

THE REALITY OF NETWORK MARKETING

Riyad Faraj BEN ABDAT ¹

Prof, Seiyuin University, Yemen

Ali Yeslem BA-BATAT ²

Dr, University of Holy Quran and Islamic Studies, Yemen

Abstract:

Network Marketing: is a direct marketing system that promotes its products through new purchasers by giving them financial or service commissions, in exchange for everyone who buys through them, according to certain conditions governed by regulated regulations.

The importance of the research lies in the scientific and practical value of the subject; it deals with a subject that touches people's strong desires for wealth, and their renewed needs for money, revealing its truth, revealing its being.

The research aims to define the concept of network marketing and its common characteristics, and to show its truth.

The researchers followed the descriptive and inductive approach; And that is by describing the phenomenon, which is the reality of network marketing, and tracking and collecting scientific material, and synthesizing between its knowledge and its parts, and then they dealt with all this by analysis and interpretation, and linking the particles with the colleges to achieve the objectives of the research.

The research consists of an introduction, four demands, and a conclusion. The first requirement includes: the concept of network marketing and its common characteristics. The second requirement: Addressing the reality of network marketing in the view of the authorized. The third requirement: Addressing the reality of network marketing in the view of those who prevent it. As for the fourth requirement: it contains the reality of network marketing in the opinion of the researchers. And the conclusion: it contains the conclusions and recommendations.

Key words: Network Marketing, Marketing System.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2717-8293.21.30>

¹  dr.binabdat@gmail.com

حقيقة التسويق الشبكي

رياض فرج بن عبدات

البروفيسور، جامعة سيئون، اليمن

علي يسلم بابطاط

د، جامعة القرآن والعلوم الإسلامية، اليمن

الملخص:

التسويق الشبكي: نظام تسويقي مباشر، يروج لمنتجاته عن طريق المشتريين الجدد بإعطائهم عُمولات مالية أو خدمية، مقابل كل من يشتري عن طريقهم، وفقاً وشروط معينة تحكمها لوائح منظمة. تكمن أهمية البحث في قيمة الموضوع علمياً وعملياً؛ كونه يتناول موضوعاً يلامس رغبات الناس المستعرة في الثراء، وحاجياتهم المتجددة إلى المال، مُظهرًا حقيقته كاشفاً كينونته. يهدف البحث إلى التعريف بمفهوم التسويق الشبكي وخصائصه المشتركة، وبيان حقيقته. أتبع الباحثان المنهج الوصفي الاستقرائي؛ وذلك من خلال وصف الظاهرة، وهي حقيقة التسويق الشبكي، وتتبع مضان المادة العلمية وجمعها، والتأليف بين معارفها وجزئياتها، ثم تناولا ذلك كله بالتحليل والتفسير، وربط الجزئيات بالكلّيات تحقيقاً لأهداف البحث. وقد انتظم البحث في مقدّمة وأربعة مطالب وخاتمة. المطلب الأول وفيه: مفهوم التسويق الشبكي وخصائصه المشتركة. المطلب الثاني: تناول حقيقة التسويق الشبكي في نظر المجيزين. المطلب الثالث: تناول حقيقة التسويق الشبكي في نظر المانعين. أما المطلب الرابع: فيه حقيقة التسويق الشبكي في نظر الباحثين. والخاتمة: وفيها التّائج والتوصيات. الكلمات المفتاحية: التسويق الشبكي، نظام التسويق .

المقدمة:

إن المال وجد ليكون محققاً غايات عظيمة تحفظ للإنسان معاشه وتصلح معاده، بعيداً عن داعية الأهواء ونزغات الإغواء؛ إذ المصالح المجتلبة والمفاسد المستدفة يعتد بها جلباً ودفعاً حيث تُقام الحياة الدنيى للحياة الأخرى. ولأهمية المال في تحقق مصالح الدين والدنيا لتجري مصالح الدنيا على استقامة، ومصالح الأخرى على نجاه ونعيم أحلّ الله الاتجار في المال حفظاً لأصله وتنمية، وتحصيلاً لربحه وتركية، جاء عن سيدنا عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه قال: "اتجروا في أموال اليتامى، لا تأكلها الزكاة"⁽³⁾، وكانت لمقدام بن معدي كرب، جارية تبيع اللبن، ويقبض المقدم الثمن، فقيل له: سبحان الله أتبيع اللبن وتقبض الثمن؟ فقال: نعم، وما بأسٌ بذلك، سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: (ليأتين على الناس زمان لا ينفع فيه إلا الدينار والدرهم)⁽⁴⁾، ولم يكن المال حافظاً لذاته الضرورية وجوداً، ومانعاً لما يدرأ اختلاله عدماً، بل كان عصب الحياة، مؤثراً أصيلاً في كليات الشريعة الأخرى- ديناً ونفساً، عقلاً ونسلاً- وجوداً وعدماً.

ولما كان الأمر كذلك حذر الشارع من كلّ معاملة ترجع على المال أو كليات الشريعة بضرر واقع أو متوقع، وتنوعت التحذيرات بين كليّ وجزيّ، من ذلك النهي عن الغرر وأكل أموال الناس بالباطل، والتبذير والتقتير، وعن بيع وشرط، والتعامل بالربا ونحو ذلك، قال تعالى: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278) فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (279) وَإِن كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَن تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (البقرة، آيتا: 278 - 279). كما وضع الشارع منهجاً في التعاطي مع مقذوفات الحياة من بيعات، ومستجدات العقود من معاملات يعتمد أصل الإباحة عند انتفاء المعارضة، ويراعي حقائق الأمور ومآلاتها من مصالح تستجلب ومفاسد تدرأ.

ومن الموضوعات الجديرة بالدراسة والنظر موضوع التسويق الشبكي؛ فإنه موضوع متنوع أساليبه، وتتجدد وسائله، وتتشابه فيه القصد، وتلتبس معه المعاني، وهو الأمر الذي تصامم عنه أقوام وتعالى فيه فئام؛ فكان لزاماً بيان حقيقته وتبيين عريكته؛ فجاد الفكر واستجاب القلم برسم التسم ب (حقيقة التسويق الشبكي).

أهمية موضوع البحث:

للموضوع أهمية بالغة تظهر من خلال الآتي:

- 1- قيمة موضوع البحث علمياً؛ إذ يعنى بمنظومة النظر الفقهي الخاصة بالتوازل والمستجدات، وإدراك ذلك يؤسس لرشد معرفي يمكن من اغتنام مدارك العلوم، وضبط سيرها في استصلاح الفهوم، ويسهم في معالجة مشكلات المجتمع بترياق النص، ورقيته بأمصال القصد، وتعويدات أجناس الأحكام وأنواعها، عللها ومعانيها.

(3) أخرجه الإمام مالك في الموطأ، مالك: مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبجي المدني (ت: 179هـ)، موطأ الإمام مالك، تحقيق بشار عواد معروف - محمود خليل، طبعة مؤسسة الرسالة، 1412 هـ، كتاب الزكاة، باب زكاة أموال اليتامى والتجارة فيها، (1/ 257)، برقم (660).
(4) أخرجه الإمام أحمد في المسند، ابن حنبل: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني (ت: 241هـ)، مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، إشراف: د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، 1421 هـ - 2001 م، (433 / 28)، برقم (17201).

2- مكانة موضوع البحث عملياً؛ فإنه يتناول موضوعاً يلامس رغبات الناس المستعرة في الثراء، وحاجياتهم المتجددة إلى المال، مستنرفة قواها، فيكشف غاشية أبصارهم، ويفتح أقفال قلوبهم، ويكسر أختام أسماعهم؛ ليكون لهم قلوب يفقهون بها، وآذان يسمعون بها، وأعين بها يبصرون.

أسباب اختيار موضوع البحث:

- 1- رغبة الباحثين في تنمية معارفهما الفقهية، واختبار مكنونهما التنظيري من خلال بحث يجمع بين الثروة الفقهية تقريراً والأثر الإعماليّ تنزيلًا، وينفع الناس إيماناً صادقاً واستقامةً صائبةً؛ فكان موضوع حقيقة التسويق الشبكي خير ما يُمتن المعارف وتجنّى به المخارف.
- 2- أهمية موضوع البحث وفائدته العملية؛ كونه يدرس قضية مهمة، وهي: حقيقة التسويق الشبكي، الذي وافق تمدده حاجة، وسدت آثاره غاية؛ فأغنت آياته عن أن يمسوها بسوء. ومعرفة حقيقة التسويق الشبكي آية مبصرة لنبغي فضلاً من ربنا، ولنعلم عدد السنين والحساب.

أهداف موضوع البحث:

- 1- التعريف بمفهوم التسويق الشبكي وخصائصه المشتركة.
- 2- إظهار حقيقة التسويق الشبكي في نظر المجيزين.
- 3- بيان حقيقة التسويق الشبكي في نظر المانعين.
- 4- إبراز حقيقة التسويق الشبكي في نظر الباحثين.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في الجواب عن السؤال الرئيس، ما حقيقة التسويق الشبكي؟

حدود المشكلة:

للمشكلة حدود موضوعية، وهي الموضوعات العلمية الخاصة بالتسويق الشبكي، وأدبيات شركات التسويق الشبكي، وما اتصل بذلك من نظم ولوائح وقوانين، وموسوعة التراث الفقهي الحاكمة نصوصاً وقواعد، عللاً ومعاني، كليات وجزئيات، أجناساً وأنواعاً.

المنهج المتبع في البحث:

اتبع الباحثان المنهج الوصفي الاستقرائي؛ وذلك من خلال وصف الظاهرة، وهي حقيقة التسويق الشبكي، وتتبع مطلق المادة العلمية وجمعها، والتأليف بين معارفها وجزئياتها، ثم تناول ذلك كله بالتحليل والتفسير، وربط لواحقه بسوابقه تحقيقاً لأهداف البحث وغاياته.

هيكـل البحث:

وقـد انتظم البحث في مقـدّمة وأربعة مطالب وخاتمة.

المقـدّمة: وفيها: أهميّة موضوع البحث، وأسباب الاختيار، والأهداف، ومشكلة البحث، وحدود المشكلة، والمنهج المتّبع.

المطلب الأول: مفهوم التّسويق الشّبكي وخصائصه المشتركة.

المطلب الثّاني: حقيقة التّسويق الشّبكي في نظر المجيزين.

المطلب الثّالث: حقيقة التّسويق الشّبكي في نظر المانعين.

المطلب الرّابع: حقيقة التّسويق الشّبكي في نظر الباحثين.

الخاتمة: وفيها التّائج والتّوصيات.

المطلب الأول مفهوم التسويق الشبكي وخصائصه المشتركة:

أولاً مفهوم التسويق الشبكي:

التسويق لغة: من سَوَّقَ أو سَوَّقَ، و" السَّيْنُ والواو والقاف أصل واحد، وهو حدو الشَّيْء" (5).

ويأتي الأصل سوق بمعان عدّة، منها الآتي:

1- التقدم، منه ما جاء عن الحسن بن علي رضي الله عنهما في صفة مشيه صلى الله عليه وسلم: (يسوق أصحابه) (6)، "أي يقدمهم أمامه ويمشي خلفهم تواضعاً" (7).

2- الإعطاء، يقال: ساق الرجل إلى امرأته الصداق والمهر ساقاً وأساقه، وساق فلان من امرأته أي أعطاه مهرها (8).

3- القيادة، منه ما جاء عن أبي هريرة رضي الله عنه، عن النبي صلى الله عليه وسلم، قال: (لا تقوم الساعة، حتى يخرج رجل من قحطان، يسوق الناس بعصاه) (9). إشارة إلى طاعة الناس له، وانقيادهم إليه واتفاقهم عليه، ولم يقصد حقيقة العصاة (10).

4- ما يُتعامل فيها، يقال: السَّوَّقُ: موضع البياعات، التي يتعامل فيها، وتَسَوَّقُ القوم إذا باعوا واشتروا، وسميت السَّوَّقُ بذلك؛ لأنَّ التَّجَارَةَ تجلب إليها وتساق المبيعات نحوها (11).

وكنه التسويق اجتماع المعاني آنفة الذكر جميعها: التَّقدُّم والإعطاء والقيادة وموضع البياعات؛ إذ تقدّم السِّلَع والخدمات وتعرض في صورة حسنة، ويدير ذلك قيادة متميزة جلباً وعطاء، بيعاً وشراء.

الشبكي لغة: من شبك، و" الشَّيْنُ والباء والكاف أصل صحيح يدلّ على تداخل الشَّيْء. يقال: شبَّكَ أصابعه تشبيهاً. ويقال: بين القوم شبكة نسب، أي مداخلة. ومن ذلك الشبكة" (12).

ويأتي الأصل شبَّكَ بمعان عدّة، منها الآتي:

(5) ابن فارس: أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي، أبو الحسين (ت: 395هـ)، مقاييس اللغة، تحقيق عبدالسلام محمد هارون، طبعة دار الفكر، 1399هـ - 1979م، مادة سوق، (117 / 3).

(6) أخرجه الأَجْرِيّ في الشريعة، الأَجْرِيّ: أبو بكر محمد بن الحسين بن عبد الله الأَجْرِيّ البغدادي (ت: 360هـ)، الشريعة، تحقيق الدكتور عبد الله بن عمر بن سليمان الدميجي، طبعة دار الوطن - الرياض - السعودية، الطبعة: الثانية، 1420 هـ - 1999 م، (1508 / 3)، برقم (1022).

(7) ابن الأثير: مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد بن الجزري ابن الأثير (ت: 606هـ)، النهاية في غريب الحديث والأثر، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي، طبعة المكتبة العلمية - بيروت، 1399هـ - 1979م، مادة سوق (423 / 2).

(8) ينظر ابن منظور: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور (ت: 711هـ)، لسان العرب، طبعة دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - 1414 هـ مادة سوق (166 / 10).

(9) أخرجه البخاري في صحيحه، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه، البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي (ت 256 هـ)، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، اليمامة - بيروت، الطبعة الثالثة، 1407 - 1987م، كتاب المناقب، باب ذكر قحطان، (1296 / 3)، برقم (3329)، ومسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري (ت: 261هـ)، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت، كتاب الفتن وأشراف الساعة، باب لا تقوم الساعة حتى يمر الرجل بقبر الرجل، فيتمنى أن يكون مكان الميت من البلاء، (2232 / 4)، برقم (2910).

(10) ابن منظور، لسان العرب، مادة سوق (166 / 10).

(11) ينظر اليحصبي: عياض بن موسى بن عياض بن عمرو بن يحيى السبتي، أبو الفضل (ت: 544هـ)، مشارق الأنوار على صحاح الآثار، طبعة المكتبة العتيقة ودار التراث، مادة سوق، (231 / 2)، ابن الأثير، النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة سوق (424 / 2).

(12) ابن فارس، مقاييس اللغة، مادة شبك، (242 / 3).

- 1- التداخل، يقال: شَبَكَ الشَّيْءُ يشبِّكه شبًّا، فاشتبك، وشبَّكه فتشبَّك: أنشب بعضه في بعض وأدخله، ومنه تشبيك الأصابع، وهو إدخال الأصابع بعضها في بعض (13).
 - 2- الاختلاط، يقال: شبكت النَّجوم واشتبكت وتشابكت، إذا اختلطت، واشتبك الظلام إذا اختلط (14).
 - 3- الالتباس، يقال: تشبَّكت الأمور وتشابكت واشتبكت: التَّبَسْتُ، وطريق شابك: متداخل ملتبس (15).
 - 4- الاتصال، ومنه يقال: للقرابة والرحم شبكة؛ كونها متصلَّة أولاً وآخراً، واشتباك الرِّحم وغيرها: اتَّصال بعضها ببعض، والشَّبكة: آبار متقاربة قريبة الماء يفضي بعضها إلى بعض (16).
- وكينونة الشَّبكي لم تغادر المعاني السَّالفة من تداخل واختلاط، والتباس واتِّصال؛ كون الشَّبكي تشابكاً تتداخل فيه الأشياء وتختلط، وهو الأمر الذي تلتبس فيه وتختلف للاتِّصالها.

التَّسْوِيقُ الشَّبكي اصطلاحاً:

لم يبعد معنى التَّسْوِيقِ الشَّبكي اصطلاحاً عن المعنى اللَّغوي؛ إذ فيه التَّقدم والإعطاء، والقيادة وجلب التَّجارة، والبيع والشَّراء، كما فيه التَّداخل والنَّشب والاختلاط، والالتباس والاتِّصال، وهذه المعاني تشير بوضوح إلى عناصر مهمَّة في التَّعريف الاصطلاحي.

وقد تباينت التَّعريفات الاصطلاحية للتَّسْوِيقِ الشَّبكي تقارباً وتباعداً من حقيقته، بقدر أخذها من عناصره الرِّئيسة، وهي: المسوِّق، العمولة أو الحافز، السلعة أو الخدمة، اللَّائحة المنظَّمة، المشتركون الجدد.

وممكن أن يقال فيه: إنَّه نظام تسويقيّ مباشر، يروِّج لمنتجاته عن طريق المشتريين الجدد بإعطائهم عمولات ماليَّة أو خدميَّة، مقابل كلِّ من يشتري عن طريقهم، وفقاً وشروط معيَّنة تحكمها لوائح منظَّمة (17).

(13) ينظر ابن سيده: أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: 458هـ)، المحكم والمحيط الأعظم، تحقيق عبد الحميد هندراوي، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، 1421 هـ - 2000 م، مادة شبك، (692/6)، الزبيدي: محمَّد بن محمَّد بن عبد الرزَّاق الحسيني، أبو الفيض، المرتضى الرِّبيدي (ت: 1205هـ)، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق مجموعة من المحققين، طبعة دار الهداية، مادة شبك، (217/27).

(14) ينظر الأصبهاني: محمد بن عمر بن أحمد بن عمر الأصبهاني المدني، أبو موسى (ت: 581هـ)، المجموع المغيَّب في غريب القرآن والحديث، تحقيق عبد الكريم العزايوي، طبعة دار المدني للطباعة والنشر والتوزيع، جدة - المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، مادة شبك، (1408 هـ - 1988 م)، (2/172)، ابن منظور، لسان العرب، مادة شبك، (10/447).

(15) ينظر ابن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، مادة شبك، (692/6) ابن منظور، لسان العرب، مادة شبك، (10/447).

(16) ينظر ابن الأثير، النهاية في غريب الحديث والأثر، مادة شبك (2/441). ابن منظور، لسان العرب، مادة شبك، (10/448).

(17) ينظر ابن عبادات: رياض فرج بن عبادات، التَّسْوِيقِ الشَّبكي (دراسة شرعية)، مجلة جامعة الناصر- صنعاء، العدد الثالث، يناير - يونيو 2014م، (ص 254).

ثانيًا معتمد التسويق الشبكي وخصائصه المشتركة:

يعتمد التسويق الشبكي على شراء سلعة أو خدمة، أو الاشتراك برسم معين، يكون المشتري أو المشترك بذلك مسوقًا، يمكنه إضافة مسوقين إليه معتمدين على رقمه التسويقي، ويستحق بموجب ذلك عمولات وحوافز، بل تحقق الحوافز والعمولات يكون من خلال جلب مسوقين جدد، كما أنّ من هذه الشركات من لا يقبل فردًا منضويًا ومضافيًا إلا بواسطة غيره، ويحكم الأمر بنظم ولوائح وأعداد ومستويات⁽¹⁸⁾.

كما يمكن لمن أضافهم المسوق الأول أن يضيفوا آخرين، وهكذا لغيرهم ممن يأتون بهم إضافة آخرين ويتسلسل الأمر، ولكل مجموعة عمولات وحوافز، كما تكون لمن أضافهم أولًا؛ لتكون العمولات والحوافز لكل مجموعة ومستوى، أي أنّ العمولات والحوافز تكون لك ممن جئت بهم كما تعطى عنهم لمن أضافك وهكذا، غير أنّها متفاوتة، وتوقف عند مستو معين حماية لأموال الشركة؛ كي لا تلتهمها العمولات والحوافز، وتتكوّن بذلك شبكة هرمية وشجرة من الأتباع والعمولات⁽¹⁹⁾.

خصائص التسويق الشبكي المشتركة:

هناك خصائص مشتركة في شركات التسويق الشبكي، تجمع في الآتي:

- 1- شراء المنتج أو الخدمة، أو الاشتراك شرط للاستمرار في عملية التسويق، والحصول على العمولات والحوافز.
- 2- الدخول في الشركة لا يكون إلا عن طريق مسوق سابق.
- 3- توظيف غير محدود للمسوقين في سلسلة لانهاية لها، وفقا ونظم ولوائح معينة.
- 4- الأسبق في الاشتراك هو الأوفر حظًا والأعظم أجرًا، والعكس صحيح.
- 5- تضع الشركات حدًا للعمولات حتى لا تتضخم ومستويات تمنع التهام العمولات أموال الشركة.
- 6- العناية في هذه المعاملة لا يكون بالمنتجات، بل بالعمولات والحوافز والمسوقين الجدد.
- 7- أغلب المنتجات تستهلك من قبل المسوقين لا المستهلكين خلافًا للتسويق التقليدي⁽²⁰⁾.

⁽¹⁸⁾ ينظر ابن عبادات، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 254).

⁽¹⁹⁾ ينظر المرجع السابق.

⁽²⁰⁾ ينظر ابن عبادات، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 255).

المطلب الثاني حقيقة التسويق الشبكي في نظر المجيزين:

ذهب المجيزون إلى توصيف التسويق الشبكي جملة توصيفات تمثل حقيقته في نظرهم، وتصلح مستنداً يُعتمد عليه في المشروعات، من ذلك الآتي:

1- الأصل في المعاملات والعقود الإباحة إلا ما دلّ الدليل على تحريمه⁽²¹⁾، قال تعالى: وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (البقرة، آية: 275). والتسويق الشبكي معاملة جديدة لم يرد ما يمنعها؛ فتبقى على حكم الأصل من الإذن والإباحة⁽²²⁾، فما " كان من العادات يكتفى فيه بعدم المنافاة؛ لأنّ الأصل فيها الالتفات إلى المعاني دون التعبد، والأصل فيها الإذن حتى يدلّ الدليل على خلافه"⁽²³⁾، ولا منافاة للشّرع في التسويق الشبكي، كما أنّه يحقّق مصالح للنّاس.

رُدّ هذا القول بأنّ كلّ دليل يمكن أن يعارضه دليل لا يعدّ دليلاً إلا بشرط السلامة عن المعارضة، وعليه لا بد من معرفة الشّرع؛ إذ لا يستمسك بالأصل إلا بعد ظنّ غالب بانتفاء المعارض، ويقين بعجز النّفس عن الوصول إليه⁽²⁴⁾. وما قيل إنّ الأصل في المعاملات والعقود الإباحة لا يصلح مستنداً؛ كون البراءة الأصلية منتفية، وواقع الحال يثبت نقل الحكم من الإباحة إلى الحرمة؛ فعلم المعارض كما سيأتي في أدلة المانعين.

2- التسويق الشبكي سمسة، وهي عقد جائز شرعاً⁽²⁵⁾، والعمولات الممنوحة من شركات التسويق الشبكي تقابل الدلالة والترويج للمنتجات⁽²⁶⁾.

رُدّ بأنّ السمسرة المشروعة لا يشترط فيها شراء السمسار، وإنّما عليه الترويج للسلعة؛ فإن أمضى العقد استحقّ نصيبه المعلوم من المعاملة مقابل جهده وعمله وإلا فلا⁽²⁷⁾، بخلاف التسويق الشبكي فإنّ المسوّق يشتري أو يشترك، بل من الشّركات من تشترط تجديد الاشتراك سنوياً، كما أنّ المسوّق يأخذ عمولة مقابل جهده وجهد غيره ممّن جذبهم إلى العملية التسويقية، إضافة إلى أنّ العمولة تتفاوت بين المسوّقين الأصيل وغيره ممّن شاركه العملية التسويقية، وفقاً والنظم التي تنظّم المعاملة⁽²⁸⁾.

(21) قال شيخ الإسلام ابن تيمية: "الأصل في العقود والشروط الجواز والصحة، ولا يحرم منها ويبطل إلا ما دلّ الشرع على تحريمه وإبطاله نصّاً أو قياً عند من يقول به". ابن تيمية: تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني (ت: 728هـ)، مجموع الفتاوى، جمع عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، طباعة مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، 1416هـ-1995م، (132 / 29).

(22) ينظر ابن عبدات، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 256).
(23) الشاطبي: إبراهيم بن موسى الشاطبي اللخمي الغرناطي المالكي، (ت: 790 هـ)، الموافقات، تحقيق عبد الله دراز، طبعة دار المعرفة - بيروت، (1 / 285).

(24) قال الإمام الغزالي: "كلّ دليل يمكن أن يعارضه دليل فهو دليل بشرط السلامة عن المعارضة، فلا بد من معرفة الشرط... بل عليه تحصيل علم وظنّ باستقصاء البحث، أما الظنّ فبانتفاء الدليل في نفسه، وأما القطع فبانتفاءه في حقّه، بتحقيق عجز نفسه عن الوصول إليه بعد بذل غاية وسعه". الغزالي: أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الطوسي (ت: 505 هـ)، المستصفى في علم الأصول، تحقيق محمد بن سليمان الأشقر، طبعة مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 1417 هـ-1997 م، (1 / 176 ، 178).

(25) ينظر أبو علي الهاشمي البغدادي: محمد بن أحمد بن أبي موسى الشريف، أبو علي الهاشمي البغدادي (ت: 428هـ)، الإرشاد إلى سبيل الرشاد، تحقيق د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، (ص 213)، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، (ت: 676هـ)، المجموع شرح المذهب، طبعة دار الفكر، (9 / 170).

(26) ينظر ابن عبدات، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 256).

(27) ينظر ابن بطال: أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك ابن بطال (ت: 449هـ)، شرح صحيح البخاري، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، طبعة مكتبة الرشد - السعودية، الرياض، الطبعة الثانية، 1423هـ - 2003م، (6 / 400 - 401)، ابن حجر: أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، (ت 852 هـ)، فتح الباري شرح صحيح البخاري، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه: محمد فؤاد عبد الباقي، قام بإخراجه وصححه وأشرف على طبعه محب الدين الخطيب، طبعة دار المعرفة - بيروت، 1379 هـ، (4 / 451).

(28) ينظر ابن عبدات، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 256 - 257).

3- التَّسْوِيقُ الشَّبَكِيُّ وَكَالَةٌ (29)، والوكالة جائزة لحديث عروة بن أبي جعد البارقي رضي الله عنه، (أن النبي صلى الله عليه وسلم أعطاه دينارًا يشتري له به شاة فاشترى له به شاتين، فباع إحداهما بدينار وجاءه بدينار وشاة، فدعا له بالبركة في بيعه، وكان لو اشترى التراب لربح فيه) (30).

ولا خلاف في جواز الوكالة عند العلماء، وتكون بأجر وبلا أجر (31)، وفي عملية التسويق الشبكي فإنه بعد شراء المنتج تقوم الشركة بإبرام عقد وكالة يوزع المشتري بموجبه المنتج، أو تفوض الشركة المشتري تفويضًا شفهيًا، يحصل بموجب ذلك على عمولات مقابل جهده. رُذِّدَ ذلك بأن الوكالة الشرعية لا يشترط فيها شراء الوكيل ليكون وكيلًا، بل يأخذ أجره المتفق عليه- إن كانت الوكالة بأجر- إذا قام بالعمل المطلوب منه بشرطه.

4- المَسْوُوقُ فِي التَّسْوِيقِ الشَّبَكِيِّ أَجِيرٌ عِنْدَ الشَّرِكَةِ، وَالإِجَارَةُ (32) جائزة شرعًا، قال تعالى: قَالَ إِيَّيْ أُرِيدُ أَنْ أَنْكَحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي تَمَانِي حِجْجٍ فَإِنْ أَنْتَمَّمْتَ عَسْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ (القصص، آية: 27)، عن أبي هريرة رضي الله عنه، عن النبي صلى الله عليه وسلم، قال (ما بعث الله نبيًا إلا رعى الغنم). فقال أصحابه وأنت؟ فقال: (نعم كنت أرهاها على قراريط لأهل مكة) (33)، والإجماع منعقد على جواز الاستئجار (34). رُذِّدَ بأن الإجارة المشروعة يُشترط لها شروط، منها ما يتعلق بالمنفعة، من ذلك: أن تكون متقومة، معلومة عينًا وقدرًا وصفة، وكونها مقدورة التسليم، وواقعة للمستأجر، وغير متضمنة استيفاء عين قصدًا. ومنها ما يخص الأجرة، ويشترط أن تكون معلومة إما بالرؤية إن كانت معينة، وإلا كانت معلومة جنسًا وقدرًا وصفة، وكونها حالة مسلمة في المجلس في إجارة الدَّيْمَةِ (35).

5- العمولات الممنوحة للمسوق في التسويق الشبكي جعل مثل جعل الجعالة (36)، وقد جاء في مشروعيتها حديث أبي سعيد الخدري رضي الله عنه، قال: انطلق نفر من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم في سفرة سافروها، حتى نزلوا على

(29) الوكالة: لغة: التفويض والمراعاة والحفظ. واصطلاحًا تفويض شخص لغيره ما يفعله عنه في حياته مما يقبل النيابة. ابن حجر الهيتمي: أحمد بن محمد بن علي بن حجر الهيتمي، (ت : 974هـ)، تحفة المحتاج في شرح المنهاج، طبعة المكتبة التجارية الكبرى بمصر لصاحبها مصطفى محمد، 1357 هـ - 1983 م، (5 / 294).

(30) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب المناقب، باب سؤال المشركين أن يريهم النبي صلى الله عليه وسلم آية فأراهم انشقاق القمر، (3 / 1332)، برقم (3443).

(31) ينظر ابن عبد البر: أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد بن عبد البر بن عاصم النمري القرطبي (ت: 463هـ)، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد، تحقيق: مصطفى بن أحمد العلوي، محمد عبد الكبير البكري، طبعة وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية - المغرب، 1387 هـ، (2 / 108)، النووي: أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (ت: 676هـ)، روضة الطالبين وعمدة المفتين، تحقيق: زهير الشاويش، طبعة المكتب الإسلامي، بيروت- دمشق- عمان، الطبعة: الثالثة، 1412 هـ - 1991 م، (4 / 332).

(32) الإجارة: لغة: اسم للأجرة، وشرعًا: عقد على منفعة معلومة، مقصودة قابلة للبدل والإباحة بعوض معلوم. زكريا الأنصاري: زكريا بن محمد بن زكريا الأنصاري، زين الدين أبو يحيى السنيني (ت: 926هـ)، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، طبعة دار الكتاب الإسلامي، (2 / 403). (33) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإجارة، باب رعي الغنم على قراريط، (2 / 789)، برقم (2143).

(34) ينظر ابن الملن: سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري (ت: 804هـ)، التوضيح لشرح الجامع الصحيح، تحقيق دار الفلاح للبحث العلمي وتحقيق التراث، طبعة دار النوادر، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1429 هـ - 2008 م، (15 / 35).

(35) ينظر الزليبي: عثمان بن علي بن محجن البارقي، فخر الدين الزليبي الحنفي (ت: 743 هـ)، تبين الحقائق شرح كنز الدقائق، طبعة المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة الأولى، 1313 هـ، (5 / 105)، الشريبي: شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشريبي الشافعي (ت: 977هـ)، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، طبعة دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 1415 هـ - 1994 م، (3 / 443 وما بعدها)، البهوتي: منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي (ت: 1051هـ)، دقائق أولي النهى لشرح المنتهى المعروف بشرح منتهى الإرادات، طبعة عالم الكتب، الطبعة الأولى، 1414 هـ - 1993 م، (2 / 242 وما بعدها)، الزرقاني: عبد الباقي بن يوسف بن أحمد الزرقاني المصري (ت: 1099هـ)، شرح الزرقاني على مختصر خليل، ضبطه وصححه عبد السلام محمد أمين، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1422 هـ - 2002 م، (7 / 3).

(36) الجعالة: لغة: اسم لما يجعله الإنسان لغيره على شيء يفعله، وكذا جعل والجعيلة. وشرعًا: التزام عوض معلوم على عمل معين معلوم أو مجهول بمعين أو مجهول. الرملي: شمس الدين محمد بن أبي العباس أحمد ابن حمزة شهاب الدين الرملي (ت: 1004هـ) نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، طبعة دار الفكر، بيروت، 1404 هـ - 1984 م، (5 / 465).

حيّ من أحياء العرب فاستضافوهم فأبوا أن يضيفوهم، فلدغ سيّد ذلك الحيّ فسعوا له بكلّ شيء لا ينفعه شيء، فقال بعضهم: لو أتيتم هؤلاء الرّهط الذين نزلوا لعله أن يكون عند بعضهم شيء، فأتوهم فقالوا: يا أيّها الرّهط إنّ سيّدنا لدغ وسعينا له بكلّ شيء لا ينفعه، فهل عند أحد منكم من شيء؟ فقال بعضهم: نعم والله إنّّي لأرقي، ولكن والله لقد استضفناكم فلم تضيفونا فما أنا براق لكم حتّى تجعلوا لنا جُعلا، فصالحوهم على قطع من الغنم فانطلق يتفل عليه ويقرأ الحمد لله ربّ العالمين}. فكأنّما نشط من عقال، فانطلق يمشي وما به قلبه. قال فأوفوهم جعلهم الذي صالحوهم عليه، فقال بعضهم: اقسموا، فقال الذي رقي: لا تفعلوا حتّى نأتي التّبيّ صلى الله عليه وسلّم فنذكر له الذي كان فننظر ما يأمرنا، فقدموا على رسول الله فذكروا له، فقال: (وما يدريك أنّها رقية) . ثمّ قال: (قد أصبتم اقسما واضربوا لي معكم سهما). فضحك رسول الله صلى الله عليه وسلّم (37).

يعتمد التّسويق الشّبكي صبيغة الجعالة في تحصيل مسوّقين جدد؛ فإنّ المسوّق إن جاء بمسوّقين جدد استحقّ الجُعَل (العمولات والحوافز) وإلا فلا.

رُدّ بأن الجعالة الشّرعية عقد يلتزم فيه جائر التّصرف بثمن معلوم لمن عمل عملاً معيّنًا، ولو كان العامل مجهولًا، كأن يقول: من ردّ سيارتي فله مائة ألف، أو من جاء بمشتري من محليّ فله ألف ريال، وهكذا. ويستحقّ العامل الجُعَل بتسليم العمل (38)، بخلاف التّسويق الشّبكي الذي يلزم بعدد ونقاط وطرائق معيّنة، كما يجعل مستويات، ويرتّب على الانتقال بينها إسقاط العمولات والحوافز، فإن لم يف المسوّق بتلك الشّروط، أو انتقل من مستوى إلى آخر خسر جهده وحُرّم العمولة، وهذا عين القمار المحرم؛ إذ بذل المسوّق مالا مع احتمال الربح والخسارة الغنم والغرم (39).

(37) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإجارة، باب ما يعطى في الرقية على أحياء العرب بفاتحة الكتاب، (2 / 795)، برقم (2156).
 (38) ينظر ابن مفلح: محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين المقدسي الراميني (ت: 763هـ)، الفروع، تحقيق عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى 1424 هـ - 2003 م، (7 / 180)، ابن حجر، تحفة المحتاج، (6 / 363 - 364).
 (39) ينظر الغزالي: أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الطوسي (ت: 505هـ)، الوسيط في المذهب، تحقيق أحمد محمود إبراهيم، محمد محمد تامر، طبعة دار السلام - القاهرة، الطبعة الأولى، 1417 هـ، (7 / 187).

المطلب الثالث حقيقة التسويق الشبكي في نظر المانعين:

ذهب المانعون إلى توصيف التسويق الشبكي جملة توصيفات تمثل حقيقته في نظرهم، وتثبت عدم مشروعيتها، من ذلك الآتي:

1- التسويق الشبكي عقد مليء بالمخاطرة والمقامرة؛ فإن المنتج ليس مقصوداً للمشاركين، بل المقصود العمولة فكل مشترك يدفع مالا مقابل الأموال المتوقعة، وهذا عين القمار؛ كون العمل متردداً بين غنم وغم⁽⁴⁰⁾، قال تعالى: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (المائدة، آية: ٩٠)، والإجماع منعقد على حرمة القمار⁽⁴¹⁾.

إضافة إلى أنه على القول: إن العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني⁽⁴²⁾؛ فإن التسويق الشبكي في حقيقته تجميع اشتراكات من أفراد تديرهم الشركة، ويدفع من في أسفل الشبكة حوافز من سبقهم في أعلاها، إضافة إلى عمولة الشركة؛ لأن المسوق في الحقيقة داخل في العملية مخاطراً إما أن يربح عمولات كثيرة، وإما أن يخسر ماله وجهده؛ فالتسويق الشبكي في حقيقته حلقات متداخلة من القمار، مال القمار مدسوس في ثمن السلعة بدليل ارتفاع أسعار السلع ارتفاعاً كبيراً مقارنة بمثيلاتها، مما تفوقها جودة وصناعة⁽⁴³⁾.

رُذ ذلك بأن المنتج مقصود بالشراء حقيقة؛ فإن كل مشتري يدفع مالا مقابل سلعة مقصودة، والبيع الصحيح ما توافرت أركانه وشروطه المتعلقة بالأركان- العاقدين، والمعقود عليه والصيغة- وذلك متوافر في التسويق الشبكي؛ فكان عقداً صحيحاً.

كما أن التاجر يمارس التجارة وهو يطمح في الربح، وهو أمر محتمل الحصول وعدمه، وعليه فإن عمل التاجر يحتمل الربح والخسارة؛ فكيف ينكر على المشترك في التسويق الشبكي!؟

2- التسويق الشبكي عقد جمع بيعاً وشرطاً، وإذا انضم شرط إلى العقد بقيت معه علاقة بعد العقد، يتصور بسببها منازعة، ويفوت بفواتها مقصود العاقد، وهو الأمر الذي يعود على العقد بالإبطال، أو على الشرط لا محالة⁽⁴⁴⁾، ويظهر ذلك في التسويق الشبكي من جهتين: من جهة الشركة فإنها تلتزم بإعطاء المسوق عمولة إذا جاء بالمسوقين، ومن جهة المسوق إذ يُشترط أن يأتي بعدد معين من المسوقين وفقاً ونظام محدد وآلية معينة، وهذا الالتزام يكون بالشراء، وهذا لا يجوز لحديث عمرو بن شعيب، عن أبيه، عن جده رضي الله عنهم أن النبي صلى الله عليه وسلم (نهى عن بيع وشرط)⁽⁴⁵⁾. والنهي يقتضي فساد المنهي عنه⁽⁴⁶⁾.

⁽⁴⁰⁾ ينظر الغزالي، الوسيط في المذهب، (187 / 7).

⁽⁴¹⁾ ينظر القرطبي: أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر الأنصاري، شمس الدين القرطبي، (ت: 671هـ)، الجامع لأحكام القرآن = تفسير القرطبي، تحقيق أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، طبعة دار الكتب المصرية - القاهرة، الطبعة الثانية، 1384هـ - 1964 م، (52 / 3).

⁽⁴²⁾ ينظر الزركشي: أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي، (ت: 794هـ)، المنثور في القواعد الفقهية، طبعة وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الثانية، 1405هـ - 1985م، (371 / 2).

⁽⁴³⁾ ينظر ابن عباد، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 261 - 262).

⁽⁴⁴⁾ ينظر الغزالي، الوسيط في المذهب، (73 / 3).

⁽⁴⁵⁾ أخرجه الطبراني في المعجم الأوسط، سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطهر اللخمي الشامي، أبو القاسم الطبراني (ت: 360هـ)، تحقيق طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، طبعة دار الحرمين - القاهرة (335 / 4)، (4361).

⁽⁴⁶⁾ قال الماوردي: " وهذا النهي يقتضي فساد المنهي عنه؛ ولأن هذه الشروط لا تخلو أن تكون على البائع أو على المشتري. فإن كانت على البائع فقد منعت من استقرار ملكه على الثمن وأدت إلى جهالة فيه، وإن كانت على المشتري فقد منعت من تمام ملكه للمبيع، وأضعفت تصرفه فيه؛ فبطل العقد بكل واحد منها". الماوردي: أبو الحسن علي بن محمد بن محمد بن حبيب البصري، الماوردي (ت: 450هـ)، الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي، تحقيق الشيخ علي محمد معوض - الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1419 هـ - 1999 م، (313 / 5).

رَدَّ بَأَنَّ الْعَقْدَ لَمْ يَجْمَعُ بَيْعًا وَشَرْطًا، بَلْ هُنَاكَ عَقْدَانِ: بَيْعٌ وَجَعَالَةٌ أَوْ وَكَالَةٌ وَنَحْوُ ذَلِكَ، وَكُلٌّ مِنْهُمَا مُنْفَصِلٌ عَنِ الْآخَرِ، وَكُلٌّ عَقْدٌ مِنْهُمَا مُتَوَافِرٌ الْأَرْكَانَ وَالشَّرْطَ، وَكَانَ بِمَعزَلٍ عَنِ الْآخَرِ، وَلَا مَانِعٌ مِنْ تَرْكِيبِ عَقْدٍ مِنْ أَكْثَرِ مِنْ عَقْدٍ، إِذَا لَمْ يَكُنْ شَرْطًا فِي الْآخَرِ وَمُرْتَبَطًا بِهِ.

3- الأَصْلُ فِي الْمَالِ أَنْ يَحْقُقَ مَقَاصِدَ شَرْعِيَّةٍ ضَرْوِيَّةٍ وَحَاجِيَّةٍ وَتَحْسِينِيَّةٍ، وَالْأَخِيرَتَانِ الْحَاجِيَّةُ وَالتَّحْسِينِيَّةُ تَكْمَلَانِ وَتَخْدَمَانِ الْمَقَاصِدَ الضَّرْوِيَّةَ، وَالتَّسْوِيقُ الشَّبِيحِيُّ يَخَالِفُ مَقَاصِدَ الْمَالِ تَنْمِيَّةً وَخِدْمَةً، فَإِنَّ الْمَشْتَرِكِينَ إِنَّمَا يَقْصِدُونَ الْمَالَ: الْعَمُولَاتِ وَالْحَوَافِزِ لَا السَّلْعِ؛ إِذْ إِنَّ الْحَاجَةَ إِلَيْهَا مَحْدُودَةٌ وَالتَّشْبِيعُ بِهَا سَرِيعٌ، فَهِيَ لَيْسَتْ ضَرْوِيَّةً أَوْ حَاجِيَّةً، بَلْ دُونَ ذَلِكَ، وَنِظَامُ الْإِشْتِرَاقِ يَجْعَلُكَ تَسَارِعَ فِيهَا وَإِنْ لَمْ تَكُنْ حَاجَةً إِلَيْهَا، وَهَذَا يُؤَكِّدُ أَنَّ السَّلْعَةَ جَعَلَتْ حِيلَةً لِإِضْفَاءِ الْمَشْرُوعِيَّةِ، وَقَدْ جَاءَ فِي حَدِيثِ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ: (إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَزِيرِ وَالْأَصْنَامِ). فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شَحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يَطْلَى بِهَا السَّفْنُ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ؟ فَقَالَ: (لَا هُوَ حَرَامٌ). ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: (قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شَحُومَهَا جَمَلُوهَا، ثُمَّ بَاعُوه فَأَكَلُوا ثَمَنَهَا) (47). فَالْحِيلُ لَا تَغَيِّرُ مِنْ حَقَائِقِ الْأَشْيَاءِ، وَلَا تُصَيِّرُ الْأَحْكَامَ تَابِعَةً لَهَا، بَلْ هِيَ بَاطِلَةٌ فِي أَصْلِهَا وَأَثَرِهَا (48).

4- التَّسْوِيقُ الشَّبِيحِيُّ عَقْدٌ فِيهِ أَكُلُّ لَأَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ، قَالَ تَعَالَى: أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النِّسَاءُ، آيَةٌ: ٢٩)، وَإِنْ أَكَلَ الْأَمْوَالُ بِالْبَاطِلِ لَمْ يَكُنْ لَوْثًا وَاحِدًا، بَلْ كُلُّ أَحَدٍ لِلْمَالِ بِغَيْرِ حَقٍّ ظَاهِرًا كَانَ أَمْ بَاطِلًا يَعِدُّ أَكْلًا لِلْمَالِ بِالْبَاطِلِ؛ إِذْ الْأَصْلُ عَصْمَةُ الْأَمْوَالِ، وَأَجْمَعَتِ الْأُمَّةُ عَلَى أَنَّ التَّصَرُّفَ فِي الْمَالِ بِالْبَاطِلِ حَرَامٌ سِوَاهُ كَانَ أَكْلًا أَوْ بَيْعًا أَوْ هِبَةً أَوْ غَيْرَ ذَلِكَ، وَالْبَاطِلُ اسْمٌ جَامِعٌ لِكُلِّ مَا لَا يَحِلُّ فِي الشَّرْعِ، كَالرِّبَا وَالْغَصْبِ، وَالسَّرْقَةِ وَالْخِيَانَةِ، وَكُلٌّ مَحْرَمٌ وَرَدَّ الشَّرْعُ بِهِ وَلَوْ كَانَ خَفِيًّا (49).

وَوَجْهُ أَكْلِ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ فِي التَّسْوِيقِ الشَّبِيحِيِّ أَنَّ الْمَتَرَبِّعِينَ عَلَى رَأْسِ الْهَرَمِ هُمُ الظَّافِرُونَ بِالْأَرْبَاحِ الْكَبِيرَةِ؛ لِكَثْرَةِ الْمَسْوُوقِينَ الْمَنْضُوبِينَ تَحْتَهُمْ، وَغَيْرِهِمْ فِي الطَّبَقَاتِ الدُّنْيَا يَتَكَثَّرُونَ طَمَعًا فِي الْأَرْبَاحِ، لَكِنْ يَحَالُ بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ ذَلِكَ لِعَوَامِلٍ عَدَّةٍ، مِنْهَا تَوْقُفُ الْعَمَلِ، أَوْ تَشْبِيعُ الْمَجْتَمَعِ، أَوْ اسْتِنْفَادُ قَوَائِمِ الْمَشْتَرِينَ مِنْ مَعَارِفِهِ (50).

رَدَّ ذَلِكَ بِأَنَّ الْمَسْوُوقَ يَظْفَرُ مَقَابِلَ أَمْوَالِهِ عَلَى سَلْعٍ، وَمَا يَحْصِلُهُ مِنْ أَمْوَالٍ إِنَّمَا حَوَافِزُ مَقَابِلِ التَّسْوِيقِ، أَيْنَ أَكَلَ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ إِذَا؟!

5- التَّسْوِيقُ الشَّبِيحِيُّ عَقْدٌ فِيهِ جَمَلَةٌ مِنَ الْمَحْذُورَاتِ، مِنْ غَشٍّ وَتَدْلِيسٍ وَكُذْبٍ وَتَلْبِيسٍ، وَيُظْهِرُ ذَلِكَ مِنْ خِلَالِ الْآتِي:

أ- إِيْهَامُ النَّاسِ أَنَّ الْمَنْتَجَ مَقْصُودٌ بِالشَّرَاءِ وَالْوَاقِعُ خِلَافَهُ.

(47) أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي صَحِيحِهِ، كِتَابُ الْبَيْعِ، بَابُ بَيْعِ الْمَيْتَةِ وَالْأَصْنَامِ، (2/ 779)، بِرَقْمِ (2121)، وَمُسْلِمٌ، فِي صَحِيحِهِ، كِتَابُ الْمَسَاقَاةِ، بَابُ تَحْرِيمِ بَيْعِ الْخَمْرِ، وَالْمَيْتَةِ، وَالْخَزِيرِ، وَالْأَصْنَامِ، (3/ 1207)، بِرَقْمِ (1581).

(48) قَالَ الْخَطَّابِيُّ: "وَفِي هَذَا بَيَانٌ بِطَلَانِ كُلِّ حِيلَةٍ يَحْتَالُ بِهَا تَوْصِلُ إِلَى مَحْرَمٍ، وَأَنَّهُ لَا يَتَغَيَّرُ حُكْمُهُ بِتَغْيِيرِ هَيْئَتِهِ وَتَبْدِيلِ اسْمِهِ". الْخَطَّابِيُّ: أَبُو سَلِيمَانَ حَمْدُ بْنُ مُحَمَّدِ بْنِ إِبْرَاهِيمَ بْنِ الْخَطَّابِ الْبَسْتِيِّ، الْخَطَّابِيُّ (ت: 388هـ)، مَعَالِمُ السَّنَنِ، طَبْعَةُ الْمَطْبَعَةِ الْعِلْمِيَّةِ - حَلَبَ، الطَّبْعَةُ الْأُولَى 1351 هـ - 1932 م، (3/ 133).

وَقَالَ ابْنُ قَيْمٍ الْجُوزِيَّةُ: "وَهَذَا كُلُّهُ يَدُلُّ عَلَى أَنَّ صُورَ الْعُقُودِ غَيْرُ كَافِيَةٍ فِي حَلِّهَا وَحُصُولِ أَحْكَامِهَا، إِلَّا إِذَا لَمْ يَقْصِدْ بِهَا قِصْدًا فَاسِدًا، وَكُلُّ مَا لَوْ شَرَطَهُ فِي الْعَقْدِ كَانَ حَرَامًا فَاسِدًا فَقِصْدُهُ حَرَامٌ فَاسِدٌ، وَاسْتِشْرَاطُهُ إِعْلَانٌ وَإِظْهَارٌ لِلْفَسَادِ، وَقِصْدُهُ وَنِيَّتُهُ غَشٌّ وَخِدَاعٌ وَمَكْرٌ، فَقَدْ يَكُونُ أَشَدَّ فَسَادًا مِنَ الْاسْتِشْرَاطِ ظَاهِرًا مِنْ هَذِهِ الْجِهَةِ، وَالْاسْتِشْرَاطُ الظَّاهِرُ أَشَدُّ فَسَادًا مِنْهُ مِنْ جِهَةِ إِعْلَانِ الْمَحْرَمِ وَإِظْهَارِهِ، وَمِمَّا يَدُلُّ عَلَى التَّحْرِيمِ أَنَّ أَصْحَابَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَجْمَعُوا عَلَى تَحْرِيمِ هَذِهِ الْحِيلِ وَإِطْلَاقِهَا، وَإِجْمَاعُهُمْ حُجَّةٌ قَاطِعَةٌ، بَلْ هِيَ مِنْ أَقْوَى الْحُجَجِ وَأَكْدَهَا، وَمَنْ جَعَلَهُمْ بَيْنَهُ وَبَيْنَ اللَّهِ فَقَدْ اسْتَوْثِقَ لِدِينِهِ". ابْنُ قَيْمٍ الْجُوزِيَّةُ: مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي بَكْرٍ بْنِ أَيُّوبَ بْنِ سَعْدِ شَمْسِ الدِّينِ ابْنِ قَيْمٍ الْجُوزِيَّةُ (ت: 751هـ)، إِعْلَامُ الْمَوْقِعِينَ عَنِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، مُحَمَّدُ عَبْدُ السَّلَامِ إِبْرَاهِيمَ، طَبْعَةُ دَارِ الْكُتُبِ الْعِلْمِيَّةِ - بَيْرُوتَ، الطَّبْعَةُ الْأُولَى، 1411هـ - 1991م، (3/ 136 - 137).

(49) يَنْظُرُ النَّوَوِيُّ: أَبُو زَكْرِيَا مُحَمَّدُ بْنُ يَحْيَى بْنِ شَرَفِ النَّوَوِيِّ (ت: 676هـ)، الْمَجْمُوعُ شَرْحُ الْمَهْذَبِ، طَبْعَةُ دَارِ الْفِكْرِ، (9/ 145).

(50) يَنْظُرُ ابْنُ عَبْدِاتٍ، التَّسْوِيقُ الشَّبِيحِيُّ (دِرَاسَةٌ شَرْعِيَّةٌ)، (ص 266).

ب- المبالغة والتّهويل في فوائد المنتجات المسوّقة طمعًا في استقطاب مشتركين كثير، وهذا يوقع في الكذب والتدليس والتّعير.

ت- إغراء المشترّكين بالعمولات الكبيرة المتوهمة نتيجة اشتراكهم في هذه الشّركات، وكلّ ذلك من الغشّ المحرّم شرعًا⁽⁵¹⁾، عن أبي هريرة رضي الله عنه أنّ رسول الله صلى الله عليه وسلّم قال: (من غشّ فليس مّي)⁽⁵²⁾. فكلّ مخادعة من إيهام وتهويل وإغراء تكون غشًا وأكلًا لأموال النّاس بالباطل⁽⁵³⁾.

رُدّ ذلك بأنّ المنتج مقصود بالشّراء حقيقة؛ فإنّ كلّ مشتري يدفع مألًا مقابل سلعة مقصودة، والبيع الصّحيح ما توافرت أركانه وشروطه المتعلّقة بالأركان، وذلك متوافر في التّسويق الشّبكي؛ فكان عقدًا صحيحًا، إضافة إلى أنّ المنتجات المسوّقة أثبتت التّجارب نجاحتها وفائدتها.

6- التّسويق الشّبكي عقد متضمن في حقيقته لا في صورته الرّبا بنوعيه: ربا الفضل و ربا النّسيئة⁽⁵⁴⁾؛ لأنّ المشترّكين إنّما يترقبون العمولات الكبيرة لا السلعة، يدفع المشترّك مبلغًا قليلًا طمعًا في الحصول على مبالغ كبيرة، وهذا عين ربا الفضل، فإنّ أضيف إلى ذلك تأجيل المبلغ كان ربا النّسيئة، فالعملية نقد بنقد مع الفضل والتّأخير، وهو أمر محرّم نصًا وإجماعًا⁽⁵⁵⁾، إلى جانب ذلك فإنّ من السّلع المباعة الذهب حليًا كان أم على هيئة سلع أخرى ساعات ونحوها، ومعلوم أنّ ما اتّحد علّة واختلف جنسًا يشترط فيه شرطان: التّقابض والحلول، والواقع في التّسويق الشّبكي خلافه.

رُدّ ذلك بأنّ المال المدفوع يقابل سلعة، أين الرّبا إذًا؟

⁽⁵¹⁾ ينظر المرجع السّابق (ص 260).

⁽⁵²⁾ أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم: «من غشنا فليس منا»، (1/ 99)، برقم(102).
⁽⁵³⁾ قال القرطبي: " لا يأكل بعضكم مال بعض بغير حق. فيدخل في هذا: القمار والخذاع والغصوب ووجد الحقوق، وما لا تطيب به نفس مالكة، أو حرمة الشريعة وإن طابت به نفس مالكة، كهر البغي وحلوان الكاهن وأثمان الخمر والخنازير وغير ذلك". القرطبي الجامع لأحكام القرآن، (2/ 338).

⁽⁵⁴⁾ الربا: لغة: الزيادة، وشرعًا: عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد أو مع تأخير في البدلين أو أحدهما. ينظر زكريا الأنصاري، أسنى المطالب في شرح روض الطالب، (21/ 2)، ابن حجر الهيتمي، تحفة المحتاج في شرح المنهاج، (4/ 272).

⁽⁵⁵⁾ ينظر ابن المنذر: أبوبكر محمد بن إبراهيم بن المنذر النيسابوري، (ت 319هـ)، الإجماع، وثق نصوصه وعلّق عليه: أبو عبد الأعلى خالد بن محمد بن عثمان المصري، طبعة دار الآثار- القاهرة، الطبعة الأولى، (ص 109 – 110).

المطلب الزابع حقيقة التسويق الشبكي في نظر الباحثين:

من خلال التأمل في حقائق التسويق الشبكي في نظر المجيزين والمانعين، تظهر مجموعة براهين كاشفة حقيقة التسويق الشبكي، تُجمل في الآتي:

1- العقود تتباين من حيث اللزوم وعدمه، وما وُصف به المجيزون التسويق الشبكي من توصيفات تتباين ذاتاً، وتفرق عنه صفاتاً، فمن العقود ما يكون جائزاً من الطرفين، كالوكالة والجماعة، والسّمسة، ومنها ما يكون لازماً من الطرفين كالبيع والإجارة⁽⁵⁶⁾، وحقيقة واقع التسويق الشبكي أنه عقد لازم من طرف وجائز من آخر، فهو من جهة الشركة لازم، ومن جهة المسوّق جائز، أي للمسوّق أن ينسحب متى شاء، أما الشركة فيلزمها الوفاء مادام المسوّق ملتزماً واجباته قائماً بأعماله، وإلا كان ذلك عبئاً، ولفسخت الشركة العقد متى ازدادت عمولة العملاء، وهذا يجعلها مسؤولة قانوناً⁽⁵⁷⁾.

2- يفرق التسويق الشبكي عن الإجارة من حيث الشروط، فمنها ما يتعلّق بالمنفعة، من ذلك: أن تكون متقومة، معلومة عيناً وقدراً وصفة، وكونها مقدورة التسليم، وواقعة للمستأجر، وغير متضمنة استيفاء عين قصداً. ومنها ما يخص الأجرة، ويشترط أن تكون معلومة إما بالرؤية إن كانت معينة، وإلا كانت معلومة جنساً وقدراً وصفة، وكونها حالة مسلمة في المجلس في إجارة الذمة، وهذا مفقود في التسويق الشبكي؛ إذ الأجرة مجهولة، كأن تكون على شكل نقاط ومراحل ونظام ليحصل من مجموع ذلك مال، أو تكون مالاً مشاعاً ونسبة مئوية محكومة بالية ونظام؛ لتكوين دافعية عند المسوّقين ليتسابقوا في جني قدر كبير من العمولات والحوافز.

أيضاً الأجل مجهول؛ فإنه يعسر على المسوّق تحديد أجل لإفناعه العملاء الجدد، وهذه جهالة فاحشة⁽⁵⁸⁾.

3- يفرق التسويق الشبكي عن الجماعة في أن العمولات والحوافز تختلف من المسوّق الأصيل وغيره ممّن يشاركه التسويق نظراً لما تشترطه الشركات من نظم تنظّم العمولة، بخلاف الجماعة، وهذا الأمر يؤكّد أنّ السلعة جعلت تحايلاً لتسويق المعاملة ظاهراً، وإلا فالمقصود هو المال بدليل أنّ عملية استقطاب العملاء تنفرد بالحديث في العمولات والحوافز أكثر من الحديث عن السلعة⁽⁵⁹⁾.

كما أنّ كثيرين ممّن يشتركون السلع المعنوية لا يشترونها لحاجة حقيقية، أو يشتركون سلعةً تفوق حاجتهم بكثير، وهذا كلّ يؤكّد أنّ المعنى هو العمولات والحوافز لا السلع، فيدفعون أموالاً طمعاً في جنابة أموال كثيرة، فما يدفع من مال إنّما يقابل أموالاً متوقّعة، وهذا عين القمار⁽⁶⁰⁾.

4- نشاط شركات التسويق الشبكي مغلف بأعمال محظورة وملتبسة ومريبة، من ذلك الفندقية والبنوك والعملات ونحو ذلك، ومعلوم أنّ الأصل في أيّ نشاط تجاريّ أن يكون عمله بيعاً وشراءً وما ارتبط به من عمل حلالاً، وكذا نشاطه البنكي ضمناً وإيداعاً يجب أن يكون مشروعاً، غير أنّ الناظر في هذه الشركات وأمثالها من شركات الاسترباح يجدها محاطة بجملة أعمال محظورة، منها النشاط الفندقيّ ويختلف ظلمةً وحرمةً من مجتمع إلى آخر باختلاف معارفه المحرمات وكثرة وقلة، وكذا التعاملات البنكية، فإنّها منغمسة في مستنقعات الربا شراكة ونشاطاً مصرفياً، فضلاً عن استغلال مثل هذه الشركات

⁽⁵⁶⁾ ينظر السيوطي: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: 911هـ)، الأشباه والنظائر، طبعة دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 1411هـ - 1990م، (ص 275).

⁽⁵⁷⁾ ينظر ابن عباد، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 258).

⁽⁵⁸⁾ ينظر المرجع السابق (ص 258 - 259).

⁽⁵⁹⁾ ينظر ابن عباد، التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، (ص 261).

⁽⁶⁰⁾ ينظر المرجع السابق، (ص 262).

- لبعدها عن الأنظار وتواربها خلف الحدود والحوسبة- في الأنشطة المحرمة مثل المتاجرة بالبشر والنشاط الربوي الصّرف (61). والأصل معرفة أنشطة هذه الشركات على الظنّ الغالب؛ كون الزّبية فيها بالغة لكثرة الأرباح وفحشها وسرعة تحصيلها، والواجب على المسلم معرفة حكم هذا النوع من الشركات، وتبين أنشطتها قبل التعاطي معها، قال سيّدنا عمر بن الخطاب رضي الله عنه: " لا يبيع في سوقنا إلّا من قد تفقّه في الدّين " (62).

5- التّسويق الشّبكي نشاط أنانيّ مصادم قُصد المال إعمارًا وتنمية؛ فإنّه يصنع أثره فرديّة ولا يحقّق تنمية اقتصادية، بل يؤثّر سلبيًا على اقتصاديات الدّول؛ إذ ذكر اقتصاديون أنّ الخسارة الاقتصادية في التّسويق الشّبكي تفوق خسائر القمار (63).

قال الدّكتور حسين شحاته: " لا يحقّق التّسويق الشّبكي التّمية الاقتصادية من منظور إسلامي، بل يحقّق بيئة استهلاكية ومقنّعة تستنزف نسبة عالية من الأموال والجهود، كان يمكن توجيهها إلى مشروعات استثماريّة تشغّل العاطلين " (64).

6- التّسويق الشّبكي أداة إفساد مقصد بعث الرّسل الكليّ تتميم مكارم الأخلاق، جاء عن أبي هريرة رضي الله عنه، قال: قال رسول الله صلّى الله عليه وسلّم: (إنّما بعثت لأتمّم صالح الأخلاق) (65)؛ وذلك من خلال سعيّ المسوّقين لجعل علاقاتهم الاجتماعية محقّقة إضافة ماليّة بانتظام الأقرباء في هذه الشركات، وتطويع العلاقات الاجتماعية لتكون مصدرًا من مصادر الاسترباح والاستزاق، وهو الأمر الذي يؤثّر سلبيًا على قيم المجتمع وأخلاقياته الإسلاميّة، ويبدّر أسباب الفرقة والتّشردم التي أغلقتها الشّريعة الإسلاميّة، وسدّت كلّ منافذ الإفساد والإسقاط في كثير من المعاملات، من غش وخديعة وسوم ونجش وبيع على بيع الأخ ونحو ذلك حماية للأمن المجتمعيّ، من ذلك حديث عبد الله بن عمر رضي الله عنهما أنّ رجلا دُكر للنبيّ صلّى الله عليه وسلّم أنّه يُخدع في البيوع، فقال: (إذا بايعت فقل لا خلاية) (66)، أي لا خديعة.

حاصل القول إنّ حقيقة واحدة ممّا ذكره المانعون كافية في تحريم هذه المعاملة ومثلياتها، فكيف باجتماع حقائق متواردة؟! فإنّ الأصل إذا فات في العقد ما هو من المكملات كانتفاء الغرر والجهالة، أو شكّ ألاً يحصل للمتعاقدين أو لأحدهما مقصود كان العقد عدماً (67)، فكيف بفوت ضروري من ضروريات العقد، وذهاب غاياته ومقاصده؟!

(61) ينظر المرجع السابق، (ص 263).

(62) أخرجه الترمذي في سننه، الترمذي: محمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى، (ت: 279هـ)، سنن الترمذي، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر، طبعة شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، الطبعة: الثانية، 1395 هـ - 1975 م، أبواب الوتر، باب ما جاء في فضل الصلاة على النبيّ صلّى الله عليه وسلّم (2 / 357)، برقم (487).

(63) ينظر الرابط: <http://www.mlm-thetruth.com/ShockingMLMstats.htm>

(64) شحاتة: حسين شحاتة، شبهات حول التّسويق الشّبكي. مقال على صفحة الشبكة العنكبوتية.

(65) أخرجه الإمام أحمد في المسند، (14 / 513)، برقم (8952).

(66) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب ما يكره من الخداع في البيع، (2 / 745)، برقم (2011)، ومسلم، في صحيحه، كتاب البيوع، باب من يُخدع في البيع، (3 / 1165)، برقم (1533).

(67) ينظر الشاطبي، الموافقات (2 / 22).

الخاتمة

إنّ حقيقة التّسويق الشّبكيّ كامنّة في إدراك جملة الحقائق الّتي فُزّبت بين يدي التّأظر؛ لتكون أداة اختبار للعديد من شركات الاسترزااق المتسارع، ومصحة استشفاء الرّغبة الماليّة المستعرة. وقد خلص البحث إلى جملة نتائج ومجموعة توصيات.

أولاً النتائج:

- 1- التّسويق الشّبكيّ نظام تسويقيّ مباشر، يروّج لمنتجاته عن طريق المشتريين الجدد بإعطائهم عمولات ماليّة أو خدميّة، مقابل كلّ من يشتري عن طريقهم، وفقاً وشروط معيّنة تحكّمها لوائح منظمّة.
- 2- يعتمد التّسويق الشّبكيّ على شراء سلعة أو خدمة، أو الاشتراك برسم معيّن، يكون المشتري أو المشترك بذلك مسوّفاً، يمكنه إضافة مسوّقين إليه معتمدين على رقمه التّسويقي، ويستحقّ بموجب ذلك عمولات وحوافز.
- 3- حقيقة التّسويق الشّبكيّ في نظر المجيزين اعتماده على أصل المعاملات والعقود من الإذن والإباحة، وكونه شاكل مجموعة من العقود الجائزة، وجمع بعض صفاتها، من ذلك: الوكالة، والإجارة، والجعالة، والسّمسرة.
- 4- حقيقة التّسويق الشّبكيّ في نظر المانعين انتفاء أصل الإذن والإباحة وانتقال الحكم من الإباحة إلى الحرمة؛ إذ جمع العقد مجموعة من المحاذير الشّرعيّة الّتي يكفي أحدها في تحريم العقد فكيف بها مجتمعة؟! من ذلك: القمار، وبيع وشرط، وأكل أموال الناس بالباطل، والغشّ والخديعة والكذب، والتّحاييل، والزّبا.
- 5- حقيقة التّسويق الشّبكيّ في نظر الباحثين مفارقة عقد التّسويق الشّبكيّ للعقود الّتي ألحق بها جواراً من حيث اللّزوم والجواز، ومن حيث الشّروط والمتعلّقات، كما أنّ نشاط شركات التّسويق الشّبكيّ مغلّف بأعمال محظورة وملتبسة ومريبة، إضافة إلى أنّه نشاط أنانيّ مصادم فُصد المال إعماراً وتنمية، ويعدّ أداة إفساد مقصد بعث الرّسل الكليّ تميمم مكارم الأخلاق؛ إذ جعل العلاقات الاجتماعيّة مصدرًا من مصادر الاسترزااق والاسترزااق.
- 6- حقيقة التّسويق الشّبكيّ من حيث المشروعيّة عقد محرم؛ كونه جمع حقائق التّحريم في العقود المحرّمة، وجانب مقاصد الشّارع في المال.

ثانياً التوصيات:

- 1- تبني المؤسّسات العلميّة من جامعات ومراكز بحثيّة كراسي علميّة، تُعنى بالموضوعات المعاملاتيّة معالجة لواردها، وصناعة لمنتجات مشروعة.
- 2- كتابة أبحاث علميّة تُعنى بالمال، تنمية لأصله، وتطويراً لقُصده، وضبطاً لمشكله، من ذلك الآتي:
 - أ- القواعد الأصوليّة والفقهيّة الحاكمة على شركات الاستثمار الإلكتروني.
 - ب- نظريّة المال المقاصديّة عند الإمام الشّاطبيّ في كتابه الموافقات.

المصادر والمراجع

- الإجماع، ابن المنذر: أبوبكر محمد بن إبراهيم بن المنذر النيسابوري، (ت 319هـ)، وثق نصوصه وعلق عليه: أبو عبد الأعلى خالد بن محمد بن عثمان المصري، طبعة دار الآثار- القاهرة، الطبعة الأولى.
- الإرشاد إلى سبيل الرشاد، أبو علي الهاشمي البغدادي: محمد بن أحمد بن أبي موسى الشريف، أبو علي الهاشمي البغدادي (ت: 428هـ)، تحقيق د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة.
- أسنى المطالب في شرح روض الطالب، زكريا الأنصاري: زكريا بن محمد بن زكريا الأنصاري، زين الدين أبو يحيى السنيكي (ت: 926هـ)، طبعة دار الكتاب الإسلامي.
- الأشباه والنظائر، السيوطي: عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي (ت: 911هـ)، طبعة دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 1411 هـ - 1990 م.
- إعلام الموقعين عن رب العالمين، ابن قيم الجوزية: محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية (ت: 751هـ)، محمد عبد السلام إبراهيم، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة الأولى، 1411 هـ - 1991 م.
- تاج العروس من جواهر القاموس، الزبيدي: محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، المرتضى الزبيدي (ت: 1205هـ)، تحقيق مجموعة من المحققين، طبعة دار الهداية.
- تبيين الحقائق شرح كز الدقائق، الزيلعي: عثمان بن علي بن محجن الباري، فخر الدين الزيلعي الحنفي (ت: 743 هـ)، طبعة المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة الأولى، 1313 هـ.
- تحفة المحتاج في شرح المنهاج، ابن حجر الهيتمي: أحمد بن محمد بن علي بن حجر الهيتمي، (ت : 974هـ)، طبعة المكتبة التجارية الكبرى بمصر لصاحبها مصطفى محمد، 1357 هـ - 1983 م.
- التسويق الشبكي (دراسة شرعية)، ابن عبدات: رياض فرج بن عبدات، مجلة جامعة الناصر- صنعاء، العدد الثالث، يناير - يونيو 2014م، (ص 254) .
- التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد، ابن عبد البر: أبو عمر يوسف بن عبد الله ابن محمد بن عبد البر بن عاصم النمري القرطبي (ت: 463هـ)، تحقيق: مصطفى بن أحمد العلوي، محمد عبد الكبير البكري، طبعة وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية - المغرب، 1387 هـ .
- التوضيح لشرح الجامع الصحيح، ابن الملقن: سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري (ت: 804هـ)، تحقيق دار الفلاح للبحث العلمي وتحقيق التراث، طبعة دار النوادر، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1429 هـ - 2008 م.
- الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه، البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي (ت 256 هـ)، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، اليمامة - بيروت، الطبعة الثالثة، 1407 - 1987 م.

الجامع لأحكام القرآن = تفسير القرطبي، القرطبي: أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر الأنصاري، شمس الدين القرطبي، (ت: 671هـ)، تحقيق أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، طبعة دار الكتب المصرية - القاهرة، الطبعة الثانية، 1384هـ - 1964م.

الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي، الماوردي: أبو الحسن علي بن محمد بن محمد ابن حبيب البصري، الماوردي (ت: 450هـ)، تحقيق الشيخ علي محمد معوض - الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1419 هـ - 1999م.

دقائق أولي النهى لشرح المنتهى المعروف بشرح منتهى الإرادات، البهوتي: منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي (ت: 1051هـ)، طبعة عالم الكتب، الطبعة الأولى، 1414هـ - 1993م،

روضه الطالبين وعمدة المفتين، التّووي: أبو زكريا محي الدين يحيى بن شرف النووي (ت: 676هـ)، تحقيق: زهير الشاويش، طبعة المكتب الإسلامي، بيروت- دمشق- عمان، الطبعة: الثالثة، 1412هـ - 1991م.

سنن التّرمذي، التّرمذي في سننه، التّرمذي: محمد بن عيسى بن سّورة بن موسى بن الضحاك، التّرمذي، أبو عيسى، (ت: 279هـ)، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر، طبعة شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، الطبعة: الثانية، 1395 هـ - 1975 م.

شبهات حول التّسويق الشبكي، حسين شحاته، مقال على صفحة الشّبكة العنكبوتية.

شرح الزّرقاني على مختصر خليل، الزّرقاني: عبد الباقي بن يوسف بن أحمد الزرقاني المصري (ت: 1099هـ)، ضبطه وصححه عبد السلام محمد أمين، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1422 هـ - 2002 م.

شرح صحيح البخاري، ابن بطلال: أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك ابن بطلال (ت: 449هـ)، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، طبعة مكتبة الرشد - السعودية، الرياض، الطبعة الثانية، 1423هـ - 2003م.

الشريعة، الأجرّي: أبو بكر محمد بن الحسين بن عبد الله الأجرّي البغدادي (ت: 360هـ)، تحقيق الدكتور عبد الله بن عمر بن سليمان الدميحي، طبعة دار الوطن - الرياض / السعودية، الطبعة: الثانية، 1420 هـ - 1999 م.

فتح الباري شرح صحيح البخاري، ابن حجر: أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، (ت 852 هـ)، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه: محمد فؤاد عبد الباقي، قام بإخراجه وصححه وأشرف على طبعه محب الدين الخطيب، طبعة دار المعرفة - بيروت، 1379 هـ.

الفروع، ابن مفلح: محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين المقدسي الراميني (ت: 763هـ)، تحقيق عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى 1424 هـ - 2003 م.

لسان العرب، ابن منظور: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور (ت: 711هـ)، طبعة دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - 1414 هـ .

مجموع الفتاوى، ابن تيمية: تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني (ت: 728هـ)، جمع عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، طباعة مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، 1416هـ-1995م.

المجموع المغيث في غربي القرآن والحديث، الأصبهاني: محمد بن عمر بن أحمد بن عمر الأصبهاني المدني، أبو موسى (ت: 581هـ)، تحقيق عبد الكريم العزباوي، طبعة دار المدني للطباعة والنشر والتوزيع، جدة - المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى.

المجموع شرح المهذب، النووي: أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (ت: 676هـ)، طبعة دار الفكر المحكم والمحيط الأعظم، ابن سيده: أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت: 458هـ)، تحقيق عبد الحميد هندواوي، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، 1421 هـ - 2000 م.

المستصفى في علم الأصول، الغزالي: أبو حامد محمد ابن محمد الغزالي الطوسي (ت: 505 هـ)، تحقيق محمد بن سليمان الأشقر، طبعة مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 1417 هـ-1997 م.

مسند الإمام أحمد بن حنبل، ابن حنبل: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال ابن أسد الشيباني (ت: 241هـ)، تحقيق شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، إشراف: د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، 1421 هـ - 2001 م.

المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، مسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري (ت: 261هـ)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، طبعة دار إحياء التراث العربي - بيروت.

مشارك الأنوار على صحاح الآثار، اليحصبي: عياض بن موسى بن عياض بن عمرو اليحصبي السبتي، أبو الفضل (ت: 544هـ)، طبعة المكتبة العتيقة ودار التراث .

معالم السنن، الخطابي: أبو سليمان حمد بن محمد بن إبراهيم بن الخطاب البستي، الخطابي (ت: 388هـ)، طبعة المطبعة العلمية - حلب، الطبعة الأولى 1351 هـ - 1932 م.

المعجم الأوسط، الطبراني: سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير اللخمي الشامي، أبو القاسم الطبراني (ت: 360هـ)، تحقيق طارق بن عوض الله بن محمد , عبد المحسن ابن إبراهيم الحسيني، طبعة دار الحرمين - القاهرة (4/335).

مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، الشرييني: شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشرييني الشافعي (ت: 977هـ)، طبعة دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 1415 هـ - 1994 م.

مقاييس اللغة، ابن فارس: أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي، أبو الحسين (ت: 395هـ)، تحقيق عبدالسلام محمد هارون، طبعة دار الفكر، 1399 هـ - 1979 م.

المنثور في القواعد الفقهية، الزركشي: أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي، (ت: 794 هـ)، طبعة وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الثانية، 1405 هـ - 1985 م، (2 / 371).

الموافقات، الشاطبي: إبراهيم بن موسى الشاطبي اللخمي الغرناطي المالكي، (ت: 790 هـ)، تحقيق عبد الله دراز، طبعة دار المعرفة - بيروت، (1 / 285).

موطأ الإمام مالك، مالك: مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبجي المدني (ت: 179هـ)، تحقيق بشار عواد معروف - محمود خليل، طبعة مؤسسة الرسالة، 1412 هـ.

نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، الرملي: شمس الدين محمد بن أبي العباس أحمد بن حمزة شهاب الدين الرملي (ت: 1004هـ)، طبعة دار الفكر، بيروت، 1404هـ-1984م.

النهاية في غريب الحديث والأثر، ابن الأثير: مجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد ابن الجزري ابن الأثير (ت: 606هـ)، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي، طبعة المكتبة العلمية - بيروت، 1399هـ - 1979م.

الوسيط في المذهب، الغزالي: أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الطوسي (ت: 505هـ)، تحقيق أحمد محمود إبراهيم , محمد محمد تامر، طبعة دار السلام - القاهرة، الطبعة الأولى، 1417 هـ.