

## التسوق الشبكي الهرمي حكمه

إسماعيل سالم صالح البرزنجي

مشرف اختصاصي – التربية الإسلامية

(قدم للنشر في ١٥/١٢/٢٠٢١ ، قبل للنشر في ٩/٢/٢٠٢٢)

### ملخص البحث

يهدف البحث الى بيان حكم التسوق الشبكي الهرمي بعد انتشار الشركات التي تعمل بالتسوق الشبكي ودخول كم هائل من الشباب في شبابه واستنزاف الاموال وعدم وجود تجارة حقيقية مما ادى الى ركود الاقتصاد وافلاس كثير من الناس لان اغلب الذين يدخلون الى هذه الشركات من الفقراء والمتطلعين الى الربح السريع والثراء ، وتبين لي من خلال البحث ونقصي الادلة حرمة هذا البيع وعدم جواز نشره ووجوب تحذير الناس من الانخراط في شبابه.

## hierarchical network shopping

Ismail Salem Saleh Al-Barzanji

### Abstract

The research aims to clarify the rule of the hierarchical network shopping after the spread of companies that work in network shopping and the entry of a huge number of young people into this field with the depletion of money and the lack of real trade, what is mentioned earlier led to the stagnation of the economy and bankruptcy of many people because most of those entering these companies are poor and aspired to quick profits And richness , Based on the research investigation and evidence, it is clear to me that this sale is forbidden and impermissible expand it, and that people should be warned against joining it.

## بسم الله الرحمن الرحيم

### المقدمة

الحمد لله الذي أحلَّ البيع والتجارة وأمر بالسعي والمثابرة وحرَم الغر والمقامرة ، والصلاة والسلام على من شرف الدنيا وجوده واناَر الكون بحسن خلقه وسلوكه ، وأمر امته بالعمل والكسب الحلال .

اما بعد . . . . نعيش في زمن كثر فيه سبل اكتساب الاموال بكثرة الشركات وتنوعها واختلاف تعاملاتها فمنها ما تريد الكسب الحلال ، ومنها ما تريد الكسب بشتى السبل حتى لو كان الكسب من الحرام .

ويعتبر العصر الحديث هو عصر الثروة المعرفية والتطور التكنولوجي بشتى انواعه فجميع الخدمية والصناعية تسعى وبشكل مستمر من اجل تحقيق سعيها ونحو النمو في ظل المنافسة الشديدة حيث غدا تسويق المنتجات امرا استراتيجيا ومهما في نمو الشركة وفي كسب عملاء وزبائن جدد ، ويعتبر التسويق في الوقت الحاضر احد الخيارات الاستراتيجية لتحقيق هذا الهدف سواء كانت سلعا حقيقية او خدماتية او تجارة الكترونية وما شابهها .

وقد تنوعت طرق ونمط التسوق التجاري حيث استجد نوع من انواع التسوق الحديث وهو ما تعارف عليه بالتسوق الشبكي ( Marketing Network ) او ما يطلق عليه بالتسوق متعدد المستويات ( Marketing Multi level ) والذي يهدف الى كسب شريحة كبيرة من الناس وجعلهم عملاء دائمين او مستمرين .

وقد انتشرت بين الشباب بكثرة فغايتهم كسب الاموال بسرعة والنهوض من الفقر، ولا بد من دراسة حكم التعامل بهذه الشركات وهل هي من الكسب الحلال ام من الحرام .

ولا بد من تقسيم البحث على ثلاثة مطالب :-

المطلب الاول : التعريف بالتسوق الشبكي الهرمي ويشتمل على ثلاثة أفرع :

الفرع الاول : تعريفه .

الفرع الثاني : نشأته .



الفرع الثالث : موقف الدول من التسويق الشبكي .

المطلب الثاني : اقوال الفقهاء المعاصرون فيه .

المطلب الثالث : الحكم الشرعي على التسويق الشبكي الهرمي .

## المطلب الاول

### التعريف بالتسوق الشبكي والهرمي

للتعرف على التسوق الشبكي الهرمي لابد من تعريفه ومن ثم بيان نشأته فالمطلب يشتمل على فرعين :

#### الفرع الاول : تعريفه :

برنامج تسويقي يمنح المشاركين فيه شراء حق التوظيف لمزيد من المشاركين وبيع المنتجات او الخدمات والتعويض عن المبيعات عن طريق الاشخاص الذين قاموا بتجنيدهم فضلا عن المبيعات الخاصة بهم<sup>(١)</sup> .

وهو قيام شركات ببيع منتجاتها عن طريق الاشتراك معها بعقد يستفيد العميل بموجبه عددا من الفوائد كالحصول على مكافآت واسعار منخفضة تزيد بازدياد مشترياته مع إمكان الحصول على ارباح اضافية من خلال ضمه لأخرين الى شبكة التسويق او انضمام اعضاء عن طريق الذين انضموا عن طريقه .

فهم من خلال التعريف اعلاه ان التسويق الشبكي الهرمي يطلق على نظام يقوم على استقطاب العملاء عن طريق الانتساب للشركة لإمكانية الاستفادة من منتجاتها , ثم تنسيب مشتركين جدد عن طريقهم , يعتبر المنتسب اليها رأس هرم لغيره وفي الوقت نفسه يعتبر هو جزءاً من هرم غيره وتقدر ارباح الاعضاء بطريقة حسابية تراكمية حسب مشترياتهم ومشتريات الاعضاء الذين ينتسبون عن طريقهم .

ومن خلال بحثي وجدت شركات كثيرة تختلف عملها عن بعضها في بعض الامور فمثلا شركة ( يونيك فاينيس ) تنقسم الى فريق عراقي واوربي كل فريق له نظام يختلف عن الاخر وكل شركة نظامها تختلف عن الاخرى وهذه الشركات منتشرة منها شركة ( يونيك فاينيس ) وشركة ( اومو فاينيس ) وشركة ( اكسجيريا ) وشركة ( فوركس ) وشركة ( كيونت ) ( نيو مارت ) ( نحو الافق ) وقد وجدت اختلاف في بعض الشركات فالتسويق الشبكي قد يختلف عن الهرمي .

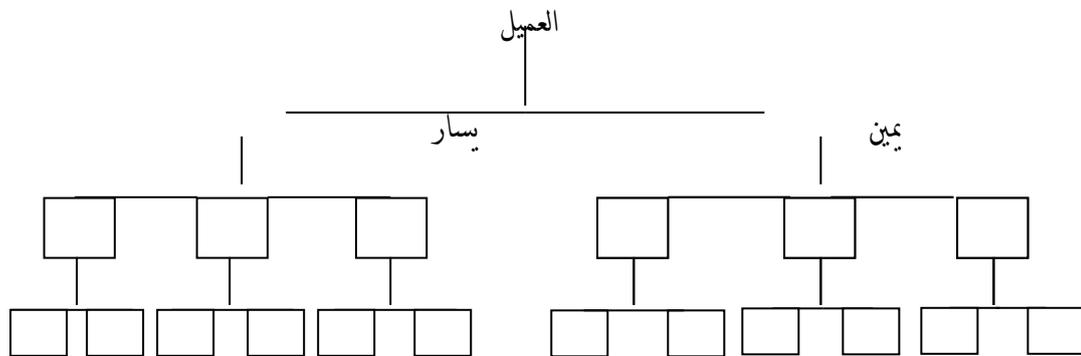
١) ( التسوق الشبكي تحت المجهز : زاهر سالم بلفقيه : ص٦ ( www.pdfactory.com ) مكتب عين الجامعة .

## أولاً : فالتسوق الشبكي الشجري :

تعمل من خلال إلغاء الدعاية والإعلان والغاء الوسطاء ويتم شراء السلعة مباشرة من الشركة والاعتماد على المستهلك نفسه في الترويج لمنتجات الشركة اعتماداً على الدعاية الشفهية وقوة كلمة المستهلك مقابل أن يأخذ المستهلك عمولة على الترويج لمنتجات الشركة وذلك على النحو الآتي :

لكي يصبح الشخص وكيلاً للشركة لابد أن يشتري إحدى سلع الشركة مثلاً (ساعة أو قلماً ) وبعد دخول المستهلك كوكيل للشركة يبدأ عمله بتكوين شجرة من المستهلكين تسري فيها منتجات الشركة فيبدأ بتزكية المنتج وخطة عمل لاثنتين من اصدقائه وعند اشتراكهما في الشركة وطلب منتج يصبح من حقه عمولة تحفيزية ثم بعد ذلك يبدأ الشخصان في نفس السلوك ولكي يحسب العمولات يقوم بتقسيم الشجرة الموجودة تحت المستهلك الأول الى قسمين يمين ويسار المستهلك , ويصبح لكل منهما رقم ( TCO ) خاص به ويشترط نظام الشركة للحصول على العمولة تساوي الطرفين الايمن واليسر وبمجرد ان يتساوى الطرفين في البيع يحصل على العمولة المشترك الاول وتتكفل الشركة بدفعها له وتستمر هذه الدورة لست مرات فقط وتنتهي لتبدأ دورة اخرى وهكذا . . . ولكل شركة شروط تختلف بها عن الاخرى الا أنهم جميعاً يشتركون في الجوهر والمضمون .

ولتوضيح الية عمل الشركة



كل ٣ مبيعات جديدة يمين و ٣ مبيعات جديدة على اليسار تحسب ١٠٠ دولار لهذا المستهلك والوكيل كعمولة ويشترط التوازن ما بين الجهة اليمنى والجهة اليسرى لتحقيق العدل في العمولات . بحيث يكون لكل مستهلك او وكيل حد اقصى من العمولات ٣٠٠ دولار في الاسبوع حفاظا على الشركة من الافلاس لذلك الشركة تستمر في عملها , ويحصل المستهلك او الوكيل على عمولته على صورة ٨٠ في المائة تقدا و ٢٠ في المائة توضع فيها ما يسمى حصاله الذهب الخاصة به حتى يصل رصيده الى سعر سبيكة ذهبية من انتاج الشركة او اي منتج اخر من نفس السعر وهكذا .

### ثانيا : التسوق الهرمي : للتسوق الهرمي صورتان مشهورتان :

١- تسوق هرمي بدون منتج : يتم فيه بناء الهرم على الاشتراك النقدي الجرد , وهذه الصيغة ظهرت في الغرب ثم جاءت القوانين بحظرها وتصنيفها ضمن معاملات الغش التجاري , ومن اشدها شبها بهذا النظام الهرمي العاري عن المنتج شركة ( Prime bank ) حيث يكون الاشتراك فيها عن طريق ايداع مبلغ في حسابها دون فوائد مقابل الحصول على سبيكة ذهبية بعد ستة اشهر تخير بعدها بين الحصول على نقودك او السبيكة والابقاء على الوديعة للحصول على عمولات عن كل مودع اتيت به مباشرة او اتى به احد افراد شبكتك<sup>(٢)</sup>

٢- تسوق هرمي قائم على منتج وهو مرادف للتسويق الشبكي , وتكمن مشكلة التسويق الهرمي بأن شخصا سيكون متربعا على قمة الهرم وأدنى منه مجندين يقومون بتجنيد موزعين اخرين سيقومون بدورهم باستقطاب موزعين اخرين يوظفونهم في عملية التسويق الهرمي فمبيعات هذا الكم الهائل من الموزعين ستفيد شخصا واحدا وهو المتربع على قمة الهرم التسويقي والمستفيد الاساسي من التسويق الهرمي<sup>(٣)</sup> .

٢) ينظر التسويق الهرمي تحت المظهر : زاهر سالم بلفقيه : ص ٨ ( www.pdfactory.com ) مكتب عين الجامعة .

٣) معلومات عن التسويق الهرمي ( sotor .com )

وفي الحقيقة ان جوهر النظامين واحد في واقع الامر , فاهمية وصف ملازم لجميع خطط التسويق الشبكي , حيث تبدأ الشبكة بشخص واحد وهو رأس الهرم ثم تتسع نزولا على حسب عدد الاشخاص الذين يزيدون في المستويات الدنيا , بل هي مطابقة تماما كما في خطة المستويات الثنائية .

### الفرع الثاني : نشأته :

طريقة التسويق الشبكي الحديثة تعتبر من مواليد العصور المتأخرة ويعد مايكل برونر هو المبتكر لها وبدأت هذه الفكرة عندما لاحظ ان بعض الشركات توزع كوبونات الخصم المجانية على العملاء لرفع ولائهم , فكانت كوبونات الخصم توزع مجانا لكن الشركات التي توزعها تعاني عدم وجود وحدات توزيع مخصصة , ولذلك فهي تمنح الجهة الخارجية التي توزعها نسبة على مبيعات هذه الكوبونات , ادرك برونر ان العملاء يريدون الحصول على الكوبونات, وأن الشركات تريد توزيعها فبدأ يوزعها بنفسه على التجمعات الكبيرة للعملاء , فمثلا ذهب بكوبونات الخصومات على الكتب الى الجامعة التي تكتظ بالآلاف العملاء , كما ان الجامعة تحرص على ان يحصل طلابها على الكتب بأسعار رخيصة , فكان من الطبيعي ان ترحب الجامعة بتوزيع الكوبونات فزادت العمولة التي يحصل عليها برونر , فهم برونر السلوك المحتمل لعملاء كوبونات الخصم واصحابها , ووضع نفسه في موقع متميز من سلسلة توليد القيمة , دون ان يتحمل تكاليف تذكر . وذكر بعض الكتاب ان علم شبكات التسويق كانت بواده في اربعينيات القرن المنصرم على يد كارل رينبرج<sup>(٤)</sup> .

ومن الشركات اول شركة قامت بممارسة التسويق الشبكي تسمى كاليفورنيا فايتمينز (California vitamins) وكان ذلك عام ١٩٥٤ وهي شركة نشأت في الولايات المتحدة الامريكية حيث كانت متخصصة في مواد التجميل والتنظيف والمكملات الغذائية<sup>(٥)</sup> .

٤() ينظر : التسويق الشبكي تكييفه واحكامه الفقهية : بندر صقر الذيابي : ص١٧ .

٥() <https://ar-wikipedia.org/>

### الفرع الثالث : موقف الدول من التسويق الشبكي :

ظهرت صورة احتيالية للتسويق الشبكي في الغرب اصلاح تسميتها بالتسويق الهرمي وفي عام ١٩٧٤ صدر قانون في الولايات المتحدة الامريكية بمنح الشركات الهرمية وكان هذا القرار بناءً على مشروع قدمه السيناتور والتر موندالي ، حيث وجهت دعوات قضائية ضد شركة ( اية ام واي ) وغيرها من الشركات التي تتبع نظام التسويق الشبكي<sup>(٦)</sup> .

ثم جاءت القوانين بحظرها وتصنيفها ضمن معاملات الغش التجاري وهو ممنوع ومحارب في امريكا ومعظم دول اوربا واسيا وجنوب افريقيا وغيرها ، وقد تم التحذير من مثل هذا النوع على الاقتصاد الوطني والاضرار بمصالح المتعاملين ، فبرامج التسويق الهرمي سواء قامت على اشتراكات مالية مجردة او دخلت السلع كوسيط فيما بينها على وعود للمستهلكين او المستثمرين على جني ارباح كبيرة تستند على تجنيد اخرين للانضمام لبرنامجهم ، وليس على اساس استثمار حقيقي او بيع حقيقي لمنتجاتهم ، فلا يوجد مبيعات تجزئه في الاسواق او للناس المستهلكين بل تقتصر المبيعات على المجندين داخل الهرم .

ويرتبط بالنظام الهرمي مخطط بونزي ارتباطا وثيقا والذي يقوم على جمع اموال الاشتراكات من المجندين الجدد لتوزيعها على الاعضاء القدامى دون وجود لمنتجات اصلا<sup>(٧)</sup> . وفي الصين صدر قرار لمنع شركات التسويق الشبكي عام ١٩٩٨م<sup>(٨)</sup> .

وفي كندا صدر قانون المنافسة ووضعت شروطا قانونية للتسويق الشبكي وهي:

- ١- الا يشترط على المشاركين دفع مبلغ مالي مقابل عمولات على اقتناعهم اشخاصا بالانضمام .
- ٢- الا يشترط على المشاركين شراء كمية معينة من المنتجات لغاية الاشهار ، بثمن غير التكلفة الحقيقية .
- ٣- وان يكون للمشارك امكانية ارجاع المنتجات للشركة بالشروط التجارية العادية في السوق<sup>(٩)</sup> .

٦ ( ) ينظر : التسويق الشبكي ( <https://ar-wikipedia.org/wiki/> )

٧ ( ) ينظر التسويق الشبكي من منظور اقتصادي اسلامي : للباحثين حمزة عدنان مشوقة واحمد نعيم حسين:ص٧.

٨ ( ) ينظر موقع ويكيبيديا ( <https://en-wikipedia-org/wiki/multi-level-marketing> )

وفي العالم العربي اصدرت بعض الدول العربية قرارا بمنع التسويق الشبكي وحذرت منه , ففي العراق اصدرت دائرة الرقابة والتفتيش في هيئة الاوراق المالية في العراق بالمواطنين الكرام ضرورة توخي الحيطه والحذر عند الاستثمار في بعض الشركات التي تدعي الاستثمار في الاسهم الدولية مثل شركة ( unique finance ) المسجلة في سويسرا حيث تبين من خلال موقع هيئة الرقابة السويسرية - هيئة تنظيم الاسواق المالية المستقلة في سويسرا ( تمثل مهمتها في الاشراف على المصارف وشركات التأمين والبورصات وجارة الاوراق المالية وخطط الاستثمار ) - انها من الشركات التي تم التحذير من التعامل معها ويمكن التأكد من ذلك بزيارة الرابط الالكتروني . . . ونفس الامر تكرر في الموقع الالكتروني للمنظمة الدولية لهيئات الاوراق المالية الـ IOSCO ويمكن التأكد من ذلك بزيارة الرابط الالكتروني . . . اننا في هيئة الاوراق المالية اذ تصدر هذا التحذير من اجل الحيلولة دون وقوع مواطنينا الكرام بفخ الشركات الوهمية التي تدعى الاستثمار في الاسهم الدولية من اجل المحافظة على مدخراتهم واستثماراتهم والذي يعتبر من اهم اهداف هيئتنا

وفي مملكة البحرين اصدرت وزارة الصناعة والتجارة قرارا وزاريا رقم (٢) لسنة ٢٠١٥ بموجبه تم حظر الاعلان عن بيع المنتجات من خلال التسويق الشبكي او الهرمي وذلك بسبب كثرة الشكاوى التي وردت اتجاه انظمة التسويق الشبكي. (١٠)

وفي المملكة العربية السعودية حذرت وزارة الصناعة والتجارة من التسويق الشبكي واعتبرته نشاطا مضللاً (١١) وفي سورية تم الغاء ترخيص شركة ( كويست نت ) التي تعمل في مجال التسويق الشبكي بسبب الغش والتدليس في اعمالها وحذرت مديرية الشركات في وزارة الاقتصاد والتجارة والمواطنين من عمليات التلاعب والاحتيال التي تقوم بها الشركات العاملة في مجال التسويق الشبكي بهدف حمايتهم من الاثار السلبية الناجمة عن التعامل مع هذه الشركات وأكدت المديرية ان هذا النوع من النشاط يقوم على التعرير بالمواطنين ودفعهم لشراء منتجات بأسعار اعلى من اسعارها

١٩) موقع قوانين العدل الكندي : <https://laws-lois-justice-gc-ca/fra/lois/c-34>

١٠) انظر : قرار رقم ( ٢ ) لسنة ٢٠١٥ الجريدة الرسمية العدد ٣١٩٦ الخميس ١٢ فبراير ٢٠١٥ .

١١) موقع وزارة التجارة والاستثمار السعودي , [google/mlqmn](https://google/mlqmn)

الحقيقية اضافة الى ان هذه المنتجات غير حاصلة على ترخيص لدخول الاسواق كما انها قد تكون غير نظامية وغير مطابقة للمواصفات<sup>(١٢)</sup> .

وابرز النقاط والاشطة غير القانونية الموجهة لشركات التسويق الهرمي

١- يتطلب دفع رسوم او شراء المنتج لبدء التسويق بينما لا يشترط بالمسوق ان يشتري المنتج او ان يدفع رسوم تسجيل في اي مكان في العالم .

٢- تحصيل العمولات ناتج تجنيد مسوقين جدد يشترون المنتجات او يدفعون رسوم التسجيل وهذه هي وسيلة الربح الحقيقية والوحيدة وحيانا في الاهرام التسويقية ستجد ان المروجين يطلبون الاموال ويعدون بأمور كثيرة وكبيرة وفي الحقيقة هي وعود كاذبة .

٣- المنتج يباع بسعر غير منطقي او يكون غامضا او قابلا لتغيير لاحقا وهي وسيلة لدخول الهرم والشبكة فقط .

٤- وعود بثروات ومدخولات عالية جدا خلال فترة زمنية قصيرة , بينما في عمليات التسويق الاعتيادية ستريح من خلال المبيعات فقط ولا احد سيعدك بالكثير من الارباح .

٥- دعوة الاصدقاء المقربين والثقات والاقارب من اساسيات عمل التسويق الشبكي الهرمي , بينما في عمليات التسويق لا يحتاج الى من يتقون به لبيع المنتج , ولكن طالما ان المنتج حقيقي لماذا لا يمكن بيعه لاي مكان .

٦- البيع في الغالب للمسوقين فقط , بينما في التسويق القانوني يبيع الجميع مبيعات مباشرة ولا ينحصر البيع بالمسوقين وتجنيد المسوقين .

٧- توقف العمولات بتوقف الذين هم اسفل الشبكة والهرم وتحتاج الى تجنيد مسوقين اضافيين لاستمرار العمولات .

توقف كامل نظام العمولات نتيجة هرب اصحاب الشبكة او اعتقالهم بعد انضاح امرهم فغايتهم جمع المال لمجموعة من الاشخاص وليست تسويقية حقيقية وايضا بعد اكتشاف امر البضائع وحقيقتها توقف العمولات .

## المطلب الثاني

### اقوال الفقهاء المعاصرين فيه

١- ذهب جماهير اهل العلم المعاصرين الى حرمة التسويق الشبكي الهرمي وبهذا صدرت من الجامعات الفقهية وعدة فتاوى من هيئات علمية , منها فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والافتاء السعودية<sup>(١٣)</sup> , وفتوى مجمع الفقه الاسلامي السوداني<sup>(١٤)</sup> , وفتوى لجنة الافتاء الاردنية<sup>(١٥)</sup> , وفتوى دار الافتاء الفلسطينية<sup>(١٦)</sup> , وفتوى اللجنة العليا للإفتاء لاتحاد علماء الدين الاسلامي في كردستان العراق<sup>(١٧)</sup> .

---

١٣) الموقع الرسمي [www.darifta.org/majlesnew/di13](http://www.darifta.org/majlesnew/di13) .

١٤) منشور على موقع اتحاد علماء الدين الاسلامي في كردستان : فتوى شرعية حول حكم التسويق الشبكي بتاريخ ٢٧/١/٢٠١٥ .

١٥) فتوى رقم ٢٢٩٣٥ في ١٤/٣/١٤٢٥هـ , منشورة في موقع ملتقى اهل الحديث : فتوى اللجنة الدائمة في حكم عمل شركات التسويق الهرمي او الشبكي .

١٦) - فتوى رقم ٥٧ م ف أ / م أ / ٢٠٠٩ في ٢٧ / رجب ١٤٣٠ هـ , منشور في موقع مجمع الفقه الاسلامي السوداني .

١٧) موقع <http://www.aliftaa.jo/index.php/ar/ftwa/show/id/1995>

وقتاوى علماء الجمع الفقهي العراقي (الدكتور احمد عواد والدكتور عبد الستار عبد الجبار والدكتور ضياء الدين عبد الله الصالح والشيخ نوري الحنفي)<sup>(١٨)</sup> .

ومن العلماء فتوى الدكتور سامي السويلم عضو الهيئة الشرعية لشركة الراجحي , وفتوى الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي (رحمه الله) , وفتوى الدكتور عبد الله الطيار وفتوى الدكتور احمد الحجبي الكردي , وفتاوى الدكتور حسين شحاته والشيخ محمد صالح المنجد والدكتور احمد السهلي , والدكتور ابراهيم الضيرير , والدكتور عبد المحي يوسف والشيخ يحيى الزهراني , والشيخ محمود عكام , والدكتور نوح سلمان.<sup>(١٩)</sup> وعلماء وباحثين آخرين .  
واستدلوا بما يأتي :-

١- قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ)<sup>(٢٠)</sup> .

وجه الدلالة من الآية الكريمة : التسويق الشبكي اكل اموال الناس بالباطل حيث ان اصحاب الشركة والمتربعين على راس الهرم هم من يجنون الارباح الطائلة على حساب الطبقات الدنيا التي تتكاثر طمعاً في الحصول على الارباح دون التمكّن منها في كثير من الاحيان لتشيّع السوق او استنفاد قوائم المشترين من معارفه , كما يظهر ذلك في الصورة التي يعجز السوق فيها عن الاتيان بالشرط اللازم للحصول على العمولات مع اتبانه بعملاء جدد , فهو يخسر شيئاً كثيراً من وقته وجهده بينما تحصل الشركة من وراء ذلك على الارباح كاشتراط بعض الشركات تحقق التوازن من الجهتين : اليمين واليسار , فلا يحصل على العمولة حتى يأتي بثلاثة عملاء جدد من كل جهة فلو انه اتى بعميلين من اليسار وثلاثة من اليمين فلن يستحق اي عمولة , لانتفاء شرط التوازن , وهكذا يذهب وجهده ووقته وماله هدرًا .<sup>(٢١)</sup>

ويناقد الدليل : التسويق الشبكي مبني على التراضي فالطرفان متراضيان .

١٨) ينظر التسويق الشبكي : دراسة في ضوء فقه المآلات/ الدكتور طه احمد الزبيدي, طبعة دار الفجر/ص٦٩ .

١٩) المصدر السابق نفسه : ص ٦٨ .

٢٠) سورة النساء : الآية ٢٩ .

٢١) التسويق الشبكي تحت المجهر : زاهر سالم بلفقيه : ص٦١ . balfaqeh@windowslive.com .

ويرد النقاش : ليس كل تراصٍ مباحٍ فمثلا من يلعب القمار يلعب برضاه ولكن الشرع حرمه , فالمقصود من التسويق الشبكي الحصول على اموال الناس , وهذا هو عينه اكل اموال الناس بالباطل الذي جاءت الآية محرمة له .

٢- قال تعالى : ( يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ) (٢٢) .

وجه الدلالة من الآية الكريمة : التسويق الشبكي من القمار والميسر الذي جاء الشرع بتحريمه فالسلعة غير مقصودة في هذه المعاملة وإنما قصد المشترك عمولة التسويق , فيسقط بهذا اعتبار السلعة ويلغى دورها , فينتج عنه الصورة التالية:

تدفع مبلغا مقابل الحصول على مبالغ متوقعة قد تأتي وقد لا تأتي , وهذا هو القمار بعينه, اذ ان المسوق الذي دفع المال لا يضمن الاثبات بمن يشتري عن طريقه وخاصة في المستويات الاخيرة من الشبكة , فالتسويق الشبكي في حقيقته يتكون من حلقات قمار متداخلة , مال القمار فيه مضمن في السلعة مدسوس في ثمنها , الربح فيه هو السابق في الشبكة , والمخاطر فيه دوما قاعدة الهرم , المتعلقة بالأمل في الصعود . (٢٣)

ويناقش : التسويق الشبكي ليس بقمار لوجود سلعة مبيعة .

ويرد النقاش : السلعة ليست مقصودة بل هي حلقة لدخول الشبكة وعن طريقها يتم استقطاب مجتدين جدد لاستمرار الشركة بعملها لسلب اموال أكثر وهكذا .

٣- قال تعالى : ( يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ فَإِن لَّمْ تَقْعَلُوا فَاذْنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ) (٢٤) .

وجه الدلالة من الآية الكريمة : التسويق الشبكي الهرمي بيع نقود بنقود في الحقيقة وماله الربا المحرم شرعاً , المشترك يدفع قليلا من المال ليحصل على مبلغ كبير , بيع نقود بنقود مع التفاضل والتأخير, فتتضمن هذه المعاملة في حقيقة امرها على

٢٢) سورة المائدة: الآية ٩٠ .

٢٣) المصدر السابق نفسه : ص ١٥ .

٢٤) سورة البقرة : الآيات ٢٧٨-٢٧٩ .

الربا بنوعيه الفضل والنسيئة ، اما ربا الفضل فلأن المشترك يدفع جنسا ربويا وهو النقود ليحصل على أكثر منه ، فاذا انضم الى هذا تأجيل المبلغ المكتسب صار من ربا النسيئة ايضا .

يناقش: التسويق الشبكي ليس بيع نقود بنقود بل هو شراء سلعة ودعوة الاخرين للشراء .

يجاب على النقاش : الغاية ليست شراء السلع بل الدخول الى الشركة والاشتراك فيها عن طريق السلعة ومن ثم العمل بنشاط لإقناع الاخرين للحصول على ما تم دفعه للسلعة ، فنظام التسويق الشبكي يغري الاعضاء بالشراء ويعدهم بالكسب السريع والثراء ، ومن ثم تسلب اموالهم ولا يستردونها .

٤- قال تعالى : ( وَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا )<sup>(٢٥)</sup> .

وجه الدلالة من الآية الكريمة :التسويق الشبكي يربط الناس في طبقات يخدم بعضهم بعضا ليأكل بعضهم من بعض وهذا ينافي الكرامة التي امتن الله بها على عباده .

يرد على الاستدلال : لا دلالة في الآية على تحريم التسويق الشبكي .

ويمكن الجواب على الرد: كرامة بني آدم يقتضي احترامه وعدم خداعه .

٥- عن ابي هريرة (رضي الله عنه) قال: ( نهى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عن بيع الحصة وعن بيع الغرر)<sup>(٢٦)</sup> .

وجه الاستدلال من الحديث : الغرر هو كَيْبَعُ الْأَبْقِ وَالْمَعْدُومِ وَالْمَجْهُولِ وَمَا لَا يَقْدِرُ عَلَى تَسْلِيمِهِ وَمَا لَمْ يَتَمَّ مَلِكُ الْبَائِعِ عَلَيْهِ وَيَبِيعُ السَّمَكِ فِي الْمَاءِ الْكَثِيرِ وَاللَّبَنِ فِي الضَّرْعِ وَيَبِيعُ الْحَمْلَ فِي الْبَطْنِ وَيَبِيعُ الصُّبْرَةَ مُبْهَمًا وَيَبِيعُ ثَوْبًا مِنْ أَثْوَابٍ وَشَاةٍ مِنْ شِيَاهٍ وَنَظَائِرَ ذَلِكَ وَكُلُّ هَذَا بَيْعُهُ بَاطِلٌ لِأَنَّهُ غَرَرٌ<sup>(٢٧)</sup>

٢٥) سورة الاسراء: الآية ٧٠ .

٢٦) أخرجه مسلم في صحيحه : المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل الى رسول الله صلى الله عليه وسلم : مسلم بن الحجاج ابو الحسن القشيري ، ط : دار احياء التراث العربي : باب بطلان بيع الحصة والبيع الذي فيه غرر: ٣/ ١١٥٣ ح(١٥١٣) .

وهذه المعاملة من الغرر المحرم شرعا لان المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشترين ام لا؟ والتسويق الشبكي او الهرمي مهما استمر فانه لا بد ان يصل الى نهاية يتوقف عندها , ولا يدري المشترك حين انضمامه الى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون راجحاً , او في الطبقات الدنيا خاسراً؟ والواقع ان معظم اعضاء الهرم خاسرون الا القلة القليلة في اعلامه فالغالب هو الخسارة , وهذه هي حقيقة الغرر , وهي التردد بين امرين اغلبهما اخوفهما .

يناقش الاستدلال : التسويق الشبكي ليس فيه غرر فالساعة امام المشتري .

ويرد النقاش : الساعة وسيلة وليست غاية , وسيلة لدخول المشتري في فخ الشبكة ومن ثم العمل على استرداد ما فقده المشتري من اموال .

٦- عن عبد الله بن عمر (رضي الله عنهما) : (ان رسول الله (صلى الله عليه وسلم) نهى عن بيع حبل الحبله وكان يباعا يباعه أهل الجاهلية كان الرجل يباع الجزور إلى أن تُتَجَّ النَّاقَةُ ثُمَّ تُتَّجَّ التِّي فِي بَطْنِهَا )<sup>(٢٨)</sup> .

وجه الدلالة من الحديث : التسويق الشبكي هو بيع نتاج النتاج حيث ان المشترك يأخذ العمولات من الاشخاص الذين تم دخولهم للشركة بواسطته , ويأخذ كذلك من نتاج الاشخاص اي يستمر في اخذ العمولات , وهذا عين الغرر التي حرمة الشرع الحنيف .

٧- عن ابي هريرة (رضي الله عنه) عنه قال : ( نهى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عن بيعتين في بيعة )<sup>(٢٩)</sup> .

---

(٢٧) ينظر : المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج: أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (المتوفى: ٦٧٦هـ): دار إحياء التراث العربي - بيروت الطبعة: الثانية ١٣٩٢هـ: ١٠/١٥٦ .

(٢٨) أخرجه البخاري: الجامع المسند الصحيح المختصر من امور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وإيامه : محمد بن اسماعيل البخاري الجعفي: الناشر دار ابن كثير البمامة, بيروت , الطبعة الثالثة: باب بيع الغرر : ٧٥٣/٢ ح: (٢٠٣٦) .

(٢٩) أخرجه الترمذي : الجامع الكبير: محمد بن عيسى الترمذي : الناشر دار الغرب الاسلامي , بيروت: ٥٢٤/٢ ح: (١٢٣١) .

٨- عن عبد الله بن عمرو (رضي الله عنه) : ان رسول الله (صلى الله عليه وسلم) قال : (لا يحل سلف وبيع ولا شرطان في بيع ولا ربح ما لم يضمن , ولا بيع ما ليس عندك )<sup>(٣٠)</sup> .

وجه الدلالة من الحديثين الشريفين :

التسويق الشبكي بيعتين في بيعة واحدة , حيث ان المشترك يدخل الشركة بشراء السلعة وبدعوة آخرين لدخول الشركة وهذا هو بيعتان في بيعة , كذلك يشترط في هذه الشركات شراء سلعة او دفع مال للاشتراك وليكون عضوا في الشركة ولا تقبل الشركة العضو الا اذا اشترك اي لا يعمل بالدعاية للشركة قبل اشتراكه وهذا شرط في بيع , وكذلك التسويق الشبكي هو بيع ما ليس عندك حيث انك اذا دخلت ومن ثم دعوت الآخرين اخذت منهم العمولات وبعد ذلك اذا قام من ادخلته بدعوة الآخرين وادخالهم تأخذ منهم عمولة وهذا هو بيع ما ليس عندك حيث انك لم تكن سببا في دخولهم للشركة غلا تستحق اخذ عمولة من جهد غيره من العملاء ممن هم تحته في الشبكة ويبقى مستحق لهذه النسبة او العمولة دائما .

يناقش الدليل: التسويق الشبكي نوع من الوكالة باجر فتقوم الشركة بإبرام عقد وكالة مع المسوق لترويج المنتجات مقابل عمولات على ذلك الجهد .

يرد على النقاش: لو كان وكالة لما اشترطت الشركات على العضو شراء سلعة منها او دفع اموال لاشتراكه في الشركة وهذا دليل قاطع على ان ذلك ليس بوكالة, فالوكيل لا يدفع اموال لموكله حتى يكون وكيل له .

٩- استدلو بالمعقول حيث قالوا :السلع التي تبيعها الشركة ليست مقصودة لذاتها وانما هي ستار للعملية وذريعة للحصول على الارباح فهي غير مقصودة للمشاركين فلا اثر لوجودها في الحكم فالعمولات وليس المنتج , ولهذا كان اعتماد هذه الشركات في التسويق والدعاية لمنتجاتها هو ابراز حجم العمولات الكبيرة التي يمكن ان يحصل عليها المشترك واغرائه بالربح الفاحش مقابل مبلغ ثمن المنتج , فالمنتج الذي تسوقه هذه الشركات مجرد ستار وذريعة للحصول على العمولات والارباح ,واما ادخال (الساعة) او اي بضاعة اخرى فلا يقبل المعاملة الى الحلال, لان الغرض منها هو

٣٠ ( ) اخرج الترمذي : ٥٢٦/٢:ج(١٢٣٤) .

التوصل الى المال وليست مقصودة لذاتها , بدليل ان المساهم في هذه الشركات انما يطمع في المبالغ المتحصلة من عمليات الزبائن التي قد تفوق قيمة تلك البضاعة<sup>(٣١)</sup> .

يناقش الدليل : وجود السلعة ينفي الدليل .

يرد النقاش : وجود السلعة صوري وغير مقصودة .

١٠- التسويق الشبكي يعد من صور الغش والاحتيال التجاري وهو لا يختلف كثيرا عن التسويق الهرمي الذي منعت منه القوانين والانظمة , فالتسويق الشبكي كهرمي يجعل اتباعه يحملون بالثراء السريع , لكنهم في الواقع لا يحصلون على شيء لانهم يقصدون سرايا , بينما تذهب معظم المبالغ التي تم جمعها من خلالهم الى اصحاب الشركة والمستويات العليا في الشبكة ولذلك منعت العديد من الدول من التسويق الشبكي وحذرت الجمهور من الوقوع في مصيدة الشركات التي تعمل في هذا النمط من التسويق لتفانعتها بانه لا يعدو ان يكون صورة من صور الغش والخديعة فان الوضع العام للشركة لا يقوم على اساس المتاجرة بها , بل على اساس تجميع اكبر قدر من المشتركين واطماع الطبقة العليا من الشبكة بالمكافآت على حساب الطبقة الدنيا التي هي الاكثرية من الناس الذين لا يحصلون على شيء وهذا يعني وجود قلة غائمة من الناس على حساب اكثرية غارمة وكفى بهذا فسادا او افسادا .

١١- عند امعان النظر في حقيقة التسويق الشبكي ومآلاته نجد مخالفته الواضحة لفلسفة الاسلام الاقتصادي , القائم على تدويل المال بشكل سليم بين افراد المجتمع , لان التسويق الشبكي لا يحقق التنمية الاقتصادية من المنظور الاسلامي بل يحقق بيئة استهلاكية ومقنعة تستنزف نسبة عالية من الاموال والجهود , كان يمكن توجيهها الى مشروعات استثمارية

### الفرع الثاني :

القول الثاني جواز التسوق الشبكي الهرمي وبهذا قال بعض الفقهاء المعاصرين منهم لجنة تحرير الفتوى في الازهر الشريف , والدكتور احمد السعد , والشيخ احمد الخليلي من عمان , والشيخ حامد العلي , والشيخ عبد الكريم خليل الكليوت<sup>(٣٢)</sup> .

(٣١) ينظر التسويق الشبكي في ضوء فقه المآلات : مصدر سابق : ص ٨٥ .

١- قال تعالى: (وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا) (٣٣).

وجه الدلالة من الآية الكريمة : الاصل في المعاملات المالية الحل , كما هو مقرر في قواعد الشريعة ولا يعدو التسويق الشبكي ان يكون نوعا من البيوع الجديدة التي لم يات نص من كتاب وسنة بالمنع منها , فتد الى اصلها من الاباحة .  
ويناقش : قد دخل على هذه المعاملة جملة من الامور التي يكفي بعضها للنقل عن اصل الاباحة الى التحريم , ومن ذلك : القمار والغرر واكل المال بالباطل وقد ذكرناها في ادلة الجمهور .

٢- قالوا : انه من قبيل السمسرة المشروعة فالشركة تعطي هذه العمولات مقابل الدلالة من منتجاتها وشرائها , شأنها شان اصحاب العقار الذين يخصصون جزءا من مبلغ الارض المبيعة للوسيط الذي قام بدلالة المشتري عليها (٣٤) .  
ويناقش : يوجد فروق مؤثرة بين السمسرة وعمولات التسويق الشبكي , يتمتع معها الاحاق والقياس , حيث ان عملية السمسرة لا يشترط فيها شراء السمسار لأي شيء , والسمسار يستحق على كل المعاملة والسلعة مقصودة المشتري لذاتها .

اما التسويق الشبكي يشترط فيها شراء المسوق لمنتج الشركة , ولا يستحق المسوق العمولة الا بشرط , والعمولة مقصود المشتري .

كذلك السمسار لا يأخذ عمولة ممن دونه اي لا يتوقف بالشخص الاول الذي كان سببا لدخوله الشركة بمعنى ان لا يكون سمسرة لأنه ليس مسؤولا عن عمل هؤلاء الذين اتوا بعده , بحيث يضمن اذا تعدى احد منهم او فرط , كما انه لا يضمن السلعة التي يشتريها من بعده , فهو لا يبيع عليهم سلعة يملكها هو بل سلعة تملكها المؤسسة او الشركة المنظمة للشبكة .

(٣٢) ينظر : التسويق الشبكي تحت الجهر : مصدر سابق : ص١٤ , وموقع الشيخ العلامة عبد الملك السعدي (الامة الوسط)

.. alomah-alwasat.net

(٣٣) سورة البقرة : الآية ٢٧٥ .

(٣٤) المصدر السابق نفسه : ص١٧

٣- ان التعامل مع شركات التسويق الشبكي والارباح التي يأخذها المشترك من قبل الجعالة وهي جائزة شرعا وعند بعض الفقهاء تصح الجعالة بما فيها من جهالة .

ويرد على هذا : بان الجعالة هي ما يعطاه الانسان على امر يفعله بان يقال: من فعل كذا فله كذا فيجعل شيئا معلوما من المال لمن يعمل له عملا معلوما , وهو يخالف ما يأخذه المسوق لان الجعل في الجعالة محدد اما في التسويق الشبكي فغير محدد , والجعل في الجعالة مقطوع به عند تحقق شرط الجاعل اما في التسوق الشبكي فقد يتمكن من اقناع المشتركين وقد لا يتمكن , واذا لم يحصل الجعول له في شرط الجعالة على الجعل لا يعد مقامرا لانه لم يخسر ماله , اما في التسويق الشبكي الهرمي فاذا لم يحصل المسوق على العمولة فانه يكون قد خسر ماله دون مقابل وهذه هي جوهرة القمار , وهي احد اسباب التحريم في التسوق الشبكي وكذلك جواز اخذ الجعالة مشروط عند الجمهور بان يقوم العامل بالعمل هو بنفسه , حتى يستحق الجعل , فان لم يقيم بالعمل بنفسه فلا يحل له اخذ الجعل , والمشارك الاول لا جهد له في جلب او عمل المشتركين في الصف الثاني والثالث من الصفوف الشبكية والهرمية , فلا يكون له جهد فلا يستحق اي اجور , وما يأخذه حرام , لأنه اخذ لمال لم يقابله شيء وبغير حق<sup>(٣٥)</sup> .

كذلك فرض نظام متوازن للعمولة يمين ويسار يجعله خارج السمسة .

٤- قالوا ان المشترك يعمل اجيرا تخالف ما يأخذ المسوق بأمرين : اولهما: شرط الاجارة ان تكون الاجرة معلومة والاجرة في التسويق الشبكي مجهول , وثانيهما: يشترط في الاجارة ان يكون معلوما وفي التسويق الشبكي مجهول كل من الطرفين الاجل جهالة فاحشة فلا يعلم المشترك كم سيستغرق وقت اقناع مشترك جديد يقوم بشراء هذا المنتج ليأخذ الاجرة او العمولة ولهذين الفرقين لا يمكن ان يكون العقد عقد اجارة .

٥- قالوا : ان العمولات التي تدفعها الشركة للمشارك من باب الهبة جائزة شرعا , ولا يمنع اخذ المال من غير عمل , لان الانسان قد يحصل على مال مباح من غير نصب ولا تعب كالهبة والميراث وان ما تعطيه الشركات من مكافآت على انضمام الزبائن الى الشركة شبيه بالهدية .

٣٥) ينظر : التسوق الشبكي في ضوء فقه المآلات : مصدر سابق : ص٧٤-٧٥ .

ويناقش القول : هذا القول غير صحيح لعدم تقييده في العقد ولو سلم فليس كل هبة جائزة شرعا . فالهبة على القرض ربا , وهذه العمولات انما وجدت لأجل الاشتراك في التسويق الشبكي فمتمها اعطيت من الاسماء سواء هدية او هبة او غير ذلك , فلا يغير ذلك من حقيقتها وحكمها فالعبرة بالعقود بالمقاصد والمعاني لا الالفاظ والمباني .

### المطلب الثالث

#### حكمه

بعد ذكر اقوال المانعين والمجيزين يتبين ما يأتي :

الاصل في الاشياء الاباحة الا في ثلاثة امور فالأصل فيها التحريم الا باذن الشارع وهي الاعراض والانفس والاموال .

فالأعراض محرمة : الا على الزوجة او ملك اليمين .

والانفس محرمة : الا النفس بالنفس , والتيب الزاني والمرتد .

والاموال المحرمة : الا ما حصل عن طريق شرعي كتمن الاعيان في البيع , او بدل المنافع في الاجارة او الهبة او الصدقة او الارث او الوصية .

فأموال هذه الشركات : ان اشترك فيها الشخص ودفع مبلغها دون ان يقابله شيء من الاعيان او المنافع ثم استفاد منها أكثر : فان المبلغ يعد قرضا والزائد عليه ربا<sup>(٣٦)</sup> .

ومن خلال البحث يلاحظ على التسوق الشبكي الهرمي : ان المنتج غير مقصود ولا رغبة للمشارك بالحصول عليه , ولولا اغراؤه بالعمولات اللاحقة لما اقدم على شرائه , فالمقصود بالذات هو الحصول على العمولة والمنتج هو غطاء لتجنب الاقتصار على النقود , فيؤول الحال الى ان المشترك قد دفع نقودا ليحصل على نقود أكثر منها , والمنتج اي السلعة ما هو الا ستار وهمي للحصول على هذه العمولات , ولم يحرم الربا الا لان مجرد النقود هي التي ولدت النقود وكذلك تشمل هذه الشركات على الغرر , فالمشارك يدفع النقود لشراء منتج من منتجات الشركات على امل ان يحصل

٣٦) ينظر : موقع الشيخ العلامة عبد الملك السعدي حفظه الله (الامة الوسط) <http://www.alomah-alwasat.com> .

على العمولات من المستويات التي تليه في الشبكة ، وهذا يتوقف على ان يحقق كل من طرفيه الايمن واليسر خمس عمليات بيع على الاقل وهذا الشرط مجهول قد يحصل وقد لا يحصل وهذا يندرج في الغرر المحرم .

كذلك تنطوي عمل الشركات على المخاطرة ، فالمشترك لا يمكن ان يحقق دخلا الا اذا تشكلت تحته طبقات من المشتركين ، ولا شك ان الطبقات الاخيرة في السلم تكون معرضة للخسارة فهي تدفع عمولات لرأس الهرم ، وريحها ينطوي مخاطرة ظاهرة اذ التعرض للخسارة لازم لنمو الهرم وامتداده باتجاه القاعدة فالطبقات الاخيرة لا تدري أتشكل تحته طبقات اخرى ام تتوقف ؟ وهذه مقامرة والقمار حرام بالأجماع ، فالريح في التسوق الشبكي الهرمي انما هو على حساب الطبقات الاخيرة في الهرم التي تمتص اموالها لحساب رؤوس الهرم او الشبكة .

كذلك التسوق الشبكي الهرمي يساهم بتعطيل الطاقات بعزوفها عن المساهمة بعملية التنمية الحقيقية ، وذلك بالتوجه نحو ترويج منتجات لا يحتاجها الافراد ، فضلا عن ضياع هذه الطاقات بهكذا اعمال، كما يوجه رؤوس الاموال نحو استهلاك منتجات لا يحتاجونها، وهذا نوع من انواع الهدر للمال وقد وجدت بعض من اباح هذا النوع بشروط سرعان ما تراجع عنه الى المنع لان اصدار الجواز المشروط يكون ذريعة للقائمين على هذه الشركات باجتزاء الفتوى والاقصاار على الجواز من دون ذكر للشروط المقيدة ، والتي في الغالب يتم تجاوز الالتزام بها او عدم مراعاتها ، ويدرك ذلك من يطلع على بنود عقود هذه الشركات ، ان بعض القائمين على هذه الشركات يحاول التحايل في معالجة هذه الشروط بصورة غير حقيقية كالتدريب الشكلي وغيره .

والذي يظهر لي من خلال هذا البحث فان النظر الشرعي يقتضي القول بجرمة هذا النوع من التسوق، لما ينطوي عليه من خرق لقواعد الكسب الحلال من جهة ، ولما يتضمنه من المساهمة بعثر التنمية الاقتصادية من جهة ثانية .

ولان هذا التعامل يزرع الفتنة بين الناس باعتبار انه غش وخديعة يقع فيها الصديق والقريب والقاعدة الفقهية تقول: ( درء المفاسد مقدم على جلب المصالح) .



## الختام

اهم النتائج التي جاءت في البحث :

- ١- تعريف التسوق الشبكي الهرمي .
- ٢- انواع التسوق الشبكي الهرمي .
- ٣- بيان اقوال المانعين للتسويق الشبكي والهرمي .

٤- بيان اقوال المجيزين له ومناقشتها .

٥- بيان حكم الشرع في التسوق الشبكي الهرمي .

### التوصيات :

يجب على المسلمين تحريم الحلال والبعد عن الحرام والشبهة وعدم تصديق المسوقين لهذه الشركات والوقوف في فخهم , حيث ان هذه الشركات تعري الفقراء قبل الاغنياء وبعد وقوعهم في شباكها يندم من دخل هذه الشركات لانه يكشف حقيقتها وانه قد سلب ماله .

كذلك يجب على من عنده اموال ان يستغلها بالتجارة الحقيقية وان يسهم في تشغيل الطاقات من خلال عمل مصانع وكسب هذه الطاقات في العمل الحلال الصالح فان الله تعالى يبارك في الرزق الحلال وان كان قليلا ويمحق الله الحرام وان كان كثيرا كذلك اوصي الشباب بعدم الاغترار بمجرد الدعايات , بل عليهم التأكد وسؤال اهل العلم .

وعلى الدول الاسلامية اصدار قرارات بمنع هذه الشركات من العمل في الدول الاسلامية لان حقيقة هذه الشركات مجهولة ومن يقوم بتمويلها غير معروف .

### وأسأل الله تعالى التوفيق والسداد

وصلى الله وسلم وبارك على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه وسلم .

### المصادر والهوامش

- ١ . التسوق الشبكي تحت المجهر : زاهر سالم بلفقيه : ص٦ ( www.pdfactory.com ) مكتب عين الجامعة
- ٢ . ينظر التسويق الهرمي تحت المجهر : زاهر سالم بلفقيه : ص٨ ( www.pdfactory.com ) مكتب عين الجامعة .
- ٣ . معلومات عن التسويق الهرمي ( sotor .com )
- ٤ . ينظر : التسويق الشبكي تكيفه واحكامه الفقهية : بندر صقر الذيابي : ص١٧ .



٥. <https://ar-wikipedia.org>
٦. ينظر : التسويق الشبكي (<https://ar-wikipedia.org/wiki>)
٧. ينظر التسويق الشبكي من منظور اقتصادي اسلامي : للباحثين حمزة عدنان مشوقة واحمد نعيم حسين:ص٧.
٨. ينظر موقع ويكيبيديا (<https://l1en-wikipedia-org/wiki/multi-level-marketing>)
٩. موقع قوانين العدل الكندي : <https://laws-lois-justice-gc-ca/fra/lois/c-34>
١٠. انظر : قرار رقم ( ٢ ) لسنة ٢٠١٥ الجريدة الرسمية العدد ٣١٩٦ الخميس ١٢ فبراير ٢٠١٥ .
١١. موقع وزارة التجارة والاستثمار السعودي , [google/mlqmn](http://google/mlqmn)
١٢. موقع <https://google/kvqqax,syrrasteps>
١٣. الموقع الرسمي [www.darifta.org/majlesnew/di13](http://www.darifta.org/majlesnew/di13)
١٤. منشور على موقع اتحاد علماء الدين الاسلامي في كردستان : فتوى شرعية حول حكم التسويق الشبكي بتاريخ ٢٧/١/٢٠١٥ .
١٥. فتوى رقم ٢٢٩٣٥ في ١٤/٣/١٤٢٥ هـ , منشورة في موقع ملتقى اهل الحديث : فتوى اللجنة الدائمة في حكم عمل شركات التسويق الهرمي او الشبكي .
١٦. فتوى رقم ٥٧ م ف أ / م أ / ٢٠٠٩ في ٢٧ / رجب ١٤٣٠ هـ , منشور في موقع مجمع الفقه الاسلامي السوداني .
١٧. موقع <http://www.aliftaa.jo/index.php/ar/ftwa/show/id/1995>
١٨. ينظر التسويق الشبكي : دراسة في ضوء فقه المآلات/ الدكتور طه احمد الزيدي, طبعة دار الفجر/ص٦٩ .
١٩. المصدر السابق نفسه : ص ٦٨ .
٢٠. سورة النساء : الآية ٢٩ .
٢١. التسويق الشبكي تحت الجهر : زاهر سالم بلفقيه : ص ٦١ . [balfaqeh@windowslive.com](mailto:balfaqeh@windowslive.com)
٢٢. سورة المائدة: الآية ٩٠ .
٢٣. المصدر السابق نفسه : ص ١٥ .
٢٤. سورة البقرة : الآيات ٢٧٨-٢٧٩ .
٢٥. سورة الاسراء: الآية ٧٠ .
٢٦. مسلم: المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل الى رسول الله صلى الله عليه وسلم : مسلم بن الحجاج ابو الحسن القشيري , ط : دار احياء التراث العربي : باب بطلان بيع الحصة والبيع الذي فيه غرر: ٣/١١٥٣ : ح(١٥١٣) .



٢٧. المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج: أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (المتوفى: ٦٧٦هـ): دار إحياء التراث العربي - بيروت الطبعة: الثانية ١٣٩٢هـ: ١٥٦/١٠.
٢٨. البخاري: الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وإيامه : محمد بن اسماعيل البخاري الجعفي: الناشر دار ابن كثير اليمامة، بيروت ، الطبعة الثالثة: باب بيع الغرر : ٧٥٣/٢: ح(٢٠٣٦) .
٢٩. الترمذي: الجامع الكبير: محمد بن عيسى الترمذي: الناشر دار الغرب الاسلامي، بيروت: ٥٢٤/٢: ح(١٢٣١) .
٣٠. الترمذي : ٥٢٦/٢: ح(١٢٣٤) .
٣١. ينظر التسويق الشبكي في ضوء فقه المآلات : مصدر سابق : ص ٨٥ .
٣٢. ينظر : التسويق الشبكي تحت المجهر : مصدر سابق : ص ١٤ , وموقع الشيخ العلامة عبد الملك السعدي (الامة الوسط) . . [alomah-alwasat.net](http://alomah-alwasat.net)
٣٣. سورة البقرة : الآية ٢٧٥ .
٣٤. -المصدر السابق نفسه : ص ١٧ .
٣٥. -ينظر : التسويق الشبكي في ضوء فقه المآلات : مصدر سابق : ص ٧٤-٧٥ . .
٣٦. ينظر :موقع الشيخ العلامة عبد الملك السعدي (الامة الوسط) <http://www.alomah-alwasat.com> .