ZICONS:
Zawiyah International Conference on Sharia and Legal Studies
Vol. 1. (Januari-Desember 2025): h. 272-287
https://jurnal.pematik.id/index.php/zicons

مفهوم نظرية القيمة في منظور الفقه الإسلامي

Avivi Kayla Bikratruna Rahmah [1], Suparman Syukur [2]

[12] Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia
[1]o0200250014@student.ums.ac.id, [2]suparmansyukur@walisongo.ac.id

Article Info

Article history:

Received Nov 17, 2025
Accepted Des 29, 2025
Publish Des 30, 2025

Keywords:

Peran harga
Konsep Teori Harga
Ekonomi Syariah

ABSTRACT

تتمثل خلفية هذه الدراسة في دراسة مفهوم نظرية القيمة في منظور الفقه الإسلامي وهو باب خاص في الاقتصاد الإسلامي كمرجع لتحديد قيم السوق. والغرض من هذه الدراسة هو تحديد دور القيمة في السوق و معرفة مفهوم نظرية القيمة في منظور الاقتصاد الإسلامي في تحديد قيم السوق. المنهج البحثي المستخدم هو المنهج الوصفي التحليلي القائم على دراسات الأدبيات (المكتبي). البيانات المستخدمة مأخوذة من أدبيات الفقهاء الكلاسيكيين مثل ابن تيمية. ومن الفقهاء المعاصرين وهبة الزحيلي. استخدمت تقنية التحليل تحليل المحتوى. تظهر نتائج الدراسة أن القيمة لها دوران، هما: دور المعلومات ودور التخصيص، وأن مفهوم نظرية القيمة في الاقتصاد الإسلامي في تحديد قيم السوق تهتم بأساس التقييم (التسعير)، ودور الحكومة وتدخلها (تأثير)، وتعيين السعر العادل. ففي تطبيقها حتى يتمثل دورها، لابد أن تهتم القيمة بنظرية القيمة في منظور الاقتصادية الإسلامية كمرجع لتحديد قيم السوق يتجلى في ضرورة. التأثير النظري لهذا البحث هو إثراء الأدبيات المتعلقة بمفهوم نظرية القيمة (السعر) في تحديد قيم السوق، والتي يمكن أن تكون مرجعاً لتقوية النظام الاقتصادي الإسلامي.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Corresponding Author:

Avivi Kayla Bikratuna Rahmah
Fakultas Syariah, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jl. Ahmad Yani, Pabelan, Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, 57102
Email: o0200250014@student.ums.ac.id

المقدمة

إنَّ المعاملات تحتلُّ مكانةً عظيمة في حياة الإنسان، إذ تُعدُّ من الركائز الأساسية لاستمرار الحياة الاجتماعية والاقتصادية بين الناس. في النظام الاقتصادي الإسلامي، يجب أن تستند المعاملات إلى مقاصد الشريعة لتحقيق المنفعة العامة أو الرفاهية (Firman et al., 2023). لأن الإنسان بطبيعته كائنٌ اجتماعيٌّ لا يستطيع أن يعيش بمعزلٍ عن الآخرين، فهو بحاجةٍ إلى التبادل والتعاون لتحقيق حاجاته اليومية وضمان استقرار معيشته. ومن هنا جاءت أحكام المعاملات في الشريعة الإسلامية لتكون نظامًا متكاملًا ينظّم علاقات الأفراد في البيع والشراء، والإجارة، والمشاركات، وسائر العقود التي تُبنى عليها الحياة الاقتصادية.

ولم يكتفِ الإسلام بمجرد الإقرار بوجود هذه المعاملات، بل وضع لها ضوابط دقيقة تحفظ الحقوق وتمنع الظلم والاستغلال، وتُحقِّق العدالة في التبادل والمنافسة، لتسير الحركة الاقتصادية في إطارٍ من القيم الإيمانية والأخلاقية. وبذلك تظهر عظمة التشريع الإسلامي في الجمع بين المصلحة الدنيوية والغاية الأخروية، وبين الحرية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية، بما يضمن تحقيق السعادة للفرد والمجتمع على حدٍّ سواء (Nawir et al., 2024).

هناك في مجال الاقتصاد الإسلامي كلام يدور حول الإنتاج والاستهلاك والتداول. وما يتعلق بالإنتاج فيه دراسة في نظرية ما يسميه بعض الاقتصاديين النظام الاقتصادي، ومادة كل نظام اقتصادي يقصد بها وسائله الفنية والآلية التي يستخدمها في الإنتاج والنقل والمبادلة ونحوها. ثم إذا نظر المتأمل إلى عملية الصناعة بين الماضي والحاضر يجد فرقا كبيرا. مثلا في الخياطة كان الناس الخياط في الماضي يمكن لكل واحد أن يصنع مثلا ١٠ إلى ٢٠ الملابس أما اليوم هناك آلة كبيرة يمكنها خياطة آلآف الملابس في اليوم. ترتب على هذه الآلات قيام المصانع الكبيرة واستخدام العمال الإدارت والقيام عليها. وأصبحت الأنظمة المعاصرة كلها تؤمن باستعمال هذه الوسائل والآلات الحديثة، وتتسابق في تحسينها وترقيتها وخفض تكاليفها، وتتسابق في ذلك تسابقاً شديدا، وتجند لذلك علماءها ومخترعيها، لا فرق في ذلك بين الأنظمة الفردية والأنظمة الجماعية. وهذا العنصر من النظام الاقتصادي لا يتدخل الإسلام فيه، بل يتركه للناس ينظمونه وفقاً لمواهبهم وعلومهم. وحسب أحوال عصرهم وبيئتهم، لأنه من الشئون الفنية المتطورة المتغيرة، وفى مثل هذا ورد الحديث النبوي – صلى الله عليه وسلم – : (أنتم أعلم بأمر دنياكم) (مسلم، ١٣٣٤ هـ).

ذلك أن الدين إنما يهتم بالمقاصد أكثر مما يهتم بالوسائل ، فهو يدعو إلى الجهاد مثلاً ، ولكنه لا يحدد وسائل الجهاد: أهي السيف أم المنجنيق أم غيره. ويحث على التداوي ولكنه لا يحدد أدواته وكيفيته. فهذا من صنع العقل البشرى، ومن دائرة اختصاصه. كل ما يهمه هو تحقيق المصلحة

للإنسان، ودرء الضرر عنه، وتيسير الحياة عليه، فإذا كان استعمال جهاز أو آلة يحقق نفعاً أكثر للناس، لتحسين وسائل الإنتاج التي يترتب عليها تقليل ساعات العمل على العامل، وبذله جهداً أقل، ولتخفيض نفقات الإنتاج، مما يؤدى إلى بيع السلعة بثمن أقل، ويجعلها في متناول عدد أكبر من المستهلكين، لأن الإنتاج في الاقتصاد لا يعتمد فقط على الآلات، بل على جودة الموارد البشرية (Ridha et al., 2024). فهذا مما يرحب به الدين ويباركه، ما دامت السلعة نفسها تقدم نفعاً للإنسان، وليست ضارة ولا محرمة (القرضاوي، ١٩٩٥ م).

فيفهم من الناحية التطبيقية أنَّ المعاملات تمثل جانبًا أساسيًا من الأنشطة اليومية التي يقوم بها الإنسان في سعيه لتلبية احتياجاته المعيشية وتحقيق مصالحه المتنوعة، سواء كانت مادية أو معنوية. فهي تعبير عن طبيعة الإنسان الاجتماعية التي تدفعه إلى التبادل والتعاون والتكافل مع غيره من أفراد المجتمع. غير أن هذا السعي، إذا تُرك بلا ضوابط، قد يؤدي إلى الظلم والاعتداء على حقوق الآخرين بوسائل غير عادلة، كالغش والاحتكار والربا والاستغلال.

ومن هنا جاء الإسلام ليجعل العدل أساسًا في جميع المعاملات، فحرّم كل وسيلة تؤدي إلى الظلم أو الإضرار بالغير، وأمر بالصدق والأمانة والشفافية في التعامل، لأن من الأبعاد الأربعة الرئيسية لأخلاقيات التسويق الإسلامي، وهي الصدق والأمانة (Aena Sari et al., 2025). وأيضا لأن العدل هو الضمان الحقيقي لاستقامة الحياة الاقتصادية والاجتماعية. فبقدر ما تُبنى المعاملات على العدل والمساواة، يتحقق الأمن الاقتصادي، وتزدهر العلاقات بين الأفراد على أساس من الثقة والرحمة، لا على أساس من الطمع والمصلحة الضيقة (Rizali, 2022).

فمن خلال ذلك يعرف أمر مهم، وهو أنَّ الإسلام قد وضع نظاماً متكاملاً يفتح باب السهولة واليُسر في المعاملات، ويُبرز اهتمامه البالغ بمصالح الناس وحاجاتهم، دون أن يترك تلك المعاملات فوضى بلا ضوابط. بل جاء بتشريعات دقيقة تنظمها وتوجّهها نحو تحقيق العدالة والإنصاف بين أفراد المجتمع، بما يضمن استقرار التعامل الاقتصادي وتوازن المصالح بين البائع والمشتري، والغني والفقير.

تنبيه في أن الاقتصاد الإسلامي جاء تيسيرا لحياة الإنسان. لابد للقارئ أن يفهم أن الاقتصاد جزء من حياة الإنسان. وجاء الإسلام ينظم هذا الاقتصاد لهدف سام وهو تيسير حياة الناس، لأن الإسلام دين رحمة ويسر.

إذا تأمل المتأمل تاريخ الاقتصاد من زمان إلى زمان يجد في التاريخ أن في الاقتصاد تطور ونمو وتغير. وقد يلحق بعض الناس ضرر من تغير الحالات والنظام في المعاملات، كأن يتعطل عدد من العمال، نتيجة لاستخدام الآلات الحديثة، أو يتضرر أصحاب الآلات الصغيرة أو القديمة، نتيجة لاستخدام غيرهم آلات أضخم أو أحدث، ولكن ضرر الأمة في مجموعها يكون أكبر وأعظم لو بقى كل قديم على قدمه، وقد قال الفقهاء: يتحمل الضرر الأدنى لدفع ضرر أعلى، ويتحمل الضرر الخاص لدفع ضرر عام. على أن الدولة المسلمة عليها أن تتدخل لترفع الضرر عمن أصابه ، أو تعوضه يقدر الإمكان تبعاً لقاعدة (الضرر يزال).

ومن هنا يتبين للقارئ أن الدين لا يعنيه من هذا الجانب الفني الآلي إلا ما يولده من آثار في العلاقات الإنسانية. وإذا كان بعض الناس يظنون الأديان عامة تجفل من التقدم العلمي المادي ، والتطور الآلي، والرقى الصناعي، فإن الإسلام يرحب بالتقدم في هذا الجانب كل الترحيب ، ويفسح المجال لاستخدام العلم القائم على الملاحظة والتجربة والإحصاء، بل يبارك هذا الاتجاه ويؤيده. وقد ثبت أن النبي – صلى الله عليه وسلم – أحصى النفوس في عهده ، وكذلك فعل عمر – رضي الله عنه – حين رتب الناس في الديوان، وفرض لهم الرواتب والأعطيات حسب بلاء كل منهم وغنائه وسابقته في الإسلام، وحاجته وحاجة أسرته، وبلغ من شغفه بالأساليب العملية أن قام بتجربة تطبيقية لمعرفة متوسط ما يكفى كل فرد من القوت والإدام، فحددها بمقدار من القمح ومقدار من الزيت معلوم.

فليس في الإسلام ما في التوراة من التطير والتشاؤم من الإحصاء، وعده نقمة وبلاء. وليس في الإسلام ما في النحل الأخرى من ترك الأمور تجرى في أعنتها، اتكالاً على الحظ أو البخت، أو احتجاجاً بالقضاء والقدر، أو ادعاء للتوكل على الله، فإن الإسلام ينكر ذلك كله، ويأمر بالسعي والعمل، وأخذ الحذر، واتخاذ الأسباب، فإنها من قدر الله، ولا تنافى التوكل على الله، وشعاره في كل ذلك: ((أعقلها وتوكل)) (القرضاوي، ١٩٩٥ م).

ثم ما يتعلق بتعريف النظرية والقيمة لغة واصطلاحا. النظرية نسبة إلى النظر وهو في اللغة إذا يقال: "نظر الشيء أو نظر إلى الشيء أو نظر للشيئ" أي أبصره، أدركه بواسطة القدرة البصرية (عربي عامة). والنظرية: قَضِيَّة تثبت ببرهان وفِي الفلسفة: طَائِفَة من الآراء تفسر بهَا بعض الوقائع العلمية أَو الفنية و (نظرية الْمعرفَة) الْبَحْث فِي المشكلات الْقَائِمَة على العلاقة بَين الشَّخْص والموضوع أَو بَين الْعَارِف وَالْمَعْرُوف وَفِي وَسَائِل الْمعرفَة فطرية أَو

مكتسبة. والنظرية جمعها النظريات (نخبة من اللغويين ، ١٩٧٢ م). والنظرية اصطلاحا، معناها: المفهوم العام الذي يؤلف نظاماً حقوقياً موضوعياً (الزحيلي).

ويليه في تعريف القيمة. قيمة الشيء في اللغة بمعنى قدره أو الثمن الذي يعادل تكلفته. القِيمَةُ من الإنسان: طولُه والجمع : قِيَمُ.والقيمة السوقية هي الكمية التي يتوقع البائع الحصول عليها من البضائع في السوق الحرة (المعجم المعاني). وهذا هو المراد بالقيمة في هذا المجال (الاقتصاد) أي قيمة السلعة أو سعرها.

مراجعة الأدبيات

وُجد في البحث السابق تحت الموضوع " Actualization of the Thoughts of Prof. Dr. Wahbah al-Zuhailiy in the Sale and Purchase of Stocks" (Wahyudi, 2020) " ما يساوي هذا البحث في أفكار وهبة الزحيلي، إلا أنه يدور الكلام حول الأسهم. وبما أن هذا البحث سيتكلم عن دور القيمة (السعر). ثم " Hukum Pembatasan Waktu Pada Jual Beli Makanan Dengan Sistem All You Can Eat Perspektif Wahbah Az-Zuhaili (Studi Kasus Restoran Di Kota Medan) " (Devi, 2024) من أبرز ما يميز هذا البحث هو استخدام منظور أحد العلماء المعاصرين وهو وهبة الزحيلي الذي يساوي هذا البحث إلا أنه يركز في مراجعة صحة المعاملات المشروطة في النظام "كل ما تستطيع أكله".

وأيضا، أن هذا البحث يتكلم في نظرية القيمة ويستخدم أيضا منظور ابن تيمية. " Pricing Mechanism in Panyabungan Tradisional Market Viewed from Islamic Economic Perspective" (Lubis, 2024) ما يساوي بهذا البحث هو في الكلام عن القيمة في منظور الفقه الإسلامي إلا أنه يركز في تحليل كيفية تطبيق آلية التقييم (التسعير)في سوق بانيابونغان التقليدي.

وُجد في "Pandangan Ibnu Taimiyah Perspektif Ekonomi Islam" (Adim, 2021) ما يساوي هذا البحث هو الكلام في الاقتصاد الإسلامي في منظور ابن تيمة، إلا أنه يتكلم عموما وليس خاصا على القيمة (السعر).

طريقة البحث

ومن هذا المنطلق، تبرز أهمية هذا البحث الذي يتناول النظام الاقتصادي في الإسلام من زاوية نظرية القيمة، إذ لا يمكن الحديث عن المعاملات المالية والاقتصادية دون التطرق إلى مفهوم القيمة التي تُعدُّ أساساً في تحديد الأسعار والحقوق. وسيسير هذا البحث على المنهج الكيفي بالاعتماد على الدراسة المكتبية (البحث المكتبي) من خلال تحليل النصوص الشرعية وآراء العلماء والمراجع الفكرية ذات الصلة. ويرجى من هذا البحث أن يكون مفتاح العلم لدى القارئ.

النتائج

المبحث الأول: دور القيمة (السعر) في الاقتصاد

القيمة أي السعر إذا كان له نظام فإن له دور مهم في الاقتصاد، وهو يُعَدُّ من العناصر الأساسية التي يقوم عليها النشاط الاقتصادي في أي مجتمع، إذ يمثل أداة رئيسية لتحديد قيمة الأشياء

وتوجيه قرارات المستهلكين والمنتجين على حدٍّ سواء. فالسعر لا يقتصر دوره على كونه مقياسًا للتبادل بين البائع والمشتري، بل يتجاوز ذلك ليكون مؤشرًا على العرض والطلب، وأداة لتنظيم توزيع الموارد الاقتصادية وتحديد أولويات الإنتاج. فالقيمة (السعر) له دوران رئيسيان في البيع والشراء، وهما دور التخصيص ودور المعلومات:

أولا: دور التخصيص (Peran Alokasi)

دور تخصيص القيمة (السعر)، هو وظيفة القيمة (السعر) في مساعدة المستهلكين على اتخاذ قرار بشأن كيفية الحصول على أعلى فائدة أو منفعة متوقعة بناءً على قوتهم الشرائية. وهو أن يقارن المشترون الأسعار من بين مختلف البدائل المتاحة، ثم يقررون التوزيع المطلوب لأموالهم (Nuryadin Birusman, 2017). وكذلك عندما يرتفع سعر سلعة ما، يقلل المشترون من مشترياتهم من تلك السلعة ويبحثون عن بدائل أرخص. وعلى العكس، إذا انخفض سعر سلعة ما، يزيد المشترون من مشترياتهم.

المثال: ارتفع سعر لحم البقر بشكل كبير. لذلك تحول العديد من المشترين إلى الدجاج أو السمك، لأنهما أرخص ثمناً. في هذه الحالة، يلعب السعر دوراً في توزيع القوة الشرائية للمستهلكين من السلع باهظة الثمن إلى سلع أخرى في متناولهم.

وأيضا لمساعدة المنتجين للحصول على الربح أكثر. أي تُستخدم الأسعار كأداة لتخصيص الموارد المحدودة بحيث تُستخدم في الأنشطة الإنتاجية التي تحتاجها المجتمع المحلي بشدة.

المثال: عندما يرتفع سعر الفلفل الحار بسبب انخفاض العرض، سيدرك المزارعون أن زراعة الفلفل الحار أكثر ربحا من المحاصيل الأخرى. ونتيجة لذلك، يتم تخصيص المزيد من الموارد (الأراضي والعمالة ورأس المال) لزراعة الفلفل الحار. وبالتالي، تلعب الأسعار دورًا في تخصيص الموارد للقطاعات التي تحتاجها أكثر أو الأكثر ربحا.

فيُعلم أن السعر له دور هام في التأثير على خيارات المستهلكين، خاصةً بالنظر إلى المستوى العالي للمنافسة في عالم الأعمال. بشكل عام، يميل المستهلكون اليوم إلى تفضيل المنتجات الرخيصة الثمن ولكن ذات الجودة الجيدة نسبياً أو المنتجين للحصول على الربح الأكثر.

وهذا يدل على أن السعر هو العامل الرئيسي في اختيار المنتجات سواء للمنتجين أو المستهلكين(Wahyunik, 2021).

ثانيا: دور المعلومات (Peran Informasi)

دور معلومات القيمة، فمن أبرز الأدوار التي تؤديها القيمة في النشاط الاقتصادي دورها الإخباري أو المعلوماتي، إذ تُعدّ القيمة وسيلة لتثقيف المستهلكين وتوجيههم نحو فهم خصائص السلع والخدمات المختلفة، مثل الجودة، والمتانة، ومستوى الأداء. فالقيمة لا تقتصر على كونها أداة لتحديد السعر فحسب، بل تحمل في طيّاتها مؤشرات عن جودة المنتج ومدى موثوقيته في نظر السوق والمستهلكين.

ويظهر هذا الدور بوضوح في الحالات التي يجد فيها المشترون صعوبة في تقييم خصائص المنتج أو مزاياه بصورة مباشرة أو موضوعية، كما هو الحال في السلع المعقّدة أو الخدمات التي تعتمد على الخبرة. وفي مثل هذه الحالات، تصبح القيمة المرتفعة بمثابة إشارة ضمنية إلى الجودة العالية، مما يساعد المستهلكين على اتخاذ قراراتهم الشرائية بثقة أكبر. ومن

ثمّ، تـؤدي القيمـة دورًا مزدوجًـا؛ فهـي مـن جهـة أداة لتبـادل المنـافع بـين البـائع والمشـتري، ومـن جهـة أخـرى وسـيلة لنقـل المعلومـات وتوجيـه السـلوك الاقتصـادي بمـا يحقـق كفـاءة السـوق وعدالتها(Nuryadin Birusman, 2017).

المثـال: يرغـب أحـد المشـترين في شـراء هـاتف محمـول. يـرى أن معلومـات الإنتـاج مـن الماركـة (أ) أغلـى مـن الماركـة (ب). مـن خـلال هـذه المعلومـات عـن السـعر، يمكـن للمشـتري أن يقـيّم أن الماركـة (أ) قـد تتمتـع بميـزات أفضـل أو جـودة أعلـى. وعلـى العكـس مـن ذلـك، إذا انخفـض سـعر أحـد المنتجـات بشـكل كبـير، يمكـن للمشـتري أن يسـتنتج أن الطلـب عليـه آخـذ في الانخفـاض أو أن المنـتج معـروض في عـرض ترويجـي. وبالتـالي، تـوفر الأسـعار معلومـات مهمـة للمشترين لتحديد متى وأين وماذا يشترون.

وفي ناحية أخرى تسـاعد المعلومات المنتجين على فهم طلب السـوق. يشـير ارتفاع الأسـعار إلى زيادة الطلب أو انخفاض العرض. يمكن للمنتجين تفسير هذه الإشارة على أنها معلومات تدعو إلى زيادة الإنتاج.

المثـال: إذا ارتفـع سـعر الفلفـل الحـار في السـوق، يتلقـى المزارعـون معلومـات تفيـد بأن الطلب على الفلفل الحار مرتفع، لذا سيزرعون المزيد منه لتحقيق الربح.

المعلومـات تعـزز تخصـيص المـوارد بكفـاءة. وهـي تسـاعد الأسـعار الـتي تتشـكل مـن المعلومـات المتعلقـة بالعـرض والطلـب علـى توجيـه المـوارد إلى القطاعـات الـتي هـي في أشـد الحاجـة إليهـا. المثـال: عنـدما ترتفـع أسـعار الـنفط (الزيـت)، فـإن هـذه المعلومـات تشـير إلى أن شـركات الطاقة يجب أن تستثمر أكثر في استكشاف النفط أو الطاقة البديلة.

وخلاصة الكلام في دور القيمة فيما يتعلق بنظرية أسعار السوق، تعمل الأسعار كناقل للمعلومات التي تساعد المشترين والبائعين والمنتجين على اتخاذ قرارات اقتصادية عقلانية، مما يؤدي إلى تحقيق التوازن في السوق.

المبحث الثاني: مفهوم نظرية القيمة في الفقهي الإسلامي

بـيّن وهبـة الزحيلـي في كتابـه – الفقـه الإسـلامي وأدلتـه – أن الإسـلام حـثَّ علـى العمـل وجعلـه مـن أسمـى القـيم الـتي تُبـنى عليهـا حيـاة الإنسـان والمجتمعـات، إذ إنَّ العمـل هـو الوسـيلة الـتي تتحقـق بهـا عمـارة الأرض وتنميـة المـوارد وتحقيـق الاسـتخلاف الـذي خُلـق الإنسـان مـن أجلـه. وقـد جـاء في القـرآن الكـريم مـا يـدل علـى هـذا المعـنى في قولـه تعـالى: ﴿هُـوَ الَّـذِي

خَلَقَ لَكُم مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا﴾ سورة البقرة : ٢٩، أي أن الله تعالى سخَّر للإنسان ما في الأرض من خيراتٍ وطاقاتٍ ليجتهد في استخراجها، وينتفع بها في بناء حضارته وإعمار بيئته وفق منهج الله.

فالعمل في حقيقته هو أساس التقدّم وبناء الكون كله، وبه يرتقي الإنسان في مراتب الكمال الدنيوي والروحي، إذ إنّ السعي والإنتاج يميزان بين الناس في الدنيا من حيث المكانة والكرامة، كما يكونان سببًا في التفاضل في الآخرة لما فيهما من نفعٍ وإخلاصٍ لله تعالى.

والعمل في الإسلام لا يقتصر على نوعٍ معين، بل يشمل كل جهدٍ نافعٍ يبذله الإنسان؛ سواء أكان ماديًا أم معنويًا، يهدف إلى جلب نفعٍ عامٍ أو خاص، أو دفع ضررٍ عامٍ أو خاص، أو الإسهام **في** ازدهار الصناعات المفيدة، أو زيادة الخيرات والطيبات في الحياة، أو نشر العمران والرقيّ في المجتمع.

ومن هنا، فإن العامل في الإسلام هو إنسانٌ يؤدي رسالة سامية، يسعى بها إلى تحقيق التوازن بين مطالب الروح والجسد، وبين عبادة الله وعمارة الأرض، مصداقًا لقوله تعالى: ﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾ سورة التوبة : ١٠٥

وهكذا يتّضح أنَّ الإسلام قد ربط بين العمل الدنيوي والعمل الأخروي في منظومةٍ متكاملةٍ لا تنفصل فيها المادّة عن الروح، ولا الاقتصاد عن الأخلاق. فالمسلم في نظر الإسلام ليس إنسانًا يعيش ليجمع المال أو يحقق المنفعة المادية فحسب، بل هو عاملٌ يسعى إلى رضا الله من خلال إتقان عمله، وإخلاص نيته، وإحسان معاملاته. ومن هنا كانت النية الصالحة في أداء العمل الدنيوي سببًا في تحصيل الأجر الأخروي، لأن الإسلام لا يفصل بين العبادة والمعاملة، بل يجعل كل جهدٍ نافعٍ، متقنٍ، ومشروعٍ عبادةً إذا صَحَّت النية واتُّبع فيه منهج الحلال.

كما أن الإسلام قد أولى قضية العدالة في التعامل الاقتصادي عنايةً بالغة، فأكّد على ضرورة التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة، وبين حرية السوق ورقابة الدولة. فقيمة السلع (الأسعار) يجب أن تتحدد وفق قانون العرض والطلب الطبيعي دون احتكارٍ أو ظلمٍ أو استغلال، وذلك مع مراعاة مبدأ السعر العادل الذي يحقق الإنصاف للطرفين؛ البائع والمشتري. وقد جاء توجيه النبي ﷺ بقوله: «دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض» (ابن ماجه ، ٢٠١٤ م) ليُظهر روح العدالة والتكافل في الاقتصاد الإسلامي، حيث يكون السوق ميدانًا للتعاون لا للتنازع، وللتكامل لا للاستغلال.

ومن خلال هذا التصور الشامل، يصبح العمل في الإسلام ركيزةً أساسيةً لبناء المجتمع الصالح، ووسيلةً لتحقيق الكرامة الإنسانية، والتنمية الاقتصادية، والتوازن الاجتماعي، في إطارٍ من الأخلاق والعدل والرقابة الإيمانية.

وقد سار على هذا النهج جماعةٌ من فقهاء الإسلام، إذ أفتى فقهاء المدينة السبعة في عصر التابعين، ومن بعدهم المالكية والحنابلة ومتأخرو الزيدية، بجواز تقييم (تسعير) السلع عند الحاجة، حينما يتجاوز بعض التجار حدود العدل في الأسعار،

فيبالغون في رفع قيم البضائع طمعًا في الربح الفاحش، فيتضرّر بذلك الناس وتختل الموازين الاقتصادية. ورأى هؤلاء الأئمة أن هذا التقييم (التسعير) ليس تدخلاً ظالمًا في حرية السوق، بل هو إجراءٌ شرعيّ يقوم على المصلحة المرسلة، غايته حماية المستهلكين، وصيانة العدل في المعاملات، وردّ الظلم والاستغلال.

فإذا ما استبدّ الجشع ببعض التجار، وغابت الضوابط الأخلاقية، كان من واجب الحاكم الشرعي أن يتدخل لإعادة التوازن إلى السوق، فيضبط الأسعار عند حدّها العادل المعروف بقيمة المِثل، أي الثمن الذي تتداوله الأسواق عادة دون مبالغة أو غبن. وهذا التدخل لا يُعدّ تعطيلًا للحرية الاقتصادية، بل هو ضمانٌ لتحقيق العدل والاستقرار الاجتماعي، لأن الحرية في الإسلام لا تنفصل عن المسؤولية، ولا تُترك لتضرّ بالضعفاء أو تميل لمصلحة فئةٍ دون أخرى.

وعلى هذا الأساس، فإن العمل يدخل دخولًا جوهريًا في تقدير قيم (أسعار) السلع في العصر الحديث، حيث تُراعى في ذلك تكاليف الجهد البشري، والمصلحة العامة، والعدالة في التقييم. فالاقتصاد الإسلامي لا يُقوِّم السلعة بمقدار ربحها المادي فقط، بل ينظر إلى ما تتضمنه من نفعٍ عامٍ، ومدى إسهامها في تنمية المجتمع وتحقيق مقاصد الشريعة في العدل والرِّفق والتكافل (الزحيلي).

وهكذا وضّح وهبة الزحيلي أن مبدأ التسعير في الإسلام ليس نظامًا جامدًا، بل هو اجتهادٌ متجدِّد يخضع للظروف الاقتصادية والاجتماعية، ويتوازن فيه حق الفرد مع حق الجماعة، ويُراعى فيه حفظ السوق من الفوضى والظلم، تحقيقًا لقوله تعالى: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ﴾ الأنعام : ١٥٢

أن مفهوم القيمة أو السعر عند ابن تيمية هو أحد أفكاره الاقتصادية الإسلامية المهمة، حيث يركز على آليات السوق الطبيعية مع ترك مجال للتدخل الحكومي في حالات الظلم أو تشوه السوق(Fasiha, 2017). فيما يلي مفهوم القيمة عند ابن تيمية:

أولا: أساس التقييم (التسعير): العرض والطلب

بشكل عام، كان ابن تيمية يرى أن الأسعار تتحدد وفقاً لقوة العرض والطلب (قوة السوق)، أي من خلال التفاعل بين رغبة الناس في شراء السلع وقدرتهم على الدفع، وبين كمية السلع المعروضة واستعداد البائعين لبيعها. فكلما زاد الطلب على سلعة معينة مع محدودية المعروض، ارتفع سعرها، والعكس إذا زاد المعروض وقل الطلب، انخفض السعر.

وبيّن ابن تيمية أن تغيّر الأسعار أمر طبيعي يحدث نتيجة عوامل اقتصادية مثل زيادة الطلب، أو نقص الإنتاج، أو تعطل وسائل النقل والتوزيع، وليس بالضرورة بسبب سلوك التجار. كما أوضح أن تدخل الحاكم في تحديد الأسعار لا يكون ضرورياً ما لم تظهر ممارسات تخلّ بالنظام الاقتصادي، مثل الاحتكار أو التلاعب في السوق.

من خلال هذا الفهم، يتضح أن ابن تيمية قد تناول مفهوم السعر بطريقة علمية تقوم على الملاحظة الواقعية لحركة السوق، حيث اعتبر أن التفاعل بين العرض والطلب هو العامل الأساسي الذي يحدد قيمة السلع والخدمات في أي زمن أو مكان (Fasiha, 2017). لا ترتبط تقلبات الأسعار دائمًا بالرقابة أو الظلم الذي يرتكبه شخص ما. غالبًا ما يكون السبب هو نقص الإنتاج أو انخفاض واردات السلع الضرورية. وهذا يعني أنه إذا زاد الطلب على سلعة معينة في حين انخفضت القدرة على توفيرها، فإن السعر سيرتفع تلقائيًا. من ناحية أخرى، إذا زادت القدرة على توفير سلعة ما وانخفض الطلب عليها، فإن السعر سينخفض أيضًا. ذكر ابن تيمية أن التسعير في الإسلام يتحدد حسب أسبابه (Fatimah, 2021).

ثانيا: دور الحكومة وتدخلها (تأثير)

على الرغم من أن الأسعار تتحدد في الأصل بقوى السوق، فإن ابن تيمية يرى أن للحكومة دوراً محدوداً وموجهاً في التدخل عند حدوث اضطراب في آلية السوق. فالتدخل الحكومي في نظره ليس قاعدة عامة، بل يُمارس فقط عند وقوع تشويه في حركة الأسعار أو عند ظهور ممارسات تؤدي إلى الإضرار بالمصلحة العامة، مثل الاحتكار أو التلاعب في الأسعار.

ويؤكد ابن تيمية أن وظيفة الحاكم في هذه الحالات هي إعادة التوازن إلى السوق، لا فرض الأسعار بشكل دائم. فحين يحتكر بعض التجار السلع الضرورية أو يرفعون أسعارها بغير مبرر، يحق للحاكم أن يتدخل لضبط الأسعار وفقاً لما يعيد الانضباط ويمنع الضرر. أما إذا كانت التغيرات في الأسعار ناتجة عن أسباب طبيعية كزيادة الطلب أو قلة العرض، فلا يجوز التدخل لأن السوق قادر على تصحيح نفسه بمرور الوقت.

إذن، تدخل الحكومة عند ابن تيمية هو تدخل تصحيحي وتنظيمي، هدفه حماية النظام الاقتصادي من الانحراف، وضمان سير السوق بصورة طبيعية تتيح التبادل العادل والمنظم بين الناس دون استغلال أو تشويه.سمح ابن تيمية للحكومة بالتدخل في تحديد الأسعار إذا كانت الأسعار التي تشكلت في السوق لا تعمل بشكل طبيعي أو إذا كانت هناك عناصر ظلم فيها. وكان الهدف من هذا التدخل هو القضاء على التشوهات وإعادة الأسعار إلى حالتها قبل التشوهات.

الدليل: يدعم هذا الرأي حديث النبي صلى الله عليه وسلم الذي رفض طلبات تحديد الأسعار عندما ارتفعت الأسعار في المدينة المنورة. فسر ابن تيمية أن النبي رفض ذلك لأن ارتفاع الأسعار في ذلك الوقت كان بسبب الآليات الطبيعية للسوق (نقص العرض أو انخفاض الإنتاج)، وليس بسبب الاحتيال. كان النبي –صلى الله عليه وسلم– قلقًا من الظلم الذي قد يلحق بالبائعين إذا أُجبروا على البيع بسعر معين غير مناسب(Fatimah, 2021).

ثالثا: تعيين السعر العادل

هذا الأساس يتوافق مع وهبة الزحيلي. إذ يتحدد السعر العادل من خلال آليات السوق التنافسية التي تقوم على حرية التبادل بين البائع والمشتري. ففي نظره، لا يُحدَّد السعر العادل بقرار إداري أو تقدير فردي، بل هو نتيجة طبيعية لتفاعل قوى العرض والطلب في بيئة خالية من الاحتكار والتلاعب. فعندما يجري البيع والشراء برضا الطرفين، ويُعرض المنتج في السوق دون قيود مصطنعة، فإن السعر الناتج عن هذا التبادل يعد سعراً عادلاً.

ويرى ابن تيمية أن هذا النوع من الأسعار يعكس القيمة الحقيقية للسلعة في السوق، لأنه نتاج للتوازن بين حاجة الناس وقدرتهم الشرائية من جهة، وجهد المنتجين وتكلفة إنتاجهم من جهة أخرى. لذلك، لا يجوز التدخل في هذا السعر طالما أنه ناتج عن تفاعل طبيعي وصحيح بين المتعاملين في السوق.

وبهذا، فإن مفهوم "السعر العادل" عند ابن تيمية لا يقوم على التقدير الذاتي، بل على الواقع العملي للسوق، حيث العدالة تتحقق من خلال المنافسة المشروعة والتبادل الحر، لا من خلال الإكراه أو التسعير القسري.

تنقسم الأسعار العادلة (الصحيحة) إلى مصطلحين:

أ. السعر المكافئ (ثمن المثل)

وهو السعر القياسي (سعر) لسلعة أو خدمة، والذي يقبله المجتمع عمومًا على أنه مكافئ لتلك السلعة في زمان ومكان معينين. المبادئ الأساسية لتقييم عدالة الأسعار في الاقتصاد الإسلامي. يشير إلى أمرين:

- تحديد الأسعار العادلة: يتم تحديد الأسعار العادلة عندما يتفق البائعون والمشترون على السعر، مع مراعاة القيمة الذاتية للمشتري والقيمة الموضوعية للبائع.
- الربح: يحق للبائعين تحقيق أرباح معقولة (الربح المعروف) دون الإضرار بمصالحهم أو مصالح عملائهم. الأرباح العادلة هي الأرباح العادية التي يتم تحقيقها من مختلف نماذج التداول دون الإضرار بأي من الطرفين. لا يُسمح بتحقيق أرباح غير عادية أو أرباح تخدم المصالح الشخصية وتستغل الآخرين.

ب. التعويض المكافئ (عوض المثل)

يُقاس من الأشياء المكافئة دون أي إضافات أو خصومات. يتعلق هذا المصطلح بالقضايا الأخلاقية أو الالتزامات القانونية (وليس حالات القيمة التبادلية)، بل كتعويض أو وفاء بالالتزامات.

ومما يؤيد منظور ابن تيمية، فيما يشرح وهبة الزحيلي عن جواز تحديد الأسعار ، في كتابه ''الفقه الإسلامي وأدلته''. ويضرب الزحيلي مثالاً بتحديد الأسعار من قبل الحكومة كرد فعل على الأعمال الاحتيالية التي يرتكبها الفاعلون الاقتصاديون. ويرى أن هذا النوع من تحديد الأسعار يمكن تطبيقه. والهدف منه هو حماية عامة الناس من الأفراد الذين يرتكبون عمداً أعمالاً تعسفية من أجل تحقيق أقصى ربح ممكن، دون النظر إلى ما إذا كانت هذه الأعمال صحيحة أو قد تضر بهم أو بالمجتمع ككل. والهدف من ذلك هو حماية عامة الناس من الأفراد الذين يتصرفون بشكل تعسفي متعمد من أجل تحقيق أقصى ربح ممكن، دون النظر إلى ما إذا كانت أفعالهم صحيحة أو قد تضر بهم أو بالمجتمع ككل. في هذه الحالة، يحدد وهبة الزحيلي مقدار الربح الذي يمكن جنيه، وهو ما لا يزيد عن ثلث سعر رأس المال، ويشبهه بمبدأ الوصايا. في الإسلام، تقتصر الوصايا على ثلث رأس المال حتى لا تضر بالمستهلكين (المشترين) (الزحيلي).

وهناك نقطة زيادة في هذا المبحث: السوق الحرة والتوازن

السوق الحرة: كان لابن تيمية رأي في السوق الحرة، حيث أن تقلبات الأسعار لا تنتج دائمًا عن ظلم من قبل أفراد معينين. يمكن أن تحدث تغيرات في الأسعار بسبب نقص الإنتاج أو انخفاض الواردات، أو على العكس من ذلك، زيادة في توافر السلع وانخفاض الطلب على الشراء.

التوازن: أكد ابن تيمية أن الأسعار العادلة تتشكل من خلال التفاعل الحر بين البائعين والمشترين في سوق تنافسية، مما يعكس التوازن بين العرض والطلب (Maudi et al., 2025).

اعتمد ابن تيمية في مفهومه للتسعير إلى الأحكام الفقهية بأدلة آتية:

من القرآن: قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾ سورة النساء : ٢٩. هذه الأية تؤكد أن أساس (النظام) السعر الحلال في البيع هو التراضي (الاتفاق المتبادل) بين البائع والمشتري، وتمنع الخداع أو الظلم.

من السنة: عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ: النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، غَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ» الذي كان ابن تيمية يستخدمه لرفض التدخل في الأسعار عندما كان السوق يعمل بشكل طبيعي (أبو داود).

فمن هنا يُعرف أن ابن تيمية يؤكد في مفهومه للتقييم (التسعير) على أن الأسواق يجب أن تكون خالية من الظلم والتمييز في الأسعار والاحتيال، وأن تدخل الحكومة لا يكون مبرراً إلا إذا كان هدفه هو استعادة العدالة في السوق.

الخلاصة

من خلال القراءات والدراسات حول مفهوم نظرية القيمة في منظور الفقه الإسلامي، تكون نتيجة هذا البحث، ما يلي:

1. القيمة له دوران رئيسيان في مجال الاقتصاد:

أ) دور التخصيص؛ هو وظيفة القيمة (السعر) في مساعدة المستهلكين على اتخاذ قرار بشأن كيفية الحصول على أعلى فائدة أو منفعة متوقعة بناءً على قوتهم الشرائية. وهو أن يقارن المشترون الأسعار من بين مختلف البدائل المتاحة، ثم يقررون التوزيع المطلوب لأموالهم

ب) دور المعلومات؛ إذ تُعدّ القيمة وسيلة لتثقيف المستهلكين وتوجيههم نحو فهم خصائص السلع والخدمات المختلفة، مثل الجودة، والمتانة، ومستوى الأداء. فالقيمة لا تقتصر على كونها أداة لتحديد السعر فحسب، بل تحمل في طيّاتها مؤشرات عن جودة المنتج ومدى موثوقيته في نظر السوق والمستهلكين.

2. مفهوم القيمة في الاقتصاد الإسلامي:

أ) أساس التقييم (التسعير)؛ الأسعار تتحدد وفقاً لقوة العرض والطلب (قوة السوق)، أي من خلال التفاعل بين رغبة الناس في شراء السلع وقدرتهم على الدفع، وبين كمية السلع المعروضة واستعداد البائعين لبيعها. فكلما زاد الطلب على سلعة معينة مع محدودية المعروض، ارتفع سعرها، والعكس إذا زاد المعروض وقل الطلب، انخفض السعر.

ب) دور الحكومة وتدخلها (تأثير)؛ على الرغم من أن الأسعار تتحدد في الأصل بقوى السوق، فإن ابن تيمية يرى أن للحكومة دوراً محدوداً وموجهاً في التدخل عند حدوث اضطراب في آلية السوق. فالتدخل الحكومي في نظره ليس قاعدة عامة، بل يُمارس فقط عند وقوع تشويه في حركة الأسعار أو عند ظهور ممارسات تؤدي إلى الإضرار بالمصلحة العامة، مثل الاحتكار أو التلاعب في الأسعار.

ت) تعيين السعر العادل؛ لا يقوم على التقدير الذاتي، بل على الواقع العملي للسوق، حيث العدالة تتحقق من خلال المنافسة المشروعة والتبادل الحر، لا من خلال الإكراه أو التسعير القسري.

المصادر والمراجع

ابن الحجاج، مسلم. *الجامع الصحيح*، تركيا: دار الطباعة العامرة، ١٣٣٤ هـ

ابن ماجه. *جامع السنن*، السعودية: دار الصديق للنشر، ٢٠١٤ م

أبو داود. *كتاب سنن*، بيروت: مكتبة العصرية، بدون السنة

الزحيلي وهبة. *الفقهي الإسلامي وأدلته*، دمشق: دار الفكر، بدون السنة

القرضاوي يوسف. *دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي*، القاهرة: مكتبة وهبة، ١٩٩٥ م

نخبة من اللغويين بمجمع اللغة العربية بالقاهرة. *المعجم الوسيط*، القاهرة: مجمع اللغة العربية، ١٩٧٢ م

عربي عامة /https://www.almaany.com/ar/dict/ar-arنظر/?c=عربي%20عامة

المعجم المعاني

https://www.almaany.com/ar/dict/arar/%D9%82%D9%8A%D9%85%D8%A9/

Adim, A. (2021). Pandangan Ibnu Taimiyah Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *2*, 35–45. https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1102/740

Aena Sari, R., Rahayu, A., Juliana, J., Sholahudd, M., & Otabek Valijon, R. (2025). The Role of Islamic Marketing Ethics in Improving Brand Credibility. *International Journal of Islamic Economics and Sustainability (IJIES)*, *1*(1), 49–67. https://www.ijiesjournal.com/index.php/ijies/article/view/5

Devi, S. (2024). Hukum Pembatasan Waktu Pada Jual Beli Makanan Dengan Sistem All You Can Eat Perspektif Wahbah Az-Zuhaili (Studi Kasus Restoran Di Kota Medan). *Al-Waqfu*, *2*. https://jurnal.alwaqfu.or.id/index.php/alwaqfu/index

Fasiha. (2017). Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah. Al-Amwal. *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, *2*, 111–127. https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/article/view/634

Fatimah, S. (2021). *Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah* [IAIN Parepare]. https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3086/

Firman, M. S., Isman, Muhammad Ammar Al-amudi, & Prabu Arya Sembara. (2023). Zakat Fund Management Strategy for Mustahik Welfare Maqashid Sharia Perspective. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, *24*(02), 277–291. https://doi.org/10.23917/profetika.v24i02.2469

Lubis, R. H. (2024). Pricing Mechanism in Panyabungan Tradisional Market Viewed from Islamic Economic Perspective. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, *11*(2), 199–217. https://doi.org/10.15575/am.v11i2.35080

Maudi, H., Rizki, H. Z., & Marlina, L. (2025). Konsep Keadilan Harga Dalam Pemikiran Ibnu Taimiyyah Dan Relevansinya Terhadap Mekanisme Pasar Modern. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *7*(1), 20–26. https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v7i1.1142

Nawir, M., Luthfiyyah, N., Mawardi, F., & Arifuddin, M. (2024). Islam Dan Muamalah. *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*, *8*(10), 295–298.

Nuryadin Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, *4*(1), 5–15. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Harga+Dalam+Perspektif+Islam&btnG12q

Ridha, S., Rosyadi, I., Maisu, M. A., Conti Morales, A. E., & Muthoifin. (2024). Management of Zakat Funds for Education Sharia Economic Law Perspective. *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, *2*(01), 27–36.

https://doi.org/10.61455/deujis.v2i01.85
Rizali, M. (2022). Makna Asas Keadilan Sebagai Dasar Transaksi Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniah*, *9*(1), 1–8. https://lib.unnes.ac.id/20002/
Wahyudi, N. (2020). Actualization of the Thoughts of Prof. Dr. Wahbah al-Zuhailiy in the Sale and Purchase of Stocks Transaction. *International Journal of Islamic Khazanah*, *10*(2), 105–114. https://doi.org/10.15575/ijik.v10i2.13671
Wahyunik, S. (2021). *PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pizza Azza Kota Kediri)* [IAIN Kediri]. https://etheses.iainkediri.ac.id/3644/