

التسوق الشبكي في الفقه الإسلامي

د/ محمد السانوسي محمد شحاتة

الاستاذ المساعد - قسم الفقه - كلية الشريعة والقانون

جامعة الأزهر بأسسيوط

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، على ما ألهم وعلم من العلم ما لم نعلم، الحمد لله الذي أعلى معالم العلم وأعلامه، وأظهر شعائر الشرع وأحكامه، والصلاة والسلام على خير خلقه محمد النبي الأكرم، المبعوث إلى سائر الأمم بالشرع الأقوام والمنهج الأحكم - صلى الله عليه وآله وصحبه وسلم وبعد:

فإن المعاملات المالية المعاصرة مع أهميتها تحيط ببعضها الكثير من المحاذير الشرعية بحسب ما يترتب عليها من المصالح والمفاسد، ومن ثم فهي داخله في دائرة المشتبهات التي نصت عليها السنة النبوية في قوله -ﷺ- **الْحَالُّ بَيْنَ، وَالْحَرَامُ بَيْنَ، وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ،** " **مَنْ اتَّقَى الْمُشْتَبِهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ: كَرَّاعٍ يَرْعَى حَوْلَ الْحَمَى، يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ..**" (١). (٢).

قال النووي: "أجمع العلماء على عظم وقع هذا الحديث وكثرة فوائده، وأنه أحد الأحاديث التي عليها مدار الإسلام... قال العلماء: وسبب عظم موقعه أنه - صلى الله عليه وسلم - نبه فيه على إصلاح المطعم والمشرب والملبس وغيرها وأنه ينبغي أن يكون حلالاً، وأرشد إلى معرفة الحلال، وأنه ينبغي ترك المشتبهات، فإنه سبب لحماية دينه وعرضه، وحذر من مواقعة الشبهات، وأوضح ذلك بضرب المثل بالحمى، ثم بين أهم الأمور وهو مراعاة القلب..". (٣).

ومن هذه المعاملات التسويق الشبكي التي يستفيد فيها المشترك في الشبكة بكثير من المزايا، شريطة أن يكسب عددًا من المشتركين وبطريقة متوالية هندسية أو في شكل شجرة ثنائية، فيحصل فيه المسوّق على عمولات عن كل فرد يتم اعتماده كمساعد أو تابع للمسوّق على وفق أنظمة وبرامج خاصة، والترويج للمنتجات يكون عن طريق المشتريين؛ بإعطائهم عمولات مالية مقابل كل مشتري عن طريقهم، على وفق شروط معينة^(٤).

ويعظم البحث في هذا الموضوع ويشند وذلك لما يصحب هذه المعاملة من كثير من المحاذير الشرعية، فضلاً عن خطورتها على الاقتصاد الوطني لأجل ذلك كله وجدت من الأهمية بمكان بحث

(١) - أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب فضل من استبرأ لدينه (١/ ٢٠)، رقم (٥٢) ومسلم في المساقاة باب أخذ لحلال وترك الشبهات (٣/ ١٢١٩)، رقم (١٥٩٩).

(٢) - إعلام الموقعين عن رب العالمين لابن القيم (٣/ ١٧٢) وما بعدها.

(٣) - ومن شروح الحديث قال النووي: "وأما قوله - صلى الله عليه وسلم - **«الحلال بين والحرام بين»** فمعناه أن الأشياء ثلاثة أقسام حلال بين وواضح لا يخفى حله كالخبز والفواكه والزيت والعسل والسمن ولبن مأكول اللحم وبيضه وغير ذلك من المطعومات وكذلك الكلام والنظر والمشى وغير ذلك من التصرفات فيها حلال بين وواضح لا شك في حله وأما الحرام البين فكالخمر والخنزير والميتة والبول والدم المسفوح = وكذلك الزنى والكذب والغيبة والنميمة والنظر إلى الأجنبية وأشباه ذلك. وأما المشتبهات فمعناه أنها ليست بواضحة الحل ولا الحرمة فهذا لا يعرفها كثير من الناس ولا يعلمون حكمها". شرح النووي على مسلم (١١/ ٢٧).

(٤) - سيأتي بيان تعريف التسويق الشبكي وأيضاً في المبحث الأول من هذا البحث.

هذا الموضوع وجمع شتاته من مظانه المعتمدة خاصة ما افتت به هيئة كبار العلماء في المملكة العربية السعودية ومجمع الفقه الإسلامي وغيرهما من بحوث العلماء المعنيين بدراسة القضايا المالية المستجدة سواء من خلال ما تمت به المشاركة في مؤتمرات وندوات علمية أو من خلال فتاويهم في المواقع الإلكترونية، الخاصة بهم أو المعنية بالشأن الإسلامي وهي كثيرة ومؤتمنة على الرأي الشرعي في كل واقعة مستجدة.

لهذه الأسباب وجدت من الأهمية بحث هذا الموضوع ودراسته في ضوء ما عليه الاجتهاد الفقهي وتخريج حكم المسألة في ضوء مقاصد الشرع الكلية مع بيان ما عليه العمل في المصارف الإسلامية.

أهمية الموضوع:

١- إذا كان التسوق الإلكتروني وبيع المنتجات، هو أحد الأفكار الحديثة في عالم التجارة عبر دول العالم المختلفة، وتحول في الكثير من دول العالم إلى أداة للتريح غير المشروع والنصب علي المتعاملين مع هذا النوع من المعاملات التجارية عبر الشبكة العنكبوتية، فإنه من الأهمية بمكان الوقوف على حكمه لبيان ما فيه من محاذير شرعية والتحذير من خطورته؛ حماية للمال من تبديده في غير مصارفه الشرعية.

٢- بيان خطورة هذا التصرف المالي، وخاصة في ظل الإجراءات التي يقدمها البعض بوضع حافز مادي للوسطاء عبر الانترنت لجذب أكبر عدد من المشتريين. مما يلزم منه بيان الحكم الشرعي في هذا النوع من المعاملات التجارية التي تفتقد إلى الرقابة القانونية وغياب التشريعات التي تنظم العلاقة بين البائع والوسيط والمشتري.

٣- انتشار حالات النصب المتعددة من خلال شبكة الانترنت، وازدياد الشكاوي منها ومن آثارها وعدم توافر الأطر القانونية الخاصة المنظمة لعمل هذه الشركات، فلا توجد قوانين مسنونة لتنظيم التعامل بها مع غياب للرقابة المالية.

إشكالية البحث:

- ١- التسوق الشبكي) اليوم عمل ضخم يَدُرُّ بلايين الدولارات، وهو الآن طريقة مُثلى في إدارة الأعمال؛ حيث استطاعت شركات كثيرة أن تَنبَنَى هذا النَّهْج من العمل، والذي يتطلب رأس مالٍ لا يُدَكَّرُ بالمقارنة بالأعمال التقليدية، وربما يقود إلى عائدٍ ماديٍّ ضخمٍ قد لا ينتهي البتة على المدى البعيد.
- ٢- أصبح (التسوق الشبكي) اليوم ركيزةً قوية في قيادة الاقتصاد في القرن الحادي والعشرين، والألفية الثالثة، وقد ساهم في حماية اقتصاد كثير من البلدان بشهادة المختصين فيه!

- ٣- يَعتَبِرُ كثيرٌ من قادة ورجال الأعمال أن (التسوق الشبكي) هو عمل المستقبل، ولكن ومنذ فترة قريبة كانت هناك نظرة شرعية لهذه الطريقة المثلى للتسويق وصفته بأنه أسرع طريقة للاغتناء السهل، أو هي نوع من أنواع الأنظمة الهرمية الممنوعة قانونياً والمحرمة في الشريعة الإسلامية!!
- ٤- اشتمال مثل هذه التعاملات من جانب شركات التسوق الإلكتروني على محاذير شرعية مثل الكذب والنصب والخداع، فضلاً عن حصول هذه الشركات علي أموال الأبرياء بغير حق وبطريق السحت وهو محرم شرعاً. بل ذهب معظم الأساتذة والفقهاء المتخصصين في المعاملات المالية المعاصرة إلى تحريم "التسوق الشبكي" ورفضه بكل الوسائل والطرق.
- ٥- هناك من العلماء من يقول بمشروعية التسوق الشبكي لكونه عقد رضائي، ويتم تخريجه على الجعالة أو الوعد بجائزة أو الوكالة بأجر أو مشروعية العمولة وغيرها من الأسباب التي حملت الكثير من المتعاملين - وخاصة الشباب منهم- على الإقبال عليها والتعامل بها.

خطة البحث :

يتكون هذا البحث من تمهيد ومباحث ثلاثة:

مبحث تمهيدي: الدلالة اللغوية والاصطلاحية لمصطلحات البحث (التسوق - الشبكة) والألفاظ ذات الصلة.

المبحث الأول: ضوابط التسوق في الفقه الإسلامي.

المبحث الثاني: حكم عملية التسوق الشبكي من منظور فقهي.

المبحث الثالث: نماذج من الفتاوى الواردة بشأن تحريم عملية التسوق الشبكي.

الخاتمة وفيها أهم النتائج والتوصيات.

مبحث تمهيدي

الدلالة اللغوية والاصطلاحية لمصطلحات البحث (التسوق - الشبكة) والألفاظ ذات الصلة. وفيه مطالب ثلاثة:

- المطلب الأول : الدلالة اللغوية والاصطلاحية للتسوق والالفاظ ذات الصلة
- المطلب الثاني: الدلالة اللغوية والاصطلاحية للشبكة، والالفاظ ذات الصلة.
- المطلب الثالث: الدلالة الاصطلاحية للتسوق الشبكي.

المطلب الأول

الدلالة اللغوية والاصطلاحية للتسوق والالفاظ ذات الصلة

التسوق لغة: مشتق من السوق، والسوق لغة: هو الوضع الذي يتم التعامل فيه ببيعاً وشراءً^(١). و (السوق) يذكر ويؤنث، سميت بذلك لقيام الناس فيها على سوقهم. اشتقاقها من سوق الناس بضائعهم إليها^(٢).

ووردت الكلمة في القرآن الكريم بهذا المعنى، كما في قوله تعالى: " وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أَنْزَلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا". (٣) وقوله تعالى: " وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ " إشارة إلى أن السوق هو المكان المعد للبيع والشراء، لما يحتاجه الإنسان من أقوات، والتماس المعاش^(٤).

وهو المعنى الذي بينته السنة النبوية فقد أخرج ابن ماجه بإسناده عن أبي أسيد-رضي الله عنه - أن رجلاً جاء إلى النبي -صلى الله عليه وسلم - فقال: بأبي أنت وأمي قد رأيت موضعاً للسوق، أفلا تنظر إليه؟ قال: بلى فقام معه حتى جاء موضع السوق فلما رآه أعجبه، وركضه برجله وقال: نعم سوقكم فلا ينتقص ولا يضرين عليه خراج"^(٥).

(١) لسان العرب، ابن منظور، مادة سوق (١٥٤/٣) والمصباح المنير، الرازي (ص: ٢٩٦).

(٢) التوضيح لشرح الجامع الصحيح، ابن الملقن سراج الدين (٣/ ٦٠٦) (١٠٠/٧).

(٣) سورة الفرقان، الآية (٧).

(٤) انظر: تفسير الطبري (١٩/ ٢٤٠).

(٥) أخرجه ابن ماجه في سننه، في كتاب التجار، باب الأسواق ودخولها (٧٥١/٢) رقم (٢٢٣٣) ورواه الطبراني في

الكبير (١٩/ ٢٦٤) رقم (٥٨٦) وضعفه الألباني. انظر: صحيح وضعيف سنن ابن ماجه (٥/ ٢٣٣).

و(النيب) اسم موضع. (فلا ينتقصن) أي لا يبطلن هذا السوق بل يدوم لكم (ولا يضرين عليه خراج) بأن يقال كل من يبيع ويشترى فيه فعليه كذا.

فقاله - ﷺ - "لا ينتقص" أي لا يبطلن هذا السوق، بل يدوم عليكم.

وفي الاصطلاح الشرعي السوق: اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين متعاطي البيع والشراء^(١).

وقال سراج الدين بن الملتن: السوق اسم لما يسوق الناس إليه بضائعهم^(٢).

وهو مستفاد من شرح صحيح البخاري لابن حجر حيث ذكر في شرحه لحديث ابن عمر (رضي الله عنهما) إنهم - أي الصحابة - كانوا يشترون الطعام من الركبان على عهد النبي - ﷺ - فبعث عليهم من يمنعهم أن يبيعوه حيث اشتروه حتى ينقلوه، حيث يباع الطعام "فاستدل به ابن حجر على أن السوق هو اسم لكل مكان وقع فيه التبايع؛ لقوله النبي - ﷺ - "حيث يباع الطعام".^(٣)

وتعريف ابن حجر شامل لكل أنواع الأسواق، المادية منها، والمعنوية، مما يفيد في إدخال الأسواق المالية في مضمونه، بل هذه الأخيرة من الخطورة بمكان؛ لتداخل ما يتم فيها من بيع وشراء، واشتمالها على كثير من وجوه المخالفة لما تتطلبه الشريعة الإسلامية في الأسواق الاقتصادية، وما يعرض فيها من سلع وخدمات.

الألفاظ ذات الصلة بالسوق:

البورصة أو سوق الأوراق المالية:

وهي: السوق أو المكان الذي يتم فيه بيع وشراء الأسهم والسندات وغيرها بموجب طلبات يقدمها تجار وسماسرة محترفون وتتم عمليات المقابلة بين طلبات البيع وطلبات الشراء إلكترونياً، ويتولى نقل ملكية الأوراق المالية من البائع إلى المشتري وتحويل الثمن نقداً من المشتري إلى البائع وهو ما يعرف بنظام المقاصة والتسوية^(٤).

(١) انظر: فتح الباري بشرح صحيح البخاري، لابن حجر (٤: ٣٤٢) رقم (٢١٢٣).

(٢) التوضيح لشرح الجامع الصحيح (٧/ ١٠٠).

(٣) نفس المرجع السابق.

(٤) انظر: البورصات، د/حسن لبيب، عيسى عبده - سامي وهبة (ص: ٧)، الاقتصاد السياسي د: زكي عبد المتعال

ولقد بين مجمع الفقه الإسلامي المنعقد بمكة في الفترة (١١-١٩) ربيع الآخر ١٤٠٤هـ "الحكم الشرعي في سوق الأوراق المالية والبضائع "البورصة" وما يجري فيها من عقود عاجلة وأجلة على الأسهم وسندات القروض والبضائع والعملات الورقية بعد مناقشتها في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية (١)

طبيعة ما يتم تسويقه:

ما يتم تسويقه في الأسواق لا يخلو أن يكون سلعة أو خدمة، ويمكن تعريف كل منهما كما يلي:

(أ) - معنى السلعة في اللغة والاصطلاح:

السلعة لغة: هي البضاعة والجمع فيها سلع (٢).

(١) انظر قرارات المجمع الفقهي - مجلة الاقتصاد الإسلامي العدد (١٥٥) (ص: ٥٤/٥٢) وقد تضمن نص القرار عدداً من الأحكام الشرعية، منها:

أولاً: أن غاية السوق المالية والبورصة "هي إيجاد سوق مستمرة ودائمة يتلاقى فيها العرض والطلب، والمتعاملون بيعاً وشراءً،" وهذا أمر جيد ومفيد ويمنع استغلال المحترفين للغافلين والمسترسلين الذين يحتاجون إلى بيع أو شراء ولا يعرفون حقيقة الأسعار، ولا يعرفون المحتاج إلى البيع ومن هو محتاج إلى الشراء، ولكن هذه المصلحة الواضحة يواكبها في الأسواق المذكورة "البورصة" أنواع من الصفقات المحظورة شرعاً والمقامرة والاستغلال وأكل أموال الناس بالباطل، ولذلك لا يمكن إعطاء حكم شرعي عام بشأنها، بل يجب بيان حكم المعاملات التي تجرى فيها كل واحدة منها على حده.

ثانياً: أن العقود العاجلة على السلع الحاضرة الموجودة في ملك البائع التي يجب فيها القبض فيما يشترط = له القبض في مجلس العقد شرعاً، هي عقود جائزة، ما لم تكن عقوداً على محرم شرعاً. أما إذا لم يكن المبيع في ملك البائع فيجب أن تتوافر فيه شروط بيع السلع ثم لا يجوز للمشتري بعد ذلك بيعه قبل قبضه.

ثالثاً: أن العقود العاجلة على أسهم الشركات والمؤسسات حين تكون تلك الأسهم في ملك البائع جائزة شرعاً، ما لم تكن تلك الشركات أو المؤسسات موضوع تعاملها محرم شرعاً، كشركات البنوك الربوية، وشركات الخمور، فحينئذ يحرم التعاقد في أسهمها بيعاً وشراءً.

رابعاً: أن العقود الآجلة بأنواعها التي تجرى على المكشوف، أي على الأسهم والسلع التي ليست في ملك البائع بالكيفية التي تجرى في السوق المالية "البورصة" غير جائزة شرعاً؛ لأنها تشتمل على بيع الشخص ما لا يملك اعتماداً على أنه سيشتريه فيما بعد ويسلمه في الموعد، وهذا منهي عنه شرعاً...

خامساً: ليست العقود الآجلة في السوق المالية "البورصة" من قبيل بيع السلع الجائزة في الشريعة الإسلامية؛ وذلك للفرق بينهما من وجهين:

(١) في السوق المالية "البورصة" لا يدفع الثمن في العقود الآجلة في مجلس العقد وإنما يؤجل دفع الثمن إلى

موعد التصفية، بينما الثمن في بيع السلع يجب أن يدفع في مجلس العقد. (١)

في السوق المالية "البورصة" تباع السلعة المتعاقد عليها وهي في ذمة البائع الأول وقبل أن يحوزها المشتري الأول عدة بيوع، وليس الغرض من ذلك إلا قبض، أو دفع فروق الأسعار بين البائعين والمشتريين غير الفعليين مخاطرة

منهم على الكسب و الربح كالمقامرة سواء بسواء بينما لا يجوز بيع المبيع في عقد السلم قبل قبضه..."

(٢) لسان العرب، مادة سلع (٣: ٢٠٦٦) القاموس المحيط، للفيروز آبادي فصل السين باب العين (٣: ٣٨) والمعجم الوسيط (١: ٤٤٣).

وفي الاصطلاح: الفقهي: وردت السلعة في كتب الفقهاء القدامى بمعنى البضاعة، كما دلت عليه الشروح الواردة على نهى النبي -ﷺ- أن تبتاع السلع حيث تبتاع حتى يحوزها التجار إلى رحالهم، والمحاضر والسجلات، وفسروها بالبضاعة^(١).

وعرفها بعض المعاصرين بأنها: "رأس المال غير النقدي"^(٢).

وفي الاقتصاد الوضعي: هي أي شيء نافع له عرض وطلب^(٣).

(ب) معنى الخدمة في اللغة والاصطلاح:

الخدمة في اللغة: طلب منفعة الشيء ومنه استخدمته سألته أن يخدمني أو جعلته كذلك^(٤).

وفي الاصطلاح الفقهي: هي ما يحصل عليه المستهلك من نتائج أعمال الغير، كخدمة أصحاب الحرف والصناعات ونحوهم^(٥).

والضابط الإسلامي للسلع والخدمات هو أن يكون النشاط الإنتاجي مشروعاً والنتائج المترتبة عليه كذلك، ومن ثم لا يجوز الاسترباح من وراء تلك الأمور عملاً بالقاعدة الشرعية القائلة "المنفعة المحظورة شرعاً تلحق بالمنفعة المعدومة حساً"^(٦).

أما في الفكر الوضعي فهو لا يفرق بين مشروعية ذلك الشيء، أو عدم مشروعيته، فصدور قرار بتحريم الخمر مثلاً من زاوية التحليل الاقتصادي غير الإسلامي، نجد أنه ينافي أحسن استخدام للموارد، فهو يرى أن مثل هذا القرار هو إهدار للموارد الاقتصادية، ففي أرباح الخمر والمسكرات منافع اقتصادية لبعض الناس، إذ يترتب عليها ازدياد المزروع من الكروم، وإنشاء المصانع ونحو ذلك^(٧).

مما تقدم يظهر بجلاء أن الأسواق مشروعة في الجملة، ويختلف حكمها باختلاف ما يباع فيها، وهذا بناءً على أن البيع مشروع في الجملة، لعموم قوله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾^(٨)

(١) انظر: المحيط البرهاني في الفقه النعماني، ابن مازة البخاري (٩/ ٤٧٤)، العناية شرح الهداية، البابرتي (٦/ ٥١١)، الإشراف على نكت مسائل الخلاف، القاضي عبد الوهاب (٢/ ٥٧٢) شرح التلقين، شرح التلقين أبو عبد الله محمد بن علي بن عمر التميمي المازري (٣/ ٢/ ٢٨٨) الوسيط في المذهب الشافعي، الإمام أبو حامد الغزالي (٣/ ٧١)، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، شهاب الدين الرملي (٣/ ٤٦٦)، المغني لابن قدامة (٤/ ١٦٣).

(٢) القاموس الفقهي، سعد أبو جيب، (ص: ١٦٥).

(٣) مقدمة في علم الاقتصاد د: مدحت محمد العقاد - صبحي تادرس قريضة (٩: ١٨- ٥٢).

(٤) لسان العرب لابن منظور (٢: ١١١٥) والمصباح المنير (ص: ١٦٥).

(٥) انظر: الحسبة لابن تيمية (ص ٣٤) وذلك في معرض كلامه عن تسعير الأعمال.

(٦) انظر: معالم القرية في أحكام الحسبة لمحمد بن أحمد القرشي (ص: ٨٦).

(٧) انظر: مقدمة في علم الاقتصاد د: مدحت محمد العقاد - صبحي تادرس قريضة (٩: ١٨- ٥٢).

(٨) سورة البقرة، من الآية (٢٧٥)

والمعنى: وأحلّ الله الأرباح في التجارة والشراء والبيع..^(١) إلا أن الأمر يختلف باختلاف باختلاق ما يتضمنه البيع من أمور ورد الشرع بتحريمها، أو تحليلها، أو سكت عنها.

المطلب الثاني

الدلالة اللغوية والاصطلاحية للشبكة والألفاظ ذات الصلة

الشبكة في اللغة: تطلق ويراد بهاد التداخل والترابط، وكل متداخل متشابك يُقال شبكة المواصلات وشبكة الكهرباء.

قال الزبيدي: "وأصل الشبك هو الخلط والتداخل، ومنه تشبيك الأصابع، وهو إدخال الأصابع بعضها في بعض، وشبكت الأمور، واشتبكت، وتشابكت وتشبكت: اختلطت. وقال ابن فارس: بين القوم شبكة نسب: أي مداخلة"^(٢)

وقال المطرزي: "اشتباك) النجوم كثرتها ودخول بعضها في بعض مأخوذ من شبكة الصائد"^(٣)

وقال الفيروز آبادي: وشبكت الأمور، واشتبكت، وتشابكت وتشبكت: اختلطت والتبست... وطريق شابك: متداخل ملتبس. وبينهما شبكة، بالضم: نسب قرابة"^(٤)

وقال الزمخشري: وسميت شبكة لتجاورها وتشابكها ولا يقال للواحدة منها شبكة، وإنما هي اسم للجمع وتجمع الجمل منها في مواضع شتى شباكاً.."^(٥)

ومنهم قولهم: "اشتبكت الأرحام، وبينهم أرحام مشتبكة ومتشابكة، وتقول: بينهما شبهة سبب، لا شبكة نسب؛ ولحمة شابكة"^(٦).

وعلى هذا يحمل معنى الشبكة العنقودية، وهو مصطلح يطلق على شبكة الإنترنت التي تضم شبكة واسعة وغير محدودة للاتصالات على مستوى العالم، تتيح لمستخدميها أو المتصلين إمكانية تبادل المعلومات بمختلف أنواعها وفق بروتوكول واحد يسمّى الشبكة العنكبوتية، التي جعلت من العالم كرة صغيرة يمكن لأيّ شخص الوصول لأيّ شخص آخر حول العالم مهما كانت المسافات خلال ثوانٍ معدودة"^(٧)

(١) انظر: تفسير الطبري (٦/ ١٣).

(٢) انظر: تاج العروس، الزبيدي (٢٧: ٢١٧)

(٣) المغرب في ترتيب المعرب، المطرزي (ص: ٢٤٤).

(٤) القاموس المحيط (ص: ٩٤٤).

(٥) الفائق في غريب الحديث (٣: ٣٢٧)

(٦) أساس البلاغة (١: ٩٢٤)

(٧) <http://ar.wikipedia.org> موقع الكتروني موسوعة ويكيبيديا. وانظر: الأنترنت ونسيج الشبكة العنقودية، ص(٩)

وما بعدها <https://docs.google.com/view>

ويُفرق بين شبكة الإنترنت والشبكة العنكبوتية في أنّ الأولى تمثّل مجموعة لا متناهية من شبكات الحواسيب المرتبطة ببعضها البعض حول الكرة الأرضية، حيث تقوم هذه المجموعة على أساس تبادل المعلومات والبيانات مع بعضها البعض، وتقدّم لمستخدميها خدمات لا يمكن حصرها، أمّا فيما يتعلق بالشبكة العنكبوتية فتتمثّل في كونها نظاماً متكاملًا من المستندات التي تعمل من خلال الإنترنت. (١)

المطلب الثالث

الدلالة الاصطلاحية للتسويق الشبكي

التسويق الشبكي (Network Marketing) في أبسط صورته، هو أن المنظمة تقوم بإلغاء كل طرق الدعاية التقليدية، وتقوم فقط بتكوين شبكة من الموزعين، الذين سيوزعون المنتج بطريقة البيع المباشر، ومع بيع كل وحدة من المنتج، يستفاد الموزع صاحب إتمام عملية البيع بنسبة من الأرباح كعمولة. (٢)

وبعبارة أخرى هو : نوع من تسويق المنتجات أو الخدمات مبني على التسوق التواصلي، حيث يقوم المستهلك بدعوة مستخدمين آخرين لشراء المنتج في مقابل عمولة، ويحصل أيضاً المستخدم على نسبة في حالة قيام عملاءه ببيع المنتج لآخرين بحيث يصبح من على قمة الهرم ويصبح لديه شبكة من الزبائن المشتركين بأسفله، أو عملاء قام بالشراء عن طريقهم. (٣)

وباستقراء التعريفات الواردة في الموضوع يجد أنه تبنى على عدد من العناصر:

- ١- شركة تسوق منتجاً سوريا وتبيعه بأضعاف سعره الحقيقي.
- ٢- وعد بمكافآت خيالية لم ينضم لشبكة المسوقين.
- ٣- لا يمكن الحصول على إمتياز تسويق المنتجات إلا بعد شرائها.

(١) الانترنت ونسيج الشبكة العنقودية، ص(٩) وما بعدها <https://docs.google.com/view>، مقدمة في شبكة الإنترنت مجلة الكاتب العربي <http://www.alarabimag.com>

مقدمه في شبكات الحاسب بقلم : سيف الحق حامد محمد اسماعيل <http://www.alarabimag.com>

(٢) في تعريف التسويق الشبكي ينظر: التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية: عبد الوهاب ربحاوي، بحث غير منشور من مقتنيات بنك دبي الإسلامي ٢٠، التسويق نظرة اقتصادية سمير محمد يوسف، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ص٧، التسويق مبادئه وطرقه، مصطفى حسنين زهير ص ١٦، التسويق وإدارة المبيعات، محمد سعيد عبد الفتاح، طبعة ١٩٧٧م، ص(٢٢) .

(٣) التسويق بعمولة شبكية أو هرمية، مقال د : رفيف يونس المصري، موقعه الالكتروني، التكليف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي، د: أسامة الأشقر، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، (ص:٤).

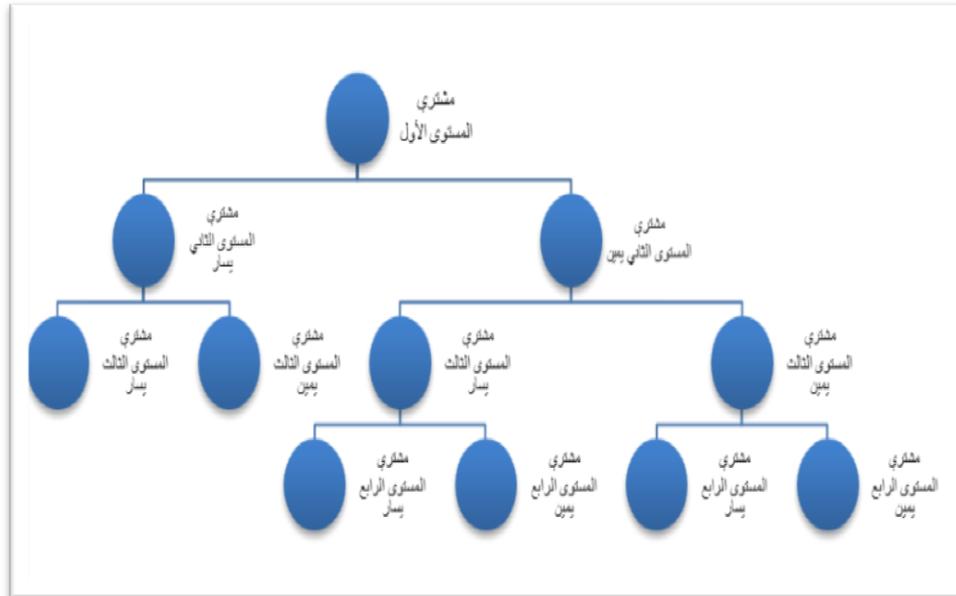
٤ - إذا أقنع المسوق شخصا آخر بشراء المنتج، فإن ذلك الشخص يصبح عضواً في شبكة المسوق، وجهده في جيب المسوق الأول.

وعلى هذا يمكن تعريف التسويق الشبكي بأنه: نظام استحدثته بعض الشركات لتحقيق الأرباح، تكون المكافأة فيه على استقطاب العملاء الجدد، وتقدر بطريقة حسابية هرمية متشابهة. وقت استخدام هذه الطريقة:

استخدمت هذه الطريقة بدأً من منتصف القرن العشرين، واستعان بها بعض الشركات نظراً لما تحققه من مبيعات عالية لمنتجاتها وتكلفتها أقل.

وتحولت هذه الطريقة في الآونة الأخيرة إلى طريقة لتحقيق الأرباح فقط ولم تعد مجرد وسيلة من وسائل التسويق، مما جعلها محط انتقاد الكثيرين نظراً لإضافة منتجات اما لا قيمة لها أو زائدة عن قيمتها الأصلية، ويلجأ المستخدم لشرائها ليس بهدف الاستفادة منها بل من أجل السعي وراء الربح، مما يجعل المستخدمون على قمة الهرم يحققون أرباح خيالية بينما القاعدة الأكبر من العملاء في هذه الطريقة قد لا يحرزوا أي مكسب في النهاية^(١).

الشكل الأول^(٢).



مثال توضيحي :

(١) - التسويق وإدارة المبيعات ، محمد سعيد عبد الفتاح ، (ص:١٠) وما بعدها ، التسويق نظرة اقتصادية سمير محمد يوسف، (ص:١٥).

(٢) - <https://www.google.com.eg/search> موقع الكتروني.

لنفرض أن شركة تصنع (الصابون) وتبيعه بسعر (٢٠ ريالاً)، إذا أرادت هذه الشركة اتباع هذا الأسلوب من التسوق، فإنما تقوم بتقديم عرضها التالي لزيد من الناس: إذا اشتريت (الصابون) سنمنحك فرصة التسوق الشخصي لمنتجاتنا لكسب حافز مقداره (٣ ريالات) عن كل مشتر تأتي به أنت أو يأتي به من أتيت به، يقوم زيد بإقناع خالد وعمرو بالشراء وحثهما على تسويقه حتى يظفرا بالحوافز، يشترى خالد وعمرو، ويكسب زيد الحافزَيْن الموعودَيْن (٣×٢=٦ ريالات)، هل ينتهي التسوق الشبكي هكذا؟ لا..

إذ يقوم خالد بإقناع ثلاثة من أصدقائه بشراء المنتج والتسوق له، فيحصل هو على ثلاثة حوافز (٣×٣=٩ ريالات)، وعلى نفس المبلغ (٩ ريالات) يحصل زيد وهو المشتري والمسوق الأول.

فلو فرضنا أن هؤلاء الثلاثة أقنع كل واحد منهم ثلاثة آخرين بالشراء سيحصل كل واحد من الثلاثة على ثلاثة حوافز (٣×٣=٩ ريالات)، وبالتالي سيكون نصيب خالد تسعة حوافز (٣×٩=٢٧ ريالاً)، وسينال زيد المتربع على رأس الشبكة المبلغ ذاته (٢٧ ريالاً)، وهكذا دواليك، تتضخم الشبكة على هيئة شجرة متفرعة الأغصان، أو هرم يتسع كلما اتجه إلى قاعدته، في سلاسل لا متناهية من المشترين المسوقين^(١).

الفرق بين التسوق الشبكي والبيع الهرمي:

يطلق البعض على هذه المعاملة التسوق الهرمي؛ ذلك لأن شكل المتعاملين فيها يأخذ صورة الهرم، يقبع في قمة هذا الهرم أول متعامل النقطة هذه الشركة وجندته لإقناع الغير لشراء منتجها، ويكمن في القاع مجموعة المغلوبين علي أمرهم الذين تم خداعهم، تحت دعوي أنهم سيحصلون علي مبالغ خيالية من خلال إقناع الغير للحصول علي منتج معين تنتجه هذه الشركات هذا المنتج الذي يتم تسويقه من خلال التسوق الشبكي أو الهرمي قد يكون موقع الكتروني أو عملة تذكارية متخذة من الذهب أو غيرها من المعادن أو أشياء من هذا القبيل، وأن القاسم المشترك في هذه العملية أن الناس لا يحتاجون إليها إطلاقاً لكن الذي يدفع الجميع الي شرائها هو الرغبة في الحصول علي العائد الذي وعدت به الشركة المنتجة لهذه السلع.

وفي الواقع أن هناك ثمة فروق بين التسوق الشبكي والهرمي، تتمثل فيما يلي:

التسوق الشبكي هو شبكة ليست لها نهاية، وكلما تواجدت صفقات البيع، تواجدت العمولات، أما البيع الهرمي فيبدأ من الرأس وهو الموزع الرئيسي أو المنظمة (الذي يحصل على نسبة من الأرباح من أول الهرم حتى القاعدة)، وبالتالي البيع الهرمي له قاعدة (أي نهاية)، وتفسير ذلك ببساطة أنه

(١) - انظر: حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية مقارنة، أحمد سمير قرني، دارالنفائس، الأردن (ص:٦)، التجارة الالكترونية (دراسة خاصة في بزناس) نيب موسى نصيف، بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالي معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، (ص:٤) صيغة الفتوى المرسله إلى سماحة المفتي العام السابق الدكتور نوح علي سلمان، الموضوع: حكم التسويق الشبكي، رقم الفتوى (٦٤٤)، دار الإفتاء بالمملكة الأردنية الهاشمية، <http://www.aliftaa.jo>

لا يمكن أن يظل الرأس يربح على مدى طول الخط، لأنه كلما زاد طول الخط زادت العمولات الموزعة، وقل الربح، وبديهي أن ندرك أن قاعدة الهرم ستكون (خاسرة).

- ١- يتطلب البيع الهرمي تكاليف مبدئية (Sign-up fees) للتسجيل والانضمام للشبكة الهرمية، وبالتالي يكون ربح المنظمة من خلال هذه المصاريف قبل أن يكون من بيع المنتج، أو حتى إقناع أعضاء جدد بالدخول إلى النظام الهرمي.
- ٢- تحسب العمولة بشكل أساسي على عدد الأشخاص الذين تستطيع إحضارهم وإقناعهم بالدخول إلى النظام الهرمي، (بعيداً عن المنتج أو بيعه).
- ٣- المنتجات التي يحصل عليها الموزع في النظام الهرمي تكون غالباً أكبر من قدرته على توزيعها وبيعها.
- ٤- المنظمة تستفد عند بيع المنتج بالأرباح، وتستفد عند بيع أي شخص في الشبكات السفلية للمنتج، وهذا ما يحاول التسوق الشبكي معالجته، بنظام الانفصال على سبيل المثال، عندما تتفصل مجموعة الموزع عنه بعد وصلها لعدد معين من الأشخاص أو حجم معين من المبيعات^(١).

المبحث الأول

خصائص التسوق في الفقه الإسلامي وعلاقته بالتسوق الشبكي

تمهيد:

التسوق المعتبر شرعاً ينفق وما تدعو إليه الشريعة الإسلامية من ضبط المعاملات التجارية بميزان الحلال والحرام، حتى تكون ثماره مصدر نماء حقيقي يعود بالنفع على طرفي المعاملة (البائع والمشتري) (التاجر والمستهلك).

ومؤدى ذلك أن الشريعة الإسلامية تجيز كل معاملة تتفق ومقاصد الشرع الكلية في إطار منهج متوازن من حماية الحقوق، والإعلام والشفافية، وخلو السلعة من عيب، وكون السلعة مقصودة لذاتها، وليست حيلة ربوية.

وعليه فإن كل معاملة كل معاملة مستجدة توزن بميزان الشرع الإسلامي الحنيف، فيحكم بجوازها متى اتفقت وقواعد هذا الميزان، أما إذا اختلفت فلا مسوغ للقول بمشروعيتها، إلا بعد تنقيتها مما علق بها من محاذير شرعية.

(١) - التسوق بعمولة شبكية أو هرمية، مقال د: رفيق يونس المصري، موقعه الإلكتروني، التكييف الفقهي لمعاملة التسوق الشبكي، د: أسامة الأشقر، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، (ص: ٨).

وتتممة للفائدة يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطالب ستة:

- **المطلب الأول:** حرية التسوق.
- **المطلب الثاني:** إلغاء هامش الربح الراجع إلى الوساطة والمخاطرة.
- **المطلب الثالث:** إلغاء نفقات الدعاية والإعلان.
- **المطلب الرابع:** بيان ما في السلعة من عيب يحول دون الانتفاع.
- **المطلب الخامس:** كون السلعة التي وقع العقد عليها مقصودة لذاتها.
- **المطلب السادس:** علاقة مسألة التسوق الشبكي بالضوابط السالفة الذكر.

المطلب الأول

حرية التسوق

حرية التعامل في النشاط الاقتصادي تعني ترك الأفراد يتصرفون في أنشطتهم الاقتصادية المختلفة، وفقاً لإرادتهم واختياراتهم، وبدون تقييد خارجي إلا قيد الشرع نفسه، وقد أشار الفقهاء إلى ذلك، ففي كشف القناع "إذ الملك التام عبارة عما كان بيده لم يتعلق به غيره، ويتصرف فيه على حسب اختياره، وفوائده حاصلة له"^(١).

ويذكر الإمام الشافعي: أن الناس مسلطون على أموالهم، وليس لأحد أن يأخذها ولا شيئاً منها بغير طيب أنفسهم، إلا في المواضع التي تلزمهم^(٢) كحالة الضرورة ونحوها.

فالمضطر أو الجائع الذي وصل إلى حال يخشى معه الهلاك حينئذ يحل له أكل المحرم، أو الزائد عن حاجة الغير للضرورة^(٣).

ومن تطبيقات هذا المعنى، أي حرية التعامل أن المنتجين لهم الحرية في الدخول إلى السوق والخروج منه، ولهم حرية التنقل وليس لأي طرف من أطراف التعامل في السوق التأثير على عمل هذا السوق لأن ذلك من الظلم، وقد عدد شيخ الإسلام ابن تيمية صور الظلم التي تنطوي على مصادمة لأصل الحرية فمن ذلك قوله: "وأبلغ من هذا - أي في الظلم - أن يكون الناس قد التزموا أن لا يبيعوا الطعام أو غيره إلا لأناس معروفين لا يتبايع تلك السلع إلا لهم ثم يبيعونها هم، فلو باع غيرهم ذلك منع إما ظلماً لوظيفة - مبلغ من المال - تؤخذ من البائع، أو غير ظلم لما في ذلك من

(١) انظر: كشف القناع للبهوتي (٢: ١٧٠)، وعبارات مماثلة في تفسير القرطبي (٧: ٣٢٨) بدائع الصنائع للكاساني (٦: ٢٦٤)، تبيين الحقائق للزيلعي (٤: ١٩٦).

(٢) انظر: مختصر المزني على هامش الأم (٢: ٢٠٩).

(٣) انظر: تبيين الحقائق للزيلعي (٥: ١٨٥)، الشرح الكبير للإمام الدردير (٢: ١١٥)، مغنى المحتاج للخطيب الشربيني (٤: ٣٠٦)، المغنى لابن قدامة (٨: ٣٠٨)، غمز العيون والبصائر للحموي (١: ٢٧٧).

الفساد"^(١) وقريب مما قاله ابن تيمية ما ذكره مفتي زاده بقوله: "أعلم أنه قد يريد بعض الظلمة من الدهاقنة - رؤساء الأقاليم - وغيرهم بيع شيء له في السوق فيستعين بقضاة السوء - المحتسب - فيمنع الناس عن بيع مثله تنفيهاً لسلعته وترويحاً لها ولا يخفي أن هذا ظلم صريح وعدوان قبيح كيف لا؟ وإنه لحجز لهم بغير سبب شرعي من أسبابه وتحكم عليهم يمنع ما أذن الله لهم فيه من تصرفهم في أموالهم ومضارة لهم"^(٢).

المطلب الثاني

إلغاء هامش الربح الراجع إلى الوساطة والمخاطرة

يرفض الإسلام الكسب من كل الأعمال الطفيلية، مثل السمسرة والوساطة، ما لم يكن هذا الكسب راجعاً إلى إضافة منفعة حقيقية للسلعة. ولهذا السبب فإن العائد الراجع إلى المخاطرة وحدها لا يبيحه الإسلام أيضاً، ومن ثم إلغاء السلسلة الطويلة من الوسطاء والمقارمين الذين يحصلون الآن على هامش كبير من الربح دون إضافة حقيقية في منفعة السلعة.^(٣)

ومن الأمثلة على ذلك في المجال التجاري، ما جاء في الصحيحين في حديث ابن عباس - رضي الله عنهما - إذ قال: نهى رسول الله - ﷺ - أن نتلقى الركبان وأن يبيع حاضر لباد "قال ابن عباس: معناه لا يكون له سمساراً." ^(٤)

قال ابن حجر: "وهو في الأصل القيم بالأمر والحافظ له، ثم استعمل في متولي الشراء والبيع لغيره، وقال بعضهم: صورته أن يجيء غريب إلى البلد بسلعته يريد بيعها بسعر الوقت في الحال، فيأتيه بلدي فيقول له: ضعه لأبيعه لك على التدرج بأعلى من هذا السعر" ^(٥).

ومعنى ذلك ألا يسعى التجار أو الوسطاء في أطراف المدينة لمقابلة قافلة التجارة قبل وصولها إلى الأسواق، حتى لا يكون في ذلك منع التفاعل الحقيقي بين قوى العرض والطلب، أو التفرير بالتجار، وألا يقوم تجار الحضر بالبيع نيابة عن تجار البدو، وذلك لعدم حجب السلعة في أيام جلبها، ولما فيه من ارتفاع تكلفتها، واتساع هامش الربح الذي يطلبه الوسيط، أو السمسار دون أن يضيف إضافة حقيقية إلى الإنتاج.

وهذا معناه أن السمسرة على عمومها ليست ممنوعة مع مراعاة الحدود والضوابط الشرعية، فالذي عليه

(١) الحسبة لابن تيمية، (ص: ١٢).

(٢) انظر: حاشية ابن عابدين (١٤٨:٦)

(٣) الاقتصاد الإسلامي، د/ربيع الروبي، (ص: ١٢٣)

(٤) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، ب لا يبيع على بيع أخيه، ولا يسوم على سوم أخيه، حتى يأذن له أو يترك

(٣: ٦٩) رقم (٢١٤٠) ومسلم في البيوع باب تحريم بيع حبل الحبل (٢: ١٠٣٣) رقم (١٥١٥).

(٥) انظر: فتح الباري لابن حجر (٤: ٣٧١) رقم (٢١٥٨) وصحيح مسلم بشرح النووي (١٠: ١٩٥) وسنن الترمذي (٣: ٥١٧) رقم

(١٢٢٣).

بعض الفقهاء أن المحتسب عليه أن يراعى فيمن يشتغل وظيفه دلال أو مناد أن يكون من أهل الدين، والأمانة، وصدق القول؛ لأنهم يتسلمون بضائع الناس ويقلدونهم الأمانة في بيعها، كما نصّ عليه الإمام الشيرازي الشافعي، في كتاب نهاية الرتبة في طلب الحسبة^(١) كما جُوز البعض عمل السمسار وأجراه مجرى المقارض، كما في قول ابن عباس (رضي الله عنهما) "لا بأس أن يقول بع هذا الثوب فما زاد على كذا وكذا فهو لك. واشترط بعضهم ضرورة أن تكون الأجرة معلومة"^(٢)

ومن شأن هذه الخاصية خفض ثمن السلعة، فتصل إلى البائنه بالسعر العادل، الذي لا وكس فيه ولا شطط، أما في الصورة التي ندرسها فليس الأمر كذلك، حيث ينجح المسوق في الحصول على أعلى قيمة ممكنة للسلعة دون أن تكون هذه القيمة مبينة على أعتارات شرعية، بل هي أرباح وهمية مفتعلة، بعيدة عن دائرة الحلال الخالص الذي تعبدنا الله تعالى به.

المطلب الثالث

إلغاء نفقات الدعاية والإعلان

إن معظم صور الدعاية والإعلان في الوقت الحاضر هي نوع من التغيرير بالمستهلك، وإيهامه بإقبال الجماهير على السلع، وبمزايها غير موجودة فيها ولما كان الإسلام قد حرم الغش، وكل بيع غرر فإن جزءاً هاماً من نفقات الدعاية والإعلان يمكن توفيره في المنشأة الإسلامية.

ففي الصحيحين يقول النبي (ﷺ): «الْحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلْسَّلْعَةِ، مُمَجَّعَةٌ لِلْبِرْكَاتِ»^(٣) وفي رواية: «الْيَمِينُ الْكَاذِبَةُ مُنْفَقَةٌ لِلْسَّلْعَةِ مَمَحَقَةٌ لِلْكَسْبِ»^(٤)

قال النووي "وفيه النهي عن كثرة الحلف في البيع، فإن الحلف من غير حاجة مكروه، وينضم إليه هنا تزويج السلعة، وربما اغتر المشتري باليمين والله أعلم."^(٥)

والمعنى: أن البائع إذا حلف على سلعته أنه أعطي فيها كذا وكذا، أو أنه اشتراها بكذا وكذا، أو أن فيها كيت وكيت من الصفات، فظنه المشتري صادقاً فيما حلف عليه، فأخذها بزيادة على قيمتها، والبائع كاذب، إنما حلف طمعاً في الزيادة، فيكون بذلك قد عصى الله وخالف أمره، فيعاقبه الله تعالى بمحق البركة، فإذا ذهب بركة كسبه دخل عليه من النقص أعظم من تلك الزيادة التي دخلت عليه بسبب حلفه،

(١) انظر: نهاية الرتبة في طلب الحسبة للشيرازي (١٩٤:٤)

(٢) انظر: فتح الباري شرح صحيح البخاري (٤٥١:٤)

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، في كتاب البيوع، باب: {يُحَقُّ لِلرَّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتُ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ} [البقرة: ٢٧٦] (٣: ٦٠) برقم (٢٠٨٧) ومسلم في المساقاة، باب النهي عن الحلف في البيع برقم (١٦٠٦) والترمذي في سننه (٣: ٦١٣) برقم (٢٠٨٨) والآية رقم ٧٧ من سورة آل عمران.

(٤) أخرجه الإمام أحمد في مسنده (١٢: ٢٤٣) برقم (٧٢٩٣) قال المحقق: "إسناده صحيح على شرط مسلم. وأخرجه أبو نعيم في "الحلية" (٢٣٣:٩) من طريق أحمد بن حنبل، بهذا الإسناد.

(٥) شرح النووي على مسلم (١١: ٤٥).

وربما ذهب ثمن تلك السلعة رأساً، وما عند الله لا ينال إلا بطاعته، وإن تزخرت الدنيا للعاصي فعاقبتها اضمحلال وذهاب وعقاب.

وفي صحيح البخاري عن ابن أبي أوفى (رضي الله عنه) «أَنَّ رَجُلًا أَقَامَ سِلْعَةً وَهُوَ فِي السُّوقِ، فَحَلَفَ بِاللَّهِ لَقَدْ أُعْطِيَ بِهَا مَا لَمْ يُعْطِ لِيُوقِعَ فِيهَا رَجُلًا مِنَ الْمُسْلِمِينَ» فَزَلَّتْ: {إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمًّا قَلِيلًا} [آل عمران: ٧٧] الآية^(١).

وعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو (رضي الله عنهما)، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ (ﷺ): «مَنْ اقْتَطَعَ مَالَ امْرِئٍ مُسْلِمٍ بِيَمِينٍ كَاذِبَةٍ، لَفِيَ اللَّهُ وَهُوَ عَلَيْهِ غَضَبَانُ» قَالَ عَبْدُ اللَّهِ: ثُمَّ قَرَأَ رَسُولُ اللَّهِ (ﷺ) -، مِصْدَاقَهُ مِنْ كِتَابِ اللَّهِ جَلَّ ذِكْرُهُ: {إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمًّا قَلِيلًا أُولَئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يَكَلِّمُهُمُ اللَّهُ} [آل عمران: ٧٧] الآية^(٢).

ففي الأحاديث دليل على أن السلعة قد تروج بالدعاية والإعلان، وهي لا تكون كذلك إلا إذا كان المنتج قد خرج عن الحد المطلوب شرعاً لإنتاج السلعة، وجزء ذلك عند الله هو ذهاب البركة، والخزي في الحياة الدنيا والآخرة.

ومع ذلك فإنه يمكن تنظيم الإعلان والدعاية للسلعة، وتبصرة المستهلك بها، لاسيما إذا كانت السلعة في بداية ظهورها، ولم يكن المستهلك على علم بها.

قال ابن الحاج في المدخل "وينبغي أن لا يمدح سلعته، ولا يثنى عليها بلفظ، ولا كتابة، ويكفي في ذلك المشاهدة من المشتري وغيره؛ لأنه إن فعل ذلك فالغالب عليه الخروج عن الحد في الأخبار بخلاف ما هي عليه"^(٣).

ومن شأن هذه الخاصية إذا ما خلا عقد التسويق الشبكي منها أن يكون ثمن السلعة مساوياً على الأقل للقيمة العادلة للسلعة، دون إضافة أية نفقات إضافية على ثمنها، لكن الذي يحدث غير ذلك، حيث تمر السلعة بقنوات شرائية تزيد فيها الأرباح بغير مسوغ من الشرع.

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، في كتاب البيوع، باب ما يكره من الحلف في البيع (٣: ٦٠) برقم (٢٠٨٨). ومن شروح الحديث: (أقام سلعة) روج متاعاً بحلفه. (أعطى بها) بدل سلعته. (ليوقع) ليغري من يريد الشراء. (بعهد الله) بما عاهدوه عليه من الإيمان والإقرار بوحدانيته. (أيمانهم) الكاذبة. (ثمناً قليلاً) عرضاً يسيراً من متاع الدنيا. : آل عمران ٧٧. : وتتمتها {أولئك لا خلاق لهم في الآخرة ولا يكلمهم الله ولا ينظر إليهم يوم القيامة ولا يزكهم ولهم عذاب أليم}. (خلاق) نصيب. (ولا يكلمهم) كلام رضا. (ولا ينظر إليهم) نظر رحمة. (يزكهم) يطهرهم.

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، في كتاب التوحيد، باب قول الله تعالى: {وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ نَاضِرَةٌ إِلَىٰ رَبِّهَا نَاطِرَةٌ} [القيامة: ٢٣] (٩: ١٣٣) برقم (٧٤٤٥).

(٣) المدخل لابن الحاج (٤: ١٠٦).

المطلب الرابع

بيان ما في السلعة من عيب يحول دون الانتفاع

والأحاديث الواردة في هذا المقام كثيرة، منها:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ (رضي الله عنه) أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ (صلى الله عليه وسلم) مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلْبًا فَقَالَ: «مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟» قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: «أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي»..^(١)

وقوله (صبرة من طعام) الصبرة الكومة المجموعة من الطعام سميت صبرة لإفراغ بعضها على بعض.^(٢)

والحديث دليل واضح على تحريم الغش في البيع، وأن من باع سلعة وبها عيب وهو يعلمه، ثم لم يبينه للمشتري فقد برئت منه ذمة الله، واستحق الخروج عن هدي رسوله الأمين (صلى الله عليه وسلم) والعقاب الأليم من الله تعالى يوم الدين.

١- عن حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ (رضي الله عنه)، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ (صلى الله عليه وسلم): "الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا، - أَوْ قَالَ: حَتَّى يَنْفَرَقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُرُوكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعُهُمَا"^(٣) قال النووي: "أي بين كل واحد لصاحبه ما يحتاج إلى بيانه من عيب ونحوه في السلعة والثمن وصدق في ذلك وفي الإخبار بالثمن وما يتعلق بالعوضين ومعنى محقت بركة بيعهما أي ذهبت بركته وهي زيادته ونماؤه."^(٤)

قال شيخ الإسلام ابن تيمية (حمه الله): والغش يدخل في البيوع بكتمان العيوب، وتدليس السلع؛ مثل أن يكون ظاهر المبيع خيراً من باطنه، كالذي مر عليه النبي (صلى الله عليه وسلم) وأنكر عليه، ويدخل في الصناعات؛ مثل الذين يصنعون المطعومات من الخبز، والطبخ، والشواء، وغير ذلك، أو يصنعون الملابس؛ كالنساجين والخياطين، ونحوهم، أو يصنعون غير ذلك من الصناعات، فيجب نهيمهم عن الغش والخيانة والكتمان ومن هؤلاء "الكيمائية" الذين يغشون النقود والجواهر والعطر وغير ذلك فيصنعون ذهباً أو فضة أو عنبراً

(١) أخرجه مسلم في كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم: «من غشنا فليس منا» (١: ٩٩) (١٠٢).

(٢) شرح النووي على مسلم (٢: ١٠٩).

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه في كتاب البيوع، (٣: ٥٨) برقم (٢٠٧٩) ومسلم في البيوع باب الصدق في البيع والبيان (٣: ١١٦٤) ب رقم (١٥٣٢).

ومن شروح الحديث: (البيعان) المتبايعان وهما البائع والمشتري. (بالخيار) لهما حق الخيار في أن يمضيا البيع أو ينقضاه. (لم ينفرا) من مجلس العقد. (بيننا) بين كل منهما للآخر ما يحتاج إلى بيانه من عيب ونحوه في المبيع أو الثمن. (كذبا) في الأوصاف. (محقت) من المحق وهو النقصان وذهاب البركة.

(٤) شرح النووي على مسلم (١٠: ١٧٦).

أو مسكا أو جواهر أو زعفرانا أو ماء ورد أو غير ذلك؛ يضاھون به خلق الله... ويدخل في المنكرات ما نهى الله عنه ورسوله من العقود المحرمة: مثل عقود الربا والميسر؛ ومثل بيع الغرر وكحبل الحبل؛ والملامسة والمناذرة؛ وربا النسئة وربا الفضل وكذلك النجش وهو أن يزيد في السلعة من لا يريد شراءها وتصرية الدابة لليون وسائر أنواع التدليس. وكذلك المعاملات الربوية سواء كانت ثنائية أو ثلاثية إذا كان المقصود بها جميعها أخذ دراهم بدراهم أكثر منها إلى أجل^(١).

ويكثر مثل هذا الذي وقع للنبي (ﷺ) في هذه الأيام؛ فما أكثر من يدلس في البيع؛ فيظهر منه الطيب، ويخفي باطنه الفاسد عن الناس، لاسيما في محلات الفواكه والخضراوات والتمور، فالله حسبيهم.

وبالمقارنة بين هذه الخاصية وبين التسويق الشبكي نجد أن التسويق الشبكي مبني على الجهالة في كثير من بنود ومراحل العقد، ومن شأن هذا أن يكون سبباً في رده شرعاً، كما سيظهر ذلك جلياً في المبحث الثاني، من هذا البحث.

المطلب الخامس

كون السلعة التي وقع العقد عليها مقصودة لذاتها

من خصائص عقد البيع المشروع أن السلعة التي وقع العقد عليها مقصودة لذاتها، وليست وسيلة أو حيلة للوصول إلى وجه آخر من وجوه المنافع، كالمعولة ونحوها، وعليه نهى الإسلام عن الحيل الربوية، ومنها بيوع العينة، وهي أن يبيع السلعة إلى أجل، ثم يعود فيشتريها بسعر أقل حاضراً ممن باعه، أو بعبارة أخرى هو أن يحتاج الشخص للنقد، فيأتي شخصاً آخر، ويقول له: أبيعك سيارتي بثلاثة آلاف نقداً وأشتريها منك بخمسة مقسطة.

ومن ذلك العينة الثلاثية، وهي منتشرة بين الناس، مثل أن يذهب اثنان للبنك فيتظاهرا بأن أحدهما باع الآخر سيارة، ثم ترد لصاحبها، ويأخذ قيمة الشيك ممن تظاهر أنه باع السيارة على البنك الإسلامي، ويبقى على المشتري الأقساط التي هي أكثر من النقد الذي استلمه^(٢).

وقد ورد النهي عن بيع العينة صراحة في الحديث الذي رواه ابن عمر - رضي الله عنهما - قال: سمعت رسول الله (ﷺ) يقول: "إذا تبايعتم بالعينة، وأخذتم أذناب البقر، ورضيتم بالزرع، وتركتم الجهاد، سلط الله عليكم ذلاً لا ينزعه حتى ترجعوا إلى دينكم"^(٣).

(١) مجموع الفتاوى، شيخ الإسلام ابن تيمية (٢٨: ٧٣).

(٢) انظر: المبسوط للرخسي (١١ / ٢١١)، شرح الزرقاني على مختصر خليل (٥: ١٠٨) الأم للشافعي (٣: ٤٧)، المغني لابن قدامة (٤: ٢٦٥) وما بعدها،

(٣) أخرجه الإمام أحمد في مسنده (٢: ٤٢، ٨٤)، وأبو داود في سننه، في كتاب البيوع، باب النهي عن العينة (٣: ٢٩١) رقم (٣٤٦٤)، البيهقي في السنن الكبرى للبيهقي (٥: ٣١٦) وصححه الألباني. انظر: صحيح وضعيف سنن أبي داود (برقم: ٣٤٦٢).

وسميت العينة بذلك لاستعانة البائع بالمشتري على تحصيل مقصده من دفع قليل ليأخذ عنه كثيرا، أو لحصول العين وهو النقد لبائعها^(١)، أو لأنه يعود إلى البائع عين ماله^(٢).

وبهذا القول - وهو النهي عن بيع العينة - قال أبو حنيفة^(٣)، ومالك^(٤)، وأحمد^(٥).

وأما الشافعي فقال: من باع سلعة من السلع إلى أجل من الآجال وقبضها المشتري فلا بأس أن يبيعهما الذي اشتراها بأقل من الثمن أو أكثر، ودين أو نقد؛ لأنها بيعة غير البيعة الأولى^(٦).

إلا أن الراجح في المسألة هو أنه صح النهي عن بيع العينة، وإضافة إلى ذلك فالعينة ذريعة إلى الربا، وقرض دراهم بأكثر منها، لأن غرض المتبايعين بالعينة ومقصودهما الأول مائة بمائة وعشرين، وإدخال تلك السلعة في الوسط تلبس وعبث، حتى لو كانت تلك السلعة تساوي أضعاف ذلك الثمن أو تساوي أقل جزء من أجزائه لم يبالوا جعلها موردا للعقد؛ لأنهم لا غرض لهم فيها^(٧).

مما تقدم يتضح أن التسوق الشبكي - كما سبق - يتم عبر مجموعة من العملاء المترابطة، في إطار ما يبتغيه كل منهم من الربح الموعود به من جانب المنتج الأول، على النحو الذي سبقت الإشارة إليه. وملخصه أن يقوم الشخص بشراء خدمة موقع على الإنترنت ويدفع مبلغا من المال وعليه أن يغري آخرين بعملية الشراء... فإذا بلغ من أغرامهم تسعة يستحق له جائزة مبلغا من المال وهكذا، وكل فرد يحاول بكافة السبل المشروعة وغير المشروعة أن يغري الآخرين على الشراء ملوحا لهم بالجائزة حتى يغنمها.

فالمقصد والغاية من عملية الشراء والتسوق ليست السلعة أو الخدمة ولكن الحصول على الجائزة... فإذا لم تكن هناك جائزة أو مكافأة ما قام بعملية الشراء والتسوق أحد من هؤلاء.

ويلاحظ على هذه المعاملة أنها تجمع الكثير من الخصائص التي قد تتفق أو تختلف مع طبيعة التسوق من منظور شرعي، وذلك كما يلي:

١- حرية التعامل بين المنتج ومجموعة المتسوقين، أو العملاء، تجمعهم راب واحدة وهي الحصول على الربح أو الجائزة الموعود بها.

٢- أن هذه المعاملات تقوم على الحظ وليس العمل والجد أو الاستفادة المشروعة من الموقع أو الخدمة.

٣- التحريض على شراء خدمة ليس المشتري في حاجة إليها ولكن غايته الكبرى هي المكافأة.

(١) انظر: شرح الزرقاني على مختصر خليل (١٠٨:٥)

(٢) سبل السلام للعز بن عبد السلام (٨٠:٣).

(٣) شرح فتح القدير لابن الهمام (٦٨:٦).

(٤) -المعونة على مذهب عالم المدينة للقاضي عبد الوهاب (ص: ١٠٠٤)، القوانين الفقهية (ص ١٧٩)

(٥) -المغني لابن قدامة (٢٦٥:٤) وما بعدها، شرح الزركشي (٦٠١:٣)

(٦) -الأم للشافعي (٤٧:٣)

(٧) -انظر: تهذيب سنن أبي داود وإيضاح مشكلاته لابن القيم (٢: ١٤٢).

٤- سوف تنتهي هذه المعاملات في نهاية المطاف إلى فريق رابح وفريق خاسر وبذلك تدخل في نطاق القمار.

٥- لا تساهم في التنمية الاقتصادية وزيادة القيمة المضافة حيث إنها عمليات وساطة غير ضرورية.

٦- أنها تحض (تدفع) الشباب على التفكير في السعي وراء المكافأة ولو بطرق غير مشروعة وليس العمل الجاد المنتج.

٧- لا تعتبر المواقع أو الخدمات التي تسوق من الضروريات والحاجيات التي بدونها يهلك الإنسان أو يشقى.

الخلاصة:

أن مسألة التسويق الشبكي من المسائل الفقهية المستجدة التي اختلف الفقهاء المعاصرون في حكمها فمنهم من منعها- وهم الأكثرون - فذهب إلى أنه ليس في المسألة دليل مخصوص، من حيث الحل أو الحرمة، فيبقى الأمر على أصله، وهو الإباحة.

ومنهم من قال إن هذه المعاملة مبينة على التراضي، ومن ثم لا غش ولا نصب ولا مغامرة أو مقامرة.

وذكروا أنها لا تشتمل على وجه من وجوه الربا بشقيه (ربا الفضل أو ربا النسيئة) ومن جانب رابع فقد وجد من العلماء المعاصرين من يصفها بأنها باب من أبواب الجعالة، أو أنها وعد بجائزة، أو وكالة بالبيع وغيره كثير.

ومن هنا اختلف الفقهاء المعاصرون بشأن هذه المعاملة من حيث الحل والحرمة، وهذا ما سألناه في المبحث التالي وأنتهي إليه بوجوه الترجيح، ومناقشة أدلة الفريق القائل بالجواز، وثبت ببعض الفتاوى الشرعية التي حسمت الرأي في الموضوع وانتهت إلى القول بالتحريم.

المبحث الثاني

التسوق الشبكي بين الحل والحرمة

من الثابت أن التسوق الشبكي من القضايا الفقهية المستجدة ، التي دارت الآراء الفقهية فيها بين القول بالحل تارة، وبين القول بالحرمة تارة أخرى، ولكل فريق مذهبه، وهذا ما أتناوله في هذا المبحث وذلك في مطلبين:

- **المطلب الأول:** أدلة القائلين بمشروعية التسوق الشبكي.
- **المطلب الثاني:** أدلة القائلين بحرمة التسوق الشبكي.

المطلب الأول

أدلة القائلين بمشروعية التسوق الشبكي مطلقاً أو بشروط

ذهب فريق من العلماء المعاصرين إلى القول بجواز التسوق الهرمي أو الشبكي بشروط، وممن مال إلى هذه الفتوى لجنة الفتوى بالأزهر، الذي ألحقت لجنة الفتوى فيه هذه المعاملة بالسمسرة إذا لم يغم على غش أو تدليس أو ظلم أو خيانة، ثم تراجع لجنة الفتوى في الأزهر عن هذه الفتوى وقالت بعدم جواز هذه المعاملة في (٢٠١٢:٢:٧م) ^(١) والشيخ عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين (رحمه الله)، إلا أنه اشترط أن تكون معلومة ليس فيها غرر، أو ربا، أو رشوة، أو نوع قمار أو مخادعة ^(٢) والشيخ عبد الكريم الكلوت، مفتي محافظة غزة، حيث ذهب إلى القول بشأن شركة (بزنس)

بقوله: "بما أن الشركة لا تسوق أي منتج لا يليق بالأخلاق الإسلامية، وتخلو برامجها من كل ما يجرح الدين أو الخلق، فلا يوجد مانع شرعي يمنع الشركة من تسويق منتجاتها ^(٣). واستدلوا لمذهبهم بأدلة من القرآن الكريم والسنة والنبوية، وما يقاس عليهما، والقواعد الفقهية المخرجة عليهما، وبيان ذلك كما يلي:

أولاً: أدلة القول بالجواز من القرآن الكريم :

استدل القائلون بمشروعية التسوق الشبكي بعموم الآيات القرآنية الفاضية بحل العقود مالم يرد نص خاص بالتحريم، ومنها قوله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ﴾ ^(٤)، قال أبو جعفر: يعني جل ثناؤه: وأحل الله الأرباح في التجارة والشراء والبيع.. ^(٥)، إلا أن هذا الأصل يعمل به مالم يدل دليل على تقييد هذا الحكم مثل: تحريم الربا وهو نوع من البيع بقوله تعالى: ﴿وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾ ^(٦). ومثل قوله تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ..﴾ ^(٧) فالله سبحانه وتعالى حرم أكل أموال الناس بالباطل، وأباح لنا أن نتعامل بالمشروع من المعاملات القائمة على التراضي بين البائع والمشتري.

(١) - حيث الحققت هذه المعاملة بالسمسرة، وجاء في نص الفتوى: "إن ما تقوم به الشركة من وساطة بين المنتج والمستهلك لترويج السلعة يدخل في السمسرة، والسمسرة كما يقول جميع الفقهاء إذا لم تقم على غش أو تدليس أو ظلم أو خيانة يكون ما أخذه الواسط والسمسار حلال لا شبهة فيه.. فتوى لجنة الإفتاء بالأزهر الشريف بتاريخ (٢٠٠٢/١٠/١) وهي منشورة بكتاب تعريف عقلاء الناس بشركة بزناس، جمعها، ، /علي حسن عبد الحميد(ص:٣٥).

(٢) - الموقع الإلكتروني للشيخ عبد الله الجبرين (رحمه الله) <https://www.ibn-jebreen.com>

(٣) - فتوى الشيخ الكلوت بتاريخ (٢٠١٢/٣/٢٣هـ) الموافق (٢٠١٢/٥/٢٠م). منشور ببحث: التجارة الإلكترونية (دراسة خاصة عن بزناس) بحث مقدم إلى مؤتمر كلية الشريعة السادسة (قضايا فقهية مالية) مرجع سابق.

(٤) - سورة البقرة، من الآية (٢٧٥).

(٥) - تفسير الطبري (٦: ١٣).

(٦) - سورة البقرة، من الآية (٢٧٥).

(٧) - سورة النساء، الآية (٢٩).

ومقتضى ذلك أن المعاملات المالية كالبيع والشراء والسلم والحوالة والكفالة والقرض والوقف والهبة والعطية تنعقد بكل ما يدل عليها من قول أو فعل فلا نطالب بألفاظ معينة وأفعال معينة لانعقاد العقد، بل هذا يخضع إلى عرف التجار في كل زمان ومكان.

ثانياً: من السنة النبوية: أحاديث كثيرة منها:

١- روى أبو الدرداء (رضي الله عنه) أن رسول الله (ﷺ) قال: "ما أحل الله فهو حلال، وما حرم فهو حرام، وما سكت عنه فهو عفو، فاقبلوا من الله عافيته، فإن الله لم يكن لينسى شيئاً" (١).

٢- روى الطبراني أيضاً من حديث أبي ثعلبة الخشني (رضي الله عنه): "إن الله فرض فرائض فلا تضيعوها، ونهى عن أشياء فلا تنتهكوها. (فلا تفعلوها)، وحدد حدوداً فلا تعتدوها، وسكت عن أشياء، من غير نسيان، فلا تبحثوا عنها" (٢).

٣- روى الترمذي من حديث سلمان (رضي الله عنه) أن رسول الله (ﷺ) سئل عن الجبن والسمن والفراء، فقال: "الحلال ما أحل الله في كتابه، والحرام ما حرم الله في كتابه، وما سكت عنه فهو مما عفا عنه" (٣).

ووجه الدلالة من هذه الأحاديث أن ما سكت الله تعالى عنه يبقى على الأصل، وهو الإباحة في رأي الجمهور (غير الحنفية).

ثالثاً: تخريج التسوق الشبكي على الوعد بجائزة:

الوعد بجائزة: هو تخصيص أجر لشخص لن يتعين إلا بتنفيذ الأداء الذي حدده الواعد. وأجاز الرجوع عنه إذا لم يعين الواعد أجلاً للقيام بالعمل.

وقد تواترت الفتوى بجوازه منها الفتوى رقم (٣٨٨) حول سؤال مضمونه: "يتفق بيت التمويل الكويتي مع شخص لتسويق بضاعة مقابل أجر شهري ثابت وحتى يزيد حجم المبيعات فإنه يعطي لهذا الشخص نسبة من قيمة المبيعات زائدة عن الأجر المتفق عليه تشجيعاً له فهل يجوز ذلك؟ وما التصور الشرعي لهذه المسألة؟ وإذا لم يجز فما المخرج الشرعي لذلك؟

وكان الجواب: "يجوز أن يتفق بيت التمويل الكويتي مع شخص لتسويق بضاعة مقابل أجر شهري ثابت مع نسبة من قيمة المبيعات عند ازدياد حجم المبيعات لأنه يعتبر أجيراً بأجر معلوم مع الوعد بجائزة" (٤).

وفي الفتوى رقم (٤) عن مدى جواز استثمار المال بتوكيل من يعمل فيه بأجر محدود؟

(١) - أخرجه البيهقي في السنن الكبرى (٩: ٣٢٠) رقم (١٩٨٧٣) والطبراني في المعجم الكبير للطبراني (٥: ١٨٢) من حديث أبي الدرداء بسند حسن. قال الهيثمي: "رواه البزار، ورجاله ثقات. مجمع الزوائد ومنبع الفوائد (٧: ٥٥) رقم (١١١٦٠).

(٢) - المعجم الكبير للطبراني (٢٢: ٢٢٢) قال الهيثمي: "رواه الطبراني في الأوسط والصغير، وفيه أصرم بن حوشب، وهو متروك، ونسب إلى الوضع. مجمع الزوائد ومنبع الفوائد (٧: ٢٠٨) رقم (١١٨٩٩).

(٣) - أخرجه الترمذي في سننه، كتاب اللباس، باب ما جاء في لبس الفراء (٣: ٢٧٢) رقم (١٧٢٦) وقال: "هذا حديث غريب، غريب، لا نعرفه مرفوعاً إلا من هذا الوجه".

(٤) - الفتاوى الاقتصادية (ص: ٨٢١) الصادرة عن بيت التمويل الكويتي، المصدر:

وكان الجواب:

- **أولاً:** كما يجوز إعطاء المال لمن يعمل فيه بنسبة من الربح على أساس شركة المضاربة التي يستحق فيها العامل (المضارب) نسبة شائعة من الربح يجوز إعطاء المال إلى من يعمل فيه على أساس عقد الوكالة بأجر معلوم أو بنسبة معلومة من رأس المال ويستحق الوكيل الأجرة سواء أتحققت أرباح أم لا وتطبق على هذه المعاملة أحكام الوكالة بأجر لا أحكام المضاربة

- **ثانياً:** وكذلك يجوز أن ينفق الموكل مع الوكيل باستثمار المال على أنه إذا بلغت الأرباح حداً معيناً يستحق الوكيل زيادة مقدرة على الأجر المعلوم في صورة نسبة من الربح أو مبلغ مقطوع وهذه الزيادة هي من قبيل الوعد بجائزة أما الأجر المعلوم فهو الذي يصح به عقد الوكالة^(١).

رابعاً: تخريج التسوق الشبكي على الجعالة:

الجعل في اللغة : ما يجعل للإنسان من شيء على فعل كأجر العامل ومكافأة المحارب على عمل حربي رائع.^(٢)

واصطلاحاً هي: التزام جُعل أو أجر معين لمن يقوم بعمل معين، بدون تحديد أمد معين.^(٣)

وقال ابن عرفة: "الجعل على عقد معاوضة على عمل آدمي بعوض غير ناشئ عن محله به لا يجب إلا بتمامه لا بعضه ببعض.."^(٤)

وهي عقد جائز غير لازم كتقديم مكافأة لمن يرد متاعاً ضائعاً، أو يبني حائطاً أو يحفر بئراً يصل إلى الماء، أو ينجح نجاحاً متفوقاً في امتحان، أو يحقق نصراً حربياً على العدو، أو يشفي مرضاً معيناً، أو يبتكر علاجاً ناجعاً، أو يخترع اختراعاً صناعياً، أو يحفظ القرآن الكريم^(٥).

وقد أجازها جمهور الفقهاء من المالكية والشافعية والحنابلة^(٦)

(١) - الفتاوى الاقتصادية (ص: ٨٢١) الصادرة عن بيت التمويل الكويتي المصدر:

موقع الإسلام <http://fatawa.al-islam.com>

(٢) - العناية شرح الهداية للبايرتي (٥: ٣)، القاموس الفقهي، سعدي حبيب (ص: ٦٣).

(٣) - العناية شرح الهداية (٥: ٣).

(٤) - مواهب الجليل في شرح مختصر خليل للحطاب (٥: ٤٥٢).

(٥) - انظر: الشامل في فقه الإمام مالك، للدمياطي (٢/ ٨٠١)، مناهج التحصيل ونتائج لطائف التأويل في شرح المدونة وحل مشكلاتها، أبو الحسن علي بن سعيد الجرجاني (٧/ ٢٧٧)، النجم الوهاج في شرح المنهاج، أبو البقاء الشافعي (٦/ ٨٩)، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، الرحيباني (٤/ ٢٠٧).

(٦) - انظر: الذخيرة للقرافي (٦: ٥)، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل (٥: ٤٥٢)، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج لشمس الدين الرملي (٥: ٤٦٥) الحاوي الكبير للماوردي (١٤: ١٣٤)، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف للمرداوي (٦: ٣٨٩)، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى للرحيبياني (٤: ٢٠٦).

عملاً بقصة يوسف عليه السلام مع إخوته: قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ (١). وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ (٢)، البعير هنا الجمل في قول أكثر المفسرين. وقيل: إنه الحمار (٣)، قال القرطبي: "في هذه الآية دليلان: أحدهما: جواز الجعل، وقد أجزى للضرورة، فإنه يجوز فيه من الجهالة ما لا يجوز في غيره، فإذا قال الرجل: من فعل كذا فله كذا صح. (٤) ولا يشترط في عقد الجعل حضور المتعاقدين، كسائر العقود، لقوله: "ولمن جاء به حمل بعير" وبهذا كله قال الشافعي (٥).

قال ابن خويز منداد (٦). ولهذا قال أصحابنا: إن من فعل بالإنسان ما يجب عليه أن يفعله بنفسه مصالحه لزمه ذلك، وكان له أجر مثله إن كان ممن يفعل ذلك بالأجر (٧).

ويؤيده قوله (ﷺ): «من قتل قتيلاً فله سلبه» (٨). ولمساقاته (ﷺ) أهل خير وهي جعالة؛ لأن المساقى إن كمل أخذه وإلا فلا شيء له (٩).

ولم يجزها الحنفية، لما فيها من الغرر والخطر أي الجهالة والاحتمال بالنسبة للملتزم وبالنسبة للقائم بالعمل الذي لا يدري ما يحتاجه من مجهود لإنجاز العمل. (١٠)
خامساً: قاعدة الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم، وهو قول الجمهور (١١)،

(١) - الصواع: المكيال الذي يكال به. وقيل: إبناء الملك الذي يشرب فيه. تفسير الطبري (١٦: ١٧٧).

(٢) - سورة يوسف، الآية (٧٢).

(٣) - انظر: تفسير الطبري (١٦: ١٧٢)، تفسير القرطبي (٩: ٢٣١) تفسير ابن كثير (٤: ٣٤٣).

(٤) - تفسير القرطبي (٩: ٢٣١)

(٥) - تفسير القرطبي (٩: ٢٣١). وانظر: المهذب في فقه الإمام الشافعي للشيرازي (٢: ٢٧١)، الحاوي الكبير للماوردي (٦: ٤٣٣).

(٦) - ابن خويز منداد: محمد بن أحمد بن عبد الله، الإمام العلامة شيخ المالكية أبو بكر البغدادي، له مصنفات في الفقه والأصول. توفي سنة ٣٩٠هـ. ديوان الإسلام، شمس الدين أبو المعالي محمد بن عبد الرحمن بن الغزي (٢: ٢٤٣).

(٧) - تفسير القرطبي (٩: ٢٣١).

- السلب: ما يكون مع القتل من متاع أو مال أو سلاح أو خيل. نيل الأوطار للشوكاني (٧: ٢٦٢).

والحديث أخرجه البخاري، في كتاب فرض الخمس، باب من لم يخمس الأسلاب، ومن قتل قتيلاً فله سلبه من غير أن يخمس، وحكم الإمام فيه (٤: ٩٢) رقم (٣١٤٢)، وأخرجه مسلم في الجهاد والسير، باب استحقاق القاتل سلب القتل رقم (١٧٥٢).

(٩) الذخيرة للقرافي (٦: ٥).

(١٠) البدائع للكاساني (٢: ٢٠٦)، الدر المختار وحاشية ابن عابدين (رد المحتار) (٣/ ٦٧٤)، البناية شرح الهداية، بدر الدين العيني (١٠/ ٢٨١).

(١١) انظر: الفصول في الأصول، للجصاص (٤/ ٨٦)، المجموع شرح المهذب (٩/ ٣٩٤)، الأشباه والنظائر، للسيوطي (ص: ١٣٣)، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى (٦/ ٤٤٣).

أما عند أبي حنيفة: الأصل فيها التحريم حتى يدل الدليل على الإباحة. (١)

ومؤدى هذه القاعدة أن الله تعالى أباح أشياء كثيرة، وحرّم بعض الأشياء، وهذا متفق عليه، وسكت الشارع عن أشياء فلم يرد نص بإباحتها ولا تحريمها، وظهر أثر الخلاف في المسكوت عنه، فعلى قول الجمهور " هو من الحلال" (٢)، وعلى قول أبي حنيفة " هو من الحرام" (٣).
وبعض قول الجمهور ويقويه قوله (ﷺ): " ما أحل الله فهو حلال، وما حرم فهو حرام، وما سكت عنه فهو عفو، فاقبلوا من الله عافيته، فإن الله لم يكن لينسى شيئاً" (٤).
وفصل الزركشي هذه القاعدة في قواعده: " فقال: "الأصل في الأشياء الإباحة، أو التحريم، أو الوقف، أقوال بناها الأصوليون على قاعدة التحسين والتقيح العقليين، على تقدير التنزل لبيان هدم القاعدة بالأدلة السمعية، وحينئذ فلا يستقيم تخريج فروع الأحكام على قاعدة ممنوعة في الشرع" (٥)

سادساً: تخريج العقد على السمسرة الجائزة شرعاً، وهي التوسط بين البائع والمشتري في غير عقد الإجارة، وغالب صورها تعد من عقود الجعالة، وقد تنطبق على بعض حالاتها أحكام الإجارة، أو صورة الوكالة، فهي مترددة بن هذه العقود، وقد قال بمشروعيتها غالب الفقهاء (٦)

وعليه يمكن أن يقال إن العلاقة بين المُسَوِّق والشركة علاقة وكالة، فالمشترك وكيل للشركة (سمسار) ويستحق الوكيل أجرًا على عمله.

(١) انظر: تيسير التحرير، لأmir بادشاه (٢/ ٢٤٦)، الأشباه والنظائر لابن نجيم (ص: ٦٦).
(٢) انظر: تشنيف المسامع بجمع الجوامع لتاج الدين السبكي (٢: ٨٩٦)، أصول الفقه لابن مفلح (٢: ٧٠٧)، غاية الوصول في شرح لب الأصول لأبي زكريا بن محمد بن أحمد بن زكريا الأنصاري (ص: ١٤٦).
(٣) - انظر: أصول السرخسي (٢: ١٢٠).
(٤) أخرجه البزار في البحر الزخار (١٠: ٢٦) رقم (٤٠٨٧) قال البزار: " وهذا الحديث لا نعلمه يروى عن رسول الله (ﷺ) من وجه من الوجوه بهذا اللفظ إلا من هذا الوجه بهذا الإسناد وعاصم بن رجاء بن حيوة حدث عنه جماعة، وأبو رجاء قد روى عن أبي الدرداء غير حديث وإسناده صالح لأن إسماعيل بن عياش قد حدث عنه الناس واحتملوا حديثه. " وأخرجه البيهقي في السنن الكبرى للبيهقي (١٠: ٢١) رقم (١٩٧٢٤) والدار قطني في سننه (٣: ٥٩) رقم (٢٠٦٦).
(٥) المنثور في القواعد، الزركشي (١: ١٧٦).
(٦) العناية شرح الهداية (٥: ٣). مواهب الجليل في شرح مختصر خليل للطباط (٥: ٤٥٢). نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج المنهاج لشمس الدين الرملي (٥: ٤٦٥) الحاوي الكبير للماوردي (١٤: ١٣٤).

المطلب الثاني

أدلة القائلين بحرمة التسوق الشبكي

ذهب أكثر العلماء المعاصرين، ومنهم اللجنة الدائمة للإفتاء بالمملكة العربية السعودية^(١)، وفقهاء مجمع الفقه الإسلامي بالسودان^(٢)، ومركز الألباني للدراسات المنهجية والأبحاث^(٣)، كما كتب فيها محرماً جماعة من المختصين في فقه المعاملات المالية المعاصرة، منهم: الدكتور سامي السويلم، وإبراهيم الضرير، وعلي السالوس، والشيخ الدكتور عبد الملك السعدي، والشيخ الدكتور علي القره داغي، والدكتور رفيق المصري، والدكتور أسامة الأشقر والدكتور حسين شحاتة. وغيرهم^(٤) إلى القول بحرمة التسوق الشبكي، الشبكي، واستدل القائلون بحرمة التسوق الشبكي على مذهبهم بأدلة، منها:

أولاً: اشتمال هذه العقد على الخديعة التي لا يراد منها الحصول على السلعة في ذاتها، بل الحصول على العائد المادي الذي وعدت به الشركة المنتجة، ومن ثم فهي ستار للعملية، إذ هي غير مقصودة للمشاركين، فلا أثر لوجودها في الحكم. وبيان ذلك أن هذه العملية التجارية التي يطلق عليها (التسوق الهرمي)، عملية خداع هرمي؛ وذلك ثابت من وجوه: ^(٥)

الوجه الأول: أن شكل المتعاملين فيها يأخذ صورة الهرم، حيث يقبع في قمة هذا الهرم أول متعامل التقطته هذه الشركة وجندته لإقناع الغير لشراء منتجها، ويكمن في القاع مجموعة المغلوبين علي أمرهم الذين تم خداعهم تحت دعوي أنهم سيحصلون علي مبالغ خيالية من خلال إقناع الغير للحصول علي منتج معين تنتجه هذه الشركات، هذا المنتج الذي يتم تسويقه من خلال التسوق الشبكي أو الهرمي قد يكون موقع

(١) - الموقع الإلكتروني للجنة الدائمة. <http://www.islam-qa.com/site.aspx?aspxerrorpath>.

(٢) - الموقع الإلكتروني لمجمع الفقه الإسلامي السوداني، منشور في موقع صيد الفوائد <http://www.saaaid.net/fatwa/f>

(٣) - منشورة في رسالة علي الحلبي، الموسومة بـ "إعلام الناس بحكم التعامل شركة بزناس"

[/quesshow/fatawa.net](http://www.quesshow/fatawa.net).

وانظر: موقع لمركز الألباني للدراسات والأبحاث <http://www.alalbany.org/index.php/ar>

(٤) - ومنهم أيضاً: محمد المنجد، وأحمد السهلي، ومحمد العصيمي، وغيرهم. كما هو مثبت في مواقعهم الإلكترونية. وانظر: التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية عبد الوهاب ربحاوي، بحث غير منشور من مقتنيات بنك دبي الإسلامي، ص ٢٠ السمسرة الهرمية، شويش المحاميد بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالية معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص: ٢٨، التكيف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي، د: أسامة الأشقر، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص: ٤، التجارة الإلكترونية (دراسة خاصة في بزناس) ذيب موسى نصيف، بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالي معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص: ٤. الموقع الإلكتروني لمجمع الفقه الإسلامي السوداني، منشور في موقع صيد الفوائد <http://www.saaaid.net/fatwa/f>

(٥) - انظر: مقال: التسويق الإلكتروني حرام شرعاً، د: عبد الفتاح إدريس، بجريدة الأهرام المصرية، الموقع الإلكتروني تاريخ تاريخ الدخول <http://www.ahram.org.eg>: ٢٠: ٤: ١٤٣٨ هـ. التكيف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي، د: أسامة الأشقر، ص ٤، التجارة الإلكترونية (دراسة خاصة في بزناس) ذيب موسى نصيف، م، ص ٤.

الالكترونيا أو عملة تذكارية متخذة من الذهب أو غيرها من المعادن أو أشياء من هذا القبيل، وأن القاسم المشترك في هذه العملية أن الناس لا يحتاجون إليها إطلاقاً، لكن الذي يدفع الجميع الي شرائها هو الرغبة في الحصول علي العائد الذي وعدت به الشركة المنتجة لهذه السلع.

الوجه الثاني : مكن الخطورة في عملية التسوق الشبكي أو الهرمي أن الشركة تعلن عن حاجتها لمسوقين لمنتجاتها وتعدهم بالحصول علي نسبة من قيمة المنتج الذي يتم تسويقه عن طريقه، حيث يقوم بإقناع الآخرين بشراء هذا المنتج الذي لا يكونون في رغبة منهم في الحصول علي النسبة التي وعدت بها هذه الشركة، وكل طائفة من الطوائف التي تم إقناعها تدعو غيرها وهكذا، ومن المعروف أن هذه الشركة لا تعطي نسبة من قيمة المنتج للمروج له ويقنع غيره بشرائه علي سبيل الإطلاق وإنما تعيد منح هذه النسبة بحد معين، فإذا ما بلغت هذا الحد فإنها تتوقف عن منح أي أحد لهذه النسبة، وبالتالي فإن هذه الشركة في الوقت الذي تحصل فيه علي آلاف العروض لشراء منتج بأسعار باهظة يجد هؤلاء المشترون أنفسهم محرومين من هذا العائد الموعود به، وعليه تشتمل هذه العملية علي العديد من المحظورات الشرعية، حيث إنها تعتبر تغريباً وكذباً وتدليساً وأكل لأموال الناس بالباطل وخداع، بالإضافة أن من يدخلون في هذه المعاملة يضيعون أموالهم فيما لا يحتاجون إليه حيث نهي الله تعالى عن ذلك؛ لأنهم ليسوا في حاجة لمنتج هذه الشركة^(١).

الوجه الثالث : أن التسوق الشبكي بالشكل الذي تتم به المعاملة بين العملاء والوسطاء والشركة هو حرام شرعاً؛ لأن الدين يقوم علي المعاملات بشفافية وعدالة لتحقيق النفع لكل الأطراف، والمعاملات لا بد أن تقوم علي المواجهة أثناء التعاقد ومعرفة الالتزام بذلك والوعي التام، والمعرفة بكل شروط العقد والالتزام بذلك.

ثانياً: اشتغال العقد على الجهالة وبيان ذلك أنه من شأن إقناع الآخرين بعملية التسوق والترويج لها أن يجعل العقد عقداً عقداً مجهلاً يعتمد علي تقديم معلومات كاذبة وغير معروفة، وهذا يخالف القاعدة الشرعية التي تقضي بأنه يجب العلم بالمعقود عليه علماً تاماً نافعاً للجهالة، كما يجب أن يكون الملتزم في هذا العقد علي بينة من أمره ويوفي حدود التزامه حتي يوفي به، وكما قال الرسول الكريم (ﷺ) المؤمنون عند شروطهم إلا شرطاً أحل حراماً أو حرم حلالاً^(٢). وعن حكيم بن حزام قال: قال رسول الله (ﷺ): «البيعان بالخيار ما لم يفترقا، فإن صدقا وبينا بورك في بيعهما، وإن كذبا وكتما محق بركة بيعهم»^(٣). وأحكام هذه المسألة مبسطة في كتب الفقه الإسلامي.

(١) -انظر: مقال: التسويق الالكتروني حرام شرعاً، د: عبد الفتاح إدريس، بجريدة الأهرام المصرية، الموقع الالكتروني تاريخ الدخول <http://www.ahram.org.eg>:٤:٢٠:١٤٣٨ هـ.

(٢) -أخرجه البخاري في صحيحه، في كتاب الإجارة، باب هل يؤاجر الرجل نفسه من مشرك في أرض الحرب؟ (٣: ٩٢).

(٣) -أخرجه النسائي في سننه (٧: ٢٤٤) رقم ٤٤٥٧، وصححه الألباني. انظر: صحيح وضعيف سنن النسائي (١٠: ٢٩) وصحيح، الإرواء (١٢٨١) وصحيح الجامع (٢٨٩٦).

ثالثاً: اشتمال هذا العقد على الغش المحرم شرعاً؛ لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا؟ والتسوق الشبكي أو الهرمي مهما استمر فإنه لا بد أن يصل إلى نهاية يتوقف عندها، ولا يدري المشترك حين انضمامه إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً، أو في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً؟ والواقع أن معظم أعضاء الهرم خاسرون إلا القلة القليلة في أعلاه، فالغالب إذن هو الخسارة، وهذه هي حقيقة الغرر، وهي التردد بين أمرين أغلبهما أخوفهما، وقد نهى النبي (ﷺ) عن الغرر (١).

والغرر هو الخطر (٢)، وهو ما طوى عنك علمه وخفي عليك باطنه وسره (٣).

والنهي عن بيع الغرر أصل عظيم من أصول كتاب البيوع، ويدخل فيه مسائل كثيرة غير منحصرة. فكل بيع كان المقصود منه مجهولاً غير معلوم، ومعجوزاً عنه غير مقدور عليه فهو غرر.

وإنما نهى الرسول (ﷺ) عن هذه البيوع تحصيلنا للأموال أن تضيع وقطعا للخصومة والنزاع أن يقعا بين الناس فيها (٤).

والمراد بالغرر المنهي عنه ما كان غرراً ظاهراً يمكن الاحتراز عنه، فأما ما تدعو إليه الحاجة، ولا يمكن الاحتراز عنه كأساس الدار وشراء الحامل مع احتمال الحمل واحد أو أكثر، وذكر أو أنثى، وكامل الأعضاء أو ناقصها، وكشراء الشاة في ضرعها لبن ونحو ذلك، فهذا يصح بيعه بالإجماع. (٥) هذا من جهة.

ومن جهة أخرى فإن التزام شبكة التسوق الالكترونية، أي الشبكة التي يتم من خلالها التسوق الالكتروني يلزم منه في عقدها مع بعض الأشخاص بالتزامات مؤداها أن يقنع أطرافاً آخرين بالمشاركة في الصفقات التي تعقدها هذه الشركة ويحصل العملاء علي بعض المبالغ من الشركات ثم بعد ذلك تأخذ الشركات الأموال وتترجح منها من خلال العملاء الذين أتوا عن طريق الوسيط، ثم بعد أن توهم هؤلاء العملاء بأنها ستسد له المبالغ التي دفعوها مع الأرباح تتسحب هذه الشركات فجأة وتختفي ولا توفى التزاماتها فلا يحصل العملاء علي الأموال التي سددها، وبالتالي فإنهم يقعون فريسة للنصب والاحتيال من جانب الشركة ومن جانب الوسيط الذي غرر بهم وأقنعهم بهذه العملية، وهذا ما يحرمه الشرع؛ لأنه نوع من الاحتيال والنصب.

(١) - أخرجه مسلم في صحيحه، في كتاب البيوع عن أبي هريرة، بلفظ قال: «نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الحصاة، وعن بيع الغرر» (٣: ١١٥٣) وأبو داود في سننه، كتاب البيوع (٣: ٦٧٢-٦٧٣) والترمذي في سننه، كتاب البيوع (٣: ٥٣٢).

(٢) - الصحاح للجوهري (٢: ٧٦٨)، مادة (غرر).

(٣) - معالم السنن للخطابي (٣: ٦٧٢).

(٤) - معالم السنن (٣: ٦٧٢).

(٥) - انظر: شرح النووي على مسلم (١٠: ١٥٦).

وهو ما نهى عنه الرسول الكريم (ﷺ): "من غشنا فليس منا والمكر والخداع في النار" (١)(٢)

رابعاً: اشتمال هذا العقد على بعض صور القمار ، وبيان ذلك أن المشترك يدفع مالاً مخاطراً به تحت تأثير إغرائه بعمولات التسوق التي تدر له أرباحاً كبيرةً إذا نجح في جمع عددٍ كبيرٍ من الأشخاص، ويعتمد نظام العمولة في شركات التسوق الشبكي على إحضار مشتركين آخرين يقسمهم إلى مجموعتين إحداها على اليمين والأخرى على الشمال ولا بد من تساوي المجموعتين كي يحصل المشترك على العمولة، والمال الذي دفعه المشترك فيه المخاطرة فربما يحصل على العمولة إذا أحضر العدد المطلوب من المشتركين الآخرين وربما يخسر إذا لم يتمكن من إحضارهم.

وهذا هو وجه المقامرة، إذ أن المسوق الذي دفع المال لا يضمن الإتيان بمن يشتري عن طريقه، وخاصة في المستويات الأخيرة من الشبكة.

جاء في بيان مجمع الفقه الإسلامي: «التسوق الشبكي في حقيقته يتكون من حلقات قمار متداخلة، مال القمار فيه مضمن في السلعة مدسوس في ثمنها، الربح فيه هو السابق في الشبكة، والمخاطر فيه دوماً قاعدة الهرم، المتعلقة بالأمل في الصعود» (٣).

وتتفق هنا نظرة بعض خبراء الاقتصاد الغربيين مع هذه النظرة الفقهية في عقد المقارنة بين التسوق الشبكي والقمار، بل أعجب من ذلك تثبت بعض الدراسات أن معدلات الخسارة في التسوق الشبكي أعظم منها في القمار!

ومن المعلوم أن القمار من المحرمات، قال الله تعالى { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ } (٤).

خامساً: اشتمال هذا العقد على أكل أموال الناس بالباطل خديعةً وغشاً وتدياساً: وبيانه أن أخذ العمولات كلما باع المشتري الذي جاء عن طريق المشترك الأول يعتبر من باب أكل أموال الناس بالباطل وهو من المحرمات. وأخذ العمولات المعتبر شرعاً إنما يكون مقابل الجهود الفعلية التي يبذلها الشخص الوسيط.

سادساً: التكييف الفقهي لمعاملات التسوق الشبكي أنه بيع نقود بنقود، وهو من الربا المحرم شرعاً، بنوعيه: الفضل والنسيئة، وقد قال - تعالى - : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ

(١) - أخرجه الإمام أحمد في مسنده (٢٧: ١٧) رقم (١٦٤٨٩)، وابن ماجه في سننه، كتاب البيوع، باب النهي عن بيع الطعام قبل أن يقبض (٣: ٣٣٨) رقم (٢٢٢٦)، وابن حبان في صحيحه (١٢: ٣٦٩) رقم (٥٥٥٩) قال الهيثمي : رواه الطبراني في الكبير، والصغير، ورجاله ثقات، وفي عاصم بن بهدلة نزاع كلام لسوء حفظه. مجمع الزوائد ومنبع الفوائد (٤: ٧٩) رقم (٦٣٤١).

(٢) - انظر: مقال: التسويق الالكتروني حرام شرعاً، د: الدكتور محمد الشحات الجندي، عضو مجمع البحوث الإسلامية، مقال له بجريدة الأهرام المصرية، الموقع الالكتروني تاريخ الدخول <http://www.ahram.org.eg>:٢٠:٤:١٤٣٨ هـ

(٣) - الفتوى منشورة على موقع صيد الفوائد الالكتروني .

(٤) - سورة المائدة: الآية (٩٠)

مُؤْمِنِينَ * فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ [البقرة: ٨٧٢ - ٩٧٢]. أما ربا الفضل فلأن المشترك يدفع جنساً ربوياً (وهو النقود) ليحصل على أكثر منه، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال ليحصل على مبلغ كبير، (ادفع عشرة تحصل على خمسة عشر)، فإذا انضم إلى هذا تأجيل المبلغ المكتسب صار من ربا النسبئة أيضاً، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنص والإجماع»^(١) فالعملية إذن بيع نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنصوص القطعية من كتاب الله (عز وجل) ومن سنة النبي (ﷺ) وأجمعت الأمة على تحريمه.

مناقشة أدلة القائلين بالجواز:

ناقش القائلون بالحرمة أدلة من قال بجواز التسوق الشبكي كما يلي^(٢):

أولاً: استدلالهم على الجواز بأن التسوق الشبكي لا يعدو أن يكون نوعاً من البيوع الجديدة التي لم يأت نص من كتاب ولا سنة بالمنع منها، فتدر إلى أصلها من الإباحة.

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه؛ لأنه قد دخل على هذه المعاملة جملة من الأمور التي يكفي بعضها للنقل عن أصل الإباحة إلى التحريم، ومن ذلك: القمار والغرر وأكل المال بالباطل، فكيف بها مجتمعة؟!!

ثانياً: استدلالهم على مشروعية التسوق الشبكي بتخريجه على عقد الجعالة.

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه، إذ تفترق الجعالة عن هذه المعاملة من ناحيتين:

- ١- الجعل في الجعالة محدد أما في التسوق الشبكي فغير محدد.
- ٢- الجعل في الجعالة مقطوع به عند تحقق شرط الجاعل أما في التسوق الشبكي فقد يتمكن من إقناع المشتركين وقد لا يتمكن، وإذا لم يحصل المجعل له في شرط الجعالة على الجعل لا يعد مقامراً لأنه لم يخسر ماله، أما في التسوق الهرمي فإذا لم يحصل المسوق على العمولة فإنه يكون قد خسر ماله دون مقابل وهذه الصورة هي جوهر القمار، وهي أحد أسباب التحريم في هذه المعاملة.

(١) - سورة المائدة: الآية (٩٠).

(٢) - في مجمل هذه المناقشات ينظر: التسويق والسمسرة في التطبيقات المصرفية: عبد الوهاب ربحاوي، بحث غير منشور من مقتنيات بنك دبي الإسلامي، ص ٢٠، السمسرة الهرمية، شويش المحاميد بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالية معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص: ٢٨، التكييف الفقهي لمعاملة التسويق الشبكي، د: أسامة الأشقر، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص ٤، التجارة الالكترونية (دراسة خاصة في بزناس) نيب موسى نصيف، بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالي معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م، ص ٤.

ثالثاً: استدلالهم بأنه من قبيل السمسرة المشروعة، إذ أن الشركة تعطي هذه العمولات مقابل الدلالة على منتجاتها، شأنها شأن أصحاب العقار الذين يخصصون جزءاً من مبلغ الأرض المباعة للوسيط الذي قام بدلالة المشتري عليها.

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه؛ وذلك لوجود فروق مؤثرة بين السمسرة وعمولات التسوق الشبكي، يمتنع معها الإلحاق والقياس.

رابعاً: استدلالهم بأن الثمن الذي يدفعه المشتري في الظاهر هو مقابل السلعة، والعمولة التي يأخذها في مقابل جهد المسوق وسعيه، فما دامت السلعة قد توسطت فلا قمار ولا ربا.

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه؛ لأن السلعة هنا غير مقصودة، فوجودها غير مؤثر، والغرض الحقيقي من هذه المعاملة هو العمولات، والسلعة جاءت غطاء لإضفاء المشروعية، وهذا ضرب من التحايل المحرم الذي جاءت نصوص الشريعة بسد بابه والتحذير من أربابه، فعن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما أنه سمع رسول الله (ﷺ) يقول عام الفتح وهو بمكة: (إن الله ورسوله حرم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام)، فقيل: يا رسول الله، أ رأيت شحوم الميتة فإنها يطلى بها السفن، ويدهن بها الجلود، ويستصبح بها الناس؟ فقال: (لا، هو حرام)، ثم قال رسول الله (ﷺ) عند ذلك: «قاتل الله اليهود؛ إن الله لما حرم شحومها جمّلوه، ثم باعوه، فأكلوا ثمنه»^(١).

قال الخطابي: «وفي هذا بيان بطلان كل حيلة يحتال بها للتوصل إلى محرم، وأنه لا يتغير حكمه بتغيير هيئته، وتبديل اسمه»^(٢).

وقال ابن القيم: «إن صور العقود غير كافية في حلها وحصول أحكامها إلا إذا لم يقصد بها قصداً فاسداً، وكل ما لو شرطه في العقد كان حراماً فاسداً فقصده حرام فاسد، واشترطه إعلان وإظهار للفساد، وقصده ونيتة غش وخداع ومكر، فقد يكون أشد فساداً من الاشتراط ظاهراً من هذه الجهة، والاشتراط الظاهر أشد فساداً منه من جهة إعلان المحرم وإظهاره»^(٣).

خامساً: استدلالهم بأن العمولات في التسوق الشبكي من باب الجعالة الجائزة في الإسلام، والتي يستحقها المشترك عند إتيانه بعملاء جدد للشركة

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه، وذلك لوجود اختلاف حقيقي بينهما من جهين:

أحدهما: أن الجعالة لا يشترط فيها الشراء، بخلاف التسوق الشبكي.

(١) - أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب بيع الميتة والأصنام (٣:٨٤) رقم (٢١٣٦) ومسلم، في المساقاة باب

تحريم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام رقم (١٥٨١)، وجمّلوه: أذابوه.

(٢) - معالم السنن للخطابي (٥: ١٢٩)

(٣) - إعلام الموقعين لابن القيم (٣: ٣٧٠)

والآخر: أن جمهور الفقهاء أوجبوا حقاً للعامل في الجعالة إن انتفع بجزء عمله صاحب الجعالة (١)، وقد تقدم إمكانية حرمان المشترك من عمولات من سوق لهم إذا لم يحقق الشرط المطلوب.

سادساً: استدلالهم بأنها من باب عقد الوكالة الجائزة بأجرة، فبعد إتمام عملية بيع وشراء المنتج، تقوم الشركة بإبرام عقد وكالة لتوزيع المنتجات أو تقويضاً شفوياً بذلك، يحصل بموجبه المورع على عمولات مقابل جهده في التسوق.

نوقش بأنه: استدلال في غير موضعه، وذلك لامتناع التخريج على الوكالة لما بين المعاملتين من فروق، أظهرها: أن الوكيل في عقد الوكالة لا يدفع ليصبح وكيلاً، بل يأخذ الأجرة المتفق عليها بشرطها، بينما في التسوق الشبكي يدفع الوكيل أجرة ليدخل في شبكة التسوق، وهذا يجعل التخريج على الوكالة غير مستقيم.

وأخيراً :

- ١- الشارع في مثل هذا يقدم المصالح العامة على الخاصة بعلم وحكمة.
- ٢- الأحكام الشرعية مبنية على غالب الحال، فما كان غالباً كان الحكم له، والمنتج في التسوق الشبكي غير مقصود غالباً، فيبنى الحكم على ذلك.
- ٣- شرط الشراء معضلة التسوق الشبكي، فلو رُفِعَ لزال الإشكال، وانتهى القيل والقال. وقد تنازلت عن هذا الشرط شركة (Questnet) حتى ظفرت بالمشروعية من مجمع الفقه الإسلامي بالسودان بتاريخ ١٤٢٧:٨:٢١هـ، ثم ما لبثت أن عادت إلى عاداتها القديمة، فأصدر المجمع فتوى جديدة بتحريم التعامل معها بتاريخ ١٤٢٩:١:٢٨هـ، وفي هذه الواقعة برهان ساطع على حقيقة هذه الشركات وغاياتها .

٤- لا يشفع لهذه الشركات عظم منتجاتها وفائدتها، فالغايات لا تبرر الوسائل، وتحريم القمار بالمال مما لا يقبل الاستثناء بحال، ونفع المنتج مهدر بنص القرآن: ﴿رِسَالُوتِكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلٌّ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعٌ لِلنَّاسِ وَإِنَّهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا﴾ (٢)

مما تقدم يتضح لنا أن شركات التسوق التي تنتهج نظام التسوق الشبكي، لا تسلم غالباً من الوقوع في المحاذير الشرعية، ومن ذلك كون ذلك النظام لا يقوم غالباً إلا على تعيير الآخرين، وبيع الوهم لهم؛ ولذا يُلزم المشترك إما بدفع رسوم اشتراك لتجميع الملايين من ذلك، واستثمارها، ودفع يسير منها للمشاركين، أو بعضهم. فإن لم تفرض على المشترك رسوم، فيلزم بشراء سلعة ونحوها، ولا غرض له سوى الدخول في النظام التسوقي، طمعاً في الربح، فهي مجرد حيلة فحسب. هذا من حيث الغالب والعبارة به، فكلُّ يقامر على أنه سيربح من العمولات، فالداخل يُغرى بالشراء كي يدفع

(١) - انظر: الذخيرة للقرافي (٦: ٩)، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج (٥: ٤٧٠) الإتيان في معرفة الراجح من الخلاف للمرداوي (٦: ٣٩٠).

(٢) - سورة البقرة: ٢١٩

ثمن الانضمام إلى البرنامج، وفي حقيقة الأمر أن احتمال خسارته أضعاف أضعاف احتمال كسبه، وهذا هو الغرر المحرم الذي نهى عنه النبي (ﷺ) قال الرملي في نهاية المحتاج: الغرر هو ما احتتمل أمرين أغلبهما أخوفهما. اهـ. (١)

المبحث الثالث

ما عليه الفتوى في حكم التسوق الشبكي (٢)

(١) نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج (٤٠٥:٣)

(٢) ومن بين القائلين بحرمة التسوق الإلكتروني :

١- فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية .

٢- فتوى مجمع الفقه السوداني وورد فيها: (... العلة الشرعية التي بُنيت عليها فتوى حظر شركات التسوق الشبكي الصادرة من المجمع قبل خمس سنوات تتمثل في كونه قماراً.. بناءً على ما سبق فإن المجمع يرى أن عمل شركة كويست نت بالسودان في خطتها القديمة والجديدة لا يجوز العمل به لكونه قماراً حرّمه الشرع، وبسبب مخالفتهم الصريحة لفتوى المجمع في ذلك .
<http://www.google.com/webhp>

٣- فتوى د. يوسف الشبيلي: (لا يجوز الاستثمار في هذه الشركة لأنها قائمة على التسوق الشبكي والسلع التي فيها ليست مقصوده وإنما المقصود هو العمولة فالتجارة فيها أو التعامل فيها يشتمل على الربا والغرر . الموقع الإلكتروني:
<http://www.shubily.com>

٤- فتوى د. سامي السويلم عضو الهيئة الشرعية لشركة الراجحي: "الإسلام هو دين الفطرة، والشريعة الإسلامية قائمة على العدل ومنع الظلم، فإذا أدرك العقلاء ما في هذه المعاملة من الغش والاستيلاء على أموال الآخرين بغير حق ودعوا من ثم إلى منعها، فالإسلام أولى بذلك .
www.islamtoday.net

٥- فتوى دار الإفتاء الفلسطينية وورد فيها: (... وبناءً على ما تقدم ذكره فإن التعامل مع هذه الشركة حرام شرعاً
www.darifta.org

٦- فتوى الشبكة الإسلامية: (قلنا بحرمة التسوق الشبكي والذي تمارسه الشركات المذكورة وأمثالهما لما يشتمل عليه من غرر وأكل لأموال الناس بالباطل، فالسلعة في هذا النظام غير مقصودة وإنما المقصود العمولات الموعود بها.
www.islamweb.net/fatwa

٧- فتوى د. عبدالله الطيار على موقعه .
www.m-islam.net

٨- فتاوى د. أحمد الحجى الكردي له عدة فتاوى على موقعه
www.islamic-fatwa.net :

٩- فتاوى د. حسين شحاته له عدة دراسات على موقعه
<http://www.darelmashora.com>

١٠- عدة فتاوى لكل من الشيخ محمد صالح المنجد، د.أحمد السهلي، د.إبراهيم الضرير، د.عبد الحي يوسف، الشيخ يحيى الزهراني وكلها منشورة على موقع صيد الفوائد
<http://www.saaaid.net:fatwa>

١١- فتوى الشيخ محمود عكام منشورة على موقعه
www.eftaa-aleppo.com:fatwa :

١٢- فتوى د.سعود الفنينسان عميد كلية الشريعة بجامعة الإمام
www.islamfeqh.com

١٣- فتوى لجنة الإفتاء الأردنية: (وننبه هنا إلى أن شركات التسوق الشبكي والهري تتوعد طرقها، واختلفت أساليبها، ونظراً لاشتغالها على المحاذير السابقة فإن حكمها هو التحريم
<http://www.aliftaa.jo> .

١٤- حكم التسوق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية مقارنة -أحمد سمير قرني منشور على موقع:

<http://www.iefpedia.com:arab>

بعد استعراض أدلة القائلين بالجواز والقائلين بالحرمة، يترجح لي القول القائل بالحرمة، للأسباب التي وردت في أدلة القائلين بالحرمة، خاصة وأن هذا ما عليه العمل في أكثر الفتاوى. وفي هذا المبحث اذكر طرفاً من الفتاوى الفقهية، للتدليل على حرمة التسوق الشبكي بالكيفية المذكورة، وقد علقت مجمل هذه الفتاوى الحكم بالحرمة بأدلة تدور حول اشتغال هذه المعاملة على الربا، والغش، والغرر، وأكل أموال الناس بالباطل، وغيرها من النواهي الشرعية التي تواترت الأدلة بحرمتها في القرآن الكريم والسنة النبوية، وما يقاس عليهما، وذلك في مطالب ثلاثة :

المطلب الأول

أولاً: فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالسعودية (١)

بهذا الشأن وهي: هذا النوع من المعاملات محرم، وذلك أن مقصود المعاملة هو العملات وليس المنتج، فالعملوات تصل إلى عشرات الآلاف، في حين لا يتجاوز ثمن المنتج بضع مئات، وكل عاقل إذا عرض عليه الأمران فسيختار العملات، ولهذا كان اعتماد هذه الشركات في التسوق والدعاية لمنتجاتها هو إبراز حجم العملات الكبيرة التي يمكن أن يحصل عليها المشترك، وإغراؤه بالربح الفاحش مقابل مبلغ يسير هو ثمن المنتج، فالمنتج الذي تسوقه هذه الشركات مجرد ستار وذريعة للحصول على العملات والأرباح، ولما كانت هذه هي حقيقة هذه المعاملة، فهي محرمة شرعاً وذلك بسبب:

أولاً: أنها تضمنت الربا بنوعيه، ربا الفضل ورا النسئئة، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال ليحصل على مبلغ كبير منه، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنص والإجماع، والمنتج الذي تبيعه الشركة على العميل ما هو إلا ستار للمبادلة، فهو غير مقصود للمشارك، فلا تأثير له في الحكم.

ثانياً: أنها من الغرر المحرم شرعاً، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا؟ والتسوق الشبكي أو الهرمي مهما استمر فإنه لا بد أن يصل إلى نهاية يتوقف عندها، ولا يدري المشترك حين انضمامه إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً، أو في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً؟ والواقع أن معظم أعضاء الهرم خاسرون إلا القلة القليلة في أعلاه، فالغالب إذن هو الخسارة، وهذه هي حقيقة الغرر، وهي التردد بين أمرين أغلبهما أخوفهما، وقد نهى النبي (ﷺ) عن الغرر، كما رواه مسلم في صحيحه (٢).

ثالثاً: ما اشتملت عليه هذه المعاملة من أكل الشركات لأموال الناس بالباطل، حيث لا يستفيد من هذا العقد إلا الشركة ومن ترغب إعطائه من المشتركين بقصد خدع الآخرين، وهذا الذي جاء النص بتحريمه في قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ﴾ (٣).

(١) - فتوى رقم (٢٢٩٣٥) وتاريخ ١٤-٣-٢٥هـ

(٢) - سبق تخريجه.

(٣) - سورة النساء الآية (٢٩)

رابعاً: ما في هذه المعاملة من الغش والتدليس والتلبيس على الناس، من جهة إظهار المنتج وكأنه هو المقصود من المعاملة والحال خلاف ذلك، ومن جهة إغرائهم بالعمولات الكبيرة التي لا تتحقق غالباً، وهذا من الغش المحرم شرعاً، وقد قال (ﷺ): من غش فليس مني^(١) وقال أيضاً: البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما^(٢)، وأما القول بأن هذا التعامل من السمسرة، فهذا غير صحيح، إذ السمسرة عقد يحصل السمسار بموجبه على أجر لقاء بيع السلعة، أما التسوق الشبكي فإن المشترك هو الذي يدفع الأجر لتسويق المنتج، كما أن السمسرة مقصودها تسويق السلعة حقيقة، بخلاف التسوق الشبكي فإن المقصود الحقيقي منه هو تسويق العمولات وليس المنتج، ولهذا، فإن المشترك يسوق لمن يسوق لمن يسوق، هكذا بخلاف السمسرة التي يسوق فيها السمسار لمن يريد السلعة حقيقة، فالفرق بين الأمرين ظاهر، وأما القول بأن العمولات من باب الهبة فليس بصحيح، ولو سئل فليس كل هبة جائزة شرعاً، فالهبة على القرض ربا، ولذلك قال عبد الله بن سلام لأبي بردة (رضي الله عنهما): إنك في أرض، الربا فيها فاش، فإذا كان لك على رجل حق فأهدى إليك حمل تبن أو حمل شعير أو حمل قنن فإنه ربا^(٣)، والهبة تأخذ حكم السبب الذي وجدت لأجله ولذلك قال (ﷺ): في العامل الذي جاء يقول: هذا لكم وهذا أهدى إلي، فقال (ﷺ): أفلا جلست في بيت أبيك وأمك فتتظر أيهدى إليك أم لا؟^(٤)، وهذه العمولات إنما وجدت لأجل الاشتراك في التسوق الشبكي، فمهما أعطيت من الأسماء، سواء هدية أو هبة أو غير ذلك، فلا يغير ذلك من حقيقتها وحكمها شيئاً.

المطلب الثاني

رأي دار الإفتاء المصرية

حسنت لجنة الفتوي بدار الإفتاء المصرية الجدل الفقهي حول التسوق الإلكتروني، وذلك بعد دراسة فقهية مستفيضة بمشاركة الفقهاء وخبراء قانونيين ومتخصصين في هذا النوع من المعاملات التجارية، وأصدرت دار الإفتاء فتوي خاصة في حكم (التسوق الشبكي) من خلال شبكة الانترنت بعد انتشار حالات النصب المتعددة من خلالها، وازدياد الشكاوي منها ومن آثارها وعدم توافر الأطر القانونية الخاصة المنظمة لعمل هذه الشركات، فلا توجد قوانين مسنونة لتنظيم التعامل بها مع غياب للرقابة المالية.

(١) - سبق تخريجه.

(٢) - أخرجه البخاري في صحيحه، في كتاب البيوع، باب إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا (٣: ٥٨) رقم (٢٠٧٩) مسلم في البيوع باب الصدق في البيع والبيان رقم (١٥٣٢).

(٣) - رواه البخاري في الصحيح، كتاب المناقب، باب مناقب عبد الله بن سلام رضي الله عنه (٥: ٣٨) رقم (٣٨١٤).

(٤) - أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الحيل باب احتيال العامل ليهدى له (٩: ٢٨) رقم (٦٩٧٩).

وردت إلى دار الإفتاء عبر منافذ الفتوى المختلفة عدة أسئلة تسأل عن حكم التسوق الشبكي، وتم تأجيلها لحين استكمال بحثها ودراستها، وحاصل ما تضمنته هذه الأسئلة: الاستفتاء عن حكم التسوق الهرمي الذي تقوم به شركة (Q.net)؟ علماً بأن دار الإفتاء المصرية قد أصدرت من نحو ستة أشهر فتوى بجواز هذا النوع من المعاملات، ثم امتنعت عن إصدار حكم بشأنها بعد ذلك لحين الانتهاء من دراستها.

مراحل الفتوى

وقالت أمانة الفتوى بدار الإفتاء: "تمر الفتوى بأربع مراحل أساسية في ذهن المفتي، هي: التصوير، والتكييف، وبيان الحكم، ومرحلة التنزيل وإصدار الفتوى، وأهم هذه المراحل هي مرحلة التصوير؛ إذ ينبغي عليها ما بعدها؛ من تكييف، وبيان حكم، وتنزيل، فالتصوير الدقيق المطابق لواقع النازلة المسؤول عنها شرط أساسي لصدور الفتوى بشكل صحيح، وكلما كان التصوير صحيحاً مطابقاً للواقع -وأجريت المراحل التالية على الوجه المرضي- كانت الفتوى أبعد عن الخطأ، وأقرب إلى تحقيق مقاصد الشرع الكلية ومصالح الخلق المرعية، وانعدام هذا الشرط يؤدي إلى أن تكون الفتوى الصادرة غير معبرة عن حقيقة الأمر، وعن ذلك عبر العلماء بقولهم: "الحكم على الشيء فرعٌ عن تصوّره". وعبء التصوير أساساً يقع على السائل، لكن المفتي ينبغي عليه أن يتحرى -بواسطة السؤال- عن الجهات الأربع التي تختلف الأحكام باختلافها، وكثيراً ما يتم الخلط والاختلاط من قبل السائل بشأنها، وهي الزمان والمكان والأشخاص والأحوال، كما ينبغي على المفتي أيضاً أن يتأكد من تعلق السؤال بالفرد وبالجماعة؛ لأن الفتوى تختلف باختلاف هذين الأمرين.

وتزداد أهمية تصوير الفتاوى إذا تعلقت بالمعاملات المستحدثة؛ كما هو الحال في التسوق الشبكي والتسوق الهرمي، وقد تبين أن لهذا النوع من المعاملات تأثيرات اقتصادية واجتماعية واسعة المدى بعد ازدياد الشكوى منها ومن آثارها؛ ولذلك أحجمت أمانة الفتوى بدار الإفتاء المصرية عن استمرار الفتوى بحلها حتى تستجمع المعلومات المتاحة حول هذه المعاملات وتدرس مآلاتها والآثار التي يمكن أن تسببها على الاقتصاد المحلي، واجتمعت الأمانة في هذا الصدد بالأطراف ذات الصلة بهذه المعاملة؛ حرصاً على الاطلاع المباشر على تفاصيلها، ملتزمةً بالنظر في واقع المعاملة في مصر، فقابلت الأمانة في هذا السياق:

١. مسؤولاً عن تسويق إحدى معاملات التسوق الشبكي بإحدى الشركات الممارسة لها في الشرق الأوسط؛ لبيان الإجراءات التي تتم من خلالها المعاملة، وتوضيح بعض مواطن الغموض في ممارستها.
٢. بعض الأطراف المعارضة لممارسة هذا النوع من المعاملات؛ للوقوف على مدارك رفضهم لممارستها.
٣. بعض خبراء الاقتصاد والاجتماع؛ لبيان هذه الجوانب التي تتعلق بها سلباً وإيجاباً.

٤. وبعد هذه الاجتماعات تبين للأمانة أنه لا بد من التقرير والتأكيد لأصول وأسس مهمة تكشف عن أهم ملامح سياق هذا النوع من المعاملات، ومن أهم هذه الأمور:

آراء الخبراء الاقتصاديين:

٥. أن الراجح من آراء الخبراء الاقتصاديين عدم التفرقة بين التسوق الشبكي والتسوق الهرمي (الذي إحدى صورته (Q.net)؛ لما تشتمل عليه المعاملتان من الاشتراك في الاعتماد على مفهوم التسوق المباشر، إضافة إلى تبني مفهوم التسوق الشعبي المبني على التشجير والأذرع، وهذا يعني أن التسوق الشبكي والهرمي هما من قبيل الأشباه.

١- أن هذا النوع من التسوق له خصائص يمكن رجوعها إلى أمرين:
الأول: تخفيض تكلفة التسوق والترويج عن طريق تقليل الوسائط والبيع المباشر.

والثاني: التحكم في التوزيع من خلال المعرفة الدقيقة بحركة المنتجات والعميل.

٢- أن واقع هذا النوع من التسوق في السوقين: المصرية والعالمية يكشف عن أن أهم المنتجات التي يتم تسويقها من خلال هذا النظام تتمثل في بعض السلع والخدمات، مثل: الساعات، والتملك بنظام اقتسام الوقت المعروف باسم "تايم شير (Timeshare)"

٣- أن واقع الممارسة في عالم التسوق المباشر يشتمل على نوعي الممارسة: الجادة؛ التي تجمع غالبًا بين شراء المنتج والتسوق له، وغير الجادة؛ مثل ما وقع من بعض الشركات التي باعت أسطوانات مدمجة لبعض برامج الحاسوب بأضعاف ثمنها على أنها أصلية ومحمية، ليكتشف بعد ذلك أنها متاحة مجانًا على شبكة المعلومات العالمية.

ويرى الخبراء الاقتصاديون أن التفرقة بين هاتين الممارستين صعبة على الشخص العادي؛ وهذا يؤدي إلى عدم توفر الحماية الكافية للمشتري المسوق كما يشير إليه واقع هذه المعاملات، بل يذهب بعضهم إلى انعدامها بالكلية، مما يسهل وقوع التحايل ويؤدي إلى عدم الحصول على الضمان عنده.

٤- من أهم ملامح واقع هذه المعاملة: عدم توفر الأطر القانونية الخاصة المنظمة لعمل الشركات في هذا المجال؛ فلا توجد قوانين مسنونة لتنظيم التعامل بها.

٥- أن مؤشرات التحليل الاقتصادي لهذه المعاملة تكشف عن أمور ذات واقع سلبي، أهمها:
أ- غياب الرقابة المالية.

ب- التأثير السلبي لهذه المعاملة على الاقتصاديات المحلية، وذلك يتضح في جانبي: الإنتاج، وحجم الادخار من العملة الأجنبية.

ت- والأثر الخطير على منظومة القيم في المجتمعات، من خلال التشجيع على الاستهلاك غير الرشيد، وعلى الاتجاه نحو الكسب السريع الذي لا ينتج عن تحسن في حجم الإنتاج.

٦- هناك مؤشرات توضح تأثر منظومة العمل التقليدية سلبياً بهذه المعاملة؛ حيث تغير مفهوم العمل من العمل المنظم إدارياً إلى العمل المطلق من قبدي السلطة والمسؤولية اللذين بهما يمكن القيام بالمتابعة والتعديل للأداء، وكذلك المحاسبة على مدى مشروعية الأدوات المستخدمة في العمل.

٧- وهناك مؤشرات أخرى ملموسة توضح عموم البلوى بها وتحوّل كثيرٍ من الممارسين لهذه المعاملة من "العمل بعض الوقت (Part time)" إلى "العمل كل الوقت (Full time)" ، بما يؤذن بانسداد المهن أو تأثرها سلباً على الأقل، وخير شاهد لذلك: ما رصدته دار الإفتاء المصرية -في معدّلاتها الإحصائية اليومية للفتاوى اليومية إليها عبر منافذها المختلفة؛ شفوية وهاتفية وإلكترونية ومكتوبة- من أسئلة كثيرة عن هذا النوع من المعاملات.

التسوق الشبكي:

"التسوق الشبكي" هو أحد الأفكار الحديثة في عالم التسوق، والواقع يرشدنا إلى أنه ليس معاملة واحدة في تفاصيلها وصورها، وإن اتحدت في معالمها الرئيسة؛ فالحكم الشرعي فيها لا بد أن يُنزل على واقع وتفاصيل محددة بعينها؛ والمعاملة المسؤول عنها تعتمد على فكرة مفادها: قيام البائع الذي يرغب في التسوق لسلعته ويشجع على ذلك بوضع حافز مادي تشجيعاً للمشتري كلما جاء عدد معين من المشتريين الآخرين نتيجة لتسويق ذلك المشتري، وتزيد نسبة الحافز بناء على زيادة عدد المشتريين.

وبخصوص هذه المعاملة محل السؤال فإنها تشتمل على شرط التوازن في حق المشتري المسوق؛ حيث يشترط في حقه: أن يقوم بالتسوق لعدد من المشتريين يمتدون في شكل ذراعين، في كل ذراع عدد محدد من المشتريين.

وعليه فإذا كانت صورة المسألة على ما ذكرنا، وفي السياق المشار إليه سلفاً، فإن الفقهاء والعلماء المعاصرين سلكوا مسلكين في تكييفها، هما:

- **المسلك الأول:** وهو تكييف هذه المعاملة من خلال العقود المسماة في الفقه الموروث، سواء جعلها عبارة عن عقدين منفصلين، أم عن طريق جعلها عقدين مركبين. وقد اختلفوا في تعيين العقدين؛ فقال فريق: هما الشراء والجعالة، وقال الآخر: الشراء والسمسرة.

- **المسلك الثاني:** هو تكييف هذه المعاملة من خلال العقود غير المسماة -التي لم ينص عليها في الفقه الموروث-، وهذا مقتضى ما تشتمل عليه هذه المعاملة من عناصر ومكونات اقتصادية جديدة تمتاز بها عن العقود المسماة في الفقه الموروث.

- ويتضح من اختلاف المسلكين أن المعنى المؤثر في تكييف هذه المعاملة يتمثل في عملية التسوق؛ فالمسلك الأول يختلف أصحابه في تعيين العقد الأليق بعملية التسوق، سواء تبنوا انفصالها عن عقد الشراء الأول وصيروهما عقدين منفصلين، أم تبنوا اتصالها به، وصيروهما عقداً مركباً منهما.

- والمعاملة المسؤول عنها - والتي يمكن تسميتها بالشراء التسويقي - قد اشتملت على معانٍ لا تظهر إلا من خلال تتبع المآلات ومراجعة خبراء السوق، وهذا يجعلها حراماً شرعاً على كلا المسلكين، وأهم هذه المعاني:

- شروط صحة المعاملة:

مخالفة هذه المعاملة لشروطين من شروط صحة المعاملات المستحدثة وهما:

- اشتراط حفاظ المعاملة على اتزان السوق، وهو الشرط الذي من أجله حرم الشرع الشريف الاحتكار وتلقي الركبان، مما يجعل هذه المعاملة ذات تأثير سلبي على السوق.

- تحقيق مصلحة المتعاقدين؛ حيث إن مصلحة المشتري المسوق تزيد نسبة المخاطرة فيها بشكل واضح نتيجة صعوبة تحقق شرط العائد المادي للتسويق.

- فقدان الحماية لمن يمارس هذه المعاملة من الناحيتين الاقتصادية والقانونية، وهذا يجعل المشتري المُسوّق يتعرض لخطر كبير متولد من عدم وجود تشريع ينظم العلاقات بين الشركة البائعة والمشتري؛ فليس للأخير ما يضمن حقه بالرجوع على الشركة ومقاضاتها إذا احتاج إلى ذلك في استيفاء حقوقه؛ فالمشتري المُسوّق قد يبذل جهداً ويتكبد في سبيل التسوق لهذه السلعة وقتاً وجهداً كثيراً، وهو قد بذل ذلك تحت وعد من الشركة بأداء مقابل لهذا الجهد بالشرط المتفق عليه، ولا يوجد في الحقيقة ما يضمن ذلك من الناحية القانونية.

- بالإضافة إلى ما سبق فإن الطريقة التي تجري بها هذه المعاملة تعتبر مجرد وسيلة لكسب المال السريع لا أكثر، سواء بالنسبة لصاحب الشركة أو للعملاء، فإنه مع توسط السلعة في كسب المال هنا، إلا أن السلعة لم تعد هي المقصودة في عملية الشراء، بل أصبحت سلعة صورية وجودها غير مؤثر، فالمقصد الحقيقي الظاهر من هذه المعاملة مجرد التوصل إلى الربح، ولقد قال جمع من الفقهاء بإعمال المعاني والأخذ بها في العقود التي يقوى فيها جانب المعنى، قال العلامة ابن حجر الهيتمي: "ورغم أن الصحيح مراعاة اللفظ في المبيع لا المعنى - غير صحيح؛ بل تارة يراعون هذا، وتارة يراعون هذا، بحسب المدرك اه، قال العلامة ابن قاسم العبادي في الحاشية معلقاً على كلام ابن حجر: "والغالب عليهم مراعاة اللفظ ما لم يقوَ جانب المعنى" (١).

- وبناء على ذلك كله: فإن هذه المعاملة تكون بهذه الحال المسؤول عنها حراماً شرعاً؛ لاشتمالها على المعاني السابقة، خاصة بعد أن ثبت لدى أهل الاختصاص أن شيوع مثل هذا النمط من التسوق يُخلُ بمنظومة العمل التقليدية التي تعتمد على الوسائط المتعددة، وهو في ذات الوقت لا يُنشئ منظومة أخرى بديلة منضبطة ومستقرة، ويُضيّق فرص العمل، ووُجد أن هذا الضرب من التسوق قد يدفع الأفراد إلى

(١) - تحفة المحتاج في شرح المنهاج، ابن حجر الهيتمي (٤: ٤٠٢).

ممارسات غير أخلاقية من كذب الموزع أو استخدامه لألوان من الجذب يمكن أن تمثل عيباً في إرادة المشتري؛ كالتركيز على قضية العمولة، وإهدار الكلام عن العقد الأساس -وهو شراء السلعة-، وقد سبق لأمانة الفتوى أن نبهت في الفتوى السابقة بشأن هذه المعاملة إلى أن خلوها من هذه المحاذير شرط في حلها؛ فحصل اللبس بعدم الالتفات إلى هذه القيود، وقد تبين لأمانة الفتوى بعد دراسة واقع هذه المعاملة أنها مشتملة على هذه المحاذير التي تمنع حلها؛ وهذا ما دعاها إلى الجزم بتحريمها صراحةً؛ فلا يحل التعامل بها حينئذٍ؛ لعدم سلامتها من هذه المحاذير المذكورة؛ حيث لا توجد الحماية القانونية والاقتصادية للمشتري المسوق، وحيث تحققت فيها الصورية في السلعة محل التسوق التي صارت مجرد وسيلة للاشتراك في النظام وليست مقصودة لذاتها ولا محتاجاً إليها بالفعل، وأصبح إخلالها بمنظومة العمل التقليدية واقعاً صعباً ملموساً يحتاج إلى علاج حقيقي وحاسم. والله سبحانه وتعالى أعلم. (١)

المطلب الثالث

نماذج مختارة من فتاوى العلماء في إطار الاجتهاد الفردي

١- فتوى الشيخ عبد الله الجبرين، حيث اشترط لصحة العمل بها أن تكون معلومة ليس فيها غرر أو رشوة أو ربا أو نوع قمار أو مخادعة. (٢)

٢- فتوى سماحة المفتي العام السابق للمملكة الأردنية الهاشمية الدكتور نوح علي سلمان:

جاء في سؤال له أنا مندوب شركة تسمى (كويست) في (هونج كونج)، وعرض علينا التعامل معها عن طريق التسوق الشبكي، ويعتمد التسوق الشبكي على بيع المنتج من المصنع إلى المستهلك مباشرة، موفراً بذلك مصروفات كثيرة للوسطاء، حيث تعتمد على مشاركة المستهلك لها في التسوق عن طريق ترويج المنتج لآخرين، وعليه يأخذ المستهلك من شركة التسوق عمولة مالية عن كل عدد تحدده الشركة بنظام معين. مثال: اشترى (زيد) من الشركة ساعة قيمتها (٥٠٠) دولار، وهذه القيمة أعلى بكثير من قيمتها السوقية، فبمجرد شراء الساعة بالإضافة إلى دفع قيمة (١٠) دولار مصاريف تسجيل بالشركة أصبح زيد عضواً فعالاً بالشركة، وهذا شرط أساسي للشركة، وعليه أن يروج لمنتجات الشركة شفاهة، ويقوم بإقناع شخصين بالانضمام للبرنامج، ويجب أن يشتري كلٌّ منهما من منتجات الشركة، ويكون لهما الحق في جذب مسوقين آخرين مقابل عمولات كذلك.. ثم يقوم كلٌّ منهما بإقناع شخصين آخرين بالانضمام، وهكذا.. ويجب على كل عضو شراء السلعة حتى يصبح فعالاً إضافة لرسم التسجيل. وهكذا ستتكون من هذه الآلية شجرة من الأتباع الذين انضموا للبرنامج على شكل هرمي، وتشتترط الشركة أن (زيداً) لا يحصل على عمولات إلا إذا توازن الجانب الأيمن مع الجانب الأيسر (أي ثلاثة أشخاص على اليمين، وثلاثة على اليسار) وهكذا.

الجواب: الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله:

(١) - <http://dar-alifta.org.eg:AR> موقع دار الافتاء المصرية .

(٢) - الموقع الإلكتروني للشيخ عبد الله الجبرين (رحمه الله) <https://www.ibn-jebreen.com>

أسلوب التسوق الشبكي وأخذ العمولات عليه ليس من باب السمسرة الشرعية، بل هو من باب الميسر والمقامرة المحرمة؛ لأن المشتركين عادة لا يشتركون إلا بغرض تحصيل المكافآت على إحضار زبائن آخرين، فإذا جلب المشترك عددًا من الزبائن، وحقق شروط الشركة: أخذ عمولته التي قد تزيد أو قد تنقص عن المبلغ الذي دفعه ابتداءً، وإذا فشل خسر المبلغ كله، وهذا الاحتمال يُدخِلُ المعاملة في أبواب الغرر والميسر.

وأما إدخال (الساعة) أو أي بضاعة أخرى فلا يقلب المعاملة إلى الحِلِّ؛ لأن الغرض منها هو التوصل إلى المال، وليست مقصودة لذاتها، بدليل أن ثمنها المعروض في الشركة أعلى من قيمتها الحقيقية في السوق، وبدليل أن المساهم في هذه الشركة إنما يطمع في المبالغ المتحصلة من عمولات الزبائن التي قد تفوق قيمة تلك البضاعة.

وحتى لو قصد أحد الأفراد تحصيل البضاعة المباعة لذاتها، فإن الوضع العام للشركة لا يقوم على أساس المتاجرة بها، بل على أساس تجميع أكبر قدر من المشتركين، وأطماع الطبقة العليا من الشبكة الهرمية بالمكافآت، على حساب الطبقة الدنيا التي هي الأكثرية من الناس الذين لا يحصلون على شيء، وهذا يعنى وجود قلة غانمة من الناس على حساب أكثرية غارمة. وكفى بهذا فسادًا وإفسادًا.

وقد سبق لكثير من اللجان الشرعية والباحثين المتخصصين دراسة هذا النوع من المعاملات الحادثة، وبيان وجود الكثير من المخاطر والمحاذير الشرعية. والله تعالى أعلم.

الخاتمة

الحمد لله رب العالمين وصلاة وسلاما على خاتم الأنبياء وسيد المرسلين، وبعد:

فإن التسوق الشبكي من القضايا الفقهية المالية المستجدة، التي تتضمن الكثير من المحاذير الشرعية، مثل الكذب والنصب والخداع، فضلاً عن حصول هذه الشركات علي أموال الأبرياء بغير حق وبطريق السحت وهو محرم؛ لقوله تعالى وصفاً صنيع اليهود بأنهم ﴿سَمَّاعُونَ لِلْكَذِبِ أَكَّالُونَ لِلسُّحْتِ﴾^(١)، والذي عليه أكثر المفسرين أن السحت هو الرشى، وقيل: الرجل يطلب الحاجة للرجل فيقضيها، فيهدي إليه فيقبلها^(٢).

وقال الرازي: "وأعلم أن أنواع الذنوب محصورة في نوعين: الظلم للخلق، والإعراض عن الدين الحق، أما ظلم الخلق فالإشارة بقوله "وَبَصَدَّهُمْ عَن سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا" (٣) ثم إنهم مع ذلك في غاية الحرص في طلب المال، فتارة يحصلونه بالريا مع أنهم نهوا عنه، وتارة بطريق الرشوة وهو المراد بقوله وأكلهم أموال الناس بالباطل ونظيره قوله تعالى: سَمَّاعُونَ لِلْكَذِبِ أَكَّالُونَ لِلسُّحْتِ" (٤).

وفسر أصل السحت بقوله: "وأصله يرجع إلى الحرام الخسيس الذي لا يكون فيه بركة، ويكون في حصوله عار بحيث يخفيه صاحبه لا محالة، ومعلوم أن أخذ الرشوة كذلك، فكان سحتاً لا محالة." (٥)

فضلاً عن أنها وسائل غير مشروعة في الاستيلاء علي أموال الضحايا مع هذه الشركات، وعليه فإن من شأن السماح بهذه العمليات الاستيلاء علي أموال المواطنين في خارج أوطانهم، وحرمان الدولة منها، كما أنها تحول بينها وبين توظيفها في مشروعات تخدم مصلحة المجتمع والوطن فمثل هذه الصفقات حرام ينبغي وقفها.

لذا يجب العمل بكافة الوسائل الممكنة على أن يقتنع المتعاملون بالتسوق الشبكي بحرمة، وأن يبحثوا عن الكسب الحلال، وأن يبتعدوا عن المحرمات، وعن المشتبهات. فقد جاء في الحديث عن النعمان بن بشير رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "الحلال بين والحرام بين وبينهما مشتبهات لا يعلمهن كثير من الناس فمن اتقى الشبهات استبرأ لدينه وعرضه ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام كالراعي يرعى حول الحمى يوشك أن يرتع فيه ألا وإن لكل ملك حمى ألا

(١) - سورة المائدة، من الآية (٤٢)

(٢) - تفسير الطبري (١٠ / ٣٢٠)

(٣) - سورة النساء (١٦٠).

(٤) - تفسير الرازي (مفاتيح الغيب أو التفسير الكبير) (١١ / ٢٦٤).

(٥) - تفسير الرازي (١١ / ٣٦١) قال الحسن كان الحاكم في بني إسرائيل إذا أتاه من كان مبطلا في دعواه برشوة سمع كلامه ولا يلتفت إلى خصمه، فكان يسمع الكذب ويأكل السحت. المرجع السابق.

وإن حمى الله محارمه ألا وإن في الجسد مضغة إذا صلحت صلح الجسد كله وإذا فسدت فسد الجسد كله ألا وهي القلب". (١)

البديل الشرعي للعمولة الهرمية، فرأى أنه يتمثل في السمسرة المشروعة، حيث تدعو الشركة ذوي الكفاءة للعمل لديها كمسوقين، وتمنح كل مسوق عمولة محددة على كل عميل يقنعه بالانضمام إلى الشركة، مع مراعاة الشروط الأخرى التي اشترطها الشارع لصحة عقد البيع، وتجنب أسباب فساد. وأخيراً: فإن عملية التسوق الشبكي من الخطورة بمكان، إذ أن من شأن الاستجابة لهذه العروض تدمير الاقتصاد القومي باعتبار أن المشاركين فيه قد انتهى حالهم إلى الإفلاس وضياع أموالهم وهذا بالقطع له مردود علي اقتصاد الدولة فهذا التسوق خطير ولا ينبغي ان نستهيى به.

التوصيات:

- ١- اتخاذ الوسائل الكفيلة لمنع التعامل مع هذه الشركات، و اتخاذ كل الإجراءات التي تحمي حقوق الأفراد وتبصيرهم بمغبة وخطورة هذه الصفقات التي تتم مع أشخاص طبيعية أو اعتبارية مجهولة وغير معروفة للأفراد الذين يتعاملون معهم علي ارض الوطن.
- ٢- يجب علي كافة الدول الإسلامية أن تتدخل لمنع انتشاره، أسوة بما فعلته المملكة العربية السعودية قد حذرت أفرادها من التعامل مع هذه المواقع والشبكات باعتبار أن من يدخل في معاملاتها لا يرتكب محظوراً واحداً إنما يرتكب عدة محاذير شرعية.

أهم المصادر والمراجع

١. القرآن الكريم.
٢. أساس البلاغة، أبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الزمخشري، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م.
٣. أصول الفقه، محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين (المتوفى: ٧٦٣هـ)، الناشر: مكتبة العبيكان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م.

(١) - أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان (٢٠ / ١) رقم (٥٢) مسلم في المساقاة باب أخذ الحلال وترك الشبهات رقم (١٥٩٩).

٤. إعلام الموقعين عن رب العالمين، : محمد بن أبي بكر أيوب الزرعي أبو عبد الله، الناشر : دار الجبل - بيروت، ١٩٧٣م، تحقيق : طه عبد الرؤوف سعد..
٥. الأحاديث الواردة في البيوع المنهي عنها، سليمان بن صالح الثنيان، الناشر: عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٢:٢٣م.
٦. الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة د: أحمد على السالوس، دار الثقافة، الدوحة، مؤسسة الريان بيروت، ١٤١٨هـ، ١٩٩٨م.
٧. الاقتصاد الإسلامي د/ربيع الروبي دار وهدان للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨٢م.
٨. الاقتصاد السياسي د: زكي عبد المتعال دار النهضة العربية، ١٩٧٣م.
٩. الأم للإمام الشافعي - أشرف على طبعة محمد زهري النجام - دار المعرفة للطباعة والنشر.
١٠. الانترنت ونسيج الشبكة العنقودية، : <https://docs.google.com/view>
١١. الأنصاف في معرفة الراجح من الخلاف للمر داوى - تحقيق محمد حامد الفقى ١٩٨٠:١٤١٤ - دار إحياء التراث العربي.
١٢. البحر الرائق شرح كنز الدقائق، زين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري (المتوفى: ٩٧٠هـ) الناشر: دار الكتاب الإسلامي، الطبعة: الثانية - بدون تاريخ.
١٣. البورصات لحسن لبيب، عيسى عبده - سامي وهبة، ط: القاهرة سنة ١٩٤٧م.
١٤. التجارة الالكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي د/على أحمد أبو العز، مكتبة دار النفائس، الأردن، الطبعة الأولى (١٤٢٨هـ/٢٠٠٨م)
١٥. التسوق الالكتروني حرام شرعا د: محمد الشحات الجندي، عضو مجمع البحوث الإسلامية، مقال له بجريدة الأهرام المصرية، الموقع الالكتروني تاريخ الدخول <http://www.ahram.org.eg> ٢٠:٤:١٤٣٨ هـ
١٦. التسوق الالكتروني حرام شرعا، د: عبد الفتاح إدريس، مقال له بجريدة الأهرام المصرية،
١٧. الموقع الالكتروني تاريخ الدخول <http://www.ahram.org.eg> ٢٠:٤:١٤٣٨ هـ
١٨. التسوق بعمولة شبكية أو هرمية، مقال د : رفيق يونس المصري، موقعه الالكتروني.
١٩. التسوق مبادئه وطرقه، مصطفى حسنين زهير، دار النهضة العربية، ١٩٩٨م.
٢٠. التسوق نظرة اقتصادية سمير محمد يوسف، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
٢١. التسوق وإدارة المبيعات، محمد سعيد عبد الفتاح، طبعة ١٩٧٧م.
٢٢. التسوق والسمرة في التطبيقات المصرفية عبد الوهاب ربحاوي، بحث غير منشور من مقتنيات بنك دبي الإسلامي.

٢٣. التكيف الفقهي لشركات التسوق السبكي، إبراهيم احمد الشيخ الضير، بحث منشور بشبكة الانترنت على شبكة صيد الفوائد.
٢٤. التكيف الفقهي لمعاملة التسوق الشبكي، د:أسامة الأشقر، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م.
٢٥. الجامع الصحيح سنن الترمذي، محمد بن عيسى أبو عيسى الترمذي، الناشر : دار إحياء التراث العربي - بيروت، تحقيق : أحمد محمد شاكر وآخرون.
٢٦. الجامع لأحكام القرآن، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر شمس الدين القرطبي (المتوفى: ٦٧١هـ) تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، الناشر: دار الكتب المصرية - القاهرة.
٢٧. الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي وهو شرح مختصر المزني، أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري البغدادي، الشهير بالماوردي (المتوفى: ٤٥٠هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م.
٢٨. الحسبة لشيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني الحنبلي دمشقي (المتوفى: ٧٢٨ هـ) حققه وعلق عليه: علي بن نايف الشحود، الطبعة: الثانية، في ١٧ جمادى الأولى ١٤٢٥ هـ - الموافق ٥: ٢٠٠٤ م.
٢٩. الذخيرة، أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي الشهير بالقرافي (المتوفى: ٦٨٤هـ) الناشر: دار الغرب الإسلامي - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٩٩٤ م.
٣٠. السمسرة الهرمية، شويش المحاميد بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالية معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤م
٣١. السنن الكبرى، أبو بكر أحمد بن الحسين بن علي البيهقي، الناشر : مجلس دائرة المعارف النظامية الكائنة في الهند ببلدة حيدر آباد، الطبعة : الطبعة : الأولى . ١٣٤٤ هـ.
٣٢. العناية شرح الهداية، أكمل الدين أبو عبد الله ابن الشيخ شمس الدين ابن الشيخ جمال الدين الرومي البابرّي (المتوفى: ٧٨٦هـ)، الناشر: دار الفكر، الطبعة: بدون طبعة وبدون تاريخ.
٣٣. الفائق في غريب الحديث والأثر، أبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الزمخشري جار الله (المتوفى: ٥٣٨هـ) المحقق: علي محمد الجاوي، الناشر: دار المعرفة - لبنان، الطبعة: الثانية.
٣٤. الفتاوى الاقتصادية، الصادرة عن بيت التمويل الكويتي، المصدر: موقع الإسلام - <http://fatawa.al-islam.com>
٣٥. القاموس الفقهي لسعد أبو جيب ط: دار الفكر العربي.

٣٦. القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة د. محمد مصطفى الزحيلي. الناشر: دار الفكر - دمشق، الطبعة: الأولى، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.
٣٧. المدخل، أبو عبد الله محمد العبدري الفاسي المالكي الشهير بابن الحاج (المتوفى: ٧٣٧ هـ) الناشر: دار التراث، الطبعة: بدون طبعة وبدون تاريخ.
٣٨. المعجم الكبير، سليمان بن أحمد، أبو القاسم الطبراني (المتوفى: ٣٦٠ هـ) المحقق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، دار النشر: مكتبة ابن تيمية - القاهرة، الطبعة: الثانية.
٣٩. المعونة على مذهب عالم المدينة «الإمام مالك بن أنس» أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي البغدادي المالكي (المتوفى: ٤٢٢ هـ) المحقق: الناشر: المكتبة التجارية، مصطفى أحمد الباز - مكة المكرمة.
٤٠. المغنى لابن قدامة - تحقيق محمود طه الزيني - الناشر مكتبة القاهرة ١٩٦٨ م.
٤١. المنتقى شرح الموطأ، أبو الوليد سليمان بن خلف القرطبي الباجي (المتوفى: ٤٧٤ هـ)
٤٢. المنثور في القواعد، الزركشي، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت، الطبعة الثانية، ١٤٠٥ هـ.
٤٣. المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (المتوفى: ٦٧٦ هـ) الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة: الثانية، ١٣٩٢ هـ.
٤٤. المهذب في فقه الإمام الشافعي، أبو اسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي (المتوفى: ٤٧٦ هـ) الناشر: دار الكتب العلمية.
٤٥. الموقع الإلكتروني للجنة الدائمة. <http://www.islam-qa.com>
٤٦. الموقع الإلكتروني لمجمع الفقه الإسلامي السوداني، منشور في موقع صيد الفوائد <http://www.saaaid.net/fatwa/f>
٤٧. الموقع الإلكتروني لمركز الألباني للدراسات والأبحاث. [/http://www.alalbany.org/index.php/ar](http://www.alalbany.org/index.php/ar)
٤٨. الناشر: مطبعة السعادة - الطبعة: الأولى، ١٣٣٢ هـ.
٤٩. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي (المتوفى: ٥٨٧ هـ) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الثانية، ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م.
٥٠. تاج العروس من جواهر القاموس، محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، الملقب بمرتضى، الزبيدي (المتوفى: ١٢٠٥ هـ)، المحقق: مجموعة من المحققين، الناشر: دار الهداية.
٥١. تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، عثمان بن علي، فخر الدين الزيلعي الحنفي (المتوفى: ٧٤٣ هـ)، الناشر: المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٣ هـ

٥٢. تحفة المحتاج في شرح المنهاج، أحمد بن محمد بن علي بن حجر الهيتمي، الناشر: المكتبة التجارية الكبرى بمصر لصاحبها مصطفى محمد، الطبعة: بدون طبعة، عام النشر: ١٣٥٧ هـ - ١٩٨٣ م
٥٣. تشنيف المسامع بجمع الجوامع لتاج الدين السبكي، أبو عبد الله بدر الدين الزركشي الشافعي (المتوفى: ٧٩٤هـ)، الناشر: مكتبة قرطبة للبحث العلمي وإحياء التراث - توزيع المكتبة المكية، الطبعة: الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٨ م.
٥٤. تَهْذِيبُ سُنَنِ أَبِي دَاوُدَ وَإِضَاحُ مُشْكَلاتِهِ، المؤلف: ابن قَيِّم الجوزية.
٥٥. جامع البيان في تأويل القرآن، محمد بن جرير بن يزيد بن كثير، أبو جعفر الطبري (المتوفى: ٣١٠هـ) المحقق: أحمد محمد شاكر، الناشر: مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م
٥٦. حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي المالكي (المتوفى: ١٢٣٠هـ) الناشر: دار الفكر، الطبعة: بدون طبعة وبدون تاريخ.
٥٧. حكم التسوق بعمولة هرمية، دراسة فقهية مقارنة، د: أحمد سمير قرني
٥٨. حكم التسوق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية مقارنة - أحمد سمير قرني منشور على موقع : <http://iefpedia.com:arab>
٥٩. حكم التسوق بعمولة هرمية دراسة فقهية مقارنة، أحمد سمير قرني، دار النفائس، الأردن.
٦٠. دار الإفتاء بالمملكة الأردنية الهاشمية، <http://www.aliftaa.jo>
٦١. ديوان الإسلام، شمس الدين أبو المعالي محمد بن عبد الرحمن بن الغزي (المتوفى: ١١٦٧هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١١ هـ - ١٩٩٠ م.
٦٢. ذيب موسى نصيف، بحث مقدم إلى كلية الشريعة، السادس، قضايا مالي معاصرة، كلية الشريعة، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن ٢٠٠٤ م.
٦٣. رد المحتار على الدر المختار، ابن عابدين، محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين دمشقي الحنفي (المتوفى: ١٢٥٢هـ) الناشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة: الثانية، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.
٦٤. سبل السلام، محمد بن إسماعيل الأمير الكحلاني الصنعاني (المتوفى: ١١٨٢هـ) الناشر: مكتبة مصطفى البابي الحلبي، الطبعة: الرابعة ١٣٧٩هـ: ١٩٦٠ م.
٦٥. سنن ابن ماجة - تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي - الحلبي - القاهرة ١٣٧٣هـ.
٦٦. سنن الدرقتين، أبو الحسن علي بن عمر البغدادي الدارقطني (المتوفى: ٣٨٥هـ)، الناشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م.
٦٧. شرح الزرقاني على موطأ الإمام مالك، محمد بن عبد الباقي بن يوسف الزرقاني، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، الناشر: مكتبة الثقافة الدينية - القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م

٦٨. صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي، المحقق: محمد زهير بن ناصر الناصر، الناشر: دار طوق النجاة (ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي) الطبعة: الأولى، ١٤٢٢ هـ.
٦٩. صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري (المتوفى: ٢٦١ هـ)، المحقق: محمد فؤاد عبد الباقي، الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت.
٧٠. صحيح وضعيف سنن ابن ماجة، محمد ناصر الدين الألباني (المتوفى: ١٤٢٠ هـ) منظومة التحقيقات الحديثية - المجاني - من إنتاج مركز نور الإسلام لأبحاث القرآن والسنة بالإسكندرية.
٧١. صحيح وضعيف سنن النسائي، محمد ناصر الدين الألباني (المتوفى: ١٤٢٠ هـ)، برنامج منظومة التحقيقات الحديثية - المجاني - من إنتاج مركز نور الإسلام لأبحاث القرآن والسنة بالإسكندرية.
٧٢. غاية الوصول في شرح لب الأصول، زكريا بن محمد بن أحمد بن زكريا الأنصاري، (المتوفى: ٩٢٦ هـ)، الناشر: دار الكتب العربية الكبرى.
٧٣. غمز عيون البصائر في شرح الأشباه والنظائر، أحمد بن محمد مكي، أبو العباس، شهاب الدين الحموي الحنفي (المتوفى: ١٠٩٨ هـ) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م.
٧٤. فتاوى د. أحمد الحجي الكردي له عدة فتاوى على موقعه www.islamic-fatwa.net :
٧٥. فتاوى د: حسين شحاتة، موقعه الإلكتروني <http://www.darelmashora.com>
٧٦. فتح الباري شرح صحيح البخاري، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني، الناشر: دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩ هـ.
٧٧. فتح الباري شرح صحيح البخاري، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، الناشر: دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩ هـ.
٧٨. فتوى الشبكة الإسلامية: www.islamweb.net:fatwa
٧٩. فتوى الشيخ محمود عكام منشورة على موقعه www.eftaa-aleppo.com:fatwa
٨٠. فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية. فتوى رقم (٢٢٩٣٥) وتاريخ ١٤-٣-١٤٢٥ هـ
٨١. فتوى د. سامي السويلم. www.islamtoday.net
٨٢. فتوى د. يوسف الشبيلي. <http://www.shubily.com>
٨٣. فتوى د. عبدالله الطيار على موقعه. www.m-islam.net
٨٤. فتوى دار الإفتاء الفلسطينية : www.darifta.org
٨٥. فتوى لجنة الأزهر، بتاريخ (٢٠٠٢:١٠:١٠م) منشورة كتاب عقلاء بحكم معاملة الناس بزناس، جمع على حسن عبد الحميد.

٨٦. فتوى مجمع الفقه السوداني. <http://www.google.com:webhp>
٨٧. قرارات المجمع الفقهي - مجلة الاقتصاد الإسلامي العدد ١٥٥.
٨٨. كشاف القناع عن متن الاقناع للإمام منصور بن يوسف ادريس البهوتي - مكتبة النصر الحديثة - الرياض.
٨٩. لسان العرب، محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري (المتوفى: ٧١١هـ)، الناشر: دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.
٩٠. مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، أبو الحسن نور الدين علي بن أبي بكر الهيثمي (المتوفى: ٨٠٧هـ)، الناشر: مكتبة القدسي، القاهرة، عام النشر: ١٤١٤ هـ، ١٩٩٤ م.
٩١. مجموع الفتاوى، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني (المتوفى: ٧٢٨هـ) المحقق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، الناشر: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، عام النشر: ١٤١٦هـ: ١٩٩٥م.
٩٢. مسند الإمام أحمد بن حنبل، : أحمد بن حنبل أبو عبدالله الشيباني، الناشر : مؤسسة قرطبة - القاهرة.
٩٣. مسند البزار المنشور باسم البحر الزخار، أبو بكر أحمد بن عمرو المعروف بالبزار (المتوفى: ٢٩٢هـ)، الناشر: مكتبة العلوم والحكم - المدينة المنورة، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩م.
٩٤. مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، مصطفى بن سعد الرحيباني (المتوفى: ١٢٤٣هـ)، الناشر: المكتب الإسلامي، الطبعة: الثانية، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م.
٩٥. معالم السنن، وهو شرح سنن أبي داود، أبو سليمان حمد بن محمد بن إبراهيم، المعروف بالخطابي (المتوفى: ٣٨٨هـ) الناشر: المطبعة العلمية حلب، الطبعة: الأولى ١٣٥١ هـ - ١٩٣٢ م.
٩٦. معالم القرية في أحكام الحسبة لمحمد بن أحمد القرشي ط: الهيئة العامة للكتاب.
٩٧. مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي (المتوفى: ٩٧٧هـ) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤م.
٩٨. مقدمة في شبكة الإنترنت، مجلة الكاتب العربي <http://www.alarabimag.com>
٩٩. مقدمة فيعلم الاقتصاد د: مدحت محمد العقاد - صبحي تادرس قريضة ط: دار النهضة العربية، ١٩٨٧م.
١٠٠. مقدمه في شبكات الحاسب بقلم :سيف الحق حامد محمد اسماعيل <http://www.alarabimag.com>
١٠١. مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، شمس الدين أبو عبد الله محمد، المعروف بالخطاب الرُّعيني المالكي (المتوفى: ٩٥٤هـ) الناشر: دار الفكر، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م.

- ١٠٢ . [موقع الكتروني.موسوعة ويكيديا .https://ar.wikipedia.org](https://ar.wikipedia.org)
- ١٠٣ . [موقع دار الافتاء المصرية .http://dar-alifta.org.eg:AR](http://dar-alifta.org.eg:AR)
- ١٠٤ . [موقع صيد الفوائد الالكتروني .http://www.saaid.net:fatwa](http://www.saaid.net:fatwa)
- ١٠٥ . نهاية الرتبة الظرفية في طلب الحسبة الشريفة، عبد الرحمن بن نصر الشيزري الشافعي (المتوفى: نحو ٥٩٠هـ) الناشر: مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر.
- ١٠٦ . نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، شمس الدين محمد شهاب الدين الرملي (المتوفى: ١٠٠٤هـ) الناشر: دار الفكر، بيروت، الطبعة: ط أخيرة - ١٤٠٤هـ: ١٩٨٤م.
- ١٠٦ . نيل الأوطار، محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني (المتوفى: ١٢٥٠هـ) تحقيق: عصام الدين الصباطي، الناشر: دار الحديث، مصر، الطبعة: الأولى، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م

الصفحة	الفهرس
٢	مقدمة-----
	مبحث تمهيدي:-
٥	الدلالة اللغوية والاصطلاحية لمصطلحات البحث (التسوق - الشبكة) والألفاظ ذات الصلة. ----
٥	• المطلب الأول : الدلالة اللغوية والاصطلاحية للتسوق والألفاظ ذات الصلة.-----
٩	• المطلب الثاني: الدلالة اللغوية والاصطلاحية للشبكة، والألفاظ ذات الصلة. ----
١٠	• المطلب الثالث: الدلالة الاصطلاحية للتسوق الشبكي.-----
١٣	المبحث الأول: خصائص التسوق في الفقه الإسلامي وعلاقته بالتسوق الشبكي.-----
١٤	• المطلب الأول: حرية التسوق.-----
١٥	• المطلب الثاني: إلغاء هامش الربح الراجع إلى الوساطة والمخاطرة.-----
١٦	• المطلب الثالث: إلغاء نفقات الدعاية والإعلان.-----
١٨	• المطلب الرابع: بيان ما في السلعة من عيب يحول دون الانتفاع.-----
١٩	• المطلب الخامس: كون السلعة التي وقع العقد عليها مقصودة لذاتها.-----
٢١	• المطلب السادس: علاقة مسألة التسوق الشبكي بالضوابط السالفة الذكر.-----
٢١	المبحث الثاني : التسوق الشبكي بين الحل والحرمة.-----
٢٢	• المطلب الأول: أدلة القائلين بمشروعية التسوق الشبكي.-----
٢٦	• المطلب الثاني: أدلة القائلين بحرمة التسوق الشبكي.-----
٣٤	المبحث الثالث: نماذج من الفتاوى الواردة بشأن تحريم عملية التسوق الشبكي.-----
٣٥	• المطلب الأول: أولاً: فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالسعودية.-----
٣٦	• المطلب الثاني: رأي دار الافتاء المصرية.-----
٤١	• المطلب الثالث: نماذج مختارة من فتاوى العلماء في إطار الاجتهاد الفردي.-----
٤٣	الخاتمة و التوصيات -----
٤٥	المصادر والمراجع.-----
٥٢	الفهرس.-----