

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية والحضارة
قسم العلوم الإسلامية



الموضوع:

أحكام التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي شركة مامر تشيب أنموذجا

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية
تخصص الفقه وأصوله LMD

إشراف الدكتورة :
حبيبة شهرة

إعداد الطالبة :
بن سليم نور الهدى

لجنة المناقشة:
د.الزيغمي نعيمي رئيسا
د.بوفاتح الطيب مناقشا
د. حبيبة شهرة مشرفة

السنة الجامعية 1437-1438هـ / 2016-2017 م



الشكر والتقدير

عندما رَفَعْتُ قلمي لأحطَ للشُّكر كلمات، اِحمرَّت وجنتا قلبي حياءً من افتقار مداده إلى عبارات،
وحَتَّى حروفي تناثرت، وعن لملتها و ضمَّها عجزتْ، كيف لا يكون هذا؟ و الشُّكور الذي شُكره
يستحقُّ الشُّكر هو ربُّ الأرض و ربُّ السَّموات، الذي انتقاني من عباده لأكون بالتفقه في الدِّين من
أصحاب الخيرات، و صخر لي من عباده من لهم أظهر القلوب و أجمل الابتسامات، فلا يطيبُ تعاقب
الليل و النهار إلا بالشكر و الذكر و حسن العبادات، ثمَّ لا أنسى أصحاب الفضل بالتشكرات وفق
هذه الأبيات:

ولو أنني أوتيتُ كلَّ بلاغةٍ وأفنيْتُ بحر النُّطق في نظم النثر
لما كنتُ بعد القول إلامقصرةً ومعرفةً بالعجز عن واجب الشكر

والداي لعقمتا معي صبر المذكرة، و قبل الشُّكر أقول لكما معذرة، فكلمة "شكرا" تُعدُّ في
القاموس في باب العادات و ما هي إلاَّ كلمة عابرة، فألامكما و تحمُّلكما لأجلي يُكتَب له
القاموس و المجلد و المذكرة، ولا أجدُ إلاَّ أن أسأل الله رضاكما في الدنيا و الآخرة.

إلى شيختي حبيبة الاسم و إلى القلب حبيبة، أتعبتُها بطلباتي فما استقبلتها إلا بقالب
الطيبة، إليك أنسج عقد العرفان حول الرقبة، فلا تدعي يدَ مُوردتك عند تعثرها يوماً
بعقبه.

ولا يفوتني أن أتقدّم و أخصّ بالتقدير، قسم العلوم الإسلامية من أستاذ و نائب و
مدير، فقد مثّلوا كلية الشريعة بالفعل و القول الجدير، ولا أنسى توجيهات لجنة المناقشة
التي تُنسجُ بقلم خيطِ الحرير، والشكر موصول لكلّ من ساهم في بلورة هذه
المذكرة، من عائلة و صديقة، و جارة، قائلة لهم:

لو كنتُ أعلمُ غير الشُّكر منزلةً أوفى من الشُّكر عند الله في الثمن
أسديتُها لكم من القلب معطرةً تشكرًا على ما أوفيتُم من حسن
و الله أسأل لكم التوفيق و السداد في السر والعلن .

إهداء

إلهي عليك توكلت، و أخذت بالأسباب و ما توأكلت ،هكذا علّمتنا رسولك_ صلوات ربّي و سلامه عليه الذي بالحقّ بعثت، رجوتك مخلصاً لك الدين وما تراجعت، لأنّي أعلم أنّ لي ربّاً يرزقني مهما دعوت إذا وثقت، فكيف لا ولي ربّ لا يطيب اللسان إلّا بذكره، ولا يفتح القلب إلّا بتقواه وخشيته. فاللهم اجعل كلّ حرف كتبتّه، نورا لظلمة القبر أهديته...

مسعودة يا أمّاه، إن قلت أهديك هذا الجهد، فجهدي يأتي مطأطأ رأسه مستحيا أمام جهدك، إن أهديتك تعبي لأنسبك التعب، فوالله تعب عمري لا يساوي قطعة ممّا عانيت لأجلي من الكرب... كيف لا وأنت مدرسة متكاملة أعدت وخير ما أهب...

البشير يا أبتى، اليوم ابنتك ستتخرج، وهي تهديك كلماتها المعدودة، فهل ستنير قبرك كنتاج ولد صالح يدعو لك، أم صدقة علم جارية توسّع ضيق لحدك؟، أم علم نافع ينتفع به بعدك؟، وبإذن الله سأكون لك الكلّ يا نور عيني، ويا بشر روعي بشرك الله بالجنة بإذنه، ولن تضار في رؤيته.

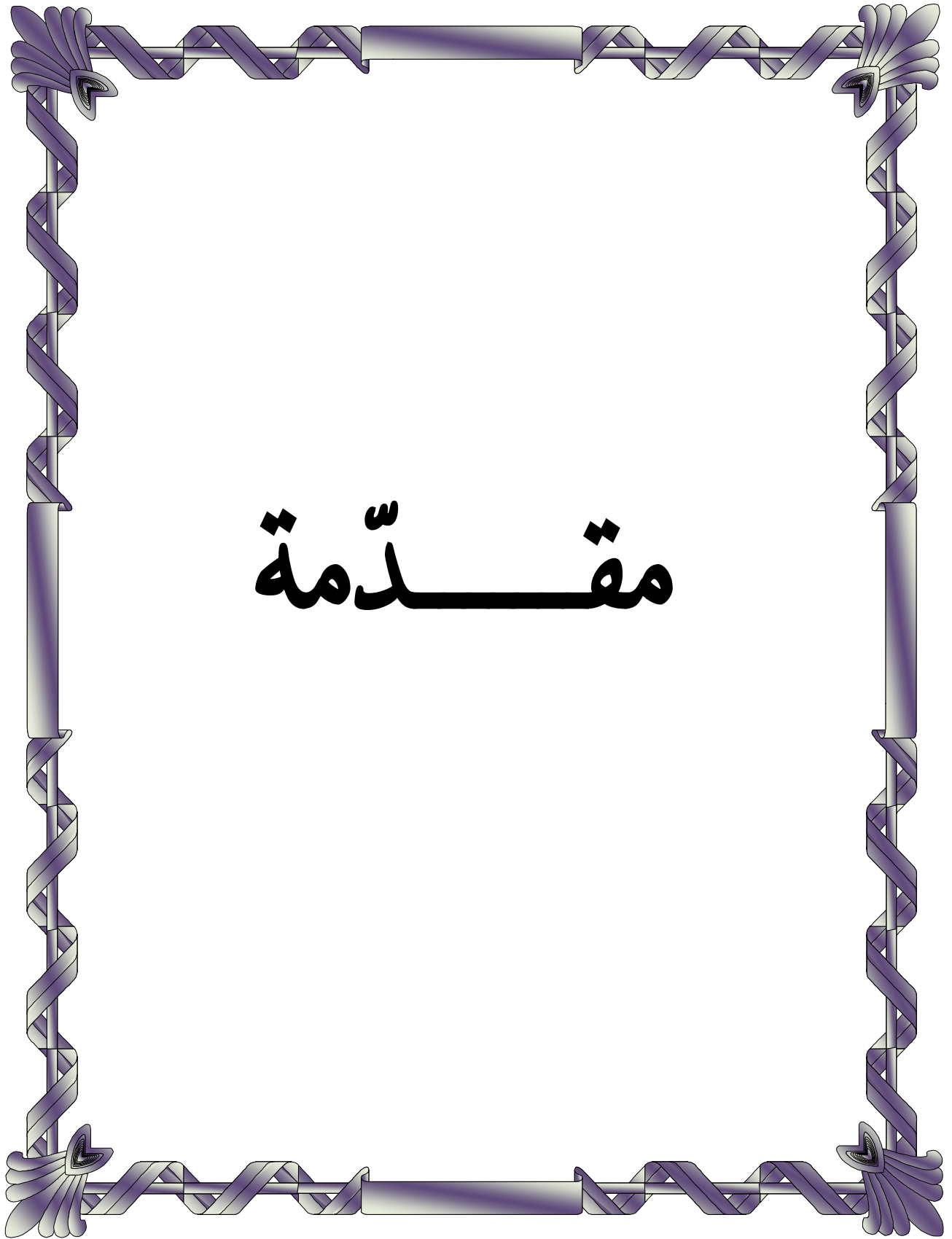
عبد الرزاق يا أبي الثّاني، إليك أهدي عملي وشكري وعرفاني، ثقّتك حبّك كرمك هو الذي رعاني ومن شرّ هذه الدنيا حماتي، وسأشرفك بإذن الرحمان، فأنت رمز الثقة والأمان.

إليكم إخوتي: أيّوب، حمزة، محمد كتاكت البيت اسأل الله لكم الثّيب والشّيبة على القرآن.

إلى كلّ أساتذتي باعثي أمل العلم، لكلّ أستاذ علّمني حرفاً أهديه هذا الجهد وأكون له به عبد. وخاصةً للمشرفة، صاحبة الفضل و المعرفة.

إلى كلّ من أعانني على هذا العمل من قريب أو بعيد و كل من أحبّني و أحبّته بصدق: _أهل المدينة، والبليدة، والأغواط، والجلفة، والبيّض، وغرداية، والمسيلة باتنة، والشلف...

إلى كلّ صديقة، زميلة، جارة كانت لي بسمة أمل وكلّ من سجد لله سجدة إلى كلّ من يعرفني من قريب أو بعيد



نحمدك اللهم أطيب الحمد وأوفاه، ونشكر لك أصدق الشكر وأخلصه، ونصلي ونسلم على سيد الهداة، خير من نطق فأفصح، وأبان فأعجز، وكان للفصحاء قدوة، وللبلغاء إماماً فالحمد لله على ما أنعم، حمداً به يجلوا عن القلب السقم. أما بعد:

فبادئ ذي بدء، كلنا يعلم أن هناك قدر من العمر قد يكون لحظة وقد يستمر سنوات وأعمار أمة محمد صلى الله عليه وسلم بالضبط عامتهم بين الستين والسبعين، وإذا ما قورن هذا القدر من العمر بالأمر السابقة، فقد لا يقضى إلا في سجدة. ومع هذا فإن الله جل في علاه حبا هذه الأمة بأعظم النعم "الإسلام"، ففيه عرف للحق طريق، وبه كان للصالح والشمول بريق كيف لا؟ وهو يخلق بكلام الحق المبين وسنة الصادق الأمين، في كل مكان وحين، حتى يوم الدين، اللذين كانا ولازلا وسيظلا طوق النجاة في بحر المستجدات فلا أعظم من الاعتصام بالحبل المتين، الذي طرفه عند العليم الحكيم، الذي لم يرض لعباده إلا أكمل الدين.

ولما كان من شمول الشريعة اهتمامها بكل ما يحتاجه ابن آدم فإنه من أوسع الأبواب اهتماماً، باب المعاملات بشتى أنواعها، والمعاملات المالية خاصة، لأن الله تبارك وتعالى طيب ولا يقبل إلا طيباً، فوجب بذلك على المسلم تحري الحلال فيها، حتى يستقيم حاله في الدنيا ويظفر بنعيم الآخرة، إلا أنه في وقتنا الحاضر صعب معرفة طريق الحق مع كثرة طرق الباطل وحيله، خاصة بظهور ثورة تقنية المعلومات والتطور التكنولوجي الذي لا تكاد تقاس سرعته، لأنه صال وجال في كل جزئيات حياة الفرد حتى العبادات، ناهيك المعاملات المالية الغربية التي أصبحت تنهال على الأمة الإسلامية كالوابل وبالأخص عبر الشبكات العنكبوتية، التي بظهورها جسّد المعنى الحقيقي لكون العالم قرية واحدة إن لم نقل بيتاً واحداً، وصار لكل مصطلح تقليدي ما يقابله تكنولوجياً.

ولأن الجانب الاقتصادي من أهم مقومات الأمة، والتجارة محوره الرئيسي الذي تجاوز تبادل السلع والأموال إلى إنشاء علاقات سياسية واجتماعية بين الدول



تم تسليط الضوء في هذا البحث على مستجدات التجارة التي أتت الأنظمة الرقمية بحيث لا يمكن تجاهلها فصيرت التجارة التقليدية إلكترونية، كما أن المنتج والمستهلك ركيزة التجارة والانفصال الزماني والمكاني بينهما، أدى إلى البحث المستمر عن أنجع الطرق للربط بينهما فتعددت بذلك طرق التسويق الذي جوهره إشباع رغبات الزبون، وتباينت أساليبه حتى رسا اليوم على ما يسمى بالتسويق الشبكي أو تسويق متعدد المستويات الذي انتشر انتشار النار في الهشيم، ولما غزا التسويق الشبكي قوة الأمة الشباب و غزت التجارة الالكترونية أهم مقوماتها الاقتصاد، كان من المهم دراسة هذا الموضوع لمعرفة الجوانب الشرعية فيها والحفاظ على بيضة الإسلام ، بالحرص على عدم الوقوع في المحذور الشرعي وموضوعي هذا، جمع بين التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي ألا وهي شركة مارتشيب MARTSHIP الجزائرية وأسأل الله تعالى التوفيق والإعانة في سدّ هذه الثغرة والإبانة .

أهمية البحث : تتبع أهمية البحث من كونه يتناول:

- 1- تأكيد صلاحية الشريعة الإسلامية وتكاملها في كل عصر ومصر.
- 2- يلقي أضواء كاشفة على التطور التكنولوجي وما أحدثه من تغيير.
- 3- تعلقه بأهم جوانب الحياة ألا وهو الكسب والرزق.
- 4- توافقه مع جوهر الشريعة من تيسير وربح للوقت.
- 5- مواكبته لما يعيشه المسلم اليوم.

أسباب اختيار البحث: لقد اجتمعت جملة من الأسباب لتشكّل قناعة لديّ، ورغبة قويّة في بحث هذا الموضوع، ولعلّ أبرزها:

- 1- معرفة الحكم الشرعي لكلّ من "التجارة الالكترونية" و"التسويق الشبكي" خاصّة بعدما عرضت عليّ.
- 2- تعطّش المجتمع بفئاته للأحكام الشرعية فيه خوفاً من الوقوع في الحرام.
- 3- الرغبة الجامحة للدخول في عالم التكنولوجيا اليوم واستغلاله الاستغلال الأنسب خاصّة مع كثرة المشاغل، والمسلم أحرص ما يكون على وقته.



- 4- حداثّة الموضوع وقلة الكتابة فيه خاصة في التّسويق الشبكي .
- 5_ وطبعاً ما يكسبه الموضوع من أهمية بالغة في ذاته لتعلّقه بمقصد "حفظ المال".
- 6- طموحي في خدمة أمّتي، وبعد الممات علم نافع لعلّه في الآخرة يشفع لبصمتي.
- 7- دولية وعالمية موضوعي "التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي".
- 8- عدم وجود دراسة علمية شرعية مستقلة_حسب إطلاعي_ عن شركة مارتشيب.

أهداف البحث:

تتنزّل غايّتي - بإذن الله- من هذا البحث في:

إنّه لما كان للشريعة الإسلامية قاعدة جليّة مشهورة بين أهل العلم على اختلاف مذاهبهم والتي هي: "الحكم على الشّيء فرع عن تصوّره" تنزلت غايّتي من هذا البحث في:

1- الوصول إلى التّصور الدّقيق المطابق للواقع لكل من التّجارة الالكترونية والتّسويق الشبكي.

2- الإلمام بأهم ما يحتاجه الموضوع من قواعد وضوابط شرعية والتي هي الآلة المنتجة للحكم الشرعي.

3- الحكم على التّجارة الالكترونية والتّسويق الشبكي من خلال أقوال الفقهاء وفتاوى المعاصرين بإسقاطها على التّصور وترجيحها وفق الثوابت الشرعية .
فيصح بذاك الحكم الشرعي - بإذن الله-.

الدراسات السّابقة والجديد الذي اتّسم به البحث :

نظراً لتناول هذه الرسالة متغيّرين، سأفرد لكل واحد منهما دراسته على حدى، والتي كانت الرّكيزة الأساسيّة في بحثي هذا:

أولاً: دراسات حول التّجارة الإلكترونيّة :



1- أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى - مكة - للباحث: عدنان بن جمعان بن محمد الزهراني: وقد جاءت هذه الرسالة بجل ما يمت بالتجارة الإلكترونية بحيث إستقرأ جميع ما تتضمنه من مكونات آلية وتعاقدية، وخرّج الأحكام الشرعية لكل ما تم بحثه ليصل إلى جواز ممارسة التجارة عبر الأنترنت إجمالاً، ووضع ضوابط للمعاملات الخاصة، بعد تتبّع حكم كل جزئية على حدى، والذي ساعدني كثيراً في دقة تتبّعه للحكم الشرعي، وكذا في آلية التجارة الإلكترونية.

2- التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة لاستكمال متطلبات الماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة، في الجامعة الإسلامية بغزة، للباحث: سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، إشراف: ماهر حامد الحولي، 2005م، تكلم الباحث في هذه الرسالة على كل ما يخص العقود التجارية تفصيلاً، وبكل ما يخص التجارة الإلكترونية أيضاً، متوصلاً إلى منبع خلاف أهل العلم فيها ومن ثمّ الحكم إجمالاً بجوازها قياساً على ما شابهها من معاملات قديماً، فارتكزت عليه في طريقة إجماله للحكم الشرعي حيث أصل للأحكام عموماً.

3- التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي - مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الفقه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية في قسم الشريعة-جامعة الحاج لخضر-باتنة- للباحث: أحمد أمداح، إشراف الدكتور صالح بوبشيش-2006م-2005م.

تعرّضت هذه الرسالة تقريباً إلى نفس ما ذكرته في السابقتين إلا أنّ الجديد فيها تركيزه على الكيفية الإلكترونية للمبادلات التجارية مركزاً على أنماط العقود المبرمة معتمداً على أهم القرارات والفتاوى الفقهية المعاصرة للتجارة الإلكترونية، فكانت هذه الرسالة المرشد الرئيسي في تنظيمي للخطة.

هذه أهم الدراسات الحديثة التي اعتمدت عليها إضافة إلى بحوث أخرى :



4-التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية - للدكتور حسين حسين شحاتة جامعة الأزهر، وتطرق فيه إلى أهم ما يتصل بالتجارة من مفاهيم وأحكام شرعية موجزاً في ذلك، وكان نصيبي من هذا البحث اعتماد ملخص أحكام المعيار الشرعي رقم(38) عن أحكام التعاملات المالية بالإنترنت الصادر عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.

5-التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، محمد عبد الحليم عمر، جامعة الأزهر وخلال هذه الورقة ذكر القواعد العامة والجوانب الشرعية للتجارة ووضع التجارة الإلكترونية في ميزان نظرية العقود إجمالاً، وقد استفدت كثيراً من موجز الأحكام الشرعية للعقود والتجارة الإلكترونية الذي أورده.

وهذا ما أمكنني جمعه من دراسات سابقة خدمتني إلى حد بعيد في الاطمئنان للحكم الشرعي بالنسبة للمتغير الأول.

أما المتغير الثاني فإنّ دراسته هي كالتالي:

ثانياً: دراسات حول التسويق الشبكي :

منها ما تمكنت من الحصول عليه بسهولة والتي كانت عبارة عن بحوث أو مقالات:

1. التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، أسامة عمر الأشقر، مقال في مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات- المجلد الثامن- العددالأول2006، حيث حوت هذه الدراسة مستلزمات وأنظمة التسويق الشبكي والحكم عليها بعد ذكر أقوال العلماء واختلافاتهم وقد أفادني كثيراً في كيفية عرضه للمسألة.
2. التسويق الشبكي تحت المجهر، زاهر سالم بلفقيه، كان نهجه كنهج أسامة عمر الأشقر في التعريف بالتسويق الشبكي وعرض أهم خصائصه ومن ثم ذكر أقوال العلماء واختلافهم وصولاً إلى الحكم عليه، مستعينة به في وجه الدلالة.

3. التسويق الشبكي دراسة شرعية، بحث قدمه الدكتور رياض فرج بن مبروك بن عبدات-رئيس قسم الدراسات الإسلامية-كلية التربية- جامعة حضرموت جامعة الناصر للعلوم والتكنولوجيا، أرشدني إلى مصادر الأدلة.

هذه كانت أهم الدراسات التي إعتدتّ عليها وتوفّرت لي إلاّ أنّ هناك دراسات أكاديمية، حاولت جاهدة الوصول إليها حتى أنّي استعنت بمن يبحث لي خارج الجزائر وبالضبط في ماليزيا، وكانت هذه الدراسة أكاديمية وعبارة عن رسالة ماجستير في الفقه من إعداد: عبد الرشيد واي هامواي حاجي بعنوان "التسويق الشبكي في الميزان الشرعي لشركة dxn الماليزية نموذجاً، لكن للأسف لم أتمكن من الحصول عليها، وهناك بحوث ودراسات أكاديمية أخرى لم أستطع تنزيلها.

الجديد الذي أتى به البحث :

إنّ الدراسات السابقة التي ذكرتها سواء في التجارة الإلكترونية أو التسويق الشبكي اهتمت بالموضوع بدقة أو بالأحرى من أغلب جوانبه وذلك لأنّ المتغيّر الواحد درس لوحده، أمّا الجديد في دراستي هو الجمع بين متغيّرين مختلفين لأول مرة تحت عنوان واحد-على حسب اطلاعي والله أعلم-لأنّ التجارة الإلكترونية لغة الاقتصاد اليوم، وأحدث أساليب التسويق هو التسويق الشبكي والذي قوّى علاقتهما هو اللقاء في شركة مارتشيب الجزائرية الوحيدة، وهذا الجمع هو الذي يحكم في زمام الدراسة، بحيث أجملت واختصرت قدر المستطاع بسبب الشّروط الأكاديمية -فالله أسأل أن لا يكون هناك تفريط.

حدود البحث :

أولاً: الحدود الموضوعية:

يرتكز البحث على موضوع فقهي في باب الاقتصاد، يختص بباب المعاملات المالية المعاصرة وبالضبط "التجارة" التي اخترت منها التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي، مع ملامسة نموذج حيّ يجمع بينهما.



ثانياً: الحدود المكانية والزمانية:

نظراً لتفرد الجزائر بشركة -مارتشيبي- وبالضبط في الجزائر العاصمة، فإنّ مجتمع البحث سيكون -باذن الله- مع مسؤول الشركة وعمّالها ومن يمارسون النشاط المماثل للموضوع، مع الإحاطة بزمن تأسيسها وبمدة مزاولتها لمتغيّري البحث.

منهج البحث:

إنّ طبيعة البحث تقتضي تظافر مجموعة من المناهج البحثية لاستقصاء مادة الموضوع وتحليلها، وتتبع التطور التاريخي لها، لذلك اعتمدت على المناهج الآتية:

1- المنهج الاستردادي الوصفي: وظهر هذا المنهج جلياً في تتبع تاريخ كلّ من التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي وكذلك لشركة مارتشيبي، مع إعطاء صورة متكاملة للموضوع، بتقصّي المفاهيم والمصطلحات.

2- المنهج الاستدلالي: ظهر ذلك جلياً في تتبعي للأدلة من الكتاب والسنة، لبيان التكيف الفقهي لهذا الموضوع.

3- المنهج التحليلي: حاولت الاطلاع على آليات التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي، التي تتم وفق عقود، وبالأخصّ تحليل عقد شركة مارتشيبي ومقارنتها مع المباحث النظرية، وبروزه أيضاً في مقارنة أقوال العلماء.

منهجية البحث: حاولت جاهدة في هذا البحث -بعد توفيق الله تعالى- أن أوظّف كلّ ما درسته خلال سنوات المسار الدراسي في ما يخصّ البحث العلمي ويمكن إجمال مبادئ وآليات المنهجية المعتمدة في العناصر التالية :

1- عزو الآيات القرآنية إلى سورها اعتماداً على المصحف الشريف - برواية حفص عن عاصم- حيث تحدّد السورة ورقم الآية.

2- لشرح الآية، استعنت بكتب التفسير حتى الوصول إلى المعنى المراد.

3- تخريج الأحاديث النبوية الشريفة معتمدة بالدرجة الأولى على الصّحّاحين.



- 4- لفهم الأحاديث لجأت إلى بعض كتب شروح الأحاديث.
- 5- اعتمدتُ بالدرجة الأولى على المذكرات والرسائل الجامعية مع المُداخلات والمقالات العلمية لحدّثة الموضوع، مع إستحالة الاستغناء على كتب الفقه العامّة والخاصّة، وحتى كتب الأصول والمقاصد الشرعيّة.
- 6- لدرك المعاني اللغويّة اعتمدتُ معاجم اللّغة وقواميسها مع الإحالة عليها.
- 7- اعتمدتُ المواقع الإلكترونيّة بطريقة ملحوظة وحاولت تحريّي الموثوق منها، ذلك لأنّه لا غنى عنها فطبيعة الموضوع تستوجب هذا.
- 8- حاولت التّجرّد من الأحكام السّابقة وتحريّي الموضوعيّة في الدراسة قدر المُستطاع.
- 9- في دراستي للحكم الشرعي حاولت اللّجوء للأقوال مُجملةً ما استطعت حتى يتّسع البحث له وتُستكمل شروطه، لأنّ التفريع والتدقيق على كلّ جزئية لا يتماشى والمقاييس الأكاديمية .
- 10- في حالة تعدّد المؤلّفين لكتاب واحد أكتفي بذكر الأول، وكتابة عبارة ... "وأخرون".
- 11- الالتزام بالشروط الأكاديمية ما استطعت إلى ذلك سبيلا حتى يكون البحث متناسقاً مُوحّداً.
- 12- التوثيق في الهوامش كان على النحو التالي :
- أ. تهميش الأحاديث: يكون تهميش الأحاديث على النحو التالي:
- ذكر المؤلّف، ثمّ المؤلّف، ثمّ التّحقيق إن وجد، ثمّ الدار، ثمّ البلد، ثمّ الطّبعة، ثمّ السّنة ثمّ الكتاب، ثمّ الباب، ثمّ رقم الحديث، ثمّ رقم الجزء والصفحة.
- وفي حالة تكرار المؤلّف أكتفي بذكر المؤلّف، ثمّ المؤلّف، ثمّ الكتاب، ثمّ الباب، ثمّ رقم الحديث، ثمّ الجزء والصفحة.

ب.الكتب العلميّة: يكون تهमيش الكتب العلمية على النحو التالي:

- ذكر المؤلف ثمّ المؤلف، ثمّ المحقق إن وجد، ثمّ دار النشر والبلد، ثمّ الطبعة والسنة ثمّ الجزء والصفحة، مع ذكر لفظ مرجع سابق عند تكرار المرجع في صفحات بعده.

ت.المدخلات :يكون تهميش المدخلات على النحو التالي:

- ذكر المؤلف ، ثمّ عنوان المقال، ثمّ اسم الملتقى، ثمّ اسم الكلية، ثمّ القسم، ثمّ الجامعة ثمّ التاريخ ثمّ الصفحة.

ث.المقالات: ذكر المؤلف، ثم اسم المجلة الدورية تحته خط، ثم الهيئة التي تصدر المجلة، ثم العدد ثم التاريخ، ثم رقم الصفحة.

ج.المذكرات: ذكر المؤلف، ثم عنوان المذكرة، ثم طبعة البحث (ماستر- دكتوراه....)، ثم اسم الجامعة، ثم الكلية، ثم القسم ثم التاريخ، ثم رقم الصفحة.

هـ . تهميش المواقع الإلكترونية: www.site ، مع ذكر تاريخ الدخول إلى الموقع.
13- اتّخاذ الحروف رموزًا أثناء التوثيق بحيث:

(د.د): دون دار .

(د.ط): دون طبعة.

(د.س): دون سنة .

تح: تحقيق.

ج: جزء.

ص: صفحة.

14- طبعة الموضوع وحدّاته مصطلحاته ألزمتني التعريف برموز المصطلحات ومختصراتها خاصة اللاتينية منها وإيراد ذلك في الهامش.



15- إشباع البحث بالملحقات اللازمة .

16- الفهارس: ذيلتُ البحث بالفهارس التالية :

✓ فهرس الآيات .

✓ فهرس الأحاديث.

✓ فهرس الأعلام.

✓ فهرس المصادر والمراجع.

✓ فهرس الموضوعات

17- تكرار المصطلح إنْ لزم ذلك تسهياً على القارئ الفهم في الصفحة الواحدة.

18- عدم التطرُّق إلى المصطلحات الواقعية المتعارف عليها .

19- بعد أن يتضح لي وجه الدلالة في المسألة، أجتهد في تدعيمها بأدلة تصبُّ في قالب واحد.

20- حين ذكر التاريخ تعمّدت ذكر الميلادي فقط أو الهجري لوحده لعدم توفرهما معا في كل المراجع .

21- ارتكزتُ على فتاوى وقرارات المجامع الفقهية ودور الإفتاء وبعض المؤسسات الاقتصادية الإسلامية في مرجعية الأحكام.

صعوبات البحث:

1- تشعب الموضوع ولمّه لشتات الكثير من العقود في المعاملة الواحدة خاصة مع قلة السالك فيه.

2- مصاحبة المرض الذي حلَّ بي ولازمي أثناء جمعي وكتابتي لهذه الرسالة، مع تخلي زميلتي في البحث -لظروفها الصعبة- عن نصيبها.

3- عناء السّفر لبعد المسافة بين مكان الدّراسة ومقر النّموذج.



- 4_ صعوبة تحقيق التوازن بين الفصول والمباحث والمطالب .
- 5_ حداثة الموضوع يتطلب إمكانيات محددة كالاتصال الدائم بواسطة الانترنت وهذا كان صعباً مع التواجد في الحي الجامعي .

إشكالية البحث:

بعد انتشار معاملتي: التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي، تاه المسلم بين الفتاوى، فحداثة المعاملة وصعوبة تكييفها جعلت الآراء تتضارب بين الإباحة والحرمة خاصة لعدم فهم المعاملة أو خلط المصطلحات المتشابهة كالخلط بين التسويق الإلكتروني والتسويق الشبكي، مما حرك عجلة البحث لدى علماء الاقتصاد حتى يتم التصور التام للموضوع، وحركها أيضاً لدى علماء الفقه الإسلامي لتحقيق غاية الاستخلاف في المعمورة ويزيد تجلي معنى صلوحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان ومن هذه المسئلة أنطلق بالبحث لمعالجة الإشكالية التالية :

ما حقيقة كل من التسويق الشبكي والتجارة الإلكترونية، وما موقف الشرع منها وبالأخص في شركة مارتشيب ؟

وللوصول للجواب عن هذا السؤال، فمن المهم طرح بعض الأسئلة التي تعدّ مفاتيح لتحقيق الهدف المنشود، وهي:

- 1- ما مفهوم كل من التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي؟ وماهي آليتهما؟
 - 2- هل لمعاملتي التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي أصل في فقه المعاملات المالية والعقود الشرعية؟
 - 3- ما حكم الفقه في التعامل بهما، وما مدى شرعية شركة مارتشيب ؟
- الكلمات المفتاحية: التجارة، الإلكترونية، الأترنت، التسويق، الشبكي، مارتشيب.

إنّ الوصول للحكم الشرعي ليس بالأمر الهين، فهو يحتاج جسراً حصيناً من التصور السليم للمسألة وآلة شرعية صحيحة صريحة ومن هنا يتأتى تقسيم الخطّة إلى ثلاثة فصول في الأوّل: تم تبيان رأي الاقتصاد في معاملتي التسويق الشبكي والتجارة



الإلكترونية وفي الثاني: ذكر أهم الضوابط الحاكمة لها، أما في الفصل الأخير فكان التّأصيل بذكر أقوال الفقهاء وفتاوى المعاصرين حيث يتم إسقاطها على الفصل الأول و ترجيحها بناءً على ما جاء في الفصل الثاني، وفق الخطة التالية :

مقدمة

مدخل تمهيدي: التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي وعلاقتها بالإنترنت.

الفصل الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي و آليتهما.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني : تاريخ موجز عن تطور التجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث : أنواع التجارة الإلكترونية.

المطلب الرابع : أهمية التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني : مفهوم التسويق الشبكي .

المطلب الأول : تعريف التسويق الشبكي.

المطلب الثاني :تاريخ موجز عن تطور التسويق الشبكي.

المطلب الثالث: أنواع التسويق الشبكي.

المطلب الرابع : أهمية التسويق الشبكي.

المبحث الثالث: آلية التجارة الإلكترونية وآلية التسويق الشبكي.

المطلب الأول: آلية التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: آلية التسويق الشبكي.

المطلب الثالث: نماذج عن شركة التجارة الإلكترونية.

المطلب الرابع: نماذج عن شركة التسويق الشبكي.

الفصل الثاني: المبادئ الأساسية والقواعد الشرعية للعقود التجارية.



المبحث الأول: عَقْدُ الْبَيْعِ وَنَمَازِجُ عَنْهُ.

المطلب الأول : عَقْدُ الْبَيْعِ وَأَرْكَانُهُ .

المطلب الثاني: شُرُوطُ عَقْدِ الْبَيْعِ.

المطلب الثالث : نَمَازِجُ مِنْ عُقُودِ الْبَيْعِ الْجَائِزَةِ شَرْعاً.

المطلب الرابع: نَمَازِجُ مِنْ عُقُودِ الْبَيْعِ الْمَنْهِيِّ عَنْهَا.

المبحث الثاني : الضَّوَابِطُ الشَّرْعِيَّةُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْمَالِيَّةِ.

المطلب الأول :تَحْرِيمُ الرِّبَا.

المطلب الثاني : تَحْرِيمُ الْغَرَرِ.

المطلب الثالث :تَحْرِيمُ الْقِمَارِ.

المطلب الرابع: تَحْرِيمُ الْغِشِّ

المبحث الثالث: مُرَاعَاةُ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ وَمَصَالِحِ الْعِبَادِ.

المطلب الأول: مُرَاعَاةُ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ عَامَّةً .

المطلب الثاني: مُرَاعَاةُ مَصَالِحِ الْعِبَادِ خَاصَّةً .

المطلب الثالث: عِلَاقَةُ الشَّرِيعَةِ بِالْمَصَالِحِ وَ الْمَقَاصِدِ.

المطلب الرابع: أَثَرُ الْمَقَاصِدِ الشَّرْعِيَّةِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْمَالِيَّةِ الْمُعَاصِرَةِ.

الفصل الثالث: حُكْمُ الْفِقْهِ الْإِسْلَامِيِّ فِي :التَّجَارَةِ الْإِلِكْتْرُونِيَّةِ، وَالتَّسْوِيقِ

الشَّبَكِيِّ، وَشَرِكَةِ مَارْتَشِيبِ Martship

المبحث الأول: حُكْمُ الْفِقْهِ فِي التَّجَارَةِ الْإِلِكْتْرُونِيَّةِ.

المطلب الأول: التَّعْرِيفُ بِمَسْأَلَةِ التَّجَارَةِ الْإِلِكْتْرُونِيَّةِ وَتَحْرِيرُ مَحَلِّ نِزَاعِ الْفُقَهَاءِ فِيهَا

المطلب الثاني: أَقْوَالُ الْعُلَمَاءِ فِي التَّجَارَةِ الْإِلِكْتْرُونِيَّةِ وَأَدِلَّتُهُمْ.

المطلب الثالث: مُنَاقَشَةُ أُدْلَةِ الْفُقَهَاءِ وَ الرَّأْيِ الْمَخْتَارِ.

المطلب الرابع: أَحْكَامُ التَّعَامَلَاتِ الْمَالِيَّةِ بِالْأَنْتَرْنِتِ الصَّادِرَةَ عَنْ هَيْئَةِ إِسْلَامِيَّةِ.

المبحث الثاني : حكم الفقه في التَّسْوِيقِ الشَّبَكِيِّ.

المطلب الأول: الْفَرْقُ بَيْنَ التَّسْوِيقِ الشَّبَكِيِّ وَ الْهَرْمِيِّ.



- المطلب الثاني : التعريفُ بالمسألةِ التّسويقِ الشّبكي وتحريرِ محلّ نزاعِ الفقهاء فيه.
- المطلب الثالث: أقوالُ العُلماء في التّسويقِ الشّبكي وأدلتهم.
- المطلب الرابع: مناقشةُ الأدلّة و الرّأي المختار.
- المبحث الثالث: حكم التّجارة الإلكترونيّة و التّسويقِ الشّبكي في مارتشيب
- المطلب الأول: التّعريفُ بشركة مارتشيب ونشأتها ودورها .
- المطلب الثاني: ماهيّة التّجارة الإلكترونيّة في مارتشيب.
- المطلب الثالث: : ماهيّة التّسويقِ الشّبكي في مارتشيب.
- المطلب الرابع: حكمُ التّجارة الإلكترونيّة والتّسويقِ الشّبكي في مارتشيب.
- خاتمة.

مدخل تمهيدى

التجارة الإلكترونية

والتسويق الشبكي وعلاقتها بالإنترنت

قبل الشروع في طيّات هذا البحث أودّ التطرق لبعض ما يوسّع أرضية بيان البحث
مبتدئة ب:

التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي:

إنّ أول ما يتبادر إلى الذهن حين قراءة العنوان هو المجال الذي يجمع التجارة الإلكترونية بالتسويق الشبكي والمتمثّل في الاقتصاد، يليه الرّابط الثّاني والمتمثّل في حداثة و جدة كلّ منهما أيّ آخر ما رست عليه التجارة اليوم، والرابط الأوثق بينهما هو النموذج الحيّ الجزائري المتمثّل في شركة مارتشيب للخدمات عبر الانترنت المتعاملة بالتسويق الشبكي، إمّا الاختلاف فيظهر جلياً في كون التجارة الإلكترونية مجالها الوسائل الحديثة أي بيع الكتروني بحت، القائم على شبكة الانترنت العالمية والتسويق الشبكي نوع من أنواع البيع المباشر.

ومن هنا يتضح الخطأ الشائع في عدّ التسويق الشبكي والتسويق الإلكتروني الذي هو لبّ التجارة الإلكترونية مصطلحين لمعنى واحد، لذلك إنّ أغلب ما يتبادر إلى الذهن من كلمة شبكي هو شبكة الانترنت، والتي تعدّ وسيلة ثانوية فقط في التسويق الشبكي، وعلى غرار ما ذكرت يتوجب التطرّق إلى معنى الانترنت، فما هي الانترنت؟

وتتم الإجابة على هذا السؤال من خلال ما أورده محمد عبد الحليم في ورقة عمل تحت عنوان: التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، بحيث تطرّق إلى تاريخها وتعريفها وأهم وظائفها كالآتي :

أ- ما هي الأنترنت؟

إنّ الإجابة على ذلك تقتضي العودة إلى البداية وهي إعداد وزارة الدفاع الأمريكية في الستينات لسلسلة من الوصلات بين الحاسبات الإلكترونية الخاصة بها لنقل المعلومات بأمان ومرونة، (في شبكة موحدة سميت الأربانت ARPANET) ثمّ انتقل الأمر إلى الأكاديميين الذين رأوا استخدام هذا الأسلوب لاتصالهم ببعضهم من خلال

الحاسبات لتبادل الأفكار والأبحاث، وبالتالي فالمعنى الأول للانترنت هو وجود اتصال بين مجموعة من الحاسبات الالكترونية (الكمبيوتر) من خلال شبكة اتصال متعددة يطلق عليها Network أي وسيط لنقل المعلومات، إلى أن مرّ حوالي عشرين سنة وتطور استخدام هذه الشبكات على نطاق واسع وأصبحت هناك شبكات محلية متّصلة بشبكات في دول أخرى ويطلق على الجميع الشبكة العالمية (الانترنت) يشترك فيها ملايين البشر من خلال حواسيبهم بواسطة خطوط التليفون أو القمر الصناعي أو الميكروويف، وأصبح الأمر لا يقتصر على مجرد شبكة محدودة أو محلية والتي تعتمد على المعلومات المتوفرة على البرامج الموجودة في الأجهزة المتصلة بالشبكة.

ونخرج من ذلك إلى أنّ الانترنت اصطلاح يطلق على شبكة المعلومات العالمية التي يشارك فيها المنظّمات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية والأفراد الذين قرّروا السماح للآخرين بالاتصال بحواسيبهم ومشاركتهم المعلومات وفي المقابل لذلك إمكان استعمال معلومات الآخرين، مع العلم أنّه لا يوجد مالك حصري للانترنت، وأقرب ما يوصف بالهيئة الحاكمة للانترنت هو العديد من المنظّمات غير الهادفة للربح مثل جمعية الانترنت، والفريق الهندسي المساند للانترنت.

ب- وظيفة الانترنت: توجد ثلاث وظائف للانترنت هي:

1- الاتصال أو البريد الالكتروني e-mail والذي من خلاله يمكن إرسال الرسائل إلى أيّ شخص في العالم من خلال شبكة الانترنت، مادام له عنوان مسجّل في إحدى هيئات التزويد بخدمة الإنترنت، وكذا استلام الرسائل من الآخرين، هذا مع مراعاة أن البريد الالكتروني لا يقتصر فقط على كتابة رسالة على الحاسب، ولكن يمكن أن يتم الاتصال بالمحادثة كما يمكن أن يتم الاتصال من خلال المناقشات مع مجموعة من النّاس أو ما يسمّى "الدرشة عن بعد" وكذا الاجتماعات بين مجموعة من

الأفراد وهم في أماكن متباعدة، وتوضح الإحصاءات أن نسبة استخدام البريد الإلكتروني تمثل 85% من إجمالي حركة مرور المعلومات عبر الأنترنت.

2- جمع المعلومات: تتوفر على الأنترنت مجموعة كبيرة من المعلومات تغطي مواضيع متعددة بأشكال مختلفة مثل محتويات المكتبات العامة ومعلومات عن السلع والأسواق والشركات والإحصاءات الرسمية، واللوحات الفنية وبرامج الكمبيوتر والأنشطة الفنية وكل ما تود معرفته في شتى المجالات، وهذه المعلومات قد تتوفر متكاملة وبما يمكن نقل ملفاتها مجاناً، كما قد تكون في صورة عناوين، و يظهر لك لفترة قصيرة ثم يختفي، هذا مع مراعاة أنه يمكنك الوصول إلى المعلومات التي يريد الآخرون المشتركون في الأنترنت عرضها.

3- التسويق أو التجارة: حيث يمكن تسويق أي شئ على الأنترنت من السلع والخدمات المالية وغير المالية وهو يمثل عملية التجارة الإلكترونية التي سنتناولها تفصيلاً فيما بعد، وتتعدد المجالات التي تدخل في نطاق الخدمات السابقة فيما يطلق عليها موارد شبكة الأنترنت وتوجد قوائم لهذه الموارد تشمل المجالات والمؤسسات التي تقدمها في صورة شبكات يمكن من خلال الاشتراك بها الحصول على الخدمات المتوفرة لديها حيث توجد عدة شبكات لكل من الشؤون المالية وشركات الحاسبات الكبرى والصغرى والمؤسسات والشركات الكبرى وإحصاءات الأعمال والمعلومات المتعلقة بالأعمال الخاصة، ثم مجالات اللهو والتسلية والرياضة والموسيقى، والأحداث المعاصرة، والقطاع الحكومي ودليل الدليل ثم القانون والتعليم والمتاحف والولايات والمدن والسياحة، وكل مؤسسة لها موقع وإعلان على الأنترنت

الفصل الأول

مَفْهُومُ التَّجَارَةِ الإِلِكْتَرُونِيَّةِ

و التَّسْوِيقِ الشَّبَكِيّ وَ أَلِيَاتِهِمَا.

يتطرق هذا الفصل إلى أهم المفاهيم التي عرّفت التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي من تعريف، ونشأة، وأنواع، وأهمية كليهما، وذلك عبر ثلاثة مباحث يلفت فيها النظر إلى آلية التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي، مع نماذج لشركات تمثلها.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.

المبحث الثاني: مفهوم التسويق الشبكي.

المبحث الثالث: آلية التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي.

المبحث الأول : مفهوم التّجارة الإلكترونيّة.

خلال هذا المبحث المقسّم إلى أربعة مطالب حاولت- بإذن الله- الإلمام بأهم ما يوضّح صورة التّجارة الإلكترونيّة حيث كان ترتيب عناوين المطالب يبدأ بالتعريف، يليه تاريخ موجز لتطوّر التّجارة الإلكترونيّة، فالأنواع، ثم الأهمية، كالتالي:

المطلب الأول : تعريف التّجارة الإلكترونيّة.

قسمت هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول ذكرت فيه تعريف التّجارة الإلكترونيّة باعتبارها مركباً وصفيّاً، والفرع الثاني ذكرت فيه تعريف التّجارة الإلكترونيّة باعتبارها علماً على مصطلح مخصوص.

الفرع الأول : تعريف التّجارة الإلكترونيّة باعتبارها مركباً وصفيّاً : أولاً: التّجارة:

لغة : من الفعل تجر من باب قتل، و الاسم التجارة، و هو تاجر مثل صاحب و صحب، و تجار بضم التاء مع التنقيط وبكسر ها مع التخفيف و لا يكاد يوجد تاء بعدها جيم إلا نتج و تجر⁽¹⁾.

مَا يَتَجَرُ فِيهِ وَتَقْلِبُ الْمَالَ لِعَرَضِ الرَّبْحِ⁽²⁾

ومن المجاز، عليكم بتجارة الآخرة وصفقته في متجر الحمد رابحة⁽³⁾.

و هي أيضا عبارة عن شراء شيء لبيع بالربح⁽⁴⁾.

اصطلاحاً : هي من التصرف في رأس المال طلباً للربح وقيل هي مبادلة مال بمال، وقيل هي عبارة عن شراء شيء لبيع بالربح، وقيل التّجارة: تقليب المال و تصريفه لطلب النماء⁽⁵⁾.

¹- أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير، مكتبة لبنان، (د.ط)، 1987م، ص28.

²- مجمع اللغة العربية شعبان عبد العاطي عطية وآخرون، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2004م، ص82.

³- أبي القاسم الزمخشري، أساس البلاغة، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1998م، ص91.

⁴- محمد الشريف الجرجاني، التعريفات، مكتبة لبنان، (د.ط)، 1985م، ص55.

⁵- أحمد الشرباصي، المعجم الاقتصادي الإسلامي، دار الجيل، (د.ط)، 1981م، ص71.

ثانياً: الإلكترونيّة:

لغة: نسبة إلى الإلكترون ، الجمع إلكترونيات، وهو صفة لكل آلة تعتمد على مادة الإلكترون لإجراء أدق العمليات الحسابية بأسرع وقت ممكن⁽¹⁾.
اصطلاحاً: يعرف مصطلح إلكترونيك ها هنا بكونه مجموع الهياكل اللازمة للتكنولوجيا و الشبكة المعلوماتية و الاتصالات عن بعد (télécommunication) والمستعملة لمعالجة وتحويل المعطيات الرقمية⁽²⁾.

الفرع الثاني : تعريف التّجّارة الإلكترونيّة باعتبارها علماً على مصطلح مخصوص :
اجتهد المعنيون في تعريف التّجّارة الإلكترونيّة محاولين الوصول إلى تعريف شامل و عام ، فالتّجارة في مفهومها الواسع (هي المبادلات التّجارية التي تتم عن طريق وسائل إلكترونية)⁽³⁾، و بالتالي فهي تشمل العلاقات بين الشّركات المختلفة ، وبين الشّركات والوزارات و الإدارات الحكومية، وبين الشّركات و الأفراد... وذلك باستخدام الأشكال المتعددة للإرسال و الاتصال الإلكتروني، مثل : الهاتف، التلفزيون، شبكات الحاسب الآلي، الإنترنت⁽⁴⁾، و تركيزي في هذا البحث على وسيلة "الانترنت".
*ومن جهة نظر الأعمال التجارية : فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة⁽⁵⁾.

¹ - ينظر: معجم المعاني الجامع(معجم عربي عربي)، في الموقع Almaany.comdicionary ، اطلع عليه في: مارس 2017م.

² - كمال رزيق و مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى المنعقد الوطني 22/21، الذي نظّمته كلية العلوم الإقتصادية، جامعة سعد دحلب، البليلة، ماي 2002، ص5، (منتدى التمويل الإسلامي (islamfin.goforuminet).

³ - ينظر: عطية عبد الواحد، بحث بعنوان: التجارة الإلكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها، جامعة بيروت العربية، (د.ط)، (د.س) ص8/7.

⁴ - المرجع نفسه، ص8/7.

⁵ - بسام نور، التجارة الإلكترونية: كيف، متى، وأين؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية، سلسلة كتب الدورات التعليمية الإلكترونية، ص06.

وأهم وسيلة إلكترونية عدت أداة عالمية فاعلة في تسويق السلع والخدمات هي الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) فقد أصبحت واجهة عرض عالمية و ناقل جديد للتجارة العالمية مما أدى إلى تزايد الشركات العارضة يوماً عن يوم⁽¹⁾.
ومن أجمع تعاريف التجارة الإلكترونية⁽²⁾: هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى، ويشمل ذلك:
أولاً: عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.
ثانياً: سداد الالتزامات المالية ودفعها.
ثالثاً: إبرام العقود وعقد الصفقات.
رابعاً: التفاوض و التفاعل بين المشتري والبائع.
خامساً: علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع.
سادساً: المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
سابعاً: المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
ثامناً: الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.
تاسعاً: تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك:
أ. التعاملات المصرفية .
ب. الفواتير الإلكترونية.
ج. الاستعلام عن السلع .
د. كتالوج الأسعار .
هـ. المراسلات الآلية المرتبة بعمليات البيع والشراء.

¹ - ينظر: عبد الرحمان بن عبد الله، الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، كلية العلوم المالية والمصرفية، دار الوراق، بيروت، ط1، 2004م، ص36.

² - زايد مراد، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الرابع، الذي نظمتها كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، ص07.

المطلب الثاني : تاريخ موجز لتطور التّجّارة الإلكترونيّة⁽¹⁾ :

من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية :

مصطلح التّجّارة عُرِف منذ أن أدركت العائلات صعوبة قيامها بكل شيء، فقرّرت تخصيص أنشطتها اليومية، فتكون لكل عائلة نشاط معين تحقّق به اكتفاءها وتتجر بفائضه، بحيث عرفت على شكل مقايضة⁽²⁾، ومع تزايد العائلات تطورت الحاجيات حتى شهدت انتعاشاً عند الرومان القدماء؛ أمّا عند المسلمين في ضرب آخر فقد كان سبب توسع التجارة هو الصدق والأمانة والأمان حتى لغير المسلمين، وبدأت الأنشطة التجارية بريّة ثمّ صارت بحريّة حتى بلغت أوجّها في حين كانت لأوربا تجارة مظلمة، إلى أن ظهر ما يسمى بالنهضة الأوروبية⁽³⁾، فكان فيها التغير الجذري لطرق التجارة خاصة لما أصبحت التكنولوجيا⁽⁴⁾، من أساسيات العصر الحديث، وتحوّل مركز الثقل من المصنع إلى جهاز الكمبيوتر، بحيث حاجة التاجر إلى الرّبّح السّريع جعلته دائماً يتبع أيسر السبل وصولاً للمستهلك فلم يجد أحسن من الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة تسمح بتبادل المعلومات الإلكترونيّة، وكان ظهورها في السبعينيات على شكل تطبيق التحويلات الإلكترونيّة للأموال⁽⁵⁾، (EFT)⁽⁶⁾، بحيث لم يتجاوز المؤسسات التجارية

¹ - ينظر: أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، 2005-2006م، ص 14/13.

² - المقايضة: اسم مصدر قايض، بيع المقايضة: بيع المبادلة، بالمقابلة أي تبادل مادة بمادة أخرى معادلة لثمنها، وتعني بالإنجليزية: cross-broder swap.

³ - عصر النهضة : هي عبارة عن ذلك التطور القديم في كل مكان من الفنون و الآداب والعلوم وطرق التعبير والدراسات، وما يصاحبها من تغيير في أسس الحياة الاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية ويطلق على فترة الانتقال من العصور الوسطى إلى العصور الحديثة، والنهضة الأوروبية: هي التي كانت في القارة الأوروبية حيث بدأت من ايطاليا ثم انتشرت في بقية أوربا، <https://ar.wikipedia.org>، اطّلع عليه في: مارس 2017.

⁴ - التكنولوجيا: كلمة يونانية الأصل تتكون من مقطعين تكون: حرفة، لوجيا: علم ودراسة، وتعني علم الأداء و التطبيق، mawdoo3.com، اطّلع عليه في: مارس 2017.

⁵ - التحويلات الإلكترونيّة للأموال: هي عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركة التحويلات المالية إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، وتتم عبر أجهزة الهاتف والكمبيوتر والمودم عوض الأوراق، moh42ed.blogspot.com، اطّلع عليه في: مارس 2017.

⁶ - E :Electronique ,F :Fund, T :Transferts

العملاقة وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات (EDT)⁽¹⁾، الذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية وزيادة الشركات وظهرت بتطبيقات أخرى أيضاً لبيع وشراء الأسهم، تذاكر السفر على الإنترنت... إلخ، وكانت تُدعى حينذاك الأنظمة السلكية و اللاسلكية.

ومن عام 1995م إلى 1999م شوهدت الكثير من التطبيقات المبدعة، حتى صار لكل شركة موقع خاص على الإنترنت .

مثال : سنة 1999م، أنشئت شركة الجينرال موتورز General Motors مركب من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها <http://www.gm.com>، وتحتوي 98000 وصلة.

المطلب الثالث : أنواع التجارة الإلكترونية⁽²⁾.

تتحدّد أشكال التجارة الإلكترونية باعتبار مفهومها المتعدّد الأبعاد حيث يمكن تطبيقه واستخدامه على أكثر من مستوى، والتي سيتم توضيحها كالآتي:

الفرع الأول: مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال Business To Business:

و هو الذي يتم بين مؤسسات الأعمال بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات⁽³⁾ وتكنولوجيا المعلومات⁽⁴⁾ وذلك طلبات الشراء الموردين والعارضين وتسليم الفواتير وإتمام عمليات الدفع، وهذا النمط من التجارة الإلكترونية موجود منذ سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات إلكترونياً من خلال الشبكات الخاصة؛ ويرمز لهذا النمط بـ

¹ التبادل الإلكتروني للبيانات EDT :data in te recharge électronique هي تبادل لحركات الأعمال من حاسب إلى حاسب آخر بين الشركاء التجاريين باستخدام رسائل ذات أشكال ديناميكية سريعة التفاعل و آنية لاتخاذ القرار دون تدخل بشري www.albahethon.com ، اطلع عليه في: مارس 2017.

² ينظر: أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص 27/26.

³ مجموعة من الأجهزة متصلة مع بعضها البعض بواسطة أسلاك التوصيل حتى تتبادل البيانات فيما بينها، <http://mowdaa3.com>، اطلع عليه في: مارس 2017.

⁴ عبارة عن مصطلح مستحدث على لغتنا العربية ويقصد به استخدام التقنية الحديثة من علوم الحاسب والتحليل الفني في ترتيب الكم الضخم من البيانات المرتبطة بكافة نواحي الحياة، <http://mowdaa3.com>، اطلع عليه في: مارس 2017.

(BTOB) كما يتم خلاله عمليات التحويل الإلكتروني⁽¹⁾ للمعلومات وإجراء الصفقات الإلكترونية⁽²⁾ وبهذا تتيح التجارة الإلكترونية فرصة فتح أسواق جديدة ويسمى هذا النوع أيضاً بـ : التعامل بين تاجر وتاجر آخر⁽²⁾.

الفرع الثاني: مؤسسة أعمال – مستهلك Business To Consumer :

وهذا النوع يمثل البيع بالتجزئة حيث تعرض السلع و الخدمات من خلال المراكز التجارية للتسوق Shopping malls⁽³⁾ ، وهي عبارة عن تبادل تجاري عادي يركز أساساً على شبكة الإنترنت، ويتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان⁽⁴⁾، أو نقداً عند التسليم وهذا الأخير الاستلام يكون حسب طبيعة السلعة وصيغة الاتفاق

الفرع الثالث: مؤسسة أعمال – إدارة حكومية Busines To Administrat

هذا النمط يسمح بتبادل الردود بين الشركات إلكترونياً بحيث يغطي كل المعاملات بين الشركات والهيئات الحكومية، إلا أنه لا يزال يانعاً لكن قد يتطور ويتوسع بسرعة كبيرة إذا ما تبنت الحكومات أسلوب التجارة الإلكترونية ، ويرمز له ب (BTOB) وتتم هذه المعاملات من خلال ما يعرف بـ : الحكومة الإلكترونية⁽⁵⁾.

¹ - هو وسيلة لتحويل الأموال إلكترونياً حيث يسمح بتسلم الأموال مباشرة في الحساب المصرفي، وتعتبر طريقة سريعة وبسيطة وآمنة لاستلام الدفعات. <http://support.google.com>، أطلع عليه في: مارس 2017.

² - علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الخامس، جامعة المدينة يحي فارس، الموسوم بعنوان: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، ص05.

³ - مجمع مغطى جزئياً أو كلياً، وهو نوع من الأسواق الحديثة، تصمم لاستهواء المتسوق للشراء، فتكون مكيّفة ومشمّلة على مراكز الترفيه والتسوق، ومتاجر ومطاعم، ووسائل نقل عام <http://ar.wikipedia.org>، أطلع عليه في: ماي 2017.

⁴ - بطاقة بلاستيكية صغيرة تستعمل في عمليات الدفع و الشراء <http://mawdoo3.com>، أطلع عليه في: ماي 2017.

⁵ - الحكومة الإلكترونية: هو نظام حديث تتبناه الحكومات باستخدام الشبكة العنكبوتية العالمية والإنترنت في ربط مؤسساتها بعضها ببعض، وربط مختلف خدماتها بالمؤسسات الخاصة والجمهور عموماً، ووضع المعلومة في متناول الأفراد وذلك لخلق علاقة شفافة تتصف بالسرعة والدقة تهدف للارتقاء بجودة الأداء، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، أطلع عليه في: ماي 2017.

الفرع الرابع: مستهلك - إدارة حكومية Consumer To Administration :

وهذا النوع يرتبط بالذي قبله حيث يتطور بتطور الحكومة الإلكترونية وظهور ما يسمى بمجتمع المعلوماتية (1) وهو الأقل انتشاراً لحدائته ويتضمن العديد من الأنشطة: دفع الضرائب، فواتير الكهرباء... إلخ (2) .

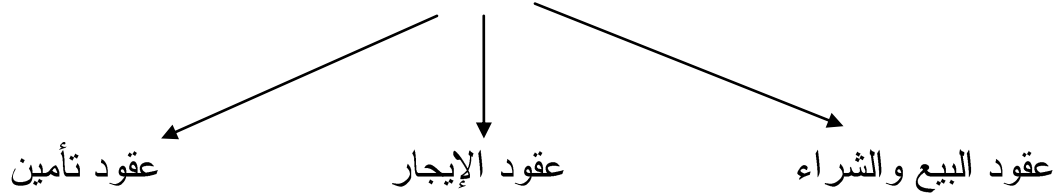
الفرع الخامس: التّجّارة الإلكترونيّة عبر جهاز الهاتف النقال Mobile commerce (3):

حيث يتم هذا النوع بواسطة أجهزة هاتف رقمية مصممة خصيصاً للاتصال بشبكة الإنترنت من خلال مزود الخدمة، كما يُعدُّ هذا النوع من التّجّارة التي تتميز بسهولة الاطلاع على السلع المعروضة و إجراء عملية الشراء من أحدث الأنواع .

الفرع السادس: التعامل بين مستخدم و مستخدم آخر Peer To Peer (4):

يتم خلال هذا النوع صفقات تجارية حسب الشروط المتفق عليها بين مستخدمي الانترنت دون وجود وسطاء، وكذلك تبادل المعلومات وفق برامج خاصة لهذه الغاية بصور كتابية وسمعية ومرئية .

ملاحظة : هناك فرق بين أنواع التّجّارة الإلكترونيّة فهي إمّا:



¹ - ينظر: المعلوماتية : بالانجليزية Informatics مصطلح مستحدث مشتق من كلمة معلومات، وتعني الاستخدام السليم لتكنولوجيا المعلومات الحديثة و الاستفادة منها واقعياً، <http://mawdoo3.com> ، اطّلع عليه في: ماي 2017.

² - ينظر: منى سالم حسين المرعي المعاضيدي ، استخدام التجارة الإلكترونية في مساندة تطبيق فلسفة (JIT) ودورها في تخفيض التكلفة، مجلة صادرة عن كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد التاسع عشر، 2009م، ص11 .
ينظر: بلعزوز بن علي، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العالمي الدولي الرابع، الذي نظمه معهد العلوم الاقتصادية، جامعة شلف، الموسوم بعنوان: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، ص04.

³ - ينظر: علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، مرجع سابق، ص06.

⁴ - ينظر: علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد ، مرجع سابق، ص05.

المطلب الرابع : أهمية التجارة الإلكترونية .

تعدُّ التَّجَارَةُ الإلكترونيَّةُ قفزةً نوعيَّةً في مجال الاقتصاد وهي من أهم الاختراعات العصر فهي حققت أرباحاً لا يمكن تحقيقها بالطرق التقليدية، وهنا تظهر أهميتها:

الفرع الأول: انخفاض التكلفة: فبدل أن يكون التسويق بالوسائل التقليدية، كالتلفاز والجرائد، مع العلم بتكلفته الباهضة، صار بتكلفة ضئيلة جداً عبر الانترنت .

الفرع الثاني: تجاوز حدود الدولة : مع التَّجَارَةُ الإلكترونيَّة لم يعد ما يسمَّى بالحدود و العوائق الجغرافية، وصار بدل العملاء المحليين عملاء دوليين، بحيث يطلع الجميع على منتجات الشركة مهما كان موقعه، لاسيما الجانب المتعلق بالخدمات التَّجارية كالسلع الرقمية⁽¹⁾، برمجيات، وسائل ترفيهية...إلخ⁽²⁾.

الفرع الثالث: التحرر من القيود : وهذا يظهر جلياً حين تود الشركة فتح فرع جديد أو توكيل الغير في الدول الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، إلا أنَّ التَّجَارَةَ الإلكترونيَّة اختصرت كل ذلك العناء من ترخيص وخضوع لقوانين عديدة فكل تلك الإجراءات لم تعد ضرورية وحتى الاقتصاد الوطني الجزائري عامة إذا استخدمها بالشكل المرغوب فإنه⁽³⁾:

الفرع الرابع: زيادة المنافسة يزيد المنافسة بين المؤسسات العملاقة والمؤسسات الصغيرة لأنَّ الانترنت حققت المساواة بينها من حيث ترويج المنتجات عبر العالم.

الفرع الخامس: يخفض نسبة استعمال الأوراق : وهذا يدق باب الجزائر خاصة فهي من أكبر الدول المستهلكة للأوراق في كل المجالات، وبالتالي التجارة الإلكترونية توفر عليها التكاليف من جهة، وتساعد في تقليل نسبة الفضلات من جهة أخرى.

¹ هو كل منتج يتم تناقله أو بيعه إلكترونياً أي أنه غير ملموس أو محسوس باليد كالملفات الصوتية و الكتب الرقمية، www.tech-wd.com، اطلع عليه في: ماي 2017.

² ينظر: منى سالم حسين المرعي المعاضدي، استخدام التجارة الإلكترونية في مساندة تطبيق فلسفة (Jit) ودورها في تخفيض التكلفة، مرجع سابق، ص 9/8.

³ ينظر: يمينة شعلال، التجارة الإلكترونية و العولمة، مذكرة ليسانس، جامعة يحي فارس-المدية، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010/2009م، ص 89.

الفرع السادس: يطوّر من منتجاته المحليّة وينوّعها إضافة إلى الاستفادة من الخدمات التكنولوجية بشكل عام، مما يؤدي إلى زيادة الطلب ومن ثمّ زيادة الصادرات .

الفرع السابع: استمرار وجود المعلومات طوال الـ 24 ساعة وعلى مدار السنة متاحة أمام أي شخص يستخدم الانترنت مع إدخال التعديلات سريعة وسهلة⁽¹⁾ .

المبحث الثاني : مفهوم التسويق الشبكي .

بنفس تقسيم المبحث الأول أي أربعة مطالب اشتركت لتوضح مصطلح التسويق الشبكي فكان المطلب الأول تعريفه في اللغة والاصطلاح، ومن ثمّ المطلب الثاني الذي بيّن تاريخ موجز لتطور التسويق الشبكي، مروراً بأهم أنواعه، وصولاً إلى أهميته، وبيانها كالتالي:

المطلب الأول : تعريف التسويق الشبكي .

استعرضت في الفرع الأول تعريف التسويق الشبكي باعتباره مركباً وصفيّاً، وفي الفرع الثاني باعتباره علماً على مصطلح مخصوص.

الفرع الأول: تعريف التسويق الشبكي باعتباره مركباً وصفيّاً .
أولاً: التسويق.

1_ لغة: من سوّق، ساق يسوق سوقاً و سياقاً، وهو سائق وسوّاق، والسوّق موضع البياعات وتسوّق القوم إذا باعوا واشتروا، والسوّيقة تصغير السوّق، سميت بها لأنّ التّجارة تجلب إليها وتساق المبيعات نحوها⁽²⁾.

2_ اصطلاحاً: التسويق Marketing هو عبارة عن عدة إجراءات وخطوات تسهم في تحقيق انسياب المنتجات، والسلع والخدمات المقدمة للمستهلك وذلك من خلال تحقيق أفضل إنتاج للسلعة⁽³⁾.

¹ - ينظر: منى سالم حسين المرعي المعاضيدي، استخدام التجارة الإلكترونية في مساندة تطبيق فلسفة (git) ودورها في تخفيض التكلفة، مرجع سابق، ص 9/8.

² - ينظر: ابن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ، مج10، ص 166، 168، 166

³ - ينظر: الموقع <http://entejsites.com>، اطلع عليه في: ماي 2017م.

ثانياً: الشبكي.

1_ لغة: (ش.ب.ك) نسبة إلى شبكة الصياد، وأصل التشبيك في لغة العرب الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع اشتبك الظلام أي اختلط⁽¹⁾ .

2_ اصطلاحاً: سمي هذا النوع من التعامل بهذا الاسم لأن التعامل به يوجد شبكة من العلاقات بين الأفراد⁽²⁾ .

الفرع الثاني : تعريف التسويق الشبكي باعتباره علماً على مصطلح مخصوص :
قبل الخوض في تفاصيل التعريف الاصطلاحي للتسويق الشبكي، نضرب له مثلاً يوضح فكرته الجوهرية ومثاله:

أن يقوم مراد بإقناع ثلاثة من زملائه بشراء المنتج والتسويق له، فيحصل هو على ثلاثة حوافز أي حافز عن كل شخص ، وبالتالي سيكون نصيب مراد تسعة حوافز، وسينال زيد المتربع على رأس الشركة المبلغ ذاته، وهكذا دواليك تتضخم الشبكة على هيئة شجرة متفرعة الأغصان⁽³⁾.

ومادام التسويق الشبكي قد اتضحت معالمه الرئيسية، وتجلت حقيقته الجوهرية، فإن التسويق الشبكي اصطلاحاً: هو نوع من تسويق المنتجات أو الخدمات، مبني على التسويق التواصلي، حيث يقوم المستهلك بدعوة مستخدمين آخرين لشراء المنتج، في مقابل عمولة ويحصل أيضاً المستخدم على نسبة في حالة قيام العملاء ببيع المنتج الآخر⁽⁴⁾

¹ - ينظر: محمد بن أبي بكر الرازي بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة بيروت، بيروت، (د.ط)، 1976م، ص138.

² - ينظر: أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات، العدد الأول المجلد الثامن، 2005/07/20، ص03.

³ - ينظر: زاهر سلام بلفقيه، بحث بعنوان: التسويق الشبكي تحت المجهر، (د.س)، ص05.

⁴ - ينظر: الموقع <http://ar.wikipedia.org>، اطّلع عليه في: ماي 2017.

المطلب الثاني : تاريخ موجز عن تطور التسويق الشبكي.

عالم التجارة اليوم عالم تسويق متغير لتغير الحاجات و الرغبات، فأصبح التسويق من أولويات نشاط الشركة أو أي منظمة أعمال⁽¹⁾ ، ولما كان بهذه الأهمية تطورت فكرة التسويق إلى التسويق الشبكي عند أحد التجار الأمريكيين الذين عاشوا في الصين سنة 1917م⁽²⁾، من طرف شركة تدعى vitamins California حيث اكتشفت هذه الأخيرة أنه من الأفضل أن يكون للشركة عدد أكبر من المروجين يروجون لأعداد صغيرة من الناس فقررت تشجيع مروجيها بالترويج عن منتجاتها بشكل أكبر وأعطت لهم الحق في دعوة مروجين جدد وفي المقابل قامت الشركة بمكافأتهم بعملات على حسب المبيعات التي قام بها فريقهم فكانت بذلك بداية ولادة تجارة جديدة تدعى التسويق الشبكي، وفي عام 1959م، قام اثنان من المسوقين المستقلين لشركة كاليفورنيا فيتامين الشبكي بإنشاء شركة خاصة بهما vitamins California تعتمد على التسويق الشبكي في تسويقها لمنتجاتها وتمت تسميتها بـ An Way وكانت هذه البداية الفعلية لهذه التجارة، وفي عام 1974م صدر قانون في محاكم أمريكا بمنع الشركات الهرمية قانونياً لعدم فهم السلطات حينها الفرق بين الشركات الهرمية و شركات التسويق الشبكي حيث وجهت دعوات قضائية ضد شركة An Way وغيرها من الشركات، وفي عام 1979م صدرحکم من trade commission Federal بقانونية شركة An Way بعد أربع سنوات في المحاكم للدفاع عن قانونيتها للشركة، ولأنّ أرباح شركة An Way تعتمد على مبيعاتها للمنتجات وليس على سعر اشتراك الأشخاص فيها⁽³⁾.

المطلب الثالث: أنواع التسويق الشبكي .

التسويق الشبكي له عدة أشكال وأنواع تحتوي على أنظمة متعددة، ويتم ابتكار الكثير منها في كل فترة، منها ما هو متداول عالمياً، ومن بين هذه الأنواع مايلي :

¹- ينظر:الموقع www.abahe.cs.uk ، اطّلع عليه في: ماي 2017.

²- ينظر:الموقع masfathy.blsghspot.com اطّلع عليه في: ماي 2017.

³- ينظر:الموقع <http://www.mlmwatch.org>، اطّلع عليه في: ماي 2017.

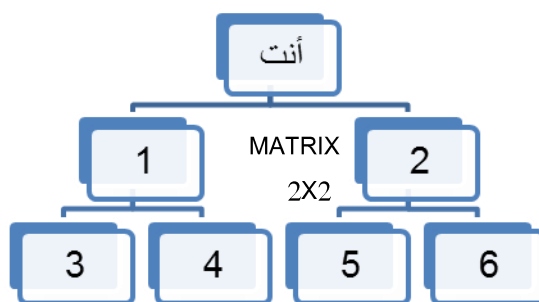
الفرع الأول: النوع الأول: النظام الثنائي

هذا النوع يعتمد على النظام الثنائي، وعلى التوازنات في الشبكات، وهو أكثر انتشاراً في شركات التسويق الشبكي، فتتفصل الشبكات التسويقية إلى نصفين، والمطلوب الحفاظ على التوازن بين الجهتين لربح المزيد من العملات، فمثلاً: إذا كان المطلوب منك أن تسوق إلى ستة أشخاص فيجب أن يكون هناك ثلاثة من ناحية اليسار و الباقي في اليمين. فهذه الطريقة تعتبر غاية في الأهمية، لأنّ عدم التوازن بين طرفي اليمين و اليسار لا يشكل أي نتيجة.

الفرع الثاني: النوع الثاني: الماتركس Matrix system

يعتبر من أقوى الأنظمة والأنواع الخاصة بالتسويق الشبكي، ويستخدم هذا النوع تحديداً في الكثير من الشركات العالمية، لقوته وسرعته، وبنفس الآلية يتم عمل باقي أنواع (الماتركس)، وهي متعددة ويطول شرحها إلا أنني أردت إعطاء نبذة عنه، أو تسليط الضوء على كيفية عمل تلك الأنظمة ليس أكثر .

الشكل الأول(1):



¹ - ينظر: بيبيرس، أسرار وخفايا التسويق الشبكي، (د.ط)، (د.س)، كتاب الالكتروني موقعه: Multimillionairepro@Gmail.com، ص72/68.

2 مستوى أفقي في 2 مستوى رأس

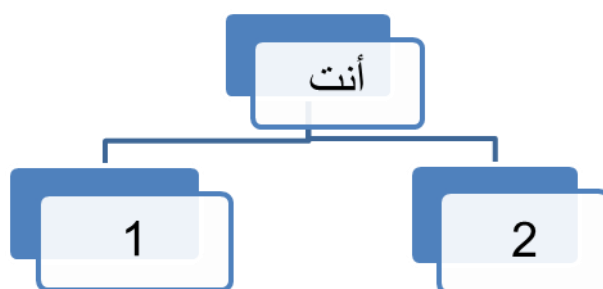
الشكل الثاني: 02



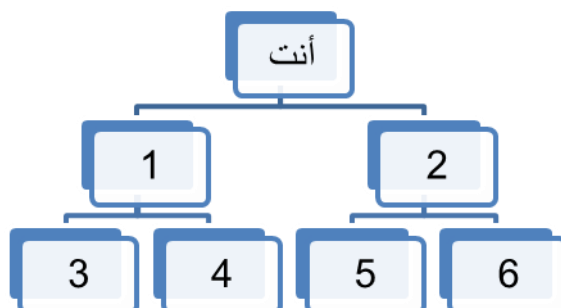
يعتمد الماتريكس على تسويق منتجات الشركة لعدد 6 أشخاص، والمقصود ب2X2 هو 2 مستوى 2X مستوى رأسي، فيصبح حينئذٍ المجموع الخاص بالماتريكس هو 6 وقس هذا على باقي أنواعه، ولايشترط فيه أي توازنات.

جدول لبعض أنواع الماتريكس⁽¹⁾

الشكل الأول: ماتريكس 2X1.

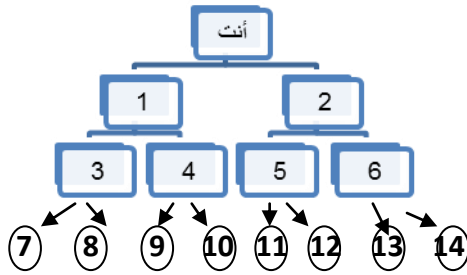


الشكل الثاني: ماتريكس 2X2.



¹ - ينظر، بيبرس، أسرار وخفايا التسويق الشبكي، مرجع سابق، ص72/68

الشكل الثالث: ماركس 2X3.



الفرع الثالث: النوع الثالث: التسويق الشبكي من غير منتج أو خدمة: "pomzi"

ويقوم هذا التسويق على استخدام أموال مجموعة من المنظمين الجدد للشبكة، ووضعها تحت تصرف القدامى في أعلى الهرم بحيث يقوم هذا المسوق الأقدم بتجميع اشتراكات مالية وذلك لاستثمار هذا، والمقامرة بها مع وعود بأرباح طائلة للمنظمين الجدد، وهذا النوع لا يتم فيه بيع أي منتج أو خدمة ويسمى باسم بونزي، وقد تحول تلك الوعود إلى سراب على أرض الواقع، وهذا ما حصل في روما عام 1993م، وأبانيا 1997م، حيث نشرت الصحف الرومانية والألبانية أن مئات الآلاف من كلتا الدولتين فقدوا الملايين من أموالهم في مثل هذه الشركات .

الفرع الرابع: النوع الرابع: التسويق الشبكي عبر الوسائل المتسلسلة

ومن صور هذا التسويق ما يتم عبر شبكة الانترنت، حيث تصل إليك رسالة تطلب منك إرسال ست رسائل تحتوي كل منها على دولار واحد إلى ستة أشخاص قد يدر أموالاً طائلة إذا أرسل كل واحد من الستة الرسالة نفسها لستة آخرين وهكذا إلى حد ستة مستويات فتكون الحصيلة 46656 دولار وهذا هو وجه الإغراء لأن في واقع الأمر هذه الحسبة نظرية أو متوهمة، لأن أكثر المشتركين لا يحصلون على شيء، وحاصل ما في الأمر أن العناوين كلها قد تعود لشخص واحد أو شخصين مشتركين في صناديق بريد مختلفة وقد منعت القوانين في الدول الغربية هذا الأسلوب واعتبرته نوعاً من الغش والخداع.⁽¹⁾

¹ - ينظر: أبو فارة يوسف، القواعد المادية في التسويق على الانترنت استراتيجية التجارة الإلكترونية، (د.د) (د.ط)، (د.س)، ص 230/227.

ولا خلاف بين علماء الشريعة في حرمة هذا النوع من التسويق الشبكي، فهو أكل أموال الناس بالباطل إضافة لما فيه من غرر وجهالة فاحشة خاصة وأن هناك المقابل بمجهول⁽¹⁾

الفرع الخامس : النوع الخامس : التسويق الشبكي لمنتجات أو خدمات :
وهذا المقصود بالبحث هنا، وهو ما يجري الخلاف و اللّغظ حوله في وقتنا الراهن، وذلك لكثرة المنتسبين لمثل هذه الشركات، من شباب المسلمين ويضاف له أنّ عدداً من المؤسسات في طريقها للتأسيس وفق أنظمة، وتعاملات التسويق الشبكي تنبئ بحالة متشابهة للواقع الغربي من حيث كثرة التعامل مثل هذه الشركات⁽²⁾.

المطلب الرابع : أهمية التسويق الشبكي.
التسويق علم وفن : يعتبر علماً لأنه يعتمد على المواهب الفطرية والملكات الذاتية؛ حيث تتلخص أهمية التسويق الشبكي في النقاط التالية :

أولاً: وظيفة حضارية وعالمية تتماشى مع هذا العصر .

ثانياً: وظيفة إنسانية تحقق الشهرة و المال وبالتالي الربح السريع .

ثالثاً: ديناميكية غير روتينية تعتمد على الحركة و ليست جامدة .

رابعاً: تتطلب الصبر و تحمل الظروف.

خامساً: تتطلب الصدق و الأمانة .

سادساً: تعلم تحمل المسؤولية .

سابعاً: تمنح الثقة بالنفس.

ثامناً: تعلم البديهية وسرعة الإقناع والتأثير .

¹- فتوى سامي سويلم على موقع الإسلام اليوم، مادة الفتوى، الثراء في أسابيع بستة دولارات، 1417هـ.

²- ينظر: أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مرجع سابق، ص05.

تاسعاً: احترام الموعد والوقت .

عاشراً: التقليل من التكاليف التسويقية خاصة في مجال الترويج والتعريف بالمنظمة وجهود استقطاب العملاء الجدد.

حادي عشر: تحقيق الكلمة الطيبة التي تجعل من العميل أحد أعضاء شبكة التسويق وبدوره يقدم الدعاية المجانية للشركة ومنتجاتها، وطريقة رائعة لكسب العلاقات .

ثاني عشر: العلاقات طويلة الأجل مع العملاء هي ميزة تنافسية دفاعية للشركة إلا أنها تساعدها على تجاوز تحديات المنافسة لحد ما وتجنب الحروب السعرية .

ثالث عشر: العلاقات الاجتماعية مع المسوق أو مقدم الخدمة والعاملين لديه التي تساعد على الحصول على المعاملة الخاصة في أغلب الأحيان (1) .

رابع عشر : التسويق الشبكي فرصة للجميع بدون تقييد .

خامس عشر : توفر الحرية في أوقات العمل (2) .

¹ - إلهام فخري و أحمد حسين، التسويق بالعلاقات (الملتقى العربي الثالث)، التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة، دولة قطر، 8/6 أكتوبر تشرين أول 2003 ، ص405/406، بتصرف.

² - ينظر: الموقع <http://inasfathy.blogspot.com> ، اطلع عليه في: مارس 2017.

المبحث الثالث: آلية التسويق الشبكي و آلية التجارة الإلكترونية.

في هذا المبحث يتمّ توضيح بسيط لآلية كل من التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي في المطلب الأول والثاني، ولربط المفهوم بالواقع اخترت - بتوفيق الله - نماذج توضيحية لشركات تمّ رسمها، في المطلب الثالث و الرابع، وهي تفصيلاً:

المطلب الأول: آلية التجارة الإلكترونية.

قبل التطرق إلى آلية التجارة الإلكترونية من الضروري معرفة متطلباتها المتمثلة في :

- 1- اقتناء جهاز حاسوب.
- 2- برامج مستعرض الانترنت .
- 3- اشتراك بالانترنت.
- 4- بطاقة شراء للتسوق عبر الانترنت .

وهي تتم عبر مراحل مشابهة للتجارة التقليدية لكن يظهر الفرق جلياً في الوسائل فقط، بحيث تضمنت التجارة الإلكترونية جميع المسائل الجوهرية في العقد التي يجب الانفاق عليها، ومنه فإن آلية التجارة الإلكترونية هي كالآتي:

الفرع الأول: عرض السلع والخدمات:

حيث يقوم المنتج أو البائع في هذه المرحلة بعرض المنتج أو الخدمة التي يستطيع تقديمها وفقاً للطلب في السوق من خلال الشبكة العنكبوتية، وعلى البائع إعلام المستهلك بجميع المواصفات المادية أو الخدمة المعروضة حتى يتمّ تحقيق المقصود بالمبادلة التجارية وهو يتحمل مسؤولية مطابقة المواصفات للمبيع تماماً، و للمشتري حق ردّها عند عدم توفر تلك المواصفات للمبيع تماماً والقانون يتحمل ذلك.

وقد أتاحت التقنيات الرقمية الأخيرة في مجال الإعلام الآلي إمكانية معاينة السلع عبر الكاميرات الرقمية من جميع أبعادها وفي أماكنها الفعلية بخلاف الافتراضية، كما هو

الشأن في عرض الصور الثابتة، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على نسخة مجانية تجريبية بتحديد مدة معينة⁽¹⁾.

الفرع الثاني: تحقيق الإيجاب و القبول :

وهي النقاء العرض بالطلب أي حصول البيع وانعقاده بين المشتري والبائع بحصول التراضي بينهما في الحدود المشروعة⁽²⁾ وبواسطة وسيلة إلكترونية متفق عليها بين المتعاقدين وينتهي هذا بتعبئة النموذج الخاص لنقل ملكية سلعة محددة⁽³⁾.

الفرع الثالث: مرحلة تسليم البضائع :

بعد توقيع العقد إلكترونياً من خلال وسائل تكفل له السرية و الأمان والمصادقية، من ثم يهيب البائع السلعة للتسليم بالشكل المتفق عليه والبضائع المعروضة أنواع ثلاث : إما تجارة إلكترونية يمكن استلامها فوراً على الشبكة أو خدمات ،مثل: حجز الفنادق وبضائع يتم تسليمها من خلال شحنها⁽⁴⁾، وتجول المشتري و تسوقه في المواقع التجارية مع الاستفسار عن سلعة معينة والاطلاع على الكاتالوج المنتج إلكترونياً، ومن ثم الدخول في عملية التفاوض حول الوسيلة التي سيتم من خلالها دفع السعر، وكيفية استلام السلعة⁽⁵⁾.

الفرع الرابع: تسديد ثمن البضائع:

بعد إتمام الصفقة، يتم البدء في تنفيذ الالتزام المقابل لتسليم البضائع وهو تسديد ثمنها حيث يتم تنفيذ الأمر بالدفع من قبل المشتري أو بنكه، وذلك باستخدام؛ الدفع النقدي عند

¹ - أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص57.

² - ينظر: عبد الحفيظ القريني، البيوع في الإسلام، دار الصحوة، القاهرة، ط1، ، 1987م، ص37.

³ - ينظر: سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة عزة الإسلامية، قسم الفقه المقارن، 2005م، ص54.

⁴ - ينظر: الموقع www.alaolacenter.com ، اطلع عليه في: ماي 2017م.

⁵ - ينظر: سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص54.

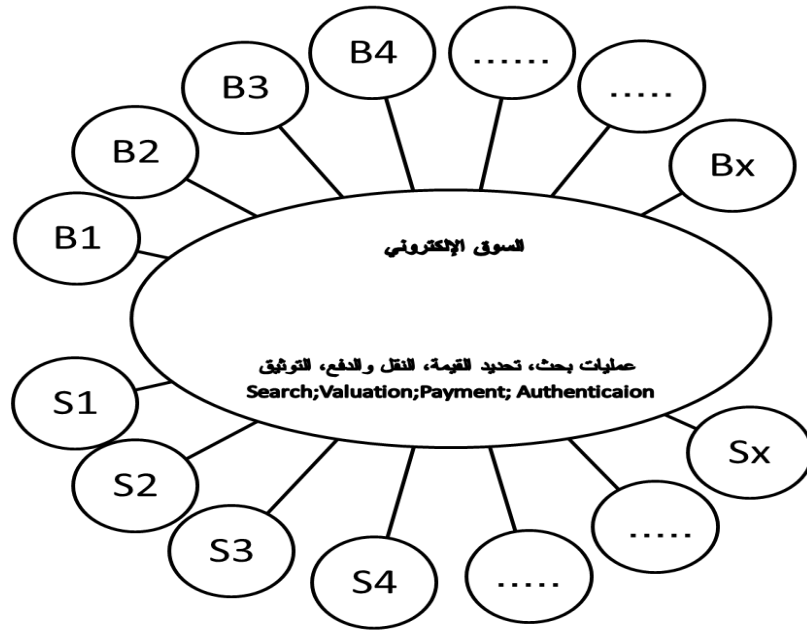
استلام البضائع، أو البطاقات الذكية، أو الدفع باستخدام النقود الإلكترونية¹ (E.Money) ويمكن تلخيصها في ما يلي:

- الدفع النقدي عند استلام البضائع (Cach Money).
 - الدفع باستخدام بطاقات الائتمان (Crédit Card).
 - الدفع عن طريق النقود الإلكترونية (E- Money).
- وهنا يتضح الدور الجلي للبنوك الإلكترونية مما يستدعي تطوير البنوك العادية لنفسها.⁽²⁾

نموذج تمثيل للتجارة الإلكترونية⁽³⁾

B:bought/المشتري

S:Seller/البائع



¹ ملحق في نهاية المذكرة بعنوان: وسائل الدفع الإلكترونية.

² ينظر: www.aladalacenter.com اطلع عليه في: ماي 2017.

³ ينظر: الموقع: www.Kav.edu.sa، اطلع عليه في: ماي 2017.

المطلب الثاني: آلية التسويق الشبكي

التسويق الشبكي وظيفته وظيفة التسويق العادي، لأنه نوع من أنواع البيع المباشر الذي وسيلته إلكترونية (كالبريد الإلكتروني، وغيرها من شبكات الاتصال عبر الأنترنت) التي تقوم بالربط المباشر بين الشركة المنتجة والعميل، ويبقى لشبكة الأنترنت نصيب الأسد⁽¹⁾ في هذه التعاملات الحديثة مع ما ذكرناه من كونها من أنواع البيع المباشر إلا أن آليته تختلف، فما التسويق الشبكي إلا تسويق لسلعة أو خدمة، ومن ثم يصبح الزبون مسوقاً لذلك المنتج أو الخدمة، ويحصل الزبون المسوق جزاء البيع أو الاشتراك مع توظيفه لمن يسوق بجانبه على عمولات وحوافز،⁽²⁾ وبمعنى آخر يشترى الشخص منتجات شركة معينة، وحين الشراء يقترح عليه الاشتراك أي يكون زبونا ومسوقا في آن واحد، فبدلاً أن تسوق الشركة لمنتجاتها بالطريقة التقليدية؛ كالإشهار بشتى الوسائل، فالمستهلك يتولى هذه المهمة، وما كان يقدم من تكلفة مقابل الإشهار صار يأخذه المسوق بطريقة *Bouche à oreille*³، وتبقى السلسلة متواصلة بطرق وأنظمة دقيقة متعارف عليها عالمياً، تم توضيحها فتكون من هذه الآلية شبكة عملاء، مع نمو مستمر إلا أنه من الضروري أن تكون ما يسمى بـ: محدودية الأجيال وهي أن تدفع الشركة الأرباح حتى جيل معين ثالث أو رابع، لأنها إن كانت الشركة ستدفع إلى مالا نهاية لا يبقى من قيمة المنتج لتغطية التكاليف، ويكون هذا حسب دراسة الجدوى (خطة تعويضية) المختارة من قبل الشركة⁽⁴⁾، ويعتبر الأخير من بين الضوابط القانونية⁽⁵⁾ للتسويق الشبكي، التي بمخالفتها تعرض رؤساء بعض الشركات للسجن .

¹ - ينظر: زاهر سالم بن فقيه ، بحث بعنوان : التسويق الشبكي عبر المجر، ص04.

² - ينظر: رياض فوج بن مبروك بن عبدات، التسويق الشبكي دراسة شرعية، مجلة جامعة الناصر، جامعة حضر موت للعلوم والتكنولوجيا، العدد الثالث، يناير 2014، ص 254

³ La bouche à l'oreille est un phénomène recommandation orale d'un produit service ou l'une entreprise au sein de population dont lorsque est généralement spontanée

⁴ - نور أحمد عزوني، 10 عناصر لمعرفة قانونية شركات التسويق الشبكي، ينظر الموقع:-<http://ISLAM>

MOHAMADMIM.BLOGSPOT.COM، اطلع عليه في: أبريل 2017.

⁵ - ملحق في نهاية المذكرة: ملحق الملفات القانونية: بعنوان "مدى قانونية شركات التسويق الشبكي".

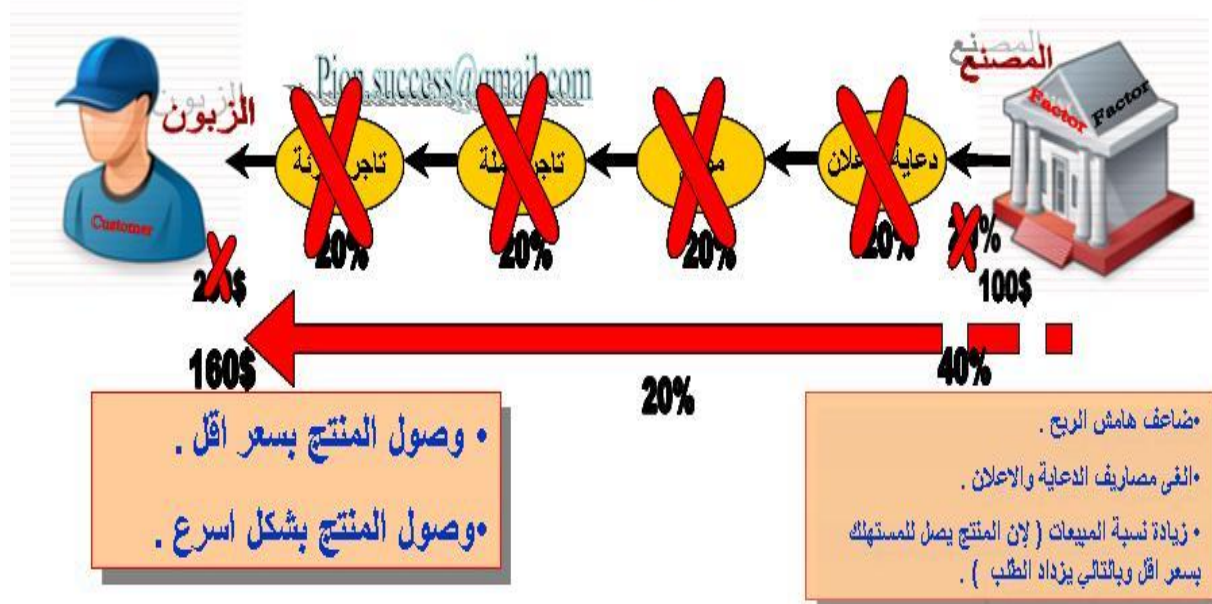
الفصل الأول: مفهوم التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي وآلياتهما

مثال : الجدول الآتي يوضح الفوائد المالية للمشارك في النظام التسويقي الشبكي⁽¹⁾:

الشهر	الأعضاء	مجموع الأعضاء	العمولة
1	2	2	0
2	4	6	0
3	8	14	55
4	16	30	110
5	32	62	65
6	64	126	440

كما أنه من الواجب معرفة الفرق بين العمولة عن كل شخص وعمولة المستوى .

التسويق الشبكي Network Marketing



المطلب الثالث: نماذج عن شركة التجارة الإلكترونية .

كثيرة هي الشركات التي سارت على طريق التجارة الإلكترونية لما لها من أهمية، فمن بينها شركة: Amazon⁽¹⁾، ebay⁽²⁾، asos⁽³⁾، uber⁽⁴⁾، ووقع اختياري على شركة نون وشركة Alibaba.

الفرع الأول: شركة نون⁽⁵⁾.

• أولاً: تأسست شركة نون على يد مجموعة من المستثمرين الإقليميين، بقيادة رئيس مجلس إدارة شركة (إعمار العقارية)، محمد العبار، وصندوق الاستثمارات العامة السعودي، تعتبر أكبر منصة للتجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط، تحت اسم «نون.كوم».

• ثانياً: تعددت منتجات وخدمات شركة نون، كما يلي :

- 1- تشكيلة فريدة من العلامات التجارية والمنتجات الوافرة.
- 2- التنوع الهائل في المنتجات.
- 3- تقدم خدمات للمهتمين بالأزياء في الشرق الأوسط، وتقوم بتوصيل طلباتهم بطريقة تعدّ الأفضل والأسرع في هذا المجال على الإطلاق، تضم عشرين مليون منتج تغطي مجالات الأزياء، والإلكترونيات، والكتب، ومستلزمات المنازل والحدائق، والرياضات والنزهات، والصحة والجمال، والعناية الشخصية، والألعاب، ومنتجات الأطفال والمواليد الجدد، وغيرها.

¹ Amazon_ منصة بدأت ببيع الكتب ثم تطورت، هي أكبر موقع بأكثر أرباح بدون بضائع. منصة تتيح لكل العالم البيع والشراء على أوسع نطاق، كل الناس يمكنهم دخول عالم التجارة عن طريق هذا الموقع.

² ebay_ موقع للألبسة ولكن فقط الماركة العالمية الأصلية بأسعار معقولة. ³ asos_

موقع للطاكسيات، يمكن الناس من حجز طاكسيات أونلاين. ⁴ uber_

⁵ ينظر: الموقع www.alweean.com.sa ، اطّلع عليه في: ماي 2017م.

4- خدمة التوصيل في اليوم نفسه بواسطة "نون للنقل"، وهي خدمة توصيل سريع تابعة للشركة، وشراء المنتجات عبر بوابة الدفع الإلكترونية NoonPay المبتكرة الآمنة.

الفرع الثاني: مجموعة علي بابا(1).

• أولاً: تم إنشاء المجموعة في 04 أبريل عام 1999 م، مؤسسها (جاك ما)، حيث قام بإنشاء بوابة إلكترونية موجهة للأعمال لربط الصناع والتجار الصينيين بالمشتريين من جميع أنحاء العالم أسماها "علي بابا دوت كوم"، مقرها الرئيسي بمدينة هانغتشو في جمهورية الصين الشعبية .

تم إطلاق تطبيق الدفع الإلكتروني التابع للموقع في عام 2004، وفي عام 2005 تحالف موقع "ياهو" الصيني مع شركة "علي بابا" الصينية، مما زاد من أرباح واستثمارات الشركة، وفي أواخر العام 2007 دخلت شركة علي بابا الصينية في بورصة "هونغ كونغ" للأوراق المالية، وكان هذا التطور قفزة نوعية بالنسبة للشركة. موقعها الرسمي <http://www.alibaba.com>.

ثانياً: تعددت منتجات وخدمات شركة "علي بابا" وهي كما يلي(2):

- 1- للشركة نظام دفع فريد. النظام اسمه "علي باي" Alipay، وهو نظام دفع إلكتروني عبر الإنترنت يعتمد على حساب الضمان. فنقوم بتحرير المبلغ للبائع فقط عندما يكون المشتري سعيداً بما اشتراه من منتجات.
- 2- علي بابا مسؤولة عن 70% من عمليات الدفع الإلكترونية عبر الموبايل في الصين التي جرت في عام 2013 م .

¹ ينظر: الموقع <https://www.al-mashahir.com> ؛ <https://ar.wikipedia.org> .اطّلع عليه في :ماي 2017.

² ينظر: الموقع <https://www.al-mashahir.com> ؛ <https://ar.wikipedia.org> .اطّلع عليه في :ماي 2017.

3- كما أن شركة علي بابا دخلت في مجال الإقراض أيضاً، منذ ثلاث سنوات، تقوم الشركة بتقديم قروض صغيرة (وسطياً 8000 دولار أمريكي) للتجار الذين يستخدمون الموقع. ممّا منحها كمّاً هائلاً من البيانات التي تستطيع استخدامها لتبنى عليها استراتيجيتها، قدّمت الشركة قروضاً بقيمة 6000 مليون دولار أمريكي في عام 2012، وتتوقع الشركة أنها ستصل إلى 2 مليار دولار بنهاية عام 2013م.

-أسهل طريقة للبحث عن المنتجات على موقع علي بابا:

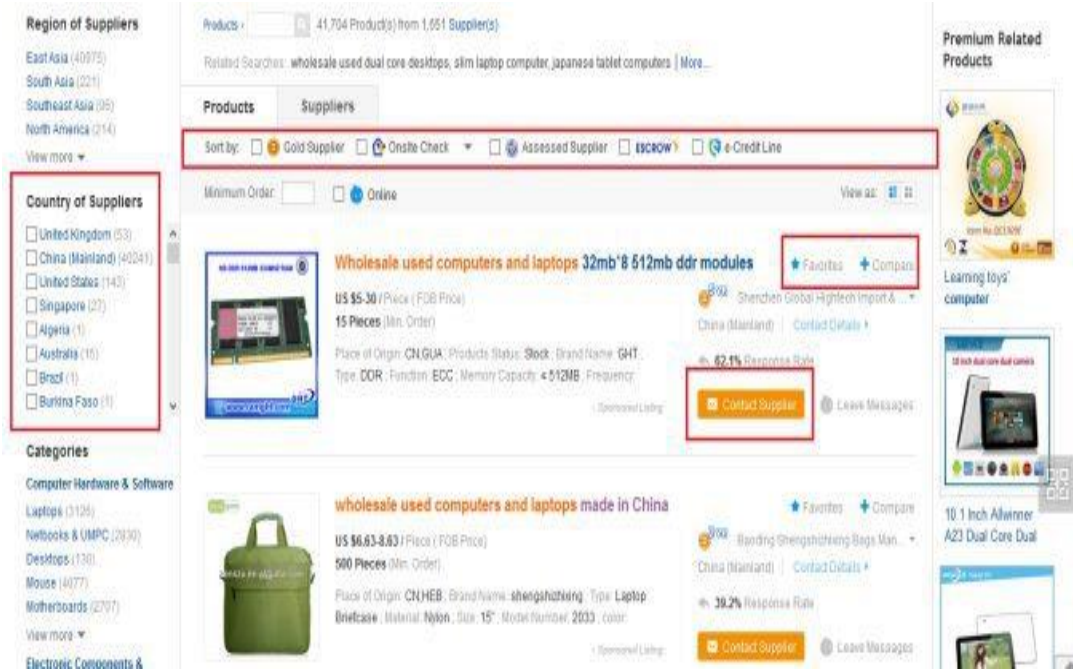
هناك طريقتان للوصول إلي منتج ما، وهما: إمّا بكتابة المنتج في محرّك البحث أو إرسال طلب شراء، كما هو مبين بالصورة الموالية :



Post Buying Request ثمّ في صفحة النتائج، يمكن اختيار المورد الآمن عن طريق "Search": في حالة اختيار محرّك البحث، يمكن كتابة اسم المنتج أو اسم المورد، ثم النقر على الثلاث مربّعات Gold Supplier – OnsiteChecke

Assessed Supplier في المستطيل الأول باللون الأحمر، و في المستطيل الثاني على يسار الصّحة يمكن اختيار الدّولة التي تودّ الاستيراد منها. أمّا في المستطيل الأوّل يمين الشّاشة فيمكن إضافة المنتج إلى قائمة المقارنة Compare أو إضافته إلى

المفضلة Favorite. ثم عند المستطيل أسفله عند كلمة Contact Supplier يمكن النقر عليه لإرسال رسالة إلى المورد. كما هو موضّح في الصورة الموائية:



يتم النقر عليه ثم البدء بملء البيانات كما هو موضّح بالقائمة أدناه، وهذه Post Buying Request في حالة اختيار البحث بطريقة إرسال طلب شراء.

الطريقة لها مميزات منها توفير الوقت وتجميع الموردين بمختلف أسعارهم ودولهم لإرسال عروضهم إلي بريدك الإلكتروني دون عناء منك، وكل ما عليك بعد ذلك هو مقارنة الأسعار واختيار الشركة الأوثق والأمن.

المطلب الرابع: نماذج عن شركة التسويق الشبكي:

ظهرت الفائدة لدى الشركات لانتهاج التسويق الشبكي وخاصة في اختصار المسافة بين المنتج والمشتري بأقل تكلفة، ومنها شركة (1)forever، (2)amway، (3)qnet، (4)unicity. أما اختياري كنموذج، كان لشركتين:

الفرع الأول: شركة Live Free (5).

أولاً: تأسست شركة Live Free سنة 2013م علي يد نخبة من خبراء هذه الصنّاعة المصريين وهم :

خالد أوبيا: مؤسسها هو أول عربيّ في عالم التسويق الشبكي تخرج من كلية الهندسة وعمل في دولة الإمارات (دبي) لعدة سنوات. (6)

محمد الجندي: الرئيس التنفيذي للشركة .

محمد علام: المدير التنفيذي .

مقرّها الرئيسي في لندن صاحبة أقوى قوانين البيع المباشر في العالم في برج سويس ريتاورو تستهدف مئة و ثمانون دولة لتأسيس أسواق بها. بجانب مكتب

إقليمي بالإمارات موقعها الرسمي : <https://www.livefreeld.com>

البريد الإلكتروني Egyptlivefree@hotmail.c:

ثانياً: تعاقدات الشركة: قامت الشركة بشراكات مع شركات منها:

¹forever: منتجات تجميل ومكملات غذائية.

²amway: هي أول شركة للتسويق الشبكي في العالم.

³qnet: كل المنتجات الإلكترونية وحتى الرحلات عبر العالم.

⁴unicity: شركة للمكملات الغذائية-ملحق بعقد الشركة في نهاية المذكرة-.

⁵ ينظر: الموقع <https://egyptdirectselling.wordpress.com>، أطلع عليه في: ماي 2017.

⁶ ينظر: الموقع <http://www.doctor-mlm.net/2013/01/khaled-obbeya-first-arab-in-network.html>

أطلع عليه في: ماي 2017م.

- 1- عقد شراكة مع أفضل شركات الطيران في العالم – Etihad Airways – الإماراتية الأصل، وقام طيران الاتحاد بإضافة شركة ليف فري كشريك لموقعه الرسمي.
 - 2- عقد شراكة مع شركة اتصالات مصر واحدة من أكبر شركات الاتصالات الكبرى على مستوى العالم. والتي تقوم بدورها بتقديم خدمات الاتصال ل"لايف فري" وعملائها، وتميّزت بمنتج حصري عبارة عن خط ليف كونكت (Live Connect) لا يتم الحصول عليه سوى من شركة "لايف فري".
 - 3- تقوم البنوك التالية برعاية التعاملات المالية للشركة وتقديم الدعم المالي لأعضائها (بنك أبو ظبي التجاري – بنك الإتحاد الوطني)
- ثالثاً: تتعدد منتجات و خدمات Live Free Ltd في الأقسام التالية:
- 1- Live Tours Plus & Live Tours سياحة و سفر لأكثر من مائتي ألف مكان حول العالم .
 - 2- Live Tech أحدث الأجهزة الإلكترونية الحصريّة باسم ليف فري Live Telecom خدمات اتصالات.
 - 3- تقديم بطاقة ائتمان بحيث يستطيع سحب النقود من خلال " كارت ليف فري ماستر كارد" من أي ماكينة صراف آلي في العالم أو عن طريق السحب من أيّ بنك.
 - 4- خاضعة لجهاز حماية المستهلك المصري، علاوةً على أن جميع مواقعها الإلكترونية مؤمنة من قبل شركة Norton Safe الرائدة في مجال صناعة برامج مكافحة الفيروسات والحماية عبر الإنترنت.

الفرع الثاني: شركة اوريفلي (Oriflame) (1) .

أولاً: تأسست شركة أوريفلايم (Oriflame) سنة 1967م على يد الأخوين:

(jonasafjochnick) و (Robert afjochnick)، كانت فكرتهم هي إنشاء شركة أدوات تجميل و التي تصنع و تباع منتجات من الدرجة الأولى ولا ينافسها مكان آخر في العالم و بدون الحاجة إلى إنشاء متجرٍ .

مقرها بمدينة " ستوكهولمز " السويدية، حيث منتجات الشركة تباع في أكثر من واحد و ستين دولة عالميّة، وهي تقود أسواق منتجات البشرة و الجمال في أغلب هذه الدول، موقعها الإلكتروني: www.oriflame.com.

ثانياً: طبيعة عمل العميل بالشركة

عرض الكتالوج الذي به المنتجات على كل من يحيط بالمسوّق ، من ثمّ يحصل العميل على خصم عشرين بالمئة على كل منتج من الشركة والربح فوري إضافة إلى : دورات تدريب مجانيّة للعناية بالبشرة - حرّية في اختيار وقت العمل - مكافآت مالية ورحلات تشجيعية وجوائز قيّمة - فرصة نادرة لبناء شخصيتك وذاتك.

¹ - ينظر: الموقع <https://jazzaba.com/dalil> ، <http://oriflame.ahlamontada.com/t1-topic>، اطّلع عليه في: ماي 2017.

ملخص الفصل الأول:

قد تناول هذا الفصل في طياته حقيقة التجارة الإلكترونية ، التي لا تعدو أن تكون مبادلات بيع عادية و مألوفة، إلا أن وسيلتها صارت تعتمد تقنية المعلومات، فكان من الضروري تعلمها، والتسويق الشبكي ما هو إلا نوع من البيوع المباشرة ، وتميّز عن غيره باجتماع الزبون والمستهلك في شخص واحد وفق أنظمة محدّدة.

الفصل الثاني

المبادئ الأساسية والقواعد

الشرعية للعقود التجارية

بعد اتّضح صورة "التّجارة الإلكترونيّة" و"التّسويق الشبكي" اللّذان هما ضرب من المعاملات الماليّة عامّة ومن التّجارة خاصّة، وبما أنّ الحكم الشرعي لا يستقيم إلّا إذا ارتكز على أصول صحيحة من الكتاب والسنة، أود أن أقف وقفة مفصلة بعض التفصيل مع المادة الشرعيّة الغنيّة في فقه المعاملات ، والتي لا شكّ في أنّ لها الحضور في تسيير دفة الدليل الصحيح ، ويبرز ذلك من خلال فهم مقتضاها عند الفقهاء قديما وحديثا وتكييفها وفق قواعد شرعيّة تحتاجها العقود التجاريّة عموما، وكان التّركيز في هذا الفصل محصورا في مستلزمات الفصل التّطبيقي فقط وفقا لثلاثة مباحث، هي كالآتي :

المبحث الأول: عقد البيع ونماذج عنه.

المبحث الثاني : الضوابط الشرعيّة في المعاملّة الماليّة.

المبحث الثالث: مُراعاة مقاصد الشريعة ومصالح العباد.

المبحث الأول: عقد البيع ونماذج عنه .

بما أنّ التسويق الشبكي والتجارة الإلكترونية مبنية على إيجاب وقبول فإنهما حتماً سيلتقيان ضمن عقد ، ومادام المجال تبادل ومعاوضة فإنه أغلب الظنّ بيع ، ومنه كان تقسيم المبحث إلى أربعة مطالب موضحة على التّوالي: المطلب الأول: معنى عقد البيع وأركانه، يليه المطلب الثاني: شروطه ، ثمّ المطلب الرابع: النّماذج الجائزة، والخامس: النماذج المنهي عنها من البيوع ، كالتالي:

المطلب الأول : عقد البيع وأركانه.

بما أنّ التبادلات التجاريّة عموماً تتمّ وفق عقود، فإنّ هذا المطلب يتمّ خلاله تعريف العقد في الفرع الأول و يليه أركان العقد في الفرع الثاني، كالتالي:

الفرع الأول: تعريف العقد:

أولاً: **العقد لغة:** عقد الحبل عقداً، من باب ضرب فاعقد، والعقدة ما يمسكه ويوثقه، ومنه قيل عقدت البيع ونحوه، وعقدت اليمين، وعقدتها بالتشديد، والتوكيد، وعاقدته على كذا⁽¹⁾ والعقد ، نقيض الحل؛ عقده يعقده عقداً وتعقاداً، وعقده:⁽²⁾ ربط أجزاء التصرف بالإيجاب والقبول شرعاً⁽³⁾.

ثانياً: **العقد اصطلاحاً :** للعقد عند الفقهاء معنيان⁽⁴⁾: عام وخاص:

المعنى العام : عند فقهاء المالكية والشافعية والحنابلة فهو: كل ما عزم المرء على فعله، سواء صدر بإرادة منفردة كالوقف والإبراء والطلاق واليمين، أم احتاج إلى إرادتين في إنشائه كالبيع والإيجار والتوكيل والرهن، أي أنّ هذا المعنى يتناول الالتزام

¹ - أحمد بن محمد علي الفيومي، المصباح المنير، مرجع سابق، ج2، ص421.

² - ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج3، ص296.

³ - الجرجاني ، التعريفات، مرجع سابق، ص153.

⁴ - وهبة بن مصطفى الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، دار الفكر، دمشق، ط4، (د.س.)، ج4، ص2917.

مطلقاً، سواء من شخص واحد أو من شخصين، ويشمل حينئذ ما يسمى في المعنى الضيق أو الخاص عقداً، كما يشمل ما يسمى تصرفاً أو التزاماً. فالعقد بالمعنى العام ينتظم جميع الالتزامات الشرعية، وهو بهذا المعنى يرادف كلمة الالتزام. وأما المعنى الخاص الذي يراد هنا حين الكلام عن نظرية العقد فهو: ارتباط إيجاب بقبول على وجه مشروع يثبت أثره في محله. أو بعبارة أخرى: تعلق كلام أحد العاقدين بالآخر شرعاً على وجه يظهر أثره في المحل. وهذا التعريف هو الغالب الشائع في عبارات الفقهاء.

وأيضاً: التزام المتعاقدين وتعاهدهما أمراً، وهو عبارة عن ارتباط الإيجاب بالقبول⁽¹⁾.

الفرع الثاني: أركان العقد:

أولاً: العاقدان: و هما الطرفان المباشران للعقد سواء كانا أصليين أو وكيلين لغيرهما⁽²⁾.

ثانياً: الصيغة: و هي تبادل التعبير الدال على الرضا وإرادة البيع بين العاقدين و تكون بالقول كما هو الأصل، ك: بعتك واشتريت منك، و تجوز بالفعل لوجود الدلالة عرفاً كالمعاطاة⁽³⁾.

ثالثاً: المعقود عليه: وهو محل العقد الذي تنفَّذ فيه الالتزامات، ويتناول المبيع و الثمن⁽⁴⁾.

المطلب الثاني: شروط عقد البيع

يجب توفر شروط في كل ركن من أركان عقد البيع، وهذه الشروط خاصة بالعاقدين، والصيغة، والمعقود عليه.

¹ - وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية الكويتية، دار السلاسل الكويتية، ط2، 1427هـ، ج6، ص196.

² - محمد سكمال المجاجي، أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي المالكي، دار ابن حزم، لبنان، ط1، 2001م، ص67.

³ - المرجع نفسه، ص60.

⁴ - المرجع نفسه، ص81.

الفرع الأول : العاقد و ما يجب فيه :

وجود العاقد من مقومات وجود العقد، و قد اشترط فيه الأهلية، و الرشد لإنشاء العقود⁽¹⁾، و تبنى شروطه على سلامة رضاه سلامة يعتدّ بها في الشرع⁽²⁾.

الفرع الثاني: الصيغة و ما يجب فيها :

وتتمثل في الإيجاب و القبول في مجلس العقد، لأنه بها ينقذ العقد فيما بين المتعاقدين على الشيء المعقود عليه، وليست الوسائل و الوسائط مقصورة على عدد معين، بل الاعتبار لكل وسيلة ألفها الناس في التعبير و الكشف عن إرادة الإنسان⁽³⁾.

الفرع الثالث: المعقود عليه و ما يجب فيه :

ويعتبر مقومًا من مقومات وجود العقد، و ما يقع عليه العقد لا يخلو عن كونه عينًا كالبيوع، أو منفعة كالإجارة، أو عملاً يقدم من طرف الشخص، و الشيء الذي امتازت به العقود في الشريعة الإسلامية، هو التقويم الشرعي، بأن يكون محل العقد في حكم الإباحة يجوز التعامل به، ويشترط فيه أن يكون من الأشياء الطاهرة، خاليا من الخبائث و المحرمات⁽⁴⁾، و أن يكون مملوكا للبائع و معلوما، و أن يكون موجودا عند العقد أو مقدورا على تسليمه⁽⁵⁾.

¹ - كامل موسى، أحكام المعاملات، مؤسسة الرسالة لبنان، ط2، 1994، ص61.

² - محمد سكال المجاجي، أحكام عقد البيع في الفقه المالكي، مرجع سابق، ص67.

³ - المرجع السابق، ص79/76.

⁴ - المرجع نفسه، ص84.

⁵ - المرجع نفسه، ص103.

المطلب الثالث : نماذج من عقود البيع الجائزة شرعاً

الفرع الأول: الجعالة

أولاً: تعريف الجعالة

1_ لغة: الجعالة بكسر الجيم وقد تفتح أو تضم، ويقال لها أيضاً جعيلة (بالفتح) أو جُعَلٍ (بالضم) أو جِعَالٍ (بالكسر)، وتطلق لغة على ما جعل للإنسان مقابل عمل . وتسمى عند القانونيين الوعد بالجائزة⁽¹⁾.

2_ اصطلاحاً: وقد عرفها ابن رشد⁽²⁾ في بداية المجتهد بأنها إجارة على منفعة يُظن حصولها.

وقال ابن عرفة⁽³⁾ أنّها: "عقد معاوضة على عمل آدمي يجب عرضه بعوض غير ناشئ عن محله به لا يجب إلاً بتمامه لا بعضه ببعضه"⁽⁴⁾، أي على أنه إن أكمل العمل أخذ الجعل كاملاً، وإن لم يكمله فلا شيء له، قال ابن رشد: "لأنّ منفعته بجزءٍ من العمل، من غير أن يعوّضه عن عمله بأجر، لكان ذلك ظلماً له"، فيقول: في التعريف (لا بعضه ببعضه) خرجت (الإجارة)، قال الباجي في المنتقى (لا يجوز الجعل في عمل إن ترك العمل بقي للجاعل فيه ما ينتفع به)⁽⁵⁾.

¹ - وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، مرجع سابق، ج4، ص783.

² - (520 - 595 هـ = 1126 - 1198 م) محمد بن أحمد بن محمد بن رشد الأندلسي، أبو الوليد: الفيلسوف. من أهل قرطبة. يسميه الإفرنج (Averroes) عني بكلام أرسطو وترجمه إلى العربية، وزاد عليه زيادات كثيرة. وصنف نحو خمسين كتاباً، منها " فلسفة ابن رشد - التحصيل - منهاج الأدلة - بداية المجتهد ونهاية المقتصد - الكليات ... ينظر: خير الدين بن محمود بن محمد بن علي بن فارس، الزركلي، الأعلام، دار الملايين، ط15، 2002م، ج5، ص318.

³ - (716 - 803 هـ = 1316 - 1400 م) محمد بن محمد ابن عرفة الورغمي، أبو عبد الله: إمام تونس وعالمها وخطيبها في عصره، مولده ووفاته فيها. تولى إمامة الجامع الأعظم سنة 750 هـ وقدم لخطابته سنة 772 وللقتوى سنة 773. من كتبه المختصر الكبير المختصر الشامل - مختصر الفرائض... ينظر: خير الدين بن محمود بن محمد بن علي بن فارس، الزركلي، الأعلام، دار الملايين، ط15، 2002م، ج7، ص43.

⁴ - أبو عبد الله محمد الأنصاري الرصاص، شرح حدود ابن عرفة الموسوم: الهداية الكافية الشافية لبيان حقائق الإمام ابن عرفة الوافية، تح: محمد أبو الأجنان، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 1993، ص532.

⁵ - رفيق يونس مصري، بحث بعنوان: فقه المعاملات المالية، ص181/182.

جاء في المدونة إذ لا بأس بأن يدفع الرجل المال إلى البزاز يشتري له بزاً ويجعل له في كل مائة يشتري له بها بزاً ثلاثة دنانير، إن هو يشتري، وإن لم يشتري فليس له شيء.

وقال ابن وهب¹: (وبلغني عن يحيى ابن سعيد في رجل يجعل للرجل على كل مائة ثوب يشتريها ديناراً، قال مالك: لا أرى على من أعطى ديناراً أو دينارين على شيء يبتاعه له، قرّب أو بعد، بأساً. قال ابن وهب وقال لي مالك: لا بأس بذلك)⁽²⁾.

ثانياً: حكم الجعالة :

قال ابن رشد: (اختلف العلماء في منعها وجوازها، قال مالك: يجوز ذلك في اليسير بشرطين: أن لا يضرب لذلك أجلاً، الثاني : أن يكون الثمن معلوماً ، قال أبو حنيفة : لا يجوز، للشافعي قولان : لأنّ فيها الغرر، قياساً على سائر الإيجارات والأصل الغرر هو لا يدري (هو يحصل أم لا) وتعتبر الجعالة تزيد عن الإجارة بأنها عوض معلوم لقاء عمل مجهول، وهي جائزة ودليله من القرآن، **قَالَ تَعَالَى: ﴿ قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَن جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ ﴾**⁽³⁾ ، وهذا دليل على أنّ الجعالة عوض معلوم **﴿ حِمْلُ بَعِيرٍ ﴾** من الآية على عمل مجهول وهو رد الصواع المفقود ومن السنة: روي في الصحيحين عن أبي سعيد الخدري أنّ أناساً من أصحاب رسول الله صلى الله

¹ - توفي 197هـ - هو أبو محمد عبد الله بن وهب بن مسلم، القرشي بالولاء الفقيه المالكي المصري مولى ريحانة مولاة أبي عبد الرحمن يزيد بن أنيس الفهري ، كان أحد أئمة عصره وصاحب الإمام مالك بن أنس، رضي الله عنه، عشرين سنة، وصنف الموطأ الكبير والموطأ الصغير وقال مالك في حقه: عبد الله بن وهب إمام. رحل ابن وهب إلى مالك في سنة ثمان وأربعين ومائة ولم يزل في صحبته إلى أن توفي مالك.

ينظر: أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان البرمكي الإربلي ،وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تح: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، (د.ط.)، 1900م، ج3، ص36

² - مالك ابن أنس الأصفحي، المدونة الكبرى، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1415هـ ، ج3، ص416.

³ - يوسف: 72.

عليه وسلم أتوا على حي من أحياء العرب فلم يقرؤهم (أي لم يضيفوهم) ، بينما هم كذلك إذ لدغ سيد أولئك القوم، فقالوا: هل فيكم من راق؟ فقالوا لم تقرونا، فلا نفعل إلا أن تجعلوا لنا جعلاً فجعلوا لهم قطيع شاء، فجعل يقرأ بأمر القرآن ويجمع بزاقه، ويتفل، فبرأ الرجل فأتوهم بالشاء، فقالوا: لا نأخذها حتى نسأل رسول الله صلى الله عليه وسلم، فسألوا الرسول صلى الله عليه وسلم عن ذلك، فضحك وقال: (مَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ، خَذُوهَا وَاضْرِبُوا لِي فِيهَا بِسَهْمٍ)⁽¹⁾.

وفي رواية عن ابن عباس قال: (أَحَقُّ مَا أَخَذْتُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا كِتَابُ اللَّهِ)⁽²⁾

والحديث دليل على أن الجعالة عوض معلوم (قطيع شاء) على عمل مجهول (الرقية).

ومن الإجماع : إجماع المسلمين على جوازها .

ومن العقل: الحاجة تدعو إلى ذلك لأن العمل قد يكون مجهولاً كرد الإبل الضالة ونحو ذلك .

الجعالة عقد جائز غير لازم ومن شرطه أن يكون لازماً للعامل، وله أن يترك متى شاء، ولم يستحق الجعل إلا بتمام العمل⁽³⁾ .

ثالثاً: شروط الجعالة :

1_ شرط الجاعل⁽⁴⁾ : أهلية المعاوضة فيها، بالغا عاقلاً رشيداً .

2_ شرط الجعل: أن لا غرر فيه معلوماً .

¹- أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني، مسند الإمام أحمد بن حنبل، مسند المكثرين من الصحابة، مسند أبي سعيد الخدري رضي الله عنه، رقم: 11399، ج17، ص487.

²- البخاري، صحيح البخاري، تح: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة ط، 1422هـ كتاب الطب، باب الشرط في الرقية بقطيع من الغنم، رقم: 5737، ج7، ص131.

³- وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته ، مرجع سابق، ج4، ص789.

⁴- ابن الرصاع، شرح حدود ابن عرفة ، مرجع سابق، ص532

3_ شرط العمل الجعل⁽¹⁾: أن لا يشترط العلم بتعسره .

شرط المالكية العمل اليسير ولو كان متعددًا.

الفرق بين الجعالة والإجارة :

✓ تصح الجعالة على عمل مجهول يعسر ضبطه وتعيينه كرد مالٍ ضائع بخلاف الإجارة.

✓ تصح الجعالة مع عامل غير معين، بخلاف الإجارة.

✓ تقدر الجعالة بالعمل، كما تقدر به الإجارة لكن العمل في الجعالة يجب أن يكون مما لا منفعة فيه للجاعل إلا بتمامه، بخلاف الإجارة .

✓ لا يستحق العامل الجعل إلا بعد تمام العمل الذي لا منفعة فيه للجاعل إلا بتمامه، بخلاف الإجارة فإن الأجير يحصل من المنفعة بمقدار ما عمل، ولذلك إذا عمل الأجير في الإجارة بعض العمل حصل له من الأجرة بحساب ما عمل ولا يحصل للعامل في الجعالة شيء إلا بتمام العمل⁽²⁾ .

الفرع الثاني: السمسرة .

أولاً: تعريف السمسرة .

لغة : سمسرة، السمسار: الذي يبيع البر للناس ، السمسار كلمة فارسية معرّبة جمع سمسرة وفي الحديث أن النبي صلى الله عليه وسلم سمّاهم التجار بعد ما كانوا يُعرفون بالسماصرة، والمصدر سمسرة وهو أن يتوكل الرجل بين الحاضرة للبادية فيبيع لهم ما يجلبونه وقيل في تفسير (ولا يبيع حاضر لباد أراد أنه لا يكون له سمساراً، وقيل سمسار القيم بالأمر)⁽³⁾ .

¹ - المرجع نفسه ، ص533.

² - وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته ، مرجع سابق، ج4، ص787. رفيق يونس المصري، بحث بعنوان: فقه المعاملات المالية ، ص205.

³ - ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج4، ص340.

سمسار بالكسر: وهو المتوسط بين البائع والمشتري⁽¹⁾.

اصطلاحاً: السمسرة: هي الوساطة بين البائع والمشتري ويسمى من يقوم بذلك السمسار أو الدلال أو الوسيط⁽²⁾.

السمسرة أو الوساطة التجارية أو الدلالة من الأمور المشهورة والمتعارف عليها ويتعامل بها الناس منذ زمن بعيد وهي مشروعة وجائزة.

ثانياً: دليل مشروعيتها :

عن قيس بن أبي غرزة³، قال: كنا نسمي في عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم السمسرة، فمر بنا رسول الله صلى الله عليه وسلم، فسمنا باسم هو أحسن منه، فقال:

(يَا مَعْشَرَ التَّجَّارِ إِنَّ الْبَيْعَ يَحْضُرُهُ الْحَلْفُ وَاللَّغْوُ، فَشُوبُوهُ بِالصَّدَقَةِ)⁽⁴⁾.

عن عبد الله بن طاوس عن أبيه عن ابن عباس⁵ رضي الله عنهما، قال: قال رسول

الله صلى الله عليه وسلم: (لَا تَلْقُوا الرُّكْبَانَ، وَلَا يَبِعِ حَاضِرٌ لِبَادٍ) قال: فقلت لابن

عباس: ما قوله لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ؟، قال: لا يكون له سمساراً⁽⁶⁾.

¹ - الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، ط8، 1426هـ، ج1، ص410.

² - محمد بن عبد الله بن ابراهيم بن عبد الله النويري، الموسوعة الفقهية، بيت الأفكار الدولية، ط1، 1430هـ، ج3، ص595.

³ - هو: ابن عمير بن وهب بن حراق بن حارثة بن غفار الغفاري، وقيل الجهني، أو البجلي روى عن النبي صلى الله عليه وآله وسلم أنه قال: «يا معشر التجار... سكن الكوفة، وذكر مسلم والأزدي أنه تفرد بالرواية عنه وصححه، ينظر: أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلاني، الإصابة في تمييز الصحابة، تح: عادل أحمد عبد الموجود وعلى محمد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1415 هـ، ج5، ص374.

⁴ - ابن ماجة أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجة، تح: محمد فؤاد عبد الباقي دار إحياء الكتب العربية (د.ط)، (د.س)، كتاب التجارات، باب التوقي في التجارة، رقم: 2145، ج2، ص726.

⁵ - (3 ق هـ - 68 هـ = 619 - 687 م) عبد الله بن عباس بن عبد المطلب القرشي الهاشمي، أبو العباس: حبر الأمة، الصحابي الجليل، ولد بمكة. ونشأ في بدء عصر النبوة، فلزم رسول الله صلى الله عليه وسلم وروى عنه الأحاديث الصحيحة. وشهد مع علي الجمل وصفين. وكف بصره في آخر عمره، فسكن الطائف، وتوفي بها. له في الصحيحين وغيرهما 1660 حديثاً.. ينظر: الأعلام للزركلي ج4، ص95.

⁶ - البخاري، صحيح البخاري، مرجع سابق، كتاب البيوع، باب هل يبيع حاضر لباد بغير أجر وهل يعينه أو ينصحه، رقم: 2158، ج3، ص72.

قال البخاري باب أجره السّمسار ولم ير ابن سيرين وعطاء وإبراهيم والحسن بأجر السّمسار بأساً .

وقال ابن عباس: لا بأس أن يقول: بع هذا الثوب فما زاد على كذا وكذا فهو لك، وقال ابن سيرين⁽¹⁾: إذا قال بعه بكذا فما كان من ربح فهو لك أو بيني وبينك فلا بأس به وقال النبي صلى الله عليه وسلم (المُسْلِمُونَ عِنْدَ شُرُوطِهِمْ)⁽²⁾.

ثالثاً: شروط السمسرة :

- 1- أن تكون أجره السّمسار معلومة (باتفاق الفقهاء) حتى لا يقع أي نزاع فيما بعد ويصح أن يكون مبلغاً معلوماً أو نسبة مئوية، ولا بأس أن يأخذ من البائع و المشتري .
- 2- إذا كان مشروطاً أو جرى عليه العرف، قال النبي صلى الله عليه وسلم: (المُسْلِمُونَ عِنْدَ شُرُوطِهِمْ)⁽³⁾ أن يصدق وينصح للبائع و المشتري.
- 3- أن تكون الوساطة لإتمام البيع، ولا يتضمن إعانة على بيع محرم، أو دلالة على ما يحرم بيعه، أو تعامل به وهي من باب الجعل .

رابعاً: أنواع السمسرة : وهي على نوعين :

النوع الأول: ضبط أجل النداء: كأن يتفق صاحب السلعة مع سمسار على النداء أسبوعاً، فإذا رُدَّت السلعة لا يرجع البائع على السّمسار بشيء لأنها إجارة .

النوع الثاني: لا يحدّد لها أجلا وإنما يتفق على النداء حتى تنتهي المزايدة وهذا عقد جُعِلَ ويردّ ما أخذ السمسار بثلاثة شروط في حالة بطلان البيع أو العقد :
✓ أن لا يكون مدّلساً.

¹ (33 - 110 هـ = 653 - 729 م) محمد بن سيرين البصري، الأنصاري بالولاء، أبو بكر: إمام وقته في علوم الدين بالبصرة. تابعي. من أشرف الكتاب. مولده ووفاته في البصرة. نشأ بزازا، في أذنه صمم. ونفقه وروى الحديث، واشتهر بالورع وتعبير الرؤيا. واستكتبه أنس بن مالك، بفارس. وكان أبوه مولى لأنس. ينظر: الاعلام للزركلي ج6، ص154.

² البخاري، صحيح البخاري، مرجع سابق، كتاب الأجرة، باب أجره السمسرة، رقم: بدون رقم، ج3، ص 92 .

³ سبق تخريجه، الصفحة نفسها.

✓ أن يكون رد المبيع بقضاء قاض، فإن تمّ بقبول البائع دون رفع للحاكم فلا يرد السمسار ما أخذ.

✓ أن لا يكون السمسار عالماً بالتدليس و تواطاً مع البائع على كتمان العيب والممنوع منها ما كان للحاضر و البادي .

خامساً: حكم السمسرة :

النهى: أن يتولى الحاضر المقيم بالبلد عملية بيع ما يجلبه البادي (أي القادم من البادية)، دفعاً للضرر عن الناس لأن المتوسط شخص، مثل الحاضر يؤدي إلى زيادة الأسعار بما كان البادي مستعداً للبيع به، والسمسرة بين الحاضر والحاضر ليس فيها بأس (1) .

الفرع الثالث: الوكالة .

أولاً: تعريف الوكالة.

لغة: الوكالة بالفتح والكسر: هي الحفظ ومنه الوكيل من أسماء الله تعالى بمعنى الحافظ ومنه التوكّل، يقال على الله توكلنا أي فوّضنا أمورنا إليه (2) ، وهو بمعنى الكفاية والضمان (3) .

اصطلاحاً : قال ابن عرفة: " نيابة ذي حق غير ذي إمرة ولا عبادة لغيره فيه، غير مشروطة بموته" (4) .

ثانياً: دليل مشروعيتها:

¹ - مجموعة من المؤلفين، فقه المعاملات، مرجع سابق، ج1، ص75.

² - وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، مرجع سابق، ج5، ص71 .

³ - أبي الفضل عياض بن هوسي، التنبيهات المستنبطة، تح: محمد الوثيق، دار ابن الحزم، ط1، 1432هـ، ص 1297 .

⁴ - أبي عبد الله الانصاري الرصاع، شرح حدود ابن عرفة، مرجع سابق، ص437 .

أولاً : بالكتاب، قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا ﴿١٩﴾ (1) ، وقوله أيضاً: قَالَ تَعَالَى: ﴿ قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمُ ﴾ (2)

ثانياً : من السنة، (أنه - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - وكل عمرو بن أمية³ الضمري في قبول نكاح أم حبيبة⁽⁴⁾ بنت أبي سفيان) (5) .

ثالثاً: الإجماع ، أجمعت الأمة على جواز الوكالة لأن الحاجة داعية إليها.

ثالثاً: أركان الوكالة :

الركن الأول : التوكيل وله شرطان :

¹ - الكهف: 19.

² - يوسف: 55.

³ عمرو بن أمية بن خويلد بن عبد الله الضمري بن إياس، أبو أمية الضمري، صاحب رسول الله -صلى الله عليه وسلم - قال هارون الحمالي: شهد مع المشركين بدرا و أحدا. وغزا مع النبي -صلى الله عليه وسلم - وروى أحاديث.

حدث عنه: ابنه؛ جعفر وعبد الله، وابن أخيه؛ الزبيرقان بن عبد الله. ينظر: الذهبي، سير أعلام النبلاء، تح:مجموعة من المحققين بإشراف الشيخ شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، ط3، 1405 هـ / 1985 م، ج3، ص179.

⁴ - أم حبيبة بنت أبي سفيان صخر بن حرب ابن أمية بن عبد شمس القرشية الأموية زوج النبي صلى الله عليه وسلم ، إحدى أمهات المؤمنين كنيته بابنتها حبيبة بنت عبيد الله بن جحش، و اسمها رملة. ينظر: الجزري، عز الدين ابن الأثير، أسد الغابة في معرفة الصحابة، تح: علي محمد معوض_ عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، ط1، 1994 م، ج7، ص303 .

⁵ ابن الملقن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد، البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، تح: مصطفى أبو الغيط ، دار الهجرة للنشر والتوزيع السعودية، ط1، 2004م، ج6، ص729.

أولاً : أن يكون قابلاً للنيابة ، وهو مالا يتعين بحكمه مباشرة كأنواع البيع و الحوالة والكفالة والشركة... إلخ ولا يجوز في العبادات إلا في المعاملات المالية منها كالزكاة ولا يجوز في المعاصي كالسرقة والغصب .

ثانياً : أن يكون ما فيه التوكيل معلوماً في الجملة ويستوي كونه منصوصاً عليه أو داخلًا تحت عموم اللفظ أو معلوماً بالقرائن والعادة⁽¹⁾ .

الركن الثاني⁽²⁾: الموكل : كل من جاز له التصرف لنفسه و جاز له أن يستنيب فيما جاز له النيابة فيه، لأجل الحاجة لذلك ، ويجوز أن يوكله الغائب والمريض والمرأة اتفاقاً ولا يجوز توكيل العدو الكافر لئلاً يفعل الحرام .

الركن الثالث : الوكيل له حكم الموكل⁽³⁾ .

الركن الرابع : الصيغة الدالة على نوع التوكيل أو ما يقوم مقامها في الدلالة عليه .

رابعاً: أنواعها :

1- تفويض عام : تدخل تحته جميع ما يصح فيه النيابة من الأمور المالية والنكاح والطلاق وغير ذلك إلا ما يستثنيه المفوض .

2- تفويض خاص : تفويض خاص فيختص بما جعل الموكل الوكيل من قبض أو بيع أو خصام أو غير ذلك .

تبطل الوكالة بموت الموكل أو عزل الوكيل وفيه اختلاف في علمه أولاً⁽⁴⁾ .

¹ - ابن جزى ، القوانين الفقهية، (د. ط)، (د. س)، ص 210 .

² - جلال الدين عبد الله بن نجم بن شاس، الجواهر الثمينة ، تح : محمد أبو الأجنان وعبد الحفيظ منصور ، دار العرب الإسلامي، بيروت، ط 1، 1416 هـ، ج 2، ص 675 .

³ - المرجع السابق، ص 679 .

⁴ - ابن جزى، القوانين الفقهية ، ص 211 .

ويجوز للوكيل عزل نفسه من غير حضور موكله (1).

الفرع الرابع: عقد المساومة.

أولاً: تعريف المساومة.

1_ لغة: عرض السلعة للبيع والمساومة المجاذبة بين البائع والمشتري على السلعة وفصل ثمنها (2).

2_ اصطلاحاً: بيع لم يتوقف ثمن مبيعه المعلوم قدره على اعتبار ثمنه في بيع قبله إذا التزم ثمنه لا على قبول زيادة عليه (3).

فخرج من هذا الحد الاستئمان والزيادة والمرابحة وهو البيع الذي يغفل فيه ذكر رأس المال، وسمي مساومة لأن الغالب فيه أن يسبقه تساوم وتفاوض على الثمن بين المتبايعين.

عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما (4)، قال: كنت مع النبي صلى الله عليه وسلم في غزوة، فقال لي: (أَتَبِيعُ نَاصِحَكَ هَذَا بِدِينَارٍ وَاللَّهُ يَغْفِرُ لَكَ؟) قلت: يا رسول الله هو ناصحك إذا أتيت المدينة، قال: فَتَبِيعُهُ بِدِينَارَيْنِ وَاللَّهُ يَغْفِرُ لَكَ قَالَ: فما زال يزيدي ديناراً ديناراً، ويقول مكان كل دينار: والله يغفر لك، حتى بلغ عشرين ديناراً، فلما أتيت المدينة أخذت برأس الناصح، فأتيت به النبي صلى الله عليه وسلم، فقال: يَا

1- أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر البغدادي، الإشراف على نكت مسائل الخلاف، دار ابن القيم، الرياض، ط1، 1429 هـ، ج 3، ص 76.

2- ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج 3، ص 2157.

3- ابن الرصاع، شرح حدود ابن عرفة، مرجع سابق، ص 383.

4- (16 ق هـ - 78 هـ = 607 - 697 م) جابر بن عبد الله بن عمرو الخزرجي الأنصاري: صحابي، من المكثرين في الرواية عن النبي صلى الله عليه وسلم وروى عنه جماعة من الصحابة له ولأبيه صحبة.

غزا تسع عشرة غزوة. وكانت له في أواخر أيامه حلقة في المسجد النبوي يؤخذ عنه العلم. روى له البخاري ومسلم ينظر: الأعلام للزركلي، مرجع سابق، ج 2، ص 104.

بَلَّالٌ أَعْطَاهُ مِنَ الْغَنِيمَةِ عِشْرِينَ دِينَارًا"، وقال: "انْطَلِقْ بِنَاضِحِكَ فَاذْهَبْ بِهِ إِلَى أَهْلِكَ".
(1)

من الحديث يتبين أن المساومة منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم كان يتعامل بها مع الناس دلالة على جوازها والتعامل بها .

وعقد المساومة عقد بيع جائز يقابله عقد الإذعان مثل العقود التي تبرمها الدولة أو الشركات مع المواطنين دون أن يكون لهم حق في المساومة كشركة المياه والكهرباء⁽²⁾.

وعند الإقتصاديين المعاصرين يسمى بالطلب والعرض ، فالطلب يعني الكميات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها عند مستويات الأسعار المختلفة عند كل وحدة من الزمن، والطلب بذلك يتصل بالسعر، أما العرض فهو عبارة عن كمية السلع المعروضة عند المستويات المختلفة من الأسعار في سوق معينة وزمن معين⁽³⁾.

وعند تفاعل البيع والشراء - العرض والطلب ، يتحدد السعر في السوق عن طريق قوة المساومة المتوقعة على كمية كل ومرونته.

قال ابن تيمية⁽⁴⁾: فرغبة الناس كثيرة الاختلاف والتنوع فإنها تختلف بكثرة المطلوب وقلته، فعند كثرة الحاجة وقوتها ترتفع القيمة ما لا ترتفع عند قلتها وضعفها،

¹ - ابن ماجة، سنن ابن ماجة، مرجع سابق، كتاب التجارات، باب السوم، رقم: 2205، ج2، ص743.

² - عبد العزيز خياط فقه المعاملات وصيغ الاستثمار، دار المتقدمة، عمان، (د.ط)، 2004م، ص98.

³ - يوسف كمال محمد ، مصطلحات الفقه المالي المعاصر، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط 1، 1418 هـ، ص 254 .

⁴ - أبو عبد الله محمد بن أبي القاسم الخضر بن محمد بن الخضر بن علي بن عبد الله، المعروف بابن تيمية الحراني الملقب، فخر الدين الخطيب الواعظ الفقيه الحنبلي؛ تفرد في بلده بالعلم، وكان المشار إليه في الدين، لقي جماعة من العلماء وقدم بغداد وتفقها بها على أبي الفتح ابن المني، وسمع الحديث بها، وصنف في مذهب الإمام أحمد بن حنبل رضي الله عنه، مختصراً أحسن فيه. ينظر: أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان البرمكي الإربلي ، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تح: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، ط1، 1971م، ج4، ص386.

وبحسب العوض، فقد يرخص فيه إذا كان بنقد رائج ما لا يرخص فيه إذا كان بنقد آخر دونه، والرواج كالدرهم والتنانير بدمشق في هذه الأوقات فإن المعاوضة بالدرهم هو المعتاد،⁽¹⁾

والمساومة هي التي تنظم السوق بالعدل من العرض والطلب دون طرح قيمة رأس المال للمواد والسلع وإنما يبقى العدل الحقيقي في نمة التاجر الذي يعرض السلعة وفي مدى أخلاقيّة التجارة والمعاملة فيها⁽²⁾.

المطلب الرابع: نماذج من عقود البيع المنهي عنها :

سننترق في هذا المطلب إلى الحديث عن نموذجين من البيوع المنهي عنها، في فرعين متتاليين، الفرع الأول: بيع وشرط، و الفرع الثاني: بيع العينة.

الفرع الأول: بيع وشرط.

المعنى المراد من بيع وشرط: هو أن يشترط أحد المتبايعين، أو كل منهما على الآخر، شرطا معينا حين العقد، يلتزم به المشروط عليه، بموجب ذلك العقد والشرط⁽³⁾.

وقد ورد في ذلك حديث عن عمرو بن شعيب⁽⁴⁾ عن أبيه عن جده رضي الله عنهم قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (لَا يَحِلُّ سَلْفٌ وَبَيْعٌ، وَلَا شَرْطَانِ فِي بَيْعٍ، وَلَا رِبْحٌ مَا لَمْ تَضْمَنْ، وَلَا بَيْعٌ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ)⁽⁵⁾.

¹-ابن تيمية، الفتاوى الكبرى، دار الكتب العلمية، ط1، 1408هـ، ص 523/524.

²- مصطلحات الفقه الإسلامي، ص254 .

³-علي بن عباس الحكمي، البيوع المنهي عنها نصًا في الشريعة الإسلامية، مطبوعات نادي مكة الثقافي الأدبي العدد74، 1990م، ص134.

⁴ _ بن محمد بن صاحب رسول الله صلى الله عليه وسلم عبد الله بن عمرو بن العاص بن وائل. الإمام، المحدث أبو إبراهيم وأبو عبد الله القرشي، السهمي، الحجازي، فقيه أهل الطائف، ومحدثهم وكان يتردد كثيرا إلى مكة، وينشر العلم، وله مال بالطائف. وأمه حبيبة بنت مرة الجمحية. ينظر : شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي، سير أعلام النبلاء، مرجع سابق، ج5، ص479.

⁵-أبو داود، سنن أبي داود، تح: محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، بيروت، (د.ط)، (د.س)، كتاب البيوع، باب في الرجل يبيع ما ليس عنده، رقم:3508، ج3، ص283.

وللشروط في البيع أربعة أقسام، منها الجائز الصحيح، ومنها الباطل في نفسه غير مبطل للبيع، ومنها المبطل للبيع مع بطلانه لنفسه.

القسم الأول: ما هو من مقتضى العقد، كاشتراط تسليم المبيع، وحكمه الجواز اتفاقاً⁽¹⁾.

القسم الثاني: ما كان ملائماً للعقد، كالتوثيق بالرهن، وحكمه الجواز اتفاقاً.

القسم الثالث: ما ليس من مقتضى العقد، ولا من مصلحته، وفيه منفعة لأحد المتعاقدين وهو نوعان:

- **النوع الأول:** اشتراط منفعة معلومة للبائع أو للمشتري في المبيع، وحكمه مختلف فيه بين الفقهاء، بين الجواز و الفساد، فأما القول بالجواز فلأنه شرط لا ينافي مقتضى العقد، وأما القول بفساد البيع لبطلانه، ذلك أن الخلاف وقع على غير ركن العقد والمحل.

- **النوع الثاني:** أن يشترط أحد المتبايعين عقد آخر، كأن يبيع شخص على آخر سلعة، بشرط أن يبيعه المشتري سلعة معينة، أو يقرضه ونحو ذلك، وحكمه التحريم عند عامة الفقهاء، لما يترتب عليه من جهالة بالثمن، وفي بعض صورته من شبهه بالربا⁽²⁾.

القسم الرابع: ما ليس من مقتضى العقد، ولا يلائمه، بل ينافي مقتضاه، وهو نوعان:

- **النوع الأول:** اشتراط ما بنى شرعاً على التغليب والسراية، كاشتراط البائع على المشتري عنق العبد ونحوه، وحكمه مختلف فيه عند الفقهاء بين الصحة و الفساد.

- **النوع الثاني:** أن يشترط أحد المتبايعين شرطاً منافياً لمقتضى البيع، كأن يشترط البائع على المشتري أن لا يبيع السلعة، أو لا يهبها، أو أن يبيعها أو يقفها، ونحو ذلك، وللعلماء مذاهب في حكم هذا البيع، فمن قال بعدم الصحة والشرط والبيع، لما فيه من شبهة الربا للزيادة الخالية عن العوض، وما يفضي إلى المنازعة والخصومة، لحديث النهي عن بيع والشرط⁽³⁾.

¹- علي بن عباس الحكمي، البيوع المنهي عنها نصاً في الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص 135/ 136.

²- علي بن عباس الحكمي، البيوع المنهي عنها نصاً في الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص 135/ 136.

³- المرجع نفسه، ص 138.

الفرع الثاني: بيع العينة.

أولاً: تعريف العينة .

1_لغة: جمع عين، واعتان الرجل إذا اشترى الشيء بنسيئة، وتعين عينه، وعينه إياها، والعينة السلف، والعينُ والعينة الربا(1).

2_اصطلاحاً: أن يبيع الرجل سلعة إلى أجل بثمن، ثم يشتريها نقداً بثمن أقل، والحاصل أن سلعته رجعت إليه، وفي نهاية الأجل يدفع المشتري الثمن الأول(2).

وقد ألحق العلماء بيع العينة بالربا، لما تنطوي عليه من الحيل، لأنَّ أخذ مال كثير مقابل دفع مال قليل، في صورة معاوضة، ليست مقصودة في ذاتها، لكنها تجعل حيلة للوصول إلى الربا(3).

-وللمذاهب آراء متعددة في بيع العينة:

أولاً: عند المالكية.

وصورتها: كأن يقول رجل لصاحبه: أقرضني عشرة دنانير إلى شهر، وأرد لك خمسة عشر، فيقول صاحبه: هذا لا يجوز لكني أبيعك هذا الشيء بخمسة عشر إلى شهر، ثم أشتريه منك بعشرة حالة(4).

وهذه الصورة التي يجعلها المالكية من صور العينة ويمنعونها، يجعلها غيرهم تحت عنوان "المرابحة للأمر بالشراء"(5).

¹-ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج13، ص305/306.

²-حمدي عبد المنعم، دليل السالك للمصطلحات والأسماء في فقه الإمام مالك، مكتبة ابن سينا، مصر، (د.ط)، (د.س)، ص42.

³-أحمد ريان، فقه البيوع المنهي عنها مع تطبيقاتها الحديثة في المصارف الإسلامية، سلسلة محاضرات العلماء البارزين رقم (13)، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، جدة، ط3، 2003م، ص:33.

⁴-محمد هشام البرهاني، سد الذرائع في الشريعة الإسلامية، دار الفكر، دمشق، ط1، 1985م، ص113.

⁵-أحمد ريان، فقه البيوع المنهي عنها، مرجع سابق، ص 34.

واستدل المالكية على المنع، بحديث عبد الله بن عمر¹ - رضي الله عنهما -

قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: (إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعَيْنَةِ ، وَأَخَذْتُمْ أَذْنَابَ الْبَقْرِ ، وَرَضَيْتُمْ بِالزَّرْعِ ، وَتَرَكَتُمُ الْجِهَادَ ، سَلَّطَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ ذُلًّا لَا يَنْزِعُهُ حَتَّى تَرْجِعُوا إِلَيَّ دِينِكُمْ) (2).

ثانيا: عند الحنفية.

فيذكرون من صورها المكروهة كراهة تحريم، حيث يبيع التاجر لشخص طالب القرض ثوبا يساوي عشرة، بخمسة عشر نسيئة، فيبيعه وهو في السوق بعشرة، فتحصل له العشرة نقدا، ويجب عليه للتاجر خمسة عشر إلى أجل⁽³⁾.

ويذكر الحنفية صورة أخرى للعينة، بأن يقرض التاجر لطالب القرض خمسة عشر درهما، ثم يبيعه القرض بعد ذلك ثوبا يساوي عشرة بخمسة عشر، فيأخذ الدراهم التي أقرضها له على أنها ثمن الثوب، وتبقى عليه الخمسة عشر قرضا⁽⁴⁾.

ثالثا: عند الحنابلة.

أما الحنابلة فقد روي عن الإمام أحمد بن حنبل أنه قال: (العينة أن يكون عند الرجل المتاع فلا يبيعه إلا نسيئة، فإن باعه بنقد ونسيئة فلا بأس)⁽⁵⁾.

¹ (10 ق هـ - 73 هـ = 613 - 692 م) عبد الله بن عمر بن الخطاب العدوي، أبو عبد الرحمن: صحابي، من أعز بيوتات قريش في الجاهلية. كان جريئا جهوريئا. نشأ في الإسلام، وهاجر إلى المدينة مع أبيه، وشهد فتح مكة. ومولده ووفاته فيها. أفنى الناس في الإسلام ستين سنة. ولما قتل عثمان عرض عليه نفر أن يبايعوه بالخلافة فأبى. وغزا إفريقية مرتين: الأولى مع ابن أبي سرح، والثانية مع معاوية بن حديج سنة 34 هـ وكف بصره في آخر حياته. وهو آخر من توفي بمكة من الصحابة. له في كتب الحديث 2630 حديثا. ينظر: الأعلام للزركلي، ج4، ص108.

² أبو داود سنن أبو داود، مرجع سابق، كتاب البيوع، باب في النهي عن العينة، رقم: 3462، ج2، ص365.

³ أحمد ريان، فقه البيوع المنهي عنها، مرجع سابق، ص 34.

⁴ المرجع نفسه، ص34.

⁵ المرجع نفسه، ص35.

المبحث الثاني : الضوابط الشرعية في المعاملة المالية

إنه من المعلوم بدهاءة أنّ الحرية مهما أطلقت تقيد ، وهكذا هي المعاملة المالية رغم سعتها وفتح باب الرزق بكل ما فيه مصلحة للعباد، إلاّ إن لها ضوابط تقيدها وتحميها من الخروج عن المقصود ، لذلك حتى تقترب هذه المسألة من درجة الوضوح اخترت بعض الضوابط الشرعية التي كثر الجدل حولها في معاملي (التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي) ، فكان سبيلي في ذلك التطرق إلى أربعة ضوابط وترتيبها : تحريم الربا، وتحريم الغرر، فتحريم القمار ، ثم تحريم الغش ، وهكذا يصير كل ضابط يمثله مطلب كالاتي :

المطلب الأول: تحريم الربا.

الفرع الأول: تعريف الربا .

لغة : ربا الشيء زاد، وبابه عدا⁽¹⁾.

اصطلاحاً: عرف الفقهاء الربا في الاصطلاح هو زيادة أحد البدلين المتجانسين من غير أن يقابل هذه الزيادة ربا من حيث هي، فإن الزيادة تحصل في التجارة ولا ربا فيها، والتي جاء القران الكريم بتحريمها هي تلك الزيادة التي تؤخذ في نظير الأجل⁽²⁾.

الفرع الثاني: حكم الربا.

إن الربا من أكبر الكبائر، وتحريمه قطعي في كتاب الله سبحانه وتعالى، وفي سنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم، وإن المسلم إذا دقق النظر في النصوص الشرعية الواردة في تحريم الربا، لوقف على خطورة هذه الكبيرة والنتائج المترتبة عليها.
أولاً: أدلة تحريمه:

من القرآن الكريم : قَالَ تَعَالَى: ﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ

¹ زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، مختار الصحاح، المكتبة العصرية، الدار النموذجية، لبنان، ط5، 1999م، ج1، ص117.

² عبد العزيز محمد عزام، فقه المعاملات، مكتبة الرسالة الدولية لطباعة، (د.ط)، 1998م، ص70.

جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٧٧﴾ يَمْحُقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٧٨﴾ (1).

وإنَّ المتمعن في حال الأمة الإسلامية اليوم، ليرى أن سوء حالها من ذل وهوان على الناس ما هو إلا إحدى نتائج البعد عن منهج الله عز وجل ومن ذلك التعامل بالربا، فالأمة الإسلامية في معظم البلدان تتعامل بالربا، ويراه كثير من الناس مباحا وبعضهم غير اسم الربا إلى فائدة متحايلا على شرع الله، فحاربهم الله تعالى وسلط عليهم الأمم من كل جانب (2).

من السنة النبوية: فقد جاء عن جابر - رضي الله عنه - أنه قال: (لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أكلَ الرِّبَا، وَمُؤَكَّلَهُ، وَكَاتِبَهُ، وَشَاهِدِيَهُ، وَقَالَ: هُمْ سَوَاءٌ) (3).
ثانياً: الحكمة من تحريمه.

الربا محرم في جميع الأديان السماوية، والسبب في تحريمه ما فيه من ضرر عظيم، نذكر منه ما يلي:

1- أنه يؤدي إلى خلق طبقة مترفة لا تعمل شيئاً، كما يؤدي إلى تضخيم الأموال في أيديها دون جهد مبذول، فتكون كالنباتات الطفيلية تنمو على حساب غيرها، والإسلام يمجّد العمل ويكرم العاملين، ويجعله أفضل وسيلة من وسائل الكسب، لأنه يؤدي إلى المهارة ويرفع الروح المعنوية في الأفراد (4).

2- أنه يسبب العداوة بين الأفراد، ويقضي على روح التعاون بينهم، والأديان كلها ولاسيما الإسلام تدعو إلى التعاون، وتبغض الأثرة والأنانية واستغلال جهد الآخرين.

¹ - البقرة: 275.

² - حسام الدين بن موسى محمد بن عفانة، يسألونك عن المعاملات المالية المعاصرة، المكتبة العلمية، ط1، 2009م ص13.

³ - مسلم، صحيح مسلم، أخرجه مسلم، كتاب المساقاة، باب لعن أكل الربا ومؤكله، رقم: 1598، ج3، ص 1219.

⁴ - السيد سابق، فقه السنة، الفتح للإعلام العربي (القاهرة)، (د.ط.)، (د.س.)، ج3، ص125.

3- الإسلام بعد هذا يدعو إلى أن يقرض الإنسان أخاه قرضاً حسناً إذا احتاج إلى المال، ويثيب عليه أعظم مثوبة⁽¹⁾، قَالَ تَعَالَى: ﴿وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبِّا لِّرَبْوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرَبْوَا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ﴾⁽²⁾

الفرع الثالث: أقسام الربا

ينقسم الربا إلى قسمين: ربا النسيئة - ربا الفضل
أولاً: ربا النسيئة:

وهو أن تكون الزيادة المذكورة في مقابلة تأخير الدفع، ومثال ذلك: إذا اشترى إردبا من القمح في زمن الشتاء بإردب ونصف يدفعها في زمن الصيف، فإن نصف الإردب الذي زاد في الثمن لم يقابله شيء من المبيع، وإنما هو في مقابل الأجل، ولذا سمي ربا النسيئة أي التأخير⁽³⁾.

وحكم هذا النوع من الربا مجمع على تحريمه سلفاً وخلفاً، لأنه من الربا الذي لا شك فيه، وهو نفس الربا الذي كان يتعامل به أهل الجاهلية، فقد أبطله رسول الله صلى الله عليه وسلم، وبدأ في ذلك بربا عمه العباس، ليكون المثل والقوة، وذلك في خطبة الوداع، فقد كانوا يتبايعون إلى أجل مسمى يعني بعد شهر، بعد ستة أشهر، بعد سنة... إلخ

يقول لك أشترى منك هذه السلعة وأسدد ثمنها بعد شهر، أو بعد ستة أشهر، أو بعد سنة، إذا جاء الأجل قال البائع للمشتري: أنتضي أم تربي - سدد و إلا تزيد - فإن قال أسدد فيها ونعمت، وإن قال أريد أن أوجل، يقول أوجل لك في السداد و أزيد عليك في الثمن⁽⁴⁾.

ثانياً: ربا الفضل:

¹ - السيد سابق، فقه السنة، المرجع نفسه، ص125.

² - الروم: 39.

³ - عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، دار الكتب العلمية، لبنان، ط2، 2003م ج2، ص 221.

⁴ - جامعة المدينة العالمية، فقه المعاملات، (د.ط)، (د.س)، ص113.

وهو أن تكون الزيادة المذكورة مجردة عن التأخير، فلم يقابلها شيء وذلك كما إذا اشترى إردبا من القمح بإردب كيله من جنسه مقايضة، بأن استلم كل من البائع والمشتري ماله، وكما إذا اشترى ذهباً مصوغاً زنته عشرة مثاقيل بذهب مثله قدره مثقالاً⁽¹⁾.

وحكم هذا النوع من الربا لا خلاف في تحريمه بين فقهاء المذاهب الأربعة⁽²⁾، والدليل على ذلك قوله صلى الله عليه وسلم: (الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ، وَالْوَرَقُ بِالْوَرَقِ»، قَالَ سُلَيْمَانُ: أَوْ قَالَ: وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ، وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ، وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ، سَوَاءً بِسَوَاءٍ، فَمَنْ زَادَ عَلَى ذَلِكَ أَوْ ازْدَادَ فَقَدْ أَرْبَى، وَالْأَخِذُ وَالْمُعْطَى فِيهِ سَوَاءٌ)⁽³⁾

ثالثاً: الأصناف التي يقع فيها ربا الفضل و النسئنة.

أما الأنواع التي يدخل فيها الربا بالنص فهي: الذهب، الفضة، البر، الشعير، التمر، الملح، لقوله صلى الله عليه وسلم: (الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ، وَالْوَرَقُ بِالْوَرَقِ، قَالَ سُلَيْمَانُ: أَوْ قَالَ: وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ، وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ، وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ، سَوَاءً بِسَوَاءٍ، فَمَنْ زَادَ عَلَى ذَلِكَ أَوْ ازْدَادَ فَقَدْ أَرْبَى، وَالْأَخِذُ وَالْمُعْطَى فِيهِ سَوَاءٌ)⁽⁴⁾.

وقد قسم الفقهاء الأشياء الستة المذكورة إلى قسمين، كل قسم علة الربا فيه واحدة، فالذهب و الفضة قسم، وعلة الربا فيهما الوزن عند البعض، والتمنية القاصرة عند البعض الآخر، والتمنية المطلقة عند بعض ثالث، والمنفعة عند بعض رابع، والبر والشعير والتمر والملح قسم، وعلة الربا فيه قيل: الكيل، قيل لأنه طعام يقتات به ويدخر، وقيل لأنه طعام مطلقاً، وقيل غير ذلك إلى عشرة آراء.

¹ - الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، مرجع سابق، ج2، ص221.

² - عبد العزيز محمد عزام، فقه المعاملات، مرجع سابق، ص71.

³ - أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب بن علي الخراساني، النسائي، السنن الكبرى، تح: حسن عبد المنعم شلبي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 2001 م، كتاب البيوع، باب الملح بالملح، رقم: 6113، ج6، ص44.

⁴ - سبق تخريجه. الصفحة نفسها.

وإزاء هذا قال الفقهاء يقع ربا الفضل و النسئئة في هذه الأصناف فإذا اتحد الجنس والعلة حرم الاثنان، كما إذا بعت ذهباً بذهب أو فضة بفضة، أو بر ببر، أو شعير بشعير، أو تمر بتمر، أو ملحا بملح، فيحرم أن تأخذ أكثر مما أعطيت، فإذا اختلف الجنس واتفقت العلة حرم التأجيل وجاز التفاضل، فيجوز بيع عشرين جراماً ذهباً بخمسين جراماً فضة بشرط التقابض في المجلس⁽¹⁾.

المطلب الثاني: تحريم الغرر

قد نهى النبي صلى الله عليه وسلم عن الغرر لما فيه من ضرر على المسلم، في هذا المطلب بإذن الله سيتم تعريف الغرر، و بيان حكمه و أنواعه، و بعض صورته وفقاً لثلاثة فروع:

الفرع الأول: تعريف الغرر.

لغة: غَرَّ غَرَّرْتُ، يَغُرُّ، اغْرُرْتُ/ غُرٌّ، غُرورًا و غَرًّا، فهو غَارٌ، والمفعول مَغْرور و غَرِير غَرًّا فلانًا: خَدَعَهُ و أَطْمَعَهُ بالباطل⁽²⁾.

اصطلاحاً: هو ما يكون مجهول العاقبة، و لا يدري أيكون أم لا⁽³⁾.

وهو ايقاع الشخص في الغرر، و الغرر ما انطوت عنك عاقبته، وقد يكون بإخفاء عيب، وقد يكون بغير ذلك مما تجهل عاقبته⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: حكم الغرر.

الغرر محرم للأدلة التالية:

¹ - حسن أبوب، المعاملات المالية، دار السلام للطباعة والنشر، ط1، 2003م، ص191.

² - أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، ط1، 2008 م، ج2، ص1604.

³ - وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، الموسوعة الفقهية الكويتية، دار السلاسل الكويتية، ط2، 1404هـ، ج11، ص127.

⁴ - المرجع نفسه، ج7، ص317.

أولاً : من القرآن الكريم: قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذَلُّوا بِهَا إِلَىٰ الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴾ (1)

وقوله أيضاً ﴿ يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾ (2).

ثانياً من السنة النبوية : عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: (نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ بَيْعِ الْحِصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغُرْرِ) (3).

الفرع الثالث: أنواع الغرر.

ينقسم الغرر إلى نوعين هما:

1-الغرر القولي: وهو مدح السلعة بما ليس فيها ليغري لها، كأن يقول صاحب السلعة: هي جيدة أو مضمونة وهو يعلم أنها رديئة، ومثاله أيضاً أن يقول الشخص لآخر عامل، فلان فإنه ثقة وهو يعلم خلاف ذلك، وهذا لا يجوز، لأنه خديعة وغش.

2-الغرر الفعلي: وهو أن يفعل البائع في المبيع فعلاً يظهر للمشتري الترغيب فيه، وفي الواقع ليس هو كذلك، وذلك مثل صبغ الثوب القديم ليظهر أنه جديد (4).

الفرع الرابع: بعض صور الغرر.

للغرر صور نذكر منها ما يلي:

1- أن يعمد الرجل قد ضلت دابته أو أبق غلامه وثن الشيء من ذلك خمسون ديناراً، فيقول الرجل أنا آخذه منك بعشرين ديناراً، فإن وجده المبتاع ذهب من البائع ثلاثون ديناراً، وإن لم يجده ذهب البائع من المبتاع بعشرين ديناراً.

2- ومن الغرر شراء ما في بطون الإناث (5).

1- البقرة:188.

2- النساء:29.

3- مسلم، صحيح مسلم، كتاب البيوع، في باب بطلان بيع الحصة و البيع الذي فيه الغرر، رقم: 1513، ج3، ص 1153.

4-صادق عبد الرحمان الغرياني، مدونة الفقه المالكي وأدلته، مؤسسة الريان، ط2، 2002م، ج3، ص464.

5-أحمد الشرباصي، المعجم الإقتصادي الإسلامي، دار الجيل، (د.ط) 1981م، ص318.

3- ومن صورته كذلك من اشترى ثياباً مطوية ولم ينشرها، فالبيع فاسد⁽¹⁾.
4- ومن صورته أيضاً، بيع الحصاة وهو أن يساوم الرجل الرجل في سلعة، ويبد أحدهما حصاة فيقول لصاحبه: إذا سقطت الحصاة من يدي فقد وجب البيع بيني وبينك. وقيل: هو أن تكون السلعة منشورة فيرمى المبتاع حصاة فأيهما وقعت عليه وجبت له بما سهيما من الثمن.

ومن صورته كذلك بيع بيعتين في بيعة واحدة، وبيع العربان، وتفسيره أن يشتري الرجل السلعة، ويعطيه ديناراً أو درهما فيقول له: "إن أخذتها فذلك من الثمن، وإن تركتها كان ذلك باطلاً بغير شيء"⁽²⁾.

المطلب الثالث: تحريم القمار.

في هذا المطلب سيتمّ على بركة الله تعريف القمار و بيان مدى خطورته على المجتمع وفقاً لفرعين كما يلي:

الفرع الأول: تعريف القمار .

أولاً: لغة: قامر الرجل مقامرة وقماراً: راهنه⁽³⁾، وفي معنى القمار الزيادة و النقصان حتى قال أهل اللغة: إنَّ القمر مشتق من القمار زيادته و نقصانه⁽⁴⁾.

ثانياً: اصطلاحاً: القمار يراد به نوع من المراهنة على صفقة خاصة قد يكسب فيها الشخص مبالغ ضخمة في لحظات، وقد يخسر بعضها في لحظات، وقد لا يكسب شيئاً مطلقاً بل يخسر ما معه من المال، وهذا القمار نوع من الغش⁽⁵⁾.

¹- خلف ابن أبي القاسم محمد، تهذيب في اختصار المدونة، دار البحوث للدراسات الإسلامية و احياء التراث العربي، دبي، ط1، 2002م، ج3، ص225.

²- أبو الوليد محمد بن أحمد القرطبي، المقدمات الممهدة، (د.د.)، ط1، 2002م، ج2، ص72.

³- ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج5، ص115.

⁴- أبو الفضل زين الدين عبد الرحمان، طرح التثريب في شرح التقریب، دار الفكر العربي، (د.ط.)، (د.س.)، ج6، ص134.

⁵- غالب بن علي العواج، المذاهب الفكرية المعاصرة ودورها في المجتمعات وموقف المسلم منها، المكتبة العصرية الذهبية، جدة، ط1، 2006م، ج2، ص1315.

الفرع الثاني: حكم القمار

وقد نصّ على تحريمه مالك وأبو حنيفة وأحمد وكرهه الشافعي_رحمهم الله تعالى⁽¹⁾

قَالَ تَعَالَى: ﴿وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ﴾⁽²⁾، وعن أبي نجيح عن أبي مجاهد

⁽³⁾قال : (هي قدام القمار يضربونها لكل سقي وغزو وتجارة)⁽⁴⁾ ، قَالَ تَعَالَى: ﴿

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ﴾⁽⁵⁾

الميسر يعني القمار نزلت في عبد الرحمن بن عوف⁽⁶⁾، وعمر بن الخطاب، وعلي بن أبي طالب، ونفر من الأنصار- رضي الله عنهم - وذلك أَنَّ الرَّجُلَ يَقُولُ فِي الْجَاهِلِيَّةِ: أَيْنَ أَصْحَابِ الْجَزُورِ، فَيَقُومُ نَفَرٌ فَيَشْتَرُونَ الْجَزُورَ فَيَجْعَلُونَ لِكُلِّ رَجُلٍ مِنْهُمْ سَهْمًا، ثُمَّ يُفَزَعُونَ فَمَنْ خَرَجَ سَهْمُهُ يَبْرَأُ مِنَ الثَّمَنِ حَتَّى يَبْقَى آخِرُهُمْ رَجُلًا فَيَكُونُ ثَمَنُ

¹ - أبو محمد بن أحمد بن موسى ، عمدة القارىء شرح صحيح البخاري، دار احياء التراث العربي، بيروت،(د.ط)، (د.س) ،ج18 ، ص208.

² - المائدة :03.

³ - هو عبد الله بن أبي نجيح لإمام، الثقة، المفسر، أبو يسار الثقفي، المكي. واسم أبيه: يسار، مولى الأحنس بن شريق الصحابي. قال ابن عيينة: هو مفتي أهل مكة بعد عمرو بن دينار. وكان جميلاً، فصيحاً، حسن الوجه، لم يتزوج قط. ينظر: شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي، سير أعلام النبلاء ، دار الحديث القاهرة، (د.ط)، (1427هـ-2006م، ج6، ص274.

⁴ - أبو الحجاج مجاهد بن جبر التابعي، تفسير مجاهد، تح: محمد عبد السلام، دار الفكر الإسلامي الحديث، مصر 1، 1989م، ج1، ص300.

⁵ - البقرة :219.

⁶ - عبد الرحمن بن عوف بن عبد عوف الزهري ابن عبد بن الحارث بن زهرة بن كلاب بن مرة بن كعب بن لؤي، أبو محمد. أحد العشرة، وأحد الستة أهل الشورى، وأحد السابقين البدرين، القرشي، الزهري. وهو أحد الثمانية الذين بادروا إلى الإسلام. له عدة أحاديث. روى عنه: ابن عباس، وابن عمر، وأنس بن مالك، له في (الصحيحين) حديثان ينظر: شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي، سير أعلام النبلاء، تح: مجموعة من المحققين بإشراف الشيخ شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة ط3، 1985 م، ج1، ص68.

الجزور كله عليه وحده، ولاحق له في الجزور ويقتسم الجزور بقيتهم بينهم فذلك الميسر، وإنما سمي الميسر لأنهم قالوا لنا ثمن الجزور يقول الرجل أفعل كذا وكذا⁽¹⁾.

ومعنى الآية الكريمة : يسألونك يا محمد عن حكم الخمر وحكم القمار، فقل لهما إنَّ في تعاطيهما ضرراً عظيماً وإثماً كبيراً ومنافع مادية ضئيلة، لأنَّ ضياع العقل وذهاب المال وتعريض البدن للمرض في الخمر وما يسببه القمار من خراب البيوت، ودمار الأسر، وحدوث العداوة و البغضاء بين اللاعبين لا يساوي ما فيهما من نفع قليل تافه ومن هذه الآية يتبين لنا أنَّ الإثم أرجح من المنافع في الخمر والميسر⁽²⁾.

عن عبد الله بن عمرو، أن نبي الله صلى الله عليه وسلم: (نهى عن الخمر والميسر والكوبة والغبراء، وقال : كُلُّ مُسْكِرٍ حَرَامٌ)⁽³⁾.

الميسر القمار، والكوبة هي النرد وقيل الطبل، أي الصغير، وقيل البربط، والغبراء، ضرب من الشراب⁽⁴⁾

الفرع الثالث: من صور القمار.

عن أبي سعيد⁽⁵⁾ رضي الله عنه (أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْمُنَابَذَةِ)⁽¹⁾، والملامسة لمس الثوب وينظر إليه، أن يتابع القوم السلع لا ينظرون إليها ولا يخبرون عنها أو يتنابذ القوم السلع كذلك فهذا من أبواب القمار.⁽²⁾

¹ أبو الحسن مقاتل ابن سليمان بن بشير، تفسير مقاتل بين سليمان، تح: عبد الله محمود شحاته، دار إحياء التراث، بيروت، ط1، 1423هـ، ج1، ص188.

² حمود بن أحمد بن فرج الرحيلي، منهج القرآن الكريم في دعوة المشركين إلى الإسلام، عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية، ط1، 2004م، ج2، ص789.

³ أبو داود، سنن أبي داود، مرجع سابق، كتاب الأشربة، باب النهي عن المسكر، رقم: 3685، ج3، ص328.

⁴ علي بن السلطان محمد. أبو الحسن نور الدين الملا، مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح، دار الفكر، بيروت، ط1، 2002م، ج6، ص2389.

⁵ هو أبو سعيد الخدري، واسمه سعد بن مالك بن سنان بن عبيد بن ثعلبة بن عبيد بن الأبرج. وأمه أنيسة بنت أبي حارثة من بين عدي بن النجار، وأخوه لأمه قتادة بن النعمان. وكان أبو سعيد من أفاضل الأنصار، وحفظ عن رسول الله صلى الله عليه وسلم حديثاً كثيراً. ينظر: أبو بكر أحمد بن علي بن ثابت بن أحمد بن مهدي الخطيب البغدادي، تاريخ بغداد، تح: الدكتور بشار عواد معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 1422هـ - 2002م، ج1، ص532.

عن سفيان أنّ الليث وعطاء ومجاهد وطاوس³، قالوا: كل شيء من القمار فهو الميسر حتى لعب الصبيان بالجوز، وروي عن راشد بن سعد وحمزة بن حبيب مثله قالوا: حتى الكعاب والجوز والبيض التي يلعب بها الصبيان، وقال ابن كثير في تفسيره وأما الشطرنج فقد قال عبد الله ابن عمر: أنه شرٌّ من النرد⁽⁴⁾ ومن المنكرات للعب بالنرد والشطرنج، وسائر أنواع القمار وقد صحَّ عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال: (مَنْ لَعِبَ بِالنَّرْدِ فَقَدْ عَصَى اللَّهَ وَرَسُولَهُ)⁽⁵⁾.

قال علي بن أبي طالب رضي الله عنه: الشطرنج ميسر الأعاجم ومَرَّ يقوم يلعبون بها فقال ماهذه التماثيل التي أنتم لها عاكفون؟ لأنّ يمسك أحدكم جمرًا حتى يطفأ خير لها من أن يمسخها، وقال أيضاً: صاحب الشطرنج أكذب الناس يقول أحدهم: قتلت وما قتل، وقال مالك بلغنا أنّ ابن عباس ولي مالاً ليتيم فوجدها فيه، فأحرقها وسئل محمد بن علي المعروف بالباقر عن الشطرنج، فقال: دعونا من هذه المجوسية⁽⁶⁾

البيع عن طريق سحب الأرقام بأن تكون البضاعة مرقمة، فيدفع المشتري مبلغاً محددًا، أو يأخذ رقماً يستلم به بضاعة أعلى مما دفع أو أقل مما دفع كأن يدفع عشرة، ويأخذ سلعة بمائة.

¹ - أبو بكر بن أبي شيبة، الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار، تح: كمال يوسف الحوت مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1409هـ، كتاب البيوع والأفضية، باب من كان ينهي الملامسة والمنابذة، رقم: 22274، ج4، ص476.

² - أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، دار المعرفة، بيروت، (د.ط.)، 1379هـ، ج4، ص359.

³ - أبو عبد الرحمن طاوس بن كيسان الخولاني الهمداني اليماني، من أبناء الفرس؛ أحد الأعلام التابعين، سمع ابن عباس وأبا هريرة رضي الله عنهما، وروى عنه مجاهد وعمرو بن دينار، وكان فقيهاً جليل القدر نبيه الذكر. قال ابن عيينة: قلت لعبيد الله بن يزيد: مع من تدخل على ابن عباس قال: مع عطاء وأصحابه. قلت: وطاوس قال: أيها، كان ذلك يدخل مع الخواص. وقال عمرو بن دينار: ما رأيت أحداً قط مثل طاوس.

ينظر: أبو البرمكي الإربلي، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تح: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، (د.ط.)، 1900م، ج2، ص509

⁴ - أبو محمد محمود بن موسى، عمدة القارىء، مرجع سابق، ج16، ص208

⁵ - ابن ماجه، سنن ابن ماجه، مرجع سابق، كتاب الأدب، باب اللعب بالنرد، رقم: 3762، ج2، ص1237.

⁶ - عبد الرحمان بن أبي بكر جلال الدين السيوطي، حقيقة السنة والبدعة الأمر بالاتباع والنهي عن الابتداع، تح: ذيب بن مصري ابن منصور بن ناصر القحطاني، مطابع الرشيد، (د.ط.)، 1409هـ، ج1، ص193.

بيع اليانصيب وهو أن تباع أوراق كثيرة وكل واحدة تحمل رقماً، فتباع بثمان قليل كريال مثلاً، وفي يوم السحب يختار البائع بعض الأوراق عشوائياً فيفوز من اختير⁽¹⁾.

المطلب الرابع: تحريم الغش.

في هذا المطلب بإذن الله -سيتّم وفق ثلاثة فروع تعريف الغش، و حكمه، و من ثمّ صورته، كما يلي:

الفرع الأول: تعريف الغش .

أولاً: لغة: غشه لم يحضه النصح، أو أظهر له خلاف ما أضمّره، كغششه، والغش بالكسر الاسم منه، والغل و الحقد، ورجل غش بالفتح عظيم السرة، وبالضم الغاش، جمع: غشون، والمغشوش الغير خالص، و اغتشه ضد انتصحه، أو ظن به الغش⁽²⁾.

ثانياً: اصطلاحاً: الغش ضد النصح، ويكون بإظهار البائع ما يوهّم جودة في السلعة، كذبا أو يكتّم عيباً فيها⁽³⁾.

وقد عرفه ابن عرفة -رحمه الله- بقوله: إيداء البائع ما يوهّم كمالاً في مبيعه، كاذباً أو كتم عيبه⁽⁴⁾.

فالغش هو أن يكتّم البائع عن المشتري عيباً، في المبيع لو اطّلع عليه لما اشتراه بذلك الثمن⁽⁵⁾. و هو إظهار خلاف ما في الواقع، كخاط الجيد بالردىء لتكثيره، كخاط السمن بما يشبه لونه، ليظهر للغير أن الجميع جيد⁽⁶⁾.

¹ - محمد بن ابراهيم ابن عبد الله التويجري، موسوعة الفقه الاسلامي، بيت الأفكار الدولية، ط1، 2009م، ج3، ص610.

² - محمد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة للطباعة و النشر، لبنان، ط3، 2005م، ص600.

³ - صادق عبد الرمان الغرياني، مدونة الفقه المالكي، مرجع سابق، ص190.

⁴ - ابن الرّصاع ، شرح حدود ابن عرفة، مرجع سابق، ج2، ص 317.

⁵ - وزارة الأوقاف و الشؤون الدينية، الموسوعة الفقهية الكويتية، مرجع سابق، ج2، ص171.

⁶ - شهاب الدين القراوي الأزهرى ، الفواكه الدواني على رسالة زيد القيرواني، دار الفكر، (د،ط)، 1995م، ج2، ص285.

الفرع الثاني: حكم الغش.

يحرم في التجارة جميع أنواع الغش والخداع، وترويج السلعة باليمين الكاذبة⁽¹⁾.

وقد اتفق الفقهاء على أن الغش حرام سواء أكان بكتمان العيب في المعقود عليه أو الثمن أو بالكذب و الخديعة وسواء أكان في المعاملات أم في غيرها من المشورة والنصيحة⁽²⁾، وأدلة تحريم الغش هي كالتالي :

أولاً: من القرآن الكريم : قَالَ تَعَالَى: ﴿وَبَلِّغْ لِلْمُطَفِّينَ ۝١ الَّذِينَ إِذَا أَكَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝٣﴾⁽³⁾، وقوله أيضاً: ﴿وَالِئِنَّ مَدِينَتِ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَنْفَوِرَ عَبْدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۝٨٥﴾⁽⁴⁾.

ثانياً: من السنة النبوية: قوله صلى الله عليه وسلم: (وَمَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا)⁽⁵⁾.

الفرع الثالث: صور الغش .

يكون الغش بالفعل و بالقول، كخلط الجيد بالردئ، والقديم بالجديد، في الزيت، والقمح، والشعير ونحوه، وخلط اللبن بالماء، ويكون بطلاء الأواني، والمعدات، والسيارات لإظهار أنها جديدة، ويكون بكتم العيب في الجدار بإخفائه، وفي السيارة المعطوب محركها، أو المكسور هيكلها في الحادث، وبإخفاء المرض في الحيوان، وبوضع الجيد من الفاكهة في أعلى السلال والردئ تحته، وبنقص الوزن في الخبز، ونحوه مما تعارف الناس على وزنه، وبتطيف الكيل فيما تعارف الناس على كيله، وباستعمال

¹ - المرجع نفسه، ص125.

² - عبد الرحمان الغرياني، مدونة الفقه المالكي، مرجع سابق، ص190.

³ - المطففين: 03

⁴ - الأعراف: 85.

⁵ - مسلم ، صحيح مسلم، كتاب الايمان، باب قوله (صلى الله عليه وسلم) من غشنا فليس منا، رقم:164، ج1، ص99.

موازن غير دقيقة، مثل الموازين الصغيرة، التي تقوم فكرتها على تمدد الأسلاك الحلزونية، وانضغاطها، فإنها بالاستعمال تتناقض كفاءتها، فلا بد من مراجعتها، ومن الغش علف الحيوان، بما يظهر سمنه ويفسد لحمه، كما يفعل كثير من الناس، يعطون العلف الخاص بالدجاج للماشية، فينتفخ لحمها في وقت قصير، ويظهر كأنه سمن، فإذا ما ذبحت وجدت مخيبة للأمال، لحم قليل وريح كريهة⁽¹⁾.

المبحث الثالث: مراعاة مقاصد الشريعة ومصالح العباد.

لما تذكر مقاصد الشريعة يطمئن الإنسان لما له، سالما من كيد الواقع وحيله، بعيدا عن كل ما يعكر صفو عيشه، لذلك لا يمكن أن يتصور فقه المعاملات من غير مقاصده، خاصة في التّرجيح بين أقوال فقهاءه، فكان هذا المبحث مسائرا لحد ما تطوّر التّقنية بمطالبه التي تنطوي تحتها عناوين مجملة، من مراعاة مقاصد الشريعة عامة إلى مصالح العباد خاصة، وما يربط الشريعة الإسلامية بالمصالح والمقاصد إلى ما أحدثته المقاصد في المعاملات المالية كالاتي:

المطلب الأول: مراعاة مقاصد الشريعة عامة.

وضع الشرائع إنّما هو لمصالح العباد، في العاجل والآجل معا⁽²⁾، فمقصود الشارع من إنزال الشريعة تحقيق مصالح العباد في الدارين، أي منفعتهم ودفع الضرر عنهم، وهذه المصلحة التي تقيّمها الشريعة، لا تعرف الحدود ولا الحواجز، فتشمل الحياة الأخرى، كما تشمل الحياة الدنيا، فأما مصلحة الإنسان في الدنيا فبأن يعيش منعما بحفظ دينه ونفسه ونسله وعقله وماله وأما مصلحته في الآخرة فبفوزه بالنعيم و النجاة من الخسران المبين⁽³⁾، والتجارة تدخل في هذه المقاصد.

¹ عبد الرحمان الغرياني، مدونة الفقه المالكي، مرجع سابق، ص191/192.

² أبو اسحاق ابراهيم بن موسى اللخمي الشاطبي، الموافقات في أصول الشريعة، المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط2، 1985م، ج2، ص06.

³ عبد الرحمان ابراهيم زيد الكيلاني، قواعد المقاصد عند الإمام الشاطبي، دار الفكر، سوريا، ط1، 2000م، ص127.

وقد أولت الشريعة الإسلامية اهتماما كبيرا بالجانب المالي سواء من جانب الوجود، أو من جانب العدم، فمن جانب الوجود شرعت أساليب شتى للحصول عليه كالتكسب⁽¹⁾، والتجارة تدخل في هذه المقاصد، أما من جانب العدم، فقام بحفظها من أكل أموال الناس بالباطل، قَالَ تَعَالَى: **يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا** ﴿١٦٢﴾

وقد نصّ الشاطبي على قاعدة تدل على أهمية قضاء المصالح، في جواز التجارة مفادها: "كل تكملة من حيث هي تكملة، فلها شرط، وهو أن لا يعود اعتبارها على الأصل بالإبطال"⁽²⁾.

وهذه القاعدة تظهر الأثر العملي للاختلاف في الرتبة، والمكانة بين المكملات، ومصلحة المكملات، ولذلك توجب تقديم مصلحة المكملات، حفظا على أصل المصلحة، الذي قامت الشريعة الإسلامية عليها، فعقد البيع في أصل مشروعيته ضروري، كذلك الشروط اللاحقة به، كمنع الغرر والجهالة من الشروط المكملة، فلو اشترط نفي الغرر والجهالة في كل بيع، لا نحسم باب البيع في كثير من المعاملات التي يكون الغرر والجهالة فيها يسيرا⁽³⁾.

وأساس التشريع الاقتصادي الإسلامي هو المصلحة، فالذي لا شك فيه أن الشريعة الإسلامية مبنية على مراعاة المصلحة العامة، في جميع ما يرجع للمعاملات الإنسانية، لأن غايتها تحقيق السعادة للعباد، في الدارين⁽⁴⁾.

فالمصلحة تعد من أهم الأسس في المعاملات التجارية بين البشر، لأنه لم يفتح باب الاستصلاح إلا في جانب المعاملات، ونحوها مما تعقل معاني أحكامها⁽⁵⁾.

¹-محمد طاهر ابن عاشور، مقاصد الشريعة الإسلامية، دار النفائس، الأردن، (د،ط)، (د،س)، ص316/315.

²-الشاطبي، الموافقات، مرجع سابق، ج2، ص13.

³-عبد الرحمان ابراهيم زيد الكيلاني، قواعد المقاصد، مرجع سابق، ص192/193.

⁴-علال الفاسي، مقاصد الشريعة ومكارمها، دار الغرب الإسلامي، ط2، 1993م، ص193.

⁵-عبد الوهاب خلاف، مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، دار القلم، الكويت، ط2، 1993م، ص91/90.

كما جاء في تقرير المسائل الفقهية المستجدة، أن الفقه لم يقف يوماً أمام ما يستجد من الحوادث، وأن المعاملات التجارية الجديدة لا تكون شرعية إلا إذا استندت إلى دليل شرعي، وأدلة الأحكام في أصول الفقه، هي القرآن الكريم، والسنة النبوية، والإجماع، والقياس، والمصلحة المرسلة، والاستحسان، وسد الذرائع، ولو طبقنا ذلك على المعاملات المستحدثة فإننا ننظر إلى الآثار المترتبة عليها من حيث المنافع و المضار، فتباح حين الحاجة الملحة، وهو الطريق الصحيح لمعرفة أحكام المعاملات الجديدة⁽¹⁾.

المطلب الثاني: مراعاة مصالح العباد عامة .

وبما أن المصلحة هي أكثر ما تسعى الشريعة لتحقيقه رغم كثرة المستجدات التي يصعب معرفة ما تؤول إليه، إلا أن هذا ما يزيد إثبات صلاحيتها في كل حين، ويظهر ذلك في فروع هذا المبحث، حيث كان الفرع الأول: ضبط الشريعة لتعريف المصلحة، والثاني: أقسامها، كالتالي:

الفرع الأول: تعريف المصلحة .

أولاً: لغة: مشتقة من: صلح، يصلح، صلاحاً، و مصلحة على وزن مفعلة، ضدّ الفساد.⁽²⁾

ثانياً: اصطلاحاً: هي المحافظة على مقصود الشرع، ومقصود الشرع من الخلق خمس: وهو أن يحفظ عليهم دينهم وأنفسهم وعقولهم ونسلهم وأموالهم، فكل ما يتضمن حفظ هذه الأصول الخمسة هو مصلحة وكل ما يفوت هذه الأصول فهو مفسدة ودفعها مصلحة، فالمصلحة في الأصل جلب المنفعة ودفع الضرر وليس هناك تلازم بين المصلحة والمفسدة في عرف الناس فالمصلحة في نظر الشارع هي المحافظة على مقاصد الشارع ولو خالفت مقاصد الناس⁽³⁾.

¹ - أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص: 129.

² - ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ج2، ص 516

³ - أبو حامد الغزالي، المستصفى من علم الأصول، مرجع سابق، ج2، ص482.

الفرع الثاني: أقسام المصالح باعتبار حكم الشرع فيها .

أولاً: المصلحة المعتبرة: هي ما شهد الشارع لاعتبارها فهي حجة ويرجع حاصلها إلى القياس وهو اقتباس الحكم من معقول النص والإجماع ومثاله وحكمنا أن كل ما أسكر من مشروب أو مأكول فهو حرام. (1)

ثانياً: المصلحة الملغاة: هي المصلحة المرجوحة التي عارضتها مصالح أولى منها بالتقديم والاعتبار فترجح حفظ الأهم على غيره، وذلك عندما تعذر الجمع بينهما وليس في هذا أي إلغاء أو إهدار لحقيقة المصلحة، وفي الخمر والميسر أوضح دليل على ذلك، فهما مفسد ومصالح وجانب الفساد هو الأكثر والمفسدة عامة فالإلغاء المصلحة فيها هو عين المصلحة. (2)

ثالثاً: المصلحة المرسلة: لم يعتبرها الشارع بالإلغاء ولا بالاعتبار وإنما هي مصالح مرسلة فأبي مصلحة تبقى مرسلة **قَالَ تَعَالَى: ﴿وَأَكَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾** (3) وقوله: **﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى﴾** (4)

المطلب الثالث: علاقة الشريعة بالمصالح و المقاصد.

اختلف العلماء في العلة الشرعية للحكم هل هي مؤثرة فيه أو معرفة له ورغم أن معظمهم اتفقوا في علم الكلام على أن أفعال الله غير معللة **قَالَ تَعَالَى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى﴾** (5) ، والمعاملات أحكام الأصل فيها الإباحة إلا ما حرم بالنص، لأن

¹ - المرجع نفسه، ج2، ص487.

² - أحمد الريسوني، نظرية المقاصد عند الشاطبي، سلسلة الرسائل الجامعية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1995، ص260.

³ - الحج: 77 .

⁴ - المائدة: 02.

⁵ - محمد سعيد رمضان البوطي، ضوابط المصلحة في الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ج3، ص73.

فيها رعاية لمصالح العباد العامة وأنّ مقاصد الشريعة ليست سوى تحقيق السعادة الحقيقية لهم .

والعلاقة بين الشريعة و المصالح علاقة محدودة بضوابط العبودية لله تعالى وأنّ الناس حتى وهم يسعون في سبل أرزاقهم و أقواتهم إنما ينالهم على ذلك من الأجر الديني ما يقابل تعبدهم لله جلّ جلاله وقصدهم إلى تسخير مصالحهم الدنيوية في سبيل أن يقفوا موقف العبودية له (1).

أي أنّ الشارع قصد تلك المصالح و أراد تحصيلها بالنسبة للمكلف من خلال القيام بالأحكام الشرعية فالقيام بالفرائض و التعاليم الدينية يؤدي إلى تحقيق مصالح عبادة الله وجلب مرضاته و الفوز بالجنة(2)

أدلة مراعاة الشريعة لمصالح العباد:

قوله تعالى : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ (3) ودلالة ذلك إرسال الرسل رحمة للناس لإنقاذهم من الوثنية و تبليغ الوحي عن طريقهم للناس وقوله ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ ﴾ (4) لأنّ العدل فيه حفظ مصالح العباد، وقوله صلى الله عليه وسلم: (الإيمان بضع وستون شعبة) (5) أعلاها شهادة أن لا إله إلا الله و أدناها إمطة الأذى من الطريق فقد جمع الرسول بين حقيقة الدين من طريقين اثنين أولهما التوحيد حيث يمتد الدين من هذه البداية منتهيا بآخر الطريق الثاني وهو أبسط نموذج لخدمة مصلحة العامة إمطة الأذى عن الطريق .

المطلب الرابع: أثر المقاصد الشرعية في المعاملات المالية المعاصرة.

يظهر أثر المقاصد الشرعية في المعاملات المالية المعاصرة في عدة نقاط:

¹ - المرجع نفسه، ص 74.

² - نور الدين الخادمي، علم المقاصد الشرعية، (د.د.)، ط1، 2001، ص25.

³ - الأنبياء: 107

⁴ - النحل: 90

⁵ - البخاري، صحيح البخاري، مرجع سابق، كتاب الايمان، باب أمور الايمان، رقم9 ، ج1، ص11.

1- في تفسير النصوص و استخراج معانيها ومقتضياتها، وفق ما لاح من مقاصد ومصالح، وذلك دون تكليف أو تعسف، وهذا التفسير ليس سوى إعمالاً للأصل المقر، وهو أن الشريعة مصالح كلها ورحمة كلها، وهذا التفسير يزيل قدراً كبيراً من دعاوى تعارض النص و المصلحة(1).

2- في الحكم على تصرفات وعقود المكلف.

3- في استنباط حكم مناسب للنوازل التي ليس فيها نص حكم الشارع.

4- في استنباط الأحكام من النصوص.

5- في الترجيح بين الأحكام و الاجتهادات المختلفة و المتعارضة.

والمقصد الأصلي في المعاملات هو اعتبار مآلات الأفعال، ومقاصد العقود(2)، والمقاصد المتفرعة عن هذا المقصد، مقاصد منها:

سد الذريعة وفتحها، والمنع من التحايل على إبطال الأحكام الشرعية، والاستحسان، وإبقاء الحالة على ما وقعت عليه، ولو كانت في الأصل غير جائزة، أو فاسدة، أو ممنوعة، لما يترتب على نقضها بعد وقوعها من مفسدة أكبر(3).

وأما المقاصد التابعة فأهمها:

1- جبر الشخص على فعل ما ينفع الغير ولا يضره.

2- الجبر على المعاوضة دفعا للظلم، أو منعا للضرر، أو للحاجة، أو للضرورة.

3- منع التعسف في استعمال الحقوق.

4- النيابة الشرعية في أداء الواجبات، مقررة على كل من وجب عليه بذل شيء وامتنع منه(4).

1- أحمد الريسوني محمد جمال باروت، الإجتهد (النص، الواقع، المصلحة)، دار الفكر المعاصرة، لبنان، ط1، 2000م، ص:53.

2- عبد اللطيف الشيخ توفيق الصباغ، مقاصد الشريعة والمعاملات الاقتصادية والمالية، الحوار الأربعاء في مركز الأبحاث الاقتصادية الإسلامية، بتاريخ 16/2/1430، بجامعة الملك عبد العزيز، ص14.

3- المرجع نفسه، ص14.

4- عبد اللطيف الشيخ توفيق الصباغ، مقاصد الشريعة والمعاملات الاقتصادية والمالية، مرجع سابق، ص: 15.

ملخص الفصل الثاني

مما خلاص إليه هذا الفصل هو حقيقة العقود التي محورها النقاء الإيجاب و القبول، وفق أركان وشروط شرعية محددة ، و زاد تبيانها ، بنماذج جائزة و فاسدة منها، و لا يمكن لمعاملة أن تصحّ إلاّ إذا خلت من الربّيا و القمار و الغشّ و الغرر، و تبقى الشريعة الإسلامية خير حافظ للبشرية باعتبار الحال و المال و المقصد.

الفصل الثالث

مُكْمُ التِّجَارَةِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ وَالتَّسْوِيقِ

الشَّبَكِي

وَشَرِكَةُ مَارْتشِيبِ Martship

بعد محاولة أخذ التصور الذي يضبط الذهن، وضبط علمي منهجي لحقيقة التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي الذي كان في الفصل الأول - بتوفيق الله - وأخذاً بالأدوات الشرعية اللازمة لتكييفها في الفصل الثاني آتي الآن - بإذن الله - إلى بيان أقوال الفقهاء في التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي، ثم إسقاطها على معاملات شركة مارتشيب (Martship) وفق المباحث التالية :

المبحث الأول: حكم الفقه في التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: حكم الفقه في التسويق الشبكي.

المبحث الثالث: حكم الفقه في شركة مارتشيب Martship .

المبحث الأول: حكم الفقه في التجارة الإلكترونية.

أولاً وقبل الخوض في هذه المسألة، أودّ التذكير بأنّ التجارة الإلكترونية معاملة مُستجدة، عرّفت بأنّها: (القضايا المالية التي استحدثها النَّاس، أو كانت مألوفة، غير أنّها بوسائل وإجراءات جديدة، ولم يرد بها نص شرعيّ خاص)، وليس المقصود بالعقود المستجدة أنّها عقود ليس لها أصل قديم، بل هي عقود منبثقة عن العقود المعتمدة شرعاً ولكنها بثوب جديد، أو بأساليب ووسائل حديثة تتناسب مع التطور في هذا العصر، وهذا الأخير هو ما عليه التجارة الإلكترونية، لذا فإنّ عقد البيع الإلكتروني مثل عقد البيع التقليدي باستثناء وسيلة الإبرام، فلا خلاف بينهما من حيث توافر الأركان العامة للعقد وأن تكون الغاية من العقد مشروعاً (1)، والأهمّ من كل هذا وذاك النقاء الإيجاب والقبول وتماشياً مع روح الشريعة التي جاءت لتحقيق مصالح العباد، خاصّة وأنّ البيع والشراء يجريان في الحياة مجرى الدّم في عروق الإنسان، وحرصاً من العلماء للوصول إلى الطيّب الذي يحبه الله تعالى من عباده، نجد الاختلاف في حكمهم، كل حسب فهمه وتخصّصه و إمامه بالنصوص الشرعيّة، ومنها ما سأتطرق إليه - بحول الله- في حكم التجارة الإلكترونية التي تتم عبر وسائل تنقل الكتابة وأخرى تنقل اللفظ، وفق منهجيّة الفقه المقارن مقسّمة على أربعة مطالب بدءاً بالأول الذي يكون للتعريف بالمسألة بذكر المتفق عليه والمختلف فيه من أقوال العلماء، يليه المطلب الثاني تبرز فيه اتجاهات العلماء وأدلتهم، فالمناقشات والترجيح الذي يكون في المطلب الثالث، ومن ثمّ أحكام التعاملات المالية بالإنترنت في المطلب الرابع، وبالأول نبدأ -على بركة الله-:

¹ - طاهر شوقي مؤمن، بحث بعنوان: عقد البيع الإلكتروني، ص350.

المطلب الأول: التعريف بمسألة "التجارة الإلكترونية" وتحرير محل النزاع فيها .
وفي هذا المطلب سأحاول إيراد ما اتفق عليه العلماء في الوسائل التي تلاقي الإيجاب والقبول في عقد البيع سواء التي تنقل اللفظ أو الكتابة، ومنها تحرير محل النزاع.
الفرع الأول: التعريف بمسألة "التجارة الإلكترونية":

لما كانت القاعدة الأساسية لإبرام العقود هي الرضا لكلا العاقدين، صار بعد المسافة لا يؤثر في العقد مادام المتعاقدان يسمعان الإيجاب والقبول، وقد تم تكييف التجارة الإلكترونية عبر وسائل نقل اللفظ بأنها عقد عن طريق إرسال الرسول، ولقد بات من البديهي أن الفقه الإسلامي يعتبر الرضا هو الأساس في إبرام العقود، بل ذهب الفقهاء إلى أبعد من هذا عندما اعتبروا التعاقد جائزا باتخاذ أي مسلك آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على التراخي لذا نجدهم متفقون على التعاقد بها.(1)
من أقوالهم الدالة على ذلك:

قال المرغيناني(2): الكتاب كالخطاب، وكذا الإرسال، حتى اعتبر مجلس بلوغ الكتاب وأداء الرسالة.(3)

¹ - سليمان عبد الرزاق مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة كلية الشريعة، 2005م، ص70.

² - المرغيناني: (530 - 593 هـ = 1135 - 1197 م)، علي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني المرغيناني، أبو الحسن برهان الدين: من أكابر فقهاء الحنفية نسبته إلى مرغينان (من نواحي فرغانة) كان حافظاً مفسراً محققاً أديباً، من المجتهدين، من تصانيفه: (بداية المبتدي)، وشرحه (الهداية في شرح البداية)، ينظر : الأعلام للزركلي، ج4، ص266.

³ - المرغيناني، الهداية في شرح بداية المبتدي، تح: طلال يوسف، دار إحياء التراث العربي، بيروت-(د.ط)، (د.س)، ج3، ص23.

قال الشاطبي: اللفظ ما هو إلا وسيلة إلى تحصيل المعنى المراد والمعنى هو المقال، قال النووي⁽¹⁾: "لو تناديا وهما متباعدان وتبايعا صح البيع".⁽²⁾
قال البهوتي⁽³⁾: وإن كان المشتري غائبا عن المجلس فكاتبه البائع ، أو راسله إني بعثك داري بكذا ، أو إني بعث فلانا داري بكذا - فلما بلغه أي المشتري - الخبر قبل البيع ، صح العقد⁽⁴⁾.

وبناء على ما قاله العلماء يتضح أن الأهم من وراء إبرام العقود هو ما تؤدّيه من مصلحة لكلا الطرفين بغض النظر عن وسيلة نقل اللفظ المستخدمة .
ووسائل نقل اللفظ التي أقصدها في بحثي هذا هي ما تعلق بشبكة الأنترنت من (سكايب / مسنجر / تويتر / فايبر / واتس آب / إيمو/ تانغو... الخ) .
إلا أن اختلاف الفقهاء نلحظه في وسائل نقل المكتوب ولا يمكن إطلاق الحكم على مصراعيه بل تحكمه بعض الضوابط⁽⁵⁾، التي ماهي في الأخير إلا حماية لمستخدمها ومنها :

- 1- من الضروري الجدّية التامة أثناء إبرام العقود.
- 2- الحذر من الوقوع في الربا بالإتجار في الأصناف الربوية التي يشترط فيها القبض في مجلس العقد .

¹ _ (631 - 676 هـ = 1233 - 1277 م) ، يحيى بن شرف بن مري بن حسن الحزامي الحوراني، النووي الشافعي، أبو زكريا، محيي الدين: علامة بالفقه والحديث. مولده ووفاته في نوا (من قرى حوران، بسورية) واليه نسبة، تعلم في دمشق، وأقام بها زمنا طويلا. من كتبه: تهذيب الأسماء واللغات -منهاج الطالبين - دقائق - تصحيح التنبيه... ينظر : الأعلام للزركلي ، ج8، ص149.
² - النووي، المجموع، دار الفكر، (د.ط)، (د.س)، ج9، ص181.
³ - البهوتي: (1000 - 1051 هـ = 1591 - 1641 م): منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي: شيخ الحنابلة بمصر في عصره، نسبته إلى (بهوت) في غربية مصر. له كتب، منها: (الروض المربع شرح زاد المستنقع المختصر من المقنع) و (كشاف القناع عن متن الإقناع للحجاوي) ، و (دقائق أولي النهى لشرح المنتهى)، ينظر: الأعلام للزركلي، ج7، ص307.
⁴ - البهوتي، كشاف القناع، دار الكتب العلمية، (د.ط)، (د.س)، ج3، ص148.
⁵ - سليمان عبد الرزاق مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص72.

3- التثبت من شخصية كل من العاقدين لبعضهما، ففي حالة إنكاره صدور اللفظ منه فعليه إثبات ذلك لأنه المدعي.

الفرع الثاني: تحرير محل النزاع.

اختلف الفقهاء في التعاقد بالكتابة، لذلك مادام التعاقد عبر الأنترنت فيه ما هو بالكتابة، فسيكون حكم إجراء هذه العقود بناء على آراء الفقهاء فيها .

المطلب الثاني : أقوال العلماء في "التجارة الإلكترونية" وأدلتهم .

وبعد تحرير محل النزاع وذكر أقوال الفقهاء في المسألة سأحاول ذكر أدلة كل فريق

بحول الله :

القول الأول: المالكية، والشافعية في الرَّاجح، والحنابلة: صحة التعاقد بالكتابة مطلقاً، سواء كان بين حاضرين أو غائبين⁽¹⁾.

القول الثاني: الحنفية: صحة التعاقد بالكتابة: للغائبين دون الحاضرين⁽²⁾.

الفرع الأول: أدلة القول الأول_القائلين بصحة التعاقد بالكتابة مطلقاً_:

أولاً: من القرآن الكريم :

1- قوله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنُم بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ

بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْمَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي

عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا

يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمْلَئَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ لِئَلَّا يَكُنَ بِالْمَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ ﴿⁽³⁾

وجه الدلالة⁽⁴⁾:

¹ محمد ابن احمد ابن عرفة الدسوقي ، حاشية الدسوقي على شرح الكبير، دار الفكر، (د.ط)، (د.س)، ج3، ص03.

² محمد ابن أحمد بن أبي أحمد أبو بكر علاء الدين السمرقندي ، تحفة الفقهاء، دار الكتب العلمية ،بيروت ،ط2،

1994 م ج2، ص181.

³ البقرة : 282.

⁴ أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، تح: أحمد البردوني ، دار الكتب المصرية ،القاهرة، ط2، 1964 م، ج3، ص382.

أ. قوله تعالى : (فاكتبوه) يعني الدين والأجل. ويقال: أمر بالكتابة ولكن المراد الكتابة والإشهاد، لأن الكتابة بغير شهود لا تكون حجة. ويقال: أمرنا بالكتابة لكي لا ننسى.

2- قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾¹ قال السدي: هُوَ الْقَمَار، والرِّبَا، وَنَحْوَهُ، وَقَالَ غَيْرُهُ: كُلُّ الْعُقُودِ الْبَاطِلَةِ ﴿إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً﴾ يَقْرَأُ: بِالضَّمِّ وَالْفَتْحِ، قَدْ ذَكَرْنَا وَجْهَ الْقَرَأَتَيْنِ فِي سُورَةِ الْبَقَرَةِ، {عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ} أَي: بِطَيِّبَةِ نَفْسٍ مِنْكُمْ.⁽²⁾

دلالة على أن ما كان على طريق التجارة فشرطه التراضي، وهو من اثنين: البازل للثمن، والبائع للعين.⁽³⁾

وفي قوله (فاكتبوه) إشارة ظاهرة إلى أنه يكتبه بجميع صفته المبينة له. ثانياً: من السنة النبوية: عن ابن عباس رضي الله عنه : (بَعَثَ بِكِتَابِهِ إِلَى كِسْرَى، مَعَ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ حُدَافَةَ السَّهْمِيِّ)⁽⁴⁾.

عن أنس⁽⁵⁾: أن نبي الله صلى الله عليه وسلم: (كَتَبَ إِلَى كِسْرَى، وَإِلَى قَيْصَرَ، وَإِلَى النَّجَاشِيِّ، وَإِلَى كُلِّ جَبَّارٍ يَدْعُوهُمْ إِلَى اللَّهِ تَعَالَى)⁽⁶⁾.

¹- النساء: 29.

²- أبو المظفر، منصور بن محمد بن عبد الجبار ابن أحمد المروزي السمعاني، تفسير السمعاني، تح: ياسر بن إبراهيم، دار الوطن، الرياض، ط1، 1997م، ج1، ص418.

³- أبو حيان محمد بن يوسف بن علي بن يوسف بن حيان أثير الدين الأندلسي، البحر المحيط في التفسير، تح: صدقي محمد جميل، دار الفكر، بيروت، (د.ط)، 1420هـ، ج3، ص610.

⁴- البخاري، صحيح البخاري، كتاب المغازي، باب كتاب النبي صلى الله عليه وسلم لكسرى وقيصر، رقم: 4424، ج6، ص08.

⁵- ابن النضر بن ضمضم بن زيد بن حرام بن جندب بن عامر بن غنم بن عدي بن النجار. الإمام المفتي المقرئ المحدث، راوية الإسلام، أبو حمزة الأنصاري الخزرجي البخاري المدني، خادم رسول الله -صلى الله عليه وسلم- وقرابته من النساء، وتلميذه، وتبعه، ثبت مولد أنس قبل عام الهجرة بعشر سنين، أما موته: فاختلّفوا فيه، فروى معمر عن حميد: أنه مات سنة إحدى وتسعين.

ينظر: شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي، سير أعلام النبلاء، دار الحديث القاهرة، (د.ط)، (1427هـ-2006م، ج4، ص423).

⁶- مسلم، صحيح مسلم، كتاب الجهاد والسير، باب كتب النبي صلى الله عليه وسلم إلى ملوك الكفار يدعوهم إلى الله عز وجل، رقم: 1774، ج3، ص1397.

وجه الدلالة: لقد استعمل النبي صلى الله عليه وسلم، الكتابة في خطابه مع الملوك، فدعاهم إلى الدخول في الإسلام، فمادامت الكتابة صالحة للتعبير في نشر الدعوة، فهي صالحة لإنشاء العقود التي هي أقل منزلة من الدعوة.

الفرع الثاني: أدلة القول الثاني_ صحة التعاقد بالكتابة: للغائبين دون الحاضرين_:

استدل الحنفية على صحة التعاقد بالكتابة للغائبين دون الحاضرين، بالأدلة السابقة، لكنهم قالوا :

1- إن الحاجة ماسة بالنسبة للغائبين لاستخدام الكتابة للتيسير على المتعاقدين في التعامل بها، لتحصيل مستلزمات حياتهما فيرخص لهما، أما الحاضران فلا حاجة لاستخدامها في التعاقد لقدرتهما على النطق، الذي هو أقوى منها⁽¹⁾.

2- عدم اشتهار الكتابة لإنشاء العقود في عهد النبي غير أنها وسيلة ضرورية لا تصلح إلا للعاجز

3- إن الكتابة يدخلها احتمال التزوير، وهذا الاحتمال يمنع التعاقد بها، لما يترتب عليه من أضرار مما يخالف روح الشريعة⁽²⁾.

المطلب الثالث: مناقشة الأدلة و الترجيح

الفرع الأول : مناقشة الأدلة :

إن تقييد جواز التعاقد بالكتابة للغائبين فقط يحتاج إلى دليل، ولا دليل على ذلك، وأما الحاجة إليها بالنسبة للغائبين فهذا لا يتفق مع المبدأ السائد في الشريعة القاضي بأن الرضا هو أساس إبرام العقود⁽³⁾.

إن دعوى عدم اشتهار التعاقد بالكتابة في عصر النبوة غير مسلم به؛ لأن الأحاديث شاهدة على استعمال النبي صلى الله عليه وسلم_ لها في رسائله مع الملوك، للتعبير عما يريد من دعوتهم للدخول في الإسلام ولو سلم ذلك فلا يسلم أن عدم استعمالها

¹ ينظر: القرّة داغي، حكم إجراء العقود بآلات الاتصال الحديثة على ضوء قواعد الفقه الاسلامي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1992م، ص79

² ينظر: المرجع نفسه ، ص79

³ ينظر: القرّة داغي، حكم إجراء العقود بآلات الاتصال الحديثة على ضوء قواعد الفقه الاسلامي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1992م، ص79.

في عصر النبوة دليل على عدم جوازها، لأن مبنى هذه الدلالات على العرف، ولا دليل على منع الكتابة.

إن دعوى احتمال التزوير يتلشى مع وجود القرائن الدالة على نسبة الرسالة إلى صاحبها⁽¹⁾

الفرع الثاني: الرأي المختار.

بعد ذكر أقوال العلماء، ومناقشاتهم، أطمئن لترجيح قول الجمهور القائل بصحة التعاقد بالكتابة سواء كان بين الحاضرين، أم الغائبين، وذلك للأسباب التالية :

1-ينفق هذا القول مع الأساس الذي تقوم عليه العقود من الرضا، دون الالتفات إلى التقيد بأية شكلية.

2-جريان العمل بها في إبرام العقود، والتصرفات، واعتراف العرف قديماً، وحديثاً بصلاحيّة الكتابة للتعبير عن الإرادة.

3-لأنّ القلم أحد اللسانين⁽²⁾.

المطلب الرابع: أحكام التعاملات المالية بالإنترنت الصّادر عن هيئة إسلامية:

هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية⁽³⁾-ملخص المعيار الشرعي

رقم 38 - هو كما يلي :

أولاً: مستند جواز إنشاء المواقع التجارية على شبكة الإنترنت بشرط خلوها مما هو محرم شرعاً ، هو أن الأصل في المعاملات الإباحة ما لم يترتب عليها محظور شرعي، وأن إنشاء هذه المواقع يحقق مصالح كبيرة للناس في هذا العصر، والشريعة قامت على مراعاة مصالح العباد .

¹- ينظر: المرجع نفسه، ص79.

²- ابن عابدين محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين، رد المحتار على الدر المختار، دار الفكر، بيروت، ط2، 1992م، ج6، ص410.

³- حسين حسين شحاتة، بحث بعنوان: التجارة الالكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، ص41.

ثانياً: مستند جواز إبرام العقود المالية بواسطة الإنترنت أنه لا يترتب على ذلك محذور شرعي ، وأن العقود التي تبرم بواسطة الإنترنت لا تختلف عن العقود التي تبرم بالطرق التقليدية إلا من جهة وسيلة إبرامها، وأنه إذا كان الأصل في العقود الإباحة ما دامت تخلو مما يصادم قواعد المعاملات في الشريعة الإسلامية ، فإن الأصل في وسائل إبرام العقود الإباحة أيضاً ، ما دامت الوسائل تتحقق بها المتطلبات الشرعية لإبرام العقود.

ثالثاً: مستند تكييف إبرام العقد باستخدام المحادثة الصوتية أو المحادثة بالصوت والصورة بين المتعاقدين عبر الإنترنت على أنه تعاقد بين حاضرين، هو أن العاقدين يكونان حاضرين معاً من حيث الزمان ، وإن كانا غائبين من حيث المكان، حيث يكون بينهما حضور زماني معاصر لحظة تبادل الإيجاب والقبول، والمعتبر في اتحاد المجلس هو الاتحاد الزماني ، وقد صدر قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي بشأن حكم إجراء العقود بالاتصال الحديثة مؤكداً هذا ، حيث نص على أنه : (إذا تم التعاقد بين طرفين وفي وقت واحد وهما في مكانين متباعدين، وينطبق هذا على الهاتف واللاسلكي، فإن التعاقد بينهما يعتبر تعاقداً بين حاضرين، ولا فرق بين التعاقد بالهاتف أو بالمحادثة الصوتية عبر الإنترنت)⁽¹⁾.

رابعاً: مستند تكييف إبرام العقد باستخدام المحادثة الكتابية أو البريد الإلكتروني أو عبر الموقع على الشبكة على أنه تعاقد بين غائبين ، هو أن العاقدين لا يكونان حاضرين معاً من حيث الزمان، حيث لا يكون بينهما حضور زماني معاصر لحظة تبادل الإيجاب والقبول، وقد صدر بذلك قرار ندوة البركة للاقتصاد الإسلامي الذي نص على أنه : (إن الصيغة الشرعية (التكييف) للتعاقد بين شخصين لا يجمعها مكان واحد عبر الإنترنت (الشبكة الإلكترونية) أنه تعاقد بين غائبين عن طريق هذه الوسيلة إذا كان لا يسمح أحدهما كلام الآخر ، فيتخرج على التعاقد عن طريق الرسالة .

¹ - حسين حسين شحاتة، التجارة الالكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص 41.

خامساً: مستند عدم جواز رجوع الموجب عن إيجابه قبل انتهاء الفترة التي حددها الموجب لصلاحيته إيجابه ، ما قرره بعض المالكية من أن الإيجاب إذا قيد بوقت فإنه¹ يستمر قائماً ما بقي الوقت ، وقد أشار لهذا الخطاب وذكر أن ممن قال به أبو بكر بن العربي المعروف بتحقيقه ، وقد صدر بذلك قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي الذي نص على : (إذا أصدر العارض بهذه الرسائل إيجاباً محدد المدة، يكون ملزماً بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة، وليس له الرجوع عنه).

سادساً: مستند عدم اعتبار الرسالة الإلكترونية الموجهة عبر الموقع على الشبكة أو عبر البريد الإلكتروني والمتعلقة بالعقد المزمع إبرامه إيجاباً، إذا كانت لا تتضمن بيان جميع الحقوق والالتزامات الجوهرية ، أو كان مرسلها قد اشترط لنفسه الحق في رفض العقد ولو قبل الطرف الآخر، هو أن من شروط الإيجاب شرعاً أن يكون باتاً منجزاً لا يحتمل أمراً آخر⁽²⁾.

سابعاً: مستند انعقاد العقد باستخدام الإنترنت أياً كانت الطريقة وقت صدور القبول من الطرف الآخر سواء أعلم الموجب به أم لم يعلم، ما قرره الفقهاء من أن العقد توافق إرادتين، ومتى أعلن القابل عن رضاه بالإيجاب توافقت الإرادتان وتم العقد، وقد صدر بهذا قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي الذي نص على : " إذا تم التعاقد بين غائبين لا يجمعها مكان واحد ، ولا يرى أحدهما الآخر معاينة، ولا يسمع كلامه، وكانت وسيلة الاتصال بينهما هي الكتابة أو الرسالة أو السفار، (الرسول) ، وينطبق هذا على البرق والتلكس والفاكس وشاشات الحاسب الآلي (الحاسوب) ، ففي هذه الحالة ينعقد العقد عند وصول الإيجاب إلى الوجه إليه وقبوله .

ثامناً: مستند تحقق القبض شرعاً بقيام المشتري بعد إبرام العقد باستئصال البرامج والبيانات أو نحوهما من الموقع على الشبكة إلى جهاز حاسوبه الشخصي، أن القبض

¹-حسين حسين شحاتة، بحث بعنوان: التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، ص 41

²- المرجع نفسه، ص 41 .

يتحقق اعتباراً وحكماً بالتخلية من التمكن من التصرف ، وأن قبض الأشياء يختلف بحسب نوعها واختلاف الأعراف فيما يكون قبضاً لها ، وقد صدر بذلك قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي بشأن القبض وصوره وخاصة المستجدة منها .

تاسعاً: مستند تحريم الاعتداء على المواقع التجارية على الشبكة أو سرقة البيانات منها النهي عن جميع صور الاعتداء بقوله تعالى: ﴿لَا تَمْتَدُوا إِلَيْكُمْ إِلَٰهَ لَا يَحِبُّ الْمُعْتَدِينَ﴾، كما أن هذه المواقع تعتبر حقوق خاصة بأصحابها لها قيمة مالية ، ومن شأن الاعتداء إلحاق الضرر بأصحابها ، وقد صدر عن مجمع الفقه الإسلامي الدولي قرار يتضمن تحريم الاعتداء على الاسم التجاري والعنوان والعلامة التجارية ونحوها من الحقوق .

عاشراً: مستند جواز اعتماد التوقيع الالكتروني كوسيلة لإثبات هوية المتعاقدين عبر الانترنت ، بشرط أن يكون معتمداً من قبل القوانين المنظمة كوسيلة للإثبات ، هو دفع الضرر الذي قد ينشأ عن حصول التزيف في هوية المتعاقدين عبر الانترنت كما أن ذلك لا يتضمن محظوراً شرعياً ، والشريعة الإسلامية تدعو للعمل بالوسائل الفنية التي تسهم في حفظ المال الذي هو أحد المقاصد الخمسة⁽¹⁾.

حادي عشر⁽²⁾: مستند ثبوت حق العاقد في فسخ العقد إذا ثبت حصول التزيف أو التزوير أو الغلط في شخصية أحد العاقدين أو صفة فيه ، هو أن ذلك يعتبر من العيوب المؤثرة في رضا العاقد بإبرام العقد والرضا هو أساس العقود شرعاً ، وقد نص على ذلك جمهور الفقهاء .

ثاني عشر: مستند وجوب قيام الدولة بالرقابة على عقود الإذعان المبرمة بالإنترنت ، والتي يكون فيها الإيجاب موحداً وموجهاً للجمهور ، وينفرد فيها الموجب بتحديد شروط العقد ، وتكون متعلقة بسلع أو منافع يحتاجها الناس كافة والموجب محتكر لها ، هو عموم النصوص الآمرة بدفع الضرر وتحقيق العدالة .

¹- حسين حسين شحاتة، التجارة الالكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص41.

²- المرجع نفسه ، ص 42.

ثالث عشر: مستند ثبوت خيار فوات الوصف المرغوب فيه إذا تم التعاقد بناء على وصف محل العقد أو على الرؤية المتقدمة له أو على الأنموذج ، ثم وجد المحل مخالفاً أو متغيراً عن حالته عند الرؤية أو مغايراً للأنموذج ، هو حماية المتعاقدين وصيانة حقوقهم ، وقد نص على هذا جمهور الفقهاء⁽¹⁾ .

وبعد الوصول بتوفيق الله إلى حكم التجارة الالكترونية الذي كان الإباحة تأتي لدراسة حكم التسويق الشبكي بنفس الطريقة.

¹ - حسين حسين شحاتة، التجارة الالكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص43.

المبحث الثاني : حكم الفقه في التسويق الشبكي

إنّ التسويق الشبكي -على حد علمي- هو آخر طرق التسويق حديثة، وبعد أن كان وسيلة مشهورة فقد صار نظاما تسويقيا متكاملًا مدروسًا من طرف خبراء متخصصين، فكان من المهم معرفة حكم الفقه فيه، ويكون هذا وفق المطالب الأربعة التالية التي توضح على الترتيب : بعض الفروقات التي تميّز التسويق الشبكي عن الهرمي ومن ثمّ المطالب الثلاثة التي تدرس الحكم الشرعي وفق منهجية الفقه المقارن من تعريف بالمسألة وتحريير محل النزاع فيها ، تليها أقوال الفقهاء؛ وهي تفصيلاً في ما يلي:

المطلب الأول: الفرق بين التسويق الشبكي و الهرمي .

هذا المطلب كان نتاج خلط كبير بين المصطلحات في ذهني، وبعد اتضّاح الصورة ورفع الالتباس و التشابه بين كل من التسويق الشبكي والهرمي ، كان من الضروري توضيحها تفصيلاً كالآتي:

الفرق بين التسويق الشبكي و الهرمي .

1- التسويق الشبكي :

هو طريقة تسويق بديلة للتسويق التقليدي حيث يتم الاعتماد على المستهلك نفسه في ترويج منتجات شركة معينة، وذلك مقابل عمولات على حسب نظام واضح، ويتم الترويج في أي مكان ولا يشترط وجود موقع ثابت⁽¹⁾.

2-التسويق الهرمي:

من أهم مميّزات التسويق الهرمي هو عدم وجود منتج ذا قيمة، وبذلك يحصل المسوق الهرمي على عمولاته من سعر اشتراك العملاء الجدد، وهذا التسويق ليس له علاقة بالتسويق الشبكي، وقد تمّ تحريمه ، وحضره معظم الدول الكبرى مثل الإمارات و أمريكا .

¹-ينظر الموقع [http:// inasfathy.blogspot.com](http://inasfathy.blogspot.com)، أطلع عليه في: ماي 2017.

أهم الفروقات بين التسويق الشبكي والمخططات الهرمية :

نلخص أهم الفروقات بين التسويق الشبكي و الهرمي في شكل جدول ليسهل علينا المقارنة .

المخطط الهرمي	التسويق الشبكي	
لا يحتوي على منتج أو أن يكون المنتج بغير قيمة	يحتوي على منتج أو خدمة جادة و مفيدة	المنتج
تعتمد في أرباحها على سعر اشتراكات العملاء الجدد	تعتمد في أرباحها على بيع المنتج أو الخدمة	أرباح الشركة
لا تقدم أي عقود أو أن تقدم عقود صورية ليس أكثر	تقدم عقود و التزامات واضحة للمشاركين	العقود
لا تقدم أي حق يسمح لك من إعادة أموالك و إلغاء اشتراكك	تقدم فرصة لإلغاء الاشتراك وحق إعادة المنتج أو الخدمة و استعادة الأموال	حق الإلغاء
ليس لها أوراق رسمية و ليست مسجلة	مسجلة بأوراق رسمية و لها سجل قانوني	القانونية

المطلب الثاني : التعريف بمسألة التسويق الشبكي وتحرير محل النزاع فيها .

الفرع الأول: التعريف بمسألة التسويق الشبكي.

والذي لا شك فيه اتفاق العلماء على الالتزام بالضوابط الشرعية خلال هذه المعاملة المالية (1) ، خاصة فيما يخص الأصناف الربوية لاشتراط التقابض فيها، واتفق العلماء كذلك على أنه لا يجوز مدح البضاعة و وصفها بما ليس فيها من أجل الحصول على أجر أكبر (2) .

كما أنه لا خلاف بين أهل العلم المعاصرين في جواز التسويق الشبكي بجميع خطته إذا كان خاليا مما يتعلق بأصل المعاملة، وهو شرط الشراء مقابل الحصول على حافز التسويق ، وبهذا يحق لكل مسوق أخذ عمولة على تسويقه الناجح ، وهذا من السمسرة المشروعة في الإسلام (3).

الفرع الثاني: تحرير محل النزاع في التسويق الشبكي.

يعود الاختلاف في الحكم على التسويق الشبكي :

1- عدم اطلاع بعض الفقهاء المعاصرين على التفاصيل الدقيقة التي يقوم عليها التسويق الشبكي .

2- اختلاف كيفية عرض المسائل من قبل المستفتين، فمثلا: نجد المستفيد والناجح في هذا المجال قد يذكر فيها كل ما يدفع الريب في حليتها ، وقد يأتي آخر خسر في المجال لسبب ما فسيذكر كل ما يثبت الحرمة على هذه المعاملة .

3- مقصود المشتريين في نظام التسويق الشبكي : هل المنتج أم حافز التسويق (العمولة) (4) .

¹ - انظر المبحث 2 من الفصل 2 .

² - أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مرجع سابق، ص 8 .

³ - زاهر سالم بلفقيه ، بحث بعنوان : التسويق الشبكي تحت المجهر ، ص 13.

⁴ - خالد بن محمود بن عبد العزيز الجهني، التسويق الشبكي الهرمي من وجهة نظر إسلامية ، شبكة الالوكة www.alukah.net ، 1434 ، ص 15 .

المطلب الثالث: أقوال العلماء في التسويق الشبكي وأدلتهم.

في هذا المطلب _بحول الله تعالى_ سيتمّ التطرّق إلى أقوال العلماء و فق فرعين:
الأوّل: أقوال المجيزين وأدلتهم، والثاني أقوال المانعين و أدلتهم موضحة كالتالي:

الفرع الأول : القائلون بجواز التسويق الشبكي مطلقاً، كان قولهم مبنياً على الأدلة التالية :

1-إنّ الأصل في العقود الحل و الإباحة إلا ما دل الدليل على تحريمه وذلك لقوله تعالى : **قَالَ تَعَالَى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ﴾** ⁽¹⁾ والتسويق الشبكي معاملة جديدة لم يرد نص مانع منها: فتبقى على حكم الأصل وهو الإباحة ⁽²⁾ .

2- التسويق الشبكي هو سمسرة وهي جائزة شرعاً، إذا لم تقم على غش أو تدليس والعمولات الممنوحة من شركات التسويق الشبكي إنّما تقابل الدلالة والترويج لمنتجاتها ⁽³⁾ .

3-التسويق الشبكي هو وكالة ⁽⁴⁾، والوكالة جائزة لحديث عن عروة ⁽⁵⁾ يعني ابن أبي الجعد البارقي، قال: **أَعْطَاهُ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دِينَارًا يَشْتَرِي بِهِ أُضْحِيَّةً، أَوْ شَاةً**

¹ - البقرة: 275.

² - سعد بن تركي الخذلان، المعاملات المالية المعاصرة، دار الصميقي، ط1، 2012م، ص215.

³ - ينظر: فتوى موقعة ومنظورة بختم لجنة الإفتاء المصرية وتوقيع أمانة الفتوى بتاريخ: 2010/12/19م، (ملحق في نهاية المذكرة)

⁴ - رياض فرج بن مبروك بن عبدات، التسويق الشبكي، مرجع سابق، ص257.

⁵ - الخير بن عبد عروة بن أبي الجعد الأسدي بإسكان المهملة البارقي صحابي نزل الكوفة له ثلاثة عشر حديثاً انفقاً على حديث وعنه قيس بن أبي حازم والشعبي وسماك بن حرب ولي قضاء الكوفة لعمر قال الشعبي وهو أول من قضى بها. ينظر: أحمد بن عبد الله بن أبي العليم الخزرجي الأنصاري الساعدي اليمني، صفي الدين، خلاصة تذهيب تذهيب الكمال في أسماء الرجال، تح: عبد الفتاح أبو غدة، مكتب المطبوعات الإسلامية، دار البشائر، حلب ، ط5، 1416 هـ، ص264.

فَاشْتَرَى سَاتِنِينَ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بَدِينَارٍ فَاتَّاهُ بِشَاةٍ وَدِينَارٍ فَدَعَا لَهُ بِالْبُرْكََةِ فِي بَيْعِهِ كَانَ لَوْ
اشْتَرَى تَرَابًا لَرَبِحَ فِيهِ⁽¹⁾

¹ - استفاء الإمام ابن تيمية رحمه الله عن جماعة دالين مشتركين في بيع السلع، هل يقدح ذلك في دينهم؟ وهل لولي الأمر منعهم من غير أن يظهر عليهم غشّ و تدليس؟ فأجاب: أما إذا كان التاجر الذي يسلم ماله إلى الدلال قد علم أنه يسلمه إلى غيره من الدالين ورضي بذلك لم يكن بذلك بأس بلا ريب؛ فإن الدلال وكيل التاجر. والوكيل له أن يوكل غيره كالموكل باتفاق العلماء. وإنما تنازعا في جواز توكيله بلا إذن الموكل. على قولين مشهورين للعلماء. وعلى هذا تنازعا في شركة الدالين؛ لكونهم وكلاء. فبنوا ذلك على جواز توكيل الوكيل.⁽²⁾

وجه الدلالة: بناءً على هذا الاستدلال قال المجيزون إنَّ التسويق الشبكي ببساطة هو توكيل صاحب سلعة وكيلاً أي سمساراً في بيع سلعته مقابل جعل معلوم مع إعطائه حق توكيل بقدر معلوم، وكون نصيبه يزيد بزيادة عدد المشتريين لا مانع منه لأنه بسبب زيادة أعداد المشتريين تزيد أجرة السمسرة ولأنَّ الأصل هو صحة العقود إذا سلمت من الغرر والمخاطرة و الربا.⁽³⁾

5- المسوق في التسويق الشبكي هو أجبر عند الشركة والإجارة الجائزة شرعاً قَالَ
تَعَالَى: ﴿ قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ نَمُنَّكَ إِحْدَى أَبْنَتِي هَتَيْنِ عَلَيَّ أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَنِي حِجَجٌ فَإِنْ أَتَمَمْتَ
عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَسْأَلَكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ ﴿٢٧﴾ ٤

¹ - أبو داود، سنن أبو داود، كتاب البيوع، باب في المضارب يخالف، رقم: 3384، ج3، ص256.

² - تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني، مجموع الفتاوى، تح: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، السعودية، (د.ط)، 1995م، ج30، ص98.

³ - عمر سليمان الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مرجع سابق، ص09.

⁴ - القصص: 27.

6- وعن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم «مَا بَعَثَ اللَّهُ نَبِيًّا إِلَّا رَعَى الْغَنَمَ»، فَقَالَ أَصْحَابُهُ: وَأَنْتَ؟ فَقَالَ: (نَعَمْ، كُنْتُ أَرْعَاهَا عَلَى قَرَارِيضٍ لِلأَهْلِ مَكَّةَ)⁽¹⁾

7- لأن العمولات في التسويق الشبكي من باب الجعالة الجائزة في الاسلام والتي يستحقها المشترك عند اتيانه بعملاء جدد للشركة⁽²⁾

الفرع الثاني: القائلون بحرمة التسويق الشبكي، استدل أصحاب هذا القول بأدلة منها :

1- يصاحب هذه المعاملة الغش والتدليس والكذب والتلبيس على الناس وذلك من خلال:

2- التسويق الشبكي فيه أكل لأموال الناس بالباطل، قد قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا

لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾⁽³⁾.

الإمام النووي : وقوله تعالى ﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا﴾ وأجمعت الأمة على أن التصرف في المال بالباطل حرام سواء كان أكلا أو بيعا أو هبة أو غير ذلك وقوله تعالى (بالباطل) قال ابن عباس وغيره (إلا بحقها) قال أهل المعاني الباطل اسم جامع لكل ما لا يحل في الشرع كالربا والغصب والسرقة والخيانة وكل محرم ورد الشرع به.⁽⁴⁾

¹ - البخاري، صحيح البخاري، كتاب الإجارة، باب رعي الغنم على قراطيط، رقم: 2262، ج3، ص88.

² - خالد بن محمود الجهني، التسويق الشبكي من وجهة نظر إسلامية، مرجع سابق، ص21.

³ - النساء: 29.

⁴ - أبو زكرياء محيي الدين يحيى بن شرف النووي، المجموع شرح المهذب، دار الفكر، (د.ط)، (د.س)، ج9، ص145.

وجه ذلك في العقد أن الشركة أن أصحاب الشركة هم الظافرون بالأرباح الكبيرة، وغيرهم في الطبقات الدنيا يتكاثرون طمعا في الأرباح، ولكن يحال بينهم وبين ذلك لتوقف العمل أو لتشبع المجتمع، أو استنفاد قوائم المشتريين من معارفهم. (1)

3- إيهام الناس أن المنتج مقصود بالشراء والواقع خلافه.

4- المبالغة والتهويل بفوائد المنتجات لاستقطاب مشتركين كثر مما يوقع في الكذب والغرر.

5- إغراء المشتركين بالعمولات الكبيرة المتوهمة نتيجة اشتراكهم في هذه الشركات (2)

، قَالَ تَعَالَى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ (3)

6- هذه المعاملة محرمة لوجوه:

أ. أنها تضمنت الربا بنوعيه ربا الفضل و ربا النسيئة والمشارك يدفع مبلغا قليلا من المال ليحصل على مبلغ كبير، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهو الربا المحرم.

ب. أنها من الغرر المحرم شرعا، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا؟ وهذه هي حقيقة الغرر وهي تردد بين أمرين الغنم أو الغرم وقد نهى النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن الغرر. (4)

ت. جعل الشارع المال محققا غايات شرعية ضرورية حاجية تحسينية، وكل من الأخيرين يحقق المقصد الأول وهو تحقيق المقاصد الضرورية، والواقع في التسويق الشبكي يخالف ذلك، فإن المشتركين إنما يقصدون المال، والسلعة إنما هي حيلة لإضفاء المشروعية وجاء في حديث جابر بن عبد الله رضي الله عنهما، أنه سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ

1 - ازاهر سالم بلفقيه، التسويق الشبكي تحت المجهر، مرجع سابق، ص15.

2- رياض فرج بن مبروك بن عبدات، التسويق الشبكي، مجلة جامعة الناصر، جامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا، كلية التربية سيئون، العدد الثالث يناير 2014م، ص260.

3 - البقرة: 278.

4- سعد بن تركي الختلان، فقه المعاملات المالية المعاصرة، دار الصميعي، الرياض، ط1، 2012 م، ص117.

صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ: «إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ، وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ، فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ، وَيَسْتَنْصَبُ بِهَا النَّاسُ؟ فَقَالَ: «لَا، هُوَ حَرَامٌ»، ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: «قَاتِلَ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا، ثُمَّ بَاعُوهَا، فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ» (1)

المطلب الرابع: مناقشة أقوال العلماء و الرأي المختار.

خلال هذا المطلب سنتّم المناقشة وفقا لثلاثة فروع: الأول: مناقشة القائلين بالجواز والثاني مناقشة القائلين بالمنع، وصولا إلى الرأي المختار في كالتالي:

الفرع الأول: مناقشة أدلة القائلين بجواز التسويق الشبكي:

1- السمسرة المشروعة لا يشترط فيها شراء السمسار، وإنما عليه الترويج للسلعة لأنها جوهر السمسرة، فإن أمضى العقد استحق نصيبه المعلوم من المعاملة مقابل جهده وعمله وإلا فلا. (2)

2- الجعالة ليست من باب التسويق الشبكي لإختلاف حقيقي بينهما: أحدهما أن الجعالة لا يشترط فيها الشراء، بخلاف التسويق الشبكي . والآخر: أن جمهور الفقهاء أوجبوا حقا للعامل في الجعالة إن إنتفع بجزء عمله صاحب الجعالة، فإنه يشترط في الجعالة عدم استفادة الجاعل من جزء عمل العامل. (3)

3- التسويق الشبكي ليس من باب عقد الوكالة من فروق بينهما : أن الوكيل في عقد الوكالة لا يدفع ليصبح وكيلا بل يأخذ الأجرة المتفق عليها بشرطها، بينما في التسويق الشبكي يدفع الوكيل أجرة ليدخل في شبكة التسويق ، وهذا يجعل الترخيص على الوكالة غير مستقيم .

¹ البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب الميئة والاصنام، رقم:2236، ج3، ص84.

² رياض فرج بن مبروك بن عبدات، التسويق الشبكي، مرجع سابق، ص256.

³ زاهر سالم بلفقيه، التسويق الشبكي تحت المجهر، مرجع سابق، ص18.

الفرع الثاني: مناقشة أدلة القائلين بحرمة التسويق الشبكي:

1-المنتج حقيقة مقصود بالشراء، حيث إن الشخص يدفع مالا مقابل سلعة مقصودة، وهذا هو عين عقد البيع الصحيح إذا توافرت أركان صحته من عاقلين وصيغة ومعقود عليه.(1)

2- الرد على شبهة الربا ذلك أن المال المدفوع يقابل سلعة، أين الربا إذا؟(2)

3-الرد على شبهة أكل أموال الناس بالباطل وذلك أن المسوق يظفر مقابل أمواله على سلع، وما يحصله من لأموال إنما حوافز مقابل التسويق، فأين أكل أموال الناس بالباطل
الفرع الثالث: الرأى المختار:

بعد ذكر توجيهات العلماء ونظرتهم لمعاملة التسويق الشبكي مع ذكر أدلتهم ومناقشتهم، أجد همتي تقصر أمام الترجيح في مسألة كهذه ، لأنه وفي نظري المحدود الأدلة تكاد تكون متساوية والخلاف الفقهي حول مسألة التسويق الشبكي نابع من:

1-الفهم المختلف لكل فريق لآلية عمل هذه الشركات وحقيقتها.

2-اختلاف رؤى المفتين في الإطلاع على هذه الآلية .

3-طريقة عرض المسألة من طرف المستفتين.

ولذلك وجدت نفسي أميل للتوقف بدل الترجيح خاصة وأن ما سمعته وقرأته من دراسات وفتاوى متضاربة في نفس النقاط والمتمثلة في الضوابط الشرعية العامة للمعاملات المالية(3)، بحيث المفتي بالحلال كيفها فقها ويضبطها بتلك الضوابط، والمحرم يثبت ما فيها كل ما ينافي الشريعة ، وكل بأدلته وتوجيهاته للدليل حسب ما

¹- رياض فرج بن مبروك بن عبادات، التسويق الشبكي، مرجع سابق،ص261.

²- المرجع السابق،ص264.

³- الفصل 2-المبحث 2

يرمو إليه. -إلا أنني توصلت لنتيجة على قدر فهمي وقصر اطلاعي -وهي استفراد كل معاملة واستفرد كل شركة تعمل بهذا النظام بحكمها لأنني بتوفيق الله بعد زيارتي للمركز التجاري، ولقائي بالعديد من القادة في هذا المجال، ومناقشتي معهم ظهر لي الاختلاف بين ممثل كل شركة وأخرى، والفرق الجوهرى بين مصور الناجح في التسويق الشبكي، ومصور الفاشل فيه للمعاملة وعرضها على المفتي. إضافة أن العبرة ليست في التسمية ب"الهرمي" أو "الشبكي" أو "متعدد المستويات" ... إلخ، لأن طرق الاحتيال كثرت، ونحن في زمن تسمية الحرام بغير اسمه لذلك على المسلم تحري الحلال في معاملاته قدر المستطاع حتى لا يقع في الشبهات ولا في الحرام.

المبحث الثالث: حكم التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي في مارتشيب

قبل التطرق للأحكام الشرعية في شركة مارتشيب، لابد من التعرف على الشركة وإدراك ماتقدمه سواء من خدمات أو منتجات ومن ثم الحكم على معاملاتها طبقاً لما جاء في المباحث النظرية، فبهذا تكون شركة مارتشيب الرابطة بين النظري والواقعي وفق المطالب الأربعة التالية، حيث الأول يعرفنا بحقيقة الشركة ونشأتها ودورها، والثاني والثالث يبين ماهية التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي في مارتشيب على التوالي، ويختم بإسقاط النظري على التطبيقي في حكم التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي في مارتشيب.

المطلب الأول: التعريف بشركة مارتشيب ونشأتها ودورها:

في هذا المطلب بإذن الله تعالى سنتعرف على شركة مارتشيب وفق ثلاثة فروع، الأول: يكون للتعريف العام بها، ثم الفرع الثاني الذي يسرد تاريخها، و من ثم الثالث الذي يبين دورها، و هي التالي:

الفرع الأول : التعريف بالشركة:

هي أول منصّة حديثة ومحترفة ، وأول موقع جزائري المنشأ وربحي بعقد رسمي⁽¹⁾ قانوني بين المشترك والشركة .⁽²⁾

وهي شركة جزائرية مائة بالمائة ومعتمدة⁽³⁾، ومقرّها الرئيسي ببئر مراد رايس -الجزائر العاصمة -، وطريقة ربحها نابغة من خلال تكوين مجتمعات خاصة ، وتضمن هاته الشركة لأعضائها عقدا مضميا فيه كل الضمانات ، كما تسمح لهم بالإستفادة من الخدمات التي يستعملونها ويدفعون من أجلها دون الحاجة للتّقل ، ولها العديد من الفوائد : أولها الاستفادة من الخدمات العديدة 24/24 سا ، 7/7 أيام مع معاملات غير محدودة .



1 - ملحق : عقد الشركة في نهاية المذكرة .

2 - ينظر : www.almahouss-net.com .

3 -ملحق: نسخة من سجل قانوني للشركة في نهاية المذكرة.

الفرع الثاني : نشأة الشركة:

لقد أتت فكرة هذا البرنامج من خلال كثرة الحديث في مواقع الأنترنت وصفحات التّواصل الإجتماعي حول الرّبح من الأنترنت ، وهي حديثة النّشأة في أفريل 2016 وقد تمّ تأسيس الشركة من قبل السيد إسماعيل علالي (هو شاب جزائري متحصّل على شهادة الماجستير في المالية ، وخاضع لدورات التّسويق المستفيد منها في ديار الغربية وبالتّحديد من كندا سنة 2013 التي عاش بها قرابة 7 سنوات أين عمل هناك واكتسب الخبرة العالمية في التّسويق الشّبكي والتّعامل عن طريق الأنترنت حيث كان يقوم ب : الحجز، والكراء والبيع وتسديد الفاتورة من خلال الشبكة العنكبوتية (الأنترنت) بين الجزائريين والكنديين ، حيث تمّ التّسهيل على الجزائريين الذين رغبوا في زيارة وإقتناء بعض المتطلّبات من كندا ومن هنا جاءت فكرة مشروع الخوض في إنشاء شركة جزائرية بالفعل تنشط داخل الجزائر (1) .

الفرع الثالث : دور شركة مارتشيب :

من خلال ما سبق يتّضح أن شركة مارتشيب هي شركة بيع خدمات، والمتمثلة في: أولاً: شراء بطاقات التّعبئة من مقرات شركات متعاملي الهاتف النّقال وتعيد بيعها عن طريق الموقع الرّسمي للشركة في الأنترنت بحيث يستطيعون التّعبئة في أي ساعة ويمكن التّعبئة لافراد العائلة والأصدقاء ، والمبلغ غير محدود . ثانياً: توفير خدمة ال tousnabac : التي تضمن مرافقة ومتابعة للمتعلّم لتمنحه الدروس والحواليات بالنّسبة للبيكالوريا والدّروس الخصوصية تقدّم من طرف أستاذ متخصصّ دون الحاجة إلى التّنقل مع إمكانية التّواصل و المناقشة بكل وضوح و كأنّك معه (2).

ثالثاً: تقنية جديدة لتعبئة رصيد الهاتف : تحويل الرّصيد (flexy) عبر تطبيق الإندرويد أو جهاز الكمبيوتر دون الحاجة إلى إستخدام شريحة هاتف خاصة .

¹ - ينظر:الموقع martship.skyrock.mobi . اطلع عليه في: ماي 2017م

² - زيارة ميدانية ومقابلة شخصية مع مدير و سكرتيرة الشركة بتاريخ 13 افريل 2017 من 10:30 إلى 14:30 .

- رابعاً: بطاقات التَّعبئة (idoom+4G) دون اللّجوء لمراكز اتِّصالات الجزائر .
- خامساً: برامج الحماية kaspersky وغيرها .
- سادس: اشتراكات وأجهزة الإستقبال لباقة bein sport (1) .
- سابعاً: تسديد الفاتورة عن طريق الأنترنت .
- ✓ تمكين الزبّون الجزائري من الخروج عن الطّريقة الكلاسيكيّة إلى الطّريقة الذكيّة وتوفير عناء التنقل والتوجّه إلى المحلّات المتخصّصة حيث لقيت هذه الخدمة إستحساناً كبيراً من طرف المشتركين في الشركة . (2)
- ✓ توفر الخدمة 24/24 سا .
- ✓ توفر الخدمة 7 أيام / 7 أيام .
- ✓ المقربّون من المشترك يستطيعون الإستفادة من هته الخدمة ، حتّى دون الإشتراك مع الشركة . بحيث هناك إمكانيّة لتعبئة أرصدة (جازي او موبيليس او انترنات الى الأقارب او الأصدقاء من جهاز المشترك الخاص) .
- ✓ الحصول على مدخول ومكافأة شهريّة عند إستعمال هاته الخدمة وخاصة عند توسيع الشبّكة بعد دعوة مشتركين جدد .
- وكل هذه الخدمات مقابل دفع 4800 دج في السنة
- المطلب الثاني : ماهيّة التّجارة الإلكترونيّة في مارتشيب :**
- بعد الذي ذكرناه من خدمات مارتشيب الغير محدودة نأتي الآن لتوضيح كميّة التّسجيل للإستفادة من خدمات مارتشيب عبر الأنترنت وذلك وفق المراحل التّالية :

طريقة التّسجيل و الإستفادة من خدمات مارتشيب:

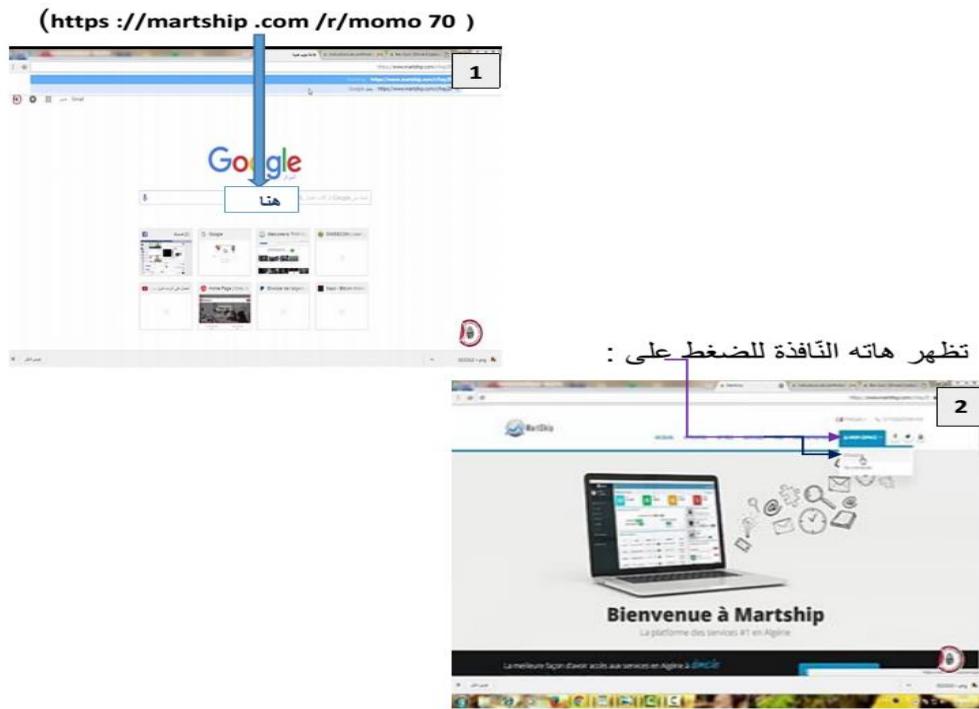
يكون مجّاناً وذلك بإتباع الخطوات التّالية :

أولاً : الدّخول لموقع الشركة عبر الأنترنت بكتابة :

¹ - ينظر: الموقع www.igiderinform.com . اطلع عليه في: ماي 2017م.

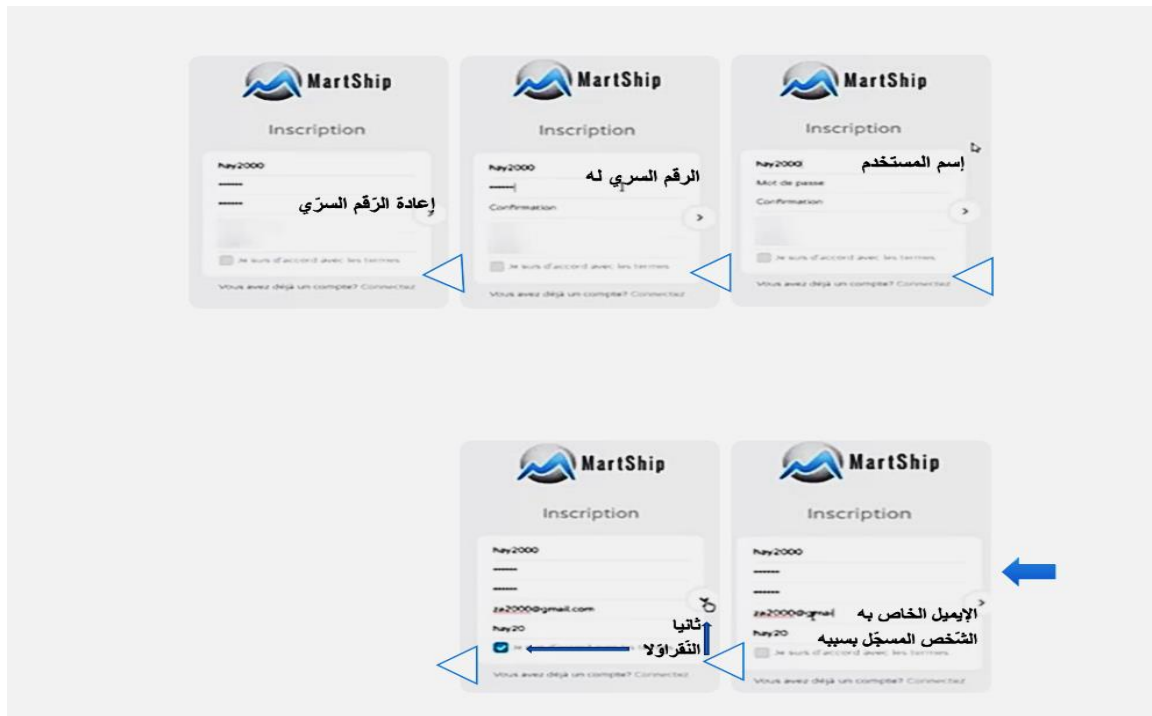
² - ينظر: الموقع martshipalg.blogspot.com. اطلع عليه في: ماي 2017م.

الفصل الثالث: حكم التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي وشركة مارتشيب

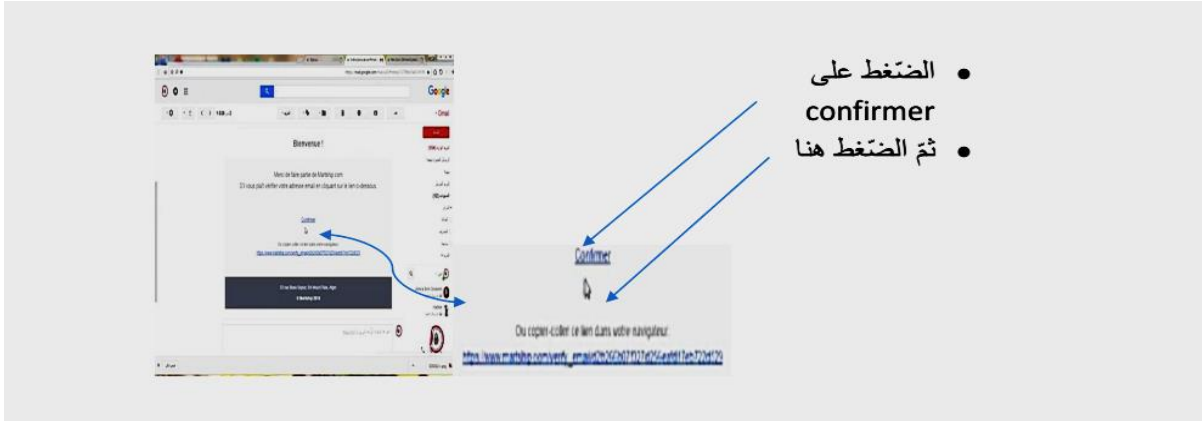


ثم يبدأ بعد ذلك تسجيل الدخول بعد ظهور:

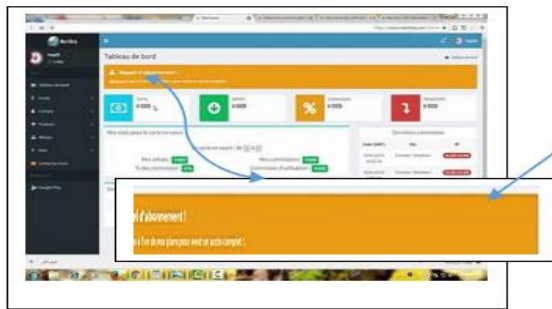
هاته



■ لتظهر بعد ذلك لدينا هته الرسالة



- ثم الضغظ على الرابط ليظهر بعد ذلك مكان إدخال الإسم والرقم السريّ المستعملان في الأول وعندما تضغظ ستتجه إلى حسابك .
- الآن تظهر لدينا :



- ليظهر هنا المبلغ المدفوع



بعد تعبئة الحساب في المارتشيب يصبح لدينا تاكسي فون متعدد الخدمات :
(فليكسي ، شحن ، أنترنيت ، بيع كود مضاد للفيروسات كاسبرسكي ، كذلك الإشتراك
ببين سبورت ، وفي المستقبل تسديد فاتورة الماء والكهرباء ... الخ).
هذه العمليات نقوم بها مباشرة مع الزبائن (في البداية عائلتك وأصدقاؤك وجيرانك إلى
أن تصبح معروفين) . (1)

مثال على التجارة الإلكترونية في مارتشيب :

شخص يريد 100 دينار جزائري فليكسي فعليه أن يتبع الخطوات التالية :

1. الدخول إلى موقع الشركة ثم تسجيل الدخول بواسطة :

<https://martship.com>

2. ننقر على إختيار produits من القائمة الجانبية اليسرى .
3. ثمّ على explorer .
4. بعد ذلك على telephone ooredoo .
5. ثمّ على flexy .
6. الزّبون يعطي للقائم على هاته العملية رقم هاتفه أو يدعى لكتابته في لوحة المفاتيح
ثمّ يكتب المبلغ 100 دج .
7. بعد ذلك النقر على موافق .
8. في ثوان يصل الرّصيد للزّبون فيعطيك 100 دج +10 دج مثل التاكسيفون
الموجود عندنا .

إذن الموقع ينقص منه 100 دج ثمن الفليكسي . (2)

¹ - ينظر: الموقع martshipalg.blogspot.com . اطلع عليه في: ماي 2017م.

² - ينظر: الموقع martshipalg.blogspot.com . اطلع عليه في: ماي 2017م.

المطلب الثالث: ماهية التسويق الشبكي في مارتشيب :

تباعد المكان والزمان بين هذه الخدمة والفرد الجزائري يحتاج إلى من يخبره عنها فكانت أنجع وسيلة لذلك هي التسويق لها ومنهج شركة مارتشيب في التسويق ليس عادي بل شبكي حيث سيتم توضيحه كآلاتي :

فكرة ومنهجية عمل الشركة بالنسبة للتسويق الشبكي :

تقوم الفكرة على التسويق الشبكي المباشر ، بحيث يكون كل فرد هو المسوق المباشر للشركة ، وذلك أكيد مع أرباح مادية تمنحها الشركة للمسوق، أي برنامج ربحي بعمل جماعي⁽¹⁾ مقابل ذلك والعديد من الخدمات الأخرى ومنه تكون قد ابتعدت الشركة عن الإعلانات التقليدية المكلفة كوسائل الإعلام المختلفة (اللافات الإشهارية ، إشارات عبر الأنترنت ... الخ) .⁽²⁾

وذلك بدعوتك لأصدقائك من الجزائر وبدون شروط محددة أو قيود، وبعد تسجيل أصدقائك تبدأ بجمع الأرباح وفق نظام المصفوفات من التسويق الشبكي .

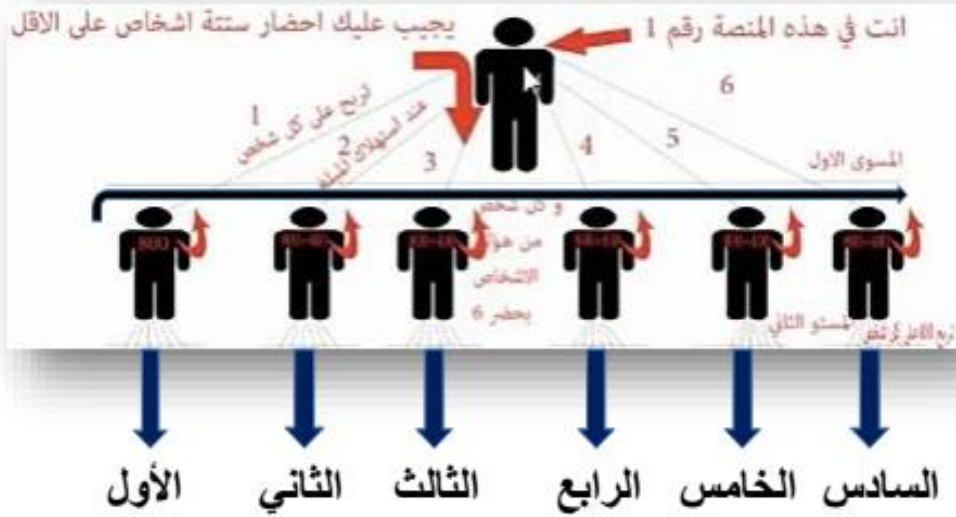
الشركة تطلب من المشترك إحضار ستة أشخاص من قبله تحت إسمه فيتشكل لنا المستوى الأول بحيث يربح المشترك 800 دج على الشخص الأول المسجل من خلاله والموالي والذي يليه .

¹ -ينظر: الموقع www.neworantech.com .اطلع عليه في: ماي 2017م.

² -ينظر: الموقع www.almahouss-net.com .اطلع عليه في: ماي 2017م.

الفصل الثالث: حكم التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي وشركة مارتشيب

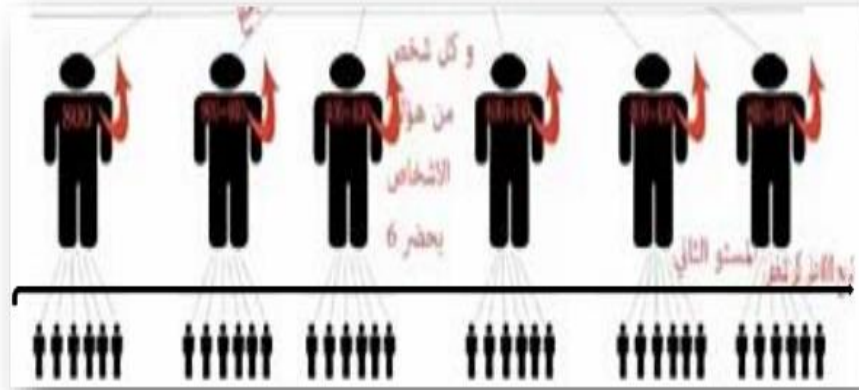
بعد الإشتراك في شركة مارتشيب بدفع مبلغ 4800 دينار جزائري تطلب من المشترك أن يجلب ستة أشخاص على الأقل من قبله يسجلون في هذه الشركة تحت اسمه والشكل الموالي يوضّح :



هذا الشكل يوضح المستوى الأول، حيث في هذا المستوى يربح المشترك على كل شخص يسجل من خلاله من هؤلاء الأشخاص الستة 800 دينار جزائري، تمنحك إياها الشركة على كل شخص ، ولدى المشترك في رصيده 200 دج .

وفي الأخير يصبح لديه 1000 دج ويجب عليه أن يصرفها في المنتجات المتوفرة. لماذا ؟ لأنه عندما يحضر الشخص الثاني، الشركة تمنحه 800 دج بالإضافة إلى 400 دج على الشخص زائد 400 دج مهداة من الشركة (هدية) ، والشخص الثاني كذلك والثالث والرابع وهؤلاء جميعاً يتبعون هذه الطريقة وكل واحد منهم يجب عليه كذلك أن يحضر في منصته ستة أشخاص آخرين كما هو موضّح هنا: (1)

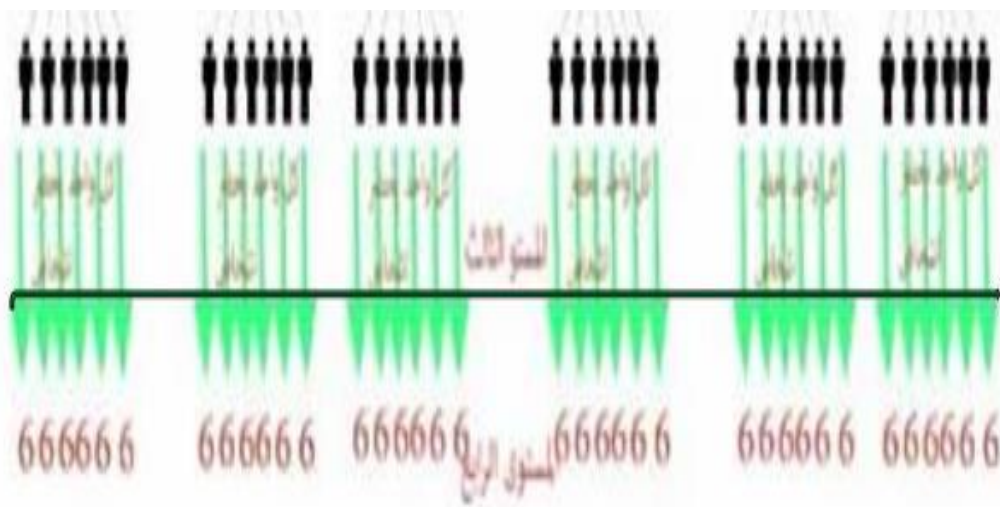
¹ -ينظر: الموقع martship-youtube اطلع عليه في: ماي 2017م.



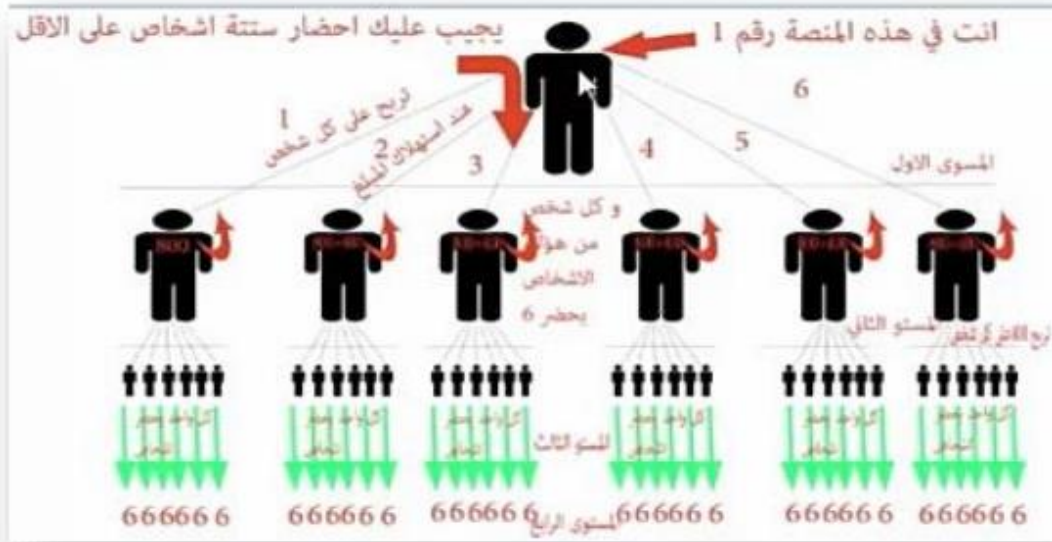
وكل شخص منهم يجب أن يحضر كذلك ستة أشخاص آخرين، كل واحد منهم يجب أن يحضر ستة آخرين ومنه أيها المشترك من المستوى الأول ستستفيد والشخص الثاني و... الخ .

في المستوى الثاني عندما يحضر أحد الأشخاص الذين سجلتهم ستة آخرين فإنك تأخذ على كل شخص 400 ج .

وكل شخص من المستوى الثاني يحضر كذلك هو الآخر ستة أشخاص كما هو موضح في الشكل التالي :



وفي الأخير تتشكل لدينا سلسلة جلب الأشخاص و يظهر أثرها في تشكل المستويات الآتية: (1)



وعندنا كذلك المستوى الثالث ثم الرابع والخامس والسادس كالاتي :

المستوى الأول (1): يكون عندك 1000 دج وفي منصتك "6" أشخاص .

المستوى الثاني (2): يكون عندك 5000 دج وفي منصتك 36 عضواً.

المستوى الثالث (3): الشركة تمنحك 12500 دج عندما يصل عدد الأعضاء إلى 216 عضواً.

المستوى الرابع (4): يصل المبلغ إلى 50000 دج على الأقل ويكون قد سجل في منصتك 1296 عضواً.

المستوى الخامس (5): 300000 دج على الأقل 7776 عضواً.

المستوى السادس (6): 100000 دج على الأقل 46656 عضواً. (2)

وها هي طريقة المكافأة التي تمنحها الشركة عند إستهلاك أحد منتوجاتها .

¹ -ينظر: الموقع martship -youtube اطلع عليه في: ماي 2017م.

² -ينظر: الموقع presentationarabic.pdf.p20 اطلع عليه في: ماي 2017م.

- في إستهلاك (bein) البين سبور مبلغ 190 دج .
- المكافأة الشخصية 800 دج .
- مكافأة المستوى بمكافأة المستوى .
- الأرباح الشهرية 40 دج يعني المشترك يأخذ 40 دج.(1)

ملاحظة : سيبدأ الكثيرون من تجارتهم الإلكترونية ولكن من يديرها بشكل تجاري تسويقي منتظم هو من سيأكل من كعكة السوق .

المطلب الرابع: حكم التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي في مارتشيب

بناء على ما جمعته من أدوات اقتصادية وفقهية فيما سبق أجدني الآن محاولة -بإذن الله- إسقاطها على تعاملات الشركة الموضحة سابقا بالتفصيل وفق فرعين:

الفرع الأول : بالنسبة للتجارة الإلكترونية:

في هذا الفرع بإذن الله تعالى سأحاول قياس ودراسة التجارة الإلكترونية ومدى توافقها مع روابط التعاقد عبر الانترنت ، مستعينة في ذلك بموجز الأحكام الشرعية للعقود والتجارة الإلكترونية (2) وكذلك ملخص المعيار الشرعي رقم (38) عن أحكام التعاملات المالية بالانترنت الصادر عن هيئة المحاسبة و المراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (3) وذلك بتقنية المقارنة و المقابلة :

وبما أن التعامل مع شركة مارتشيب هو وقف عقد يتلاقى فيه الإيجاب و القبول لذلك ستقسم الدراسة حسب أركان العقد:

¹ ينظر: الموقع. presentationarabic.pdf.p19 اطلع عليه في: ماي 2017م.

² -محمد عبد الحليم عمر ،بحث بعنوان :التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي -جامعة الأزهر ،الحلقة النقاشية الخامسة عشر المنعقدة بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي فيفري 2000م ،ص20.

³ حسين حسين شحاتة ،التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية ص41.

1- بالنسبة للصيغة: إن الأصل في العقود الرضا، قَالَ تَعَالَى: **إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ**¹، والصيغة هي الركن الركين .

تطبيقه على مارتشيب: الصيغة موجودة في صورة طلب الزبون خدمة من خدمات مارتشيب وتسجيل ذلك وفق المراحل السابقة الذكر وإرسالها إلى الشركة فتكون الموافقة إلكترونيا بأي تعبير يدل على الرضا مع وضوح الدلالة و حقيقة التعاقد، وهذا ما أفتى بجوازه مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي بجواز التعاقد بالات الاتصال الحديثة كالانترنت عبر شاشات الكمبيوتر، والاتصال يوافق اتحاد المجلس، لأنّ العبرة ليس باتّحاده جغرافيا وإنّما اتحاد مجلس قراءة الرسالة .

2- بالنسبة للمعقود عليه : يجب أن يكون علما نافيا للجهالة .

تطبيقه على مارتشيب: خدماتها واضحة، مبيّنة لا ريب فيها إضافة إلى أنّ المعقود عليه ليس من الأصناف الربوية التي يشدد الحكم فيها .

3- مسألة الخيارات: ويعني بها المتعاقد في إمضاء العقد أو عدم الإمضاء بناء على ما يقرره من خير الأمرين وهو ما يعرف بخيار الشرط و خيار العيب التي أقرها الشرع.

تطبيقه على مارتشيب: وهذا متاح من خلال الحوار عبر الموقع الرسمي او غرفة المحادثة الخاصة بالشركة أو حتى الاتصال المباشر .

النتيجة أو الرأي المختار: بعد تحقّق كل شروط التّعاقد و خلوّ المعاملة من كل الشّوائب وبعدها عن ما نهت عنه الشريعة السّمحاء، أميل إلى جواز التّجارة الإلكترونية والخدمات الإلكترونية لمارتشيب، و بالضبط إلى التّكليف الفقهي (2) على

¹ - سورة النساء، 29 .

² - طاهر شوقي مؤمن ،عقد البيع الإلكتروني بحث في التجارة الإلكترونية ص346.

عقود المساومة⁽¹⁾ لأنه تمّ وفق مفاوضة دون الالتزام بأي شروط ، و يبقى هذا الرأى مختارا مادامت المعاملات تمشي وفق الضوابط الشرعيّة، هذا و الله اعلم .

مع وجود أسباب متوافقة إن لم نقل هي روح الشريعة في تحقيق مصلحة وجلبها و المتمثلة في الآتي - اخص بالذكر ما توفره الشركة :-

1-قلة تكاليف النقل و المحافظة على البيئة .

2-توفير الوقت :الذي هو أكثر ما تحافظ عليه الشريعة الإسلامية .

3-توافر الخدمات التعليمية :الدروس الخصوصية لطلبة البكالوريا عن بعد.

ب-مراعاة ظروف ذوي الاحتياجات الخاصة .

5-توفير الجهد.

الفرع الثاني : بالنسبة للتسويق الشبكي⁽²⁾

في هذا الفرع بإذن الله تعالى سأحاول تقصي أسباب تحريم التسويق الشبكي وتحري وجودها في التسويق لشركة مارتشيب وما مدى توافر شروط التعاقد والتكليف الفقهي للتسويق الشبكي من طرف المجزون للوصول للحكم بإذن الله تعالى و كل ما سأدونه وفقا لظاهر المعاملة و ما توصلت إليه:

1- حرم التسويق الشبكي بسبب الغش والكذب:

التسويق الشبكي في مارتشيب: المسوق فيها يسوق لخدمات واضحة ، متعارف عليها في المجتمع الجزائري .

2- حرم التسويق لأن فيه أكل لأموال الناس بالباطل:

¹ - عقود المساومة: تم التطرق إليها في الفصل الثاني، المبحث الأول للمطلب الثالث.

² - زيارة ميدانية و مقابلة شخصية مع رئيس شركة مارتشيب يوم 13 افريل 2017من الساعة العاشرة الى الثانية والنصف بئر مراد راييس -الجزائر العاصمة.

* في مارتشيب : حين تود الاستفادة من خدماتها ، وأثناء التعاقد تقترح عليك أن تسوق لها ولك الخيار إمّا أن تكون زبونا مستفيدا من الخدمة ، وإمّا أن تكون زبونا مسوقا دون أي شروط أو ضغوط الزامية.

3- حرم التسويق الشبكي لأن فيه: إيهام الناس أن المنتج مقصود بالشراء و الواقع خلاف ذلك

* في مارتشيب : الخدمة المقدمة يحتاجها كل جزائري خاصة في البلدان الكبرى التي فيها الازدحام، وخاصة في الأوقات الحرجة وأيام العطل ، فالمسوق بإخباره عن الخدمة يوفر لغيره الكثير من العناء.

4- حرم لوجود المبالغة و التمويل مما يوقع في الكذب و الغرر.

* في مارتشيب : كل ما يوصف عن الخدمة متوفر و التجربة خير برهان و دليل .

5- إغراء المشتركين بالعمولات الكبيرة :

* في مارتشيب : كل ما يخص العمولات و الاشتراك موضح في العقد الخاص بالشركة بالإضافة للتوضيح الدقيق من طرف السكرتارية عن كل صغيرة و كبيرة .

6- تضمنت معاملة التسويق الشبكي بنوعيه ربا النسيئة و ربا الفضل، لأن المشترك يدفع مبلغا قليلا من المال ليحصل على مبلغا كبير فهي نقود بنقود .

* في مارتشيب لا يشترط مبلغ الاشتراك و إنّما سياسة الشركة تكمن في اقتراح التسويق

على الزبون الذي اشترك بغية الخدمة المقدمة .

وبعد تقصي أسباب التحريم ات الان الى مدى توافر شروط التعاقد والتكليف الفقهي للتسويق الشبكي في شركة مارتشيب :

بالنسبة لتوافر شروط التعاقد وحسب ما تم ذكره من أركان وشروط العقد وضوابطه الشرعية فإنه لا ريب في تعاملات الشركة مادام النشاط والخدمة حلالاً، خاصة أن الأصل في العقود الحل والإباحة إلا ما دل الدليل على تحريمها.

والذي أميل ك رأي مختار في تعامل شركة مارتشيب في التسويق الشبكي هو التوقف استناداً لما جاء في حكم التسويق الشبكي عموماً الموضح في المطلب الثاني من الفصل الثالث فيلحق الفرع أصله بذلك، وفتاوى دور الإفتاء الموضحة في الملاحق الخاصة بالمشكرة و التي يتضح تضارب أقوالها التي تكاد تتساوى في القوة إضافة إلى أنني لست أهلاً للترويج، هذا والله أعلم.

ملخص الفصل الثالث

أهمّ ما حواه هذا الفصل هو وضع معاملي التجارة الإلكترونيّة و التّسويق الشبكي في الميزان الشرعي بحيث أجاز العلماء المتاجرة الإلكترونيّة وفق الضوابط الشرعيّة ، أما التّسويق الشبكي فقد اشتدّ الخلاف فيه ، واخترت التّوقّف في الحكم عليه ، خاصّة مع تعقيد أنظمتها، إلّا أنّ دراسة تعاملات كلّ شركة على حدى كشركة مارتشيب هو الأيسر للوصول إلى الحكم الشرعيّ من طرف العلماء، هذا و الله أعلم.

خاتمة

أحمد البارئ سبحانه وتعالى أن هداني لهذا وعلمنيه وما كنت لأهتدي لولا أن هداني الله.

ولا يسعني في ختام هذه الدراسة القصيرة إلا أن أقف وقفة موجزة على أهم نتائج هذا البحث الموسوم بعنوان " أحكام التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي - شركة مارتشيب نموذجاً-، والذي أثبت في طياته أن العلم الشرعي ضابط لكل ما سبق وصالح لكل ما سيلحق، لأنه العلم الوحيد الذي يرضى مصالح الإنسان جلباً للمصالح، ودرءاً للمفاسد ومتماشياً مع كل تطور واكب. واضعة قطراتي الأخيرة في هذا المشوار الذي خضته بين تفكر وتعقل في هذه الرحلة الممتعة والجاهدة.

وفي النهاية توصلت إلى أن:

أ_ التجارة الالكترونية ماهي إلا عقود بيع يشترط فيها ما يشترط في بقية العقود إلا أن وسائلها مستحدثة.

ب_ التجارة الالكترونية توفر الجهد والمال والوقت وبها يمكن للمسلم أن يتفرغ للعبادة أكثر.

ت- صعوبة انتشار معاملة التجارة الالكترونية في الدول النامية لغياب البنية التحتية المعلوماتية وهنا تظهر حتمية التعلم و التعامل به.

ث- الحرص كل الحرص على تحريّ الحلال عند التعامل في الأصناف الربوية التي يشترط فيها اتحاد المجلس .

ج- وقوع المخالفات أثناء المتاجرة الالكترونية يعود لسوء الممارسة لا لطبيعة التقنية.

ح- التجارة الالكترونية محمية بالشريعة الربانية والقواعد الوضعية.

خ- المعاملات الحديثة معقدة وشائكة فلا يمكن الحكم عليها دون الفهم الدقيق لها لأنها طوت الحدود الجغرافية والزمانية.

- د- التسويق الشبكي عقد جديد له آثار وتحكمه ضوابط وقواعد قانونية وشرعية.
- ذ- اختلاف العلماء في حكم التسويق الشبكي مع قوّة أدلّة كل فريق.
- ر- قلة عدد الفقهاء المعاصرين المجيزين للتسويق الشبكي الذين كیفوه فقها على أنه عقد سمسرة أو جعالة أو وكالة أو إجارة.
- ز- أنظمة التسويق الشبكي معقدة الفهم ولا يمكن الحكم عليها من قبل من لا يفهمها جيّدا باعتبار الحال والمقصد والمال لا باعتبار تسمية "الهرمي أو الشبكي".
- س- الحكم على التسويق الشبكي لا يمكن تعميمه فالذي توصلت إليه و الله أعلم أنّ الحكم يكون مستقلا لكل شركة على حدى لأن طرق الاحتيال عديدة ولا تكتشف إلاّ بالإحاطة بكل التفاصيل.
- ش- التوقف أثناء التّرجيح هو سبيلي للحكم على معاملات شركة مارتشيب الجزائرية.

توصيات ومقترحات:

- أ- أوّل ما أوصي به نفسي وإياكم تقوى الله وتحريّ الحلال والبعد عن الشبهات في الكسب والرزق.
- ب- إنعاش الاقتصاد الإسلامي بتوعية اقتصادية شاملة.
- ت- تكثيف البرامج التعليمية في مجال التطور التكنولوجي وتقنية المعلومات.
- ث- ضرورة وضع جهات إسلامية خاصة متفرغة متخصصة في تمحيص المستجدات وفق تعاليم إسلامية دقيقة عامة وفي الجزائر خاصة.
- ج- وضع شروط ومقاييس أخلاقية في المسوّق حفاظا على حسن سيرورة الشركة وسمعتها.

ح_ إيجاد لجان فقهية اقتصادية باعتماد قانون تبادر هي بزيارة المراكز الاقتصادية وحظر كل معاملة غير شرعية.

خ_ تخصيص دراسات أكاديمية لدراسة التسويق الشبكي و خاصة "العملة الرقمية".

هذا ما تيسر للقلم تسطيره ، فإن كان صوابا فتلك بغيثتي، وذلك فضل الله عليّ وإن شابه التقصير والخطأ، فإنني أستمدّ من الله العفو عنه وعن غير ممّا جنت يداي وقصر عليه فهمي ، ويكفيني بذلك شرف المحاولة وأسأل الله تعالى أن يتقبله عملا خالصا لوجهه، فالحمد لله حمدا لايزال يبدأ وبداية لا تنتهي على تمام هذا البحث. ونسأل الله معرفة طريق الحق وإتباعه.

الفهارس العامة

أولاً: فهرس الآيات.

الصفحة	الرقم	الآية	السورة
63	188	وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ	البقرة
65	219	يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ	
94-59	275	﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ	
97	279-278	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا	
83	282	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ	
-71-63-21 96-84	29	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم	النساء
74	02	وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى	المائدة
65	03	وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ ذَلِكَ فِسْقٌ	المائدة
69	85	وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا	الأعراف
44	72	: ﴿قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعِ الْمَلِكِ	يوسف
50	55	﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ	
75	90	إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ	النحل
50	19	﴿فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ	الكهف
75	107	وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ	الأنبياء
73	77	وَأَفْعَلُوا الْخَيْرَ	الحج
95	27	قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أَنْكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتِي	القصص
60	39	وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوهَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ	الروم
69	03	وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ	المطففين

ثانيا: فهرس الأحاديث .

الرقم	الحديث	الراوي رضي الله عنه -	الصفحة
01	مَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُفِيَةٌ.....	أبو سعيد الخدري	45
02	أَحَقُّ مَا أَخَذْتُمْ عَلَيْهِ	ابن عباس	45
03	يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ إِنَّ الْبَيْعَ	قيس بن أبيغرزة	47
04	لَا تَقْفُوا الرُّكْبَانَ.....	ابن عباس	47
05	المُسْلِمُونَ عِنْدَ	أبو هريرة	48
06	أَنَّهُ - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - وَكُلَّ	-	50
07	انطلق بناضحك	جابر بن عبد الله عبد الله	52-53
08	لَا يَحِلُّ سَافٌ وَبَيْعٌ،	عمرو بن شعيب	54
09	إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعَيْنَةِ	عبد الله بن عمر	57
10	لَعَنَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكْلَ الرَّبِّاءِ،.....	جابر	59
11	وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ،	سليمان بن علي	61
12	نَهَى رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ..	أبو هريرة	63
13	نبي الله صلى الله عليه وسلم: نهى عن الخمر والميسر..	عبد الله بن عمرو	66
14	أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْمُنَابَذَةِ.....	أبو سعيد	66
15	مَنْ لَعِبَ بِالنَّرْدِ	أبو موسى	67
16	وَمَنْ غَشَّنَا	أبو هريرة	69
17	الإِيمَانُ بِضَعٍّ	أبو هريرة	74
18	أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ بِكِتَابِهِ	ابن عباس	83

83	أنس	كَتَبَ إِلَى كِسْرَى.....	19
94	عروة	قَالَ أَعْطَاهُ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دِينَارًا.....	20
96	أبو هريرة	مَا بَعَثَ اللَّهُ نَبِيًّا إِلَّا رَعَى الْغَنَمَ،.....	21
97-98	جابر بن عبد الله	إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ.....	22

فهرسة الاعلام

رقم الصفحة	الأعلام	الرقم
83	أنس بن مالك	01
81	البهوتي	02
52	جابر ابن عبد الله	03
50	رملة أم حبيبة بنت أبي سفيان	04
66	سعد بن مالك أبو سعيد الخدري	05
67	طاوس	06
65	عبد الرحمن بن عوف	07
65	عبد الله بن أبي نجيح	08
48	عبد الله بن عباس	09
57	عبد الله بن عمر	10
44	عبد الله بن وهب بن مسلم	11
94	عروة بن أبي الجعد الأسدي	12
50	عمرو بن أمية الضمري	13
54	عمرو بن شعيب	14

47	قيس بن أبي غرزة	15
53	محمد بن أبي القاسم ابن تيمية	16
43	محمد بن أحمد بن محمد بن رشد	17
48	محمد بن سيرين البصري	18
43	محمد بن محمد ابن عرفة الورغمي	19
80	المرغيناني	20
81	يحيى بن شرف النووي	21

فهرس الملاحق:

1- صور توضيحية لوسائل الدفع الإلكترونيّة.

2-مقابلات.

3-عقود شركات.

4-ملفات قانونيّة.

5-فتاوى.

6-تقديم خاص بشركة مارتشيب.



قائمة المصادر
والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم.

كتب تفاسير القرآن :

- 1) أبو الحجاج مجاهد بن جبر التابعي، تفسير مجاهد، تح: محمد عبد السلام، دار الفكر الإسلامي الحديث، مصر، ط1، 1989م.
- 2) أبو الحسن مقاتل ابن سليمان بن بشير، تفسير مقاتل بين سليمان، تح: عبد الله محمود شحاته، دار إحياء التراث، بيروت، ط1، 1423هـ.
- 3) أبو المظفر، منصور بن محمد بن عبد الجبار ابن أحمد المروزي السمعاني، تفسير السمعاني، تح: ياسر بن إبراهيم ، دار الوطن، الرياض ، ط1، 1997م.
- 4) أبو حيان محمد بن يوسف بن علي بن يوسف بن حيان أثير الدين الأندلسي، البحر المحيط في التفسير، تح: صدقي محمد جميل، دار الفكر، بيروت، (د.ط)، 1420هـ.
- 5) أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، تح: أحمد البردوني ، دار الكتب المصرية ، القاهرة، ط2، 1964 م.

كتب الأحاديث وشروحه:

- 1) ابن الملقن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد، البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، تح: مصطفى أبو الغيط ، دار الهجرة للنشر والتوزيع السعودية، ط1، 2004م.
- 2) ابن ماجة أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجة، تح: محمد فؤاد عبد الباقي دار إحياء الكتب العربية، ب ط، ب ت.

- (3) أبو الفضل زين الدين عبد الرحمان، طرح التثريب في شرح التقريب، دار الفكر العربي، (د.ط.)، (د.س.).
- (4) أبو بكر بن أبي شيبة، الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار، تح: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1409.
- (5) أبو داود، سنن أبي داود، تح: محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، بيروت، (د.ط.)، (د.س.).
- (6) أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب بن علي الخراساني، النسائي، السنن الكبرى، تح: حسن عبد المنعم شلبي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 2001.
- (7) أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني، مسند الإمام أحمد بن حنبل.
- (8) أبو محمد بن أحمد بن موسى، عمدة القارئ شرح صحيح البخاري، دار احياء التراث العربي، بيروت، (د.ط.)، (د.س.).
- (9) أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، دار المعرفة، بيروت، (د.ط.)، 1379هـ.
- a. البخاري، صحيح البخاري، تح: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة ط، 1422هـ.
- (10) علي بن السلطان محمد. أبو الحسن نور الدين الملا، مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح، دار الفكر، بيروت، ط1، 2002م.

المعجم وكتب اللغة :

- (1) ابن عرفة، شرح حدود ابن عرفة، المكتبة العالمية، ط2، 1350هـ.

- أبي عبد الله الانصاري الوصاع ، شرح حدود ابن عوفة موسوم الهداية كافيه شافيه،
تح: محمد أبو أجان الطاهر المعموري ، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1،
1993م.
- (2) أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير، مكتبة لبنان،(د.ط)،
1987م.
- (3) أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، ط1،
2008 م.
- (4) الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، ط8، 1426هـ.
- (5) القاسم الزمخشري، أساس البلاغة، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1998م.
- (6) مجمع اللغة العربية شعبان عبد العاطي عطية وآخرون، المعجم الوسيط، مكتبة
الشروق الدولية، مصر، ط4، 2004م.
- (7) محمد الشريف الجرجاني، التعريفات، مكتبة لبنان،(د.ط)، 1985م.
- (8) محمد بن أبي بكر الرازي بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة بيروت،
بيروت، (د.ط)، 1976م
- (9) محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور ، لسان العرب، دار
صادر، بيروت، ط3، 1414هـ.
- (10) معجم المعاني الجامع(معجم عربي عربي)، في الموقع Almaany.comdicionary
كتب المنهجية:

- (1) أحمد قاسم كسار ، الكتابة الأكاديمية في البحوث العلمية، (د.د) ط1، 2014م.
- (2) محمد عبد الرحمان ابراهيم ، دليل الطالب في لغة البحث العلمي،(د.د)، ط1،
2009م.

3) ناصري مريم، دليل الطالب في منهجية كتابة مذكرة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة ، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2016/2017 م.

كتب العقيدة:

1) حمود بن أحمد بن فرج الرحيلي، منهج القرآن الكريم في دعوة المشركين إلى الاسلام، عمادة البحث العلمي بالجامعة الاسلامية، المدينة المنورة، السعودية، ط1، 2004م.

2) عبد الرحمان ابن أبي بكر جلال الدين السيوطي، حقيقة السنّة والبدعة الأمر بالاتباع والنهي عن الابتداع، تح: ذيب بن مصري ابن منصور بن ناصر القحطاني، مطابع الرشيد، (د.ط)، 1409هـ.

3) غالب بن علي العواج، المذاهب الفكرية المعاصرة ودورها في المجتمعات وموقف المسلم منها، المكتبة العصرية الذهبية، جدة، ط1، 2006م.

كتب الفقه :

1) ابن جزى ، القوانين الفقهية، (د. ط)،(د.س).

2) ابن عابدين محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين، رد المحتار على الدر المختار، دار الفكر، بيروت، ط2، 1992م.

3) أبو الوليد محمد بن أحمد القرطبي، مقدمات الممهدات، ط1، -2002م.

4) أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، المجموع، دار الفكر، (د.ط)، (د.س).

5) أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر البغدادي ، الإشراف على نكت مسائل الخلاف، دار ابن القيم ، الرياض، ط1، 1429 هـ.

- 6) خلف ابن أبي القاسم محمد، تهذيب في اختصار المدونة، دار البحوث للدراسات الإسلامية واهياء التراث العربي، دبي، ط1، 2002م.
- 7) السيد سابق، فقه السنة، الفتح للإعلام العربي(القاهرة)،(د.ط)،(د.س).
- 8) شهاب الدين القراوي الأزهرى ، الفواكه الدواني على رسالة زيد القيرواني، دار الفكر، (د،ط)، 1995.
- 9) صادق عبد الرحمان الغرياني، مدونة الفقه المالكي وأدلته، مؤسسة الريان، ط2، 2002م.
- 10) عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، دار الكتب العلمية، لبنان، ط2، 2003م.
- 11) محمد ابن احمد ابن عرفة الدسوقي ، حاشية الدسوقي على شرح الكبير، دار الفكر،(د.ط)، (د.س).
- 12) محمد ابن احمد ابن ابي احمد أبو بكر علاء الدين السمرقندي ، تحفة الفقهاء، دار الكتب العلمية،بيروت ، ط2، 1994 م.
- 13) المرغيناني، الهداية في شرح بداية المبتدي، تح: طلال يوسف، دار احياء التراث العربي، بيروت—(د.ط)، (د.س).
- 14) منصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي كشاف القناع، دار الكتب العلمية، (د.ط)، (د.س).
- 15) وهبة بن مصطفى الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، دار الفكر، دمشق، ط4، (ب.س).

كتب المعاملات :

- 1) عبد الحفيظ القريني، البيوع في الإسلام، دار الصحوة، ط1، القاهرة، 1987م.

- 2) محمد سكمال المجاجي، أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي المالكي، دار ابن حزم، لبنان، ط1، 2001م.
- 3) كامل موسى، أحكام المعاملات، مؤسسة الرسالة لبنان، ط2، 1994.
- 4) سميح حسن، فقه المعاملات المالية والمفاوضات، دار العظاء، دمشق، ط1، 1434 هـ.
- 5) عبد العزيز خياط، فقه المعاملات وصيغ الاستثمار، دار المتقدمة، عمان، (د.ط)، 2004 م.
- 6) حسن أيوب، المعاملات المالية، دار السلام للطباعة والنشر، ط1، 2003م.
- 7) يوسف كمال محمد، مصطلحات الفقه المالي المعاصر، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1، 1418 هـ.
- 8) عبد العزيز محمد عزام، فقه المعاملات، مكتبة الرسالة الدولية لطباعة، (د.ط)، 1998م.
- 9) حسام الدين بن موسى محمد بن عفانة، يسألونك عن المعاملات المالية المعاصرة، المكتبة العلمية، ط1، 2009م.
- 10) جامعة المدينة العالمية، فقه المعاملات، (د.ط)، (د.س)
- 11) القرة داغي، حكم إجراء العقود بآلات الاتصال الحديثة
- 12) سعد بن تركي الخذلان، المعاملات المالية المعاصرة، دار الصميبي، ط1، 2012م.

كتب المقاصد:

- a. أحمد الريسوني محمد جمال باروت، الإجتهاد (النص، الواقع، المصلحة)، دار الفكر المعاصرة، لبنان، ط1، 2000م.

- (2) أحمد الريسوني، نظرية المقاصد عند الشاطبي، سلسلة الرسائل الجامعية، المعهد العالمي للفكر الاسلامي 1995.
- (3) عبد الرحمان ابراهيم زيد الكيلاني، قواعد المقاصد عند الإمام الشاطبي، دار الفكر، سوريا، ط1، 2000م.
- (4) علال الفاسي، مقاصد الشريعة ومكارمها، دار الغرب الإسلامي، ط2، 1993م.
- (5) محمد طاهر ابن عاشور، مقاصد الشريعة الإسلامية، دار النفائس، الأردن، (د،ط)، (د،س).
- (6) نور الدين الخادمي، علم المقاصد الشرعية، (د.د) ط1، 2001.

كتب الاقتصاد:

- (1) أبو فارة يوسف، القواعد المادية في التسويق على الانترنت استراتيجيات التجارة الإلكترونية، (د.د) (د.ط)، (د.س)،
- (2) أحمد الشرباصي، المعجم الاقتصادي الإسلامي، دار الجيل، (د.ط)، 1981م
- (3) بسام نور، التجارة الإلكترونية: كيف، متى، وأين؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية، سلسلة كتب الدورات التعليمية الإلكترونية
- (4) بيبيرس، أسرار وخفايا التسويق الشبكي، (د.ط)، (د.س)، كتاب الكتروني موقعه: MultimillionaireproGmail.com

الرسائل و البحوث :

- (1) أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، 2005-2006م.
- (2) حسين حسين شحاتة، بحث بعنوان: التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية.

3) رياض فرج بن مبروك بن عبدات، بحث بعنوان: التسويق الشبكي، مجلة جامعة الناصر، جامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا، كلية التربية سيئون، العدد الثالث يناير 2014م

4) زاهر سالم بلفقيه، بحث بعنوان: التسويق الشبكي تحت المجهر.

5) زاهر سلام بلفقيه، بحث بعنوان: التسويق الشبكي تحت المجهر، (د.ط.)، (د.س.)،

6) سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة عزة الإسلامية، قسم الفقه المقارن، 2005م.

7) سليمان عبد الرزاق مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الاسلامي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الشريعة، 2005م.

8) طاهر شوقي مؤمن، بحث بعنوان: عقد البيع الإلكتروني

9) عبد الرحمان بن عبد الله، الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، كلية العلوم المالية والمصرفية، دار الوراق، بيروت، ط1، 2004م.

10) عطية عبد الواحد، بحث بعنوان: التجارة الإلكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها، جامعة بيروت العربية، (د.ط.)، (د.س.).

11) محمد سعيد رمضان البوطي، ضوابط المصلحة في الشريعة الإسلامية، رسالة دكتوراه مؤسسة الرسالة 1965.

12) يمينة شعلال، التجارة الإلكترونية و العولمة، مذكرة ليسانس، جامعة يحي فارس-المدينة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010/2009م
المجلات :

1) أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات، العدد الأول المجلد الثامن، 2005/07/20.

- (2) رياض فوج بن مبروك بن عبدات، التسويق الشبكي دراسة شرعية، مجلة جامعة الناصر، جامعة حضر موت للعلوم والتكنولوجيا، العدد الثالث، يناير 2014.
- (3) منى سالم حسين المرعي المعاضيدي ، استخدام التجارة الإلكترونية في مساندة تطبيق فلسفة (JIT) ودورها في تخفيض التكلفة، مجلة صادرة عن كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد التاسع عشر، 2009م.

المقالات :

- (1) نور أحمد عزوني، 10 عناصر لمعرفة قانونية شركات التسويق الشبكي، مقال في جريدة اقتصادية، ينظر الموقع: <http://islam-mohamadmim.blogspot.com>

الملتقيات:

- إلهام فخري و أحمد حسين، التسويق بالعلاقات (الملتقى العربي الثالث)، التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة، دولة قطر، 8/6 أكتوبر تشرين أول 2003 كلية العلوم الادارية جامعة الاسراء المملكة الأردنية الهاشمية.

الموسوعات :

- (1) محمد بن عبد الله بن ابراهيم بن عبد الله النويجري، الموسوعة الفقهية، بيت الأفكار الدولية، ط1، 1430هـ.
- (2) وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية الكويتية، دار السلاسل الكويتية، ط2، 1427م.

المدخلات العلمية :

- (1) بلعروز بن علي، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العالمي الدولي الرابع، الذي نظمه معهد العلوم الاقتصادية، جامعة شلف،

- الموسوم بعنوان: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر،
- (2) زايد مراد، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الرابع، الذي نظّمته كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3،
- (3) علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الخامس، جامعة المدية يحي فارس، الموسوم بعنوان: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية
- (4) كمال رزيق و مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني 22/21، الذي نظّمته كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سعد دحلب، البليدة، ماي2002، ص5، (منتدى التمويل الإسلامي .islamfin. goforuminet).
- الفتاوى:

- (1) ابن تيمية، الفتاوى الكبرى، دار الكتب العلمية ، ط1، 1408هـ.
- (2) تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم بن تيمية الحراني ،مجموع الفتاوى، تح:عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف،السعودية، (د.ط)، 1995م
- (3) فتوى سامي سويلم على موقع الإسلام اليوم، مادة الفتوى، الثراء في أسابيع بستة دولارات، 1417/07/19هـ

كتب التراجم:

- (1) أبو الحسن علي بن أبي الكرم محمد بن محمد بن عبد الكريم بن عبد الواحد الشيباني الجزري، عز الدين ابن الأثير ، أسد الغابة في معرفة الصحابة، تح: علي محمد معوض - عادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، ط1، 1994 م.

- (2) أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان البرمكي الإربلي، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تح: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، ط1، 1971م.
- (3) أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان البرمكي الإربلي، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تح: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، (د.ط.)، 1900م
- (4) أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلان، الإصابة في تمييز الصحابة، تح: عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1415 هـ.
- (5) أبو عبد الله محمد بن سعد بن منيع الهاشمي بالولاء، البصري، البغدادي المعروف بابن سعد، الطبقات الكبرى، تح: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1990 م.
- (6) أحمد بن عبد الله بن أبي الخير بن عبد العليم الخزرجي الأنصاري الساعدي اليمني، صفى الدين، خلاصة تذهيب تذهيب الكمال في أسماء الرجال، تح: عبد الفتاح أبو غدة، مكتب المطبوعات الإسلامية، دار البشائر، حلب، ط5، 1416 هـ.
- (7) خير الدين بن محمود بن محمد بن علي بن فارس، الزركلي، الأعلام، دار الملايين، ط15، 2002م.
- (8) شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي سير أعلام النبلاء، تح: مجموعة من المحققين بإشراف الشيخ شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، ط3، 1405 هـ / 1985 م
- (9) شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي سير أعلام النبلاء، دار الحديث، القاهرة، (د.ط.)، 1427 هـ-2006م

10) صلاح الدين خليل بن أيبك بن عبد الله الصفدي، الوافي بالوفيات، تح: أحمد الأرناؤوط وتركي مصطفى، دار إحياء التراث، بيروت، 2000م. ط1، 1422هـ - 2002

11) أبو بكر أحمد بن علي بن ثابت بن أحمد بن مهدي الخطيب البغدادي، تاريخ بغداد، تح: الدكتور بشار عواد معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 1422هـ - 2002م.

المواقع الإلكترونية :

UPCS- sdutions.blogspot.com

<http://ar.wikipedia.org>

[http:// inasfathy.blogspot.com](http://inasfathy.blogspot.com)

<http://mawdoo3.com>

<http://support.google.com>،

www.tech-wd.com

<http://entejsites.com>

www.abahe.cs.uk

masfathy.blogspot.com

[http:// www.mlm watch.org](http://www.mlmwatch.org)

<http://inasfathy.blogspot.com>

www.alaolacenter.com

www.alweean.com.sa

<https://www.al-mashahir.com>

<https://egyptdirectselling.wordpress.com>،

<http://www.doctor-mlm.net/2013/01/khaled-obbeya-first-arab-in-network.html>

<https://jazzaba.com/dalil>

<http://oriflame.ahlamontada.com/t1-topic>



فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

إهداء

كلمة شكر

مقدمة

مدخل تمهيدي : التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي وعلاقتها بالإنترنت

- 3..... التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي:
- 3..... أ- ما هي الأنترنت؟
- 4..... ب- وظيفة الأنترنت: توجد ثلاث وظائف للأنترنت هي:

الفصل الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي وآلياتهما

- المبحث الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية. - 8 -
- المطلب الأول : تعريف التجارة الإلكترونية. - 8 -
- الفرع الأول : تعريف التجارة الإلكترونية باعتبارها مركباً وصفاً: - 8 -
- الفرع الثاني : تعريف التجارة الإلكترونية باعتبارها علماً على مصطلح مخصوص : - 9 -
- المطلب الثاني : تاريخ موجز لتطور التجارة الإلكترونية⁽¹⁾ : - 11 -
- المطلب الثالث : أنواع التجارة الإلكترونية⁽²⁾. - 12 -
- الفرع الأول: مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال Business To Business : - 12 -
- الفرع الثاني: مؤسسة أعمال - مستهلك Business To Consumer : - 13 -
- الفرع الثالث: مؤسسة أعمال - إدارة حكومية Business To Administrat - 13 -

- 14 - الفرع الرابع: مستهلك - إدارة حكومية Consumer To Administration :
- 14 - الفرع الخامس: التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال Mobile commerce⁰:
- 14 - الفرع السادس: التعامل بين مستخدم و مستخدم آخر Peer To Peer():
- 15 - المطلب الرابع : أهمية التجارة الإلكترونية
- 16 - المبحث الثاني : مفهوم التسويق الشبكي
- 16 - المطلب الأول : تعريف التسويق الشبكي
- 16 - الفرع الأول: تعريف التسويق الشبكي باعتباره مركباً وصفاً
- 17 - الفرع الثاني : تعريف التسويق الشبكي باعتباره علماً على مصطلح مخصوص :
- 18 - المطلب الثاني : تاريخ موجز عن تطور التسويق الشبكي.
- 18 - المطلب الثالث: أنواع التسويق الشبكي
- 19 - الفرع الأول: النوع الأول: النظام الثنائي
- 19 - الفرع الثاني: النوع الثاني : الماتركس Matrix system
- 21 - الفرع الثالث :النوع الثالث : التسويق الشبكي من غير منتج أو خدمة : "pomzi"
- 21 - الفرع الرابع : النوع الرابع : التسويق الشبكي عبر الوسائل المتسلسلة
- 22 - الفرع الخامس : النوع الخامس : التسويق الشبكي لمنتجات أو خدمات :
- 22 - المطلب الرابع : أهمية التسويق الشبكي.
- 24 - المبحث الثالث: آلية التسويق الشبكي و آلية التجارة الإلكترونية.
- 24 - المطلب الأول: آلية التجارة الإلكترونية.

- 24 - الفرع الأول: عرض السلع والخدمات.....
- 25 - الفرع الثاني: تحقيق الإيجاب و القبول.....
- 25 - الفرع الثالث: مرحلة تسليم البضائع.....
- 25 - الفرع الرابع: تسديد ثمن البضائع:.....
- 27 - المطلب الثاني: آلية التسويق الشبكي.....
- 29 - المطلب الثالث: نماذج عن شركة التجارة الالكترونية .
- 30 - الفرع الثاني: مجموعة علي بابا⁽¹⁾.....
- 33 - المطلب الرابع: نماذج عن شركة التسويق الشبكي:.....

الفصل الثاني: المبادئ الأساسية والقواعد الشرعية للعقود التجارية

- 39 - المبحث الأول: عقد البيع ونماذج عنه .
- 39 - المطلب الأول : عقد البيع وأركانه.....
- 39 - الفرع الأول: تعريف العقد:.....
- 40 - الفرع الثاني: أركان العقد:.....
- 40 - المطلب الثاني: شروط عقد البيع.....
- 41 - الفرع الأول : العاقد و ما يجب فيه :
- 41 - الفرع الثاني: الصيغة وما يجب فيها :
- 42 - المطلب الثالث : نماذج من عقود البيع الجائزة شرعاً.....
- 42 - الفرع الأول: الجعالة.....

- 45 - الفرع الثاني: السمسرة .
- 48 - الفرع الثالث: الوكالة .
- 51 - الفرع الرابع: عقد المساومة.
- 53 - المطلب الرابع: نماذج من عقود البيع المنهي عنها :
- 53 - الفرع الأول: بيع وشرط.
- 55 - الفرع الثاني: بيع العينة.
- 56 - ثانيا: عند الحنفية.
- 57 - المبحث الثاني : الضوابط الشرعية في المعاملة المالية.....
- 57 - المطلب الأول: تحريم الربا.
- 57 - الفرع الثاني: حكم الربا.
- 59 - الفرع الثالث: أقسام الربا
- 61 - المطلب الثاني: تحريم الغرر
- 61 - الفرع الأول: تعريف الغرر.
- 61 - الفرع الثاني: حكم الغرر.
- 62 - الفرع الثالث: أنواع الغرر.
- 62 - الفرع الرابع: بعض صور الغرر.
- 63 - المطلب الثالث : تحريم القمار.
- 63 - الفرع الأول: تعريف القمار .

- 64 - الفرع الثاني: حكم القمار
- 67 - المطلب الرابع: تحريم الغش.
- 67 - الفرع الأول: تعريف الغش .
- 68 - الفرع الثاني: حكم الغش.
- 68 - الفرع الثالث: صور الغش .
- 69 - المبحث الثالث: مراعاة مقاصد الشريعة ومصالح العباد.
- 69 - المطلب الأول: مراعاة مقاصد الشريعة عامّة .
- 71 - المطلب الثاني: مراعاة مصالح العباد عامّة .
- 71 - الفرع الأول: تعريف المصلحة .
- 72 - الفرع الثاني: أقسام المصالح باعتبار حكم الشرع فيها .
- 72 - المطلب الثالث: علاقة الشريعة بالمصالح و المقاصد.
- 73 - المطلب الرابع: أثر المقاصد الشرعية في المعاملات المالية المعاصرة.

الفصل الثالث: حكم التجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي وشركة مارتشيب

- 78 - المبحث الأول: حكم الفقه في التجارة الإلكترونية.
- 79 - المطلب الأول: التعريف بمسألة"التجارة الإلكترونية"وتحرير محل النزاع فيها .
- 79 - الفرع الأول: التعريف بمسألة"التجارة الإلكترونية":
- 81 - الفرع الثاني: تحرير محل النزاع.
- 81 - المطلب الثاني : أقوال العلماء في "التجارة الإلكترونية" وأدلتهم .

- 81 - الفرع الأول : أدلة القول الأول_القائلين بصحة التعاقد بالكتابة مطلقا_ :
- 83 - الفرع الثاني : أدلة القول الثاني_ صحة التعاقد بالكتابة: للغائبين دون الحاضرين_:
- 83 - المطلب الثالث: مناقشة الأدلة و التّرجيح
- 83 - الفرع الأول : مناقشة الأدلة :
- 84 - الفرع الثاني: الرّأي المختار.
- 84 - المطلب الرابع: أحكام التعاملات المالية بالإنترنت الصّادر عن هيئة إسلامية:
- 89 - المبحث الثاني : حكم الفقه في التسويق الشبكي
- 89 - المطلب الأول: الفرق بين التسويق الشبكي و الهرمي
- 91 - المطلب الثاني : التعريف بمسألة التسويق الشبكي و تحرير محل النزاع فيها
- 91 - الفرع الأول: التعريف بمسألة التسويق الشبكي.
- 91 - الفرع الثاني: تحرير محل النزاع في التسويق الشبكي.
- 92 - المطلب الثالث: أقوال العلماء في التسويق الشبكي وأدلتهم.
- 96 - المطلب الرابع: مناقشة أقوال العلماء و الرّأي المختار.
- 98 - المبحث الثالث: حكم التّجارة الإلكترونيّة و التسويق الشبكي في مارتشيب
- 99 - المطلب الأول : التعريف بشركة مارتشيب ونشأتها ودورها :
- 99 - الفرع الأول : التعريف بالشركة:
- 100 - الفرع الثاني : نشأة الشركة:
- 100 - الفرع الثالث : دور شركة مارتشيب :

-
- 102 - : ماھية التجارة الإلكترونية في مارتشيب
 - 105 - : ماھية التسويق الشبكي في مارتشيب
 - 110 - : حكم التجارة الإلكترونية و التسويق الشبكي في مارتشيب
 - 110 - : بالنسبة للتجارة الإلكترونية:
 - 112 - : بالنسبة للتسويق الشبكي
 - 116 - خاتمة
 - 121 - أولاً: فهرس الآيات
 - 122 - ثانياً: فهرس الأحاديث
 - 124 - فهرسة الاعلام
 - 126 - فهرس الملاحق:
 - 128 - قائمة المصادر والمراجع

ملخص المذكرة :

إنّ التجارة الالكترونية والتسويق الشبكي ضرب من المعاملات المالية المعاصرة بحيث الأولى مماثلة للتجارة التقليدية مختلفة عنها في الوسيلة الالكترونية فقط والمتمثلة في "الانترنت"، متوفرة على أركان وشروط العقد الصحيح تضبطها القواعد الشرعية العامة، أما التسويق الشبكي فهو نظام تسويقي يعدّ من أنواع البيع المباشر الذي يجتمع فيه الزبّون والمسوّق في شخص واحد مع أخذ عمولات وفق أنظمة محدّدة ، وإنّه من الملاحظ أن هاتين المعاملتين قد تفتشى العمل بهما، ولورع المسلم وحرصه على الحلال باتت التساؤلات عن حكمهما لا يخلو منها مجلس، ممّا أوجب على الفقهاء المعاصرين البحث والتقيب على كفيتهما، كلّ حسب فهمه وإحاطته، فكان الاختلاف وارد فالواحد يجيز والآخر يمنع إلّا أنّ الأمر يقلّ نوعا ما في حكم التجارة الالكترونية التي أجازها جلّ من أدرك مقصدها، ويزداد الخلاف في حكم التسويق الشبكي الذي تساوت أدلة القولين المتعارضين فيه، إلّا أنّه يبقى أفراد تعامل كلّ شركة بدراسة شرعية دقيقة وتكييف فقهي سليم مع تحريّ البدائل الشرعية هو أوفر الحلول وأكثرها دقّة وسلامة في الدنيا والآخرة.

Abstract :

The e-commerce and web marketing are a means of contemporary financial transactions, in which the first is similar to traditional trade different from them in electronic means, available on the terms and conditions of the right contract, regulated by the rules of public legitimacy network marketing is a marketing system that is a direct selling method in which the customer and the marketer meet in one person and take currencies according to specific regulations, it is noticeable that these two treatments have been breached,so the keenness Muslim on the licit questions about their governance is not without a board which necessitates contemporary jurists to research and excavate on the basis of each according to his understanding and briefings the difference was certain ,and one was permitted ,and the other was forbidden. However , it is somewhat less so in the rule of electronic commerce , which was authorized by most of the realized destination , the is a growing controversy in the rule of network marketing , which is equated with conflicting evidence .However , it remains the individual treatment of each company to study the legitimacy of the accurate and the adaptation of the correct jurisprudence while exploring legitimate alternatives it is the most comprehensive and accurate solution in the world and the hereafter.