفة أنواعها، وتوضيح الأحكام الشرعية والنصوص القانونية المتعلقة بها، وهدفت الدراسة إلى توضيح أحكام الهدايا الترويجية، وذكر بعض تطبيقاتها في المصارف الإسلامية، وذلك من خلال جمع النصوص المتعلقة بموضوع الدراسة وتحليلها وفق قواعد الشرعية العامة، وبينت الدراسة، أن المصارف الإسلامية الأردنية تقدم للعملاء والمودعين لديها هدايا ترويجية منها النقدية والتذكارية والإعلانية، وأنه يستحب قبول هذا النوع من الهدايا شريطة الالتزام بالضوابط الشرعية التي وضعها العلماء، والتي يتعين على عميل البنك معرفتها؛ نظراً لحاجة المسلم إلى معرفة مثل هذه الأحكام في هذا الزمان المتطور من الجوانب كافة.

Abstract

The study aimed at identifying the concept and provisions of promotional gifts and their legal texts, and showing some of their applications in Islamic banks, through collecting the texts related to the subject of the study, analyzing them and showing evidence of their compliance to applying the provisions of Islamic Law as per general Islamic rules and norms. The study showed that Jordanian Islamic banks offer customers and depositors various promotional gifts in kind, and that it is desirable to accept this type of gifts, provided that such abides by the legal controls set by scholars. These controls should be known by the client of the bank, due to the need of the Muslim to know such provisions at this time of advancement in all aspects of life.

المقدمة.

الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له وأن محمد ﷺ عبده ورسوله، وأما بعد:

فقد تطور التنافس في ميادين التجارة كافة تطوراً مهماً، حتى أصبح تنافساً عالمياً بين دول العالم وفي المجالات كافة، حتى إن المتمرسين في الأسواق عالمياً وضعوا نظريات للابتكار في عمليات التسويق الترويجي وأخذت الدعاية الإعلانية حيزاً كبيراً ومساحة واسعة في هذا المجال، وما يلاحظ في السوق عالمياً أن هنالك شركات ومصالح تجارية خصصت الكثير من جهودها ووقتها ومالها للترويج من أجل الحصول على زيادة في الطلب، ترغيباً للعميل، ومن هذه الشركات: المصارف

* باحث.

** أستاذ، قسم الفقه وأصوله، كلية الشريعة، الجامعة الأردنية.

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

المصارف الإسلامية التي أخذت دوراً مميزاً وظاهراً في العملية الترويجية بأشكالها وأنواعها كافة. ولما كانت الهدايا الترويجية بأنواعها أسلوباً مجدياً من أساليب الترويج التي تقدمها المصارف والبنوك، والتي تعد من الركائز الأساسية في إغراء وجذب وترغيب العملاء للتعامل معها، كان من الأهمية بمكان بيان أحكام هذه الهدايا في الفقه الإسلامي، ومن ثم بيان مدى وجود شبهة في بعضها؛ نظراً لأنها من الأمور المهمة في حياة الفرد والمجتمع. وتأسيساً على ما سبق، ونظراً لمكانة الأحكام الشرعية في الإسلام؛ جاءت هذه الدراسة بهدف بيان أحكام الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية ومدى مطابقتها لأحكام الشريعة الإسلامية. وبيان ما يتعلق بها من أحكام شرعية ونصوص قانونية، وتطبيقاتها في المصارف الإسلامية، والتي أمل أن تحقق الهدف المنشود منها في التوصل لبعض النتائج المهمة في إطار الدراسة.

مشكلة الدراسة وأسئلتها.

نظراً لأهمية الهدية في حياتنا اليومية، فقد شرع الإسلام أحكام خاصة بالهدية، ومنها ما يتعلق بالهدايا الترويجية، ومع حاجة المجتمع المسلم إلى وجود أحكام شرعية وتطبيقات مصرفية تبين وتوضح ما يتعلق بالهدايا من أحكام شرعية وتطبيقات في المصارف الإسلامية خاصة في هذا الزمان المتطور في الجوانب كافة، ولما طرأ من حوادث ومستجدات معاصرة؛ جاء اختياري لبحث هذا الموضوع، وقد حاولت الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١- ما مفهوم الهدية؟ وما مفهوم الترويج؟
- ٢- ما أنواع الهدايا الترويجية؟ وما الأحكام الشرعية المتعلقة بها؟
- ٣- ما النصوص القانونية المتعلقة بموضوع الهدايا المصرفية؟
- ٤- ما تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية؟

أهداف الدراسة.

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١- تعريف الهدية والترويج.
- ٢- معرفة أنواع الهدايا الترويجية وأحكامها.
- ٣- بيان النصوص القانونية المتعلقة بموضوع الهدايا المصرفية.
- ٤- توضيح تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

أهمية الدراسة.

تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال الأسباب التي دفعت الباحث للسعي لبحثها وهي: محاولة تقديم دراسة علمية تبين وتوضح أنواع الهدايا الترويجية وأحكامها في الفقه الإسلامي، وذكر بعض تطبيقاتها في المصارف الإسلامية، ومن ثم معرفة مدى وجود شبهة في بعضها.

منهجية الدراسة.

تستند الدراسة الحالية على المنهج الأصولي التحليلي الذي يقوم على تحليل الظاهرة وجمع واستقراء النصوص الشرعية المتعلقة بها، ومن ثم تحليلها؛ بهدف استنباط الأحكام الشرعية منها، وذكر بعض تطبيقاتها، ومن ثم التوصل إلى مجموعة من الأحكام والنتائج في هذا الإطار.

محددات الدراسة.

بما أن موضوعات الهدايا في الفقه الإسلامي كثيرة، فإن هذه الدراسة تختص بموضوع الهدايا الترويجية، ومن ثم محاولة استخلاص بعض التطبيقات في المصارف الإسلامية، وبالتالي يصعب تطبيق نتائجها خارج هذا الإطار.

الدراسات السابقة.

في حدود ما اطلع عليه الباحث لم يجد دراسة متخصصة وشاملة للموضوع، وإنما تم الوقوف على عدد من الدراسات التي بحثت موضوع الهدايا الترويجية في الفقه الإسلامي دون التطرق لموضوع تطبيقاتها في المصارف الإسلامية، ومدى وجود شبهة في بعضها، وبعد النظر في الدراسات السابقة تبين أنها دراسات تناولت موضوعات يمكن توظيفها فيما يتفق وموضوع الدراسة الحالية، وأخرى يمكن الاستفادة منها في إثراء موضوعات الدراسة، غير أن الباحث لم يجد لها أي تطبيقات تذكر، ومن هذه الدراسات:

- ١- دراسة، التميمي: عماد "محمد رضا" علي، واللصاصمة: عادل حرب (٢٠١٣م) دراسة بعنوان: (الهدايا الترويجية التجارية، تخريجها الفقهي وضوابطها الشرعية) حيث بينت الدراسة مفهوم الهدايا الترويجية وتخريجها الفقهي، وهو الجانب المتفق مع الدراسة الحالية، في حين تميزت دراستي الحالية في أنها ذكرت بعض تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية، وبينت مدى الشبهة في بعضها.
- ٢- دراسة، العليوي: سعيد بن جمعة بن سعيد (٢٠١٠م) دراسة بعنوان: (أحكام الهدايا المعاصرة وضوابطها الشرعية والقانونية) وهي رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الفقه وأصوله من جامعة العلوم الإسلامية - الأردن، حيث بحثت هذه الدراسة مفهوم الهدايا المعاصرة ومنها الترويجية، وميزت الهدية عن الهبة والصدقة والوصية، وانفتحت مع الدراسة الحالية في أنها بحثت موضوع الهدايا الترويجية باعتبار ماهيتها، وقد تميزت دراستي في أنها ذكرت بعض تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية، وذكرت مدى الشبهة في بعضها.

خطة الدراسة.

تمهيد: وفيه بيان مفهوم الهدية والترويج، لغة واصطلاحاً.

المطلب الأول: مفهوم الهدية لغة واصطلاحاً.

المطلب الثاني: مفهوم الترويج لغة واصطلاحاً.

المبحث الأول: مشروعية الهدايا الترويجية وأنواعها في المصارف الإسلامية. وتأصيلها الشرعي.

المطلب الأول: مشروعية الهدايا الترويجية في الشريعة الإسلامية.

المطلب الثاني: أنواع الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

المطلب الثالث: أساليب المصارف الإسلامية في توزيع الهدايا الترويجية، وتأصيلها الشرعي، وبيان وجه التفريق بين حرمة الهدايا النقدية وإباحة الهدايا التذكارية والإعلانية.

المبحث الثاني: تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف والبنوك الإسلامية الأردنية، وبيان مدى مطابقتها للأحكام الشرعية.

المطلب الأول: نصوص المعاملات المالية المصرفية في القانون المدني الأردني.

المطلب الثاني: تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

المطلب الثالث: مدى شرعية بعض الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

الخاتمة والتوصيات.

تمهيد:

وفيه بيان مفهوم الهدية والترويج، لغة واصطلاحاً.

المطلب الأول: مفهوم الهدية لغة واصطلاحاً.

أولاً: مفهوم الهدية لغة: الهدية من "هدى" وهي مفرد هدايا، هديته الطريق هداية، أي: تقدمته لأرشده، وكل متقدم لذلك هاد^(١)، والهدية أي: الطريقة والسيرة، والجمع هدي وهدايا وهداوي^(٢)، و"أهديت" للرجل كذا بالألف: بعثت به إليه؛ إكراماً فهو "هدية"^(٣).

ثانياً: مفهوم الهدية اصطلاحاً: بعد بذل الجهد في البحث عن مفهوم الهدية عند الفقهاء تبين لدى الباحث أن الفقهاء استخدموا مصطلح الهدية في التعبير عن مفهوم الهدية^(٤)، فقد عدَّ الفقهاء (الهدية والهبة) شيئاً واحداً، واستدلوا على ذلك بأحاديث النبي ﷺ التي ذكرت الأمور المتعلقة بالهبة بألفاظ الهدية، ومنها: "قول النبي ﷺ: {تهادوا تحابوا}"^(٥).

جاء في كتب الحنفية ما نصه: "فقد أطلق الراوي اسم الإهداء دون القبول والإهداء من ألفاظ الهدية"^(٦) وجاء عند المالكية في تعريف الهدية ما نصه إنها: "تمليك بلا عوض"^(٧) وذكر الشافعية في تعريف الهدية ما نصه إنها: "التمليك لا بعوض هبة. فإن انضم إليه حمل الموهوب من مكان إلى مكان الموهوب له إعظاماً له أو إكراماً، فهو هدية"^(٨) وأما الحنابلة فقط عرفوا الهدية بتعريفات الهدية، وقالوا: إن الهدية عبارة عن: " تبرع الحي بما يعد هبة عرفاً"^(٩).

وبناءً على ما تقدم من أقوال الفقهاء يمكن استخلاص تعريف للهدية فقهيّاً على أنها (تمليك للعين من غير عوض) أما الهدية في اصطلاح التسويقيين: فهي ما يمنحه التجار والباعة للمستهلكين من سلع أو خدمات دون عوض؛ مكافأة، أو تشجيعاً، أو تذكيراً^(١٠).

وجاء تعريف الهدية في نصوص القانون المدني الأردني حيث نصت المادة (٥٥٢) من الفصل الثاني تحت عنوان الهدية أنها عبارة عن: "تمليك مال أو حق مالي لأخر حال حياة المالك بغير عوض" وهذا متوافق مع تعريف الفقهاء الذي سبق بيانه.

المطلب الثاني: مفهوم الترويج لغة واصطلاحاً.

أولاً: مفهوم الترويج لغة: الترويج من: (رَوَجَ) يقال: روجت الدراهم، وفلان مروج. وراج الشيء يروج، إذا عجل به^(١١)، ويقال: راج الشيء يروج رواجاً: نفق^(١٢) وراجت الدراهم أي: تعامل الناس بها^(١٣).

نادر القضاة وعدنان العساف

ثانياً: مفهوم الترويج اصطلاحاً: نظراً لأن مصطلح الترويج من المصطلحات المعاصرة، فلم أجد بحسب ما اطلعت عليه من كتب الفقهاء تعريف لمفهوم الترويج، غير أن العلماء المعاصرين عرفوا الترويج فقالوا: "الترويج هو نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقناعي وإعلامي، يتم من خلالها التعريف بالمؤسسة، وما تقدمه من منتجات مادية ملموسة، أو منتجات خدمية، بهدف التأثير في سلوك المشتريين؛ لاستمالتهم إزاء ما يروج له"^(١٤) وعرف الترويج أيضاً بأنه: "نظام اتصال متكامل يقوم على نقل معلومات عن سلعة أو خدمة معينة، بأسلوب إقناعي إلى جمهور مستهدف من المستهلكين، لحمل أفرادها على قبول السلعة المروج لها"^(١٥)

ويتضح من هذين التعريفين أنهما يتصفان بالشمولية، والدقة والوضوح الأمر الذي يكسب مصطلح الترويج تميزاً عن عناصر العملية التسويقية، هذا ولم يجد الباحثان تعريفاً للترويج في نصوص القانون الأردني.

ثالثاً: تعريف الهدايا الترويجية كمركب إضافي: بعد بيان مفهوم الهدية والترويج لا بد من استخلاص تعريف للهدايا الترويجية موضوع الدراسة، حيث يرى الباحثان أن الهدايا الترويجية عبارة عن وعد بتمليك مال أو غيره من الهدايا؛ نتيجة القيام بعمل معين من شراء أو ما شابه، بهدف استمالة قلوب الجمهور زيادة مبيعات الشركة.

المبحث الأول:

مشروعية الهدايا الترويجية وأنواعها في المصارف الإسلامية وتأصيلها الشرعي.

لا شك أن للهدايا الترويجية أنواعاً مختلفة يقدمها المصرف بحيث يتم تقديم الهدايا الترويجية للعملاء بأفكار مميزة؛ لجلب عدد أكبر من الزبائن، وتوسيع دائرة نشاطات المصارف الإسلامية التجارية، ولتكون حوافز مرغوبة في زيادة الإقبال على التعامل مع هذا المصارف، وتتنوع هذه الهدايا فقد تكون نقدية أو عينية كما سوف يتضح في هذا المبحث، ولتجلية وبيان جوانب الموضوع قام الباحثان أولاً: ببيان مشروعية الهدايا في الشريعة الإسلامية، ثم قسم الهدايا الترويجية إلى ثلاثة مطالب، وذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: مشروعية الهدايا الترويجية في الشريعة الإسلامية.

ندب الإسلام إلى مداومة الهدايا بين المسلمين بشكل عام؛ لما لها من الأثر البالغ في نفوس الناس، وكذلك ندب إلى دوام المهاداة؛ لتزايد المحبة بين المؤمنين، فيزدادوا حباً عند الله تعالى لمحبة بعضهم لبعض بقريته خبر مفاده بأن المتحابين في الله يظلمهم الله تحت ظل عرشه^(١٦)، وبعد بذل الجهد في البحث عن أدلة مشروعية الهدايا الترويجية حصرياً؛ لم يجد الباحثان نصوصاً شرعية من الكتاب والسنة تتعلق بالمسألة؛ وذلك لأن مسألة الهدايا الترويجية من المسائل المستجدة فلم تكن موجودة زمن النبي ﷺ، ولا زمن الصحابة الكرام، ولا زمن الخلفاء الراشدين -رضوان الله عليهم-، وبما أن الهدايا أمر مرغّب فيه شرعاً وعرفاً فقد ارتأى الباحثان ذكر بعض من أدلة الهدايا بشكل عام، ومن ثم محاولة توجيهها فيما يختص بالهدايا الترويجية، وذلك على النحو الآتي:

١- قول النبي ﷺ: {تهادوا تحابوا}^(١٧).

وجه الدلالة: إن رسول الله ﷺ كان يقبل الهدية وندب أمته إلى قبولها، وفيه ﷺ الأسوة الحسنة، ومن فضل الهدية مع اتباع السنة أنها تورث المودة والمحبة، وتذهب العداوة والبغضاء والغل بين الناس^(١٨)، ولا شك أن الهدايا بشكل عام والهدايا الترويجية

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

بشكل خاص من الأسباب الشرعية التي تغرس المحبة، وتزيد الألفة، وبالتالي زيادة مبيعات الشركات، ولذلك فإن الذي يريد تحصيل الربح وزيادة مبيعاته عليه استمالة قلوب الناس وجذب انتباههم، وزيادة رغبتهم في الشراء، وينبغي عليه العمل بقول النبي ﷺ: (تهادوا تحابوا)، إذ لا شك في أن عملية الترويج للسلع ما كان لها أن تتجح بغير زراعة الثقة في فكر وقلب وعقل العميل، وذلك باتباع تعاليم وأحكام الشرع الحنيف.

٢- إن النبي ﷺ قال: {لو دعيت إلى كراع لقبلت ولو دعيت إلى ذراع لأجبت} (١٩)، وفي رواية قال: {يا معشر الأنصار تهادوا فإن الهدية تسل السخيمة} (٢٠)، وتورث المودة فوالله لو أهدي إلي كراع لقبلت ولو دعيت إلى ذراع لأجبت} (٢١).
وجه الدلالة: أن النبي -عليه الصلاة والسلام- بين أن الهدية مهما كانت متواضعة فإنها تورث المحبة والتآلف بين الناس وتزيل الحقد والغل من قلوبهم، وفيه أيضاً الحث على قبول الهدية مهما كانت متواضعة، ومهما كانت بسيطة فإن لها أثراً بالغاً في استجلاب القلوب وتنقيتها من البغضاء والشحناء والحسد والحقد والغل، فيكون المجتمع كله طاهراً نقياً.
 والجدير بالذكر أن الهدايا الترويجية -موضوع الدراسة- من الأسباب الإيمانية الجالبة للتعاون والتقارب بين قلوب الناس، فيتراحمون ويتعاطفون ويدخل السرور عليهم ويحب بعضهم بعضاً؛ بسبب هذه الهدية والتي قد تكون بسيطة جداً في قيمتها، وربما تكون قلم أو محفظة أو رزنامة أو ما شابه ذلك، إلا أنها تفعل فعل السحر في كسب مودة الآخرين، وبالتالي ينبغي قبول هذه الهدايا بالشروط والضوابط التي سوف يأتي بيانها في المطلب الثالث من هذا المبحث.

٣- إن النبي ﷺ: {كان إذا أتى بطعام سأل عنه (أهدية أم صدقة) فإن قيل: صدقة قال لأصحابه (كلوا) ولم يأكل، وإن قيل: هدية ضرب بيده ﷺ فأكل معهم} (٢٢).
وجه الدلالة: إن الحديث الشريف فيه بيان أن النبي ﷺ كان يأكل الهدية، لما فيها من تآلف القلوب، والدعاء إلى المحبة والألفة (٢٣)، وفي الحديث أيضاً استحباب قبول الهدية وعدم ردها.

المطلب الثاني: أنواع الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

١) الهدايا النقدية:

أولاً: تعريف النقود: النقود لغة: جمع نقد، والنقد العملة من الذهب أو الفضة وغيرهما مما يتعامل به (٢٤)، والنقود في اصطلاح الفقهاء وهو تعبير عن الذهب والفضة معاً، سواء كانا مسكوكين أو لم يكونا كذلك، ويقال للذهب والفضة: النقود (٢٥).
 وجاء في نصوص القانون المدني الأردني تعريف للنقد حيث نصت المادة (٥٤) من مواد الفصل الثالث تحت عنوان (الأشياء والأموال) على أن: "كل شيء يمكن حيازته مادياً أو معنوياً والانتفاع به انتفاعاً مشروعاً ولا يخرج عن التعامل بطبيعته أو بحكم القانون يصح أن يكون محلاً للحقوق المالية" وهذا التعريف يتفق مع تعريف الفقهاء للنقدين (الذهب والفضة) وتدخل الأوراق النقدية (العينية والورقية) تحت هذا المسمى.

ثانياً: صورة هذه الهدايا: وصورة الهدايا النقدية المصرفية: أن يقوم المصرف بطرح هدايا نقدية معينة؛ ترغيباً في التعامل معه، والحصول على هذه الهدية يكون إما عن طريق إجراء قرعة على أسماء العملاء بحيث يكون الاسم الفائز هو المستحق للهدية، وقد تكون هذه الهدية لعميل واحد أو لعدد من العملاء يتم اختيارهم عن طريق إجراء قرعة بأسمائهم أو بأرقام حساباتهم.

ثالثاً: حكم الهدايا النقدية المصرفية: كي نتضح تفاصيل حكم الهدايا الترويجية التي يقدمها المصرف للعملاء لا بد من تخریج

نادر القضاة وعدنان العساف

المسألة فقهيًا، فهذه المسألة تستخرج على قول الفقهاء: "كل قرض جر منفعة فهو ربا"^(٢٦)، ولذا قال الشوكاني في حكم القرض: "يجب إرجاع مثله، ويجوز أن يكون أفضل أو أكثر إذا لم يكن مشروطاً ولا يجوز أن يجر القرض نفعاً لمقرض"^(٢٧)، وهذا يعني أن ديننا الحنيف لا يبيح انتفاع المقرض من المقرض منه ولا بأي حال من الأحوال، وكذلك نهى الإسلام المقرض عن قبول هدية المقرض؛ سدا لذريعة الربا، فإن تيقن أنها ليست بسبب القرض قبلها^(٢٨) كما أن الهدية والعارية ونحوهما إذا كانت لأجل التقيس في أجل الدين، أو لأجل رشوة صاحب الدين، أو لأجل أن يكون لصاحب الدين منفعة في مقابل دينه فذلك محرم؛ لأنه نوع من الربا أو الرشوة^(٢٩)، ويؤيد هذا القول ما ذهب إليه الشيخ ابن عثيمين عندما سئل عن حكم الهدايا البنكية فقال: "... إن وضع الدراهم عند البنوك ليس وديعة إنما هو قرض، وتسمية الناس له وديعة غلط؛ لأنك إذا أعطيت البنك الدراهم هل هو يحفظها في صورتها ويجعلها محفوظة عنده حتى تأتي، أو يدخلها في صندوق ويستعملها؟ يدخلها في صندوق ويستعملها، إذا هو قرض، وإذا كان قرصاً فإنه لا يجوز للمقرض أن يأخذ ممن استقرض منه شيئاً، لا هدية ولا غيره..."^(٣٠).

وكذلك جاء في نصوص القانون الأردني في المادة (٦٤٤) من الفصل الثالث على أنه: "يلتزم المقرض برد مثل ما قبض مقدراً ونوعاً وصفة، ولا عبرة لما يطرأ على قيمته من تغير" وهذه المادة جاءت؛ لتحافظ على أموال المقرض، فيرد إلى المقرض مثل ما أخذ منه بالمقدار والنوع والصفة، وهذه مطابق تماماً مع ما جاء من أقوال العلماء في مسألة (كل قرض جر نفعاً فهو ربا)، ويجب رد القرض كما هو دون زياد أو نقصان، وإلا دخل في الربا المحرم شرعاً، ولا شك أن العملاء في المصارف هم مقرضون من البنوك التي يمتلكون فيها ودائع وحسابات ولا شك أن البنوك تستفيد من الأموال التي تودع فيها كما هي صورة انتفاع المقرض بقرضه، وهذه الأموال قد تودع في المصرف بصفة المضاربة، بحيث يكون لأصحابها نسبة معينة من الأرباح، وما ينطبق عليها ينطبق على الهدايا الترويجية التي تقدمها المصارف؛ لأن هذه المصارف تقدم هدايا لعملائها الذين يقرضونها أو يودعون فيها أموالهم، كما أن هدف هذه الهدايا هو استدامة الفعل -أي: إيداع أموالهم- من قبل هؤلاء العملاء بل وزيادته، وعليه: فإن تقديم هذه الهدايا غير جائز شرعاً، ولا يحل للطرف المستفيد (العميل) أخذه، إلا إذا كانت تلك الهدايا لأسباب أخرى غير تشجيع المقرضين بوضع أموالهم في هذه المصارف (وهي احتمالات مستبعدة أو نادرة) فإنها حينئذ تجوز، وهذا الذي يرجحه الباحث، والله تعالى أعلم.

٢) الهدايا التذكارية.

أولاً: تعريف الهدايا التذكارية: هي ما تمنحه المؤسسات، والشركات، والمحلات التجارية للعملاء المرتقبين ذوي العلاقة بأنشطتهم التجارية؛ من أجل تكوين علاقة طيبة، والتذكير بأنشطتهم وسلعهم وخدماتهم^(٣١)، وهذه الهدايا التذكارية تكون غالباً بصورة تقاويم سنوية أو فصلية، أو سلسلة مفاتيح، أو مفكرات، أو غير ذلك من الأدوات المكتبية والشخصية^(٣٢).

ثانياً: صورة الهدايا التذكارية: هي ما يقدمه المصارف إلى العملاء بغرض الدعاية وتكوين صورة حسنة عن المصرف، ومن أمثلة هذا النوع من الهدايا التقاويم، والمفكرات، والأقلام والمداليات وغيرها من الهدايا التذكارية التي يقدمها المصرف للعميل وأحياناً يكتب عليها اسم المصرف بقصد الدعاية، وبث سمعة المصارف الحسنة بين الناس، وعليه يجوز للبنك أن يمنح جوائز؛ لتشجيع الناس وترغيبهم في التعامل معه، وهذه يتوافق تماماً مع ما المادة (٨١) من القانون نصوص القانون المدني الأردني أنه: "يجوز للبنك المركزي أن يمنح جوائز لتشجيع الاندماج فيها وذلك بالشروط والضمانات التي يقررها" وهذه المادة

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

جاءت؛ لتشجيع العملاء والمستثمرين على الاندماج في البنوك الإسلامية، يعني بما أن البنك المركزي أباح منح جوائز على الاندماج فمن باب أولى منح الجوائز والهدايا على تشجيع الاستثمار في البنوك الإسلامية ولو أن المادة لم تنص على ذلك صراحة. وهكذا يلاحظ أن نصوص القانون المدني الأردني يتوافق مع مصلحة العملاء، وهذه تأتي من باب المصلحة المرسلّة ولا تعارض مع الشرع. والله تعالى أعلم.

ثالثاً: حكم الهدايا التذكارية التي تقدمها المصارف الإسلامية.

تقدم أن الهدايا التذكارية: هي ما تقدمه المصارف إلى العملاء بغرض الدعاية، وتكون على شكل تقاويم، أو مفكرات، أو أقلام، أو مداليات، أو غير ذلك، فهذه الهدايا مباحة؛ لعموم الأدلة التي ثبتت أن النبي ﷺ قبل الهدية، ومن هنا حثت الشريعة الإسلامية على قبول وتبادل الهدايا؛ لما لها دور كبير في تقوية الترابط بين الناس وإشاعة روح الألفة والمودة بين أفراد المجتمع الواحد.

وقد أجاز العلماء قبول مثل هذه الهدايا، فهي تلحق بعقد البيع؛ لأنها تُعطى بسببه، قال ابن تيمية -رحمه الله-: (الهدية إذا كانت بسبب ألحقت به)^(٣٣) كما "أن هذه الهدية الترويجية ما هي إلا حظ من الثمن، فهي تخفيض أو حسم، فالمشتري حصل السلعة والهدية دون زيادة في الثمن، فعُد ذلك تخفيضاً ونقصاً من الثمن"^(٣٤).

والجدير ذكره أنه يشترط لقبول الهدايا التذكارية المصرفية أن تخضع لضوابط معينة، وضعها العلماء لقبول الهدايا بشكل عام ومنها: أن لا تستعمل فيما حرم الله تعالى، وأن لا تكون الهدية محرمة في ذاتها، كأن تكون من الخمر أو لحم الخنزير أو يكون فيها صور لكلب أو حيوان نجس، وغيرها من الحرمات.

ويخالف ذلك يجوز أخذ الهدايا التذكارية المصرفية؛ لعموم الأدلة التي حثت على قبول الهدية، ولأن الأصل في المعاملات الإباحة ما لم يأت دليل خلاف ذلك، ولأنها من باب التودد والتذكر والدعاية للمصارف الإسلامية، وهذه الهدايا لا حرج فيها؛ لأنها تدخل في باب الهبة، وقد اتفق العلماء على جواز قبول الهبة^(٣٥)، ويؤيد هذا ما ذهب إليه الشيخ ابن عثيمين -رحمه الله- حين سئل عن جواز قبول الهدايا البنكية فقال: "... وكذلك لو كانت البنوك تهدي لمن وضع المال فيها هدية عامة تهديها لكل أحد مثل: أن بعض البنوك تهدي تقاويم، فلا بأس أن يقبلها؛ لأن هذه التقاويم تهدي لمن أقرضهم المال ومن لم يقرضهم"^(٣٦).

وسئل الشيخ خالد المصلح أستاذ الفقه بجامعة القصيم عن حكم مثل هذه الهدايا البنكية فقال: " الهدايا البنكية لا حرج في هذه الهدايا ما لم تكن مشترطة بنفع يجر قرصاً، وأما إذا كانت عبارة عن مكافأة فلا حرج فيها من حيث الحل والحرمة، فإذا أهدى البنك أقلام أو تقاويم فالذي يظهر لي أنه لا حرج في قبولها"^(٣٧). والله تعالى أعلم.

وسئل الشيخ سليمان الرحيلي عن حكم أخذ الجوائز والهدايا التذكارية من البنوك فقال: "جوائز المصارف الإسلامية إذا كانت عبارة عن جوائز وهدايا جرت العادة أن البنوك والمؤسسات والشركات تعطيه لعملائها، مثل: التقاويم، أو الأقلام، أو نحوها من الهدايا البسيطة التي توزع على الناس، فهذه جائزة لا حرج في أخذها؛ لأنه بسيطة وقد جرى عمل الجهات المختصة بها"^(٣٨).

٣) الهدايا الإعلانية.

أولاً: تعريف الهدايا الإعلانية: هي الهدايا التي تقدمها الشركات التجارية والمؤسسات للعملاء؛ من أجل التعريف بسلع جديدة، أو إعطاء العملاء فرصة تجربة السلعة؛ لمعرفة مدى تلبية احتياجاتهم ورغباتهم^(٣٩)، وأما تعريف الإعلان الإسلامي فهو عبارة عن: وصف سلعة أو منفعة مباحة، بأسلوب مباح بغرض ترويجها، وذلك نظير مبلغ معين يدفعه المعلن^(٤٠).

ثانياً: صورة الهدايا الإعلانية: أن يقوم المصرف بطباعة نشرات وكتيبات ولوائح توزع على العملاء؛ بهدف التعريف بمميزات المصرف، وطريقة تعامله مع العملاء، وتشجعهم على الاستثمار في المصرف، وتُعدُّ أحد أفضل الإعلانات التجارية في هذا الزمن.

ثالثاً: حكم الهدايا الإعلانية التي تقدمها المصارف الإسلامية: بعد البحث والتنقيب في كتب الفقهاء لم يجد الباحث أقوال للعلماء القدامى في حكم مثل هذه الهدايا، غير أن العلماء المعاصرين قالوا: إن مثل هذه الهدايا جائزة شرعاً إذا كانت منضبطة بالضوابط الشرعية التي وضعها العلماء لقبول الهبة^(٤١)؛ لأنها تأخذ أحكام الهبة، وعليه فإنها جائزة ويستحب قبولها، وفق الضوابط الشرعية لقبول الهبة، ومن أبرزها الآتي^(٤٢):

١- أن لا تشتمل الهدايا على الغش والخداع والتدليس والتضليل.

٢- أن لا تكون مدعاة للرشوة، كأن تكون هدبية، وهي في حقيقتها رشوة.

٣- أن تكون بعيدة كل البعد عن الإسراف والتبذير.

٤- أن لا يترتب عليها إيقاع الظلم بأحد من الناس.

٥- أن لا يؤدي الوصول إليها إلى الوقوع في الربا.

٦- أن لا تكون ذريعة لمقصد غير مشروع.

٧- أن تكون العينات مطابقة تماماً للسلع المراد الترويج لها، في بيان حقيقتها، وجودتها.

وقال الشيخ عبد الله بن جبرين في إجابة عن سؤال موجه له: حول حكم ما تقوم به بعض البنوك من توزيع بعض الهدايا مثل: الأقلام، والتقاويم، والساعات، وغيرها، فأجاب: "نرى أنه لا مانع من استعمال هذه الهدايا التي يقصدون من رائها الدعاية ونشر سمعتهم ودعوة الناس إلى الإيداع عندهم، ويجوز للبنك أن يقدم ما لا يختص بأصحاب الحسابات الجارية، وإنما يكون لهم ولغيرهم كالمواد الدعائية والإعلانية"^(٤٣).

المطلب الثالث: أساليب المصارف الإسلامية في توزيع الهدايا الترويجية، وتأصيلها الشرعي، وبيان وجه التفريق بين حرمة الهدايا النقدية وإباحة الهدايا التذكارية والإعلانية.

تتنوع أساليب المصارف الإسلامية في توزيع الهدايا على العملاء، فمنها ما يكون على حساب التوفير، ومنها ما يكون على الحساب الجاري، ومنها ما يكون باستخدام الصراف الآلي، وكل منها أحكامها الشرعية والقانونية.

ولتوضيح التأصيل الشرعي لحرمة الهدايا النقدية لا بد من التفريق بين الهدايا النقدية على الحساب الجاري، والهدايا النقدية على حساب التوفير، وهي التي يودعها العملاء في المصرف يكون لهم الحق في سحبها كاملة في أي وقت دون زيادة ولا نقصان^(٤٤) فقد سبق القول عند تخريج حكم الهدايا النقدية فقهاءً، أن هذه المسألة تستخرج على قول الفقهاء: "كل قرض جر منفعة فهو ربا"، ولمزيد من التفصيل في الموضوع، فإن البنوك الإسلامية تتخذ أساليب عدة لتوزيع مثل هذه الهدايا، ومن أبرز وأهم هذه الأساليب: ما يكون على الحساب الجاري، وما يكون على حساب التوفير، ومنها ما يكون على الصراف الآلي، ولبيان وجه التفريق بين حرمة الهدايا النقدية وإباحة الهدايا التذكارية والإعلانية، أقول:

إن مجمع الفقه الإسلامي كيف الهدايا المقدمة على الحساب الجاري على أنها قرض يودع في البنك، وبالتالي ينطبق عليها أحكام القروض^(٤٥) وكل قرض يجر منفعة فهو ربا، الهدايا المقدمة من البنك على الحساب الجاري تُعدُّ من باب القرض

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

الذي جر نفعاً وهو ما أجمع العلماء على تحريمه^(٤٦)، ويُعد الحساب البنكي المشار إليه حساباً جارياً، فهو قرض في ضمان البنك^(٤٧) فالهدايا المقدمة من البنك عليه تُعدّ من باب القرض الذي جر نفعاً، ومن باب أولى يجب أخذ الحيطة والحذر خاصة في زماننا المعاصر؛ لأن بعض النظم الاقتصادية قامت على أساس الربا^(٤٨).

أما الهدايا النقدية التي تكون على حساب التوفير: فهي تُعدّ من باب المضاربة مع البنك، والبنك ليس ضامناً لها، بل هي ودائع استثمارية قابلة للربح والخسارة، ومن هنا فإن بعض الفتاوى المعاصرة أجازتها بشرطين هما^(٤٩):

- ١- أن تكون الهدية من البنك المضارب لصاحب المال المأخوذ أموال الشركاء المساهمين، في رأس مال المصرف، فلا يجوز أن تكون من أموال بقية المستثمرين والمودعين.
- ٢- أن تكون هذه الهدايا دون علم مسبق للمودعين وإلا كانت من باب القرض الذي جر منفعة، خاصة مع تكرار مثل هذه الهدايا على القروض.

وأما الهدايا على الصراف الآلي: معروف أن المصارف تقوم بإصدار بطاقات ما يعرف بالصراف الآلي، والتي يستخدمها العميل؛ من أجل سحب الأموال، ومثل هذه البطاقات أجازها العلماء المعاصرون بشروط وضوابط منها^(٥٠):

- ١- أن لا يشترط البنك مبلغاً مالياً على الدخول في السحب على الهدايا، وإلا عدّ من القمار المحرم شرعاً.
 - ٢- عدم تغيير العمولة البنكية المأخوذة على هذه البطاقات، في فترة السحب بحيث تكون أعلى من العادة المعروفة للبنك.
- وخلاصة القول: إن حكم هذه الهدايا النقدية يكون بحسب تأصيلها الفقهي، فإن كانت على الحسابات الجارية فهي محرمة بنص القاعدة "كل قرض جر نفعاً فهو ربا" وإن كان على حساب التوفير أو الصراف الآلي فهي مباحة بشروط تم بيانها. والله تعالى أعلم.

وأما التأصيل الشرعي لإباحة الهدايا التنكارية والإعلانية، فيأتي من كونها تخريج على حكم الهبة، وليس على حكم القروض التي تجر منافع، كما هو الحال في الهدايا النقدية، وبناءً عليه: يستحب قبول هذا النوع من الهدايا شريطة الالتزام بالضوابط الشرعية التي وضعها العلماء لقبول الهبة، والتي سبق ذكر بعضها، والله تعالى أعلم.

وأما أحكامها القانونية: فقد جاء في نصوص القانون الأردني في المادة (٥٣) على أنه: "يجب على البنك الإسلامي أن تكون جميع أعماله وأنشطته متفقة مع الآراء الفقهية المعتمدة ويقصد بها الأحكام الفقهية التي يلتزم بها البنك الإسلامي على أساس الاختيار من بين سائر المذاهب الإسلامية وفقاً للمصلحة الراجحة دون التقيد بمذهب معين، وفقاً لما تعتمده هيئة الرقابة الشرعية لهذه الغاية"، ويرى الباحث أن هذه المادة تحقق العدالة؛ لأنها تسعى للمحافظة على أموال الناس، وحفظ مصالحهم وهذه مقتضى العدالة، حيث أوجب القانون الأردني على البنك الإسلامي أن تكون جميع أعماله وأنشطته متفقة مع ما هو معتمد في المذاهب الفقهية، وعدم التقيد أو الاكتفاء بمذهب معين، والجمود على ما جاء فيه، بل على البنك أن يختار من سائر المذاهب الفقهية ما يراه أقرب للنصوص الشرعية ويحقق مصلحة العميل وتحافظ على أمواله.

نصت المادة (٥٤) من القانون المدني الأردني على أنه: "يجوز للبنك الإسلامي الأردني -في سبيل تحقيق أهدافه- ممارسة جميع الأعمال والأنشطة المصرفية القائمة على غير أساس الفائدة بجميع أوجهها المعروفة أو المستحدثة" ويقصد بهذه المادة أن أعمال البنك الإسلامي الأردني معتبرة ما لم تقم على تحقيق الفائدة أي: (الربا المحرم)، وعلى البنك الإسلامي أن يقوم بأعماله وأنشطته، وفق ما جاء به التشريع الإسلامي، ولا يحق لأحد الاعتراض عليه.

كما أن القانون المدني الأردني نص على وجوب رد القرض كما هو دون زياد أو نقصان جاء في المادة (٦٤٤) من

الفصل الثالث من القانون المدني الأردني ما نصه: "يلتزم المقرض برد مثل ما قبض مقدراً ونوعاً وصفة، ولا عبرة لما يطراً على قيمته من تغير" وهذه المادة من نصوص القانون جاءت منسجمة مع ما سبق بيانه من أقوال الفقهاء، وقد سبق شرح هذه المادة والتعليق عليها، وكذلك فإن القانون الأردني أجاز ذلك، وجاء أيضاً في المادة (٣٧) فرع (٤) أنه: "يجوز للبنك إصدار أدوات الدفع بما في ذلك السحوبات البنكية وبطاقات الدفع والائتمان والشيكات السياحية وإدارتها"، هذه المادة جاءت موافقة لما ورد في أن حكم هذه الهدايا يكون بحسب تكيفها الفقهي، وهي عبارة عن وسيلة من الوسائل التي يستخدمها البنك؛ لجلب العملاء، ولا شك أن الإقبال على التعاملات البنكية تكون بقدر التسهيلات المقدمة للعملاء، غير أن الجدير ذكره هنا أن البنوك الأردنية لا تمنح بطاقات الائتمان للإداريين والعاملين فيها، أو الشركات التابعة لها دون موافقة خطية من البنك المركزي، حيث جاء في المادة (٤٧) من القانون المدني الأردني ما نصه: "لا يجوز للبنك دون موافقة خطية مسبقة من البنك المركزي أن يمنح ائتمناً أو مساعدة مالية لأي إداري فيه أو في أي شركة تابعة له".

المبحث الثاني:

تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف والبنوك الإسلامية الأردنية وبيان مدى مطابقتها للأحكام الشرعية.

المطلب الأول: نصوص المعاملات المالية المصرفية في القانون المدني الأردني.

أولاً: جاء في نصوص قانون البنوك الأردني رقم (٢٨) المعدل لعام ٢٠٠٠م تعريف البنك الإسلامي على أنها: "الشركة التي يخصص لها بممارسة الأعمال المصرفية، بما يتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية ومبادئها، وأي أعمال وأنشطة أخرى وفق أعمال هذا القانون"

وجاء في تعريف المصارف الإسلامية: "أنها الأعمال القائمة على غير أساس الفائدة في مجال قبول الودائع والخدمات المصرفية الأخرى، وفي مجال التمويل والاستثمار بما يتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية ومبادئها".

ثانياً: نصت المادة رقم (٥٤) من القانون المدني الأردني على أنه: "كل شيء يمكن حيازته مادياً أو معنوياً والانتفاع به انتفاعاً مشروعاً، ولا يخرج عن التعامل بطبيعته، أو بحكم القانون، يصح أن يكون محلاً للحقوق المالية".

ثالثاً: تُعدّ أساليب المصارف الإسلامية في توزيع الهدايا والجوائز، سواء أكانت بطاقات صراف آلي أو بطاقات ائتمان - بضوابطها التي بينها أنفأ - بمثابة عقد بين الطرفين يترتب عليه الحقوق المالية للطرفين المتعاقدين (المصرف والعميل)، وقد نصت المادة (٨٦) من الفصل الأول من القانون المدني الأردني على أن: "العقد هو الإيجاب الصادر من أحد الطرفين بقبول الآخر، وتوافقهما على وجه يثبت أثره في المعقود عليه، ويترتب عليه التزام كل منهما بما يترتب على الآخر" وكذلك نصت المادة (٢١٣) من مواد تفسير العقود على أن: "الأصل في العقد رضا المتعاقدين، وما التزمه في التعاقد" وهذا لا يتنافى مع الأحكام الشرعية التي سبق بيانها في الموضوع، بل هي تعد عقد بين الطرفين.

المطلب الثاني: تطبيقات الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

لتوضيح آلية الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية الأردنية قام الباحث بزيارة البنوك الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية وهي: (البنك الإسلامي الأردني، وبنك دبي الإسلامي، وبنك الراجحي) حيث قام الباحث بمقابلة عدد من الأشخاص

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

وهم مدراء وموظفون وعملاء، ويعد جمع النتائج وتحليلها تبين لدى الباحث أن المصارف الإسلامية تمنح جوائز للعملاء على شكل هدايا، وبيان ذلك على النحو الآتي:

أولاً: البنك الإسلامي الأردني.

لدى سؤال الباحث (المختصين في المصرف) حول تقديم هدايا وجوائز عينية للعملاء والمودعين لديه، أو أصحاب الحسابات الاستثمارية (التوفير، لإشعار، ولأجل) وهل يتم توزيعها من أرباح البنك الخاصة، أم من إجمالي أرباح الاستثمار؟ فكانت الإجابة: (نعم) البنك يقدم جوائز عينية مثل: توزيع كتب، أو تحمل نفقات العمرة أو الحج لعملاء ومتعاملي البنك من أصحاب الحسابات الاستثمارية؛ لأن هذا يعدّ من قبيل الهبة، وإذا كان التوزيع مسبقاً بالإعلان عنه، فيكون ذلك وعداً بالهبة سواء كان الوعد لجميع المتعاملين، أو لبعضهم طبقاً لمواصفات معينة، والجهالة هنا مغتفرة في عقود التبرعات ومنها الهبة، وهي جهالة تزول بسهولة، ولا تؤدي إلى نزاع، ويكون توزيع الهدايا من أرباح البنك الخاصة إذا كان مجلس إدارة البنك مخولاً بمثل هذه التبرعات، ويحسن إدراج ذلك في التقرير السنوي، ليكون مشمولاً بالموافقة المباشرة منها ولا يجوز إخراجها من إجمالي أرباح الاستثمار؛ لأن ذلك يؤدي لإخراج جزء من حصة أصحاب حسابات الاستثمار في الربح على سبيل التبرع وهو ممنوع شرعاً، إذ لا يجوز للمضارب (البنك) التبرع من مال المضاربة إلا بإذن رب المال (أصحاب الحسابات الاستثمارية) فإذا تم الحصول على إنهم بأي وسيلة ممكنة فيجوز إخراجها من إجمالي الأرباح^(٥١)، وجه الدلالة: أن اللجنة الاستشارية الشرعية أجازت ذلك بناء على أن هذه الجوائز من باب الهبة أو التبرع، وهذا هدف نبيل من أهداف المصرف وهو مقصد شرعي، شريطة مراعاة تحقيق المصلحة والعدالة، ويجوز للمصرف وضع ضوابط معينة بحيث يحق لجميع العملاء الاشتراك في السحب والقرعة على جوائز العمرة مثلاً، ولا يكون ذلك حكراً على بعض العملاء دون بعض، ثم إن هذه الجوائز من باب الهبة ليست من أموال المستثمرين بل من أموال المساهمين والله تعالى يقول: ﴿مَا عَلَى الْمُحْسِنِينَ مِنْ سَبِيلٍ﴾^(٥٢)، فالعلاقة غير قائمة على أساس المضاربة ولا الدين بل هي تبرع وهبة ولا عوض فيها فصاحب المال هو الذي يقدم المال، وهو الذي يحصل على الجائزة، الأصل في الأشياء الإباحة ما لم تعارض نصاً شرعياً، ولم يرد في الشريعة ما يحرم ذلك. والله تعالى أعلم.

وكذلك قام الباحث بسؤال أصحاب الاختصاص في البنك الإسلامي الأردني، هل يجوز شرعاً أن يقوم البنك الإسلامي الأردني بإعطاء جوائز وهدايا للعملاء حاملي البطاقات الائتمانية (Cards Credit) عن طريق إجراء عملية سحب على فترات (شهرية أو سنوية أو غيرها) بحيث يتم إعفاء العميل الفائز من بعض أو جميع المبالغ المترتبة عليه نتيجة استخدام البطاقة للعملاء.

أجابت الهيئة العامة: "إن توزيع الجوائز عن عملية استخدام البطاقة الائتمانية جائز شرعاً، وهذا يُعدّ من باب الوعد بالهبة؛ وسببه أن الجوائز محدودة، وبالقرعة، ويتم توزيعها بطريقة عادلة، وتطبق على حساب المتعامل الذي يكشف حسابه بمبلغ الاستخدامات؛ إذ إن هذه الهدية أو الجائزة تعدّ من باب التبرع^(٥٣) وجه الدلالة: أن الهيئة العامة أجازت توزيع الجوائز والهدايا على مستخدمي البطاقات الائتمانية؛ من أجل تشجيع العملاء وحثهم وترغيبهم في استخدام البطاقة، وهذا من باب الوعد بالهبة أو التبرع، وهي جائزة شرعاً، ولا حرج في قبولها.

بمعنى أن المصرف يقدم للعملاء الذين يستخدمون البطاقة الائتمانية هدايا وجوائز تعود على المصرف والعميل بالفائدة الكبيرة، وما دام أن هذا الفعل لا يتعارض مع النصوص الشرعية فهو جائز شرعاً. والله تعالى أعلم.

نادر القضاة وعدنان العساف

وبمجرد الرأي فإن الباحث يطرح اقتراحاً على البنوك الإسلامية بحيث يتم برمجة البطاقة الائتمانية بصورة تجعلها غير قابلة لشراء مواد محرمة مثل: الخمر، ولحم الخنزير، وما إلى ذلك، ويتم هذا الأمر ببرمجة البطاقة بالطريقة التي يراها المختصون مناسبة.

ولدى سؤال الهيئة الشرعية حول جواز إعطاء هدايا وجوائز للمتمولين من البنك بحيث يحط عنه جزء من الدين أو يهدى له سيارة مثلاً إضافة للسيارة التي اشتراها من المصرف؟

أفتت الهيئة الشرعية بجواز إعلان البنك عن جوائز تقدم للمتمولين بتخصيص سيارة مثلاً، أو الدفع له نقداً، أو دفع له اشتراك التأمين، أو أن يحط عنه جزء من الدين، أو تحمل نفقات الحج والعمرة، أو أي جوائز أخرى، وذلك بإجراء القرعة، السحب لكل المتمولين؛ لاختيار عدد منهم بعدد الجوائز، وقررت الهيئة الشرعية أن يتم تحميل تكلفة هذه الجوائز على الجهة التي قدم منها التمويل، فإذا كانت من أموال المساهمين بتحميل المساهمين تكلفة الجوائز، وإذا كانت أموال أصحاب حسابات الاستثمار المشترك فيتحمل الجوائز أصحاب حسابات الاستثمار المشترك، وإذا كانت من أموال المحافظ الاستثمارية تحمل الجوائز على حسابات المحافظ الاستثمارية، أما إذا كانت من الأموال المشتركة بين طرفين أو أكثر يتحمل الجوائز أصحاب هذه الأموال المشتركة^(٥٣). وجه الدلالة: أن هذه الفتوى قامت على اعتماد الجانب الشرعي ومراعاة مقتضيات الأصالة والمعاصرة التي لا تتعارض مع قواعد الشريعة العامة الدالة على مراعاة حقوق الناس والتسهيل عليهم، وقد جاء ذلك واضحاً في تقسيم الفتوى وتفصيلها من حيث تحمل تكلفة هذه الجوائز والهدايا، وتبين من خلال هذه الفتوى أن خطة المصارف الإسلامية تطويع الأعمال المالية المتخصصة بها؛ لتتناسب مع نصوص وأحكام الشريعة الإسلامية، ولتحقيق مصلحة العملاء؛ بغرض تشجيعهم على الإبداع في المصرف.

ثانياً: البنك الراجحي.

قام الباحث بزيارة البنك الراجحي حيث اجتمع مع مدير التسويق الأستاذ: (أحمد عادل عبد الرحمن) الذي قال: إن المصرف يقدم هدايا عينية مثل: محفظة طقم مكتب، ومحفظة عليها شعار المصرف، ويقدم كذلك هدايا أكبر نسبياً لكبار العملاء، ولم يفصح عن ماهيتها.

وقال أيضاً: "أن هنالك هدايا عينية تُمنح للعملاء منها تأمين تكافلي مجاني، وبطاقة ائتمانية من غير رسوم تمنح للذين يشتركون من خلال الإجارة المنتهية بالتملك".

وجه الدلالة: أن هذه الفتوى تتفق مع ما جاء في فتوى الهيئة الشرعية للبنك الإسلامي، غير ما جاء بشأن البطاقة الائتمانية التي تمنح للذين يشتركون من خلال الإجارة المنتهية بالتملك، وذلك وفق قواعد ومبادئ الشريعة العامة، ولا يوجد مانع شرعي يمنع ذلك، فالأصل في الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل شرعي يخالف ذلك، ولا شك أن هذا الأمر يشجع العملاء على التعامل مع المصرف من خلال الإجارة المنتهية بالتملك، وهذا جائز؛ لأن المصرف يقوم ببيع ما هو مقدور على تسليمه.

ثالثاً: بنك دبي الإسلامي.

من الجدير بالذكر أن بنك دبي الإسلامي عرض مشروع برنامج التمويل السكني بحيث يتم تخفيض رسوم التسجيل وضريبة البيع، الأمر الذي يشجع المستثمرين والعملاء كافة على منحهم فرصة لاقتناء منازل خاصة بهم وبأسعار وعروض مميزة وميسرة ومغرية من خلال تسهيلات مالية ميسرة متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، بالإضافة إلى حصولهم على جوائز وهدايا فورية مع كل تمويل سكني، وفي هذا الموضوع قال السيد سامي الأفغاني رئيس المجلس التنفيذي لبنك

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

الأردن دبي الإسلامي في لقاء خاص مع جريدة عمون الإخبارية الإلكترونية: "إن ما يميز خدماتنا ومنتجاتنا موافقتها لأحكام الشريعة الإسلامية، وأنها مبتكرة ومطابقة لتطورات العصر، كما أننا نراعي عن تصميمنا أي خدمة جديدة احتياجات متعاملينا، لذلك ارتأينا مع قرار تمديد التخفيض على رسوم التسجيل وضريبة البيع، أن نمح متعاملينا فرصة الحصول على تمويل سكني بأسعار إجارة مغرية؛ ليتسنى للجميع اقتناء منازلهم الخاصة، ونحن نعمل على قدم وساق؛ للخروج باستمرار بمنظومة خدمات مصرفية تراعي متطلبات متعاملينا وأحكام الشريعة الإسلامية في أن واحد"^(٤٤)، وإلى جانب أسعار الإجارة المغرية يستفيد المتعامل عن تملك منزله من بنك الأردن دبي الإسلامي هدية فورية يحصل عليها مع كل تمويل سكني بصيغة الإجارة المنتهية بالتمليك، حيث يقدم له قسائم مجانية لشراء أجهزة كهربائية وإلكترونية. أكدت الهيئة في فتاها على مشروعية أعمالها وأصالتها وحدائتها، وهذا لا يتعارض مع أحكام الشريعة، وما هو مبتكر ومتناسب مع تطورات العصر في الجوانب كافة، كل ذلك من أجل زيادة عملاء المصرف وتشجيعهم على الاستثمار، وذلك بالطريقة التي يراها المصرف مناسبة له، ما دامت الجوائز من أموال المساهمين، والله تعالى يقول: ﴿مَا عَلَى الْمُحْسِنِينَ مِنْ سَبِيلٍ...﴾ [النَّوْبَة: ٩١]، فمثل هذه الهدايا تدخل تحت باب التبرع أو الهبة، ولا مانع شرعي يمنع من تبادل الهدايا بين المصرف والعميل، وهي أيضاً من باب المصلحة والتسهيل والتخفيف على أصناف الناس المتعاملين مع المصرف وفرصة لهم في الحصول على تمويل سكني بأسعار إجارة مغرية؛ وذلك لمنحهم فرصة اقتناء منازل خاصة بهم بسهولة وببسر.

كما أن البنك يقوم برعاية مهرجانات الصيف التي تقام في سيتي مول، حيث يتم توزيع الجوائز والهدايا على زوار المول، وحيث يقوم البنك خلال مهرجان المول بتقديم جوائز نقدية، وكذلك جوائز عينية ومنشورات وكتيبات تتضمن معلومات عن البنك والخدمات والمنتجات التي يقدمها^(٤٥). ووجه الدلالة: أن هذا لا يتعارض مع ما جاء في أقوال الفقهاء من القول بحرمة أخذ الهدايا النقدية؛ لأنها تمنح لأصناف مختلفة من الناس تواجدوا في المول وقت إقامة المهرجان، وهذه لا بأس في أخذها، والله تعالى أعلم.

المطلب الثالث: مدى شرعية بعض الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية.

يتضح مما سبق، مدى انسجام وتطابق معاملات البنوك الإسلامية مع الأحكام الشرعية، ومن الأدلة على ذلك: أولاً: أن الشريعة الإسلامية منعت الهدايا النقدية بأنواعها وأشكالها كافة، وتخرجها الفقهي كما تبين من خلال البحث أنها (قروض تجر منافع) وهي محرمة باتفاق الفقهاء بناء على قاعدة "كل قرض جر منفعة فهو ربا"، وهذا يوضح تشديد الفقهاء على منع التعامل مع المصارف الربوية أو أي تصرف قد يؤدي إلى ذريعة الوقوع في الربا، وهذا متطابق تماماً مع معاملات البنوك الإسلامية الأردنية كما تبين من خلال البحث.

ثانياً: أن ما يقدمه البنك الأردني دبي الإسلامي من هدايا نقدية تمنح ((الزوار المول)) وهم أصناف مختلفة من الناس تواجدوا في المول وقت إقامة المهرجان، وليس من عملاء البنك، وبالتالي لا ينطبق عليها حكم قول الفقهاء بحرمة الجوائز والهدايا النقدية بناء على تخرجها بأنها قروض تجر منافع - وكل قرض جر منفعة فهو ربا-؛ لأنها لا يوجد فيها قرض ولا شبه ربا فهي هدايا توزع على زوار متواجدين في مكان المول، وليس على عملاء ومستثمرين في البنك.

ثالثاً: أن الشريعة الإسلامية أباحت الهدايا التذكارية والإعلانية بأنواعها وأشكالها كافة، وقد جاء ذلك مطابقاً تماماً مع تعاملات البنوك الإسلامية الأردنية، حيث تبين من خلال ما قام به الباحث من زيارات للمصارف الإسلامية وسؤال واستجواب

نادر القضاة وعدنان العساف

من لهم علاقة وثيقة بالبنوك من مدراء وموظفين وعملاء وهيئات شرعية، أن البنوك الإسلامية تعطي جوائز وهدايا تذكارية ودعائية على شكل محفظة مكتوب عليها اسم البنك أو أقلام مكتوب عليها اسم وشعار المصرف، أو (محفظة طقم مكتب) وعدت ذلك كله من باب الهبة، أو التبرع الذي أباحته الشريعة الإسلامية.

رابعاً: أن البنك الإسلامي الأردني يقدم جوائز عينية مثل: توزيع كتب، أو تحمل نفقات العمرة أو الحج لعملاء ومتعاملي البنك من أصحاب الحسابات الاستثمارية، وعدت ذلك من قبيل الهبة، وأن الهيئة الشرعية أبحاث إعلان البنك عن جوائز تقدم للمتمولين ومن ذلك: تخصيص سيارة مثلاً، أو دفع له اشتراك التأمين، أو أن يحط عنه جزء من الدين، أو تحمل نفقات الحج والعمرة، أو أي جوائز أخرى وذلك بإجراء القرعة بين المتمولين، وهذا كله من باب تشجيع وحث العملاء على الاستثمار ووضع أموالهم في المصارف الإسلامية بدل وضعها في المصارف الربوية وهو ما لم تعارضه الشريعة الإسلامية، كما توضح من خلال البحث، والله تعالى أعلم وأجل.

خاتمة البحث:

- في ختام هذه الدراسة توصل الباحث إلى العديد من النتائج، من أبرزها الآتي:
- ١- إنه ثبت عن النبي ﷺ أنه قبل الهدية وحث على قبولها.
 - ٢- إن الفقهاء استخدموا مصطلح الهدية في التعبير عن مفهوم الهبة.
 - ٣- إن الترويج: هو نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقناعي وإعلامي، بهدف التأثير في سلوك المشتريين؛ لاستمالتهم إزاء ما يروج له.
 - ٤- عدم جواز أخذ الهدايا النقدية؛ وذلك لأنها تُعدّ من باب القروض التي تجر منافع (وكل قرض جر منفعة فهو ربا).
 - ٥- جواز أخذ الهدايا الإعلانية التي تقدمها المصارف الإسلامية بضوابط معينة وضعها العلماء في قبول الهبة.
 - ٦- جواز أخذ الهدايا التذكارية التي تقدمها المصارف الإسلامية بأنواعها وأشكالها كافة، بناء على فتاوى علماء معاصرين، وقد جاء ذلك مطابقاً تماماً مع تعاملات البنوك الإسلامية الأردنية.
 - ٧- تتفق نصوص القانون الأردني المتعلقة بمسائل البحث مع أحكام فقهية في الموضوع ذاته.

وفي ضوء هذه النتائج يوصي الباحث: بأن يتم دراسة هذا الموضوع بتعمق وتوسع أكثر من قبل المختصين، والاهتمام به من قبل طلبة العلم الشرعي؛ لأهميته في بيان أحكام الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية، وبيان مدى ملائمتها لنصوص القانون الأردني وما تقدمه المصارف الإسلامية من هدايا بأشكالها وأنواعها كافة، خاصة في هذا الزمان المتطور في الجوانب كافة.

وأخيراً: هذا ما وفقنا إليه في كتابته في هذا البحث، فإن أصبنا فمن الله ﷻ بفضل، وكرمه، وإن أخطأنا فمن أنفسنا ومن الشيطان، وحسبنا أننا بذلنا جهدنا، ونسأل الله تعالى أن ينفعنا بهذا البحث وأن يكون خالصاً لوجهه الكريم، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين. والله ولي التوفيق.

الباحثان

الهوامش.

(١) ابن فارس، أحمد بن فارس بن زكريا القزويني، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، د.ط، ١٣٩هـ -

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

- ١٩٧٩م، ج٦، ص٤٢.
- (٢) ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت، (ط١)، ج١٥، ص٣٥٣.
- (٣) الفيومي، أحمد بن محمد بن علي، المصباح المنير، دراسة وتحقيق: يوسف الشيخ محمد، دار المكتبة العصرية، د.ط، د.ت، ج١، ص٣٢٧.
- (٤) ينظر: الكاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ط، ١٩٨٢م، ج٦، ص١١٦. والخرشي، شرح مختصر خليل للخرشي، مصدر الكتاب: موقع الإسلام: <http://www.al-islam.com>. وقلبيوي، شهاب الدين أحمد بن سلامة، حاشية قلوبوي: على شرح جلال الدين المحلي على منهاج الطالبين، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، د.ط، ١٤١٩هـ-١٩٩٨م، ج٧، ص١٠١ وما بعدها. وابن قدامة، عبد الله بن أحمد ابن قدامة المقدسي، المعنى في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني، دار الفكر، بيروت، (ط١)، ١٤٠٥هـ، ج٦، ص٢٧٣ وما بعدها.
- (٥) البخاري، محمد بن إسماعيل، الأدب المفرد، باب قبول الهدية، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار البشائر الإسلامية، بيروت، (٣ط)، ١٩٨٩م، حديث رقم ٥٩٤، ج١، ص٢٠٨.
- (٦) الكاساني، علاء الدين أبو الحسن، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ط، ١٩٨٢، ج٦، ص١١٥.
- (٧) ابن عابدين، محمد أمين بن عمر، رد المحتار على الدر المختار، تحقيق: محمد صبحي، وعامر حسين، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د.ط، د.ت، ج٨، ص٣٣.
- (٨) النووي، محيي الدين يحيى بن شرف، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تحقيق: عادل أحمد عبد الموجود - علي محمد معوض، دار المكتب الإسلامي - بيروت، د.ط، ١٤٠٥هـ، ج٥، ص٣٦٤.
- (٩) ابن مفلح، أبو عبد الله محمد المقدسي، الفروع وتصحيح الفروع، تحقيق: حازم القاضي، دار الكتب العلمية، بيروت، (ط١)، ١٤١٨هـ، ج٤، ص٤٨٣.
- (١٠) المصلح، خالد بن عبد الله، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، ج١، ص٥٩.
- (١١) ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، مرجع سابق، ج٢، ص٤٥٤.
- (١٢) الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، (ط٢)، ت١٤١٥هـ-١٩٩٥م، ج١، ص٧٠٥.
- (١٣) الزبيدي، محمد بن محمد بن عبد الرزاق، تاج العروس من جواهر القاموس، دار الهداية للنشر، د.ط، د.ت، ج٥، ص٦٠٠.
- (١٤) الشيخ، مصطفى سعيد وآخرون، مدى تطبيق المصارف الإسلامية لمفهوم التسويق المصرفي الإسلامي، من وجهة نظر العملاء، بحث منشور في مجلة الزرقا للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد التاسع، العدد الأول، ٢٠٠٩م، ص١١١، نقلاً عن: Boone, Louis E. & Kurtz, David L(2001). Contemporary Marketing.Harcourt College Publisher, New. وينظر: شريف، مراد، ويعقوب، بن الطاهر، أهمية تطبيق مفهوم التسويق المصرفي الإسلامي من وجهة نظر العملاء، بحث منشور في المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، (المجلد ٣)، العدد ٢، ٢٠١٤م، ص٣٠.
- (١٥) عزام، زكريا أحمد، وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، (ط٢)، ٢٠٠٩م، ص٣٤٩.
- (١٦) المناوي، عبد الرؤوف، فيض القدير شرح الجامع الصغير، المكتبة التجارية الكبرى، مصر، (ط١)، ١٣٥٦هـ، ج٣، ص٢٧١.
- (١٧) البخاري، محمد بن إسماعيل، الأدب المفرد، باب قبول الهدية، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار البشائر الإسلامية، بيروت، (٣ط)، ١٤٠٩هـ-١٩٨٩م، ج١، ص٢٠٨.
- (١٨) ينظر: ابن عبد البر: أبو عمر يوسف بن عبد الله، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد تحقيق: مصطفى بن أحمد

نادر القضاة وعدنان العساف

- العلوي، محمد عبد الكبير البكري، وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية، المغرب، ١٣٨٧هـ، د.ط.، د.ت.، ج ٢١، ص ١٧.
- (١٩) البخاري، محمد بن إسماعيل **صحيح البخاري**، كتاب: الهبة وفضلها، باب: القليل من الهبة، تحقيق: مصطفى البغا، دار ابن كثير، اليمامة، بيروت، (ط٣)، ١٤٠٧هـ-١٩٨٧م، حديث رقم (٢٤٢٧)، ج ٢، ص ٩٠٧.
- (٢٠) السخيمة: الغل والحقد والحسد ونحوها مما يسكن في القلب من مساوئ الأخلاق، ينظر: أبو داود، سليمان بن الأشعث، **سنن أبي داود**، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ط.، ج ١، ص ٥٥٨، في الهامش رقم (٥).
- (٢١) الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد، **المعجم الأوسط**، تحقيق: طارق بن عوض الله بن محمد، وعبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، دار الحرمين، القاهرة، د.ط.، ١٤١٥هـ، حديث رقم (١٥٢٦)، ج ٢، ص ١٤٦.
- (٢٢) البخاري، **صحيح البخاري**، مرجع سابق، كتاب: الهبة وفضلها، باب: قبول الهدية، د.ط.، حديث رقم (٢٤٣٧)، ج ٢، ص ٩٠٩.
- (٢٣) ابن عبد البر، أبو عمر يوسف بن عبد الله، **الاستذكار**، تحقيق: سالم محمد عطاء، ومحمد علي معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، (ط١)، ١٤٢١هـ-٢٠٠٠م، ج ٦، ص ٧.
- (٢٤) الزيات، أحمد، وآخرون، **المعجم الوسيط**، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة للنشر، د.ط.، د.ت.، ج ٢، ص ٩٤٤.
- (٢٥) ينظر، ابن نجيم، زين الدين الحنفي، **البحر الرائق شرح كنز الدقائق**، دار المعرفة، بيروت، د.ط.، د.ت.، ج ٥، ص ٣٠٠ وما بعدها. والخرشني، **شرح مختصر خليل**، مرجع سابق، ج ١٤، ص ٤٠٩ وما بعدها. والشربيني، محمد الخطيب، **الإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع**، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، ١٤١٥م، ج ١، ص ٢٢٠ وما بعدها. والنووي، يحيى بن شرف، **المجموع**، دار الفكر، بيروت، ١٩٩٧م، د.ط.، ج ٦، ص ٥٠ وما بعدها.
- (٢٦) ينظر: ابن مودود، عبد الله بن محمود، **الاختيار لتعليل المختار**، تحقيق: عبد اللطيف محمد عبد الرحمن، دار الكتب العلمية، بيروت، د.ط.، ت ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ج ٢، ص ٣٤. والدسوقي، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير**، مرجع سابق، ج ١٢، ص ٤٥٩. والأنصاري، شيخ الإسلام زكريا، **أسنى المطالب في شرح روض الطالب**، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، د.ط.، ١٤٢٢هـ، ج ٢، ص ١٤٢. والنووي، **روضة الطالبين وعمدة المفتين**، مرجع سابق، ج ٣، ص ٢٥٧.
- (٢٧) الشوكاني، محمد بن علي، **الدراري المضية**، دار الجبل، بيروت، د.ط.، ١٩٨٧م، ج ٢، ص ٧٠.
- (٢٨) ينظر: ابن القيم، محمد بن أبي بكر، **إعلام الموقعين عن رب العالمين**، دراسة وتحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، مكتبة الكليات الأزهرية، مصر، القاهرة، د.ط.، ١٣٨٨هـ/١٩٦٨م، ج ٣، ص ٢٠٣.
- (٢٩) ينظر: الشوكاني، محمد بن علي، **نيل الأوطار**، إدارة الطباعة المنيرية، د.ط.، د.ت.، ج ٥، ص ٢٨٨.
- (٣٠) ينظر: فتاوى الشيخ محمد بن صالح العثيمين، **حكم أخذ هدايا من البنوك بسبب وضع المال عندها**، على موقع: <http://islamancient.com/play.php?catsmktba=23163>
- (٣١) المصلح، خالد، **الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، د.ط.، ١٤٢٦هـ، ص ٦٨.
- (٣٢) ينظر: عساف، محمود، **فن البيع**، الغرفة التجارية الصناعية، السعودية- جدة، ١٤١١هـ، ص ١١٧. والمصري، أحمد محمد، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، د.ط.، ١٩٩٢م، ص ٩٥.
- (٣٣) ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم، **مجموع الفتاوى**، تحقيق: أنور الباز، وعامر الجزار، دار الوفاء للنشر، (ط٣)، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ج ٢٩، ص ٣٣٥.
- (٣٤) المصلح، خالد بن عبد الله، **الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، دار ابن الجوزي، الدمام، (ط١)، ١٤٢٠هـ، ج ١، ص ٨٣.
- (٣٥) الهمام، الكمال، **شرح فتح القدير**، دار الفكر للنشر، بيروت، (ط٢)، ج ٩، ص ١٨. والدسوقي، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير**، مرجع سابق، ج ١٦، ص ٢٩٦. والشربيني، **مغني المحتاج**، مرجع سابق، ج ٣، ص ٤٩٦. وابن قدامة، **المغني**، مرجع

الهدايا الترويجية في المصارف الإسلامية

- سابق، ج ٦، ص ٢٧٣.
- (٣٦) ينظر: فتاوى الشيخ محمد بن صالح العثيمين، حكم أخذ هدايا من البنوك بسبب وضع المال عندها، على موقع: <http://islamancient.com/play.php?catsmktba=23163>
- (٣٧) المصلح خالد، أستاذ الفقه بجامعة القصيم في لقاء معه على قناة الفتاوى والأحكام والمواظظ ينظر: <https://www.youtube.com/watch?v=Da5qUjvO6G8>
- (٣٨) الرحيلي، سليمان، في حديث له على قناة الفتاوى والأحكام والمواظظ <https://www.youtube.com/watch?v=GZnn1VSevuE>
- (٣٩) ينظر: غطاس، نبيه، معجم مصطلحات الاقتصاد والمال والإعمال، مكتبة لبنان، (ط١)، ج ١، ص ٤٨٦. والمصري، الإعلان، مرجع سابق، ج ١، ص ٩٧.
- (٤٠) ينظر: الطحان، بيان، دراسة اقتصادية للإعلان في الاقتصاد الإسلامي، رسالة ماجستير، السعودية، جامعة أم القرى، ١٩٩٠م، ص ٣٠.
- (٤١) للمزيد حول ضوابط قبل الهدية ينظر: الهمام، الكمال، شرح فتح القدير، مرجع سابق، ج ٩، ص ١٨ وما بعدها بالتصرف. والدسوقي، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، مرجع سابق، ج ١٦، ص ٢٩٦، وما بعدها بالتصرف. والشربيني، مغني المحتاج، مرجع سابق، ج ٣، ص ٤٩٦، وما بعدها بالتصرف. وابن قدامة، المغني، مرجع سابق، ج ٦، ص ٢٧٣ وما بعدها بالتصرف.
- (٤٢) ينظر: التميمي، عماد، اللصاصمة، عادل، الهدايا الترويجية والتجارية، وتخرجها الفقهي، وضوابطها الشرعية، بحث منشور في مجلة علوم الشريعة والقانون، المجلد ٤٠، الملحق ١، ٢٠١٣م، ص ٨٧٧.
- (٤٣) جبريين، عبد الله، مقال بعنوان: ضوابط تُنهى الجدل الفقهي حول هدايا البنوك وخدماتها المجانية، على موقع: http://www.aleqt.com/2009/02/15/article_196187.html
- (٤٤) ينظر: مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في دورة التاسع عشر بدولة الإمارات العربية المتحدة، من ٦-١ نيسان، ١٩٩٥م، منقولاً عن شبير، محمد عثمان، المعاملات المالية المعاصرة، دار النفائس، عمان - الأردن، (ط٦)، ١٤٢٧هـ، ج ١، ص ٢٦٤.
- (٤٥) ينظر: مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في دورة التاسع عشر بدولة الإمارات العربية المتحدة، من ٦-١ نيسان، ١٩٩٥م، منقولاً عن منصور، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص ١٥٩.
- (٤٦) ينظر: العامر، أحكام الجوائز، مرجع سابق، ص ١١٢-١١٣. ومنصور، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص ١٥٩.
- (٤٧) ينظر قرارات مجمع الفقه الإسلامي، المنعقد بأبي ظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، من ٦-١ ذي القعدة عام ١٩٩٥م، منقول عن كراوية، المعاملات المالية المعاصرة، ص ١٢٨. وينظر: منصور، سعيد وجيه، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير نوقشت في كلية الدراسات العليا بجامعة النجاح الوطنية، فلسطين - نابلس، ٢٠١١م، ص ١٥٩.
- (٤٨) السالوس، علي بن أحمد، موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي، دار الثقافة للنشر، جمهورية مصر العربية، د.ط، د.ت، ص ٢١٥.
- (٤٩) للمزيد ينظر: منصور، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص ١٦٠.
- (٥٠) ينظر: الفوزان، محمد صالح، البطاقة الائتمانية تعريفها وأخذ الرسوم على إصدارها والسحب النقدي بها، بحث منشور على موقع صيد الفوائد www.saaaid.com. وينظر: قرارات وتوصيات ندوة البركة للاقتصاد الإسلامي، المنعقد في مكة في ٢٧-٣٩ تشرين الأول عام ٢٠٠٣م، نقلاً عن: منصور، سعيد وجيه، أحكام الهدية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير نوقشت في كلية الدراسات العليا بجامعة النجاح الوطنية، فلسطين - نابلس، ٢٠١١م، ص ١٦٤.

نادر القضاة وعدنان العساف

- (٥١) محضر اجتماع اللجنة الاستشارية الشرعية المنعقد يوم السبت ٢٧ شعبان ١٤١٥ هـ / الموافق ٢٨ كانون الثاني ١٩٩٥ م.
- (٥٢) محضر اجتماع هيئة الرقابة الشرعية رقم ٣/٢٠٠٦ المنعقد يوم الأحد جمادى الآخرة من عام ٢٠٠٦ م.
- (٥٣) المرجع السابق نفسه.
- (٥٤) لقاء مع المدير التنفيذي لبنك الأردن دبي الإسلامي، منشور في جريدة عمون الإلكترونية بعنوان: (بنك الأردن دبي الإسلامي يمدد عرض برنامج التمويل السكني) منشور بتاريخ ١٠/٨/٢٠١١ م. منشور على <http://www.ammonnews.net/article/94545>.
- (٥٥) لقاء مع المدير التنفيذي لبنك الأردن دبي الإسلامي، منشور في جريدة عمون الإلكترونية بعنوان: (بنك الأردن دبي الإسلامي يمدد عرض برنامج التمويل السكني) منشور بتاريخ ١٠/٨/٢٠١١ م. منشور على <http://www.ammonnews.net/article/94545>.