



جامعة الناصر AL-NASSER UNIVERSITY

التسويق الشبكي – دراسة شرعية

د/ رياض فرج بن مبروك بن عبادات
رئيس قسم الدراسات الإسلامية – كلية التربية سيئون
جامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا

AUTHORIZED BY AL-NASSER UNIVERSITY'S RESEARCH OFFICE
جميع حقوق النشر محفوظة لمكتب البحوث والنشر بجامعة الناصر

التسويق الشبكي – دراسة شرعية

د/ رياض فرج بن مبروك بن عبدات

رئيس قسم الدراسات الإسلامية – كلية التربية سيئون

جامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا

ملخص البحث

8

تناول البحث مسألة شرعية مستجدة تعرف بالتسويق الشبكي : وهو نظام تسويقي مباشر يروج لمنتجاته عن طريق المشتريين بإعطائهم عمولات مالية مقابل كل من يشتري عن طريقهم وفق شروط معينة . وقد تسابق إلى هذه المعاملة بعض الناس وتنافسوها تنافساً محموماً دون مستند شرعي ؛ وذلك كله أوجب على العلماء تناول الأمر؛ فتناولوه بالدراسة ، وحاصل القول أنهم اختلفوا في حكم المسألة إلى فريقين : أحدهما يجيز ذلك ، والآخر يمنع . وبالنظر إلى أدلة المجيزين والمانعين ومناقشتها يخلص الباحث إلى حرمة المعاملة ؛ فإنها عقد جمع كثيراً من المحاذير الشرعية التي يكفي بعضها حرمة لأي معاملة ، فكيف بها مجتمعة بما في ذلك الربا والقمار والغش والغرر والخداع ونحو ذلك .

كما خلص الباحث إلى جملة نتائج منها أن التسويق الشبكي يحدث آثاراً أخلاقية واقتصادية واجتماعية سيئة تصادم مقاصد الشريعة وغاياتها . وأن اختلاف العلماء في حكم التسويق الشبكي لا يسوغ للإنسان التخيير بين الأقوال تشهياً .

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ، ومن تبع هداه إلى يوم الدين .
وبعد :

فإن الله أودع الإنسان المال ليحقق به مقاصد سامية ومصالح عالية تحفظ له معاشه وتصلح له معاده ، كما أمر ربنا سبحانه وتعالى بحفظ المال و حض على تنميته من خلال العمل فيه وفق طرق مشروعة قال تعالى : { الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ } [البقرة: 275].

والمصالح التي قصدها الشارع في تشريع المعاملات هي مراعاة الضروريات والحاجيات والتحسينات . فأصول المعاملات ترجع إلى حفظ المال . - وهو من الضروريات الخمس - فممنع الإسلام من أكل المال بالباطل ومن سرقته، وطالب بتنميته واستثماره. وشرع العقود والمعاوضات من بيع وإجارة ، وسلم واستصناع لسد حاجة الناس ورفع الحرج والمشقة عنهم . ولم يقف في تشريعه للمعاملات عند حد الضرورة أو الحاجة ، وإنما تعداها إلى الأمور التحسينية : فوسع على الناس في معاشهم وعاداتهم ، فأباح لهم التزين والتجمل ، ونهاهم عن الإسراف والتبذير والتقتير⁽¹⁾ .

كما حذر الشارع من التعامل بالربا ونحوه من المعاملات المحرمة كالغرر ، وأكل أموال الناس بالباطل ؛ فإنه فساد الأفراد والجماعات ، و أداة خراب الشعوب و المجتمعات قال تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278) فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ } [البقرة: 278، 279].

وقد برزت بعض الأنشطة الاقتصادية التي تحتاج إلى بحث رصين ، ونظر عميق يحل مشكلها و يوضح حقيقتها بما يتفق وقواعد الشريعة الغراء ، ومن ذلك ما يُعرف بالتسويق الشبكي والذي انتشر سريعاً ، واحتفى به ذوو الدخل المحدود بحثاً عن الثراء في بضع سنين .

(1) المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي د. محمد عثمان شبير (ص 23_24).

وتتلخص أهمية البحث في:

- 1 - بيان أن الشريعة تستوعب المستجدات، وتحسن التعامل مع المحدثات.
- 2 - قدرة الشريعة في توصيف و تكييف ما يستحدثه الناس من معاملات.
- 3 - إبراز أن التسويق الشبكي صورة جديدة محكومة بقواعد وضوابط فقه المعاملات المالية.

مشكلة البحث :

تكمن مشكلة البحث في الجواب عن جملة تساؤلات منها : ما التسويق الشبكي ؟ وما الحكم الشرعي لهذه المعاملة الجديدة ؟ فكانت هذه الدراسة محاولة جادة لإيجاد إجابة شافية إن شاء الله تعالى .

أهداف البحث :

- 1_ إظهار إمكانية التشريع على تلبية حاجة المجتمع ، وحفظ أمنه الديني .
- 2_ تعريف الناس بدقة وعمق الشريعة على التوصيف و التكييف.
- 3_ توضيح التسويق الشبكي مفهوماً وآلية وحكماً .

أسباب اختيار الموضوع :

مما لا شك فيه أن المجتمعات يتأثر بعضها ببعض ، وقد تسلسل هذا النوع من المعاملات - التسويق الشبكي - إلى مجتمعي ، وأخذ يتغلغل وينتشر بسرعة عجيبة : فتنافس الشباب هذه المعاملة بحثاً عن صناعة الذات وحجز مقعد في مصاف الأثرياء ؛ فنتج عن ذلك تهافت محموم تقحم كل بيت ، وتعاطى الناس هذه المعاملة دون استبصار أو معرفة بالحكم الشرعي ؛ فكان لزاماً تنادي العقلاء واجتماع العلماء لتجلية الأمر وبيانه ؛ فمئلاً ذلك كله سبباً فاعلاً للكتابة في هذه المسألة المستجدة ، وقد استعنت بالله في خوض الأمر وهو خير معين .

منهجي في البحث :

اعتمدت في بحثي على المنهج الوصفي ؛ وذلك من خلال استقراء المصادر والأقوال الدالة على هذه المعاملة ودراستها وتحليلها بحثاً عن إجابة كافية شافية تروي الغليل وتشفي العليل .

وقد بذلت في ذلك وسعي واجتهدت طاقتي كي يجد الناس ضالتهم وفق منهج محكوم ببصيرة النص الراشدة، ونظرة المقصد الثاقبة؛ فكان هذا البحث والذي أسميته (التسويق الشبكي دراسة شرعية) أسأل الله ربي السداد والتوفيق والعون والتأييد.

وقد انتظم البحث في مقدمة و ثلاثة مباحث و خاتمة :

مقدمة : أبرزت فيها أهمية الموضوع ، ومشكلة البحث ، و الأهداف ، و أسباب الاختيار ، و المنهج المتبع .

المبحث الأول : تعريف التسويق الشبكي .

المبحث الثاني : آلية عمل التسويق الشبكي.

المبحث الثالث : حكم التسويق الشبكي

الخاتمة : وقد حفلت بجملة من النتائج والتوصيات .

المبحث الأول

تعريف التسويق الشبكي

يسمى التسويق الشبكي بمسميات عدة منها : التسويق الهرمي أو التنظيم الهرمي، أو التسلسل الهرمي، أو التسويق الطبقي ، أو التسويق بعمولة هرمية .

التسويق لغة : من سَوَّقَ وهو التقدم والعرض والإعطاء والقيادة ، والسوق ما يتعامل فيها فهي موضع البياعات ، والجمع أسواق. وفي التنزيل قال تعالى : { وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لِيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ } [الفرقان: 20].

وَتَسَوَّقُ الْقَوْمُ إِذَا بَاعُوا وَاشْتَرَوْا ، وفي حديث جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ: كُنَّا مَعَ النَّبِيِّ -صلى الله عليه وسلم - يَوْمَ الْجُمُعَةِ فَقَدِمَتْ سُوَيْقَةٌ (1) أي تجارة وهي تصغير السُّوق سميت بها لأن التجارة تجلب إليها وتُساق المبيعات نحوها (2) .

حقيقة التسويق اجتماع جميع المعاني السابقة : التقدم والعرض والإعطاء والقيادة ، والبيع والشراء وجلب التجارة فهو بحق فن إدارة المبيعات .

الشبكي لغة : من شَبَكَ وهو الاختلاط والتداخل والنشب والالتباس والاتصال . شَبَكَ الشَّيْءَ يَشْبِكُهُ شَبْكًا فَاشْتَبَكَ وَشَبَّكَ فَتَشَبَّكَ أَنْشَبَ بَعْضُهُ فِي بَعْضٍ وَأَدْخَلَهُ ، وَتَشَبَّكَتِ الْأُمُورُ وَتَشَابَكَتِ وَاشْتَبَكَتِ التَّبَسُّتِ وَاخْتَلَطَتْ ، وَاشْتَبَكَ السَّرَابُ دَخَلَ بَعْضُهُ فِي بَعْضٍ ، وَطَرِيقُ شَابِكٍ مُتَدَاخِلٌ مُلْتَبَسٌ مُخْتَلَطٌ شَرَكُهُ بَعْضُهَا بِبَعْضٍ ، وَ الشَّبَكَةُ آبَارٌ مِتْقَارِيَةٌ قَرِيبَةُ الْمَاءِ يَفْضِي بَعْضُهَا إِلَى بَعْضٍ ، وَاشْتَبَاكَ الرَّحِمَ وَغَيْرَهَا اتَّصَلَ بَعْضُهَا بِبَعْضٍ (1) .

التسويق الشبكي اصطلاحاً: تعريف المصطلح لم يبعد عن المعنى اللغوي ففيه العرض والتقدم والقيادة والإعطاء والبيع والشراء وجلب التجارة كما فيه الاختلاط والتداخل والنشب والالتباس والاتصال والإفشاء

(1) رواد مسلم في صحيحه (2036) كتاب الجمعة ، باب في قوله تعالى (وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكَوْكَ قَائِمًا) (10 /3)

(2) لسان العرب ، مادة سوق (10 /166) ، المصباح المنير ، مادة سوق (ص 112- 113)

(1) لسان العرب ، مادة شبك (10 /446)، معجم لغة الفقهاء (ص 228).

وقد عُرف بتعريفات مختلفة غير أن أفضلها ما جمع أسساً مهمة تحلّي حقيقته، وهي: المسوق، والعمولة أو الحافز، السلعة، اللائحة المنظمة، المشتركين الجدد.

وعليه فالنسويق الشبكي اصطلاحاً: هو نظام تسويقي مباشر يروج لمنتجاته عن طريق المشتريين بإعطائهم عمولات مالية مقابل كل من يشتري عن طريقهم وفق شروط معينة⁽²⁾.

المبحث الثاني

آلية عمل التسويق الشبكي

يعتمد عمل التسويق الشبكي على بيع سلعة أو خدمة وبذلك يكون المشتري مسوقاً، وذلك لا يكون إلا بعد شراء منتجات الشركة المعنية أو مقابل اشتراك معين تقدره الشركة، ويحصل المسوق مقابل الشراء أو الاشتراك وتوظيف من يقوم بالتسويق إلى جانبه على حوافز وعمولات.

فالمسوق إلى جانب شرائه أو اشتراكه فإنه مطالب بجلب مسوقين وفق طريقة معينة (كأن يأتي باثنين عن اليمين وآخرين عن الشمال والآخران مطالبان بذلك أيضاً)_ يعملون مسوقين معه وفق الآلية الأولى فيشترون أو يشترون، ثم يقنعون غيرهم بالانضمام إلى هذا البرنامج؛ فتتكون من ذلك شبكة هرمية أو شجرة هرمية من الأتباع⁽¹⁾.

أما العمولات فتحددها الشركة بطريقة معينة وعدد معين يأتي به المشتري أو المشترك ومن في نفس الشجرة على أن لا يقل عددهم عن تسعة في أغلب الشركات، وعلى أن لا يقل الأعضاء المنضويون تحت العضوين الأولين عن اثنين⁽²⁾.

على إثر ذلك يتضاعف الهرم كما تضاف مستويات جديدة نتيجة انضمام عدد من المسوقين في الشجرة، وتتضاعف العمولات للمسوقين كلما تضاعف الهرم وتستمر نمواً بنموه، وقد تبلغ آلاف الدولارات، وتصرف العمولة بناءً على عدد الدرجات الموجودة في المستوى في مجموع الأعضاء في المستوى الواحد، وتسقط الدرجات السابقة عند حساب الدرجات اللاحقة⁽³⁾.

(2) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 6).

(1) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 6)، حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 12).

(2) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 6).

(3) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 6-7)، حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 12).

إليك جدولاً يوضح العمولات الباهظة التي يحصل عليها المسوقون⁽¹⁾.

الشهر	الأعضاء	مجموع الأعضاء	العمولة بالدولار
1	2	2	0
2	4	6	0
3	8	14	55
4	16	30	110
5	32	62	65
6	64	126	440
000	000	000	000
12	4096	8190	25080
18	262144	524286	1602040
24	16777216	33554430	102527480
30	1073741824	2147483646	6561755640

وهناك خصائص مشتركة بين شركات التسويق الشبكي تجتمع في الآتي :

- 1 - شراء المنتج شرط للحصول على العمولات والمضي في عملية التسويق.
- 2 - توظيف غير محدود للمسوقين في سلسلة لا نهاية لها .
- 3 - الأسبق في الاشتراك هو الأكثر حظاً و الأعظم أجراً ، والعكس صحيح.
- 4 - تضع الشركات خطأ أحمر لكبح تضخم عمولات رؤساء الهرم حتى لا تلتهم العمولات أموال الشركة .
- 5 - الدخول في الشركة لا يكون إلا عن طريق مسوق قبلك .
- 6 - الاهتمام حقيقة لا يكون بالمنتجات، وإنما بالمسوقين والاشتراك في النظام الشبكي.
- 7 - أغلب المنتجات تستهلك من قبل المسوقين لا المستهلكين خلافاً للتسويق التقليدي⁽¹⁾.

(1) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 7) ، حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 12- 13).

(1) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 10) ، حكم التسويق الشبكي في ضوء المقاصد لـ وصفي عاشور أبو زيد الشبكة العنكبوتية (النت).

المبحث الثالث

حكم التسويق الشبكي

تباينت آراء المعاصرين في المسألة وحاصل الأمر افتراقهم إلى فريقين أحدهما أجاز والآخر منع.

أدلة القول الأول وهم المجيزون⁽²⁾ ومناقشتها :

1 - الأصل في المعاملات والعقود الإباحة إلا ما دل الدليل على تحريمه⁽³⁾ قال تعالى : { وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } [البقرة: 275]، و التسويق الشبكي معاملة جديدة لم يرد نص مانع منها : فتبقى على حكم الأصل وهو الإباحة⁽⁴⁾.

ورُدَّ ذلك بأن كل دليل يمكن أن يعارضه دليل فهو دليل بشرط السلامة عن المعارضة ، فلا بد من معرفة الشرط⁽⁵⁾ ؛ لذا لا يجوز الاستمساك بالأصل إلا بعد ظن بانتفاء المعارض ، ويقين بعجز النفس عن الوصول إليه، والواقع يثبت نقل الأصل عن الإباحة إلى الحرمة بأدلة يفيد بعضها حرمة هذه المعاملة، من ذلك : الغرر، والقمار، و أكل أموال الناس بالباطل كما سيأتي في أدلة التحريم، فكيف بها مجتمعة ؟ وبذلك يتضح أن الحكم خطأ ناتج عن خطأ في طريقة الاستدلال.

2 - التسويق الشبكي هو سمسرة وهي جائزة شرعاً ، والعمولات الممنوحة من شركات التسويق الشبكي إنما تقابل الدلالة والترويج لمنتجاتها⁽¹⁾.

ورُدَّ ذلك بأن السمسرة المشروعة لا يُشترط فيها شراء السمسار، وإنما عليه الترويج للساعة لأنها جوهر السمسرة ، فإن أمضى العقد استحق نصيبه المعلوم من المعاملة مقابل جهده وعمله، وإلا فلا⁽²⁾.

(2) رد إبراهيم الكلثم على الدكتور سامي السويلم. موقع الإسلام اليوم .

(3) الموافقات (244/2) .

(4) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 16).

(5) المستصفي في علم الأصول (2/ 176)

(1) رد إبراهيم الكلثم على الدكتور سامي السويلم. موقع الإسلام اليوم ، مادة التسويق الشبكي ، حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 15).

(2) شرح ابن بطال على صحيح البخاري (6 / 400_ 401) ، فتح الباري (4 / 451) .

والواقع في التسويق الشبكي خلاف ذلك، فالمسوق مطالب بشراء سلعة أو الاشتراك في الشركة، وإلا لا يمكنه الظفر بالعمولات مطلقاً⁽³⁾، بل هناك من الشركات من تشترط تجديد الاشتراك سنوياً⁽⁴⁾، كما أن السلعة ثانوية في التسويق الشبكي مقارنة بالعمولات التي يحلم بها المسوق، يضاف إلى ذلك أن المسوق يأخذ عمولة على جهده وجهد غيره ممن جذبهم إلى العملية التسويقية⁽⁵⁾، إلى جانب ذلك فإن العمولة في التسويق الشبكي تتفاوت بين المسوق الأصيل وغيره ممن شاركه التسويق نظراً لما تشترطه شركات التسويق الشبكي من نظم تنظم العمولة⁽⁶⁾.

المسوق في التسويق الشبكي لا يقف عند تسويق السلعة بل يستمر حتى يحقق العدد المطلوب لتحصيل العمولة، كما أنه يحرص على استقطاب أشخاص أقدر على تسويق هذه المعاملة⁽¹⁾.

3 - التسويق الشبكي هو وكالة⁽²⁾، والوكالة جائزة لحديث عروة بن أبي الجعد البارقى رضي الله عنه قال: (أعطاه النبي -صلى الله عليه وسلم - ديناراً يشتري به أضحية أو شاة، فاشتري شاتين، فباع إحداهما بدينار، فأتاه بشاة ودينار، فدعا له بالبركة في بيعه، فكان لو اشترى تراباً لربح فيه)⁽³⁾.

وتكون الوكالة بأجر ويغير أجر⁽⁴⁾، فبعد إتمام عملية بيع المنتج وشرائه تقوم الشركة بإبرام عقد وكالة لتوزيع المنتجات، أو تفوض الشركة المسوق تفويضاً شفهياً بذلك، يحصل بموجبه المسوق على عمولات مقابل جهده .

(3) التسويق الشبكي تحت المجهز (ص17).

(4) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص9_10) .

(5) حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 16) .

(6) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص10)

(1) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 10)

(2) الوكالة : لغة :التفويض . اصطلاحاً : تفويض شخص ما له فعله مما يقبل النيابة إلى غيره بصيغة ، لا ليفعله بعد موته . الاختيار لتعليل المختار (2/ 167) ، الياقوت النفيس (ص101) .

(3) رواه أبو داود في سننه (3386) كتاب البيوع ، باب في المضارب يخالف (3 / 264)، الترمذي في سننه (1258) كتاب البيوع ، باب (3 / 559) .

(4) روضة الطالبين (4 / 332)، المعني (5 / 210) .

ورد ذلك بأن الوكالة الشرعية لا يشتري الوكيل كي يكون وكيلاً، بل يأخذ أجره المتفق عليه إذا قام بالعمل المطلوب منه بشرطه، والوكالة من العقود الجائزة بين الطرفين قطعاً⁽⁵⁾.

والأمر في التسويق الشبكي يغير ذلك - كما أسلفنا في المناقشة السابقة - حيث يلزم المسوق بالبراء أو الاشتراك في الشركة.

و عقد شركة التسويق الشبكي لازم من طرف الشركة جائز من جهة المسوق له أن ينسحب متى شاء ، أما الشركة فلا يجوز لها فسخ عقد الشركة ما دام المسوق ملتزماً بمهمته ، وإلا لكان ذلك عين العبث في هذه العملية ، ولفسخت الشركة العقد متى ازدادت عمولة العملاء⁽¹⁾.

4 - المسوق في التسويق الشبكي هو أجير عند الشركة ، والإجارة⁽²⁾ جائزة شرعاً قال تعالى : { قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَانِي حَجَاجٍ فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ } [القصص: 27].

وعن أبي هريرة ، رضي الله عنه ، عن النبي صلى الله عليه وسلم قال : (ما بعث الله نبياً إلا رعى الغنم) ، فقال أصحابه : وأنت فقال : (نعم كنت أرهاها على قراريط لأهل مكة)⁽³⁾.

ورد ذلك بأن الإجارة الشرعية يشترط لها شروط منها أن تكون المنفعة معلومة عيناً وقدرًا وصفةً ، ومؤقتة إلى أجل ، كذلك الأجرة يشترط أن تكون معلومة جنساً وقدرًا وصفةً⁽⁴⁾ ، والإجارة عقد لازم من الطرفين قطعاً⁽⁵⁾.

والشأن في التسويق الشبكي أن الأجرة فيه مجهولة ، وذلك يوجد دافعية لتسابق المسوقين لجني أكبر قدر من العمولات . كما أن الأجل في التسويق الشبكي مجهول ؛ إذ يعسر على المسوق تحديد زمن إقناعه للعملاء

(5) الأشباه والنظائر (2/ 93).

(1) حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (15-16).

(2) الإجارة : لغة : اسم للأجرة ، شرعاً : عقد على منفعة معلومة ، مقصودة قابلة للبذل والإباحة بعوض معلوم. الدر المختار شرح تنوير الأبصار (4/ 6).

مواهب الجليل شرح مختصر خليل (7/ 494).

(3) رواه البخاري في صحيحه (2262) كتاب بدء الوحي ، باب رعي الغنم على قراريط (3/ 115).

(4) أسنى المطالب (2/ 403) ، شرح منتهى الإرادات (2/ 242).

(5) الأشباه والنظائر (2/ 93).

الجدد ، وهذه جهالة فاحشة⁽¹⁾ ، وأسلفنا أن عقد شركة التسويق الشبكي لازم من طرف الشركة جازز من جهة المسوّق .

5 - العمولات الممنوحة في التسويق الشبكي من باب الجعالة الشرعية⁽²⁾ وقد جاء في حديث عن أبي سعيد ، رضي الله عنه ، قال : انطلق نضر من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم في سفرة سافروها حتى نزلوا على حي من أحياء العرب ، فاستضافوهم فأبوا أن يضيفوهم ، فلذغ سيد ذلك الحي ؛ فسعوا له بكل شيء لا ينفعه شيء ، فقال بعضهم : لو أتيتهم هؤلاء الرهط الذين نزلوا لعله أن يكون عند بعضهم شيء ، فاتوهم فقالوا : يا أيها الرهط إن سيدنا لدغ وسعينا له بكل شيء لا ينفعه ، فهل عند أحد منكم من شيء ، فقال بعضهم : نعم والله إنني لأرقي ولكن والله لقد استضفناكم فلم تضيفونا ؛ فما أنا براق لكم حتى تجعلوا لنا جُعلاً ، فصالحوهم على قطيع من الغنم ، فانطلق يتفل عليه ويقرأ { الحمد لله رب العالمين } ، فكأنما نشط من عقال ؛ فانطلق يمشي وما به قلبية . قال : فأوفوهم جعلهم الذي صالحوهم عليه ، فقال بعضهم : اقسما ، فقال الذي رقى : لا تفعلوا حتى تأتي النبي صلى الله عليه وسلم ، فنذكر له الذي كان فننظر ما يأمرنا ، فقدموا على رسول الله صلى الله عليه وسلم فذكروا له فقال : (وما يدريك أنها رقية ، ثم قال : قد أصبتم اقسما واضربوا لي معكم سهماً ، فضحك رسول الله صلى الله عليه وسلم)⁽³⁾ .

فإذا أتى المسوّق بعملاء جدد إلى شركة التسويق الشبكي استحق العمولة وإلا فلا ، وهذا صنيع الجعالة⁽¹⁾ ورد ذلك بأن الجعالة الشرعية عقد يلتزم فيه جازز التصرف بثمن معلوم لمن عمل عملاً معيناً ولو كان العامل مجهولاً - (كأن قال من ردّ سيارتي فله مائة ألف ريال) - ، ولا يستحق العامل تسليم الجعل إلا بتسليم العمل وفق شروط العقد⁽²⁾ ، كما أن الجعالة عقد جازز قبل الفراغ من العمل⁽³⁾ .

(1) حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (16) .

(2) الجعالة لغة : اسم لما يُجعل للإنسان على شيء . وشرعاً : التزام عوض معلوم على عمل معين . الياقوت النفيس (ص 129) .

(3) رواه البخاري في صحيحه (2276) كتاب بدء الوحي ، باب ما يعطى في الرقية على أحياء العرب بفاتحة الكتاب (121 / 3) .

(1) رد إبراهيم الكلثم على الدكتور سامي السويلم . موقع الإسلام اليوم ، مادة التسويق الشبكي ، حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية (ص 15) .

(2) تحفة المحتاج (445/6) ، الفروع (180/7) .

(3) الأشباه والنظائر (93/ 2) .

والحال في التسويق الشبكي كما أسلفنا في المناقشة السابقة مغاير ، فالمسوّق ملزم بالشراء أو الاشتراك في الشركة ، والمسوّق يأخذ عمولة على جهده وجهده غيره ممن جذبهم إلى العملية التسويقية وفق شروط معينة ، فإن أخل بالعدد المعين خسر جهده وحُرم العمولة ؛ وهذا عين القمار⁽⁴⁾ المحرم؛ إذ بذل المسوّق مالاً مع احتمال الربح والخسارة⁽⁵⁾ ، وذكرنا في المناقشات السابقة أن عقد شركة التسويق الشبكي لازم من طرف الشركة جائر من جهة المسوّق.

أدلة القول الثاني وهم المانعون⁽¹⁾ ومناقشتها :

- 1 - يصاحب هذه المعاملة الغش والتدليس والكذب والتلبيس على الناس ؛ وذلك من خلال :
 - أ - إيهام الناس أن المنتج مقصود بالشراء و الواقع خلافه .
 - ب - المبالغة والتهويل في فوائد المنتجات المسوقة طمعاً في استقطاب مشتركين كثر ؛ مما يوقع في الكذب والتدليس والتخيير .
 - ج - إغراء المشتركين بالعمولات الكبيرة المتوهمة نتيجة اشتراكهم في هذه الشركات⁽²⁾ . وكل ذلك من الغش المحرم شرعاً عن أبي هريرة . أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم - قَالَ : (مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي)⁽³⁾ . وَعَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ -صلى الله عليه وسلم - قَالَ : (الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفِقَا فَإِنَّ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا)⁽⁴⁾ .

(4) القمار : هو أن يجتمع في حق كل واحد خطر الغرم والغنم . الوسيط (7/ 178)، كفاية الطالب الرباني لرسالة أبي زيد القيرواني (2/ 546).

(5) التكيف الفقهي لشركات التسويق الشبكي إبراهيم لضرير، التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص10).

(1) فتوى الدكتور سامي السويلم موقع الإسلام اليوم ، مادة التسويق الشبكي ، التكيف الفقهي لشركات التسويق الشبكي إبراهيم لضرير ، التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 14) .

(2) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 14) ، التسويق الشبكي في ضوء القواعد الفقهية لـ د. حسين حسين شحاته ، الشبكة العنكبوتية (النت) .

(3) رواه مسلم في صحيحه (295) كتاب الإيمان ، باب قَوْلِ النَّبِيِّ -صلى الله تعالى عليه وسلم - (مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي) (1/ 69)

(4) رواه البخاري في صحيحه (20 79) كتاب البيوع ، باب إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا (3/ 76) ، رواه مسلم في صحيحه (3937) كتاب البيوع ، باب الصلح في البيع والبيان (4/ 218) .

قال القرطبي - رحمه الله - : لا يأكل بعضكم مال بعض بغير حق، فيدخل في هذا : القمار والخداع والغصب ووجد الحقوق، وما لا تطيب به نفس مالكة أو حرّمته الشريعة ، وإن طابت به نفس مالكة : كمهر البغي وحلوان الكاهن ، وأثمان الخمر والخنزير وغير ذلك (1) .

ورُدّ ذلك بأن المنتج حقيقة مقصود بالشراء ؛ حيث إن الشخص يدفع مالاً مقابل سلعة مقصودة ، وهذا هو عين عقد البيع الصحيح ؛ إذ توافرت أركان صحته من عاقدين وصيغة ومعقود عليه .
بالإضافة إلى ذلك فإن المنتجات المسوّقة أثبتت التجربة نجاعتها وفائدتها .

وأجيب عن هذا بأن الواقع عند استقطاب العملاء انصباب الحديث على الحوافز والعمولات أكثر من الحديث عن السلعة ، وهذا يؤكد أن السلعة جعلت تحايلاً لتسويق المعاملة ظاهراً بينما المقصود هو المال (2) .
أما زعم فائدة المنتجات وجودتها فقد قام الدكتور ستيفن بارت بتحليل معلومات دعائية لأكثر من 40 شركة تسوّق منتجات ذات صلة بالصحة وفق نظام التسويق الشبكي، وخلص إلى أن جميعها مبالغ فيه بشكل كبير (3) . ثم مادامت هذه السلع بهذه الجودة لماذا لا نجدها في المحلات التجارية يتنافسها المشترون ؟ ولماذا تلجأ هذه الشركات إلى هذا النظام في التسويق دون غيرها من الشركات المشهورة ؟ (4) .

2 - الاشتراك في شركات التسويق الشبكي مليء بالمخاطرة والمقامرة ، فإن المنتج ليس مقصوداً للمشاركين بل المقصود حقيقة العمولة فكل مشترك يدفع مالاً مقابل أموال متوقعة ، وهذا عين القمار حيث تردد عمله بين غنم وغرم (1) ، قال تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ } [المائدة: 90] .

كما أن العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني (2) ، وعليه فلا يعدو أن يكون العقد عبارة عن تجميع اشتراكات من أفراد تديرهم الشركة، ويدفع من في أسفل الشبكة حوافز من سبقهم في أعلاها،

(1) الجامع لأحكام القرآن (225/1) .

(2) المجلس الأعلى للإفتاء في فلسطين في جلسته التاسعة والسبعين بتاريخ 18 / 3 / 2010 م ، التسويق الشبكي لـ د. نايف محمد العجمي .

(3) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 12) .

(4) المصدر السابق.

(1) فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية الشبكة العنكبوتية (النت) ، تكييف التسويق الشبكي والهرمي وحكمه لـ د. محمد عبدالعزيز اليمني .

(2) المنثور في القواعد (371 / 2) ، الأشباه والنظائر (363 / 1) .

بالإضافة إلى عمولة الشركة ؛ لأن المسوّق في الحقيقة داخل في العملية مخاطراً إما أن يربح عمولات كثيرة ، وإما أن يخسر ما أنفقه من مال ، وما بذله من جهد ؛ فالتسويق الشبكي في حقيقته يتكون من حلقات قمار متداخلة ، مال القمار مدسوس في ثمن السلعة بدليل ارتفاع أسعار السلع ارتفاعاً كبيراً⁽³⁾ .

ورُدُّ ذلك بأن المنتج في الحقيقة مقصود بالشراء ؛ فكل شخص يدفع مالاً مقابل سلعة مقصودة ، وعقد البيع الصحيح كذلك ؛ حيث توافرت أركان صحته .

كما أن التاجر لم يمارس التجارة إلا وهو يطمع في الربح ، والربح أمر يحتمل الحصول وعدمه ؛ وعليه فعمل التاجر يحتمل الربح والخسارة ؛ فكيف يُنكر على المشترك في التسويق الشبكي ذلك ؟

وأجيب عن ذلك بما سبق في مناقشة الدليل الأسبق ، إلى جانب ذلك فإن كثيرين يشترون سلعاً لا حاجة لهم بها إطلاقاً ، أو يشترون حاجات تفوق حاجتهم بأضعاف كثيرة⁽⁴⁾ ، وهذا كله يؤكد أن السلعة لا تُقصد بالشراء ، وإنما يهرول المشتركون المسوقون خلف العمولات الباهظة ؛ فيدفعون مالاً طمعاً في جناية أموال ، فما يُدفع من مال إنما يقابل أموالاً متوقعة وهذا عين القمار .

أما عمل التاجر فإن ما يدفعه من مال يقابل سلعة مقصودة يرغب فيها المشترون ، وهذا لا محذور فيه ، يُضاف إلى ذلك الأسعار تقابل السلعة جودة ورداءة ؛ فتزيد وتنقص حسب ذلك خلافاً للتسويق الشبكي الذي تزيد فيه قيمة السلعة نظراً للعمولة والحافز ، وعليه هناك فرق بين التاجر وبين المسوّق في التسويق الشبكي ؛ حيث صار التسويق غاية بدل أن كان وسيلة ، ومخدوماً بعد أن كان خادماً⁽¹⁾ .

3 - العقد جمع بيعاً وشرطاً مجهولاً ، وإذا انضم شرط إلى البيع بقيت معه علاقة بعد العقد يتصور بسببها منازعة ويفوت بفواتها مقصود العقد⁽²⁾ ، ويظهر ذلك في التسويق الشبكي من جهتين حيث تلتزم الشركة بإعطاء المسوّق عمولة إذا جاء بزبائن ، كذلك يُشترط على المشتري المسوّق أن يأتي بعدد معين وفق طريقة

(3) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 19)، التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 15) .

(4) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 12- 13) .

(1) التسويق الشبكي تحت المجهر (ص 10) .

(2) الوسيط (3/ 73) .

وألية معينة ، وهذا الالتزام يكون بالشراء ، وهذا لا يجوز لحديث عمرو بن شعيب عن أبيه عن جده أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن بيع وشرط (3) .

قال الإمام الماوردي - رحمه الله - : وهذا النهي يقتضي فساد المنهي عنه (4) .

ورد ذلك بأن العقد لم يجمع بيعاً وشرطاً بل هناك عقدان : بيع وجعالة أو وكالة - ونحو ذلك - كل منهما منفصل عن الآخر ، فعقد البيع توافرت أركانه ، وكذلك العقد الآخر توافرت أركانه وشروطه ، وكان مستقلاً عن عقد البيع ، ولا مانع من تركيب عقد من أكثر من عقد .

وأجيب عن ذلك : عقد الجعالة في التسويق الشبكي لا يمكن أن يكون بمعزل عن الشراء إطلاقاً ؛ فلا عمولة إلا بالشراء ، وإن بذلت جهداً كبيراً في التسويق وحصلت خلقاً كثيراً يشتركون في ذلك ، وهذا معنى النهي عن البيع وشرط .

4 - نشاطات هذا النوع من الشركات يكون غالباً في العملات و الفندقة و البنوك ، و الأصل في أي عمل تجاري أن يكون نشاطه التجاري بيعاً وشراءً أو عملاً حلالاً ، وكذا نشاطه البنكي ضماناً وإيداعاً ونحو ذلك (1) ، و الناظر يجد إشكالات شرعية في هذا النوع من الشركات ؛ إذ تتعامل تجارياً مع فنادق مليئة بالمحاذير الشرعية ، وكذا تعاملها البنكي فإنها تتعامل مع البنوك الربوية شراكةً وغيرها من النشاطات المصرفية ؛ فالمسلم مطالب أن يُقيم أمره وفق مراد ربه وخالقه ، فليس له الإقدام على أمر حتى يعرف حكم الله فيه ، و إلا فإنه يورد نفسه موارد التهلكة وسوء العاقبة قال عمر ابن الخطاب رضي الله عنه : " لا يبيع في سوقنا إلا من قد تفقه في الدين (2) .

5 - هذا النوع من الشركات لا يسهم في التنمية الاقتصادية (3) ، كما أنه لا يُحدث نقلة اقتصادية بل يؤثر سلباً على اقتصاد الدول ، بل أثبت اقتصاديون أجانب أن الخسارة الاقتصادية في التسويق الشبكي يفوق الخسارة في القمار (1) .

(3) رواه الطبراني في الأوسط (4361) (4/ 335) . وفي الحديث مقال . مجمع الزوائد (6386) (4/ 152) .

(4) الحاوي الكبير (5/ 313) .

(1) موسوعة القضايا الفقهية والاقتصاد الإسلامي (60 ، 171 ، 377) .

(2) الترمذي في سننه (487) كتاب أبواب الوتر ، باب ما جاء في فضل الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم (2/ 352) .

(3) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 12) .

يقول الدكتور حسين شحاته : لا يحقق التسويق الشبكي التنمية الاقتصادية من المنظور الإسلامي ، بل يحقق بيئة استهلاكية ومقتنعة تستنزف نسبة عالية من الأموال والجهود كان يمكن توجيهها إلى مشروعات استثمارية تُشغّل العاطلين (2) .

6 - تضمن هذا العقد في حقيقته لا في صورته الربا بنوعيه : ربا الفضل و ربا النسيئة (3) ؛ لأن المشتركين إنما يترقبون العمولات الكبيرة لا السلعة ، قال تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278) فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَّا تَظْلِمُونَ وَلَا تَظْلَمُونَ } [البقرة: 278، 279]، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً ليحصل على مبلغ كبير (كأن يدفع ألفاً ليظفر بألفين مثلاً) وهذا عين ربا الفضل ، فإذا أضيف إلى ذلك تأجيل المبلغ كان ربا النسيئة ؛ فالعملية نقد بنقد مع التفاضل والتأخير ، وهذا هو الربا المحرّم نصاً وإجماعاً (4) ، إلى جانب ذلك فإن من السلع المباعة الذهب حلياً كان أم على هيئة سلع أخرى كالساعات مثلاً ، ومعلوم أن ما اتحد علة واختلف جنساً يشترط له شرطان التقابض والحلول (5) ، والواقع خلافه .

قال الإمام الشافعي - رحمه الله - : فأصل البيوع كلها مباح إذا كانت برضا المتبايعين الجائزي الأمر في ما تبايعا إلا ما نهى عنه رسول الله صلى الله عليه وسلم منها ، وما كان في معنى ما نهى عنه رسول الله صلى الله عليه وسلم محرم بإذنه داخل في المعنى المنهي عنه ، وما فارق ذلك أبحناه بما وصفنا من إباحة البيع في كتاب الله تعالى (1)

ورُدُّ ذلك بأن المال المدفوع يقابل سلعة ، أين الربا إذا ؟

وأجيب بما سبق بيانه أن السلعة حيلة لتسويغ العقد ، وليست مقصودة بالشراء .

(1) انظر هذا الرابط <http://www.mlm-thetruth.com/ShockingMLMstats.htm>

(2) شبهات حول التسويق الشبكي (النت) .

(3) الربا : لغة : الزيادة . شرعاً : عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد ، أو مع تأخير في البدلين أو أحدهما . تحفة الفقهاء (2 / 25) ، نهاية المحتاج (3 / 424) .

(4) الإجماع (ص 54) ، عمدة الأمة في إجماع الأئمة (ص 156) .

(5) نهاية المطلب (5/ 95) ، معني المحتاج (2 / 22) .

(1) الأم (3/2) .

7 - حوى العقد غرراً فاحشاً بيناً وذلك من جهتين : من جهة أثمان السلع التي تزيد على أثمانها الحقيقية كثيراً⁽²⁾ ، كما أنها لو بيعت السلعة لم تأت بما يقرب من ثمن شرائها ، بل لو وافقت الشركة على الشراء ثلزمك بتكلفة النقل والتي قد تقارب سعر المبيع إن لم تزد.

و من جهة عمل المشتري المسوق والذي لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا ؟ إذ إن التسويق الشبكي مهما استمر فإنه حتماً سيتوقف أو سيتشبع المجتمع ، وعليه سيخسر أصحاب الطبقات الدنيا ، ويظفر رأس الهرم ، ولا يدري المشترك حين انضمامه إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً ، أم في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً ؟ والواقع أن معظم أعضاء الهرم خاسرون إلا القلة القليلة في أعلاه⁽³⁾ ، فالغالب إذن هو الخسارة، وهذه حقيقة الغرر عن أبي هريرة رضي الله عنه قال نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرْرِ⁽⁴⁾ .

قال الإمام النووي - رحمه الله - : وأما النهي عن بيع الغرر فهو أصل عظيم من أصول كتاب البيوع⁽¹⁾ .
رُودٌ ذَلِكَ بِأَنَّهُ لَا مَانِعَ أَنْ يَسْتَأْثِرَ قَلَّةٌ بِالرِّبْحِ دُونَ الْآخِرِينَ إِذَا كَانَ الْعَقْدُ مُتَوَافِرَ الشَّرْطِ ، وَهَنَّاكَ سَلْعَةٌ حَقِيقِيَّةٌ تَقْصِدُ بِالشِّرَاءِ .

وأجيب عن ذلك : أن العقد فيه محاذير شرعية كثيرة كما تبين في المناقشات السابقة، إضافة إلى ذلك أن السلعة في الحقيقة لا تقصد بالشراء ، وإنما جعلت السلعة محللة لعقد الربا ؛ حيث معظم دخل هذه المعاملة من أعمال المشتركين في العملية التسويقية ، أي أن الطبقات السفلى تعطي أموالها للطبقات العليا على أمل أن يأتي دورها⁽²⁾ .

8 - التسويق الشبكي فيه أكل لأموال الناس بالباطل ، وقد قال تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ } النساء: 29.

(2) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 18) .

(3) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 13) .

(4) رواه مسلم في صحيحه (3881) كتاب البيوع ، باب بَطْلَانِ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَالْبَيْعِ الَّذِي فِيهِ غَرَرٌ (3 / 5) .

(1) شرح النووي على مسلم (5/ 296) .

(2) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 14) .

قال الإمام النووي - رحمه الله - : هذه الآية فيها إرشاد إلى أن الأصل في الأموال أن تكون معصومة ، وعليه فقد أجمعت الأمة على أن التصرف في المال بالباطل حرام . والباطل اسم جامع لكل ما لا يحل في الشرع كالكربا والغصب والسرقة والخيانة وكل محرم ورد الشرع به (3).

ووجه ذلك في العقد أن الشركة والمتربعين على رأس الهرم هم الظافرون بالأرباح الكبيرة ، وغيرهم في الطبقات الدنيا يتكاثرون طمعاً في الأرباح ، ولكن يحال بينهم وبين ذلك لتوقف العمل أو لتثبغ المجتمع ، أو استنفاد قوائم المشتريين من معارفه (4).

وردد ذلك بأن المسوق يظفر مقابل أمواله على سلع ، وما يحصله من أموال إنما حوافز مقابل التسويق ، أين إذاً أكل أموال الناس بالباطل ؟

وأجيب عن ذلك : بالأجوبة السابقة بالإضافة إلى أن كل مال أخذ عن غير طريق مشروع فهو من أكل أموال الناس بالباطل ، وأن السلعة في التسويق الشبكي إنما جعلت مراعاةً للحالة النفسية للمشتريين ، وأنهم يزاولون عملاً منتجاً ومفيداً ، كما أن عقد التسويق الشبكي جمّع طرقاً مظلمةً كثيرةً يكفي أحدها إبطالاً للعقد ؛ فكيف إذا اجتمعت ؟ فإنها تزيد الأمر ظلاماً .

9 - جعل الشارع المال محققاً غايات شرعية ضرورية وحاجية وتحسينية، وكل من الأخيرين يحقق المقصد الأول وهو تحقيق المقاصد الضرورية ، والواقع في التسويق الشبكي يخالف ذلك ؛ فإن المشتريين إنما يقصدون المال ، والسلعة إنما هي حيلة لإضفاء المشروعية وجاء في حديث جابر بن عبد الله ، رضي الله عنهما أنه سمع رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول : عام الفتح وهو بمكة : (إن الله ورسوله حرم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام) فقيل : يا رسول الله رأيت شحوم الميتة فإنها يطلى بها السفن ويدهن بها الجلود ويستصبح بها الناس فقال : (لا هو حرام) ، ثم قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : عند ذلك (قاتل الله اليهود إن الله لما حرم شحومها جملوه ثم باعوه فأكلوا ثمنه) (1).

(3) المجموع (145/9) .

(4) التسويق الشبكي تحت المجهر (15) ، التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 13).

(1) رواد البخاري في صحيحه (2236) كتاب بدء الوحي ، باب بيع الميتة والأصنام (3 / 110) .

قال الخطابي - رحمه - : وفي هذا بيان بطلان كل حيلة يُحتال بها توصل إلى محرم ، وأنه لا يتغير حكمه بتغير هيئته وتبديل اسمه (2) .

وقال ابن قيم الجوزية - رحمه الله - : وهذا كله يدل على أن صور العقود غير كافية في حلها وحصول أحكامها إلا إذا لم يقصد بها قصداً فاسداً ، وكل ما لو شرطه في العقد كان حراماً فاسداً فقصده حرام فاسد .

واشتراطه إعلان وإظهار للفساد ، وقصده ونيته غش وخداع ومكر ، فقد يكون أشد فساداً من الاشتراط ظاهراً من هذه الجهة ، والاشتراط الظاهر أشد فساداً منه من جهة إعلان المحرم وإظهاره (1) .

10 - التسويق الشبكي يفسد العلاقات الاجتماعية ؛ إذ يسعى منتسبوه لجعل علاقاتهم الاجتماعية محققة إضافة مالية بانتظام الأقرباء في هذه الشركات ونحو ذلك (2) ؛ مما يؤثر سلباً على القيم والأخلاقيات الإسلامية ، والتي تمثل عنصر الثبات في الأمة و عنوان الإيمان العميق ، و مرام بعث الأنبياء الدقيق عن أبي هريرة قال : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : (إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ) (3) .

ورد ذلك بأنه من حُب الخير للأقربين كي يربحوا ، ويظفروا بما يُحسن وضعهم المعيشي .

وأجيب عن ذلك : بأن من اقتنعوا بذلك ، واجتهدوا في التسويق قد يخسروا جهودهم وأموالهم إذا لم يتمكنوا من استيفاء الشروط المعتبرة عند شركات التسويق الشبكي ؛ وهذا يؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية التي سدت الشريعة كل منافذ الإفساد والإسقاط من تغرير وغش و خديعة وكذب ونحو ذلك حفظاً للأمن الاجتماعي ، وقد جاء عن ابن عمر رضي الله عنهما ، قال : كان رجل يخدع في البيع فقال له النبي صلى الله عليه وسلم : (إذا بايعت فقل لا خلافة فكان يقوله) (4) .

(2) معالم السنن للخطابي (3/ 133) .

(1) إعلام الموقعين (3/ 172_173) .

(2) التسويق الشبكي من منظور فقهي (ص 14) .

(3) رواه أحمد في مسنده (8939) (2/ 381) .

(4) رواه البخاري في صحيحه (2414) كتاب بدء الوحي ، باب من باع على الضعيف ونحوه (3/ 159) ، مسلم في صحيحه (3939) كتاب البيوع ، باب من يخدع في البيع (5/ 11) .

الترجيح :

من خلال عرض الأدلة والمناقشة والردود والإجابات ؛ فإن الباحث يرجح قول المانعين لقوة الأدلة وصحة مأخذها ، وسلامتها من المعارضة ، وضعف مأخذ أدلة المجيزين ، والمعارضة القوية لذلك ؛ وعليه فإن التسويق الشبكي معاملة محرمة تصادم الشرع ، وتفسد المجتمع ، وتعيق النهضة ، كما أنه عقد يؤصل للتعاون على الإثم والعدوان ؛ حيث يسوق المسوقين كل المحاذير الشرعية السابقة في المناقشة من غش وخداع وغرر وكذب وحيل وقمار وربا و أكل أموال الناس بالباطل ، وفساد اقتصادي واجتماعي ، ومصادمة حقيقية للشريعة .

قال تعالى : { وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَآتُوا عَادَاتِكُم مِّنْ أَلْفِ بَرٍّ مِّمَّنْ تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ } [المائدة: 2].

قال الإمام ابن كثير - رحمه الله - : يأمر - الله - تعالى عباده المؤمنين بالمعاونة على فعل الخيرات، وهو البر ، وترك المنكرات وهو التقوى، وينهاهم عن التناصر على الباطل (1) .
والتناصر على فعل الخيرات وترك المنكرات يُوجد فوائد عظيمة للأمة ؛ حيث تنتظم الحياة عملاً وتنمية ، رُقياً ونهضة ، كما تتحقق قوة الأمة ووحدتها ، وتتأصل قيمها و أخلاقها، وهو مقصد شرعي يحققه التعامل السليم بالمال .

قال الإمام محمد الطاهر ابن عاشور - رحمه الله - : وفائدة التعاون تيسير العمل، وتوفير المصالح، وإظهار الاتحاد والتناصر، حتى يصبح ذلك خلقاً للأمة (2) .

والله من وراء القصد و الحمد لله رب العالمين ، وصلى الله على محمد وآله وصحبه أجمعين .

(1) تفسير ابن كثير (12 /2) .

(2) التحرير والتنوير (88 /6) .

الخاتمة:

ختاماً وبعد جولة علمية في كتب الفقه وعلوم الشريعة الأخرى ، والأبحاث العلمية على الشبكة العنكبوتية، واستقراء النصوص ودراستها ، ومجالسة نخبة من الاختصاصيين خلص البحث إلى جملة نتائج تتبعها بعض التوصيات .

النتائج :

- 1 - التسويق الشبكي عقد على بيع سلعة أو خدمة يكون المشتري بموجبه مسوقاً ومستحقاً الحوافز والعمولات.
- 2 - التسويق الشبكي عقد جديد يُحكم بقواعد وضوابط فقه المعاملات المالية .
- 3 - التسويق الشبكي يحدث آثاراً أخلاقية واقتصادية واجتماعية سيئة تصادم مقاصد الشريعة وغاياتها .
- 4 - التسويق الشبكي عقد حوى كثيراً من المحاذير الشرعية من قمار وريا وغرر ونحو ذلك ، والتي يكفي أحدها لتحريم العقد فكيف بها مجتمعة .
- 5 - اختلاف العلماء في حكم التسويق الشبكي لا يُسوِّغ للإنسان الترخير، وإنما القول بالتحريم أقوى وأوفق لضعف حجة المخالفين.

التوصيات :

في ختام هذا البحث هناك جملة وصايا وتطلعات يوصي بها الباحث وهي :

- 1 - توقف المسلم عن أي معاملة يجهل حكم الله فيها ، وسؤال أهل العلم استجابة لله ورسوله صلى الله عليه وسلم .
 - 2 - تنادي العلماء والباحثين ، وتناولهم قضايا مجتمعهم قياماً بالواجب ، ودفعاً للمخاطر .
 - 3 - الاهتمام بالبحث العلمي المؤسسي، والذي من شأنه معالجة المشكلات ، وإجابة التساؤلات .
 - 4 - إيجاد مراكز وكراسي بحثية متخصصة تعنى بدراسة المعاملات المعاصرة المستجدة .
- و ختاماً فله الحمد أولاً وآخراً ، وأسأله اللطف ظاهراً وباطناً ، وهذا لعمري جهد المقل ؛ فإن وُفِّت ففضل من الله ونعمة ، وإن كان الآخر فالله أستغفر ، وأسأله الستر والعافية لي ووالدي والمسلمين . ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم .

والحمد لله رب العالمين و صلى الله على سيدنا محمد

و آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً

فهرس المصادر والمراجع:

أولاً تفسير القرآن الكريم:

تفسير القرآن العظيم ابن كثير : أبو الفداء إسماعيل بن كثير الدمشقي ، تحقيق : سامي بن محمد سلامة ، طبعة دار طيبة للنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية (1420 هـ - 1999 م).

التحرير والتنوير ابن عاشور : محمد الطاهر بن محمد بن محمد الطاهر بن عاشور التونسي ، طبعة مؤسسة التاريخ العربي، بيروت ، الطبعة الأولى (1420 هـ - 2000 م).

الجامع لأحكام القرآن للقرطبي : أبو عبد الله محمد بن أحمد القرطبي ، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت (1413 هـ - 1993 م).

ثانياً الحديث وعلومه :

سنن أبي داود : أبو داود سليمان بن الأشعث السجستاني ، طبعة دار الكتاب العربي - بيروت .

سنن الترمذي : محمد بن عيسى أبو عيسى الترمذي السلمي ، تحقيق : أحمد محمد شاكر وآخرين ، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت .

شرح ابن بطال على صحيح البخاري : أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطال البكري القرطبي ، تحقيق بأبي تميم ياسر بن إبراهيم ، طبعة مكتبة الرشد - الرياض ، الطبعة الثانية (1423 هـ - 2003 م)

شرح مسلم النووي : محيي الدين بن شرف النووي ، دار إحياء التراث العربي ، الطبعة الثانية (1392 هـ).

صحيح البخاري : أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري الجعفي ، طبعة دار الشعب - القاهرة ، الطبعة الأولى (1407 هـ - 1987 م).

صحيح مسلم : مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري ، دار إحياء التراث العربي ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي .

مجمع الزوائد ومنبع الفوائد الهيثمي : الحافظ نور الدين علي بن أبي بكر الهيثمي ، طبعة دار الفكر، بيروت (1412 هـ - 1992 م).

مسند أحمد : أحمد بن حنبل أبو عبد الله الشيباني ، طبعة مؤسسة قرطبة - القاهرة .

المعجم الأوسط للطبراني : أبو القاسم سليمان بن أحمد الطبراني ، تحقيق : طارق بن عوض الله ابن محمد .
وعبد المحسن بن إبراهيم الحسيني ، طبعة دار الحرمين - القاهرة (1415 هـ) .

معالم السنن شرح سنن أبي داود للخطابي : أبو سليمان أحمد بن محمد الخطابي البستي ، طبعة المطبعة العلمية - حلب ، الطبعة الأولى (1351 هـ - 1932 م) .

فتح الباري شرح صحيح البخاري لابن حجر : أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي ، طبعة دار المعرفة - بيروت (1379 هـ) .

ثالثاً الفقه :

الإجماع ابن المنذر : أبو بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر النيسابوري ، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت ،
الطبعة الأولى (1421 هـ - 2001 م) .

الاختيار لتعليق المختار الموصلي : عبد الله بن محمود بن مودود الموصلي الحنفي ، تحقيق عبد اللطيف محمد
عبد الرحمن ، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت ، الطبعة الثالثة (1426 هـ - 2005 م) .

أسنى المطالب في شرح روض الطالب : شيخ الإسلام / زكريا الأنصاري ، تحقيق : د . محمد محمد تامر ،
طبعة دار الكتب العلمية - بيروت ، الطبعة الأولى (1422 هـ - 2000 م) .

الأم الشافعي : محمد بن إدريس الشافعي ، طبعة دار الفكر (1410 هـ - 1990 م) .

تحفة الفقهاء السمرقندي : علاء الدين السمرقندي ، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت (1405 هـ - 1984
م) .

تحفة المحتاج بشرح المنهاج ابن حجر : أحمد بن حجر الهيتمي ، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت .

الحاوي الكبير الماوردي : أبو الحسن علي بن محمد بن محمد بن حبيب البصري البغدادي ، الشهير بالماوردي ،
طبعة دار الكتب العلمية - بيروت ، الطبعة الأولى (1414 هـ - 1994 م) .

الدر المختار شرح تنوير الأبصار الحصكفي : محمد علاء الدين بن علي الحصكفي طبعة دار الفكر - بيروت
(1386 هـ) .

روضة الطالبين وعمدة المفتين النووي : أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي طبعة المكتب الإسلامي
(1405 هـ) .

- شرح منتهى الإيرادات المسمى دقائق أولي النهى لشرح المنتهى البهوتي : منصور بن يونس بن إدريس البهوتي طبعة عالم الكتب - بيروت ، الطبعة: الثانية (1996م) .
- عمدة الأمة في إجماع الأئمة الريمي : جمال الدين محمد بن عبد الله الريمي ، بعناية د/ محمد عبد الواحد الشجاع ، الطبعة الأولى (1422هـ - 2002م) .
- الفروع الراميني : محمد بن مفلح بن محمد بن مفرح ، أبو عبد الله ، شمس الدين المقدسي الراميني الصالحي ، تحقيق عبد الله بن عبد المحسن التركي ، طبعة مؤسسة الرسالة ، الطبعة الأولى (1424 هـ - 2003 م) .
- كفاية الطالب الرباني لرسالة أبي زيد القيرواني : أبو الحسن المالكي ، تحقيق : يوسف الشيخ محمد البقاعي ، طبعة دار الفكر - بيروت (1412 هـ) .
- نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج الرملي : محمد أحمد الرملي ، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت ، الطبعة الأولى (1412هـ - 1992م) .
- نهاية المطلب في دراية المذهب الجويني : عبد الملك بن عبد الله بن يوسف بن محمد الجويني ، أبو المعالي ، ركن الدين ، الملقب بإمام الحرمين ، حققه وصنع فهرسه أ.د/ عبد العظيم محمود الديب ، طبعة دار المنهاج ، الطبعة الأولى (1428هـ - 2007م)
- المجموع للنووي : محيي الدين بن شرف النووي ، طبعة دار الفكر .
- المعاملات المالية المعاصرة في الفقه الإسلامي - شبير : محمد عثمان شبير ، طبعة دار النفائس - عمان ، الطبعة الرابعة (1422هـ - 2001م) .
- المغني لابن قدامة : عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي أبو محمد ، طبعة دار الفكر - بيروت ، الطبعة الأولى (1405 هـ) .
- مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج الخطيب : محمد بن محمد الخطيب الشربيني ، طبعة دار الفكر - بيروت (1398هـ - 1978م) .
- مواهب الجليل لشرح مختصر الخليل الخطاب : شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد ابن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي ، المعروف بالخطاب الرعيني تحقيق: زكريا عميرات ، طبعة دار عالم الكتب (1423 هـ - 2003م) .

موسوعة القضايا الفقهية والاقتصاد الإسلامي السالوس : أ.د / علي أحمد السالوس ، طبعة مجموعة مكتبات ، الطبعة الحادية عشرة (1428هـ - 2008م) .

الوسيط في المذهب الغزالي : محمد بن محمد بن محمد الغزالي أبو حامد ، تحقيق : أحمد محمود إبراهيم ، محمد محمد تامر ، طبعة دار السلام - القاهرة (1417هـ) .

الياقوت النفيس الشاطري : أحمد بن عمر الشاطري العلوي الحسيني ، اعتنى به محمد يحيى البيك ، طبعة مؤسسة الرسالة ناشرون ، الطبعة الأولى (1430هـ - 2009م) .

رابعاً القواعد الفقهية :

الأشباه والنظائر السيوطي : عبد الرحمن بن أبي بكر السيوطي ، تحقيق محمد حسن محمد حسن إسماعيل الشافعي ، طبعة دار الكتب العلمية (1419هـ - 1998م) .

المنثور في القواعد الزركشي : محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي أبو عبد الله ، تحقيق : د. تيسير فائق أحمد محمود ، طبعة وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت ، الطبعة الثانية (1405هـ) .

خامساً الأصول :

إعلام الموقعين عن رب العالمين ابن القيم : محمد بن أبي بكر أيوب الزرعي أبو عبد الله ابن قيم الجوزية ، تحقيق : طه عبد الرؤوف سعد ، طبعة دار الجيل - بيروت (1973م) .

المستقصى في أصول الفقه الغزالي : أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الطوسي ، تحقيق : د/ محمد بن سليمان الأشقر ، طبعة مؤسسة الرسالة - بيروت ، الطبعة الأولى (1417هـ - 1997م) .

الموافقات في أصول الشريعة الشاطبي : أبو إسحاق إبراهيم بموسى اللخمي الغرناطي المالكي ، اعتنى به : الشيخ عبد اللطيف رجب اليوسف ، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت ، الطبعة الأولى (1422هـ - 2001م) .

سادساً اللغة :

لسان العرب لابن منظور : محمد بن مكرم بن منظور الأفرريقي المصري ، طبعة دار صادر - بيروت ، الطبعة الأولى .

المصباح المنير للفيومي : أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي ، الناشر : مكتبة لبنان (1987م) .

معجم لغة الفقهاء : قلعه جي : أ. د : محمد رواس قلعه جي ، طبعة دار النفايس (1416هـ - 1996م) .

سابعاً المتفرقات :

التسويق الشبكي من منظور فقهي الأشقر : أسامة عمر الأشقر ، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات - المجلد الثامن - العدد الأول (2006م) .

فتوى المجلس الأعلى للإفتاء في فلسطين في جلسته التاسعة والسبعين بتاريخ 18 / 3 / 2010م .
2 - الشبكة العنكبوتية (النت) :

تكييف التسويق الشبكي والهريمي وحكمه اليمني : د/ محمد عبدالعزيز اليمني .

التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي الضرير : د/ إبراهيم الضرير

التسويق الشبكي تحت المجهر بلفقيه : زاهر سالم بلفقيه .

التسويق الشبكي في ضوء القواعد الفقهية شحاته : د/ حسين حسين شحاته .

التسويق الشبكي العجمي : د/ نايف محمد العجمي .

حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية لقرني : أحمد سمير قرني .

حكم التسويق الشبكي في ضوء المقاصد أبو زيد : د / وصفي عاشور أبو زيد .

رد إبراهيم الكلثم على الدكتور سامي السويلم ، ورد السويلم ، موقع الإسلام اليوم .

شبهات حول التسويق الشبكي شحاته : د/ حسين حسين شحاته .

فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية .

<http://www.mlm-thetruth.com/ShockingMLMstats.htm>