

تكييف التسويق الشبكي والهرمي

وحكمه

ورقة مقدمة لمركز التميز البحثي في فقه القضايا المعاصرة

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

إعداد

د. محمد بن عبد العزيز اليماني

أستاذ الدراسات الإسلامية المشارك

قسم الثقافة الإسلامية - كلية التربية

جامعة الملك سعود

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين
أما بعد:

فإن موضوع التسويق الشبكي من النوازل المعاصرة التي انتشرت في السنوات الأخيرة في البلاد الإسلامية قادمة من الغرب ، وقد كثر السؤال عنها، وأصبحت الحاجة ماسة إلى بيان معناها، وكيفيةها الفقهية، ومن ثم الحكم عليها وقد تصدى بعض العلماء والباحثين لذلك -جزاهم الله خيرا- ، لكن الموضوع لا زال بحاجة للبحث من جهة تحرير كيفية عقد التسويق الشبكي، من خلال النظر في صورته، ومن ثم الحكم عليه. لذلك رأيت المشاركة في ندوة التسويق الشبكي التي يعقدها مركز التميز البحثي في جامعة الإمام بهذه الورقة التي جلتها مأخوذ من بحثي الموسوم: بالتسويق الشبكي والهرمي وأحكامه في الفقه الإسلامي، والمقبول للنشر في مجلة جامعة الإمام. وسأركز في هذه الورقة على تكييف التسويق الشبكي ومن ثم الحكم عليه، مبينا الأدلة وما وقفت عليه من المناقشات حول الموضوع.

وقد قسمت البحث إلى مبحثين:

المبحث الأول: معنى التسويق الشبكي (الهرمي) ونشأته وأنواعه وصورته.

المبحث الثاني: تكييف التسويق الشبكي (الهرمي) وحكمه

أسأل الله أن يكون هذا العمل خالصا لوجه الله، موافقا للصواب وأن ينفع به. وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين وسلم تسليما كثيرا.

المبحث الأول: معنى التسويق الشبكي (الهرمي) ونشأته وأنواعه وصوره.

أولاً: معنى التسويق الشبكي - الهرمي¹ :

هو تسويق مباشر يهدف إلى حصول العميل على السلعة من المنتج مباشرة دون واسطة، معتمداً في تسويق السلعة وبيعها على المشتريين أنفسهم، وذلك وفق آلية تعتمد على اشتراط الشراء من الصنف الذي تسوقه الشركة ليحق للمشتري بعد ذلك تسويق تلك السلعة أو الصنف على مشتريين جدد يصبحون بعد الشراء مسوقين، ويحصل كل مشتر مسوق على عمولة عن بيعه للسلعة وعلى عمولة عن بيع من اشترى منه، وعلى من اشترى ممن اشترى منه الخ، وفق ضوابط معينة تختلف باختلاف الشركات ونوع التسويق الشبكي المتبع، تسمح بتحقيق الربح للشركة وتوزيع عمولات على المشتريين المسوقين، فالمبلغ الذي يدفعه المشتري هو لشراء السلعة وللحصول على وظيفة مسوق يحصل بها على عمولات عن جهده وعن جهد من وظيفهم.

ثانياً: الفرق بين التسويق الشبكي وشبكات التسويق:

تنشر بعض الشركات أعداداً كبيرة من المسوقين - شبكات من المسوقين - حول العالم لتحقيق أكبر عدد من المبيعات، ولكن المسوقين هنا موظفون بعمولة أو براتب أو على شكل وكلاء ونحو ذلك، يحصلون على العمولة بمجرد بيعهم للسلعة والمنتج، دون اشتراط شراء للمنتج من قبلهم، ولا توظيف غيرهم في نظام هرمي وطبقي ومتعدد المستويات كالذي يحصل في التسويق الشبكي وهذا هو الفرق المؤثر بين الأمرين. صحيح أن التسويق الشبكي يعتمد على جمع من المسوقين وشبكات من المسوقين ولكنه نوع خاص من شبكات المسوقين يتكسب في المقام الأول من اشتراكات العملاء، ووضعهم في

¹ عرف التسويق الشبكي بعدة تعريفات توضح طبيعته منها: 1- أسلوب تسويقي يعتمد على شبكة من العملاء، ويقوم النظام على أساس تجنيد شبكات من الأعضاء الجدد للترويج لمنتجات شركة ما، مقابل عمولات مالية، ويعتمد النظام على شبكات في شكل شجرة ذات أفرع عديدة يتفرع بعضها عن بعض، أو في شكل هرم ذي مستويات، ويحصل العضو الأول في تلك الشجرة، أو ذلك الهرم على عمولات عن كل عضو جديد يدخل فيها. التسويق الشبكي للذبابي ص 14-15.

2- نظام تسويقي مباشر يروج لمنتجاته عن طريق المشتريين بإعطائهم عمولات مالية مقابل كل من يشتري عن طريقهم وفق شروط معينة. التسويق التجاري للشهراني ص 502.

3- برنامج تسويقي يمنح المشاركين فيه شراء حق التوظيف لمزيد من المشاركين، وبيع المنتجات أو الخدمات، والتعويض عن المبيعات عن طريق الأشخاص الذين قاموا بتجنيدهم، فضلاً عن المبيعات الخاصة بهم. تعريف ستيفن بارت من موقع:

<http://www.mlmlwatch.org/01General/glossary.html> وانظر التسويق الشبكي لبلفقيه ص 6

طبقات ومستويات متعددة لا من بيع المنتج كالذي يحصل في شبكات التسويق التقليدية¹. وبعبارة أخرى التسويق الشبكي يهدف إلى زيادة المسوقين، بينما شبكات التسويق تهدف إلى زيادة المبيعات.

ثالثاً: أنواع التسويق الشبكي (الهرمي) وصوره:

تختلف أنواع التسويق الشبكي(الهرمي) وصوره باختلاف الشركة ونظامها في ربط المسوقين في أهرامات أو طبقات أو شبكات أو مستويات، لكن ما وقفت عليه من أنواع وصور يمكن إجمالها - اختصاراً- في:

1- ينقسم التسويق الشبكي باعتبار وجود منتج - سلعة- أو عدمه إلى:

أ- التسويق الشبكي القائم على وجود منتج يشترط شراؤه² للانضمام إلى هرم وشبكة الشركة. وهذا النوع هو محل البحث هنا.

ب- التسويق الشبكي القائم على الدفع النقدي المجرد للاشتراك في شبكات وطبقات التسويق، وذلك للحصول على عمولات عن كل عميل أتيت به، أو أتى به أحد أفراد شبكتك. وهذا ليس محل البحث هنا، إذ إنه أصبح قليلاً جداً وممنوعاً حتى في الغرب.³

2- وينقسم التسويق الشبكي باعتبار شروط صرف العمولات والمكافآت، ومقدارها إلى أقسام وصور كثيرة يكفيني هنا أن أضرب أمثلة لها:

أ- شركات تشترط لتحصيل العمولة إدخال عدد من الأعضاء وتحقيق عدد من المبيعات، تقل أو تكثر حسب شروط كل شركة، و شركات تعطي عمولة عن كل عضو جديد أدخلته، وعن كل منتج بعته⁴، دون اشتراط عدد محدد.

ب- شركات تشترط للاستمرار في تحصيل العمولة، معاودة شراء المنتج بعد فترة معينة تحددها كل شركة حسب التنظيم الذي تراه أرباح لها. وشركات لا تشترط معاودة شراء المنتج.

¹ انظر التسويق الشبكي للذياني ص19-20.

² بعض الشركات تدعي عدم اشتراط شراء مسبق للسلعة، لكنها تقوم بما هو أسوأ وهو اشتراط مركز مالي يتضمن في حقيقته دفع مبلغ مالي أو دفع رسوم اشتراك .

³ يحاول البعض التفريق بين الشبكي والهرمي بجعل الهرمي هو الحالي عن المنتج والشبكي هو القائم على المنتج، لكن الصحيح أنه لا فرق بينهما، وإنما هما صورتان لأمر واحد. انظر التسويق الشبكي لبلفقيه ص8-9، وملخص كتاب لكوترل بعنوان: التسويق أول ضحايا فشل الشركات في جريدة القبس الكويتية العدد: 13028 في 13/9/1430هـ. ص47.

⁴ إدخال كل عضو يعني بيع منتج عليه، وتكرار العبارة للتوضيح ليس إلا.

- ج- شركات تضع برنامجا واحدا لتحصيل العمولة، وشركات تضع أكثر من برنامج.
- د- شركات تجعل العمولة عن بيع المنتج فقط بعد شرائك إياه، وفق أنظمة تختلف من شركة إلى أخرى، وشركة قد تجعل العمولة بعد شرائك المنتج عبارة عن هدية أوهبة¹.

المبحث الثاني: تكييف التسويق الشبكي (الهرمي) وحكمه

أولاً: تكييف التسويق الشبكي (الهرمي)²:

أقسام التكييف حسب الصور والأنواع إلى أقسام هي:

القسم الأول: تكييف ما تتفق عليه أغلب شركات التسويق الشبكي الهرمي وهو: اشتراط شراء منتج للشركة للحصول على حق التسويق والحصول من ثم على العمولات، وتنظيم المشترين المسوقين في شبكة وهم ومستويات وطبقات بعضها فوق بعض يحصل الأعلى درجة والأقدم على عمولة عن شراء وانضمام من تحته ومن تحت تحته وهكذا، الأعلى يحصل على عمولة عن بيع الأقل درجة، في تنظيم يشبه نظام القطعان المرتبط بعضها ببعض، فمصلحة كل واحد بدخول غيره عن طريقه وعن طريق من دخل عن طريقه..... الخ فالمشتررون هم المسوقون، وشراء السلعة غير مقصود بعينه وإنما هو وسيلة للانضمام إلى قائمة المسوقين للحصول على الغرض الرئيسي وهو العمولات، ف شراء السلعة في العقد هو وسيلة وليس غاية ويكفي نظرة واحدة في إعلانات شركات التسويق الشبكي لتبين المقصد الأهم للمشترين وهو الانضمام للمسوقين نظرا لما تتضمنه الإعلانات من مميزات مادية كبيرة للتسويق في مقابل سلع كمالية لا أهمية كبيرة ولا قيمة اقتصادية لها، ولا عبرة بما يقوله بعض المروجين لشركات التسويق الشبكي من المستفيدين والحائزين على درجات عليا فيها والذين يخشون من انهيارها وفقدان مكاسبهم عند خروج المسوقين المشترين من طبقات التسويق الشبكي الهرمي فدعواهم أن السلع مقصودة بذاتها باطل يبينه إعلانات الشركات نفسها في منتدياتها ودعاياتها.

¹ لم أطلع على شركة تدعي الهبة إلا شركة هبة الجزيرة. انظر التسويق الشبكي للذياني ص91.

² لم أقل تكييف شركات التسويق الشبكي (الهرمي)، لأن حقيقتها في الجملة واحدة وطريقتها في النهاية واحدة وإن اختلفت الصور فهو اختلاف تنوع، لا اختلاف تضاد، لذلك سأركز في التكييف على الكيفية الجامعة المبرزة لحقيقة التسويق الشبكي دون الاستطراد فيما يشئت ذهن القارئ ولا يفيد المراد شيئا.

وكيفية هذا العقد الذي يشترط فيه عقد لتحقيق عقد -والله أعلم وأحكم- أنه عقد مالي مركب من بيع وجعالة¹ جديدة ليس لها نظير في الفقه من جهة أن الجعل فيها موعود به على عمله وعمل غيره ممن يدخلهم في هذه الشبكة، إضافة إلى أن العقد يتضمن إلزام المشتري الثاني ومن بعده بوجوب الانضواء تحت غيره ممن يستفيد من جهده. والخلاصة أنه بهذه الكيفية عقد حادث ليس له نظير مماثل من العقود المعروفة فقها، ولا صحة لما يقال بأنه عقد سمسة، أو جعالة محضة، أو وكالة بأجر لما بينه وبين هذه العقود من الفروق الظاهرة الناتجة عن التركيب و الشروط المصاحبة. والراجع -والله أعلم- أن التركيب لا يمنع ولا يجرم بمجردة وإنما إذا أدى إلى محرم أو تضمن محرما أو كان وسيلة إلى محرم، والذي يظهر لي -والله أعلم- أن عقد التسويق الشبكي (الهرمي) بهذه الكيفية يشتمل على الغرر والتغرير نتيجة علم شركة التسويق الهرمي بمكسبها-غالبا- وجهالة الأمر بالنسبة للمشتري المسوق فهو يدخل العقد ويدفع مبلغا لشراء سلعة -لا حاجة له فيها غالبا- توسلا بهذا الشراء إلى الحصول على العمولات الاحتمالية مجهولة التحقق وهذا عين الغرر. كذلك هو يتضمن القمار والميسر في جانب المشتري المسوق² ذلك أنه يدفع المال مخاطرا به أن يغمم أكثر مما دفعه، أو يغمم فلا يحصل على شيء.

كذلك هو يتضمن بهذه الكيفية أكل أموال الناس بالباطل من جهة ربط المشتريين في رباط طبقي هرمي يأكل الأعلى من جهد الأدنى.

¹ من الفروق بين الجعالة الجديدة في عقد التسويق الشبكي والجعالة المعروفة في الفقه: 1- أن التركيب في التسويق الشبكي يتضمن شرطا بدفع مال مقابل سلعة ليكون المرء مجعولا له وهذا بعيد عن الجعالة المعروفة في الفقه. 2- أن الجعل الموعود به هو على عمله وعمل غيره ممن ينضوي في شبكته وهرمه. والجعل في الجعالة المعروفة على عمل الجعول له فقط، ولا يدفع الجعول له مبلغا ليكون مجعولا له. انظر لمزيد من الفروق التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي للضريير ص11، والتسويق الشبكي لبلفقيه ص18، والتسويق الشبكي للذياني ص41-42.

² قيدته في جانب المشتري المسوق؛ لأن الغالب أن شركات التسويق الشبكي تدخل على بينة من ربحها ومكسبها لذلك لا يطلق عليها أنها مقامرة ولكن إن دخلت على جهل من ربحها أو على مخاطرة بالغنم أو الغرم فيصح في حقها المقامرة. وقد يقال: إن القمار لا بد فيه أن يكون جميع المتعاقدين على خطر الغنم والغرم وهذا لا يصدق في الغالب على شركات التسويق الشبكي. فالجواب: أن القمار واقع من جميع المشتريين المسوقين والشركات هي بمثابة المنظم لعملية القمار الكاسب من الجميع. وأيضا فالإطلاق هنا لبيان وجه القمار وجهته في هذا العقد ولهذا قيدته بالمشتري المسوق. وعلى التسليم فهو من الإطلاق العام لا من الإطلاق الخاص المراد به اشتراك جميع المتعاقدين لزاما في المخاطرة بالغنم والغرم.

ومن جهة أنه يتضمن الغبن والظلم الناتج من إجبار الناس على شراء ما لا رغبة لهم فيه وبالثلثين المحدد لهم - وهو غالباً أكثر من قيمة السلعة - للانضمام للمسوقين.

ثم إن النظام المتبع في التسويق الشبكي (الهرمي) القائم على ربط الناس في شبكات لا يشتري فيه السلع إلا المسوق نفسه طمعاً في العمولات المتحققة من شراء مسوق آخر هو عبث ينزه عنه العقلاء فكيف يظن بشريعة الله أن تقره.

والتركيب فيه بين البيع والجماعة الحادثة هو حيلة لإقراره بعدما حرمت عليهم القوانين الوضعية التسويق الشبكي الخالي من السلعة.

وهو في الأخير من البيعتين في بيعة، ومن الصفقتين في صفقة، ومن الشرطين في البيع التي جاء النهي عنها في حديث أبي هريرة - رضي الله عنه - قال: (نهى رسول الله ﷺ عن بيعتين في بيعة)¹ وفي حديث ابن مسعود - رضي الله عنه - أن النبي ﷺ: (نهى عن صفقتين في صفقة واحدة)² وفي قوله ﷺ (لا يجل سلف وبيع، ولا شرطان في بيع)³ فمما فسرت به الصفقتان والبيعتان والشرطان أن يشرط عقد في عقد على وجه يؤدي إلى محرم⁴.

¹ أخرجه الترمذي في جامع الترمذي بتحفة الأحوذى 357/4، وقال الترمذي عنه: (حديث حسن صحيح والعمل على هذا عند أهل العلم). والنسائي في سنن النسائي 295/7-296، والبيهقي السنن الكبرى 343/5، والبخاري في شرح السنة 142/8 وقال: هذا حديث حسن صحيح، وأحمد في المسند 432/2، وابن حبان في صحيحه انظر الإحسان بترتيب صحيح ابن حبان لابن بلبان 347/11، وموارد الظمان إلى زوائد ابن حبان للهيثمي ص 272 ورواية ابن حبان له تعتبر تصحيحاً منه للحديث، وقد حسنه محقق الإحسان شعيب الأرنؤوط، وكذا حسنه الألباني في الإرواء 149/5،

² أخرجه أحمد في المسند 398/1، بهذا اللفظ مرفوعاً، وأخرجه موقوفاً على ابن مسعود رضي الله عنه بلفظ (لا تصلح سفتتان في صفقة) بإبدال الصاد سيناً المسند 393/1، وأخرجه ابن أبي شيبة موقوفاً على ابن مسعود في المصنف 54/5، وعبد الرزاق في المصنف 138/8-139، والموقوف على ابن مسعود صحيح، أما المرفوع فضعيف انظر إرواء الغليل للألباني 148/5-149، والجامع لأحاديث البيوع لسامي الخليل ص 26، والموسوعة الحديثية مسند الإمام أحمد تحقيق جمع من الباحثين 270/6-324.

³ أخرجه أبو داود في سننه 769/3 وسكت عنه، والترمذي في جامع الترمذي بتحفة الأحوذى 361/4 وقال: حسن صحيح، والنسائي في سنن النسائي 295/7، وابن ماجه في سنن ابن ماجه 737/2-738، والدارمي في سنن الدارمي 329/2، والدارقطني في كتاب البيوع سنن الدار قطني 75/3، والبيهقي في السنن الكبرى 267/5، والحاكم في كتاب البيوع، المستدرک 21/2 وصححه وقال: (هذا حديث على شرط جملة من أئمة المسلمين) ووافقه الذهبي في التلخيص بديل المستدرک، وأخرجه أحمد في المسند 174/2-175، وصححه شيخ الإسلام في الفتاوى الكبرى 177/6، وحسنه الألباني في إرواء الغليل 148/5.

⁴ انظر العقود المالية المركبة للعمري ص 90.

القسم الثاني: تكييف ما تدعيه بعض شركات التسويق الشبكي من أنها لا تشترط شراء المنتج للانضمام إلى طبقات المسوقين وشبكاتهم وإنما تشترط فقط دفع رسم مالي فقط ، أو إنشاء مركز مالي يتضمن دفع مبلغ مالي¹ للحصول على حق التسويق والحصول مقابل ذلك على العمولات الاحتمالية المعلن عنها مقابل إغراء مجموعة من الناس -بضوابط وعدد يختلف من شركة إلى أخرى- لشراء المنتج والانضمام إلى شبكتك التسويقية، فالإعفاء من الشراء هو عن المشتري الأول وليس عن من جاء من طريقه.

وتكييف هذا القسم لا يختلف عن القسم الأول إلا في عدم اشتراط الشراء على المشتري الأول واشتراط دفع مبلغ من المال للحصول على حق التسويق والعمولات الناتجة عنه. وهذا الأمر من المشتري الأول الذي يدفع مبلغا من المال للحصول على العمولات الاحتمالية مجهولة التحقق -التي يمكن أن تزيد عما دفعه أو تنقص أو تنعدم- الناتجة من تسويق السلعة على مشرتين مسوقين آخرين هو أصح في القمار والميسر من القسم الأول بالإضافة إلى المفاسد الأخرى التي ذكرت في القسم الأول. والخلاصة: أن العقد الأول في هذا القسم عقد قمار وميسر ذلك أنه يدفع المال مقابل الحصول العمولات الناتجة من التسويق والتي قد تزيد فيغرم أو تنقص أو تنعدم فيغرم وهذا عين القمار -والله أعلم-.

القسم الثالث: وهذا القسم افتراضي لا وجود له في الغالب ولكنني وضعت على احتمال أن تدعي إحدى شركات التسويق الشبكي العمل به وهو: أن لا يشترط الشراء ولا الدفع مقدما على المشتري المسوق الأول للحصول على حق التسويق والحصول على العمولات ولكن تبقى المعضلة الملازمة للتسويق الشبكي وهي نظم الناس في طبقات وشبكات؛ لأن هذا يستلزم منه أن اشتراط شراء المنتج إذا سلم منه الأول فلن يسلم منه الثاني الذي سيشتترط عليه لزاما الشراء حتى يحصل الأول على العمولات، وهذا يعيد الأمر إلى القسم الأول ولا بد، فلا فرق إذا بين القسمين إلا في المشتري الأول دون بقية المشتريين المسوقين وهذا لا يعد فرقا مؤثرا في الحكم على تسليم وجوده.

¹ مثل ما كانت تدعيه شركة بنزاس المندثرة. انظر التسويق التجاري للشهراني ص508 وما بعده، والتسويق الشبكي للذياني

ص89، و <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

ثم الأمر الثاني وهو جوهر نظام التسويق القائم على ربط الناس ونظمهم في طبقات يأكل بعضهم من جهد بعض والشركة تأكل من جهد الجميع دون وجه حق فهو من أكل أموال الناس بالباطل، وشراء المنتج فيه صوري للوصول إلى العمولات والأموال الموعودة الاحتمالية التحقق وهذا من الحيل المذمومة¹ لاستباحة القمار والميسر.

القسم الرابع: تكييف التسويق الشبكي إذا كانت الأموال الموعود بها المشتري المسوق قائمة على الوعد والهبة الاحتمالية وليست قائمة ومرتبطة بالتسويق².

هذا النوع من أصرح صور القمار والميسر، لأن المشتري للسلعة المسوق لمنتجات الشركة إنما دخل في هذا العقد رغبة في الهبات والمنح الاحتمالية الموعود بها من قبل الشركة فهو مخاطر بالغنم أو الغرم من أول العقد، ولا عبرة بدعوى أن الرغبة في المنتج. والدليل أن المنتج لو ترك دون هبات لما التفت إليه إلا أقل القليل لوجوده بسعر أقل من سعر الشركة بكثير، ولما احتاجت الشركة إلى النظام الهرمي في التسويق، فالتسويق الهرمي أكبر دليل على أن المنتج صوري لا قيمة له، فلا بد أن تناط الأحكام الشرعية بحقائق الأمور التي دل العقل والواقع على اعتبارها والقصد إليها، لا أن تناط بأمر صورية لا تغير من حقيقة الأمر وواقعه شيئاً³.

والمال الموعود به المشتري هو في حقيقته عين القمار والميسر ولا عبرة بتسميته هبة، قال شيخ الإسلام ابن تيمية -رحمه الله-: الواهب لا يهب إلا للأجر فتكون صدقة، أو لكرامة الموهوب له فتكون هدية، أو لمعنى آخر فيعتبر ذلك المعنى⁴.

وقبل أن أختتم الحديث عن تكييف التسويق الشبكي الهرمي لا بد من التنبيه على أن شركات التسويق الشبكي إذا تخلت عن النظام الشبكي الهرمي الطبقي فقد خرجت من التسويق الشبكي إلى تسويق آخر لا علاقة للبحث به، ولا يعد من صور التسويق الشبكي في شيء.

¹ عرفت الحيلة المحرمة: أن يظهر عقداً مباحاً يريد به محرماً، مخادعة وتوسلاً إلى فعل ما حرم الله، واستباحة محظوراته، أو إسقاط واجب، أو دفع حق، ونحو ذلك. المغني لابن قدامة 6/116.

² مثل ما كانت تعمل شركة هبة الجزيرة المندثرة وكان منتجها عبارة عن قرص CD سعره خمسمائة ريال، ويوعده المشتري بهبة مقدارها 15000 ريال بعد مدة من الزمن حسب قوة السوق. انظر التسويق التجاري للشهراني ص512، والتسويق الشبكي للذياني ص91.

³ انظر القمار للملحم ص546.

⁴ إقامة الدليل على إبطال التحليل 3/147.

5- وقوله ﷺ : (فإن دماءكم وأموالكم وأعراضكم عليكم حرام، كحرمة يومكم هذا، في بلدكم هذا، في شهركم هذا)¹

6- و حديث أبي هريرة . ﷺ . قال: قال رسول الله ﷺ (الصلح جائز بين المسلمين، إلا صلحاً أحل حراماً، أو حرم حلالاً، والمسلمون على شروطهم إلا شرطاً حرم حلالاً، أو أحل حراماً)² و شرط الشراء أو دفع الرسم في التسويق الشبكي من الشروط التي تحل الحرام وهو القمار والميسر -والله أعلم-

ثالثاً: أدلة المجيزين للتسويق الشبكي والجواب عنها:

ذكر بعض المجيزين³ للتسويق الشبكي شبهها، انبرى للرد عليها بعض العلماء

وطلبة العلم⁴، وسأطرح هنا بعض الشبه التي وردت في أحد المواقع¹ وأحاول الإجابة عنها وهي:

¹ أخرجه البخاري في كتاب الأضاحي باب من قال: الأضحى يوم النحر صحيح البخاري ومعه فتح الباري 121/11، ومسلم في كتاب القسامة باب تغليظ تحريم الدماء والأعراض والأموال صحيح مسلم بشرح النووي 169/11.
² ذكره البخاري تعليقاً بصيغة الجزم مقتضراً على لفظ (المسلمون على شروطهم) في كتاب الإجارة باب أجر السمسرة صحيح البخاري بفتح الباري 212/5، و أخرجه أبو داود. سنن أبي داود 19/4-20، والترمذي. جامع الترمذي ومعه تحفة الأحوزي 487/4، وقال: (هذا حديث حسن صحيح)، وابن ماجه. سنن ابن ماجه 788/2، وأخرجه أحمد في المسند 366/2، وقال شيخ الإسلام في الحديث (وهذه الأسانيد وإن كان الواحد منها ضعيفاً فاجتماعها من طريق يشد بعضها بعضاً) مجموع الفتاوى 147/29، وحسنه الشوكاني في نيل الأوطار 304/5 حيث قال (والطرق يشهد بعضها لبعض، فأقل أحوالها أن يكون المتن الذي اجتمعت عليه حسناً) وصححه الألباني وقال: (وجملة القول: أن الحديث بمجموع هذه الطرق يرتقي إلى درجة الصحيح لغيره) إرواء الغليل 145/5.

⁵ انظر في أسماء المجيزين - ولم أذكرهم خوفاً من أن أذكر أحداً منهم وهو قد تراجع، وهم في الجملة قليل، وقد ثبت تراجع بعضهم - التسويق الشبكي لبلفقيه ص21، والتسويق التجاري للشهراني ص516 وما بعدها.

² انظر موقع الإسلام اليوم ومناقشة د. سامي السويلم لإبراهيم الكلثم حول شركة بناس، والتسويق التجاري للشهراني ص516 وما بعدها، والتسويق الشبكي لبلفقيه ص21.

¹ انظر موقع الإسلام اليوم ومناقشة د. سامي السويلم لإبراهيم الكلثم حول شركة بناس، والتسويق التجاري للشهراني ص516 وما بعدها، والتسويق الشبكي لبلفقيه ص21.

² انظر موقع: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>. وقد أوردت الشبه كما وردت في الموقع، وهي وإن كانت نصت في بعض الأدلة على شركة كويست نت، لكنها تشمل كل ما يماثلها من شركات التسويق الشبكي، وقد فضلت نقل الشبه بنصها أداءً للأمانة العلمية؛ ولأن في الجواب عنها جواب عن ما يماثلها دون فرق.

1- أن التسويق الشبكي يختلف عن التسويق الهرمي الذي كانت شركات مثل: هبة الجزيرة، وبناس، وجولد كويست تتعامل به، حيث إن السلع فيه وهمية وغير ذات قيمة ولذا انهارت هذه الشركات أما التسويق الشبكي الذي تتعامل به شركة كويست نت وغيرها من الشركات الحديثة، فهو تسويق حقيقي فيه سلع ذات قيمة².

والجواب: هذه الشبهة متناقضة ذلك أن التسويق الهرمي والشبكي الذي لا يعتمد على المنتج ممنوع حتى في الغرب وأمريكا تحديداً. والتفريق بين الشبكي والهرمي لا وجه له ولا حقيقة إلا للتلبس على الناس فالفرق هو بين تسويق شبكي هرمي لا منتج فيه وبين ما فيه منتج، أما حصر الهرمي في الذي لا منتج فيه فهذا كذب صريح للتسويق الدعائي لا غير³. ثم إن شركة كويست نت وفي بعض

³ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>. حيث جاء فيه في بيان الفرق بين شركة كويست نت والشركات الأخرى - وقد نقلته بنصه واختصرت النقل لما فيه من الإسفاف، وفي المنقول ما يشير إلى ذلك مع الأسف:- (ورجوعاً لفتوى المفتي العام السعودي السني - مع كل الاحترام والتقدير والتبجيل والولاء للمفتي العام السعودي السني - الأشد في الفتوى كتب بأن حكمها حكم شركات التسويق الشبكي أو الهرمي مثل حكم شركة بسناس وهبة الجزيرة وسفن دايموند و جولدكويست وغيرها من الشركات الأخرى في الفتوى التي صدرت من المفتي العام السعودي السني. والفتوى فيها من المعلومات المغلوطة والخاطئة بالنسبة لكويست نت ولا تمت لها بأي صلة وجمعت فيها كل شركات التسويق الشبكي والتسويق الهرمي ووصفوها بأنها كلها في إناء واحد وحكموا عليها بالحرام بالاستدلال على المعلومات غير الحقيقية والمغلوبة تجاه كويست نت، وتلك الشركات التي تتبع طريقة مختلفة عن شركة كويست نت . ولأني اعتقد بأن المفتي العام السعودي السني لو تم قراءت الفتوى عليه وقرأت ما كتب في الفتوى كاملة وحتى الحواشي التي ذكر فيها شركة "جولدكويست" ونحن "كويست نت" وليس "جولدكويست" و لا تنتمي هذه الشركة إطلاقاً لأي من شركات كويست الدولية وغير موجودة في الانترنت وفي ارض الواقع أبداً وقد تأكدت بأنها أغلقت هذه الشركة للأبد. وجلس مع ناس متخصصين لما أصدر تلك الفتوى، فنطالب بإعادة الحكم وفصل الفتوى عن الشركات الأخرى) وجاء في الموقع أيضاً: (فشركة كويست نت مختلفة عن شركات بناس التي تعتمد التسويق الهرمي المحرم دولياً لغايات إنسانية، مثلها مثل شركة هبة الجزيرة وسفن دايموند وشركة سكاى بز skybiz.com التي مقرها الولايات المتحدة الأمريكية)

³ جاء في التسويق الشبكي لبلفقيه ص8-9 في رد شبهة التفريق بين التسويق الهرمي والشبكي لإباحة الشبكي ما يلي: (هل من فرق حقيقي بين التسويق الشبكي والهرمي؟ ابتداء يجب أن يعلم أن للتسويق الهرمي صورتين مشهورتين:
أ- تسويق هرمي بدون منتج: يتم فيه بناء الهرم على الاشتراك النقدي المجرد، وهذه الصورة ظهرت في الغرب، ثم جاءت القوانين بحظرها، ويقبل وجودها اليوم.

ب- تسويق هرمي قائم على منتج: وهو مرادف للتسويق الشبكي.

• لم أقف على من فرق بين المصطلحين من المتخصصين في الاقتصاد؛ إذ إن جوهر النظامين واحد في واقع الأمر، فالهرمية وصف ملازم لجميع خطط التسويق الشبكي، حيث تبدأ الشبكة بشخص واحد هو رأس الهرم، ثم تتسع نزولاً على حسب عدد

منتدياتها تجعل للمشارك حرية في عدم الشراء لكن بشرط دفع رسوم اشتراك فوقعت في ما رمت به الشركات الأخرى المندثرة. وأما الطعن في الشركات الأخرى التي اختفت من الساحة حسب إعلانهم وأنها شركات وهمية وهرمية لا شبكية ولا يوجد فيها منتج فهو كلام باطل كاذب فهذه الشركات أيام رواجها كانت تعلن نفس إعلانات كويست نت وتعلن أن فيها منتجات وأنها تختلف عن الشركات الهرمية¹. فالإعلانات واحدة، والطريقة متفقة في الجوهر، والهدف، والغاية واحدة، والتفريق ظهر بعد سقوط تلك الشركات وبروز هذه الشركة فوجدت الساحة فارغة فمألتها ضحيجا كاذبا وروجت لنفسها بلعن أخواتها في المنهج والطريقة.

2- أن الأصل في المعاملات والعقود الإباحة إلا ما دل الدليل على تحريمه ، لذا فالتسويق الشبكي مباح بناء على هذا الأصل.

والجواب: مع التسليم بصحة المقدمة والأصل إلا أن النتيجة غير مسلمة، ذلك أنه عند التحقيق يتبين أن التسويق الشبكي لم يعرف عند العلماء السابقين، فالحكم عليه استناداً إلى مجرد الأصل يوقع في خطأ في الحكم ناتج عن خطأ في طريقة الاستدلال، إذ قد تبين في التسويق الشبكي بعد فهم طبيعته معان أدت إلى تحريمه فيكون حراماً لدلالة الدليل المحرم، وهذا يتفق مع الأصل الراجح في المعاملات والعقود وهو الإباحة إلا ما دل الدليل على حرمة. وبناء عليه فالتسويق الشبكي حرام لتضمنه الغرر والقمار وأكل أموال الناس بالباطل وكل هذه الأمور جاءت الأدلة بتحريمها وهذا هو معنى الأصل المستند عليه في الشبهة، ولا عبرة بعدم النص على تحريمه باسمه.

الأشخاص الذين يزيدون في المستويات الدنيا، بل هي مطابقة تماماً لها كما في خطة المستويات الثنائية.

• العبرة بالحقائق وليست بالمسميات، ولا مشاحة في الاصطلاح، ما دام أنه يصدق على الجميع الوصف نفسه، ويوجد جوهر النظام: (اشتر لتسوق، فقد تكسب)، حتى ولو كانت هنالك فروق بين الشركات من جهة نوعية المنتجات، أو شروط الحصول على العمولات.)

¹ انظر دراسات في المعاملات المالية للسويلم، والتسويق الشبكي للذياني ص87 وما بعدها، والتسويق التجاري للشهراني ص501 وما بعدها.

3- أن المنتج في شركات التسويق الشبكي منتج حلال، ويلبي رغبات حقيقية للناس، وما في الشركة من منتجات محرمة فهي خاصة بغير المسلمين ذلك أن الشركة شركة عالمية تسوق للمسلمين ولغيرهم فلا وجه للتحريم هنا¹.

والجواب: أن موضع الإشكال ليس طبيعة المنتج ولا في كونه يلبي حاجات أو لا يلبي، وإنما في طبيعة العقد والتركيب فيه المؤدي للقمار والميسر وأكل أموال الناس بالباطل حيث جعلت السلعة وسيلة لا غاية بدليل أن طبيعة نظام التسويق تركز على نظم الناس في شبكات وأهرامات عن طريق ترغيبهم في العملات التي لا تتحقق إلا بشراء السلع أو دفع الرسوم.

4- أن شركات التسويق الشبكي تجعل للناس ثلاثة خيارات:

1- شراء دون تسويق.

2- شراء لتسوق لتحصل على العملات.

3- دفع رسوم² تسجيل لتسوق لتحصل على العملات³.

والجواب: أن الخيار الأول لا علاقة له بالبحث وهو التسويق الشبكي، أما الخيار الثاني والثالث فهو محل التحريم الذي وضع سابقا ومع الأسف أنهم يرمون الشركات العاملة سابقا في السوق بأنها لا تسوق منتجا حقيقيا، وأنها تتبع ما سموه بالتسويق الهرمي، ثم الآن وقعوا في الخيار الثالث فيما اتهموا به الشركات الأخرى حيث خلى الخيار الثالث من المنتج واكتفوا باشتراط دفع مال لتسوق لتحصل على العملات، وهذا ما بينت تكيفه في الكيفية الثانية من تكيف التسويق الشبكي.

5- أن كل تاجر يريد الكسب، والمال وكذلك المشترك في التسويق الشبكي لا ينكر عليه رغبته في الكسب والمال⁴.

الجواب: أن كل تاجر خمور ومقامر يريد الكسب والمال فهل يصح هذا دليلا للإباحة؟

الحق أن مناط التحريم في التسويق الشبكي هو اشتماله على القمار والميسر والغرر وغير ذلك من أوجه التحريم، والأمر يناط بالحقائق لا بالدعاية والتلاعب بالألفاظ.

¹ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

² انظر: <http://www.dreamscity.net/vb/t5820.html>

³ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

⁴ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

6- المسوق في التسويق الشبكي له الحق في أخذ العملات، لأنه ينفع الناس بالتسويق عليهم، وفي المقابل يستفيد.

الجواب: هذا التعليل لا يصح، لأنه لا يدفع وجه التحريم القائم وهو القمار والغرر المتجذر في النظام الشبكي، وربط الناس في طبقات يأكل بعضهم من بعض. أما استفادة الناس بعضهم من البعض فهذا لا إشكال فيه، ولكن أين هذا من النظام الشبكي؟.

7- إن المال والعمولة التي يأخذها المسوق هي من الشركة وليست من المشتريين فأين أكل أموال الناس بالباطل التي تدعون¹؟

الجواب: أن الشركة أخذت أموال الناس بالباطل فقسمتها بالباطل بنظام القمار المسمى الشبكي. فشبهتكم لا تدفع إشكالا ولا تقدم جوابا للمشكلة القائمة.

8- إن العمل في التسويق الشبكي عمل شاق فيه تعب ونصب فيستحق المسوق فيه العملات الممنوحة له، وحتى لو سلمنا بعدم وجود تعب فلا يجرم المسوق من العملات لأجل ذلك ولا تعد العملات من أكل أموال الناس بالباطل، ومن أكل جهد الناس بدون تعب؛ لأن المرء قد يحصل على المال المباح بدون تعب مثل المال الحاصل من الهبة والميراث².

الجواب: العلة في تحريم التسويق الشبكي هي القمار وأكل أموال الناس بالباطل دون وجه حق، لا أنه يتعب أو بدون تعب. وهذا النظام القائم على الشبكات والأهرام والطبقات هو أكل لأموال الناس بالباطل، لأنه أكل بدون وجه حق وهذا غير محصور في المشتريين المسوقين، بل الشركة هي أهم وأول آكل لأموال الناس بالباطل في هذا النظام العبثي.

9- ليس في التسويق الشبكي غرر وجهالة فالعملوات تحصل إذا تحقق عدد من المبيعات المعينة ثلاث من اليمين وثلاث من اليسار، فأين الجهالة والغرر؟، فالسلعة ثمنها حقيقي ليس مبالغاً فيه، والأمر الآخر أن الشركة أعطته خيار أن يشتري دون أن يسوق³.

الجواب: إن الخيار الأخير لا علاقة للبحث به.

¹ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

² انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

³ انظر: <http://www.prameg.com/vb/t48956.html>

أ- أهم النتائج: من النتائج التي جاءت في البحث:

1- تكييف ما تتفق عليه أغلب شركات التسويق الشبكي الهرمي هو : أنه عقد مالي مركب من بيع وجعالة جديدة ليس لها نظير في الفقه من جهة أن الجعل فيها موعود به على عمله وعمل غيره ممن يدخلهم في هذه الشبكة، إضافة إلى أن العقد يتضمن إلزام المشتري الثاني ومن بعده بوجوب الانضواء تحت غيره ممن يستفيد من جهده. والخلاصة أنه بهذه الكيفية عقد حادث ليس له نظير مماثل من العقود المعروفة فقها، ولا صحة لما يقال بأنه عقد سمسة ، أو جعالة محضة، أو وكالة بأجر لما بينه وبين هذه العقود من الفروق الظاهرة الناتجة عن التركيب و الشروط المصاحبة. والذي يظهر لي - والله أعلم- أن عقد التسويق الشبكي (الهرمي) بهذه الكيفية يشتمل على الغرر والتغيرير نتيجة علم شركة التسويق الهرمي بمكسبها-غالبا- وجهالة الأمر بالنسبة للمشتري المسوق فهو يدخل العقد ويدفع مبلغا لشراء سلعة -لا حاجة له فيها غالبا- توسلا بهذا الشراء إلى الحصول على العمولات الاحتمالية مجهولة التحقق وهذا عين الغرر. كذلك هو يتضمن القمار والميسر في جانب المشتري المسوق ذلك أنه يدفع المال مخاطرا به أن يغنم أكثر مما دفعه، أو يغرم فلا يحصل على شيء. كذلك هو يتضمن بهذه الكيفية أكل أموال الناس بالباطل من جهة ربط المشتريين في رباط طبقي هرمي يأكل الأعلى من جهد الأدنى، ومن جهة أنه يتضمن الغبن والظلم الناتج من إجبار الناس على شراء ما لا رغبة لهم فيه وبالثلثين المحدد لهم-وهو غالبا أكثر من قيمة السلعة- للانضمام للمسوقين.

2- بناء على ما سبق بيانه في تكييف التسويق الشبكي، وما اتضح من اشتغال عقد التسويق الشبكي على القمار والميسر والغرر والغبن وأكل أموال الناس بالباطل، فهو عقد محرم فاسد لا يجوز التعامل به ولا الإعانة عليه، وهذا ما ذهب إليه جماهير العلماء والباحثين في هذا العصر . وقد استدلووا بالأدلة الدالة على تحريم الميسر والقمار والغرر والغبن والظلم والغش وأكل أموال الناس بالباطل وتحريم كل ما تضمنها أو أدى إليها.

ب- التوصيات:

1- أوصي نفسي وجميع المسلمين بتقوى الله، وتحري الحلال والبعد عن الحرام والمشتبه.

- 2- وأوصي المسلمين بعدم الاغترار بمجرد الدعايات، بل عليهم التأكد وسؤال أهل العلم عما أشكل. ¹ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠ ١١ ١٢ ١٣ ١٤ ١٥ ١٦ ١٧ ١٨ ١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ ٢٣ ٢٤ ٢٥ ٢٦ ٢٧ ٢٨ ٢٩ ٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ ٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ ٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ ٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ ٥٠ ٥١ ٥٢ ٥٣ ٥٤ ٥٥ ٥٦ ٥٧ ٥٨ ٥٩ ٦٠ ٦١ ٦٢ ٦٣ ٦٤ ٦٥ ٦٦ ٦٧ ٦٨ ٦٩ ٧٠ ٧١ ٧٢ ٧٣ ٧٤ ٧٥ ٧٦ ٧٧ ٧٨ ٧٩ ٨٠ ٨١ ٨٢ ٨٣ ٨٤ ٨٥ ٨٦ ٨٧ ٨٨ ٨٩ ٩٠ ٩١ ٩٢ ٩٣ ٩٤ ٩٥ ٩٦ ٩٧ ٩٨ ٩٩ ١٠٠
- 3- وأوصيهم بالنزول عند حكم الله، وعدم تقديم هوى النفس. ² ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠ ١١ ١٢ ١٣ ١٤ ١٥ ١٦ ١٧ ١٨ ١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ ٢٣ ٢٤ ٢٥ ٢٦ ٢٧ ٢٨ ٢٩ ٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ ٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ ٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ ٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ ٥٠ ٥١ ٥٢ ٥٣ ٥٤ ٥٥ ٥٦ ٥٧ ٥٨ ٥٩ ٦٠ ٦١ ٦٢ ٦٣ ٦٤ ٦٥ ٦٦ ٦٧ ٦٨ ٦٩ ٧٠ ٧١ ٧٢ ٧٣ ٧٤ ٧٥ ٧٦ ٧٧ ٧٨ ٧٩ ٨٠ ٨١ ٨٢ ٨٣ ٨٤ ٨٥ ٨٦ ٨٧ ٨٨ ٨٩ ٩٠ ٩١ ٩٢ ٩٣ ٩٤ ٩٥ ٩٦ ٩٧ ٩٨ ٩٩ ١٠٠
- 4- وأوصي العلماء وطلبة العلم ببيان حكم ما يجد من النوازل، وتنبية الناس على المعاملات المحرمة ليجتنبوها.
- 5- كذلك أوصيهم بالتعاون في نفع الأمة، ³ ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠ ١١ ١٢ ١٣ ١٤ ١٥ ١٦ ١٧ ١٨ ١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ ٢٣ ٢٤ ٢٥ ٢٦ ٢٧ ٢٨ ٢٩ ٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ ٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ ٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ ٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ ٥٠ ٥١ ٥٢ ٥٣ ٥٤ ٥٥ ٥٦ ٥٧ ٥٨ ٥٩ ٦٠ ٦١ ٦٢ ٦٣ ٦٤ ٦٥ ٦٦ ٦٧ ٦٨ ٦٩ ٧٠ ٧١ ٧٢ ٧٣ ٧٤ ٧٥ ٧٦ ٧٧ ٧٨ ٧٩ ٨٠ ٨١ ٨٢ ٨٣ ٨٤ ٨٥ ٨٦ ٨٧ ٨٨ ٨٩ ٩٠ ٩١ ٩٢ ٩٣ ٩٤ ٩٥ ٩٦ ٩٧ ٩٨ ٩٩ ١٠٠
- واجتناب التنازع. ⁴ ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠ ١١ ١٢ ١٣ ١٤ ١٥ ١٦ ١٧ ١٨ ١٩ ٢٠ ٢١ ٢٢ ٢٣ ٢٤ ٢٥ ٢٦ ٢٧ ٢٨ ٢٩ ٣٠ ٣١ ٣٢ ٣٣ ٣٤ ٣٥ ٣٦ ٣٧ ٣٨ ٣٩ ٤٠ ٤١ ٤٢ ٤٣ ٤٤ ٤٥ ٤٦ ٤٧ ٤٨ ٤٩ ٥٠ ٥١ ٥٢ ٥٣ ٥٤ ٥٥ ٥٦ ٥٧ ٥٨ ٥٩ ٦٠ ٦١ ٦٢ ٦٣ ٦٤ ٦٥ ٦٦ ٦٧ ٦٨ ٦٩ ٧٠ ٧١ ٧٢ ٧٣ ٧٤ ٧٥ ٧٦ ٧٧ ٧٨ ٧٩ ٨٠ ٨١ ٨٢ ٨٣ ٨٤ ٨٥ ٨٦ ٨٧ ٨٨ ٨٩ ٩٠ ٩١ ٩٢ ٩٣ ٩٤ ٩٥ ٩٦ ٩٧ ٩٨ ٩٩ ١٠٠
- 6- وأوصي الأقسام، والكليات الشرعية، والمراكز البحثية ببذل الجهد في بحث النوازل المعضلة. وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين وسلم تسليماً كثيراً.

¹ سورة الأنبياء: ٧.

² سورة النساء: ٦٥.

³ سورة المائدة: ٢.

⁴ سورة الأنفال: ٤٦.