

## حق انتخاب مصرف‌کننده

### و تضمین آن در فقه\*

- زهراسادات سرکشیکیان<sup>۱</sup>
- عصمت‌السادات طباطبایی لطفی<sup>۲</sup>

#### چکیده

حق انتخاب، یکی از حقوق بنیادین مصرف‌کننده است که در مباحث فقهی به صورت پراکنده مورد تأیید قرار گرفته، لیکن از لحاظ حقوقی در کشور ایران به تکامل نرسیده است. این حق، شکل‌دهنده تقاضای کل در بازار کالا و خدمات بوده و حمایت از آن موجب رقابت مفید در میان عرضه‌کنندگان کالا و خدمات جهت ارائه محصولات بهتر و در نهایت امنیت و شکوفایی اقتصاد ملی می‌گردد. لذا در این تحقیق برای نخستین بار اصول و قواعد فقهی تضمین حق انتخاب مصرف‌کنندگان در سه حوزه زیر مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است: الف- تضمین حق انتخاب بر اساس آداب تجارت؛ ب- تضمین حق انتخاب از طریق شرایط صحت معامله؛ ج- تدابیر ویژه فقهی در ضمانت اجرای حق انتخاب

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۱.

۱. دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی (نویسنده مسئول) (najmeh8888@gmail.com).

۲. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران  
(esmat.tabaa@qom-iau.ac.ir)

بر اساس خیارات، قواعد ضمان‌آور و نهاد حسبه. این اصول می‌توانند زمینه‌ساز تکامل مباحث حقوقی و در نهایت رسیدن به یک اقتصاد امن و پویا در کشور باشند.

**واژگان کلیدی:** فقه، حق انتخاب، مصرف‌کننده.

### مقدمه

از جمله حقوق شهروندی که در طول تاریخ زندگی اجتماعی بشر جریان داشته و در اثر گذشت زمان و پیشرفت‌های صنعتی اهمیت بیشتری پیدا نموده، حقوق مصرف‌کننده است. مراد از حقوق مصرف‌کننده، مجموعه حقوقی است که افراد در قبال خرید کالا یا خدمات<sup>۱</sup> از آن برخوردار می‌گردند تا بتوانند به واسطه آن از بروز مشکلات احتمالی جلوگیری کنند و یا در صورت بروز مسائلی از قبیل: معلوم شدن عیب و نقص، عدم کارایی و...، برای جبران خسارت اقدام نمایند؛ مانند حق فسخ، خیار عیب و مانند آن‌ها که در متون فقهی و حقوقی ما نیز بدان‌ها اشاره شده است.

امروزه در جهان مدرن، حقوقی مانند حق انتخاب، حق برخورداری از ایمنی، حق برخورداری از اطلاعات کامل و حق برخورداری از حمایت دولت، به عنوان حقوق بنیادین مصرف‌کننده در نظر گرفته می‌شود. از لحاظ تاریخچه به رسمیت شناخته شدن این حقوق، در ابتدا جان اف. کندی، رئیس جمهور آمریکا در سال ۱۹۶۲ رسماً ضرورت تدوین قوانین حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را در سخنرانی خویش مطرح نمود و چهار حق ذکرشده را به عنوان حقوق حداقلی مصرف‌کننده به رسمیت شناخت. بعد از آن، در دهه ۷۰ و ۸۰ در کشورهای اروپای غربی، نهادها و مقررات دفاع از مصرف‌کنندگان به وجود آمد و توسعه یافت و در نهایت اتحادیه اروپا با به رسمیت شناختن حقوق مصرف‌کننده به تدوین و اجرای قوانینی پرداخت که حول چهار حق بنیادین مصرف‌کننده فوق‌الذکر متمرکز بود (کله الواء، ۱۳۷۷: ۲). در کشور ایران نیز در سال ۱۳۸۸، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب مجلس شورای

۱. شامل خدمات کلیه مشاغلی می‌شود که ارائه‌کننده خدمات خصوصی و عمومی هستند، مانند ساختمان‌سازان، وکلا، بانک، شرکت برق و... (ر.ک: ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان).

اسلامی رسید. البته در مواد این قانون، تصریحی به حق انتخاب مصرف‌کننده وجود ندارد و تنها برخی از مواد به صورت غیر مستقیم به این حق اشاره دارد. لذا شاهد کاستی‌ها و مشکلات حقوقی در این زمینه هستیم.

از لحاظ پیشینه تحقیق، تعداد معدودی پایان‌نامه در رابطه با حقوق مصرف‌کننده خصوصاً مسائل حقوقی مربوط به این امر تدوین گردیده است؛ از جمله:

- «بررسی حقوق مصرف‌کننده در لایحه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و مقایسه آن با قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده ۱۹۸۷ انگلستان» (عباس مریدنژاد، ۱۳۸۲)، که به کلیات حقوق مصرف‌کننده و اصول حاکم بر روابط مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان و همچنین تبیین حقوق مصرف‌کننده از منظر حقوق انگلستان پرداخته است.

- «حمایت از مصرف‌کننده در حقوق ایران» (اکبر اناری کندی، ۱۳۹۱)، که به حمایت‌های شکلی و ماهوی از مصرف‌کننده در حقوق ایران پرداخته است.

- «حمایت کیفری از حقوق مصرف‌کننده» (احمدعلی حسینی، ۱۳۹۱)، که به مبانی و سابقه تاریخی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و منشور حقوق مصرف‌کنندگان و جایگاه آن در نظام کیفری حقوقی ایران پرداخته است.

در این تحقیقات در رابطه با حق انتخاب مصرف‌کننده، تنها به توضیح این حق پرداخته شده است؛ اما به این نکته اشاره نشده که مبانی این حق چیست؟ و کدام مواد حقوقی مربوط به حق انتخاب مصرف‌کننده است؟ علاوه بر اینکه این تحقیقات به مباحث حقوقی پرداخته و به مباحث فقهی اشاره‌ای ندارد و تنها تحقیق فقهی در این زمینه «بررسی حمایت از مصرف‌کننده از منظر فقه امامیه» (عبدالحسین فکوری‌زاد، ۱۳۹۳) است که به برخی از حقوق بنیادین مصرف‌کننده در فقه پرداخته است. در این تحقیق نیز تنها به توضیح حق انتخاب مصرف‌کننده پرداخته شده و به طور کلی برخی از مبانی حمایت از حقوق مصرف‌کننده بیان شده است؛ اما در آن اشاره‌ای نشده که مبانی فقهی حق انتخاب مصرف‌کننده چیست؟ و به طور کلی می‌توان گفت که هیچ تحقیقی در رابطه با مبانی فقهی حق انتخاب مصرف‌کنندگان کار و خدمات صورت نگرفته است.

برخی از مقالات نیز به بیان حقوق مصرف‌کننده پرداخته است؛ از جمله: «حقوق مصرف» (مجید ادیب)، «شناخت و تبیین قواعد عمومی حمایت از مصرف‌کننده در راستای توسعه مدیریت شهری الکترونیک» (کمال کشکوری و بی‌بی‌گل کیانی) و «معرفی حقوق مصرف با مقدمه‌ای از مترجم» (کله‌الوا، ۱۳۷۷: ۲۳۹-۲۵۸)، که در این تحقیقات نیز اشاره‌ای نشده به اینکه مبانی فقهی حق انتخاب مصرف‌کننده کالا یا خدمات چیست؟ علاوه بر تحقیقات مذکور، جستارهای کوتاه و پراکنده‌ای نیز یافت می‌شود، در این باره که: مصرف‌کننده کیست؟ چگونه می‌توان حقوق مصرف‌کننده را مطالبه کرد؟ و یا نهادهای مربوط به حمایت و احقاق حقوق مصرف‌کننده کدام‌اند؟ با این حال و علی‌رغم ضرورت بررسی دقیق مسئله حمایت از حق انتخاب مصرف‌کننده، هنوز مشکلاتی در این زمینه وجود دارد و نظام و حقوق جامع و کاملی در این زمینه وجود ندارد. بنابراین به نظر می‌رسد جمع‌آوری، بررسی و تحلیل کامل مباحث پراکنده فقهی حق انتخاب مصرف‌کننده که به صورت غیر مستقیم و در ابواب مختلف از جمله باب متاجر، اختیارات و... مورد تأیید قرار گرفته است، امری لازم و ضروری است.

نوآوری تحقیق حاضر، در بررسی مسئله از زاویه فقهی است و سعی گردیده با تبیین و تحلیل کامل و دقیق مبانی فقهی مربوط به حق انتخاب مصرف‌کننده، زمینه‌ای برای رفع کاستی‌های حقوقی در این زمینه فراهم گردد؛ خصوصاً بیان مباحث مربوط به حق انتخاب مصرف‌کنندگان کار و خدمات که تا کنون هیچ تحقیقی در رابطه با آن صورت نگرفته است. در سایه این تحقیق، سطح آگاهی عمومی نسبت به مسئله حق انتخاب افزایش می‌یابد و مصرف‌کنندگان که شکل‌دهنده تقاضا در بازار کالا و خدمات هستند، در صورتی که از حمایت‌های لازم حقوقی، خصوصاً «حق انتخاب» برخوردار باشند، می‌توانند با انتخاب صحیح، تولیدات و خدمات غیر استاندارد را از صحنه بازار حذف نموده و بهترین کنترل‌کننده رقابت در کمیت و کیفیت کالاها و خدمات باشند.

## ۱. حق انتخاب

طبق مصوبه شماره ۳۹/۲۴۸ مجمع عمومی سازمان ملل:

«حق انتخاب یعنی حق انتخاب محصولات و خدماتی که با وجود داشتن کیفیت مناسب، به قیمتی رقابتی عرضه گردد» (United Nations, 1985).

بنابراین و بر اساس این حق، مصرف کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و قادر باشد تا در یک بازار رقابتی، از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد، با قیمتی رقابتی خریداری نماید. به علاوه، مصرف کننده باید در قبال تبلیغات گمراه کننده یا اطلاعات نادرست و یا در صورتی که حق انتخاب وی مورد تعرض قرار گرفت، مورد حمایت قرار گیرد. از منظر فقهی، این امور در سایه قواعد و اصولی محقق می گردد که نمونه های دقیق و برجسته ای از آن را می توان در آداب تجارت، شرایط معامله و تدابیر ویژه ای که ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف کننده و برخورداری از کالا با کیفیت مناسب را تأمین می کنند، جستجو نمود.

در ادامه، به بررسی و تحلیل مبانی فقهی حق انتخاب مصرف کننده بر اساس اصول یادشده در زمینه های فوق می پردازیم.

## ۲. تضمین حق انتخاب بر اساس آداب تجارت

در آداب تجارت، اموری مورد نهی قرار گرفته اند که از طریق آن ها می توان حق انتخاب مصرف کننده را محفوظ داشت؛ نهی از اموری مانند: کتمان عیب کالا، آراستن کالا، مدح متاع، قسم خوردن، مداخله در معامله مؤمن، واسطه غیر ضروری، احتکار، غش، نجش و کم فروشی.

### ۱-۲. بیان عیب کالا

از نظر فقها، در صورتی که کالا دارای عیب آشکار باشد، بیان نکردن آن عیب توسط فروشنده مکروه است (محقق حلی، ۱۴۱۸: ۱/۱۲۰؛ علامه حلی، ۱۴۱۳: ۲/۱۳)؛ اما در صورتی که کالا دارای عیب پنهان باشد، پنهان کردن آن به منزله غش بوده و حرام است (ر.ک: حسینی عاملی، ۱۴۱۹: ۴/۱۳۷؛ آل کاشف الغطاء، ۱۳۶۶: ۲/۲۵). در رابطه با کار و خدمات نیز با بررسی روایات می توان به این نتیجه رسید که ائمه علیهم السلام قائل به کار و خدمات سالم و با کیفیت و بدون عیب بوده اند؛ همان طور که پیامبر صلی الله علیه و آله فرموده است:

«چون کسی از شما به کاری دست زند، باید درست و محکم کار کند» (کلینی، ۱۴۰۷: ۲۶۳/۳).

لذا در صورتی که ارائه‌دهنده کار و خدمات، فردی است که کار و خدمات معیوب ارائه می‌دهد، باید این امر را برای مصرف‌کننده بیان نماید.

بنابراین در صورتی که عرضه‌کننده کالا یا خدمات معیوب، عیب را بیان نماید یا به دلیل عیب، مقداری از قیمت کالا یا خدمات را کم کند، مصرف‌کننده حق انتخاب دارد که آیا هزینه کمتری دهد و همین کالا یا خدمات را دریافت نماید یا اینکه به سراغ کالا و خدمات سالم و با کیفیت رود که در سایه آن، امکان انتخاب و به تبع، امکان دسترسی به بهترین گزینه‌های ممکن از لحاظ کیفیت فراهم می‌گردد.

## ۲-۲. آراسته نکردن کالا

از نظر فقها مکروه است که فروشنده متاع خود را - برای جلب مشتری ناآگاه - آراسته گرداند (علامه حلی، ۱۴۱۳: ۱۳/۲؛ فخرالمحققین حلی، ۱۳۸۷: ۴۱۱/۱). در رابطه با کار و خدمات نیز با بررسی روایات می‌توان به این نتیجه رسید که ائمه علیهم‌السلام قائل‌اند به اینکه در کار و خدمات باید امانتداری و مهارت وجود داشته باشد؛ همان‌طور که امام صادق علیه‌السلام می‌فرماید:

«هر صنعتگری ناگزیر باید از سه خصوصیت بهره‌مند باشد تا کسب و کارش رواج یابد؛ در کار خود ماهر باشد، امانت را در کار رعایت کند، و نظر کسی را که کاری به او سپرده است، جلب نماید» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۲۳۶/۷۵).

لذا کار و خدمات نیز نباید برای مصرف‌کننده تزئین گردد، بلکه باید امانتداری در آن رعایت شود؛ برای مثال، یک بنا حق ندارد که در یک پروژه ساختمانی، در ساختار داخلی منزل کم‌کاری کند، ولی در ساختار بیرونی، بسیار خوب و با تزئین بالا کار نماید و حتی با این روش، بینندگان را به کار ناقص خویش راغب ساخته و تبلیغات دروغ نماید.

بنابراین آراستن کالا و خدمات، آزادی انتخاب، رقابت و دقت در کیفیت محصولات و خدمات را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد؛ زیرا مصرف‌کننده به اعتماد و باور

تزیینات و تبلیغات کالا و خدمات، راغب به تحصیل آن می‌شود و این امور، توجه وی را از اصل کالا و خدمات باز می‌دارد.

### ۳-۲. ترک مدح متاع

از نظر فقها مکروه است که بایع آنچه را که می‌فروشد مدح کند (عاملی جزینی، ۱۴۱۰: ۱۰۹؛ علامه حلی، ۱۴۱۳: ۱۳/۲؛ عاملی جبعی، ۱۴۱۴: ۱۱/۲؛ طباطبایی حائری، بی‌تا: ۵۲۰/۱؛ آل کاشف‌الغطاء، ۱۳۶۶: ۲۵/۲). بنابراین می‌توان گفت که برای ارائه‌دهنده خدمات نیز مکروه است که از کار و خدمات خویش مدح و تعریف نماید. مدح متاع نیز با همان توضیحی که در بالا (آراسته نکردن کالا) بیان نمودیم، مانع از آزادی انتخاب مصرف‌کننده است.

### ۴-۲. قسم نخوردن

از نظر فقها، قسم خوردن در معامله اگر راست باشد، مکروه و اگر دروغ باشد، حرام است (موسوی خمینی، ۱۴۲۶: ۴۴۱؛ فاضل موحدی لنگرانی، ۱۴۲۶: ۳۶۴؛ شبیری زنجانی، ۱۴۳۰: ۴۴۷؛ مکارم شیرازی، ۱۴۲۹: ۳۴۲). بنابراین برای ارائه‌دهنده خدمات نیز مکروه یا حرام است که در رابطه با کیفیت کار و خدمات خویش قسم بخورد. قسم خوردن در غالب موارد و در بین مسلمانان، تأثیر بسزایی در انتخاب مصرف‌کننده دارد؛ برای مثال در صورتی که فردی قسم بخورد که کالا یا خدماتی که عرضه می‌کند، درجه یک است (ولو درجه یک نباشد)، غالباً تأثیر زیادی در انتخاب مصرف‌کننده دارد؛ زیرا موجب اعتماد وی به کالا یا خدمت شده و در نتیجه حق انتخاب آزادانه وی در دسترسی به بهترین گزینه‌های ممکن از لحاظ کیفیت محدود می‌گردد.

### ۵-۲. عدم مداخله در معامله مؤمن

از نظر فقها، زمانی که مشتری و فروشنده در معامله‌ای توافق حاصل کرده یا نزدیک به توافق باشند (عاملی جزینی، ۱۴۱۰: ۱۰۹)، مکروه است که مؤمن در معامله برادر خود وارد شود (محقق حلی، ۱۴۱۸: ۱۲۰/۱؛ علامه حلی، ۱۴۱۳: ۱۴/۲؛ حسینی عاملی، ۱۴۱۹: ۱۳۵/۴؛ طباطبایی حائری، بی‌تا: ۵۲۰/۱؛ آل کاشف‌الغطاء، ۱۳۶۶: ۲۵/۲). مثلاً بخواهد آن متاع را خودش

بخرد و برای اینکه فروشنده، وی را بر مشتری اول ترجیح بدهد، پول بیشتری - از پول مشتری اول- به فروشنده بدهد (قاروبی تبریزی، ۱۴۱۴: ۱۰/۴۱۵). برخی فقها حتی در این رابطه قائل به حرمت شده‌اند (موسوی سبزواری، ۱۴۱۳: ۱۶/۲۶؛ قاروبی تبریزی، ۱۴۱۴: ۱۰/۴۱۶). لذا برای ارائه‌دهنده خدمات نیز مکروه یا حرام است که در معامله برادر خود وارد شود؛ برای مثال، اگر فردی با زید درباره خدمتی توافق حاصل کرده و یا نزدیک به توافق است، بر فرد دیگر مکروه یا حرام است که بگوید من این خدمت را برای تو به قیمتی پایین‌تر از دستمزدی که با زید توافق نمودی، انجام می‌دهم.

بنابراین در بازار اسلامی، مشروع بودن رقابت پذیرفته شده است؛ مگر اینکه رقابت در حین معامله انجام شود. رقابت در حین معامله موجب محدودیت در حق انتخاب مصرف‌کننده و از بین رفتن انتخاب آزادانه وی می‌شود؛ زیرا در صورتی که وی بخواهد کالا یا خدمتی را بخرد و فرد دیگر مانع از این امر شود، حق انتخاب وی سلب می‌گردد.

## ۲-۶. حذف واسطه غیر ضروری

از نظر فقها، استقبال از کاروان‌های تجاری در بیرون شهر برای خرید کالای آنان به قیمت ارزان‌تر مکروه است (ر.ک: علامه حلی، ۱۴۱۰: ۱/۳۵۹؛ عاملی جبعی، ۱۴۱۴: ۲/۱۲؛ عاملی جزینی، ۱۴۱۰: ۱۱۰). البته برخی از فقها قائل اند به اینکه این کار حرام است (نراقی، ۱۴۲۲: ۱/۲۵۸؛ طوسی، ۱۳۸۷: ۲/۱۶۰)؛ اگرچه این نهی دلالت بر فساد عقد نمی‌کند (ابن زهره حلبی، ۱۴۱۷: ۲۱۶). معنای کراهت یا حرمت نیز این است که روا نیست کالاهایی که به بازار شهر حمل می‌شود، توسط بازاری‌ها فروخته شود، بلکه لازم است خود کاروان‌های تجاری آن‌ها را بفروشند و این امر دلالت بر حذف واسطه غیر ضروری می‌کند (ر.ک: حکیمی، بی‌تا: ۳/۵۳۴).

واسطه‌گری و دلالی غیر ضروری، باعث بالا رفتن قیمت و گاهی اختلال در سیستم توزیع به واسطه انباشتن کالاها می‌شود و این امور، مانع از افزایش آزادی انتخاب، بهره‌مندی از عدالت در مبادلات بازاری و رویارویی با کمترین قیمت‌های ممکن برای مصرف‌کننده می‌گردد.



## ۷-۲. نهی از احتکار

از نظر برخی فقهای متأخر، احتکار عبارت است از حبس و نگه داشتن هر آنچه مورد نیاز و احتیاج مردم است، برای اینکه قیمت آن بالا رود (ر.ک: منتظری، بی تا: ۲۸۳/۲). بنابراین احتکار علاوه بر کالا، در کارها و خدمات نیز وجود دارد؛ برای مثال، گاهی یک فرد برای اجاره یک مسکن به بنگاه مراجعه می نماید، اما صاحب بنگاه همه مسکن های مناسب این فرد را به وی معرفی نمی کند؛ بلکه منزل های بهتر را زمانی معرفی می کند که این فرد پول بیشتری دهد و یا این منازل را به دیگر مشتریانی معرفی می کند که پول بیشتری پرداخت نمایند.

در حکم احتکار، برخی فقها قائل به حرمت (عاملی جزینی، ۱۴۱۷: ۱۸۰/۳؛ مرعشی نجفی، ۱۴۰۶: ۶/۲؛ ابن زهره حلبی، ۱۴۱۷: ۲۳۱) و برخی قائل به کراهت هستند (مفید، ۱۴۱۳: ۶۱۶؛ سلار دیلمی، ۱۴۰۴: ۱۸۲).

مخفی کردن یا خودداری از عرضه کالاها و خدمات، مانع از حق انتخاب و آزادی رقابت است؛ زیرا در احتکار کالا، قیمت هر جنس بالاتر است و کمیت و کیفیت تولید کمتر است و مؤسسات احتکاری حاضر نیستند برای تکامل محصولات خود گام بردارند. به علاوه ممکن است نرخ کالا با توجه به شمار طبقات خریداران متفاوت باشد و برای همه مشتریان یکی نباشد. احتکار کار و خدمات نیز مانع از آزادی انتخاب مصرف کننده و بهره مندی از عدالت در مبادلات بازاری و دسترسی به بهترین گزینه های ممکن از لحاظ کیفیت است.

## ۸-۲. حرمت غش

غش به معنای خیانتگری و ناخالصی در معامله است، که این امر شرعاً حرام است (محمدی خراسانی، بی تا: ۳۷۶/۱؛ ر.ک: موسوی خمینی، ۱۴۲۵: ۳۵۳/۲؛ بهجت فومنی، ۱۴۲۶: ۴۷۷/۲؛ نجفی، ۱۴۰۴: ۱۱۲-۱۱۱/۲۲؛ انصاری، ۱۴۱۵: ۲۷۵/۱)؛ مانند پنهان ساختن عیب (شعرانی، ۱۴۱۹: ۲۳۲/۱) یا فروختن جنسی که با چیز دیگر مخلوط است، در صورتی که آن چیز معلوم نباشد و فروشنده هم به خریدار نگوید (موسوی خمینی، ۱۴۲۶: ۴۲۱؛ ر.ک: شبیری زنجانی، ۱۴۳۰: ۴۲۷) یا فروختن اجناس تقلبی که خریدار از وضع آن خبر نداشته باشد (سبحانی،

۱۴۲۹: ۳۸۰؛ ر.ک: انصاری، ۱۴۱۵: ۲۸۰/۱). معامله با غش تنها در صورتی باطل است که چیزی را بر خلاف جنسش نشان دهد؛ مانند فروش چیزی که آب طلا داده شده، به‌عنوان اینکه طلاست (موسوی خمینی، ۱۴۲۵: ۳۵۳/۲؛ ر.ک: انصاری، ۱۴۱۵: ۲۸۰/۱).

البته غش مختص به بیع نیست، بلکه در هر عملی که مربوط به دیگران باشد و موجب شود که آن‌ها گول بخورند و در نتیجه به آن‌ها ضرر برسد و یا منفعت آن‌ها از دست برود، غش صادق است (ر.ک: بهجت فومنی، ۱۴۲۶: ۴۷۷/۲). لذا مصادیق غش در کار و خدمات نیز یافت می‌شود؛ برای مثال زمانی که فردی برای ساختن ساختمانش با یک شرکت قرارداد ببندد و قیمت بالایی پرداخت نماید، اما آن شرکت در این ساختمان از لوله‌های آب ارزان و کم کیفیت استفاده نماید، غش صادق است.

غش موجب کاهش آزادی انتخاب، از بین رفتن عدالت در مبادلات، عدم دسترسی به بهترین گزینه‌های ممکن از لحاظ کیفیت، و از بین رفتن اطمینان مصرف‌کننده است؛ زیرا وی برای کالا و خدمات سالم و استاندارد هزینه نموده، اما کالا یا خدمات غیر استاندارد دریافت می‌نماید.

## ۲-۹. حرمت نجش

نجش نیز نوعی از فریب مشتری است (ر.ک: علامه حلی، ۱۴۱۴: ۱۵۷/۱۲؛ ابن زهره حلبی، ۱۴۱۷: ۲۱۶)؛ به این معنا که فردی بدون آنکه قصد خرید داشته باشد، برای کالای عرضه‌شده قیمت بالایی پیشنهاد می‌کند تا دیگری (مشتری) بشنود و آن را با بهای بیشتر بخرد (ر.ک: علامه حلی، ۱۴۱۴: ۱۵۷/۱۲؛ ابن ادریس حلی، ۱۴۱۰: ۲۴۰/۲؛ موسوی خویی، ۱۴۱۰: ۸/۲؛ طوسی، ۱۳۸۷: ۱۵۹/۲؛ فیاض، بی‌تا: ۱۱۱/۲)؛ اعم از اینکه با فروشنده هماهنگ شده باشد یا نه (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۱۳۸/۲۴؛ موسوی خویی، بی‌تا: ۴۳۰/۱). نجش بنا بر قول مشهور حرام است (انصاری، ۱۴۱۵: ۳۵۵/۴؛ ر.ک: علامه حلی، ۱۴۱۴: ۱۵۷/۱۲؛ موسوی خویی، ۱۴۱۰: ۸/۲)؛ اما معامله صحیح است (طوسی، ۱۳۸۷: ۱۵۹/۲؛ طبرسی، ۱۴۱۰: ۵۲۰/۱).

بنابراین نجش نیز نوعی تبلیغ است که حق انتخاب مصرف‌کننده را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد؛ زیرا وی به اعتماد این تبلیغ، راغب به تحصیل کالا می‌شود. به علاوه نجش مانع از عدالت در مبادلات است؛ زیرا در نجش، کالا با قیمت رقابتی عرضه

نمی‌گردد، بلکه مشتری قیمت بیشتری پرداخت می‌نماید.

## ۱۰-۲. حرمت کم‌فروشی

کم‌فروشی، خیانت به خریدار است از طریق کم گذاشتن در پیمانانه یا وزن (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۳۹-۴۰/۴؛ ر.ک: سیوری حلّی، بی‌تا: ۵۲۲/۲)؛ نقصان در عدد، ذرع (متر)، مدت، وقت و دیگر اموری که در استحقاقِ اجرت مقرر است (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۳۹-۴۰/۵). این عمل حرام است (علامه حلّی، ۱۴۱۴: ۱۴۸/۱۲؛ موسوی خویی، بی‌تا: ۲۴۲/۱) و معامله در صورتی باطل است که معاوضه بر کالای موزون معینی در خارج با کالای موزون دیگری صورت گرفته و مشتری بر این اعتقاد است که این دو هموزن‌اند، در حالی که این گونه نیست و کالای طرف مقابل کمتر است (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۳۹-۴۰/۱۱؛ ر.ک: انصاری، ۱۴۱۵: ۱۹۹/۱).

مصادیق کم‌فروشی در بسیاری از شغل‌ها نیز یافت می‌شود، در حالی که ائمه علیهم‌السلام به اعتدال در کار و سستی نکردن در کار سفارش فرموده‌اند؛ همان طور که امام صادق علیه‌السلام می‌فرماید:

«باید کسب تو برای تأمین زندگی از حدّ آدم‌های کم‌کار بگذرد و به اندازه اشخاص حریص دنیادوست و دل‌به دنیا داده نرسد. پس خود را در کار و کسب، در حدّ انسانی باانصاف و آبرودار قرار ده و از اشخاص سست و ناتوان بالاتر آور و به کسب آنچه مورد نیاز است، پرداز» (کلینی، ۱۴۰۷: ۸۱/۵).

بنابراین هر گاه کسی در انجام کاری اجیر دیگری شود، اگر کار را کامل انجام ندهد، مصداق کم‌فروشی است؛ مانند کسی که برای انجام خدمتی در ساعات معین اجیر شود، اما ساعات را به پایان نرساند و یا کم‌کاری کند (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۳۹-۴۰/۱۵).

بنابراین کم‌فروشی نیز آزادی انتخاب مصرف‌کننده را سلب کرده و مانع از عدالت و نظم در معاملات است؛ زیرا مشتری باید کالا یا خدمتی متناسب با هزینه‌ای که کرده دریافت نماید، اما کم‌فروشی مانع از دسترسی به بهترین گزینه‌های ممکن از لحاظ کیفیت است.

### ۳. تضمین حق انتخاب از طریق شرایط معامله

در این دسته از مبانی نیز فقه برای مصرف‌کننده، قائل به حق انتخاب شده، به این صورت که از اجبار مصرف‌کننده به انتخاب یک کالا یا خدمت منع نموده و قائل است به اینکه کالا و خدمات باید از جهات مختلف معلوم بوده و هیچ ابهامی نداشته باشد تا مصرف‌کننده آزادانه به انتخاب کالا و خدمات مناسب و مورد نظر خویش بپردازد.

#### ۱-۳. رضایت متعاقدين

یکی از شروط معامله، قصد و اختیار فروشنده و مشتری است (نجفی، ۱۴۰۴: ۲۶۰/۲۲؛ عاملی جزینی، ۱۴۱۷: ۱۹۲/۳؛ علامه حلی، ۱۴۱۳: ۱۷/۲؛ طباطبایی حائری، بی‌تا: ۲۱۶/۸) و به همین دلیل، معامله فرد مکره صحیح نیست؛ یعنی فردی که وی را مجبور بر انجام معامله کرده‌اند و وی نسبت به آن رضایت ندارد (ر.ک: انصاری، ۱۴۱۵: ۳۱۱/۳؛ برای مثال اگر فردی با اجبار و تهدید منزلش را بفروشد، این بیع صحیح نیست. در کار و خدمات نیز نمی‌توان فردی را اکره نمود؛ برای مثال صحیح نیست که فردی را اجبار نمود تا زید را برای لوله‌کشی منزلش استخدام نماید.

بنابراین رضایت متعاقدين، یکی از مصادیق بارز حق انتخاب است؛ زیرا هیچ‌گاه مصرف‌کننده نباید به خرید کالا یا خدمتی اجبار گردد، بلکه باید آزادی انتخاب داشته باشد تا بتواند کالا یا خدمت مورد نظر خویش را با قیمتی رقابتی خریداری نماید.

#### ۲-۳. معلوم بودن عوضین

معلوم بودن عوضین (ثمن و مثن) از نظر مقدار و جنس و وصف برای فروشنده و مشتری (ر.ک: نجفی، ۱۴۰۴: ۴۱۷/۲۲؛ عاملی جمعی، ۱۴۱۳: ۱۷۵/۳) و رفع ابهام از مورد معامله، از شروط صحت عقد است و در صورت عدم تحقق این شروط، عقد فاسد است (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۷۴/۴۴). لذا معلوم نبودن عین مورد معامله از جمیع جهات یا برخی جهات، موجب بطلان عقد خواهد شد و این اختصاص به عقد بیع ندارد، بلکه معلومیت در هر چیزی بر حسب خودش است؛ برای مثال در صورتی که عین مستأجره

مشخص نباشد، عقد اجاره بی اعتبار خواهد بود (طباطبایی یزدی، ۱۴۱۹: ۱۰/۵). همچنین کار و خدمات نیز باید معلوم باشد؛ برای مثال زمانی که فردی می خواهد برای امری وکیل بگیرد، باید محدوده وکالت و هزینه وکالت و... مشخص گردد.

بنابراین شرط معلوم بودن مورد معامله نیز از شرایط تضمین کننده حق انتخاب است؛ زیرا مصرف کننده باید از کمیت و کیفیت کالا و خدماتی که قصد تهیه آن را دارد، اطلاع داشته باشد تا بتواند انتخاب نماید و این امر، موجب افزایش آزادی انتخاب وی و دسترسی به بهترین گزینه‌های ممکن از لحاظ کیفیت است.

#### ۴. تدابیر ویژه در ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف کننده

همان طور که در بالا ذکر شد، حق انتخاب مصرف کننده یکی از مسائل مورد پذیرش فقه بوده و احکام مختلفی در این باره وجود دارد. علاوه بر امور یادشده، در فقه تدابیری برای ضمانت اجرای این حق در نظر گرفته شده است که حتی برخی از این تدابیر، حق انتخاب مصرف کننده را تا زمان بعد از معامله نیز گسترش می دهد. حق فسخ به واسطه اقاله و انواع خیارات، ضمان جبران خسارت و نهاد حسبه را می توان از جمله ضمانت های اجرایی در این زمینه دانست که در ادامه به بررسی آنها در حد تناسب با موضوع پرداخته می شود.

#### ۴-۱. حق فسخ معامله بر اساس اقاله و انواع خیارات

حق فسخ معامله، علاوه بر دلالت بر حق انتخاب مصرف کننده در قبول یا فسخ معامله، یک ضمانت اجرا برای حق انتخاب در زمان بعد از معامله است؛ یعنی در صورتی که مصرف کننده تمایل به فسخ معامله داشته باشد یا در صورتی که در قبال تبلیغ گمراه کننده یا اطلاعات نادرست یا... فریب خورده باشد، می تواند معامله را فسخ نماید. این حق -فسخ- در قالب اقاله و خیارات محقق می گردد.

#### ۴-۱-۱. اقاله

اقاله از نظر فقها مستحب است (محقق حلی، ۱۴۱۸: ۱۲۰/۱؛ عاملی جزینی، ۱۴۱۷: ۱۸۴/۳؛ حسینی عاملی، ۱۴۱۹: ۱۳۲/۴؛ طباطبایی حائری، بی تا: ۵۱۹/۱)؛ یعنی اگر فروشنده یا مشتری از



## ۲-۴. ضمان جبران خسارت بر اساس قواعد فقهی مرتبط

از دیگر تدابیر ویژه در ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف کننده، لزوم جبران خسارت است که بر اساس قواعد فقهی مسلم، از جمله قواعد اتلاف، غرور و احترام مال مردم، قابل اثبات است؛ برای مثال، مصرف کننده حق دارد کالای مشخصی را انتخاب نموده، خریداری کند و بر عرضه کننده تسلیم آن واجب است و در صورت اتلاف و یا حتی تلف شدن آن قبل از اقباض، بر عرضه کننده واجب است که از عهده آن به واسطه دادن مثل در مثلیات و قیمت در قیمیات برآید. این حکم را به نوعی می توان متضمن اجرای حق انتخاب مصرف کننده دانست که مبتنی بر قاعده اتلاف بوده و مورد تصریح فقها و حقوق دانان واقع شده است:

«در معامله کالا در صورتی که بیع واقع شود، اما کالا قبل از تحویل به مشتری، در دست فروشنده تلف گردد، فروشنده ضامن است» (انصاری، ۱۴۱۵: ۲۹۹/۱۶).

یعنی بر او واجب است که از عهده آن به واسطه دادن مثل در مثلیات و قیمت در قیمیات برآید (موسوی بجنوردی، ۱۴۱۹: ۳۱/۲؛ محقق داماد، ۱۴۰۶: ۱۱۲/۱). لذا عرضه کننده باید مثل همان کالایی را که مصرف کننده انتخاب نموده است، برای وی تهیه نماید و این امر متضمن اجرای حق انتخاب مصرف کننده است.

همچنین در معاملات فضولی، بر اساس قاعده غرور، اگر کسی چیزی را به دیگری بفروشد که مال خودش نباشد و بعداً برای مشتری مشخص شود که مالک این مال کسی دیگر است و مالک، این معامله را امضا نکند و در نتیجه سبب ضرر به مشتری بشود، مشتری باید به میزان ضرر، به فروشنده فضول رجوع نماید (موسوی بجنوردی، ۱۴۱۹: ۲۸۱/۱). لزوم جبران ضرر مشتری، به نوعی دفاع از حق مشتری در دریافت کالای انتخابی و خریداری شده است که فروشنده فضول با عدم اعلام و معرفی مالک اصلی، مانع از آن شده و باید جبران نماید.

همچنین در قبض به معامله فاسد که بر اساس قاعده احترام مال مردم، فروشنده در مقابل مشتری ضامن است (ر.ک: محقق داماد، ۱۴۰۶: ۲۱۶/۱؛ موسوی بجنوردی، ۱۴۰۱: ۳۲۴/۱).

### ۳-۴. نهاد حسبه

حسبه در اصطلاح فقهی، اقدام حاکمان مسلمان یا برگزیده از سوی آنان و به تعبیر دیگر نام سازمانی است که نظارت و هدایت مردم جامعه اسلامی را بر عهده داشته و آن‌ها را در رفتارهای خصوصی و عمومی و معاملات، به رعایت موازین شرع دعوت نموده و از گناه و ظلم بر حذر می‌دارد (منتظری، ۱۴۰۹: ۳۸۶/۸)؛ مانند دفاع از حریم اسلام، امر به معروف، نهی از منکر، فتوا، قضا، شهادت (موسوی خلخالی، ۱۴۲۲: ۵۰۹)، منع از آنچه حرام الهی است، از جمله ربا، احتکار، کم‌فروشی، غش، خیانت و... (منتظری، ۱۴۱۷: ۲۲۳). لذا در عرصه کار و خدمات نیز نهاد حسبه قائل است به اینکه افراد باید کار خود را به بهترین شکل ممکن انجام داده و امانت و انصاف را رعایت نمایند و از خیانت، دزدی، سرگرداندن مردم و... دوری جویند.

بنابراین می‌توان گفت که نهاد حسبه، مهم‌ترین نهاد برای تضمین حق انتخاب مصرف‌کنندگان است که با انجام وظایفی از جمله: نظم و آبادانی بازار، نظارت بر صحت و سلامت معامله از منکراتی مانند نیرنگ و فریب و کم‌فروشی، مبارزه با احتکار، نرخ‌گذاری، رسیدگی به شکایات و... موجب افزایش آزادی انتخاب، عدالت در مبادلات، دستیابی به بهترین گزینه‌ها از لحاظ کیفیت، رویارویی با کمترین قیمت‌ها و در نهایت کنترل قیمت، مهار تورم، ثبات بازار و امنیت می‌گردد.

### نتیجه‌گیری

حق انتخاب کالا یا خدمات، از جمله حقوق بنیادین مصرف‌کننده در جهان مدرن است. منظور از حق انتخاب این است که مصرف‌کننده حق دارد در شرایط مطلوب و رقابتی، کالا و خدمات مورد نظر خویش را انتخاب نماید و در زمانی که این حق مورد تعرض قرار گرفت، مورد حمایت حقوقی قرار گیرد. این حق اگرچه در جهان مدرن مطرح گردیده، اما مبانی دقیق و برجسته‌ای از آن به صورت پراکنده در مباحث فقهی وجود دارد که با بررسی دقیق آن‌ها می‌توان نقایص حقوقی در این زمینه را حل نمود.

اصول و مبانی فقهی حق انتخاب را می‌توان به سه دسته تقسیم نمود:

۱- تضمین حق انتخاب بر اساس آداب تجارت: در این دسته، فقه از کتمان عیب،



آراستن، مدح، قسم خوردن، مداخله، دلالی غیر ضروری، احتکار، غش، نجش و کم‌فروشی در معامله کالا و خدمات نهی نموده تا مصرف‌کننده آزادانه از کالا و خدمات مناسب و مورد نظر بهره‌مند گردد.

۲- تضمین حق انتخاب بر اساس شرایط معامله: در این دسته، فقه از اجبار مصرف‌کننده به انتخاب یک کالا یا خدمت منع نموده و قائل است به اینکه کالا و خدمات باید از جهات مختلف، معلوم و بدون ابهام باشد تا مصرف‌کننده از حق انتخاب آزادانه و مناسب نسبت به کالا و خدمات برخوردار گردد.

۳- تدابیر ویژه فقهی در ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف‌کننده: در این دسته، فقه تدابیری به عنوان ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف‌کننده در نظر گرفته است که عبارت‌اند از: الف- حق فسخ که ضمانت اجرای حق انتخاب مصرف‌کننده را تا زمان بعد از معامله گسترش می‌دهد، ب- ضمان فروشنده نسبت به کالای معیوب یا خدمت ناصحیحی که ارائه می‌دهد، ج- نهاد حسبه که مهم‌ترین نهاد برای اجرایی نمودن امور مربوط به حق انتخاب است.

در صورت اجرایی شدن تضمین حق انتخاب در جامعه، مصرف‌کنندگان با انتخاب صحیح می‌توانند تولیدات و خدمات مناسب را تشویق نمایند و رقابت سالم و مفیدی را در بازار عرضه کالا و خدمات به وجود آورده و کنترل نمایند و این امر، موجب ایجاد یک اقتصاد امن و پویا و تشویق به استفاده از تولیدات داخلی می‌گردد.

## کتاب شناسی

۱. آل کاشف الغطاء، محمدحسین، وجیزة الاحکام، چاپ دوم، نجف اشرف، مؤسسة کاشف الغطاء، ۱۳۶۶ ق.
۲. ابن ادریس حلّی، محمد بن منصور بن احمد، السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی، چاپ دوم، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۰ ق.
۳. ابن زهره حلّی، سید حمزة بن علی حسینی، غنیة النزوع الی علمی الاصول والفروع، قم، مؤسسه امام صادق (علیه السلام)، ۱۴۱۷ ق.
۴. انصاری، مرتضی، کتاب المکاسب، قم، کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری، ۱۴۱۵ ق.
۵. بهجت فومنی، محمدتقی، جامع المسائل (تعلیق و شرح بر ذخیره العباد)، چاپ دوم، قم، دفتر معظم له، ۱۴۲۶ ق.
۶. جمعی از مؤلفان، مجله فقه اهل بیت (علیهم السلام) (فارسی)، قم، دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (علیهم السلام)، بی تا.
۷. حسینی عاملی، سید جواد بن محمد، مفتاح الكرامة فی شرح قواعد العلامة، قم، اسلامی، ۱۴۱۹ ق.
۸. حکیمی، محمدرضا، محمد حکیمی، و علی حکیمی، الحیاة، ترجمه احمد آرام، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، بی تا.
۹. سبحانی، جعفر، رساله توضیح المسائل، چاپ سوم، قم، مؤسسه امام صادق (علیه السلام)، ۱۴۲۹ ق.
۱۰. سلار دیلمی، ابویعلی حمزة بن عبدالعزیز، المراسم العلویة و الاحکام النبویة، تصحیح محمود بستانی، قم، منشورات الحرمین، ۱۴۰۴ ق.
۱۱. سیوری حلّی (فاضل مقداد)، جمال الدین مقداد بن عبدالله، کنز العرفان فی فقه القرآن، ترجمه عبدالرحیم عقیقی بخشایشی، قم، پاساژ قدس، بی تا.
۱۲. شبیری زنجانی، سید موسی، رساله توضیح المسائل، قم، سلسبیل، ۱۴۳۰ ق.
۱۳. شعرانی، ابوالحسن، ترجمه و شرح تبصرة المتعلمین، چاپ پنجم، تهران، اسلامیه، ۱۴۱۹ ق.
۱۴. طباطبایی حائری، سیدعلی بن محمدعلی، ریاض المسائل فی تحقیق الاحکام بالدلائل، چاپ قدیم، قم، مؤسسه آل البيت (علیهم السلام)، بی تا.
۱۵. طباطبایی یزدی، سید محمد کاظم بن عبدالعظیم، العروة الوثقی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۹ ق.
۱۶. طبرسی، امین الاسلام ابوعلی فضل بن حسن، المؤلف من المختلف بین ائمة السلف، مشهد، مجمع البحوث الاسلامیه، ۱۴۱۰ ق.
۱۷. طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن، المبسوط فی فقه الامامیه، چاپ سوم، تهران، المکتبة المرتضویة لاحیاء الآثار الجعفریة، ۱۳۸۷ ق.
۱۸. عاملی جبعی (شهید ثانی)، زین الدین بن علی، حاشیة الارشاد، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۴۱۴ ق.
۱۹. عاملی جزینی (شهید اول)، محمد بن جمال الدین مکی، الدروس الشرعیة فی فقه الامامیه، چاپ دوم، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۷ ق.
۲۰. هومو، اللمعة الدمشقیة فی فقه الامامیه، بیروت، دار التراث الاسلامیه، ۱۴۱۰ ق.
۲۱. علامه حلّی، ابو منصور جمال الدین حسن بن یوسف بن مطهر اسدی، ارشاد الانهان الی احکام الایمان، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۰ ق.
۲۲. هومو، قواعد الاحکام فی معرفة الحلال و الحرام، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۳ ق.
۲۳. فاضل موحدی لنکرانی، محمد، رساله توضیح المسائل، چاپ صد و چهاردهم، قم، بی تا، ۱۴۲۶ ق.

۲۴. فخرالمحققین حلی، ابوطالب محمد بن حسن بن یوسف، *ایضاح الفوائد فی شرح مشکلات القواعد*، قم، اسماعیلیان، ۱۳۸۷ ق.
۲۵. فیاض، محمداسحاق، *منهاج الصالحین*، بی جا، بی نا، بی تا.
۲۶. قارویی تبریزی، حسن، *النضید فی شرح روضة الشهيد (شرح فارسی بر شرح لمعه)*، قم، داوری، ۱۴۱۴ ق.
۲۷. کله ألوا، ژان، «معرفی حقوق مصرف با مقدمه‌ای از مترجم»، ترجمه عباس قاسمی حامد، *مجله حقوقی بین‌المللی*، شماره ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۷ ش.
۲۸. کلینی، ابوجعفر محمد بن یعقوب، *الکافی*، چاپ چهارم، تهران، دار الکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷ ق.
۲۹. مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی، *بحار الانوار الجامعة لدرر اخبار الائمة الاطهار علیهم السلام*، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق.
۳۰. محقق حلی، ابوالقاسم نجم‌الدین جعفر بن حسن، *المختصر النافع فی فقه الامامیه*، چاپ ششم، قم، مؤسسه المطبوعات الدینی، ۱۴۱۸ ق.
۳۱. محقق داماد، سیدمصطفی، *قواعد فقه*، چاپ دوازدهم، تهران، مرکز نشر علوم اسلامی، ۱۴۰۶ ق.
۳۲. محمدی خراسانی، علی، *شرح بصره المتعلمین*، بی جا، بی نا، بی تا.
۳۳. مرعشی نجفی، سیدشهاب‌الدین، *منهاج المؤمنین*، قم، کتابخانه آیه‌الله مرعشی نجفی، ۱۴۰۶ ق.
۳۴. مفید، محمد بن محمد بن نعمان عکبری بغدادی، *المقننه*، قم، کنگره جهانی هزاره شیخ مفید، ۱۴۱۳ ق.
۳۵. مکارم شیرازی، ناصر، *رساله توضیح المسائل*، چاپ پنجاه و دوم، قم، مدرسه امام علی علیه السلام، ۱۴۲۹ ق.
۳۶. منتظری، حسین علی، *رساله استفتائات*، قم، بی نا، بی تا.
۳۷. همو، *مبانی فقهی حکومت اسلامی (دراسات فی ولایة الفقیه و فقه الدولة الاسلامیه)*، ترجمه و تقریر محمود صلواتی، قم، کیهان، ۱۴۰۹ ق.
۳۸. همو، *نظام الحکم فی الاسلام*، چاپ دوم، قم، سرایی، ۱۴۱۷ ق.
۳۹. موسوی بجنوردی، سیدحسن بن آقابزرگ، *القواعد الفقهیه*، قم، الهادی، ۱۴۱۹ ق.
۴۰. موسوی بجنوردی، سیدمحمد بن حسن، *قواعد فقهیه*، چاپ سوم، تهران، عروج، ۱۴۰۱ ق.
۴۱. موسوی خلخالی، سیدمحمد مهدی، *حاکمیت در اسلام یا ولایت فقیه*، ترجمه جعفر الهادی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۲ ق.
۴۲. موسوی خمینی، سیدروح‌الله، *ترجمه تحریر الوسیله*، ترجمه علی اسلامی، چاپ بیست و یکم، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۵ ق.
۴۳. همو، *توضیح المسائل*، بی جا، بی نا، ۱۴۲۶ ق.
۴۴. موسوی خویی، سیدابوالقاسم، *مصباح الفقاهه (المکاسب)*، تقریر محمدعلی توحیدی تبریزی، بی جا، بی نا، بی تا.
۴۵. همو، *منهاج الصالحین*، چاپ بیست و هشتم، قم، مدینه العلم، ۱۴۱۰ ق.
۴۶. موسوی سبزواری، سیدعبدالاعلی، *مهذب الاحکام فی بیان الحلال و الحرام*، چاپ چهارم، قم، المنار، ۱۴۱۳ ق.
۴۷. نجفی، محمدحسن بن باقر، *جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام*، چاپ هفتم، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۴ ق.
۴۸. نراقی، احمد بن محمد مهدی، *رسائل و مسائل*، قم، کنگره نزاقین ملامهدی و ملااحمد، ۱۴۲۲ ق.

