

## تسويق متعدد المستويات التجاري في منظور الفقهاء

عبد الودود نفيس

abdul.wadud@iain-jember.ac.id

الجامعة الإسلامية الحكومية جember

محمد فوزين الدين فايز

Fauzinudin.faiz@iain-jember.ac.id

الجامعة الإسلامية الحكومية جember

## ملخص البحث

تسويق متعدد المستويات التجاري هو تركيب التسويق الذي استخدمته بعض الشركات كتنخطيط كلي لتسويق منتجاتها. وهذا التركيب تم تصميمه لتكوين رجال التسويق القائمين ببيع منتجات الشركة على أن يكافأ المروجون لهذه المنتجات على بيعهم لها أفراداً، بل يكافأون على بيع المروجين الآخرين الذين قاموا بتعريفهم هذه الشركة فيكون الخط التحتي من الناشرين المروجين وهيئة من المستويات المتعددة لمكافآت مختلفة في صورة الهرم وان الناس في تردد بين القبول والرفض، فمنهم من يقبل بدون شرط ولا نظر إلى عين المعاملة، ومنهم من يرفض بدون التعمق في أي وجه كان الخطر وهل هو حقيقي أم خيالي

## مقدمة

الحمد لله الذي أنزل على عبده الكتاب ليهتدي به ويرشد أمته إلى سبيل الرشاد، والصلاة والسلام على سيد المرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

ومن أهمية هذا الموضوع، أن المسمى "تسويق متعدد المستويات التجاري" يسبب الناس في تردد بين القبول والرفض، فمنهم من يقبل بدون شرط ولا نظر إلى عين المعاملة، ومنهم من يرفض بدون التعمق في أي وجه كان الخطر وهل هو حقيقي أم خيالي. فمعرفة حقيقة هذا التسويق يعطي الناس الفهم ويصدر لهم ما هو أقرب للصواب.

ومن أسباب اختيار موضوع تسويق متعدد المستويات التجاري ، أن الناس يتساءلون عن مثل هذه المعاملات، فلا بد ممن يقوم بشرح حكمها لهم. وأيضاً، لكشف بعض الشبهات والاهتمات من بعض الناس لمثل هذه المعاملات.

## بحث

### الفصل الأول: تعريف تسويق متعدد المستويات التجاري

**المطلب الأول:** معنى التسويق هو عملية تتعلق بترويج السلع أو الخدمات لبيعها<sup>1</sup>

**المطلب الثاني:** معنى المتعدد: المتعدد مأخوذ من التعدد بمعنى زيادة في العدد.<sup>2</sup>

**المطلب الثالث:** معنى المستويات: المستويات جمع من المستوى وهو اسم مكان لفعل استوى ومعناه التماثل<sup>3</sup>

**المطلب الرابع:** المراد بالمعاني عند تركيبها: وهو يرجع إلى المراد بالعبارة المركبة في الإنجليزية (*Multi Level Marketing*)، وهو تركيب التسويق الذي استخدمته بعض الشركات كتنخطيط كلي لتسويق منتجاتها. وهذا التركيب تم تصميمه لتكوين رجال التسويق القائمين ببيع منتجات الشركة على أن يكافأ المروجون لهذه المنتجات على بيعهم لها أفراداً، بل يكافأون على بيع المروجين الآخرين الذين قاموا بتعريفهم هذه الشركة فيكون الخط التحتي من الناشرين المروجين وهيئة من المستويات المتعددة لمكافآت مختلفة في صورة الهرم<sup>4</sup>.

### الفصل الثاني: العناصر اللازمة لتسويق متعدد المستويات التجاري

---

<sup>1</sup> لسان العرب، ج 14 ص 281

<sup>2</sup> لسان العرب، ج 14 ص 408

<sup>3</sup> لسان العرب، ج 14 ص 408

<sup>4</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level\\_marketing](http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing)

#### المطلب الأول: الشركة

وهي منشأة تزاوّل نشاطا اقتصاديا معينا، ويتملك رأسمالها أكثر من شخص واحد والفرق بين هذه والشركات الأخرى أنّها تستخدم تسويق متعدد المستويات التجاري كطريقة وحيدة في تسويق منتجاتها.<sup>5</sup>

وتكون هذه الشركات هي التي أسست تنظيم تسويقها عادة وتكون في بعض الأحيان تعمل اتفاقا مع شركة أخرى تقدم خدمة معينة في تسويق منتجاتها عن طريق تسويق متعدد المستويات التجاري فتكون الشركة الأخرى ناشرة رسمية لمنتجات الشركة الأولى.

#### المطلب الثاني: المتاجرة المسوّقة

كما تكون المتاجرة المسوّقة بضائع وسلعا نافعة تكون أيضا خدمات يحتاجها الناس، والأمثلة على البضائع المسوّقة عن طريق هذا التسويق كثيرة جدا منها المواد الغذائية الطبيعية والمواد الغذائية الإضافية والأدوية الخيارية الطبيعية والمستحضرات التجميلية والآلات أو الأجهزة الصحية والاحتياجات المنزلية وغيرها وأما الخدمات فمثل التأمينات الشخصية والعائلية والإعلانات التجارية عبر الإنترنت وغير ذلك من الخدمات.

#### المطلب الثالث: البيع

هو تعريف المنتجات للمستهلك والتركيز على نشاط مبادلة السلع بالنقود

#### المطلب الرابع: خطة المكافأة

المراد بخطة المكافأة (Reward Plan) هي خطة توزيع المكافأة على المسوقين مقابل نجاحهم في بيع منتجات الشركة أو مقابل نجاح المسوقين الآخرين في بيع منتجات الشركة وكانوا في الخط التحتي بالنسبة إلى الأولين وتختلف نسبة المكافأة لكل المسوقين حسب درجتهم في الخطة وحجم مبيعاتهم.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> موسوعة المصطلحات الاقتصادية، د/حسين عمر، دار الشروق، جدة، 1399 هـ/1279م، الطبعة الثالثة، ص138

<sup>6</sup> <http://www.firstclassmlm.com/2007/11/28/mlm>

## عبد الودود نفيس

فخطة المكافأة هي طريقة المكافأة التي وضعتها الشركة في مكافأة أعضاء تنظيمتسويق متعدد المستويات التجاري في كسب المشتريين أو في تجنيد الآخرين الذين يستطيعون أن يكسبوا المشتريين. وسميت هذه الخطة أيضا بخطة التسويق (Marketing Plan) وخطة الأجر (Compensation Plan)

وتنقسم الخطة إلى خمسة أنواع<sup>7</sup> وهي:

خطة المستوى الموحد (Unilevel Plan) خطة درجة السلم والتفريق الجانبي (Stairstep and Breakaway Plan) خطة القالب (Matrix Plan) خطة البناء (Binary Plan) خطة المهجين (Hybrid Plan)

وكل واحدة من هذه الخُطَط تختلف من الأخرى بساطة وتعقداً ووسعا وضيقا وضحلا وعمقا وتحريرا وتحديدًا وليس المراد من هذه المقالة ذكر تعريفاتها مفصلة، ولكن الملاحظ في واقع الميدان أن الناس ينجحون ويفشلون في جميع هذه الخطط<sup>8</sup>.

المطلب الخامس: المسوقون والمروجون

هم الذين يشتركون في تنظيم تسويق منتجات شركة معينة على نمط تسويق متعدد المستويات التجاري وُسّموا أيضا بالناشرين (Distributors) أو الأعضاء (Member)، وينقسم المسوقون والمروجون إلى ثلاثة أقسام حسب المصطلحات المستعملة في مثل هذا التسويق نظرا إلى مكانته في شبكة التسويق علوا ودنوا، وهي كالاتي:

الخط الفوقي (Upline)

وهو الذي يشترك ويسجل اسمه في تنظيم تسويق متعدد المستويات التجاري لشركة معينة قبل الآخرين ويكون مستواه في خط التجنيد (Sponsoring Line) أعلى منهم وإذا قام الخط الفوقي نفسه بتعريف الآخرين عن الشركة ومنتجاتها وتجنيدهم سُمي كفيلا (Sponsor) وإذا كان الخط الفوقي توجد تحته شبكة التسويق العظيمة سمي قائدا (Leader)

الخط النحّي (Downline)

---

<sup>7</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level\\_marketing](http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing)

<sup>8</sup> <http://www.profitclinic.com/MLM/whats->

وهو الذي يشترك ويسجل اسمه في تنظيم تسويق متعدد المستويات التجاري لشركة معينة بعد الآخرين ويكون مستواه في خط التجنيد أدنى منهم وإذا كان الخط التحتي هو الذي باشره كفيله بتعريف الشركة ومنتاجاتها سُمي الخط الأمامي. (Frontline)

الخط التقاطعي (Crossline)

هو الذي يشترك ويسجل اسمه في نفس تنظيم تسويق متعدد المستويات التجاري لشركة معينة وليس في نفس خط التجنيد مع الآخرين فلا يعلوهم ولا يسفلهم فيه رغم أنهم في نفس التنظيم وفي نفس الشركة وسمي أيضا باسم الخط الجاور.<sup>9</sup> (Sideline)

وكل من هؤلاء إذا اشترى منتجات الشركة بالجملة واختزنها وأصبح ناشرا أوليا مسؤولا في نشر المنتجات للناشرين البائعين بالتجزئة في منطقة معينة سمي حازانا (Stockist) أو حازانا متجولا (Mobile Stockist) إذا انتقل من مكان إلى مكان في نفس المنطقة.

المطلب السادس: تدريب المسوّقين والمروّجين

والمراد به تدريبهم حتى يكونوا خبراء في أعمالهم فيؤدوها بسهولة ويستطيعوا تعليم الخط الأمامي لهم حتى يصيروا أمثالهم فيستطيع هؤلاء المتأخرون تعليم الخط الأمامي لهم حتى يصيروا أمثالهم وهلم جرا. وهذا ما يسمونه بالنسخ (Duplication) ويعني به نسخ المعلومات والخبرات والملكية الشخصية في تسويق المنتجات وتجنيد الآخرين وحثهم على البيع، وهو نسخ تام للخط الفوقي إلى الخط التحتي فيصبح جميع أعضاء تنظيم التسويق على نمط واحد وقدرة سوية فتمشي شبكة التسويق بقوة فعالة في تسويق المنتجات وإيجاد البيوع وكسب المشترين المستهلكين والمسوقين الجدد فتصبح أضعافا مضاعفة في حجمها وبالتالي تكسب الشركة ببيوعات كثيرة فتربح أموالا كثيرة كما يربح المسوقون بأخذ المكافآت الضخمة والعمولات الكبيرة من الشركة<sup>10</sup>.

ويلخص بعض الخبراء بأن هذا التدريب يكون بثلاثة أشياء، وهي:

التدريبات الشخصية.

<sup>9</sup> marketing.com/network-marketing-glossary.html

<sup>10</sup> انظر MIC Publishing، MLM Leaders، The Secret Book of MLM، سورابايا، 2007، م، الطبعة الثالثة، ص 116-117

## عبد الودود نفيس

وهي بحضورهم التدريبات الرسمية الأساسية والتقدمية من قبل نظام التأييد (Support System) التي قررتها الشركة واستماعهم للأشرطة تشمل على الحث والاعترافات لمنتجات الشركة والكيفيات وقراءتهم بعض الكتب تتكلم عن تعريف منتجات الشركة وكيفية تطوير الشبكة والتطوير الشخصي والقدرة على قيادة الآخرين ومشاهدة الأفلام عن الاجتماعات الرسمية من قبل الشركة تثير الحماسة عند المسوقين.

الخبرات الميدانية.

وهي خبرات اكتسبها المسوقون أثناء عملية التسويق فشلا كان أو نجاحا. المناقشات والاستشارات. وهي المناقشات ما بينهم عن مميزات وعيوب المنتجات أو نظام التسويق والاستشارات في الأشياء الإيجابية والسلبية.

ولكسب النجاح في العمل بالتسويق المتعدد المستويات، لا بد لكل مسوق أن يعطي خمسا إلى عشر ساعات في كل أسبوع خلال ستة أشهر متتالية في هذه التدريبات والعمل بها.

المطلب السابع: شبكة التسويق

والمراد منها سلسلة المسوقين من الخط الفوقي والخط التحتي تكون شبكة تسويق متعدد المستويات التجاري، وليست هذه الشبكة دليلا على علو درجة بعض المسوقين على الآخرين في خطة المكافأة فيستحقوا مكافآت أكثر من غيرهم لأنه قد يكون من في الخط التحتي أنشط وأكثر يبيعا وتجنيدا من الخط الفوقي الذي يكسل في عمله فيبيع قليلا ويجند قليلا. فمن كان يبيع أكثر ويستوفي شروطا مطلوبة في ترقية درجته في خطة المكافأة يأخذ درجة أرفع من الآخرين ولو كانوا في الخط الفوقي.

المطلب الثامن: تجنيد المسوقين والمروجين

وهو عملية جذب وإدخال من لم يكن عضوا لتنظيم التسويق إليه ليكون مددا للمجنّد في تطوير شبكة تسويقه. وهذه العملية هي الفرق الظاهر بينه وبين أنواع التسويق الأخرى. ويغلب على العادة أن يسبق هذه العملية تعريف كامل عن الشركة ومنتجاتها للمجنّد.

المطلب التاسع: تسجيل المسوقين

والمراد منه تسجيل المَختد الجديد في الشركة ليكون مسوقا وناشرا رسميا لمنتجات الشركة، وفي غالب الأحيان يلزمه رسم التسجيل (Registration Fee) يدفع مقدما مقابل الطقم البدائي (Starter Kit) وإذا تنازل عن عضويته في مدة معينة مقدارها 30 إلى 90 يوما، يجوز له أن يسترجع ما دفعه من رسوم التسجيل مقابل أن يرجع الطقم البدائي إلى الشركة.

### الفصل الثالث تسويق متعدد المستويات التجاري في نظر الفقهاء

بعد العرض السابق لمفهوم تسويق متعدد المستويات التجاري تقتضي الأمانة العلمية أن يعرض البحث في حكمتسويق متعدد المستويات التجاري ، وقد اختلف الفقهاء المعاصرون في حكم تسويق متعدد المستويات التجاري إلى فريقين كما يأتي:

**الفريق الأول:** ذهب بعض الفقهاء المعاصرين<sup>11</sup> إلى جواز تسويق متعدد المستويات التجاري ، منهم دار الإفتاء الليبية والتونسية ولجنة الفتوى بالأزهر<sup>12</sup> ولجنة الفتوى بالجامعة الأردنية والشيخ عبد الله بن حبرين والشيخ سلمان العودة، واستدلوا على ذلك بعدة أدلة<sup>13</sup>:

1. قوله تعالى { :وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } البقرة 275 / ، وأل التعريف تقتضي العموم، فيكون الأصل في البيوع الإباحة ما لم يرد نص بتحريمه، وتسويق متعدد المستويات التجاري معاملة مستحدثة لم يرد فيه نص.

قال العلامة أبو الحسن الماوردي في الحاوي الكبير: "أن الأصل في البيوع الإباحة: لعموم قوله عز وجل: وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا"<sup>14</sup>

2. التسويق المتعدد المستويات نوع من السمسرة، والعمولات التي يأخذها المسوق مقابل الدلالة والترويج لمنتجات الشركة.

قال بن حجر العسقلاني في تعليق التعليق: "ولم ير ابن سيرين وعطاء وإبراهيم والحسن بأجر السمسار بأسا قال ابن عباس لا بأس أن يقول بع هذا الثوب فما زاد على كذا وكذا فهو لك"<sup>15</sup>

<sup>11</sup> انظر مجموعة من الفتاوى المرئية والمكتوبة على موقع egyptway، <https://goo.gl/O4WUa>

<sup>12</sup> ، انظر :موقع جريدة الوفد ، <https://goo.gl/78jn8Z> ،

<sup>13</sup>التسويق الشبكي تحت المجهر ، زاهر سالم،ص16

<sup>14</sup>الحاوي الكبير، أبو الحسن الماوردي في ج 5 ص 454

تسويق متعدد المستويات التجاري نوع من الوكالة بأجر، فتقوم الشركة بإبرام عقد وكالة مع المسوق لترويج المنتجات مقابل عمولات على ذلك الجهد. أن عمولة التسويق الشبكي تدخل في باب الجعالة؛ قال النووي في المجموع "الجعل والجعيلة، وأما تعريفها شرعا فهو التزام عوض معلوم على عمل معين معلوم أو مجهول. بمعنى أو مجهول 16"، فإذا أتى المسوق بعملاء حدد استحق العمولة وإلا فلا.

قال ابن قدامة في المغني: "وإن وكل في بيع أو شراء أو حج إستحق الأجر إذا عمله وإن لم يقبض الثمن في البيع<sup>17</sup>"

**الفريق الثاني:** ذهب جمهور الفقهاء المعاصرين إلى تحريم تسويق متعدد المستويات التجاري، ومنهم مجمع الفقه الإسلامي بالسودان، ودائرة الإفتاء الأردنية، ودار الإفتاء المصرية، واللجنة الدائمة للإفتاء بالعودية، ودار الإفتاء الفلسطينية، والدكتور سامي السويلم وهو أول من حرر الكلام في المسألة، والدكتور يوسف الشبيلي والدكتور أحمد الحجى الكردي والدكتور حسين شحاته والدكتور حسام الدين عفانة وغيرهم، وقد استدلووا على ذلك بعدة أدلة وهي<sup>18</sup>:

1. وجود القمار والميسر الذي ورد الشرع بتحريمه لما فيه من المخاطرة والغرر؛ قال الله تعالى { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ } المائدة. 90 /

فالمنتج غير مقصود في المعاملة، فيكون المشترك قد دفع أموالا مقابل احتمالية الحصول على أرباح أعلى أو الخسارة ذلك.

جاء في فتوى لدائرة الإفتاء الأردنية: "أسلوب تسويق متعدد المستويات التجاري وأخذ العمولات عليه ليس من السمسرة الشرعية في كثير من صورته المنتشرة اليوم، بل هو من باب الميسر والمقامرة المحرمة؛ لأن المشتركين عادة لا يشتركون إلا بغرض تحصيل المكافآت على إحضار زبائن آخرين، فإذا جلب المشترك عدداً من الزبائن، وحقق شروط الشركة أخذ عمولته التي قد تزيد أو قد تنقص عن المبلغ الذي دفعه ابتداء، وإذا فشل خسر المبلغ كله، وهذا الاحتمال يُدخلُ المعاملة في شبهة الغرر والميسر.

<sup>15</sup> تغليق التعليق: أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، ج 2 ص 117

<sup>16</sup> المجموع، النووي ج 15 ص 115

<sup>17</sup> المغني، ابن قدامة الكتاب ج 5 ص 210

<sup>18</sup> موقع دائرة الإفتاء الأردنية، <https://goo.gl/cMgUgh>، والأشقر، أسامة عمر، التسويق الشبكي من منظور فقهي، ص 15، وموقع طريق

الإسلام، <https://goo.gl/mpAxMQ>.



فمناط التحريم هو اضطرار المشترك إلى دفع مال مسبقاً، سواء على سبيل الاشتراك أو على سبيل شراء بضاعة غير مقصودة :  
انتهى<sup>19</sup>.

وقال ابن القيم في إعلام الموقعين عن رب العالمين: وقد تظاهرت أدلة الشرع وقواعده على أن القصد في العقود معتبرة ، وأنها تؤثر في صحة العقد وفساده وفي حله وحرمته ، بل أبلغ من ذلك ، وهي أنها تؤثر في صحة العقد وفساده وفي حله وحرمته ، بل أبلغ من ذلك ، وهي أنها تؤثر في الفعل الذي ليس بعقد تحليلاً وتحريماً فيصير حلالاً تارة وحراماً تارة باختلاف النية والقصد ، كما يصير صحيحاً تارة وفساداً تارة باختلافها ، وهذا كالذبح فإن الحيوان يحل إذا ذبح لأجل الأكل ويحرم إذا ذبح لغير الله ، وكذلك الحلال يصيد الصيد للمحرم فيحرم عليه ويصيده للحلال فلا يحرم على المحرم ، وكذلك الرجل يشتري الجارية بنوي أن تكون لموكله فتحرم على المشتري وينوي أنها له فتحل له ، وصورة العقد واحدة ، وإنما اختلفت النية والقصد ، وكذلك صورة القرض وبيع الدرهم بالدرهم إلى أجل صورتها واحدة وهذا قرينة صحيحة وهذا معصية باطلة بالقصد<sup>20</sup>

2. وجود الربا بنوعيه، ربا الفضل و ربا النسيئة (في المعاملة؛ جاء في فتوى اللجنة الدائمة للإفتاء: "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 للمشترك، فلا تأثير له في الحكم"<sup>21</sup>.

قال ابو حسن في إعانة الطالبين: "قوله: (حرم ربا) هو بالقصر لغة الزيادة، قال الله تعالى: \* (اهتزت وربت) \* أي زادت ونمت.

وشرعاً: عقد واقع على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع، أو واقع مع تأخير في البدلين، أو أحدهما"<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> موقع دائرة الإفتاء الأردنية، <https://goo.gl/cMgUgh>.

<sup>20</sup> إعلام الموقعين عن رب العالمين .ابن القيم الجوزي ج 3 ص 303 .

<sup>21</sup> موقع الرئاسة العامة للبحوث العلمية والإفتاء، <https://goo.gl/iTMjg6>.

إعانة الطالبين ،: ابو حسن ج 3 ص 470 <sup>22</sup>

## عبد الودود نفيس

3. أكل أموال الناس بالباطل، ووجه ذلك أن أصحاب الشركة والمتربعين على رأس الهرم هم من يجنون الأرباح الطائلة على حساب الطبقة الدنيا التي لا تتمكن من الحصول على الأرباح المرغوبة لتشيع السوق أو استنفاد قوائم المشترين من معارفه أو غير ذلك.

وقد يظهر ذلك من خلال عجز المسوق عن الإتيان بالشرط اللازم مع إتيانه بعملاء جدد، فهو يحسر جهده والتكاليف التي تكبدها، وتحصل الشركة على الأرباح.

4. دخول الغش والتدليس في المعاملة، من خلال المبالغة والتهويل بفوائد السلعة المروجة، أو إغراء المشترين الجدد بالعمولات الضخمة التي سيحصلونها من اشتراكهم.

5. أها من الغرر المحرم شرعاً، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشترين أم لا؟! وتسويق متعدد المستويات التجاري 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 راجحاً، 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، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ. رواه مسلم

### مناقشة ادلة المحوزين لتسويق متعدد المستويات التجاري

قوله تعالى { وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } البقرة 275 / ، وأل التعريف تقتضي العموم، فيكون الأصل في البيوع الإباحة ما لم يرد نص بتحريمه، والتسويق الشبكي معاملة مستحدثة لم يرد فيه نص.

ويمكن أن يناقش هذا الدليل بأنه خارج محل النزاع؛ لأن كلا الفريقين متفق على أن الأصل في المعاملات الإباحة، والاختلاف قد وقع بسبب وجود محظورات في المعاملة.

تسويق متعدد المستويات التجاري نوع من السمسرة، والعمولات التي يأخذها المسوق مقابل الدلالة والترويج لمنتجات الشركة.

وقد أجاب المانعون بأن عقد السمسرة يحصل السمسار بموجبه على أجر لقاء ترويج السلعة وأن مقصود العقد الترويج للسلعة، وأما التسويق الشبكي فيدفع المسوق الأجر ليقوم بالتسويق، ومقصود العقد الترويج للعمولات والأرباح وليس للسلع.

أنسويق متعدد المستويات التجاري نوع من الوكالة بأجر، فتقوم الشركة بإبرام عقد وكالة مع المسوق لترويج المنتجات مقابل عمولات على ذلك الجهد. أن عمولة التسويق الشبكي تدخل في باب الجعالة؛ وقد عرفها: **الماوردي في الإقناع** "التزام عوض معلوم على عمل معين معلوم أو مجهول" فإذا أتى المسوق بعملاء حدد استحق العمولة وإلا فلا.

وقد أجب بأن الجعالة لا يقدم المجهول له مالا ابتداء فهو لا يخسر سوى جهده، وأما في التسويق الشبكي فالمسوق يقدم مالا في أي صورة كان.

#### الخاتمة

فيستطيع الباحث أن يقول بأن العلماء المعاصرين قد اختلفوا في حكم تسويق متعدد المستويات التجاري على القولين بعضهم جوزوا لأن تسويق متعدد المستويات التجاري من باب عقد البيع والسمسرة والاحارة بالاجرة وبعضهم حرموا لأن تسويق متعدد المستويات التجاري تضمنت الميسر و الربا المحرم والغش والغرر.

والله اعلم بالصواب

#### فهرس المراجع

القرآن الكريم

إعلام الموقعين عن رب العالمين .ابن القيم الجوزي

تغليق التعليق : أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي

الإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع، **الماوردي في القناع**

الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم، أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري

<sup>1</sup>لسان العرب،

التسويق الشبكي تحت المجهر ، زاهر سالم، ص

الإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع

التسويق الشبكي من منظور فقهي ، أسامة عمر

المجموع، النووى

[http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level\\_marketing](http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing)

موسوعة المصطلحات الاقتصادية، د /حسين عمر، دار الشروق، جدة، 1399 هـ-1279م، الطبعة الثالثة،

<http://www.firstclassmlm.com/2007/11/28/mlm>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level\\_marketing](http://en.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing)

<http://www.profitclinic.com/MLM/whats->

[marketing.com/network-marketing-glossary.html](http://marketing.com/network-marketing-glossary.html)<sup>1</sup>

116- MIC Publishing، MLM Leaders، The Secret Book of MLM ، سورابايا، 2007 م، الطبعة الثالثة، ص-

117

<https://goo.gl/O4WAUa>، egyptway موقع على مكتوبة المرئية والمكتوبة على موقع egyptway،

<https://goo.gl/78jn8Z> ، جريدة الوفد ،

<https://goo.gl/mpAxMQ>، وموقع طريق الإسلام، <https://goo.gl/cMgUgh>،<sup>1</sup> موقع دائرة الإفتاء الأردنية،

<https://goo.gl/cMgUgh>،<sup>1</sup> موقع دائرة الإفتاء الأردنية،

<https://goo.gl/iTMjg6>،<sup>1</sup> موقع الرئاسة العامة للبحوث العلمية والإفتاء،