

التسويق المباشر بين الحل والحرمة

(دراسة فقهية مقارنة)

دكتور

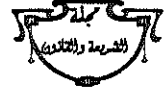
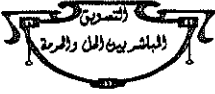
رمضان السيد القطان

مدرس الفقه العام

بكلية الشريعة والقانون بدمنهور

جامعة الأزهر

١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

ويعد

إن المعاملات فى الشريعة الإسلامية إحدى الجوانب الأساسية فى التشريع ، فالقرآن والسنة مصدرا التشريع اشتملا على جانب العبادة ، والعقيدة ، والأخلاق ، وكان جانب المعاملات هو المحور الرابع من محاور التشريع الإسلامى .

ونظرا لخطورة وأهمية هذا الجانب فى الشريعة كغيره من الجوانب الأخرى لم تتركه الشريعة لأهواء الناس ومصالحهم الشخصية ، ولكن وضعت من القواعد والضوابط التى تحكم هذا الجانب، لئى تكون المعاملة فى إطارها الشرعى بعيدة عن كل شبهة حرام .

وصور المعاملات فى الشريعة متعددة ، فتارة تكون بيعا وشراء ، وتارة تكون إجاره ، وتارة تكون هبة أو عارية أو غير ذلك من المعاملات.

وهذا ما يعبر عنه بالسوق الإسلامى وحركته ، ونحن مع هذا كله لا نغفل الواقع الذى نعيش فيه، ولا بد وأن نكون عندنا من المرونة التى نواكب بها المستجدات فى المعاملات ، وهذا أصل فى الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامى ، ولذلك يكون لزاما علينا إذا استحدثت معاملة بين الخلق، ألا نترك الأفراد يحلون ويحرمون بدون ضوابط شرعية ، وإلا فلا عبرة للتشريع ونصوصه وأقوال الفقهاء الأجلاء .

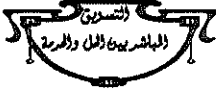
ومن هذه الأساليب التي استحدثت للتعامل بين الناس ما يسمى (بالتسويق المباشر)، هذا الأسلوب الذي قادت العمل به في مصر شركة صينية تسمى (شينل) وبدأت الشركة تعلن عن تعاملها بهذا الأسلوب ، وتسوق لها جهازا طبيا يعالج بعض الأمراض على طريقة (الإبر الصينية) وتعامل وعمل في هذه الشركة عدد كبير من شباب مصر تجاوز عند كتابة هذا البحث الأربعين ألفا.

ثم ثار الخلاف بين المتخصصين من فقهاء الشريعة والاقتصاد حول حلية هذا الأسلوب أو حرمة ، وأنا شخصيا سنلت في هذه المسألة وهذا الأسلوب من كثير من العاملين بالشركة وغيرها ، فوجدت لزاما على أن أبحث هذا الموضوع وأضعه في ميزان الشريعة والفقه الإسلامي ، لتتضح صورته حتى يكون المتعامل على بينة من أمره ، وخاصة أن كل من يسأل عنه يتحرى الحلال في طلب الرزق ولا يريد أن يطعم حراماً ولا أن يطعم أولاده كذلك.

ولذلك تناولت هذا الموضوع في بحثي هذا لكي يخرج الحكم عليه من خلال نصوص الشريعة وأقوال الفقهاء الأجلاء.

وقد قمت بتقسيم هذا البحث إلى مقدمة وأربعة مباحث وخاتمة .

عرضت من خلاله أقوال المبيحين له وناقشتها، وعرضت لأقوال الفقهاء والعقود المتعلقة بهذا الأسلوب والمحظورات الشرعية فيه ، ثم الأثر المترتب عليه لو تعامل به الناس في ديار المسلمين ، ثم انتهيت إلى الخاتمة التي اشتملت على النتائج التي توصلت إليها ، ثم البديل لحلية هذا الموضوع ثم التوصيات والمقترحات.



خطة البحث :

- . تشتمل خطة البحث على مقدمة وأربعة مباحث وخاتمة .
- أولاً: المقدمة .
- المبحث الأول : فى الوقوف على أبعاد الموضوع ومحتوياته .
- ويتضمن هذا المبحث عدة مطالب :
- المطلب الأول : مفهوم التسويق فى المنظور الإقتصادى وأهميته .
- ويشتمل هذا المطلب على فرعين :
- الفرع الأول : أهمية التسويق .
- الفرع الثانى : مفهوم التسويق فى المنظور الإقتصادى .
- المطلب الثانى : أنواع التسويق أو أساليب التسويق .
- وتتضمن هذا المطلب فرعين :
- الفرع الأول : التسويق التقليدى .
- الفرع الثانى : التسويق المباشر .
- المطلب الثالث : الدعاية والإعلان فى المنظور الإسلامى .
- المطلب الرابع : أصل المشكلة محل البحث .
- المبحث الثانى : أحكام بعض العقود فى الفقه الإسلامى وتطبيقاتها على التسويق المباشر .
- واشتمل هذا المبحث على المطالب الآتية :
- المطلب الأول : أحكام عقد الجعالة فى الفقه الإسلامى .
- ويتضمن هذا المطلب الفروع الآتية :
- الفرع الأول : مفهوم الجعالة لغة واصطلاحاً وأركانها .



الفرع الثاني : الشروط التي تصح بها الجعالة وما يجوز فيه الجعالة .

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

المطلب الثاني : أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي

وتناول الفروع الآتية :

الفرع الأول : مفهوم البيع لغة واصطلاحاً وأركان عقد البيع .

الفرع الثاني : الشروط التي يجب توافرها في المعقود عليه .

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

المبحث الثالث : المحظورات الشرعية في التسويق المباشر

واشتمل هذا المبحث على المطالب الآتية :

المطلب الأول : شبهة الغرر

الفرع الأول : تعريف الغرر لغة واصطلاحاً .

الفرع الثاني : مجالات الغرر .

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

المطلب الثاني : شبهة المقامرة والرهان غير المشروع .

الفرع الأول : في بيان بعض المصطلحات (الرهان - السباق - المقامرة)

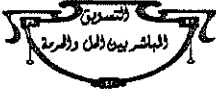
الفرع الثاني : أقوال الفقهاء في المسألة .

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

المطلب الثالث : شبهة الاحتكار

الفرع الأول : مفهوم الاحتكار لغة واصطلاحاً .

الفرع الثاني : أقوال الفقهاء في المسألة .



- الفرع الثالث : التطبيق العملى على التسويق المباشر .
- المطلب الرابع : شبهة الجهالة فى العلامة بين الشركة ومن يعمل فيها.
- المبحث الرابع : الآثار المترتبة على التسويق المباشر
- واشتمل هذا المبحث على الآثار الشرعية والأخلاقية والاجتماعية .

الخاتمة :

واشتملت الخاتمة على الآتى :

- ١- النتائج التى تم التوصل إليها من خلال البحث .
- ٢- البديل لحلية هذا الأسلوب .
- ٣- التوصيات والمقترحات .

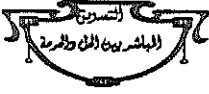
وأخيرا اسأل الله - تعالى - أن يجعل هذا العمل فى ميزان حسناتى
يوم أن ألقاه ، وأن يكون نافعا للمسلمين قراءً ومتخصصين .
وصلى اللهم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم .

الدكتور

رمضان السيد القطان

مدرس الفقه بكلية الشريعة

والقانون بدمنهور



المبحث الأول

فى الوقوف على أبعاد الموضوع ومحتوياته

ويشتمل على المطالب الآتية أذكرها إجمالاً ثم أتناولها بالتفصيل .

المطلب الأول : مفهوم التسويق فى المنظور الاقتصادى وأهميته.

المطلب الثانى : أنواع التسويق أو أساليب التسويق .

المطلب الثالث : الدعاية والإعلان فى المنظور الإسلامى .

المطلب الرابع : أصل المشكلة محل البحث .

المطلب الأول

مفهوم التسويق فى المنظور الاقتصادى وأهميته ويتضمن فرعين

الفرع الأول

أهمية التسويق

تعتبر وظيفة التسويق من أهم الوظائف الإدارية لأى منظمة ومحددة لنجاحها، فقدرة أى منظمة على إنتاج السلع وتقديم الخدمات تكون محدودة ما لم يصاحبها جهداً تسويقياً فعالاً يساعد على تحديد احتياجات المستهلك وزيادة المبيعات والربحية التى تسعى المنظمة إلى تحقيقها ، فقد تقوم إدارة الإنتاج بإنتاج سلعة معينة بكميات كبيرة وتكلفة مناسبة ، وقد تضع إدارة البحوث والتطوير تصميماً جذاباً للسلعة وتوفر الإدارة المالية التمويل الكافى، ولكن كل هذه الجهود لن تؤتى ثمارها إلا بالتسويق الفعال للمنتجات والخدمات التى تقدمها المنظمة للسوق المستهدف^(١).

(١) التسويق المفاهيم والاستراتيجيات للدكتور محمد فريد الصحن ص ٢ ، الدار الجامعية ، طبع ، نشر

توزيع ، ص . ب : ٣٥ الإبراهيمية - رمل إسكندرية.

ولقد زاد الاهتمام فى الآونة الأخيرة بدراسة وتطبيق المبادئ والمفاهيم التسويقية فى معظم المنظمات على اختلاف أنواعها نتيجة للعديد من العوامل منها : زيادة الإنتاج (المعروض) بكميات تفوق الطلب عليه، وزيادة المنافسة بين المنظمات، واتساع الأسواق، وبعيد المسافة بين المنتجين والمستهلكين وغير ذلك من العوامل التى أدت إلى تحول السوق من سوق بائعين " (حيث الكميات المعروضة أقل من الكميات المطلوبة من سلعة معينة) إلى سوق مشترين حيث تزداد الكميات المعروضة من السلعة عن الطلب عليها ، وقد أدى ذلك إلى تحول النظر للنشاط التسويقي من كونه أداة لإتاحة السلعة فى الأسواق المختلفة وحث المستهلك لشرائها، إلى النظر إليه كنشاط وفلسفة تقوم على إشباع احتياجات المستهلك عن طريق دراسة سلوكه ودوافعه للشراء^(١).

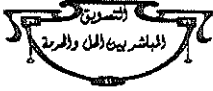
الفرع الثانى

مفهوم التسويق فى المنظور الاقتصادى

لقد حدث خلط فى المفاهيم بين الدارسين والممارسين حول ماهية النشاط التسويقي، فلفترة طويلة من الزمن كان التسويق يعنى (البيع ومهاراته) وفى نظر البعض الآخر (إتاحة وتوصيل السلعة فى المكان والزمان الذى يرغبه المستهلك) ولعل كثرة الإعلانات التى تراها أو تسمعها تجعلك تفكر فى التسويق على أنه فن الإعلان عن منتجات المنظمة، وهذا الاختلاف الذى حدث فى مفهوم التسويق يرجع إلى المراحل المختلفة التى يمر بها نشاط التسويق حتى وصل إلى الصورة التى اتفق عليها الكثير من الكتاب والممارسين فى الوقت الحاضر^(٢).

(١) المرجع السابق - ص ٢ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٤ .



ويمكن القول بأن اصطلاح التسويق قد يعنى أشياء مختلفة للأفراد المختلفين ، وقد تبنى بعض الكتاب وجهة نظر كلية لتعريف التسويق فعرفه بأنه : خلق وتسليم مستوى معيشة أفضل.

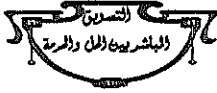
ومن ثم فالتسويق هو : عملية اجتماعية تهدف إلى تحقيق أهداف المجتمع من خلال الموازنة بين المعروض غير المتجاتس من السلع المقدمة بواسطة المنتجين وبين الطلب غير المتجاتس على السلع من جانب المستهلكين (١).

وسوف أعرض لجدول موضح فيه مفهوم التسويق من وجهة نظر مختلفة لبعض الكتاب ومن عرفوا التسويق.

المؤلف	التسويق هو
ما زور ١٩٤٧	" خلق وتسليم مستوى معيشة أفضل للمجتمع " .
الجمعية الأمريكية للتسويق ١٩٦٠	" أداة أنشطة الأعمال التى تختص باتسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم " .
ستانتون ١٩٧١	" نظام كلى لتكامل أنشطة الأعمال المصممة لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات المشبعة لرغبات المستهلكين " .
اينز ١٩٧٧	" أنشطة تبادلية شاملة تؤدى بواسطة أفراد وتنظيمات بهدف إشباع الرغبات الإنسانية " .
كوتلر ١٩٨٠ (٢)	" نشاط إنسانى يهدف إلى إشباع الاحتياجات والرغبات من خلال عملية تبادلية " .

(١) المرجع السابق محمد غريد الصحن ، ص ٦.

(٢) المرجع السابق ص ٧.



ويعد مناقشة مفاهيم التسويق والعناصر الأساسية التي يتكون منها
فقد خلص " الدكتور فريد الصحن " إلى تحديد شامل للتسويق وهو:
" عملية اجتماعية وإدارية يحصل من خلالها الأفراد والجماعات
على احتياجاتهم ورغباتهم من خلال خلق وتقديم وتبادل المنتجات ذات القيم
مع الآخرين"^(١).

المطلب الثاني

أنواع التسويق أو أساليب التسويق

يمكن من خلال مفهوم التسويق والعناصر المكونة له أن نقسم
التسويق إلى نوعين وأتاول ذلك من خلال فرعين :

الفرع الأول

التسويق التقليدي

ويقصد به وصول السلعة إلى المستهلك من خلال عدة وسائل .
فقد تصل السلعة عن طريق التوزيع وإتاحة السلع في الأسواق ،
وقد تصل السلعة عن طريق البيع ، ويتمثل ذلك في رجال البيع الممثلين
للشركة أو المتاجر المختلفة ، أو قد تصل السلعة إلى المستهلك عن طريق
الإعلان عنها، وقد تصل السلعة إلى المستهلك عن طريق الدراسة ، وبحث
ما يريده المستهلك ودوافعه ورأيه في الشركة ومنتجاتها وذلك من أجل
تخفيض نسبة المخاطر والخسائر.^(٢)

(١) المرجع السابق ص ٥-٦.

(٢) المرجع السابق ص ٥-٦.



وأخلص مما سبق أن النوع الأول من التسويق يكون عن طريق طرف آخر يدخل في العملية إما بأسلوب التوزيع أو البيع أو المتاجر أو الإعلان أو إعداد بحوث ودراسات تقلل من نسبة المخاطر .
وأحدد النقاط في الآتي :

١- فالملاحظ هنا أن الشركة هي التي تقوم بالدعاية والإعلان والتوزيع بطرق وأساليب مختلفة، وهي التي تتحمل تكاليف هذه الدعاية بأساليبها، ولا تحمل من يقوم بالدعاية شيئاً معيناً لا مادياً ولا غيره ، وكذلك من يقوم بالتوزيع لا تحمله شيئاً ولا يدفع مقابلها .

٢- إن العلاقة بين الشركة وبين العاملين بها واضحة إما موزعين لها أو بائعين للسلع أو تجار يقومون بعملية البيع .

٣- أن الأجر أو الحوافز التي تدفع للعاملين بعملية الدعاية أو التوزيع تكون من أصل المبيعات للسلعة والمنتج ولا يتدخل الموزع في عملية الحوافز بدفع مال وغيره بل يتقاضى أجره نتيجة مجهوده الذي يقوم به .

٤- أن عملية الشراء للمنتج من الشركة التي تمارس هذا الأسلوب من التسويق ليس فيه نوع احتكار بطرق معينة بل المستهلك يشتري السلعة بأي صورة وبأي طريقة ومن أي مكان وليس عن طريق شخص بعينه يعمل لدى الشركة .

٥- أن التسويق بهذه الصورة ما هو إلا تسويق لسلعة معينة المستهلك فيها حر في الشراء فلا يوجد أي نوع من المؤثرات التي تؤثر عليه في الشراء كإغرائه بربح معين أو إغرائه بأنه من الممكن أن ينقلب من مشتري إلى موزع وبذلك يحصل على امتيازات معينة .

٦- أن التسويق هنا تسويق لسلعة ، وليس تسويقاً لأفراد ، فالعرض من التسويق يبع السلعة وليس جذب أعضاء جدد للقيام بعملية التسويق بأسلوب فيه إغراء للمشتري.

٧- أن الموزع أو المندوب هنا يأخذ أجره وحافزه على نسبة التوزيع والتسويق والمجهود الذى يقوم به، وكلما زاد مجهوده زاد أجره وحافزه ، وكل ذلك يتوقف على نسبة المبيعات التى يحققها ، فممارس العملية التسويقية وليس فى ذهنه إلا السلعة والترويج من وراء توزيعها، ولا يأخذ نقاط وحافز على نسبة المشترين فى العملية التسويقية ، فالعلاقة بين الداخلين فى العملية منقطعة ومنفصلة كل واحد منهم قائم بذاته ، وليس على أساس تميزه .

الفرع الثانى

التسويق المباشر

هذا هو النوع الثانى من أنواع التسويق وهو التسويق المباشر .
وصورته : أن تتم عملية التسويق للسلعة عن طريق الشركة ومن يعمل بها فتصل إلى المستهلك مباشرة ، وبالتالي تسقط عملية تجار الجملة والتجزئة (تسقط الوساطة) وتصل السلعة إلى المستهلك بنفس الثمن الذى كان سيصل إليه عن طريق التجار الآخرين جملة كانوا أو تجزئة فبأخذ الموزع النسبة التى كان سيحصل عليها تجار الجملة والتجزئة حتى تصل السلعة إلى المستهلك.

وهذا هو الأسلوب الذى قادتته شركة (شينل) الصينية فى الترويج لمنتجاتها وهو أيضا معمول به فى أغلب دول الغرب والنظم الاقتصادية الأخرى التى تقوم على غير أساس من الدين والشرعية.

أقول : لو كانت الصورة التي ذكرتها في التسويق المباشر تتم بطريقة طبيعية وهى : أن الموزع لمنتج الشركة يعمل بالشركة بطريقة عادلة ويبدل المجهود الذى سيبدل عن طريق التجار الآخرين حتى تصل السلعة للمستهلك بصورة طبيعية، لكان الأمر عاديا ولا مشكلة فيه ، ولكن هذا الأسلوب اكتنقه بعض المحاذير وبعض المشكلات فى أسلوب التعامل والدخول للشركة وطريقة العرض وأشياء أخرى هى التى جعلتني أبحث عن مدى شرعية هذا الأسلوب فى التعامل، وهل يدخل فى دائرة الحل أم لا ، وخاصة أننى سئلت عن التعامل بهذا الأسلوب من كم كبير ممن يعملون بهذه الشركة ، وأتى إلى مندوبون يعملون بالشركة فى بعض المواقع المسماة عندهم (بالمدير الماسى) وغير ذلك وجلست معهم بالساعات الطوال أناقشهم فى أسلوب العمل، وأن فيه حرمة شرعية وناقشتهم فى كل الجزئيات التى تتعلق بالعمل بهذه الشركة، ولكن للأسف الشديد لم أجد جواباً شاقياً كافياً منهم للأسباب الآتية:

١- أن الذين يناقشوننى فى المسألة ليس عندهم من الضوابط الشرعية والفقهية التى تؤهلهم لاستيعاب أقوال الفقهاء واستيعاب القواعد الشرعية التى تحكم المسألة.

٢- أنهم كانوا يناقشوننى على أساس من المصلحة البحتة التى ستتحقق لمن يعملون بهذه الشركة والأرباح التى سيحصلون عليها من جراء العمل بالشركة، فكانت النظرة نظرة مصلحة فى المقام الأول لا نظرة شرعية .



٣- أنهم كانوا يبررون العمل بهذا الأسلوب بأنه يحل مشكلة البطالة السائدة بين الشباب ، وأنه يجعلهم يحصلون على ربح وفير في فترة زمنية قصيرة فيعوض كثير منهم الفترة التي قضاها بدون عمل .

وقبل أن تناقش هذا الأسلوب من خلال البحث والمحظورات الشرعية فيه وعلاقته ببعض أنواع البيوع والآثار المترتبة عليه .

أود أن أسوق هنا بعض التساؤلات التي كنت أسوقها لمن كان يناقشني من الشركة ولم أجد عنده جواباً شافياً لها، وعرض هذه التساؤلات سوف يوضح الصورة توضيحاً شافياً يعين بعد ذلك في فهم المسألة عند عرضها على أراء الفقهاء.

وهذه التساؤلات هي :

١- ما هي علاقة العامل بهذه الشركة بالشركة نفسها وما هي صورة عمله هل يعمل مندوباً لها كالذي يعمل في شركات الأدوية ، أم يقوم بعمل تاجر الجملة كما يقول العاملون عند مناقشتهم أم أنه موزع أم أنه مساهم ما هي صورة عمله !؟

٢- لماذا يجبر الذي يريد العمل في هذه الشركة على شراء الجهاز أولاً أما بغير ذلك فلا يعمل!؟

٣- لماذا يكون العمل بهذه الشركة عن طريق أحد العاملين بها السابقين وكذلك لا يكون الشراء إلا عن طريقه هو !؟

٤- لماذا تحتكر الشركة منافذ البيع لهذا المنتج ولا تعرضه في السوق كأي سلعة تخضع للعرض والطلب !؟

٥- لماذا يدفع المشتري ثمن الجهاز كاملاً مع أنه يشتريه من الشركة الأم والأصل أن الشراء من الشركة الأم يجعل الجهاز يخرج بثمنه الأصلي

مع زيادة خفيفة كرسوم إدارية وغيرها ، ومن المعلوم أن هذا الثمن الكامل هو الذى كان سيدفعه المستهلك لو وصل إليه الجهاز عن طريق تجار الجملة والتجزئة!؟

٦- من أين تعطى الشركة أرباح العاملين بها ، هل تعطىهم من الثمن الأصلي لبيع الجهاز أم من مصدر آخر!؟

٧- كيف ينقلب العامل بالشركة من موزع بداية إلى مساهم برأس مال فى الشركة وما هو رأس المال الذى ساهم به ومن أين أتى بهذا المال وكيف حصل عليه ؟

٨- لماذا توزع نسبة الربح من الجهاز على من باع جهازا وكل من فوقه بنسب معينة ولماذا لا يأخذ الذى باع الجهاز الربح الزائد عن ثمنه الأصلي - يكفى أنه باع الجهاز للشركة فالأصل أن تعطيه الربح التى نتج عن هذا البيع ، ولكن هذا لا يحدث ، وهذا يوضح السؤال السابق من أين تعطى الشركة أرباح وحوافز العاملين بها أيا كانت صفة العمل!؟

٩- لماذا لا تقوم الشركة نفسها بعمل الدعاية وتحمل التكلفة الناتجة عن ذلك كما هو معمول به فى الأسلوب الأول ، ثم تأتى بعد ذلك لمن يقوم بالترويج والتوزيع لهذا الجهاز وتعطيه أجرا أو حافزا بعد ذلك على نسبة التوزيع والتسويق ؟

١٠- لماذا تعطى الشركة الموزع لها نقطاً وحافزاً عن كل فرد يدخله هذا الموزع ليعمل بالشركة مثله ، أما كان يكفى أن تعطيه على نسبة التوزيع للجهاز والمنتج فقط فهل هو تسويق المنتج أم تسويق للأفراد!؟

١١- لماذا تقوم الشركة عند عرض فوائد الجهاز الطبية فى المحاضرة التى يعطونها للحاضرين بداية قبل الاشتراك وشراء الجهاز ، أقول لماذا

تجعل الشركة جزءاً من هذه المحاضرة التي تنقسم إلى ثلاثة أجزاء :
جزء يشرح فيه فوائد الجهاز ، وجزء يشرح فيه الفرق بين التسويق
التقليدي والتسويق المباشر، وجزء يشرح فيه إذا اشترت وانتقلت
موزعا بعد ذلك فما هي المكاسب التي ستحصل عليها .

أقول : لماذا يعرض هذا الجزء الثالث ، أما كان يكفي أن تشرح
المحاضرة فوائد الجهاز فقط ، طالما أن العملية هي تسويق وترويج لهذا
الجهاز .

أقول : إن الإجابة عن هذه التساؤلات ستكون عند عرض جزئيات
البحث إن شاء الله - تعالى - حتى تكون إجابة كل تساؤل فسي موضعه
ومصاحبة لأقوال الفقهاء في المسألة.

المطلب الثالث

الدعاية والإعلان في المنظور الإسلامي

مما لا شك فيه أن أي سلعة أيا كانت لا يمكن أن تجد رواجاً لها
وإقبالاً عليها وإيصالها إلى الغير والانتفاع بها إلا إذا أعلن عنها وعرفت
للناس وهذا ما يسمى بالدعاية والإعلان عن السلعة .

والإعلان والدعاية قد يكونا من صاحب السلعة ذاته وذلك بالجلوس
بها ليراها الناس فيقبلون عليها أو باستخدام شخص آخر غير صاحبها
يعلن عنها نظير أجر يأخذه هذا الإنسان ، وهذه مسألة موجودة في الشريعة
الإسلامية والفقهاء الإسلامي .



أتناول هاتين الصورتين من خلال فرعين :

الفرع الأول

جلوس صاحبها ليراها الناس

وهذه الصورة موجودة في توصيات النبي - ﷺ - لمن يبيع ويشترى في السوق ألا يغش ولا يخدع عند بيعه وعرضه السلعة للناس ، بل يجب على البائع المسلم أن يبين ويظهر كل جوانب السلعة فلا يخفى جانباً ويظهر جانباً آخر نظير زيادة الرزق.

دليل هذه الصورة :

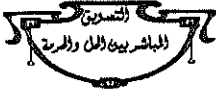
عن حكيم بن حزام - رضى الله عنه - قال : قال رسول الله - ﷺ - : البيعان بالخيار ما لم يتفرقا أو قال حتى يتفرقا فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كتما وكذبا محقت بركة بيعهما^(١).

وجه الدلالة من الحديث :-

لقد بين النبي - ﷺ - أن البائع يجب عليه عند عرض سلعته للبيع أن يبين ما فيها من عيوب تتعلق بها قد تجعل المشتري قد لا يقدم على الشراء لو علم بهذا العيب ولا يفعل ذلك رجاء الرزق فهذا غير صحيح عما يفهم الناس ، ولكن الحديث الشريف بين أن الذى يصدق فى بيعه هو الذى يبارك له فى بيعه وأن الذى يكتم ويكذب تمحق بركة بيعه.

ويفيد الحديث أيضا، أن صاحب السلعة هو الذى يقوم بالإعلان والدعاية عن سلعته بنفسه ويعرضها على المشتري سواء كان ذلك فى الجلوس بالسوق أو يبيعها فى مكاتها.

(١) رواد البخارى فى صحيحه : كتاب البيع ، باب إذابين البيعان ولم يكتما ونصحا ، ج ٧/٢ . دار إحياء الكتب العربية ، فيصل عيسى البابى الطبى.



يقول عطية بن عامر : لا يحل لامرئ يبيع سلعة يعلم أن بها داءً
إلا أخبر به^(١).

الفرع الثاني

أن يستخدم إنساناً للدعاية لسلعته

هذه هي الصورة الثانية للدعاية والإعلان عن السلعة فيستخدم صاحب السلعة شخصاً آخر ليقوم بهذه العملية نظير أجر معين ، فيقوم هذا المستخدم بالتسويق والدعاية للسلعة ، وهذا ما يسمى في الفقه الإسلامي (بالجعالة) أي رصد جعل لإنسان معين نظير القيام بعمل معين أيا كان هذا العمل وصورته وطبيعته ، وسوف أتحدث عنها بتفصيل بعد ذلك ، ولكن الذي يعنيني هنا بيان صورة الدعاية في المنظور الإسلامي .

دليل هذه الصورة :

قوله تعالى : " قالوا نفقد صواع الملك ولمن جاء به حمل بعير وأنا
به زعيم"^(٢).

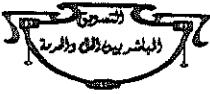
وجه الدلالة من الآية :

يقول الإمام القرطبي : قال بعض العلماء : في هذه الآية دليلان أحدهما جواز الجعل وقد أجاز للضرورة فإنه يجوز فيه من الجهالة ما لا يجوز في غيره ، فإذا قال الرجل من فعل كذا فله كذا صح . الثاني : شأن الجعل أن يكون أحد الطرفين معلوماً والآخر مجهولاً للضرورة إليه بخلاف الإجارة^(٣).

(١) صحيح البخاري : ج ٢ / ٧ / باب إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا .

(٢) سورة يوسف الآية رقم ٧٢ .

(٣) الجامع لأحكام القرآن للإمام القرطبي : ج ٥ / ٣٤٦١ ، دار الريان للتراث .



يقول الإمام ابن كثير : " ولمن جاء به حمل بعير " وهذا من باب
الجمالة (١).

ويتضح مما سبق ذكره في هاتين الصورتين : أن الإعلان والدعاية
عن سلعة معينة قد يكونا من صاحب السلعة ذاتها وقد يكونا عن طريق
إنسان آخر يستخدمه صاحب السلعة ويرصد له جعلا معيناً للقيام بهذا
العمل.

المطلب الرابع

أصل المشكلة محل البحث

وأصل المشكلة تتمثل في الآتي :

أن الشركات التي تتعامل بأسلوب التسويق المباشر تسقط من
عملية الدعاية والإعلان تجار الجملة والتجزئة الذين كانوا يقومون بهذه
العملية عن طريق أخذ المنتج وتوزيعه وترويجه لصاحبه ، وتجعل العلاقة
بينها وبين أول موزع لها فقط، وتستبدل تجار الجملة والتجزئة بنظام
(شجري) يبدأ أوله من أول إنسان تعاقد مع هذه الشركة للعمل بها ثم بعد
ذلك يقوم بعملية التسويق والدعاية عن طريق الحديث عن هذا المنتج في
محيط من يعرفه، ويعرض عليه الأمر ويعطى هذا المسوق الأول نسبة من
الأرباح عن كل إنسان آخر يأتي به للعمل بهذه الشركة بهذا الأسلوب
الشجري المتفرع وتوزع الأرباح بنسب معينة ، ويسرى نفس الأمر على
كل إنسان يتعاقد تعاقدًا جديدًا مع الشركة ثم يطوف يروج لهذه الشركة
ويعطى عن منتجها ويأخذ أيضا نسبة من الربح عن كل إنسان يأتي للعمل
بهذه الشركة وهكذا تتم هذه العملية بهذه الصورة.

(١) تفسير القرآن العظيم للإمام ابن كثير : ج-٢ / ٧٥٠ / دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .



تصوير المسألة :

تعاقد (محمد) مع الشركة فقام (محمد) بالترويج والدعاية لمنتج هذه الشركة فأسفرت الدعاية عن الإتيان بعمل جديد وهو (على) وآخر مثلا وهو (إبراهيم) فقام (على) و (إبراهيم) بالتعاقد مع الشركة للعمل بها والذي أتى بهما هو (محمد) وفي هذه الحالة يعطى (محمد) نسبة من الربح عن كل إنسان يأتي به للتعاقد مع الشركة وهكذا تدور المسألة .

وكذلك إذا أتى (على) و(إبراهيم) بغيرهما للتعاقد فيأخذا أجرهما أو حوافزهما عن يأتون به للتعاقد أيضا ويكون (لمحمد) المتعاقد الأول نسبة أيضا على كل من أتى بهم (على) و(إبراهيم) لأنه أساس مجيئهما إلى الشركة وهكذا يكون لكل متعاقد (شجرة) من الأفراد يتربح منها ، وكلما كثرت فروع الشجرة كلما زاد ربح من أنشأها وغرسها أولا ، وهكذا يكون العمل بهذا الأسلوب الذي وقد إلى بلادنا الإسلامية، ثم يقولون إنهم بهذه الصورة يدل أن يعطى تاجر الجملة وتجار التجزئة هذه الأرباح نظير التسويق والترويج تعطى لنا نحن ونستفيد منها وبهذه الصورة أسقطوا تجار الجملة والتجزئة وقام النظام (الشجري) مقامهما .

بعد عرض المشكلة وتصويرها لم يتضح الأمر وخطورته من أي ناحية وزاوية أثرت حرمة أو حلية الموضوع ، وثار النزاع بين من يحل هذه المعاملة ومن يحرمها .

أقول : إن هذه الصورة أكتنفها عدة أمور هي التي كانت سبباً للبحث في حلية الموضوع أو حرمة وهذه الأمور هي :

١- ما هي العلاقة الحقيقية بين من يعمل بهذه الشركة أو غيرها أو يعمل بهذا الأسلوب عامة وبين الشركة وما هي صفته هل هو مندوب أم

تاجر جملة أم تاجر تجزئه ؟ هذه الصورة غير واضحة أم أنه وكيل عنها لأن كل مصطلح من هذه المصطلحات له دلالة معينة ومفهوم معين في التعامل به.

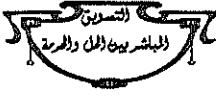
٢- لماذا يدفع المتعاقد لأول مرة ثمن الجهاز الذي سيروج له كاملاً بمعنى أنه لا بد وأن يشتري المتعاقد الجهاز حتى يتسنى له التعاقد مع الشركة.

مع العلم بأن ثمن الجهاز الذي كانت تبيعه الشركة يساوي (ألف جنيه) إذا وصل إلى آخر مستهلك ، مع أن ثمن الجهاز الحقيقي من أصل الشركة لا يتعدى (٤٠٠) جنيه ومع ذلك يدفع المتعاقد الأول (الألف جنيه) كاملاً وليس الثمن الحقيقي.

٣- أن الشركة لا تبيع هذا الجهاز لأفراد الجمهور العاديين ولكن تبيعه فقط للمشاركين بها والمتعاقدين معها، وليس هناك منافذ للبيع إلا عن طريق العاملين والمتعاقدين معها.

٤- من أين يأخذ المتعاقد مع الشركة أرباحه أو حوافره ؟ هل يأخذها من تسويق الجهاز ؟ أم أنه يأخذها من الأفراد الذين يأتي بهم للتعاقد ؟

هذه بعض جزئيات المشكلة وسوف أعرض لها وأفندها عند الحديث عن المحظورات الشرعية التي تكتنف هذا الموضوع، ولكن أردت هنا أن أطرح هذه التساؤلات وغيرها مما سبق ذكره لأنها الأساس الذي أنطلق منه للحكم على الموضوع وهذه الصورة بالحل أو الحرمة.



المبحث الثاني

أحكام بعض العقود في الفقه الإسلامي وتطبيقاتها على التسويق المباشر ويشتمل هذا المبحث على عدة مطالب أذكرهما إجمالاً ثم أتناولها بالتفصيل.

- المطلب الأول: أحكام عقد الجعالة في الفقه الإسلامي .
- المطلب الثاني : أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي .

المطلب الأول

أحكام عقد الجعالة في الفقه الإسلامي

ويتضمن هذا المطلب الفروع الآتية :

- الفرع الأول : مفهوم الجعالة لغة واصطلاحاً وأركانها .
- الفرع الثاني : الشروط التي تصح بها الجعالة وما تجوز فيه الجعالة .
- الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

قبل تناول عقد الجعالة في الفقه الإسلامي ، لا بد من بيان أمر مهم وهو : أن من تحدث عن التسويق المباشر وأحلّه استند في ذلك لعقد الجعالة وقال : إذا كانت الجعالة هي رصد مبلغ من المال لإنسان معين للقيام بمهمة نظير أجر معين ، فإن صورة التسويق المباشر لا تتعدى هذا ، فإن الشركة ترصد جعلاً معيناً لإنسان معين نظير عمل يقوم به ، فأركان عقد الجعالة متوفرة في هذا الأسلوب من التسويق .

وسوف أتناول أقوال الفقهاء فيما يتعلق بهذا العقد ثم أطبقه على طريقة وأسلوب التسويق المباشر للوقوف على حرمة أو حليته .

الفرع الأول

مفهوم الجعالة لغة واصطلاحاً وأركانها

مفهوم الجعالة لغة :

نقول : جعلت الشيء جعلاً أى صنعته أو سميتّه (الجُعَل) بالضم الأجر يقال : (جعلت) له (جعلاً) والجُعَلُ ما جعل للإنسان من شيء على فعل^(١).

الجعالة فى اصطلاح الفقهاء :

السادة الحنفية : ومن استأجر رجلاً ليذهب إلى البصرة فيجئ بعياله، فذهب فوجد بعضهم قد مات فجاء بمن بقى فله الأجر بحسابه " لأنه أوفى بعض المعقود عليه فيستحق العوض بقدرة"^(٢).

السادة المالكية : عرفوا الجعل بقولهم : عقد معاوضة على عمل آدمى بعوض غير ناشئ عن محله به لا يجب إلا بتمامه^(٣).

وعرفت الجعالة بطريقة أخرى عند المالكية فقالوا :

صحت الجعل التزام أهل الإجارة جعلاً علم يستحقه السامع بالتمام^(٤).

(١) المصباح المنير : ص ٥٧ / مادة جعل / المكتبة العصرية ، صيدا - بيروت ، مختار الصحاح ص ١٠٥ / مادة جعل / دار الحديث - ترتيب محمود خاطر .

(٢) الهداية شرح بداية المبتدى : ج ٣ / ١٢٧٢ / دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، تحقيق وتعليق محمد محمد تامر ، حافظ عاشور حافظ .

(٣) شرح حدود ابن عرفة للرزاع : ص ٤٠٢ ، مواهب الحليل للحطاب : ج ٥ / ٤٥٢ / للمدونة : ج ٣ / ٣٦٤ .

(٤) التاج والإكليل للإمام المواق : ج ٥ / ٤٥٢ / الشرح الكبير للشيخ الدردير : ج ٤ / ٦٠ .

السادة الشافعية : فقد عرفوا الجعالة بقولهم : بذل الجعل لمن عمل له عملاً من رد ضالة ورد آبق وبناء حائط وخطاظة ثوب وكل ما يستأجر عليه من الأعمال^(١).

ويتضح مما سبق : أن عبارات الفقهاء متفقة على أن الجعالة رصد جعل أو أجر لإنسان معين للقيام بعمل معين ، فلا يستحق هذا الإنسان هذا الجعل إلا إذا أتم العمل المطلوب منه ، وهذا واضح من عبارات السادة المالكية والسادة الشافعية ، وكذلك المثال الذي ضربه السادة الحنفية لبيان هذا المعنى.

أركان عقد الجعالة :

وأركانها أربعة :

١- العاقدان . ٢- العمل . ٣- العوض (الجعل).

ويشترط في كل ركن من هذه الأركان شروط معينة :

١- العاقدان : يشترط فيهما أن يكونا أهلاً لعقد الإجارة صحة ولزوماً .

٢- العمل : فبعضه تصح فيه الإجارة وذلك كحفر بئر في أرض موات ، لأنه إن عين فيها مقدار مخصوص من الأثرع كان إجارة ، وإن عاقده على إخراج الماء كان جعلاً ، وبعضه لا تصح فيه الإجارة ، وذلك كالمعاقدة على إحضار عبد آبق أو بعير شارد ونحوهما من كل ما يجهل فيه العمل ، وبعضه لا تصح فيه الجعالة وتتعين الإجارة وذلك كالمعاقدة على عمل في أرض مملوكة للجاعل لحفر بئر في أرض مملوكة له .

٣- العوض أو الجعل : ويشترط فيه أن يكون مما يصح كونه أجرة^(١).

(١) المهذب للشيرازي : ج١ / ١١١ / دار الفكر .

الفرع الثاني

الشروط التي تصح بها الجعالة وما تجوز فيه

ويشترط في الجعل : أن تكون الأجرة مقدرة والعمل غير مقدر،
فمتى قدر العمل لم يكن جعلاً وصار إجارة .

ولا يجوز ضرب أجل في عقد الجعالة ، أي يحرم أن يقدر زمن
معين لتنفيذ العمل لما فيه من زيادة الغرر ، إذ ربما ينقضى الأجل قبل تمام
العمل فيذهب عمله باطلاً .

كذلك يشترط في صحة الجعل : إذا كان المجاعل عليه عبداً أبقاً أو
بعيراً شارداً جهل مكانه ، فإن علماً أو أحدهما بالمكان فسخ العقد .

ولا يجوز أن تكون الأجرة في الجعل مجهولة لأنه غرر ، وإتما
أجيز الجهل في العمل للضرورة ولأنه لا يمكن حصره ، ولذلك لو كان
الجعل الذي سيأخذه القائم بالعمل نصف العبد الأبق أو البعير الشارد لا
يجوز لأنه لا يعرف صفته وقت المجيء به .

ويجوز الجعل على استخراج المياه في الآبار والعين على صفة
معلومة ، ومعرفة بُعد الأرض وقربها وشدتها ولينها ، فإن لم يعرف ذلك لم
يجز لأنها معاوضة على عمل مجهول لا تدعو ضرورة إليه .

ويجوز أن يعقد الجعل لعامل غير معين فلو قال مثلاً : أول من يحج
عني فله مائه فحج عنه رجل استحق المائة .

ويصح عقد الجعل فيما لا يجب على العامل ، أما ما يجب عليه من
قول أو فعل فلا يصح مجاعلته عليه ، فلو قال رجل لآخر: دنني على من

(١) الفواكه الدواني : جـ ٢ / ١١١ / دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع المدونة : جـ ٣ / ٣٦٩ .



يشترى منى جاريتى ولك كذا ، فدل عليه فهذا لازم له لأنه لا يجب عليه ذلك ، أما إذا قال له : دننى على امرأة تصلح لى أتزوجها ولك كذا فدلله فلا شئ له لأنه يجب عليه النصيحة لمن استصحه .

ولا يستحق العامل الجعل إلا بالفراغ من العمل المطلوب منه ، فإن شرط له جعلاً على رد الآيق فرده إلى باب الدار ففر منه أو مات قبل أن يسلمه لم يستحق شيئاً من الجعل . لأن المقصود هو الرد والجعل فى مقابلته ولم يوجد منه شئ .

ويجوز لكل واحد منهما فسخ العقد لأنه عقد على عمل مجهول بعوض .

وتجوز الزيادة والنقصان فى الجعل قبل العمل ، فإن قال من رد على عبدى فله دينار ، ثم قال من رده فله عشرة فرده رجل استحق العشرة ، والعكس صحيح فى النقصان^(١) .

الفرع الثالث

التطبيق العملى على التسويق المباشر

وبعد عرض ما يتعلق بالجعالة من ناحية المفهوم وشروط الصحة وما يجوز فيه ، أتناول التطبيق العملى على موضوع البحث وأصل المشكلة وخاصة أنه كما قلت سابقاً ، من قال بحلية هذا الأسلوب من التسويق استند

(١) يراجع هذا الفرع فى الآتى :

القواكه الدوائى : جـ ٢ / ١١١ - ١١٢ / المهذب : جـ ١ / ٤١١ وما بعدها / المعونة : جـ ٢ / ١١١٤ وما بعدها المدونة : جـ ٣ / ٣٦٥ وما بعدها / بداية المجتهد لابن رشد القرطبى : جـ ٢ / ٤١٥ وما بعدها .



إلى عقد الجعالة فى الفقه الإسلامى، واعتبر هذا النوع من التسويق مطابقاً أو شبيهاً بعقد الجعالة .

فريق المبيحين :

قالوا بأن عقد الجعالة له أربعة أركان :

العمل ، والجعل ، والصيغة ، والعاقدة ، وهذه الأركان متوفرة فى أسلوب التسويق فى التعامل مع الشركة .

١- فالعمل : هو الوظيفة التى سيؤديها العامل ، وهى الترويج للمنتج أو السلعة أو (الجهاز) الذى تقوم هذه الشركة (بالتحديد) بالدعاية له (وهو جهاز طبى) الغرض منه العلاج.

٢- والجعل : هو القيمة المادية المرصودة لهذا العمل وهى هنا الحوافز .

٣- والصيغة : هى شروط التعاقد بين الشركة والموزع .

٤- والعاقدة : هو الموظف أو المتعاقد الذى قبل العمل ورضى به هذا هو الذى استند إليه من يبيح ذلك من ناحية أركان عقد الجعالة .

مناقشة رأى المبيحين :

عند مناقشة رأى المبيحين يتبين الآتى :

أولاً : أن المبيحين لهذا الأسلوب نظروا إلى القواعد العامة لعقد الجعالة من ناحية الأركان ، وأنها متوفرة ظاهرياً فى أسلوب التسويق فكان وجه الشبه من هذه الزاوية.

وهذه نظرة قاصرة لأن الحكم على الشئ وقياسه على أمر آخر موجود فى كتب الفقهاء يجب أن يكون متناولاً لكل الزوايا التى تتعلق بالموضوع ، فقد يصح ويحل الموضوع من ناحية لكنه يحرم من ناحية

أخرى ، وذلك كالمحظورات الشرعية التي تكتنف الموضوع ، فالشبهه في الأركان لا يكون أساساً في حلية الموضوع وإباحته.

ثانياً : أن العامل في عقد الجعالة لا يدفع شيئاً أو مالاً لمن سيقوم له بالعمل ، ولكن المجاعل أو صاحب الشئ هو الذى يطلب منه ذلك ، ولا يأخذ منه مالاً للقيام ، ولكن يعطيه جعلاً وأجرة لقيامه بهذا العمل وإتمامه .

أما العامل في هذه الشركة وغيرها لكي يعمل بها لابد وأن يشتري السلعة أولاً حتى يباح له العمل ويدفع ثمن السلعة (الجهاز الطبى) كاملاً كغيره من الناس ، وهذه مسألة خطيرة وفي غاية الأهمية ، لأن ثمن الجهاز كاملاً إذا وصل للمستهلك (بألف جنيه) والعامل يدفعها كاملة فإتاه يوزع كالاتى :

تأخذ الشركة (٤٥ / ٠) ثمن الجهاز الحقيقية وأرباحها مقدماً ، ثم يبقى بعد ذلك نسبة (٥٥ / ٠) وهذه النسبة هي التي توزع منها الأرباح على كل من يأتى بهم هذا المتعاقد الأول.

فالشركة أخذت ثمن الجهاز كله كاملاً وأرباحها ثم قامت بإعطاء الحوافز والأرباح ليس من مالها ، ولكن من مال المشتري أو المتعاقد ، وهكذا كل متعاقد لابد وأن يشتري الجهاز ويدفع الألف جنيه ، ومن هنا يتبين أن الشركة لا تدفع شيئاً من الحوافز والأرباح من مالها وحصيلتها ، ولكن من أموال العاملين بها.

وهذه نقطة جوهرية في الموضوع وهي : أن العامل في عقد الجعالة لا يدفع مالاً نظير استخدامه للقيام بالعمل ، ولكن رب السلعة هو الذى يدفع إليه المال عند إتمامه للعمل ، فرب السلعة تكلف مالاً دفعه للعامل ، أما

الشركة فلا تتكلف شيئاً، ولكنها أخذت حقها كاملاً من نسبة (٤٥ / ٠) ثمن الجهاز والأرباح ، وبالتالي أدخلت فيها مصاريف الشحن وما إلى ذلك، فأين وجه الشبه من هذه الزاوية والناحية فالعامل في الشركة يأخذ أرباحه من نفس ماله الذي دفعه وليس من مال الشركة .

ثالثاً : في عقد الجعالة يجوز لكل طرف أن يفسخ هذا العقد في أى وقت شاء، فإن كان الفسخ من العامل بعد بداية العمل لا يستحق شيئاً وضاع عمله ، وإن كان من رب العمل أو رب المال فإن كان الفسخ قبل العمل والبدء فيه لم يلزمه شيء، وإن كان بعد العمل لزمه أجره المثل .

أما العامل في الشركة فلا يجوز له أن يفسخ هذا العقد إلا خلال أسبوع واحد من بداية التعاقد ، أما بعد ذلك فلا يتسنى له الفسخ ، لأنه دفع مالا وهو يريد أن يعوضه ، فهو ضمناً مقيد بهذا المبلغ الذي دفعه وهو (الألف جنيه) فيضطر في الاستمرار في العمل ولو على غير رغبته ، ليعوض ما دفعه ، أما العامل في الجعالة فلائنه لا يدفع مالا مقدماً فيسهل عليه أن يفسخ العقد في أى وقت يشاءه.

ولذلك عندما سألتني كثير من العاملين بالشركة وقلت لهم بأن الأمر فيه شبهة ولا يجوز الاستمرار في هذا العمل ، كان جوابهم ننتظر حتى نحصل ما دفعناه ثم بعد ذلك نخرج من الشركة.

الترجيح :

وبعد عرض رأى المبيحين ومناقشته يتبين الآتى :

١- أن وجه الشبه بين عمل الشركة وعلاقة العامل بها وعقد الجعالة غير متوفر بصورة كاملة ودقيقة ، فقياس هذا العقد على عقد الجعالة

قياس غير مكتمل الأركان ، وبالتالي يتبين بطلانه ويسقط الاستدلال لفريق المبيحين من زاوية عقد الجعالة.

المطلب الثاني

أحكام عقد البيع في الفقه الإسلامي

ويتضمن هذا المطلب فروعاً أذكرها إجمالاً ثم أتناولها بالتفصيل .

الفرع الأول : مفهوم البيع لغة واصطلاحاً وأركان عقد البيع.

الفرع الثاني : الشروط التي يجب توافرها في المعقود عليه.

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

قبل أن أتناول هذه الفروع - أقول : إن المبيحين للتسويق المباشر

استندوا أيضاً في حلية هذا الأسلوب إلى عقد البيع ، وقالوا: بأن الأركان

الأساسية لعقد البيع متوفرة ، وأن شروط المعقود عليه متوفرة ، فالأمر

عملية بيع حقيقية وليس وهماً أو غشاً للناس ، فالمنتج حقيقي وله فائدة

ثابتة وليس مجرد خداع للمستهلك.

ولذلك أردت أن استعرض عقد البيع من هذه الزوايا التي اعتمد

عليها فريق المبيحين وأبين هل تتطابق صورة وأسلوب التسويق المباشر

مع عقد البيع أم لا كما فعلت في عقد الجعالة.

الفرع الأول

مفهوم البيع لغة واصطلاحاً وأركان عقد البيع

مفهوم البيع لغة :

البيع من الأضداد مثل الشراء ، ويطلق على كل واحد من المتعاقدين أنه بائع ولكن إذا أطلق البائع فالمتبادر إلى الذهن بائع السلعة ويطلق البيع على المبيع فيقال: بيع جيد ويجمع على بيوع^(١).

مفهوم البيع في اصطلاح الفقهاء :

عرفه الحنفية بقولهم : البيع إنشاء تصرف والإنشاء يعرف بالشرع^(٢).

وعرفه المالكية بقولهم: عقد معاوضة على غير منافع ولا متعه لذة^(٣).

وعرفه الشافعية بأنه : نقل الملك في العين بعقد المعاوضة^(٤).

وعند السادة الحنابلة : مبادلة المال بالمال تمليكا وتملكا^(٥).

(١) المصباح المنير : ص ٤٠ / مادة بيع ، مختار الصحاح : ص ٧١ / مادة بيع .

(٢) الهداية : ج ٣ / ٩٣٩ .

(٣) حنود ابن عرفة ص ٢٣٢ ، الفواكه الدواني : ج ٢ / ٧٢ / حاشية العدوى : ج ٢ / ١٧٧ / دار الفكر

للطباعة والنشر والتوزيع ، الشرح الكبير للدردير : ج ٢ / ٣ .

(٤) التلخيص المستعذب في شرح غريب المهذب لابن بطلال الركني : ج ١ / ٢٥٧ / الموجود أسفل المهذب .

(٥) المغنى لابن قدامة : ج ٤ / ٣ / الشرح الكبير الموجود أسفل المغنى : ج ٤ / ٣ / دار الفكر ، بيروت ،

لبنان .

أركان عقد البيع :

وأركانه ثلاثة : (١)

١- العاقد . ٢- المعقود عليه . ٣- الصيغة .

ويشترط في كل ركن من هذه الأركان شروط ليصح عقد البيع .

العاقد : ويشمل البائع أو المشتري وشرط صحة العقد منه (التمييز) بأن يفهم السؤال ويرد الجواب ، وشرط اللزوم (التكليف) بمعنى الرشد والطوع فلا يلزم بيع السفينة ولا الصبي ولا المكره إكراهاً حراماً .
الصيغة : وهي الإيجاب والقبول ويكفي فيها ما يدل على الرضا .
أما المعقود عليه فسوف أتناوله بصفة مستقلة في الفرع الثاني من هذا المطلب .

الفرع الثاني

الشروط التي يجب توافرها في المعقود عليه

اشتراط الفقهاء في المعقود عليه وهو (محل البيع أو الشراء) عدة شروط ، فليس كل شئ يصلح للبيع والشراء ، ولكن الشريعة الغراء اشتراطت شروطاً معينة لكي تكون عملية البيع في الإطار (الحلال) الذي يرضى الله - تعالى - أولاً ثم بعد ذلك يطيب به عيش الإنسان فلا يأكل حراماً ولا سحتاً .

(١) الفواكه الدواني : ج٢/٧٣ / حاشية العدوى : ج٢/١٧٨ / المعنى : ج٤/٤ / المهذب : ج١/ ٢٥٧ / الهداية : ج٣/ ٩٣٩ / مجموعة الفتاوى لابن ج٢١/ ٧-٨ / دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع - المنصورة / بداية المجتهد : ج٢/ ٣٠٠ .

وهذه الشروط هي :

الشرط الأول : أن يكون ظاهراً .

الشرط الثاني : أن يكون منتفعاً به .

الشرط الثالث : أن يكون مقدوراً على تسليمه .

الشرط الرابع : أن يكون معلوماً للمتبايعين .

الشرط الخامس : ألا يكون منهيًا عنه .

الشرط السادس : أن يكون المبيع مملوكاً للبائع .

فإذا لم يتوفر في المعقود عليه شرط من هذه الشروط لا يصح البيع ولا يقع حلالاً .

وعلى ذلك : لو كان المعقود عليه نجساً نجاسة أصلية ، فلا يجوز بيعه وذلك كالكلب والخنزير والخمر والميتة وما شابه ذلك من النجاسات ، ولذلك كان شرط الطهارة أن تكون طهارة أصلية لا عارضة ولا طارئة ، فالعارضة والطارئة التي يمكن إزالتها لا تؤثر في عقد البيع .

كذلك إذا لم يكن المعقود عليه منتفعاً به فلا يصح عقد البيع ، ولا يجوز بيعه ومن ذلك : بيع الحشرات والسيبغ التي لا تصلح للاصطياد والطيور التي لا تؤكل ولا تصاد كالحداة والغراب ، وذلك لأن مالا منفعة فيه لا قيمة له فأخذ العوض عنه من أكل أموال الناس بالباطل وبذل العوض فيه من السفه .

وإذا لم يكن المعقود عليه مقدوراً على تسليمه فلا يصح البيع ولا يجوز ، كالعبد الآبق ، والبعير الشارد ، والطيور في الهواء ، والسماك في

الماء ، والمال المغصوب في يد غاصبه، لأن ذلك فيه غرر والغرر منهي عنه .

وإذا لم يكن المعقود عليه معلوماً للمتبايعين فلا يجوز بيعه ، فلا يجوز بيع عين مجهولة كبيع عبد من عبيده أو ثوب من أثوابه لما فيه من الغرر المنهي عنه ، ولا يجوز بيع العين الغائبة إذا جهل جنسها أو نوعها لعلّة الغرر أيضاً.

كذلك إذا لم يكن المعقود عليه مأذوناً في بيعه فلا يجوز بيعه، بمعنى إذا كان المعقود عليه منهي عنه فلا يقع البيع ولا يجوز ، فلا يجوز بيع الكلب وآلات اللهو.

ولكى يصح البيع يجب أن يكون المبيع مملوكاً للبائع ، فإذا لم يكن مملوكاً له فلا يصح البيع ولا يجوز^(١).

الفرع الثالث

التطبيق العملي على التسويق المباشر

وبعد عرض ما يتعلق بعقد البيع من ناحية المفهوم والشروط التي يجب توافرها في المعقود عليه وأركان عقد البيع ، أتناول التطبيق العملي على موضوع البحث ، وخاصة كما قلت سابقاً أن فريق المبيحين استندوا في حلية وإباحة الموضوع إلى أنه عقد بيع متوفر الأركان والشروط.

(١) راجع هذا الفرع في الآتي :

حاشية العدوى : جـ٢ / ١٧٩ / الفواكه الدواني : جـ٢ / ٧٣ / المهذب : جـ١ / ٢٦١ وما بعدها/المقتنى: جـ٤ / ٢٩٣ وما بعدها / الهداية : جـ٣ / ٩٧١ وما بعدها / بداية المجتهد : جـ٢ / ٣٠٠.



فريق المبيحين :

قالوا: إن علاقة الشركة بالمشتري للجهاز الذي هو في الأصل عاملا فيها بعد ذلك أي بعد شراء الجهاز هي علاقة بيع وشراء متوفرة الأركان والشروط:

من ناحية الأركان : فالعقد موجود ، وهو البائع والمشتري، وهو هنا الشركة ومشتري الجهاز ، والصيغة موجودة وهي الإيجاب والقبول وما دل على الرضا للدخول في هذا العقد ، فلم يجبر المشتري على الشراء ولم يكره عليه ، ولكن وقع العقد بمحض الرضا من الطرفين خاصة المشتري ، فأهليتهما ثابتة لإتمام العقد.

من ناحية شروط المعقود عليه :

فإن كل الشروط التي اشترطها الفقهاء في المعقود عليه لصحة عقد البيع متوافرة وموجودة ، فالطهارة متوفرة في المبيع (وهو الجهاز الطبي) الذي يستخدم في العلاج فليس الجهاز باستخداماته من الأشياء النجسة المحرمة التي لا يجوز بيعها.

كذلك الانتفاع به ثبت بالتجربة من بعض المشتريين ، فلم يكن الأمر غشا ولا خداعاً.

والمبيع مقدور على تسليمه ويسلم بالفعل للمشتري بمجرد شرائه وتعاقده مع الشركة.

والمبيع معلوم للمتبايعين فليس شيئاً موصوفاً في الذمة ولكن السلعة موجودة وحاضرة أثناء عملية البيع.

كذلك المبيع ليس منهيًا عنه من الشارع الحكيم أو ليس من الأشياء التي نهى الشارع عن تداولها بيعا وشراءً.

كذلك المبيع مملوكاً للشركة ملكاً حقيقياً ، فلو يؤول لملكيتها بعد ذلك ولكن هو مملوك بالفعل ، فالشركة باعت ما تملك وليس ما لا تملك .

إذن فالموضوع والعملية هي : عقد بيع وشراء متوفر الأركان والشروط سواء في العاقدين أو المعقود عليه .

مناقشة آراء المبيحين :

عند مناقشة آراء المبيحين يتبين الآتي :

أولاً : أن الشكل العام لعقد البيع متوفر من ناحية الأركان والشروط التي يجب توافرها في العاقد أو المعقود عليه هذا ظاهر العقد ، وهذا ما استندوا إليه بصورة أساسية .

ولكن أقول : إن الدافع والغرض الذي من أجله يقدم المشتري على شراء سلعة معينة هي حاجته إلى هذه السلعة أيا كانت صورة هذه الحاجة ، وإلا لو اشترى الإنسان سلعة ولا حاجة له بها فيكون ذلك تبذيراً وسفهاً وهما منهي عنهما في الشريعة الغراء .

فهل المشتري للجهاز الطبي هذا في حاجة أساسية وماسة إليه ولذلك يقدم على شرائه أم أنه يشتريه لغرض آخر ؟!

الواضح من نسبة المشترين والعاملين في هذه الشركة أنهم ليسوا في حاجة إلى الجهاز ، ولكن كان الجهاز مجرد ستار حتى يتريحوا بهذه الصورة الغير شرعية ، فكثير ممن اشترى الجهاز إما وضعوه في البيت أو أعطوه لبعض المستوصفات الطبية ، أما هم فليسوا مرضى وليسوا في حاجة إلى منافع هذا الجهاز وأنا أخص الجهاز الطبي بالذكر لأنه هو المبيع في هذه العملية ، والحاجة للسلعة قد تكون حالة وقد تكون مؤجلة المهم أن الدافع للشراء هو الحاجة لذلك .



قد يقال : بأن العقود فى الشريعة تبنى على الألفاظ وما يخرج من اللسان أما النوايا فلا مدخل لها.

أقول نعم : الأصل فى العقود ذلك ، هذا من ناحية الشكل العام لاتعداد البيع وغيره.

لكن لا بد من مراعاة الغرض من العقد ذاته ، وأن الدافع للعقد إذا ترتب عليه ضرر للإنسان أو لغيره أو الدخول فى معاملة محرمة أو فيها شبهة حرمة يجب مراعاتها إعمالاً لقاعدة (سد الذرائع).

يقول الإمام ابن تيمية : الأصل فى العقود أنها لا تصح إلا بالصيغة وهى العبارات التى قد يخصها بعض الفقهاء باسم (الإيجاب والقبول) ، سواء كان ذلك فى البيع والإجارة والهبة والنكاح ، والمعاتى التى فى النفس لا تنضبط إلا بالألفاظ التى جعلت لإبادة ما فى القلب ، ولأن العقود من جنس الأقوال فهى فى المعاملات كالذكر والدعاء فى العبادات^(١).

ثانياً : أن عملية البيع والشراء تتم بصورة طبيعية بمعنى : أن البائع يعرض سلعته على المشتري بعد بيان محاسنها ومساوئها وكل ما تعلق بها ، ثم بعد ذلك تترك الحرية للمشتري لشراء هذه السلعة بدون أى مؤثرات خارجية تؤثر عليه ، وذلك أيضاً بعد أن تكون السلعة متوفرة عند غيره من الناس حتى لا ندخل فى باب الاحتكار المحرم.

ولكن الذى يحدث فى عملية البيع للجهاز الطبى عن طريق الشركة لا يكون كذلك بل يتم بالطريقة الآتية :

(١) مجموعة الفتاوى : جـ ٢٩ / ٧.

أن العامل بالشركة يعرض على غيره الجهاز للشراء ليس مجرد عرض عادى بعد بيان المحاسن والمساوى للجهاز ولكن مع العرض يقول له لو أنك اشتريت هذا الجهاز ودفعت ثمنه فسوف تكون ضمن العاملين بها وسوف تتقاضى أرباح عن كل عميل ومشتري جديد تأتي به.

فإذا أفلح فى إقناعه يدعوهُ إلى حضور محاضرة بمقر الشركة الفرعى أو الرئيسى وهنا نجد المحاضرة تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية :
العنصر الأول : يتحدث فيه المحاضر عن الجهاز وفوائده.

العنصر الثانى : يتحدث فيه عن الفرق بين أسلوب التسويق المباشر والتسويق التقليدى.

العنصر الثالث : يتحدث فيه المحاضر عن الفوائد التى تعود على المستمع إذا اشترى الجهاز وأصبح عضواً عاملاً بهذه الشركة.

ولذلك أقول : ما علاقة الشق الثانى والثالث فى المحاضرة بالنسبة لمن يريد شراء هذا الجهاز ، الأصل أن يقتصر حديث المحاضر على الجهاز وفوائده إذا كان الغرض هو البيع للجهاز فقط ، ولكن عرض الشق الثانى والثالث يحدث عملية إغراء للمستمع لكى يدفعه إلى عملية الشراء بصرف النظر إذا كان فى حاجة إلى الجهاز أم لا ، فيكون نظره منصبا على الربح والفوائد التى ستعود عليه ليس من شراءه للجهاز ، ولكن من العمل بالشركة وإحضار غيره للعمل بها لكى يتربح من ورائه.

أقول : إن الشركة تفعل ذلك بعرضها للشق الثانى والثالث من المحاضرة لكى تضمن شراء المستمع لكى تستطيع أن تدفع الحوافز التى وعدت بها الآخرين الذين قبله ، لأن الشركة لا تدفع الحوافز وغيرها من

مالها الخاص ولكن تدفعه من أموال المشتريين علماً بأن ثمن الجهاز الأصلي يوزع بالنسب الآتية :

٤٥ ٪ / ٠ / ٠ ثمن الجهاز والأرباح وكل ما يتعلق بالجهاز.

٥٥ ٪ / ٠ / ٠ هي الحوافز التي توزع على العاملين الأول ثم الذى يليه

وهكذا.

فأين عملية البيع التي تمت .

ثالثاً : الأصل أن ثمن الجهاز إذا خرج من الشركة مباشرة يخرج بسعر التكلفة ، لأنه من المفترض لو أن الشركة أعطت هذا الجهاز لتجار الجملة والتجزئة فسوف تعطيمهم بخصم حتى يتربحوا هم أيضاً ، ومع ذلك فالمشترى من الشركة يدفع ثمنه كاملاً وكأنه وصله عن طريق أكثر من تاجر جملة وتجزئة ، وهذا يؤكد المعنى السابق فى ثانياً وهو أن الشركة لا تدفع شيئاً من مالها ولكن من أموال المشترين ، ولذلك فإن الأمر فيه غرر واحتكار ومقامرة وهذا ما سأوضحه عند الحديث عن المبحث الثالث وهو المحظورات الشرعية التي تكتنف هذا الأسلوب من التسويق.

أكرر وأقول : أين عملية البيع الحقيقية التي تتم بصورة طبيعية فى

هذا الأسلوب من التسويق.

تصور ماذا فعلت الشركة :

أنت بمشترين لجهازها وأخذت ثمنه كاملاً وما يتعلق بأرباحها ومصاريف الشحن ، ثم بعد ذلك عمل هؤلاء المشترون عندها وسخرتهم كمسوقين لها ثم بعد ذلك أعطتهم أرباحهم وحوافزهم من مالهم الذى دفعوه.

الترجيح :

أقول : إن قياس هذا الأسلوب من التسويق على عقد البيع ومشابهته له قياس خاطئ ، فظاهريا هو عقد متوفر الأركان والشروط فسي كل شيء ، لكن أصل الأمر ليس بيعا حقيقيا لسلعة بقدر ما هو جلب لأناس يسخرون ويعملون لكي تتمكن الشركة من دفع حوافز من سبقوهم من المال الذي يدفعونه من شرائهم للجهاز.

المبحث الثالث

المحظورات الشرعية في التسويق المباشر

ويشتمل هذا المبحث على عدة مطالب أذكرها إجمالاً ثم أتاولها بالتفصيل .

المطلب الأول : شبهة الغرر .

المطلب الثاني : شبهة المقامرة والرهان غير المشروع .

المطلب الثالث : شبهة الاحتكار .

المطلب الرابع : شبهة الجهالة في العلاقة بين الشركة ومن يعمل فيها.

المطلب الأول

شبهة الغرر

ويتضمن هذا المطلب الفروع الآتية :

الفرع الأول : تعريف الغرر لغة واصطلاحاً .

الفرع الثاني : مجالات الغرر .

الفرع الثالث : التطبيق العملي على التسويق المباشر .

الفرع الأول

تعريف الغرر لغة واصطلاحاً

تعريف الغرر لغة: الغرر هو الخطر ، تقول : غرته الدنيا خدعته

بزينتها ، وإنسان غرّ أي جاهل بالأمور غافل عنها (١).

(١) المصباح المنير : ص ٢٣٠ / مادة غرر.

تعريف الغرر اصطلاحاً:

عرفه الحنفية بقولهم : ما كان مستور العاقبة ^(١) .
وعرفه المالكية بأنه: ما شك في حصول أحد عوضيه أو المقصود
منه غالباً، وقال صاحب حاشية العدوى : هو ما تعين وجوده وشك في
تمامه ، وقيل : هو ما تردد بين السلامة والعطب ^(٢) .
وعرف الشافعية الغرر بأنه : ما انطوى عنه أمره وخفى عليه
عاقبته ^(٣) .
وبينه الحنابلة بقولهم : المجهول العاقبة فإن بيعه من الميسر الذي
هو القمار ^(٤) .

الفرع الثاني

مجالات الغرر

لقد تناول الفقهاء الأمور التي نهى الشارع عنها من أجل الغرر
والجهالة والخداع .
السادة الحنفية :

قالوا: نهى عن بيع السمك قبل أن يصطاد لأنه يبيع ما لا يملكه ،
ونهى عن بيع الطير في الهواء لأنه غير مملوك قبل الأخذ، ونهى عن بيع

(١) الميسوط للإمام السرخسي : جـ ١ / ١٦٦ / البحر الرائق شرح كنز الدقائق لابن نجيم : جـ ١ / ٨٢
تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق للزيتي : جـ ٤ / ٤٨ .

(٢) الفواكه الدواني : جـ ٢ / ٨٠ ، حاشية العدوى : جـ ٢ / ١٩٤ / شرح زروق على الرسالة جـ ٢ /
١١٣ / مقدمات ابن رشد: جـ ٣ / ٢٠٦ - ٢٠٧ . مطبوع مع المدونة .

(٣) المهذب : جـ ٢ / ٢٦٢ / قلوبوي وعميرة : جـ ٢ / ١٧٥ / الوسيط في المذهب للقرائلي : جـ ٣ / ٧٠ .

(٤) الإقناع للحجاوي : جـ ١ / ٢٤٥ / منتهى الإرادات لابن التجار : جـ ١ / ٣٤٣ / مجموعة الفتاوى لابن
تيمية : جـ ٢٩ / ١٦ .



الحمل والنتاج ، ونهى عن بيع اللبن فى الضرع ، ونهى عن بيع الصوف على ظهر الغنم لأنه من أوصاف الحيوان ، ونهى عن بيع المزبنة ، ونهى عن بيع الآبق لأنه لا يقدر على تسليمه (١) .

السادة المالكية :

فقالوا : نهى الرسول - ﷺ - عن حبك الحبكه ، ونهى عن بيع ما لم يخلق ، ونهى عن بيع الثمار حتى ترهه ، ونهى عن المعاومة والبيعتين فى بيعه ، ونهى عن بيع وشرط وبيع وسلف ، ونهى عن بيع السنبل حتى يبيض والغنب حتى يسود ، ونهى عن بيع السمك فى الماء والطير فى الهواء (٢) .

السادة الشافعية :

قالوا : لا يجوز بيع ما لا يملكه من غير إذن مالكة ، لأنه لا يقدر على تسليمه ، ولا يجوز بيع عين مجهولة ولا يجوز بيع الجمل الشارد والعبد الآبق والسمك فى الماء (٣) .

السادة الحنابلة :

قالوا : لا يجوز بيع الطائر قبل أن يصطاد للعجز عن التسليم ولأنه غير مملوك ، ولا يجوز بيع السمك فى الآجام لأنه غر ، ولا يجوز بيع

(١) الهداية : ج٣ / ٤٨ - ٥٠ / مجمع الأنهر فى شرح ملتقى الأبحر لشيخى زاده : ج٣ / ٧٩ - ٨٠ / اللباب فى شرح الكتاب للشيخ الغنيمى : ج٢ / ٢٦ / شرح فتح القدير لابن المهام : ج٦ / ٤١٠ - ٤١١ .

(٢) بداية المجتهد : ج٢ / ٢٦١ - ٢٦٢ / التاج والإكليل للمواق : ج٤ / ٢٦٨ / حاشية الدسوقى : ج٣ ، ١١ / شرح ابن نالجى : ج٢ / ١١٣ / الفواكه الدواني : ج٢ / ٨٠ .

(٣) المهذب للشيرازى : ج١ / ٢٦٧ / روضة الطالبين وعمدة المفتين للإمام النووى : ج٣ / ٣٦٩ - ٣٩٧ / مغنى المحتاج للخطيب الشربيني : ج٢ / ٣٠ - ٣١ / قلوبى وعميرة : ج٢ / ١٧٥ - ١٧٦ .

الذنب في الضرع ولا يجوز بيع غير المقدور على تسليمه كالجمل الشارد
والعبد الآبق^(١).

يقول الإمام بن تيمية : " والحكمة من النهى عن بيع الغرر، لأن بيعه
من الميسر الذى هو القمار ، وذلك أن العبد إذا أبق أو الفرس والبعير إذا
شرد فإن صاحبه إذا باعه فإتاما يبيعه مخاطرة ، فيشتره المشتري بدون
ثمنه، فإن حصل له قال البائع قمرتنى وأخذت مالى بثمان قليل ، وإن لم
يحصل قال المشتري قمرتنى وأخذت الثمن منى بلا عوض ، فيفضى إلى
مفسدة الميسر الذى هو إيقاع العداوة والبغضاء مع ما فيه من أكل أموال
الناس بالباطل الذى هو نوع من الظلم ففى بيع الغرر ظلم وعبادة
وبغضاء^(٢).

الفرع الثالث

التطبيق العملى على التسويق المباشر

من خلال ما سبق من تعريف الغرر لغة واصطلاحاً ، ومجالات الغرر،
والحكمة الشرعية من النهى عن الغرر ، فلو طبقنا هذا على التسويق
المباشر يتضح الآتى :

أولاً : أن الغرر واضح فى عملية البيع عند عرض الجهاز على المشتري ،
فالمحاضرة التى تلقى على المستمعين بينت أنها تتكون من ثلاثة
عناصر، عنصر عن الجهاز وفوائده ، وعنصر عن التسويق وأنواعه
وفوائده من وجهة نظرهم ، وعنصر عن الفوائد التى ستعود على

(١) المقنى : جـ٤ / ٢٩٣ - ٢٩٨ / الكافى لابن قدامة: جـ٢ / ١١ / شرح الزركشى: جـ٣ / ٦٢٦ - ٦٣٠ /
المبدع فى شرح المقنع لابن مفلح جـ٤ / ٢٩ - ٣٠ / كشف الاقناع للبهوتى : جـ٣ / ١٦٢ / الاقناع :
جـ٢ / ٩٤ .

(٢) مجموعة الفتاوى : جـ٢٩ / ١٦ .

المشتري إذا اشترى الجهاز ، فطريقة العرض لأجل البيع فيها غرر بالمشتري وخداع ، لأنه أوهمه بالأرباح والحوافز من أجل الشراء للجهاز ، كذلك أوهمه بزيادة هذه الأرباح كلما كثر عدد المشترين والمشتريين عن طريقه فهذا خداع للمشتري .

ثانياً : أن هذا الأسلوب من التسويق وهو تكوين نظام (الشجرة) غير معلوم العاقبة، أي مستور العاقبة كما قال (الحنفية) ، فالأمر مرتبط بعدد المشترين والمشتريين وليس بإطار محدد ، ولذلك فمن الممكن أن تكتفى الشركة بما حصلت عليه من أرباح وتفرض هذه الشركة في أي وقت ، لأن المشتري والعامل فيها ليس له أي ضمانات عليها ، ولكن كلما كانت الشجرة قائمة كان العمل قائماً ، ولذلك في هذه الحالة لو أنهت الشركة عملها فجأة فليس من حق أحد من العاملين بها أن يطالبها بشئ ، كذلك آخر مشتري والذي دفع مائلاً ولم يستفد من هذا المال الذي دفعه فيكون قد وقع في الغرر والخداع أيضاً لأنه دخل من أجل الربح وعنده استعداد للعمل ولكنه لم يحصل على الربح لأنه لا يوجد شركة ولا عمل.

ثالثاً : كذلك الغرر والخداع واضح ، وذلك في المحاضرة أيضاً فإنهم يتحدثون عن مواصفات المسوق ، والشروط التي ينبغي أن تتوفر فيه، لكي يحصل على الربح إذا عمل ، وهذا يؤكد وجود الغرر بشدة ، فهل يبيعون جهازاً أم يستخدمون أناساً للتسويق !؟

بهذا التطبيق العملي : يتضح وجود الغرر في هذا الأسلوب من التسويق مما يجعل المعاملة فيها شبهات شرعية فينتهي عن الدخول فيها لأجل هذا.



المطلب الثاني

شبهة المقامرة والرهان غير المشروع

ويشتمل هذا المطلب على الفروع الآتية :

الفرع الأول : فى بيان بعض المصطلحات (الرهان - السباق - القمار).

الفرع الثانى : أقوال الفقهاء فى المسألة .

الفرع الثالث : التطبيق العملى على التسويق المباشر .

الفرع الأول

فى بيان بعض المصطلحات (الرهان - السباق - القمار)

بيان هذه المصطلحات أمر فى غاية الأهمية ، لأنها بداية الدخول إلى الموضوع ، ولوضع وصف دقيق لهذه المعاملة التى بين الشركة وبين العاملين بها ، فهذه الشبهة فى غاية الخطورة.

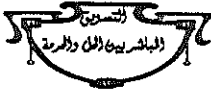
١- الرهان :

هو ما يخرج كل واحد من المتسابقين من مال ليفوز السباق بالجميع إذا غلب ففیه معنى المخاطرة^(١).

٢- السباق :

السباق بسكون الباء (المسابقة) والسباق بالفتح (الجعل المخرج فى المسابقة) أو المال الذى يوضع بين أهل السباق.

(١) المصباح المنير : ١٢٧/ مادة رهن / مختار الصحاح : ص ٢٦٠ / مادة رهن .



أو هو الخطر : وهو ما يتراهن عليه المتسابقان (١).

٣- القمار :

القمار المقامرة ، وتقامروا لعبوا القمار ، وقامره فقمرة غلبه ففى لعب القمار ، ففيه معنى الغلبة (٢).

الفرع الثانى

أقوال الفقهاء فى المسألة

أعرض فى هذا الفرع لأقوال الفقهاء فى مسألة المسابقة والمراهنة، وما يخرج من الجعل والمال للمتسابقين والصورة الشرعية التى تحدث عنها الفقهاء لإجراء السباق الشرعى.

المال المخرج للمتسابقين إما أن يخرج طرف آخر غير المتسابقين، كالسلطان أو رجل من الرعية وإما أن يخرج أحد المتسابقين ولكل حالة حكمها.

الحالة الأولى : أن يكون المال المخرج من السلطان أو رجل من الرعية وفى هذه الحالة إما أن يجعله أى الجعل أو المال لواحد من المتسابقين أو بعضهم أو لجميعهم ، فإن جعله للسابق بأن قال من سبق منكم فله عشرة جاز لاجتهاد كل واحد منهم أن يكون هو السابق ليأخذ السبق ، فيحصل المقصود وإن سبق أكثر من واحد فله ما رصده السلطان أو أحد الرعية ، وكذلك إذا جعله لبعضهم وسبق فله هذا السبق والمال.

(١) المعنى : جـ ١١ ، ١٢٩ / حاشية الدسوقي : جـ ٢ / ٢٠٨ / المصباح المنير : ١٣٩ / مادة سبق /

مختار الصحاح : ٢٨٤ / مادة سبق .

(٢) مختار الصحاح : ٥٥٠ / مادة قمر / المصباح المنير : ٢٦٦ / مادة قمر .



الحالة الثانية : أن يكون المال المخرج من المتسابقين فننظر فإن كان معهما محلل أى طرف ثالث على فرس كفاء لفرسيهما صح العقد، وإن لم يكن معهما محلل فالعقد باطل ، لأن وجود المحلل يخرج الصورة من القمار ، وبدونه تكون الصورة قماراً ، ولا فرق بين أن يكون المحلل رجل أو اثنين أو أكثر.

الحالة الثالثة : أن يكون المال المخرج من أحد المتسابقين ، ولكن يقول للأخر إن سبقتنى فلك المال ، وإن سبقتك فليس لى شئ، واختلف الفقهاء بعد ذلك، هل يأخذ المخرج للمال إذا سبق أم لا ، بعضهم قال: يأخذه ، والإمام مالك قال لا يأخذ ما أخرجه إذا سبق لأنه قمار^(١).

هذه هى الحالات الثلاث التى تكون صورة المسابقة فيها جائزة ومباحة .

الصور غير الجائزة فى المسابقة والمراهنة :

الصورة الأولى :

إذا أخرج أحد المتسابقين مالا وكان بينهما محلل ، ولكن لم يكن هذا المحلل كفاء لهما ، ففي هذه الحالة تكون مقامرة ، لأنه أمن أن يأخذ سبقه، والأصل ألا يأمن أن يرجع سبقه إليه.

(١) المهذب : جـ ١ / ٤١٥ ، الفواكه النواتى : جـ ٢ / ٣٥٠ / حاشية للسوقى : جـ ٢ / ٢١٠ / المعونة على مذهب عالم المدينة : جـ ٣ / ١٧٣٨ / المقضى : جـ ١١ / ١٣١ .



الصورة الثانية :

أن يخرج كل من المتسابقين مالا أو جعلاً ، ففي هذه الصورة تكون قماراً لأن كل واحد منهما لا يخلو من أن يقم أو يقرم سواء كان ما أخرجاه متساويا أو متفاوتا^(١).

الفرع الثالث

التطبيق العملي على التسويق المباشر

بعد تناول ما يتعلق بهذه الشبهة من ناحية التعريف ببعض المصطلحات وأقوال الفقهاء في المسألة أعرض التطبيق العملي على موضوع البحث من خلال ما سبق .
وعند التطبيق العملي يتبين الآتي :

أولاً : أن صورة المقامرة في هذا الأسلوب من التسويق واضحة وضوحاً جلياً ، فلو استعرضنا ما ذكره الفقهاء الأجلاء في الصورة الجائزة للسباق والغير جائزة يتضح ذلك.

ففي الصور الجائزة لحلية المسابقة كان الجعل أو المال المدفوع إما من طرف آخر كالسلطان أو أحد الرعية ، أو من أحد المتسابقين وكان معهم محلل آخر أو من أحد المتسابقين فقط ، أما الصور غير الجائزة بناء على ما قاله الفقهاء إذا كان المخرج للسباق من أطراف السباق ولم يكن معهم محلل ، أو كان معهم ولكن لم يكن كفواً .

(١) المتى : جـ ١١ / ١٣٦ / المعونة : جـ ٣ / ١٧٣٩ / المهذب : جـ ١ / ٤١٥ / الفواكه الدواني : جـ ٢ /

٣٥٠ / حاشية التسوقى : جـ ٢ / ٢١٠ / مواهب الجليل : جـ ٣ / ٣٩٢ .

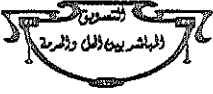


وإذا تناولنا هذه المعاملة يتضح أن كل الأطراف الداخلة فى هذه المعاملة يدفعون مالا من أجل الربح ، وهذا ما تشترطه الشركة للعمل بها ، أن يشتري المتعامل أولا الجهاز فيدفع ثمنه كاملاً ، ثم يسارع بعد ذلك للإتيان بغيره لا يشتري الجهاز للعلاج ، ولكن ليشارك فقط لكي يأخذ هذا الآخر حوافزه من مال الذى أتى به وماله أيضا الذى دفعه ، وهذا هو الدافع الحقيقى لكل المشترين ولذلك أقول : المسألة ليست بيع جهاز ولكن المسألة الإتيان بمشتركين جدد يدفعون المال لكي تستمر عملية إعطاء الحوافز للسابق منهم واللاحق .

وهذا ما نص عليه الفقهاء إذا كان المال المخرج من الطرفين أو من الأطراف ولم يكن بينهم محلل كان ذلك قماراً .

فكل الأطراف داخله فى عملية رهان وسباق من أجل الربح، ولذلك اشترط الفقهاء فى المحلل لكي نخرج من دائرة القمار أن يكون المحلل كفتناً، فإذا كان غير ذلك كان قماراً أيضاً، فهل كل المراهنين المشترين أكفاء لهذا العمل ، بالطبع لا ، فليس كل واحد منهم عنده القدرة على التسويق والإتيان بآخرين بدليل أن البعض يدفع المال من أجل الربح ، لأنه ليس فى حاجة إلى السلعة أو الجهاز ، وبعد فترة من الزمن يتوقف عن العمل لأنه ليست عنده القدرة على التسويق والإتيان بالغير .

كذلك فى اشتراط الفقهاء بوجود محلل ، لم ينصوا على أن المحلل يدفع مالا ولكن يكون الإخراج والدفع من الأطراف الأخرى، ولكن الظامة هنا أن الكل يدفع .



ولذلك نجد المخرجين للجعل والمال إما أن يعتموا أو يغرموا فهذا واضح ، فهناك من يعتم الكثير من المال لحسن تسويقه وهناك من يغرم الكثير لأنه غير كفاء لهذا العمل.

فالصورة هنا : صورة سباق من أجل الربح من مال كل المشتركين.

ثانيا : لتفادي هذه المشكلة والخروج من دائرة القمار هذه ، ينبغي ألا يدفع المتعاملون مالا ولا يشتروا الجهاز، ولكن يعملوا في هذه الشركة كمندوبين لها وتعطيهم حوافزهم على قدر جهدهم وعملهم وإنتاجهم ، فتقوم الشركة في هذه الحالة مقام السلطان أو الطرف الأجنبي وبذلك تحل المعاملة ، ولكن الشركة لا يمكن أن تفعل ذلك لأنها لا تريد المخاطرة والخسارة ، لأنها لن تضمن أن يسوق الجهاز بالصورة المطلوبة فمن أين تدفع حوافز وأرباح المندوبين لها.

فالشركة كأنها أقامت سباقاً كبيراً بين مجموعة من الناس ، جعلتهم يدفعون ليدخلوا هذا السباق ، والفائز منهم أو الغالب يأخذ الربح ، والخاسر لا يأخذ شيئاً، أما هي فلم تدفع لهم شيئاً ولذلك كما قلت ليس هدف كل المشتركين شراء الجهاز ، ولكن الغرض الدخول في هذا السباق من أجل الربح وعدم الخسارة وهذا هو عين المقامرة كما تحدث الفقهاء الأجلاء.

وبالتطبيق العملي : من خلال هذه الشبهة يتضح أن صورة القمار واضحة وأن هذا رهان غير مشروع.



المطلب الثالث

شبهة الاحتكار

ويتضمن هذا المطلب الفروع الآتية :

الفرع الأول : تعريف الاحتكار لغة واصطلاحاً .

الفرع الثاني : أقوال الفقهاء فى المسألة .

الفرع الثالث : التطبيق العملى على التسويق المباشر .

الفرع الأول

تعريف الاحتكار لغة واصطلاحاً

الاحتكار لغة :

تقول : احتكر زيد الطعام إذا حبسه إرادة الغلاء والاسم الحُكرة مثل

الفرقة من الافتراق^(١).

تعريف الاحتكار اصطلاحاً :

هو : أن يبتاع فى وقت الغلاء ويمسكه ليزداد ثمنه^(٢).

وقيل هو : رصد الأسواق أى انتظار الأسواق ، أى انتظار ارتفاع

الأثمان^(٣).

(١) المصباح المنير : ٧٨ / مادة حكر / مختار الصحاح : ١٤٨ / مادة حكر / أساس البلاغة للزمخشري

: ١٣٦ / مادة حكر ، دار الفكر.

(٢) مواهب الجليل : جـ٤ / ٢٢٧-٢٢٨ / الموطأ للإمام مالك : جـ٢ / ٦٥١.

(٣) مواهب الجليل : جـ٤ / ٢٢٧-٢٢٨ / الموطأ للإمام مالك : جـ٢ / ٦٥١.



الفرع الثاني

أقوال الفقهاء في المسألة

ورد في المذهب : ويحرم الاحتكار في الأقوات ، أما غير الأقوات ، فيجوز احتكاره لأن النبي - ﷺ - نهى عن الاحتكار في الطعام ففهم من ذلك أنه يجوز في غير الطعام لأنه لا ضرر في احتكار غير الأقوات فلم يمنع منه^(١).

وذكر صاحب المعونة : الحكرة إذا أضرت بأهل البلد فهي ممنوعة في كل ما بهم حاجة إليه وضرورة إلى شرائه وكثرته سواء كان طعاماً أو ثياباً أو أى شئ كان من أنواع الأموال^(٢).
وذكر الإمام مالك في الموطأ: أن عمر بن الخطاب قال : لا حكرة في سوقنا

لا يعمد رجال بأيديهم فضول من أذهب إلى رزق من رزق الله نزل بساحتنا فيحتكرونه علينا ، وذكر أن عثمان بن عفان كان ينهى عن الحكرة^(٣).

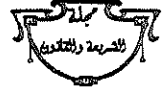
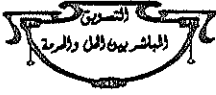
وذكر الإمام النووي في شرحه على صحيح مسلم بعدما ساق الأحاديث التي تنهى عن الاحتكار قال : قال أصحابنا : الاحتكار المحرم هو الاحتكار في الأقوات خاصة وهو : أن يشتري الطعام في وقت الغلاء للتجارة ولا يبيعه في الحال بل يدخره ليغلو ثمنه ، وأما غير الأقوات فلا يحرم الاحتكار فيه بكل حال^(٤).

(١) المذهب للشيرازي : ج١/ ٢٩٢.

(٢) المعونة : ج٢/ ١٠٣٥ / التفرغ لابن الجلاب : ٢ / ١٦٨ / الكافي ص ٣٦٠.

(٣) الموطأ : ج٢/ ٦٥١

(٤) شرح النووي على صحيح مسلم : ج١١/ ٤٣



الفرع الثالث

التطبيق العملي على التسويق المباشر

بعد تناول ما يتعلق بالاحتكار من ناحية المفهوم وأقوال الفقهاء فيه وما يحرم فيه الاحتكار، أطبق هذه الشبهة على التسويق المباشر من خلال هذه الشركة وتعاملها.

وعند التطبيق العملي يتضح الآتي :

أن الاحتكار موجود في تعامل هذه الشركة وأسلوبها وهذا واضح وبين وذلك من خلال عدة أمور :

الأمر الأول : أن شراء الجهاز لا يمكن منه أى إنسان ، بمعنى أنك إذا ذهبت إلى مقر الشركة أو منفذ البيع فالشركة لا تبيع لك مباشرة ، ولكن تشترط لكى تشتري أن يكون ذلك عن طريق أحد موزعيها، والهدف الأساسى حتى يستفيد هذا الموزع من أرباح الجهاز ويأخذ الفوائد والحوافز من خلال هذا المشتري وكذلك غيره.

فهنا الشركة احتكرت الأمر فلم تجعل البيع مباشرة للناس ، أظن - والله أعلم - أنها لو فعلت ذلك فستضطر إلى بيعه بسعر التكلفة ، وإلا سيلجأ المشتري إلى مكان آخر ووسيلة أخرى يستخدمها للعلاج إذا كان الغرض هو العلاج حتى تستطيع الشركة تحقيق أكبر قدر من المبيعات، ولو فعلت ذلك فلن تستطيع أن تعطى موزعيها حوافزهم ، لأنها ستبيع بما يحقق لها ثمن الجهاز وربحها ومصاريف شحنه وغير ذلك وفى هذه الحالة لن يتبقى شئ لموزعيها .

وهذا يوضح حرص الشركة على شراء الإنسان للجهاز عن طريق موزعيها، وتحرص على أن يحضر هذا المشتري ويسمع المحاضرة لكى

ينقلب إلى موزع، ومستخدم عندها يأتيها بآخرين لكي يكثر عدد المشتركين وبالتالي يكثر المال بالشركة .

الأمر الثاني : أن الشركة تقول إنها أنتجت هذا الجهاز للمرضى والمحتاجين للأسف على حد قولها ، ولو سلمنا يقينا بأن الجهاز مفيد للمرضى، ولكن لا يستطيع كل مريض أن يصل إليه بسهولة لأن الشركة لم تجعل لها منافذ بيع ميسورة للناس ، فاحتكرت أيضا منافذ البيع ولا يستطيع المحتاج الوصول إليه ، فأين الخدمة التي تقدمها الشركة للمرضى إذا كانت تدعى ذلك.

أقول : إذا كان الفقهاء أخذوا من أحاديث النبي - ﷺ - أن الاحتكار لا يكون إلا في الأقوات فقط ، كما قال السادة الشافعية ، فإن السادة المالكية ذكروا أن الاحتكار يكون في كل شيء من الأموال التي تضر بالناس ، فقد يحتج البعض ويقول أن الجهاز ليس من الأموال ، وبالتالي لا احتكار ، هذا على قول الشافعية ولكن على قول المالكية يكون احتكار طالما أن الجهاز مفيد للناس في حاجة إليه ، وثبتت فائدته كما يقول أصحابه إذن فأصبح من السلع المهمة للمحتاجين فحبسها يدخل في باب الاحتكار

أمر آخر : إن الاحتكار وإن تعلق بالأقوات لأن هذا هو الشيء المهم والحساس بالنسبة للناس ، فالأقوات هي السلعة الرئيسية والناس جميعا في حاجة إليها ، ولا يستطيعون الاستغناء عنها لأن بها قوام الحياة ، ولذلك نص النبي - ﷺ - عليها وتناولها الفقهاء بعد ذلك.

ولكن هذا لا يجعل الأمر خاص بالأقوات فقط .

فبالنظر العملي على هذا الأسلوب من التسويق يتضح أن شبهة الاحتكار واضحة وموجودة .

المطلب الرابع

شبهة الجهالة فى العلاقة بين الشركة ومن يعمل فيها

المقصود من هذا المطلب : أن العلاقة بين الشركة ومن يعمل فيها غير واضحة .

أقول : من القواعد المتفق عليها فى الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامى أن العقود التى تبرم أيا كان هذا العقد عقد مالى أو غيره، لا بد وأن تكون العلاقة بين من يبرمون هذا العقد واضحة وصفتهم معروفة حتى يتسنى لنا توصيف هذا العقد توصيفاً دقيقاً ، وبالتالي ينضبط هذا العقد بضابط الشريعة والفقهاء لأن كل عقد فى الشريعة والفقهاء له أحكامه الخاصة به.

فمثلاً عقد البيع : العلاقة معروفة وصفة المتعاقدين واضحة فهذا بائع وهذا مشتر ، وكذلك الإجارة هذا مؤجر وذاك مستأجر ، والعارية فهذا معير وذاك مستعير ، والهبة هذا واهب والآخر موهوب له.

والقرض فهذا مقرض والآخر مقترض ، وعقد الزواج فهذا زوج والأخرى زوجته، وقس على ذلك كل العقود فى الشريعة ، فصفة المتعاقدين فيها واضحة وبالتالي الأحكام الخاصة بكل عقد تختلف من عقد إلى آخر وكذلك الآثار المترتبة على كل عقد تختلف من عقد إلى عقد.

يقول الإمام بن تيمية : من القواعد الجامعة التى تحكم العقود المالية والنكاحية وغيرها قاعدة (صفة العقود).

فالفقهاء فى ذلك على ثلاثة أقوال :

القول الأول : أن الأصل فى العقود أنها لا تصح إلا بالصيغة ، وهى العبارات التى يخصها الفقهاء باسم الإيجاب والقبول سواء كان ذلك فى البيع والإجارة والهبة ، والنكاح ، والعتق ، والوقف وغير ذلك .

فالأصل عند هذا الفريق هو اللفظ ، لأن الأصل فى العقود هو التراضى ، والمعانى التى فى النفس لا تنضبط إلا بالألفاظ التى حصلت لإبادة ما فى القلب .

القول الثانى : أنها تصح بالأفعال فيما كثر عقده بالأفعال كالمبيعات بالمعاطاة ، وكالوقف فى مثل من بنى مسجداً وأذن للناس فى الصلاة فيه ، أو سبل أرضاً للدفن فيها ، وكبعض أنواع الإجازات كمن دفع ثوبه إلى غسل أو خياط يعمل بالأجرة ، فإن هذه العقود لو لم تتعقد بالأفعال الدالة عليها لفسدت أمور الناس ، ولأن الناس من لدن النبى - ﷺ - وإلى يومنا هذا مازالوا يتعاقدون فى مثل هذه الأشياء بلا لفظ بل بالفعل الدال على المقصود .

القول الثالث : أنها تتعقد بكل ما دل على مقصودها من قول أو فعل ، فكل ما عده الناس بيعاً وإجارة فهو بيع وإجارة ، وإن اختلف اصطلاح الناس فى الألفاظ والأفعال ، فإن لفظ البيع والإجارة فى لغة العرب ليس هو اللفظ الذى فى لغة الفرس أو الروم أو الترك أو البربر أو الحبشة (١) .
فالذى يتضح من كلام الإمام ابن تيمية : أن صفة العقد لا يبد وأن تكون واضحة حتى يتسنى على أساسها توصيف المتعاقدين ، وبالتالي بيان العلاقة وصفة العقد الذى يجمع بينهم .

لو تناولنا العلاقة التى بين الشركة والعاملين بها فبم توصف؟ وما هى طبيعة العقد الذى يحكم هذه العلاقة ؟ هذا أمر غير واضح .

(١) مجموعة الفتاوى لابن تيمية : ج ٢٩ / ٧-٨ .

أقول : هل العاملين بالشركة علاقتهم بها علاقة مندوب مثلاً أم تاجر جملة أم تاجر تجزئة أم أنه موزع أو مشترى للجهاز ، فالعلاقة غير واضحة.

وذلك بسؤالى لبعض العاملين بها عندما أتوا يستوضحون المسألة فسألتهم أثناء المناقشة ، ما هى صفة العامل بالشركة ؟ لم يجيبوا على إجابة محددة فبعضهم كان يقول مندوب ، تاجر جملة ، مساهم بجزء من رأس المال بالشركة ، لم تكن هناك إجابة محددة ، لأنه لم يكن هناك عقدا أصلاً واضحاً وبالتالي العلاقة غير محددة وغير واضحة.

والمصطلحات التى ذكرتها لها مدلولات معينة فى سوق التعاملات .

١- المندوب : مجرد رجل يعمل لدى أى مؤسسة دوره الأساسى أن يقوم بالترويج لمنتجات هذه الشركة لتحقيق أكبر قدر من المبيعات ، وبالتالي يأخذ حوافزه على نسبة المبيعات أو على حسب الاتفاق.

ولكن هنا نقطة جوهرية وهى (أن هذا المندوب لا يدفع مالمأ مقدماً للعمل) أو لا يشتري سلعة معينة حتى يعمل ، ولكن يعمل بمجهوده بدون دفع وتعطيه الشركة حوافزه وأجره من مبيعاتها .

٢- تاجر الجملة : مجرد منفذ بيع لتسويق المنتج ، فيأخذ من الشركة كميات من السلعة بسعر معين ونسبة خصم معينة حتى يربح هو ، ثم يقوم بتوزيع هذا المنتج إلى تجار تجزئة صغار، وبالتالي تصل السلعة إلى المستهلك.

وهنا تنقطع العلاقة بين هذا التاجر وبين الشركة بمجرد أخذه للمنتج الذى سيبيعه ، لأنه يملكه ويبيع فيه ولا علاقة للشركة بربحه من هذا المنتج ، فيأخذ المنتج بعشرة ويبيعه بخمسة عشرة ولا علاقة للشركة به.

ولكن هنا العامل صورته غير واضحة ليس تاجراً بديل أنه لا يستقل
بالربح الذي يأتيه من الجهاز كاملاً ، ولكنه يشاركه غيره فيه وليست هذه
هى صورة تاجر الجملة ، وليس هو مندوب لأن المندوب لا يجبر على
شراء منتج حتى يعمل ، ولا يدفع مالاً .

إذن : فشبهاه الجهالة لطبيعة العلاقة والعقد موجودة ، فلا عقد أصلاً
وبالتالى ليس هناك وصف دقيق يمكن إعطاؤه للأطراف ، الشركة ومن
يعمل فيها ، وهذا لا يتفق مع أصول وقواعد المعاملات فى الشريعة والفقه
الإسلامى .

المبحث الرابع

الآثار المترتبة على التسويق المباشر

بعد أن تناولت هذا الموضوع من جوانبه المتعددة التي لها تعلق بالموضوع، أتناول الآثار المترتبة على هذا الأسلوب من التسويق لو تعومل به في الدول الإسلامية .

أقول : إن المجتمع الإسلامي عن طريق ولى الأمر ومن يقوم بتنظيم حركة السوق ، يجب عليه ديناً وشرعاً أن يقى المجتمع وأن يحافظ عليه من كل شئ يضر بهذا المجتمع أفراداً وأسراً ، وذلك عن طريق تنفيذ ما أمر الله - تعالى - من معاملات شرعية والابتعاد عن كل معاملة فيها غضياً لله - تعالى - ومحاربة له واستجاباً لسخطه سبحانه - وتعالى -

ومما لا شك فيه أن أى معاملة غير متوافقة مع قواعد الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامى ، يكون لها أثراً إما على الفرد وإما على الأسرة وإما على المجتمع بأكمله ، لذلك طوّل الإنسان شرعاً أن يبتعد عن كل هذه المعاملات .

ومن أجل ذلك حرم الله - تعالى - الربا ، والمقامرة والميسر والاحتكار والغش والخداع والغرر وكل ما يفسد الفرد والمجتمع .

فقال تعالى : (أيها الذين آمنوا إتما الخمر والميسر والأنصاب والأزلام رجس من عمل الشيطان فاجتنبوه لعلكم تفلحون)^(١).

(١) سورة المائدة آية رقم ٩٠ .



وجه الدلالة من الآية :

هذا خطاب لجميع المؤمنين بترك هذه الأشياء إذ كانت شهوات وعادات تلبسوا بها في الجاهلية وغلبت على النفوس ، فكان منها بقية في نفوس كثير من المؤمنين (١).

يقول الإمام ابن كثير : يقول تعالى : ناهيا عباده المؤمنين عن تعاطي الخمر والميسر وهو القمار قال ابن عباس : الميسر هو القمار كانوا يتقمارونه في الجاهلية إلى مجئ الإسلام فتهاهم الله عن هذه الأخلاق القبيحة (٢).

ولقد أمر تعالى عباده أن يأكلوا من طيبات ما رزقهم فقال تعالى : (يا أيها الذين آمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم واشكروا لله إن كنتم إياه تعبدون) (٣).

وجه الدلالة من الآية :

يقول تعالى : أمراً عباده المؤمنين بالأكل من طيبات ما رزقهم وأن يشكروه - تعالى - على ذلك إن كانوا عبده ، والأكل من الحلال سبب لتقبل الدعاء والعبادة ، كما أن الأكل من الحرام يمنع قبول الدعاء والعبادة (٤).

(١) الجامع لأحكام القرآن للقرطبي : ج٤ / ٢٢٨٢.

(٢) تفسير ابن كثير : ج٢ / ١٤٦.

(٣) سورة البقرة آية رقم ١٧٢.

(٤) تفسير ابن كثير : ج١ / ٣٠٥.

ونحن مأمورون شرعاً بأحاديث النبي - ﷺ - بعد القرآن الكريم أن نتحرى الحلال في أرزاقنا ونبتعد عن الحرام المحض ، وكذلك كل ما يشتبّه على الإنسان حاله من حرامه .

عن عبد الله النعمان بن بشير - رضى الله عنهما - (وأهوى النعمان بأصبعه إلى أذنه) قال : سمعت رسول الله - ﷺ - يقول : إن الحلال بين والحرام بين وبينهما مشبهات لا يعلمهن كثير من الناس فمن اتقى المشبهات استبرأ لدينه وعرضه ومن وقع فى الشبهات وقع فى الحرام كالراعى يرعى حول الحمى يوشك أن يرتع فيه ألا وإن لكل ملك حمى ألا وإن حمى الله محارمه ألا وإن فى الجسد مضغة إذا صلحت صلح الجسد كله وإذا فسدت فسد الجسد كله ألا وهى القلب" (١).

يقول الإمام النووى فى شرحه لهذا الحديث : " وأما قوله الحلال بين والحرام بين فمعناه: أن الأشياء ثلاثة أقسام حلال بين واضح لا يخفى حله كالخبز والفواكه والزيت والصل والسمن ، والحرام البين كالخمر والخنزير والميتة والدم ، وأما المشبهات فمغناها أنها ليست واضحة الحل ولا الحرمة فلهذا لا يعرفها كثير من الناس ولا يعلمون حكمها ، وأما العلماء فيعرفون حكمها بنص أو قياس أو استصحاب أو غير ذلك ، فإذا تردد الشئ بين الحل والحرمة ولم يكن فيه نص ولا إجماع اجتهد فيه المجتهد فألحقه بأحدهما بالدليل الشرعى ، فإذا ألحق به صار حلالاً وقد يكون دليبه غير

(١) البخارى فى صحيحه : جـ ١ / ١٩ / كتاب الإيمان - باب فضل من استبرأ لدينه بلفظ الحلال بين - صحيح مسلم بشرح النووى : جـ ١١ / ٢٧-٢٨ / كتاب المساقاة ، باب أخذ الحلال وترك الشبهات - وهذا اللفظ لمسلم .

خال عن الاحتمال فيكون الورع تركه ويكون داخل في قوله - ﷺ - فمن اتقى الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه" (١).

ويستدل بهذا الحديث من يذهب إلى سد الذرائع إلى المحرمات وتحريم الوسائل إليها ، ويدل على ذلك أيضا من قواعد الشريعة تحريم قليل ما يسكر كثيره، وتحريم الخلوة بالأجنبية وتحريم الصلاة بعد الصبح وبعد العصر سداً لذريعة الصلاة عند طلوع الشمس وعند غروبها، ومنع الصائم من المباشرة إذا كانت تتحرك شهوته (٢).

ويمكن حصر الآثار المترتبة على التعامل بهذا الأسلوب في الآتي:

- ١- فتح أبواب للرزق الحرام مما يترتب عليه عدم طيب مطعم الإنسان .
- ٢- استجلاب غضب الله - تعالى - وحجب عونه وتوفيقه عن العباد .
- ٣- تعرض مجتمعات المسلمين للبلاء والأزمات في كل نواحي الحياة .
- ٤- فساد الجانب الأخلاقي في المجتمع الإسلامي .
- ٥- فساد الأسر وقيامها على أساس غير شرعي في تكوينها ورزقها .
- ٦- تعرض دين الإنسان وعرضه من عدم البراءة كما أخبر بذلك النبي - ﷺ - .

(١) شرح النووي على صحيح مسلم : جـ ١١ / ٢٧-٢٨ .

(٢) جامع العلوم والحكم لابن رجب الحنبلي : ص ٧٨ / دار الكتب العلمية - بيروت - لبنان .

الخاتمة

وتشتمل الخاتمة على الأمور الآتية :

الأمر الأول : النتائج التي تم التوصل إليها من خلال البحث.

الأمر الثاني : البديل لحلية هذا الأسلوب .

الأمر الثالث : التوصيات والمقترحات .

الأمر الأول

النتائج التي تم التوصل إليها من خلال البحث

بعد تناول واستعراض هذا الأسلوب من التسويق والمسمى (بالتسويق المباشر) وعرضه على أقوال الفقهاء من ناحية بعض العقود الشرعية التي لها وجه للشبه بينها ، وكذلك تناول المحظورات الشرعية التي تكتنف الموضوع وآثاره الشرعية والأخلاقية توصلت إلى النتائج الآتية:

أولاً: أن النظرة إلى هذا الموضوع من جانب من قال بحليته كانت غير دقيقة وغير شاملة لزوايا وجوانب الموضوع ، فكان تناول من بعض الجوانب وإغفال الجوانب الأخرى ، وبالتالي كانت الصورة للموضوع غير شاملة فكان الحكم قاصراً.

ثانياً: عدم وجود وجه شبه بين هذا الأسلوب وبين عقد الجعالة في الفقه الإسلامي ، ف عقد الجعالة شئ وهذا الأسلوب شئ آخر .

ثالثاً : كذلك قياس هذا الأسلوب على عقد البيع ومشابهته له أيضاً أمر غير دقيق ، ولكن ما اعتمد عليه القائلون بالحلية بالنسبة لعقد البيع والجعالة هو الشكل العام للعقد.



رابعاً : اشتمال هذا الأسلوب من التسويق على المحظورات الشرعية ،
وتعتبر هذه النقطة من أخطر النقاط لأنها الحاكمة على حرمة
الموضوع.

وبعد عرض هذه النتائج يتضح عدم اتفاق هذا الأسلوب من التسويق
مع قواعد الشريعة الإسلامية وضوابط الفقه الإسلامي ، وبالتالي عدم حليته
للتعامل خاصة في بلاد المسلمين ، وهذا ما أقصده ، أما في بلاد الغرب
فيتعاملون كيفما شاعوا لأن الضابط للأمور عندهم هي (المصلحة) فقط
بصرف النظر عن الحلية أو الحرمة.

الأمر الثاني

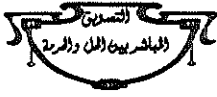
البديل لحلية هذا الأسلوب

وأ تصور لكي يحل هذا الأسلوب من التسويق لابد من سلوك عدة
نقاط:

١- أن تقوم الشركة بالتسويق لمنتجاتها عبر قنوات التسويق ، التفاضل
الإعلانات في الجرائد ، الإعلانات الثابتة في الشارع ، وبالتالي تتحمل
مصاريق هذه الدعاية، ثم تكون لها منافذ بيع ووقتها تباع الجهاز بأى
صورة كانت.

٢- الإتيان بأشخاص يعملون عندها كمندوبين يقومون بعملية التسويق
والترويج لمنتجاتها بدون أن يدفعوا مالا ، ثم تعطيهم أجرهم وحوافزهم
على قدر جهدهم وعملهم ، وفي هذه الحالة أيضا تباع الجهاز
بالصورة وبالسعر الذى تراه.

٣- أن يكون التسويق للمنتج عبر تجار جملة يأخذون المنتج ويقومون
بتوزيعه على تجار صغار (تجزئة) وبالتالي سيصل إلى المستهلك أيضاً
بأى سعر كان والمستهلك مخير بين الشراء وغيره.



الأمر الثالث

التوصيات والمقترحات

- ١- صدور تشريع قانوني يجرم التعامل بهذا الأسلوب لكي يمنع أى إنسان من الإقدام على هذه المعاملة.
- ٢- تصدر المؤسسات الدينية الرسمية لصدور فتوى رسمية تتعلق بهذا الموضوع لتقطع الجدل الذى قام بين المتخصصين من أهل الفقه والاقتصاد ، وبالتالي وضوح الرؤية للإنسان العادى.
- ٣- فتح منافذ لعمل الشباب والخارجين حتى لا يضطروا للدخول والعمل بمثل هذه الأساليب تحت وطأة الحاجة والضرورة.
- ٤- عمل توعية دائمة عبر الوسائل المتاحة من تلفاز ومطبوعات وغيرهما لتحذير الناس من خطورة مثل هذه الأساليب من التعامل .
- ٥- عدم فتح منافذ للشركات التى تتعامل بهذا الأسلوب داخل الدول الإسلامية مهما كان المبرر لذلك .

وصلى اللهم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

الدكتور

رمضان السيد القطان

مدرس الفقه بكلية الشريعة والقانون

بدمنهور



فهرس المصادر والمراجع

كتب التفسير :

- تفسير القرآن العظيم : للإمام أبي الفداء الحافظ ابن كثير الدمشقي ،
المتوفى فى سنة ٧٧٤ هـ دار الفكر للطباعة والنشر
والتوزيع . بيروت ، لبنان ، ط ثانية ١٤٠٨ هـ -
١٩٨٨ م .

- تفسير القرطبي المسمى بالجامع لأحكام القرآن : لأبى عبد الله محمد بن
أحمد الأنصارى القرطبي ، دار الريان للتراث .
كتب الحديث :

- جامع العلوم والحكم : لأبى أحمد بن رجب الحنبلى البغدادي ، دار الكتب
العلمية ، بيروت ، لبنان .

- صحيح البخارى بحاشية السندى : للعلامة المدقق أبى عبد الله محمد بن
اسماعيل البخارى دار إحياء الكتب العربية ، فيصل عيسى
البيابى الحلبي .

- صحيح مسلم بشرح النووي : دار الريان للتراث ، ١٤٠٧ هـ -
١٩٨٧ م .

كتب اللغة :

- أساس البلاغة : للإمام جار الله أبى القاسم محمود بن القاسم محمود بن
عمر الزمخشري ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .



- المصباح المنير : للعالم العلامة أحمد بن محمد بن علي الفيومي
المقري، المكتبة العصرية، بيروت، ط أولى
١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م.

- مختار الصحاح : للإمام محمد بن أبي بكر الرازي، ترتيب محمود
خاطر، دار الحديث، القاهرة.
كتب الفقه :

الفقه الحنفي :

- تبين الحقائق شرح كنز الدقائق : للعلامة فخر الدين عثمان بن علي
الزليعي الحنفي دار المعرفة للطباعة والنشر، بيروت،
لبنان، ط الثانية والأولى، بالمطبعة الكبرى الأميرية
بيولاق مصر المحمية سنة ١٣١٠.

- البحر الرائق شرح كنز الرقائق : للعلامة الشيخ زين الدين الشهير باين
نجيم المكتبة الماجدية - عبده كاه - طوغى رود،
باكستان.

- اللباب في شرح الكتاب : للشيخ عبد الغنى الغنيمي الدمشقي الحنفي،
المكتبة العلمية، بيروت لبنان.

- المبسوط : لشمس الدين السرخسي دار المعرفة للطباعة والنشر،
بيروت، لبنان ط الثالثة ١٣٩٨ هـ - ١٩٧٨ م.

- الهداية شرح بداية المبتدى : لشيخ الإسلام برهان الدين علي بن أبي
بكر المرغيناني متوفى ٥٩٣ هـ : دار السلام للطباعة
والنشر والتوزيع والترجمة.



- شرح فتح القدير: للإمام كمال الدين محمد بن عبد الواحد السيواسي المعروف بابن الهمام الحنفي متوفى سنة ٦٨١ هـ على الهداية شرح بداية المبتدى ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان .

- مجمع الأنهر في شرح ملتقى الأبحر : للفتية عبد الرحمن بن محمد بن سليمان المدعو بشيخ زاده الحنفي متوفى سنة ١٠٧٨ م دار الكتب العلمية - بيروت لبنان ، ط الأولى .

الفتية المالكي :

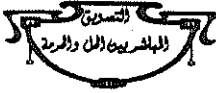
- بداية المجتهد ونهاية المقتصد : للإمام ابن رشد القرطبي - تحقيق أبو الزهراء حازم القاضي - مكتبة نزار مصطفى الباز ، الرياض - مكة المكرمة .

- التاج والإكليل : لأبي عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم العبدري الشهير بالمواق - متوفى سنة ٨٩٧ هـ - مطبوع مع المواهب .

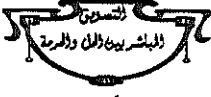
- الشرح الكبير : للشيخ احمد الدردير ، مطبوع مع حاشية الدسوقي، دار إحياء الكتب العربية ، فيصل عيسى البابي الحلبي .

- الفواكه الدواني على رسالة ابن زيد القيرواني : للشيخ أحمد بن غنيم بن سالم النفراوى المالكي - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م .

- المدونة الكبرى : للإمام مالك بن انس رواية سحنون بن سعيد عن الإمام عبد الرحمن بن قاسم ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ١٤١١ هـ - ١٩٩١ م .



- المعونة على مذهب عالم المدنية : تأليف القاضي عبد الوهاب البغدادي ، تحقيق عيسى عبد الحق ، مكتبة نزار مصطفى الباز - الرياض - مكة المكرمة .
- الموطأ : للإمام مالك بن أنس تصحيح وتعليق محمد فؤاد عبد الباقي - دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابي الحلبي .
- التفریح : لأبي القاسم عبد الله بن الحسين بن الحسن بن الجلاب متوفى سنة ٣٨٨ هـ تحقيق حسن بن سالم الدهماتي - ط الأولى - دار الغرب الإسلامي ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٧ م .
- حاشية الدسوقي على الشرح الكبير : للعلامة شمس الدين الشيخ محمد عرفه الدسوقي ، دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابي الحلبي .
- حاشية العدوى على شرح أبو الحسن : المسمى كتابة الطالب الرياتي لرسالة ابن أبي زيد القيرواني ، ضبط وتصحيح يوسف محمد البقاعي ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م .
- شرح زروق على متن الرسالة : للعلامة أحمد بن محمد البرنسي الفاسي المعروف بزروق متوفى سنة ٨٩٩ ، دار الفكر للطباعة ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م .
- شرح ابن ناجي على متن الرسالة : للعلامة قاسم بن عيسى بن ناجي التنوخي الغروي متوفى سنة ٨٣٧ مطبوع مع شرح زروق - دار الفكر .



- شرح حدود بن عرفه : للإمام أبى عبد الله محمد الأنصارى الرصاع متوفى سنة ٨٩٤ تحقيق الطاهر المعمورى - دار الغرب الإسلامى ، ط الأولى سنة ١٩٩٣ .
- مقدمات ابن رشد : للحافظ أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد المتوفى سنة ٥٢٠ هـ مطبوع مع المدونة الكبرى - دار الفكر للطباعة والنشر .
- مواهب الجليل لشرح مختصر خليل : لإمام المالكية فى عصره أبى عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربى المعروف بالحطاب - دار الفكر - ط الثالثة ١٤٠٢ هـ - ١٩٩٢ .

الفقه الشافعى :

- المذهب فى فقه الإمام الشافعى : للإمام أبى إسحاق إبراهيم بن على بن يوسف الفيروزابادى الشيرازى - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت لبنان .
- النظم المستعذب فى شرح غريب المذهب: للعلامة محمد بن أحمد بن بطل الركبى مطبوع مع المذهب.
- الوسيط فى المذهب : للإمام محمد بن محمد بن محمد الغزالى متوفى سنة ٥٠٥ ، تحقيق محمد محمد تامر دار السلام - ط الأولى ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م.
- روضة الطالبين وعمدة المفتين : للإمام النووى - المكتب الإسلامى ، زهير الشاويشى ط الثانية ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م.

- قلوبى وعميرة : حاشيتنا الإمامين المحققين الشيخ شهاب الدين القلوبى والشيخ عميرة على شرح العلامة جلال الدين المحلى على منهاج الطالبين للإمام النووى - دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابى الحلبى .

- معنى المحتاج إلى معرفة ألقاظ المنهاج : شرح الشيخ محمد الخطيب الشربيني على منهاج الطالبين للإمام النووى - دار الفكر للطباعة والنشر .

الفتاوى الحنبلى:

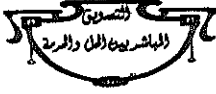
- الشرح الكبير على متن المقتنع : للشيخ العلامة شمس الدين أبى الفرج عبد الرحمن بن أبى عمر محمد بن أحمد بن قدامة المقدس متوفى سنة ٦٨٢ هـ ، مطبوع مع المغنى .

- الكافى فى فقه الإمام أحمد بن حنبل : تأليف شيخ الإسلام أبى محمد توفيق الدين عبد الله بن قدامة المقدسى ، المكتب الإسلامى - بيروت ، لبنان ، تحقيق زهير الشاويشى - ط الأولى والثالثة ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م .

- الإقناع فى فقه الإمام أحمد بن حنبل : للإمام قاضى دمشق العلامة شيخ الإسلام أبى النجا شرف الدين موسى الحجاوى المقدسى متوفى سنة ٩٦٨ هـ تعليق عبد اللطيف موسى السبكي - دار المعرفة للطباعة والنشر ، بيروت - لبنان .

- المغنى : تأليف الإمام موفق الدين أبى محمد عبد الله بن أحمد بن قدامة متوفى سنة ٦٢٠ هـ دار الفكر ١٤١٤ هـ - ١٩٩٤ .

- المبدع في شرح المقنع : لأبي إسحاق برهان الدين إبراهيم بن محمد بن مفلح المؤرخ الحنبلي متوفى سنة ٨٨٤ هـ - المكتب الإسلامي .
- شرح الزركشى على مختصر الخرقى : للإمام شمس الدين محمد بن عبد الله الزركشى المصرى الحنبلى متوفى سنة ٧٧٢ هـ - تحقيق عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين ، مكتبة ، الرياض ، ط الأولى ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م .
- كشاف القناع على متن الإقناع : للشيخ منصور بن يونس بن إدريس البهونى - تعليق هلال مصلحى ومصطفى هلال - عالم الكتب - بيروت ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م .
- مجموعة الفتاوى : لشيخ الإسلام تقي الدين أحمد بن تيمية الحرانى متوفى سنة ٧٢٨ دار الوفاء للطباعة والنشر ، المنصورة، ط الأولى ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م .
- منتهى الإيرادات فى جمع المقنع فى التنقيح والزيادات : لتقى الدين محمد بن أحمد الفتوحى الحنبلى المصرى الشهير بابن النجار - تحقيق عبد الغنى عبد الخالق عالم الكتب .
- كتب اقتصادية :
- التسويق ، المفاهيم والاستراتيجيات : للدكتور محمد فريد الصحن ، دار الجامعة طبع ، ونشر وتوزيع ، الإبراهيمية ، الاسكندرية .



فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
المقدمة	٣
المبحث الأول : فى الوقوف على أبعاد الموضوع ومحتوياته .	٨
المطلب الأول : مفهوم التسويق فى المنظور الاقتصادى وأهميته .	٨
المطلب الثانى : أنواع التسويق أو أساليب التسويق .	١١
المطلب الثالث : الدعاية والإعلان فى المنظور الإسلامى .	١٧
المطلب الرابع : أصل المشكلة محل البحث .	٢٠
المبحث الثانى : أحكام بعض العقود فى الفقه الإسلامى وتطبيقاتها على التسويق المباشر .	٢٣
المطلب الأول : أحكام عقد الجعالة فى الفقه الإسلامى .	٢٣
المطلب الثانى : أحكام عقد البيع فى الفقه الإسلامى .	٣١
المبحث الثالث : المحظورات الشرعية فى التسويق المباشر .	٤٢
المطلب الأول : شبهة الغرر .	٤٢
المطلب الثانى : شبهة المقامرة والرهان غير المشروع .	٤٧
المطلب الثالث : شبهة الاحتكار .	٥٣
المطلب الرابع : شبهة الجهالة فى العلاقة بين الشركة ومن يعمل فيها .	٥٧
المبحث الرابع : الآثار المترتبة على التسويق المباشر .	٦١
الخاتمة	٦٥