

الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية (دراسة فقهية معاصرة)

إعداد الدكتورة

الفت سعد إسماعيل عبيد

أستاذ مساعد بكلية العلوم والدراسات الإنسانية

جامعة شقراء - المملكة العربية السعودية

الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية (دراسة فقهية معاصرة)

الفتى سعد إسماعيل عبيد

قسم الشريعة الإسلامية - كلية العلوم والدراسات الإنسانية - جامعة شقراء -
المملكة العربية السعودية.

البريد الإلكتروني: aismael@su.edu.sa

المُلخَص :

يشهد العصر الحالي ثورة إلكترونية في كافة المجالات، ومن هذه المجالات التجارة الإلكترونية، فتم إنشاء مواقع للتجارة الإلكترونية، وتبعها إنشاء عدد من شركات الوساطة للمساعدة في إتمام الصفقات التجارية عبر الإنترنت، ولم يقتصر الأمر على الشركات بل تعدى ذلك إلى ابتكار البعض وخصوصاً الشباب مشروع الوسيط التجاري بشكل فردي، ولأهمية بيان الأحكام الفقهية المتعلقة بهذا الموضوع قمت بإعداد هذا البحث واشتمل على:

تمهيد: تناول بيان مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول: في صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية (السمسة الإلكترونية، التسويق الشبكي) والفرق بينهما، وخصائص عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني: في حكم التجارة الإلكترونية، وحكم إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية في صورة (السمسة الإلكترونية، التسويق الشبكي)، والضوابط الشرعية لإبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الوسيط الفردي - التجارة الإلكترونية - صور إبرام الوسيط الفردي - عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية - السمسة الإلكترونية - التسويق الشبكي .

Individual Mediator in E-Commerce (Contemporary Jurisprudence Study)

olfat Saad Ismail Obaid

Department of Islamic Sharia - College of Science
and Humanities - Shaqra University - Kingdom of
Saudi Arabia.

Email: aismael@su.edu.sa

Abstract

The current era is witnessing an electronic revolution in all areas, and among these areas is e-commerce, so e-commerce sites have been created, and a number of brokerage firms have been established to help complete commercial deals via the Internet, and not only companies have gone beyond that to innovate some, especially young people, the mediator project Commercial individually, and for the importance of clarifying jurisprudence provisions related to this topic I have prepared this research and included:

Introduction: Address the concept of an individual broker in e-commerce.

The first chapter: In the forms of an individual entering into a mediation contract in electronic commerce (electronic brokerage, network marketing) and the difference between them, and the characteristics of a mediation contract in electronic commerce.

Chapter Two: In the ruling on electronic commerce, the ruling for an individual to enter into a mediation

contract in electronic commerce in the form of (electronic brokerage, network marketing), and legal controls for an individual entering into a mediation contract in electronic commerce.

Keywords: individual broker - e-commerce - pictures of individual brokerage - brokerage contract in e-commerce - e-brokerage - network marketing.



المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه،

وبعد:

يعتبر العصر الحديث هو عصر الثورة المعرفية والتطور التكنولوجي بشتى أنواعه، وتعد التجارة الإلكترونية إحدى ثمرات التطور التقني الذي شهده هذا العصر في جميع المجالات بشكل عام، وفي مجال شبكات الاتصال وتقنية المعلومات بشكل خاص، والتي تتكون من أسواق إلكترونية تتألف من عدد ضخم من المتاجر الافتراضية حيث المنافسة الكاملة، والتي تتحقق في ظل حرية التجارة كأثر من آثار التجارة الإلكترونية حيث الثمن العادل في سوق يتميز بالتعددية، والشفافية، والتجانس السلعي، وحرية الدخول إلى السوق والخروج منه، وانعدام تكاليف النقل، وخاصة في قطاع التجارة الإلكترونية المباشرة التي تتم بالتسليم الإلكتروني عن طريق التحميل الرقمي للمنتجات الفكرية.

ومن المعلوم أن الإنترنت الآن يتم التعامل به في جميع مجالات الحياة، والبيع والشراء أولى اتجاهات مستخدمي الإنترنت في أيامنا هذه، إلا أنه على شبكة الإنترنت يوجد شركات وساطة تجارية تحتل مراكز ريادية على وجه الخصوص في مجالات متعددة منها: الدعاية والإعلان، والعقود، والسلع والخدمات وغير ذلك.

ويوجد أيضا على شبكات الإنترنت وسيط تجاري يعمل بصفه مستقلة ويسمى وسيط فردي، حيث يقوم الوسيط على سبيل المثال بالترويج لسلع متجر إلكتروني معين، مقابل التزام المتجر بدفع عمولة معلومة عن كل عملية بيع تتم بواسطة ذلك الوسيط.

وقد انتشر هذا النوع من الوساطة انتشاراً واسعاً في هذا العصر وخصوصاً بين فئة الشباب نتيجة لانتشار الإنترنت، والاستخدام المتزايد للهواتف الذكية، ودعم الدول للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز الابتكار وريادة الأعمال.

ولأهمية بيان الأحكام الفقهية المتعلقة بهذا الموضوع قمت بإعداد هذا البحث موضحة فيه الأحكام الفقهية المتعلقة بالوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية بشكل بسيط ومختصر.

أسباب اختيار الموضوع:

أولاً: انتشاره بين جميع فئات المجتمع في عصرنا الحالي وخاصة فئة الشباب، ويعتبر من ضمن المشاريع المنزلية التي يقومون بها، ولذلك تم اختيار هذا الموضوع لبيان الأحكام الفقهية المتعلقة به.
ثانياً: أهمية الوساطة في حياة الناس، لأنها تدخل في شتى معاملاتهم على اختلاف بلدانهم.
ثالثاً: كثرة ما يقع فيه الوسطاء من الأخطاء ومخالفة الأحكام الشرعية سواء كان الوسيط على وعي ودراية بالحكم الشرعي أو عدمه.

الدراسات السابقة:

لم أجد دراسة علمية خاصة بموضوع البحث، وغاية ما وجدت:
أولاً: عدة فتاوى من هيئات علمية خاصة بالمسائل المعاصرة المتعلقة بموضوع البحث.
ثانياً: هناك دراسات في حكم الوساطة بصفة عامة، والتسويق الشبكي منها:
١- الوساطة التجارية في المعاملات المالية تأليف عبد الرحمن بن صالح الأطرم.
٢- التسويق الشبكي- دراسة شرعية د. رياض فرج مبروك عبدات.
إلا أن تلك المؤلفات لم تتناول الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية بصفة خاصة؛ لذلك جاء اختياري لهذا الموضوع.

منهج البحث:

أولاً: اخترت المنهج الاستقرائي التحليلي النقدي وذلك بتتبع المسائل الفقهية المرتبطة بالوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية وأدلتها ثم تحليلها ونقدها.
ثانياً: ذكرت أقوال الفقهاء موثقة قول كل مذهب من مراجعه الأصلية المعتمدة في المذهب وإذا اتفق مذهب مع غيره أذكره مع من وافقه ثم أذكر المخالفين تبعاً ثم أذكر سبب الخلاف بين الفقهاء في المسألة، ثم أقوم بذكر أدلة كل فريق مع بيان وجه الدلالة ثم أقوم بمناقشة أدلة الفقهاء إن

وجد والرد عليها ثم أقوم بذكر الرأي المختار بناء على قوة الأدلة أو تحقيق المصلحة العامة أو دفع المفسدة.

ثالثاً: قمت بذكر الآيات القرآنية وإلحاق كل آية بسورتها.

رابعاً: قمت بتخريج الأحاديث النبوية الشريفة الواردة في البحث اعتماداً على كتب السنن والصحاح والمسانيد والمصنفات والمعاجم.

خامساً: قمت بترجمة الأعلام الوارد ذكرها في البحث.

سادساً: قمت ببيان بعض المصطلحات اللغوية والفقهية التي احتاجت إلى إيضاح.

سابعاً: الرجوع إلى المؤلفات الحديثة، وتتبع الفتاوى الصادرة من دور الإفتاء في جميع البلدان العربية باعتبار أن موضوع البحث من ضمن القضايا الفقهية المعاصرة.

ثامناً: ذكرت في نهاية البحث خاتمة تشمل أهم النتائج المترتبة على البحث والتوصيات.

خطة البحث:

يشتمل البحث على: (مقدمة، وتمهيد، وفصلين، وخاتمة)

المقدمة: وتحتوي على أهمية الموضوع وسبب اختياري له ومنهجي فيه وخطة هذا البحث.

التمهيد: في بيان مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية.

ويشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تعريف الوسيط في اللغة والاصطلاح.

المبحث الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية في اللغة والاصطلاح.

المبحث الثالث: مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول: في صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

ويشتمل على مبحثين:

المبحث الأول: صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.
ويشتمل على ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (السمسة الإلكترونية).

المطلب الثاني: إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (التسويق الشبكي).

المطلب الثالث: مقارنة بين السمسة الإلكترونية والتسويق الشبكي.

المبحث الثاني: خصائص عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني: في حكم التجارة الإلكترونية، وحكم الوساطة في التجارة الإلكترونية.

ويشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: حكم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: حكم الوساطة في التجارة الإلكترونية.

ويشتمل على مطلبين:

المطلب الأول: حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (السمسة الإلكترونية).

المطلب الثاني: حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (التسويق الشبكي).

المبحث الثالث: الضوابط الشرعية لإبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

خاتمة: وتشمل أهم النتائج المترتبة على البحث والتوصيات.

فهرس المصادر والمراجع.

وأحمد الله تعالى على ما وفقني فيه وهداني إليه
فإن أصبت فمنه سبحانه وتعالى، وإن أخطأت فمن نفسي
وأسأله عز وجل العفو والمغفرة عما أخطأت فيه أو قصرت.



﴿ بيان مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية ﴾

ويشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تعريف الوسيط في اللغة والاصطلاح.

المبحث الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية في اللغة والاصطلاح.

المبحث الثالث: مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

تعريف الوسيط في اللغة والأصطلاح

المطلب الأول: تعريف الوسيط في اللغة:

وسط الشيء: ما بين طرفيه، والمعتدل من كل شيء يقال شيء وسط بين الجيد والرديء^(١).

والوسط: العدل وفي التنزيل العزيز: {وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا} ^(٢) أي عدولاً.

و(الوسيط) المتوسط بين المتخاصمين والمتوسط بين المتبايعين أو المتعاملين^(٣).

المطلب الثاني: تعريف الوسيط في الاصطلاح:

وسيط تجاري: شخص يقيم علاقة تجارية بين المشتري والبائع بدون أن يقوم هذان الشخصان بالتعاون المباشر فيما بينهما^(٤).

والوساطة (Pillow) بين التجار:

دخول طرف ثالث بين مرید البيع ومرید الشراء للتوفيق بينهما بأجر^(٥).

(١) لسان العرب، تأليف أحمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور الأنصاري، ٤٢٦/٧، الطبعة الثالثة ١٤١٤ هـ، دار صادر-بيروت.

(٢) سورة البقرة آية رقم (١٤٣).

(٣) المعجم الوسيط، المؤلف: مجمع اللغة العربية بالقاهرة (إبراهيم مصطفى / أحمد الزيات / حامد عبد القادر / محمد النجار)، ١٠٣١/٢، دار الدعوة.

(٤) معجم اللغة العربية المعاصرة، تأليف د/أحمد مختار عبد الحميد عمر، ٢٤٣٨/٣، الطبعة الأولى ١٤٢٩ هـ/٢٠٠٨ م، علم الكتب.

(٥) معجم لغة الفقهاء، تأليف محمد رواس قلنجي- حامد صادق قنبي، ٥٠٢/٥٠١، الطبعة الثانية ١٤٠٨ هـ/١٩٨٨ م، دار النفائس.

ويرادف ذكر الوسيط التجاري في كتب الفقهاء السمسار^(١) أو الدلال^(٢).

وقد عرف بعض الفقهاء لفظ الدلال بأنه: السمسار، كما عرف بعضهم السمسار بأنه: الدلال دون تفريق بينهما.

ومن هذه التعريفات:

قال بعض الحنفية: بأنه اسم لمن يعمل للغير بالأجر بيعاً وشراءً^(٣).

وقال بعض المالكية: هو المتوسط بين البائع والمشتري^(٤).

وقال الحنابلة: هو السفير بين البائع والمشتري^(٥).

ومن التعريفات الحديثة:

هو الوسيط بين البائع والمشتري لتسهيل الصفقة^(٦).

(١) السمسار في اللغة: كلمة فارسية معربة، وهو في البيع اسم للذي يدخل بين البائع والمشتري متوسطاً لإمضاء البيع. وقيل: السمسرة البيع والشراء (لسان العرب، ٣٨٠/٤).

(سمسار) مفرد والجمع سمسرة: وسيط بين البائع والمشتري لتسهيل صفقة مقابل أجر (معجم اللغة العربية المعاصرة، ١١٠٧/٢).

(٢) الدلال في اللغة: الذي يجمع بين البيعين، والاسم الدلالة والدلالة (لسان العرب، ٢٤٩/١١).

(٣) المبسوط، لمحمد بن أحمد بن أبي سهل السرخسي، ١١٥/١٥، طبعة ١٤١٤هـ/١٩٩٣م، دار المعرفة- بيروت.

(٤) منح الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد بن أحمد بن محمد عيش، أبو عبد الله المالكي، ١٨٧/٥، طبعة ١٤٠٩هـ/١٩٨٩م، دار الفكر- بيروت.

وجاء فيه: (ورد سمسار جعلاً): (أي دلال، توسط بين البائع والمشتري) وهذا يعني أنه لا فرق بين السمسار والدلال من حيث المعنى.

(٥) كشف القناع عن متن الأفتناع، تأليف منصور بن يونس بن صلاح الدين بن إدريس البهوتي الحنبلي، ١٤٥/٤، دار الكتب العلمية. الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، تأليف علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرادوي الدمشقي الحنبلي، ٢٧١/٦، الطبعة الثانية، دار إحياء التراث العربي.

(٦) القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، تأليف الدكتور سعدي حبيب، ١٨٣، الطبعة الثانية ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م، دار الفكر- دمشق.

ومن العلماء من فرق بين الدلال والسمسار:

قال بعض الحنفية:

الدلال: هو الدال على مكان السلعة، وصاحبها.

والسمسار: هو المصاحب للسلعة^(١).

وقال بعض المالكية: ليس السمسرة كالدلالة، ومن الفروق بينهما:

أن السمسار هو الذي يدور بالسلعة، ويطوف بها على التجار وغيرهم، والدلال:

الذي يعرف القادمين من التجار بموضع السلع في البلد، ويعرف أرباب السلع

بالتجار، فيسمى الدلال، لأنه يدل المشتري على البائع، والبائع على المشتري.

وقيل: السمسرة: الإشعار بقدوم السلع وأشباهها، والدلالة: الإجارة على بيعها^(٢).

وقال بعض الشافعية:

السمسار هو: المتوسط بين البائع والمشتري^(٣).

والدلال: هو من ينادي على المتاع فيمن يزيد^(٤).

وهذا يعني تخصيص الدلال بمن ينادي على السلع في بيع المزايده^(٥).

(١) رد المحتار على الدر المختار، ابن عابدين، محمد أمين بن عمر بن عبد

العزیز عابدين دمشقي الحنفي، ١٣٦/٥، الطبعة الثانية ١٤١٢هـ/١٩٩٢م،

دار الفكر-بيروت. القاموس الفقهي، ١٨٣.

(٢) كشف القناع عن تضمين الصناع، لأبي علي الحسن بن رحال المعدني،

دراسة وتحقيق محمد أبو الأجفان، ص ١٠٠، الدار التونسية للنشر.

(٣) النظم المستعذب في تفسير غريب ألفاظ المهذب، تصنيف الإمام بطل بن

أحمد بن سليمان بن بطل الركني، القسم الثاني، ٤٨١، دراسة وتحقيق د.

مصطفى عبد الحفيظ سالم، طبعة ١٤١١هـ/١٩٩١م.

(٤) البيان في مذهب الإمام الشافعي، تأليف أبو الحسن يحيى بن أبي الخير بن

سالم العمراني اليمني الشافعي، تحقيق قاسم محمد النوري، ١٥٤/٦،

الطبعة الأولى ١٤٢١هـ/٢٠٠٠م، دار المناهج- جدة.

(٥) بيع المزايده هو: طرح السلعة للبيع على أن يكون البيع لمن يدفع السعر

الأعلى (معجم لغة الفقهاء، ص ١١٤).

جاء في كتاب تحرير ألفاظ التنبيه ما يدل على أنهما بمعنى واحد، قال:

(وإن دل في البيع): (أي: صار دلالاً سمساراً). تحرير ألفاظ التنبيه،

تأليف أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، ص ٢١٣، تحقيق

عبد الغني الدقر، الطبعة الأولى ١٤٠٨هـ، دار القلم- دمشق.

وقال بعض الحنابلة:

السمسار هو متولي البيع والشراء لغيره، بأن يدخل بين البائع والمشتري متوسطاً لإمضاء البيع بالأجرة، وهو غير الدلال الذي ينادي في الأسواق بطلب المزيد في بيع المزايدة^(١).

ويتضح من جميع تعريفات الفقهاء السابقة سواء من قال بعدم الفرق

بينهما، أو من قال بالفرق بينهما أن:

السمسار أو الدلال لا فرق بينهما من حيث نوع العمل، فكل منهما يعتبر وسيط بين البائع والمشتري للتوفيق بينهما لإتمام العقد، والفرق في كيفية أو صورة الوساطة من حيث المكان أو الزمان أو العرف وغير ذلك، فتخصيص السمسار بمن يطوف بالسلعة على التجار وغيرهم أو من يتولى العقد لا ينافي كونه وسيط بين البائع والمشتري، وتخصيص الدلال بمن ينادي على السلع في بيع المزايدة لا ينافي أيضاً كونه وسيطاً بين البائع والمشتري.

(١) الفتح الرباني لترتيب مسند الإمام أحمد بن حنبل الشيباني مع مختصر شرحه بلوغ الأمان من أسرار الفتح الرباني، تأليف أحمد عبد الرحمن البناء، ٥١/١٥، الطبعة الأولى، دار احياء التراث العربي.

المبحث الثاني

تعريف التجارة الإلكترونية في اللغة والاصطلاح

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية في اللغة:

التاجر: الذي يبيع ويشترى، الجمع: تجار^(١)، وهو من يمارس الأعمال التجارية بيعاً وشراءً على وجه الاحتراف^(٢).

والتجارة: تقييب المال لغرض الربح^(٣).

إلكتروني: (اسم)، الجمع: إلكترونيات، حاسب إلكتروني: كمبيوتر.

علم الإلكترونيات: علم يهتم بتركيب الإلكترونيات واستخدامها وتناولها، وهو فرع من فروع الفيزياء^(٤).

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية في الاصطلاح:

عرف الفقهاء التجارة بأنها:

اسم واقع على عقود المعاوضات، المقصود بها طلب الأرباح^(٥).

والتجارة الإلكترونية مصطلح حديث يطلق على التجارة من خلال الحاسوب وشبكة الإنترنت.

(١) القاموس المحيط، تأليف مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، ٧٩٣، الطبعة الثامنة ١٤٢٦ هـ/٢٠٠٥ م، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان.

(٢) معجم اللغة العربية المعاصرة، ٢٨٤/١.

(٣) تاج العروس من جواهر القاموس، تأليف محمد بن محمد بن عبد الرازق الحسيني، الملقب بمرتضى الزبيدي، ٢٧٩/١٠، دار الهداية.

(٤) معجم اللغة العربية المعاصرة، ١١١/١.

(٥) أحكام القرآن للجصاص، تأليف أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي، تحقيق محمد صادق القمحاوي، ١٢٨/٣-١٢٩، طبعة ١٤٠٥ هـ، دار إحياء التراث العربي - بيروت.

وقد عرف بعض العلماء التجارة الإلكترونية تعريفاً موسعاً بالمعنى العام وهي التي تتم بعدة طرق مثل: الشبكة العالمية (الإنترنت)، أو التبادل البرقي (التلكس)، أو الناسخ البرقي وغير ذلك من الطرق الإلكترونية الحديثة.

من تلك التعاريف:

هي المعاملات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية^(١).

ومنهم من قصر تعريف التجارة الإلكترونية على المبرمة من خلال الإنترنت فقط (الشبكة العالمية للمعلومات) كوسيط إلكتروني تتم التجارة الإلكترونية من خلاله.

من تلك التعاريف:

هي العملية التي تتم بين طرفين أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الإنترنت^(٢).

(١) النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، د. عبد الفتاح حجازي، ٤٢، طبعة ٢٠٠٢م، دار الفكر الجامعي - مصر.
(٢) الحماية الجنائية الإلكترونية عبر الإنترنت، د. هدى حامد قشقو، ٥، طبعة ٢٠٠٠م، دار النهضة العربية.

المبحث الثالث

مفهوم الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية

من خلال تعريف الوسيط، وتعريف التجارة الإلكترونية يمكن استنتاج مفهوم الوسيط

الفردي في التجارة الإلكترونية:

هو فرد يقوم بترتيب المعاملات الخاصة بالصفقات التجارية الإلكترونية بين طرفين، عن طريق استخدام شبكة الإنترنت، مقابل عوض معلوم تم الاتفاق عليه مسبقاً.

شرح التعريف:

(فرد): يخرج به شركات الوساطة التجارية والمؤسسات وغير ذلك، بحيث يقوم الشخص بالتسويق لمنتج أو سلعة معينة منفرداً، وبصفة مستقلة غير تابع لجهة أخرى.

(المعاملات الخلسة): من بيع أو إجارة ونحوهما.

(الصفقات التجارية الإلكترونية): يخرج الوساطة في التجارة الغير إلكترونية.

(طرفين): مثل البائع والمشتري، المؤجر والمستأجر وغيرهما.

(عوض): يخرج المتبرع، وقد يكون العوض في صورة عمولة أو نسبة مالية.

(معلوم): يخرج به المجهول.

الفصل الأول

صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية

ويشتمل على مبحثين:

المبحث الأول: صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: خصائص عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

صور إبراء الفرد تحت الوساطة في التجارة الإلكترونية

تمهيد:

يشهد العالم المعاصر تطورًا كبيرًا ومتلاحقًا في مجال التكنولوجيا عامة، والتكنولوجيا الرقمية خاصة فقد صارت عصب بيئة أعمال الشركات والأفراد في العالم اليوم ومنها انتشار التجارة الإلكترونية.

وتعود البداية الرسمية لنشأة التجارة الإلكترونية إلى تسعينات القرن المنصرم، حيث سعت بعض الشركات إلى الاستفادة من البيئة الافتراضية الجديدة التي يوفرها الإنترنت، وحاولوا استغلالها في نشاطهم التجاري، غير أن البداية الحقيقية تعود إلى عام ١٩٩٤م، وتزامنًا مع ميلاد عملاق التجارة الإلكترونية «أمازون»، وكان نجاح أمازون هو نجاح للتجارة الإلكترونية التي شقت طريقها نحو الجمهور.

وعلى الرغم من حداثة هذا النوع من التجارة الغير تقليدية، إلا أنها استطاعت بشكل لافت للنظر أن تُحدث طفرة كبيرة في عالم التجارة جعلت كافة التجار حول العالم يعتمدون بشكل أساسي على هذا النوع من التجارة -أي التجارة الإلكترونية- في ترويج وبيع منتجاتهم وتحقيق أرباح هائلة بكل سهولة دون تحمل نفقات زائدة في الترويج لتلك المنتجات. كما ساعدت التجارة الإلكترونية على الوصول لأعداد كبيرة جدًا من المستهلكين ليس فقط في منطقة منشأ المنتج، بل في كل أرجاء العالم؛ حيث يمكن لأي فرد بفضل التجارة الإلكترونية والتطور التكنولوجي الهائل أن يحصل على منتج ما أثار إعجابه بضغطة واحدة ويصل له هذا المنتج من قارة أخرى، حيث مكان صناعته وذلك باستخدام وسائل شحن كثيرة ومختلفة أوجدتها التجارة الإلكترونية حول العالم.

ونظرًا لحداثة هذا المجال وعدم دراية الكثيرون به في أنحاء الوطن العربي فقد تم إنشاء عدد من شركات الوساطة للمساعدة في إتمام الصفقات التجارية عبر الإنترنت بنجاح، ولم يقتصر الأمر على الشركات فقط، بل تعدى ذلك إلى ابتكار البعض وخصوصًا من فئات الشباب مشروع الوسيط التجاري بشكل

مبسط دون الحاجة لإنشاء شركة أو مؤسسة، بحيث يبدأ في مشروع الوسيط التجاري بشكل فردي.

والوساطة الإلكترونية لها أنواع متعددة منها: الوساطة بالبيع والشراء، وبالتأجير وإدارة الأملاك، وبالتمويل العقاري وغير ذلك من أبواب الوساطة، إلا أن أشهرها الوساطة بالبيع والشراء، وفي هذا المبحث سوف نوضح طرق إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.

المطلب الأول

إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (السمسرة الإلكترونية)

من خلال البحث في الإنترنت والمواقع الإلكترونية تبين أن هناك عدة صور للترويج

والسمسرة الإلكترونية، منها ما يكون بين أفراد ومنها ما يكون بين متاجر الكتروني وأفراد:

أولاً: كيفية الترويج والسمسرة الإلكترونية بين الأفراد.

البدء في مشروع الوسيط التجاري بشكل فردي يحتاج إلى عدة خطوات رئيسية بسيطة وهي:

أولاً: يقوم الفرد بالبحث المكثف عن أشخاص يعرضون أشياء للبيع أو غيره، وقد تكون تلك الأشياء عقارات أو سيارات أو أجهزة إلكترونية، كما يمكن أيضاً أن تكون ملابس أو غيرها، ويقوم الوسيط التجاري بهذا البحث عن طريق المواقع المخصصة لذلك بالإنترنت.

ثانياً: يمكن للوسيط بدلاً من البحث عن أشخاص يرغبون في الشراء، أن يضع إعلانات يعرض بها نفس السلع، وبهذه الطريقة سيحصل على المشتري دون الحاجة للبحث عنه.

ثالثاً: يقوم الوسيط التجاري بعمل وساطة تجارية بين الطرفين، ويحصل على فرق السعر أو عمولة مقابل إتمام الصفقة بإتمام عملية البيع.

وتعد هذا الخطوات أبسط أنواع إبرام عقد الوساطة في صورة الترويج والسمسرة الإلكترونية للأفراد.

ثانيًا: كيفية الترويج والسمسرة الإلكترونية بين المتجر الإلكتروني

والأفراد.

مثال ذلك:

أن يقوم الوسيط بالترويج لسلع متجر الكتروني معين، مقابل التزام المتجر بدفع عمولة عن كل عملية تجارية تتم بواسطة ذلك الوسيط.

وبالنظر إلى ما سبق يتضح أن:

الوسيط الفردي في هذه الصورة يقوم بدور الوسيط في الصفقات التجارية الإلكترونية مقابل عوض بدون أي شرط من طرفي الصفقة، وهذه الصورة يمكن تسمية عقد الوساطة فيها باسم (السمسرة الإلكترونية).

المطلب الثاني

إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة (التسويق الشبكي)

التسويق الشبكي^(١) (Marketing Network) أو ما يطلق عليه بالتسويق متعدد المستويات (Marketing Multi Level) هو:

نظام تسويقي مباشر يروج لمنتجاته عن طريق المشتريين بإعطائهم عمولات مالية مقابل كل من يشتري عن طريقهم، وفق شروط معينة^(٢).

(١) السوق في اللغة: موضع البياعات، والجمع أسواق. وتسوق القوم إذا باعوا واشتروا. (لسان العرب، ١٠/١٦٧، حرف القاف – فصل السين المهملة)، والشبكي في اللغة: الخلط والتداخل. (لسان العرب، ١٠/٤٤٦، حرف الكاف – فصل الشين المهملة).

(٢) معجم لغة الفقهاء، ص ٢٨٨.

وقيل هو:

برنامج تسويقي، يحصل فيه المسوق على عمولات أو حوافز ماليه، نتيجة لبيعه المنتج أو الخدمة، إضافة لحصوله على عمولات عن كل شخص يتم اعتماده مساعداً أو تابعاً للمسوق، وفق أنظمة وبرامج عمولات خاص^(١).

والتسويق الشبكي له أشكال متعددة من أهمها:

١- التسويق الشبكي للمنتجات والخدمات، وهو المقصود في هذا البحث نظراً لانتشار هذا النوع بين الوسطاء وهو يختص بالوساطة في البيع والشراء.

وفكرته بسيطة تتلخص في الآتي:

أن يشتري الشخص منتجات الشركة أو الخدمات أيًا كانت بمبلغ محدد مقابل الفرصة في أن يقنع آخرين بمثل ما قام به (أن يشتروا هم أيضاً منتجات الشركة ويكون لهم الفرصة بعد الشراء أن يكونوا مسوقين جدد)، ويأخذ هو مكافأة أو عمولة مالية نتيجة لبيع هذه المنتجات والخدمات أولاً، ونتيجة لتوظيف من يقوم بمهمة التوزيع والتسويق كمساعد ثانياً، ثم كل واحد من هؤلاء الذين انضموا للبرنامج سيقنع آخرين ليشتروا أيضاً، ويكون لهم الحق في جذب مسوقين آخرين مقابل عمولات ويحصل الأول على عمولة إضافية أيضاً، وهكذا فستكون من هذه الآلية شجرة من الأتباع الذين انضموا للبرنامج^(٢).

٢- التسويق الشبكي في غير وجود منتج أو خدمة.

وفكرة هذا النوع تقوم على تسويق وهمي (برسم اشتراك)، بمعنى: ليس هناك سلع حقيقية، تستغل الإنسان وتعطيه مقابل كل شخص يأتي به مبلغاً من المال وتعطي الثاني مثل ذلك وتعطي الثالث مثل ذلك وهكذا... وفق ترتيب معين، وفي هذا النوع من التعامل لا يتم بيع أي منتج أو خدمة، وإنما يقوم المسوق

(١) التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، تأليف أسامة عمر الأشقر، ص ٣، العدد الأول ٢٠٠٦م، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات.

(٢) المرجع السابق، ص ٦.

الأقدم في الشبكة بتجميع اشتراكات مالية مع وعود بأرباح طائلة، فهذا يجعل كل واحد يحشد الآخرين ويقنعهم ويسوق عندهم والشركات لن تدفع شيئاً، هي تأخذ من هذا وتعطي هذا، فالمسألة فيها كثير من اللبس والوهم^(١).

وممكن الخلل في هذا النظام هو أنه غير قابل للاستمرار، فلا بد له من نهاية يصطدم بها ويتوقف عندها، وإذا توقف كانت الطبقات الأخيرة من الأعضاء هي الخاسرة، والطبقات العليا هي الرابحة، والطبقات الأخيرة تفوق في العدد أضعاف الطبقات العليا، وهذا يعني أن الأكثرية تخسر لكي تربح الأقلية (أصحاب الشركات).

ومن الناحية العملية سيتوقف التسويق الشبكي قبل استنفاد الأعداد المطلوبة بكثير، إذ لا يمكن للسوق أن يستوعب هذا العدد الهائل من المبيعات، ومن المعروف في علم التسويق أن لكل منتج درجة معينة من المبيعات تبلغ السوق بعدها درجة التشبع، فيتعذر بعدها تحقيق أي مبيعات إضافية، والأغلبية الساحقة من المشاركين في هذا البرنامج يخسرون لمصلحة القلة قليلة.

والتسويق الشبكي يهدف إلى كسب شريحة كبيرة من الناس، وجعلهم عملاء دائمين أو مستمرين، وقد حظي هذا النوع من التسويق على الكثير من الاهتمام والانتشار في وقتنا المعاصر.

ويتضح مما سبق أن:

الوسيط الفردي في هذه الصورة يقوم بدور الوسيط في التسويق للمنتجات أو الخدمات مقابل عوض، بشرط أن يشتري منتجات الشركة المعنية أو مقابل اشتراك معين تقدره الشركة، ويبدأ العمل بعد ذلك بالترويج لمسوقين جدد.



(١) التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، ص ٤ - ٥.

المطلب الثالث

مقارنة بين السمسرة الإلكترونية والتسويق الشبكي

من خلال النظر في صور إبرام الوسيط الفردي عقد الوساطة (السمسرة الإلكترونية،

والتسويق الشبكي) يمكن استنتاج عدة فروق بينهما وهي:

- ١- السمسرة الإلكترونية عقد يحصل بموجبه السمسار على أجر، مقابل بيع سلعة. أما التسويق الشبكي، فالمسوق هو نفسه يدفع أجراً لكي يكون مسوقاً.
- ٢- عقد السمسرة الإلكترونية عقد وساطة وتقريب بين العميل والمتعاقد معه، يقوم السمسار على حمل إرادة الطرفين على التعاقد، ويكون هدفه الأساسي تسهيل عملية التعاقد على البضاعة أو المنتج محل التعاقد بصورة حقيقية، أي: أن البضاعة أو المنتج مقصود في ذاته، بخلاف التسويق الشبكي الهدف منه جذب مسوقين ليجذبوا بدورهم مسوقين آخرين... وهكذا.
- ٣- السمسرة الإلكترونية لا يشترط فيها شراء السمسار سلعة ممن يسمسر له، فهو مجرد وسيط بين صاحب السلعة والمشتري.
- أما نظام شركات التسويق الشبكي فشراء الشخص لمنتج الشركة شرط في قبوله مسوقاً.
- ٤- السمسار يحصل على عمولته مقابل تسويق السلعة وبيعها لشخص ولا علاقة له بما يفعله المشترون بالسلعة، فالعلاقة تنتهي بمجرد انتهاء الصفقة.
- أما في التسويق الشبكي فإن المسوق لا يحصل على عموله إلا إذا سوق لمسوقين آخرين، وهؤلاء بدورهم يسوقون لمسوقين... وهكذا، ولا يحصل على عمولة إلا بهذه الطريقة، فليس من مصلحة أحد في التسويق الشبكي أن يبيع لمن يشتري السلعة لينتفع بها أو ليستخدمها لنفسه دون أن يسوقها لغيره.
- ٥- السمسار لا تربطه أي علاقة تبعية بعميله فالعقد الذي يبرمه السمسار مع عميله ينتهي متى أبرم الطرفان العقد ويستحق السمسار أجره، في حين تربط المشارك في نظام التسويق الشبكي علاقة تبعية بعميله حتى يصل التسويق الشبكي إلى نهايته، وقد يستمر التسويق إلى وقت لا يدري المشترك فيه ما إذا كان غانماً أو غارماً.

المبحث الثاني

خصائص عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية

يتميز عقد الوساطة التجارية بخصائص عديدة، سواء كانت التجارة إلكترونية أو غير إلكترونية من طرق التجارة العادية، من أهم هذه الخصائص:

أولاً: أنه عقد من العقود الرضائية.

العقد الرضائي هو ما يكفي في انعقاده تراضي الطرفين أي اقتران الإيجاب بالقبول، والأصل في العقود أن تكون رضائية، وعقد الوساطة التجارية هو عقد رضائي لأنه لم يستلزم لانعقاده غير تلاقي الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين والذي غالباً ما يكون العميل أو صاحب السلعة الذي لجأ إلى الوسيط التجاري من أجل إيجاد شخص يقبل التعاقد معه لشراء أو بيع بضاعة معينة يريد شراءها أو بيعها، وقبول من الوسيط التجاري بالقيام بهذه المهمة، فهنا ينعقد العقد بين الوسيط التجاري والعميل دون الحاجة إلى شكلية معينة فكل ما هو مطلوب إيجاب من العميل أو صاحب السلعة وقبول من الوسيط التجاري دون حاجة إلى كتابة أو شهود على هذا العقد.

ويجب التفرقة فيما يتعلق بالعقود الرضائية بين انعقاد العقد وإثباته فالعقد قد يكون رضائياً أي أنه ينعقد بمجرد تلاقي أو اتحاد القبول بالإيجاب ولكن القانون يشترط لإثباته دليلاً كتابياً فهذا الشرط المتعلق بالإثبات لا يخل بمبدأ الرضائية لكنه يضع قيوداً في إثبات هذا العقد^(١).

ثانياً: أنه عقد من عقود المعاوضة.

عقد المعاوضة هو العقد الذي يأخذ فيه كل من المتعاقدين مقابلاً لما أعطاه، والأصل أن جميع العقود التجارية عقود معاوضة حيث تقع مقابل عوض معين، وعقد الوساطة التجارية يعتبر من عقود المعاوضة لأن كلا من الطرفين المتعاقدين يأخذ مقابلاً لما أعطى، فالوسيط التجاري يأخذ أجره (العمولة) مقابل الخدمة التي يقدمها للعميل أو صاحب السلعة ويكون منقفاً عليها من قبل الطرفين، والعميل أو صاحب السلعة يأخذ مقابلاً أيضاً مقابل الأجر الذي يدفعه

(١) مبادئ القانون التجاري والبحري، تأليف الدكتور علي البارودي، ص ٣٤، دار المطبوعات الجامعية - الإسكندرية.

للموسيط التجاري وهو التوصل إلى عقد الصفقة التي أرادها من بيع أو شراء عن طريق الوسيط التجاري الذي قدم له خدمة ووجد له الشخص الذي قبل التعاقد معه وأبرام الصفقة فكل من طرفي العقد قد أخذ مقابلاً لما أعطاه للطرف الآخر^(١).

ثالثاً: أنه عقد من العقود الملزمة للطرفين.

العقد الملزم للجانبين هو العقد الذي ينشئ التزامات متقابلة في ذمة كل من المتعاقدين وعقد الوساطة التجارية هو عقد ملزم للجانبين لأنه يرتب التزامات متقابلة في ذمة كل من الطرفين فيلتزم بموجبه الوسيط التجاري بالبحث عن طرف آخر وإيجاده والتوصل إلى إبرام العقد بينهما، ويلتزم العميل أو صاحب السلعة بالمقابل بموجب هذا العقد بدفع العمولة المتفق عليها وكذلك دفع المصاريف التي أنفقتها الوسيط التجاري في سبيل إبرام العقد وغير ذلك.

رابعاً: خاصية الاستقلال.

الوسيط التجاري تنحصر مهمته في التقريب بين الطرفين من أجل إبرام عقد معين لقاء أجر وهو يقوم بمهمته دون أن يكون تابعاً للعميل أو صاحب السلعة بمعنى أنه لا يرتبط معه بعقد عمل وإنما يعمل مستقلاً عنه ولا يعتبر من أتباعه.

ويترتب على صفة الاستقلال عدة أمور من أهمها: أن يستطيع الوسيط مباشرة وساطة أخرى مع آخر وأن يمارس عمله لمصلحة عدة أشخاص سواء كانوا أفراداً أو شركات دون الحاجة إلى حصول على إذن من كلفة بالبحث عن متعاقد للتعاقد معه.

خامساً: أنه عقد من العقود الاحتمالية.

يعرف العقد الاحتمالي أنه العقد الذي لا يستطيع فيه كل من المتعاقدين أن يحدد وقت تمام العقد ولا يتحدد ذلك إلا في المستقبل تبعاً لوقت حصوله، وعقد الوساطة التجارية عقد احتمالي لأن التزام العميل أو صاحب السلعة بدفع الأجرة معلق على إبرام العقد المطلوب الوساطة فيه.

(١) عقد الوساطة التجارية (دراسة مقارنة)، تأليف الدكتور رائد أحمد خليل القرغولي، ص ١٠، الطبعة الأولى ٢٠١٤م.

سادساً: أنه عقد من العقود التجارية.

عقد الوساطة التجارية هو عقد تجاري لأن محل العقد هو القيام بالوساطة والوساطة تعتبر من الأعمال التجارية^(١).



(١) مصادر الالتزام، تأليف الدكتور عبد القادر الفار، ص ٣٥، الطبعة الأولى ٢٠٠١م، الناشر الدار العلمية الدولية، ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع. عقد الوساطة التجارية (دراسة مقارنة)، ص ١٠ - ١٩.

الفصل الثاني

﴿ حكم التجارة الإلكترونية، وحكم الوساطة في التجارة الإلكترونية ﴾

ويشتمل على ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: حكم التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: حكم الوساطة في التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: الضوابط الشرعية لإبرام عقد الوساطة في
التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول

حكم التجارة الإلكترونية

سبق الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية بمعناها العام هي المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية من خلال الإنترنت، أو غير ذلك من الوسائل الإلكترونية الأخرى، سواء أبرمت ونفذت من خلال الوسيلة الإلكترونية، أو تم استخدامها في مرحلة ما من مراحل إبرام العقد.

والتجارة الإلكترونية تتم بعقود تسمى العقود التجارية الإلكترونية وهذه العقود تختلف عن العقود العادية في كونها تتم عن بعد، بين طرفين وبوسيلة إلكترونية يتم فيها الإيجاب والقبول بين المتعاقدين بكتابة الكترونية أو بالمحادثة الصوتية، أو بهما.

وقد انتشرت هذه التجارة انتشاراً واسعاً، وتنامى حجم التبادل بها في جميع أنحاء العالم عموماً، وفي البلاد الإسلامية خصوصاً، وأصبح الكثير من دول العالم، لاسيما المتقدمة منها تتخلى بشكل تدريجي عن الأسلوب التجاري التقليدي وذلك بالتوجه نحو "التجارة الإلكترونية"، التي أتاحت إمكانية ربط كل الناس على مسافات بعيدة.

ومفهوم التجارة عند بعض الفقهاء أعم من البيع والشراء، فهو شامل لجميع أنواع المعاوضات، فيدخل فيها عقود البيع والإجارة وغير ذلك من العقود المشروط فيها العوض، لأن المبتغى في جميع ذلك في عادات الناس تحصيل العوض لا غير.

ومن الفقهاء من خص التجارة بعقود البيع والشراء، ولعل هذا من باب التغليب لكونهما أبرز أنواعها.

والتجارة الإلكترونية هي نوع من أنواع التجارة، وفي هذا المبحث سوف نوضح الحكم الشرعي للتجارة الإلكترونية.

اتفق الفقهاء^(١) على أن الأصل في التجارة الإباحة ما لم يرد دليل التحريم.

(١) تحفة الفقهاء، تأليف محمد بن أحمد بن أبي أحمد أبو بكر علاء الدين السمرقندي، ٤٣٢، الطبعة الثانية ١٤١٤ هـ/١٩٩٤ م، دار الكتب العلمية =

دل على ذلك الكتاب والسنة والإجماع:

أولاً: الكتاب:

قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾^(١).

وجه الدلالة من الآية:

دللت الآية في العموم على النهي عن أكل الأموال بغير حق، إلا أن تكون تجارة عن تراضٍ وهذا استثناء منقطع، اقتضى إباحة سائر التجارات الواقعة عن تراضٍ والتجارة اسم واقع على عقود المعاوضات^(٢)، ويدخل فيها التجارة الإلكترونية.

ثانياً: السنة النبوية:

أولاً: قوله ﷺ: {ما أكل أحد طعاماً قط، خيراً من أن يأكل من عمل يده وإن نبي الله داود عليه السلام، كان يأكل من عمل يده} ^(٣).

= بيروت. المبسوط، ١٠٨/١٢. أحكام القرآن لابن العربي، تأليف القاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المعافري الإشبيلي، ٥٢١/١، الطبعة الثالثة ١٤٢٤هـ/٢٠٠٢م، دار الكتب العلمية - بيروت. روضة الطالبين، تأليف أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، ٣٣٨/٣، الطبعة الثالثة ١٤١٢هـ/١٩٩١م، المكتب الإسلامي - بيروت. كشف القناع، ١٤٥/٣. المحلى، تأليف أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري، ٢٢٠/٧، دار الفكر - بيروت.

(١) سورة النساء آية رقم (٢٩).

(٢) تفسير القرطبي، تأليف أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرقي القرطبي، ١٥٠/٥، الطبعة الثانية ١٣٨٤هـ/١٩٦٤م، دار الكتب المصرية.

(٣) صحيح البخاري، تأليف محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري، ٥٧/٣، كتاب البيوع - باب كسب الرجل عمله بيده - حديث رقم (٢٠٧٢)، الطبعة الأولى ١٤٢٢هـ، دار طوق النجاة.

وفي رواية أخرى: { إن أطيب ما أكل الرجل من كسبه، وإن ولده من كسبه }^(١).

وجه الدلالة من الحديث:

حث الحديث على السعي في تحصيل الرزق وغيره بالطلب والجد على الوجه المشروع^(٢)، والتجارة الإلكترونية وعقودها من الكسب المشروع، فتدخل في الكسب المنصوص عليه في الحديث، إذا لا نص ولا أصول ولا قواعد شرعية تجعلها من الكسب المنهي عنه.

ثانياً: قوله ﷺ: { الحلال ما أحل الله في كتابه، والحرام ما حرم الله في كتابه، وما سكت عنه فهو مما عفا عنه }^(٣).

وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث على أن الأصل في الأعيان والأشياء الإباحة إلى أن يرد منع أو إلزام^(٤)، ويدخل في هذا العموم التجارة الإلكترونية لعدم وجود التحريم لها بنص أو قياس أو مقاصد شرعية.

(١) سنن ابن ماجه، تأليف أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، ٧٢٣/٢، (كتاب التجارات - باب الحث على المكاسب - حديث رقم (٢١٣٧))، دار إحياء الكتب العربية، وإسناده صحيح

(صحيح وضعيف سنن ابن ماجه، تأليف محمد ناصر الدين الألباني، ١٣٧/٥، مركز الإسلام لأبحاث القرآن والسنة بالإسكندرية).

(٢) فتح الباري شرح صحيح البخاري، تأليف أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، ٣٠٤/٤، طبعة ١٣٧٩هـ، دار المعرفة - بيروت.

(٣) سنن ابن ماجه، ١١١٧/٢، (كتاب الأطعمة - باب أكل الجبن والسمن - حديث رقم (٣٣٦٧))، وقال الألباني: حديث حسن (صحيح وضعيف سنن ابن ماجه للألباني، ٣٦٧/٧).

(٤) نيل الأوطار، تأليف محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني، ١٢٠/٨، الطبعة الأولى ١٤١٢هـ/١٩٩٣م، دار الحديث - مصر.

ثالثاً: الإجماع:

أجمع الفقهاء على جواز التجارة في الجملة^(١).

الخلاصة:

نستخلص من هذه الأدلة أن الأصل هو إباحة وجواز التجارة الإلكترونية ما لم تتضمن شيء

محرم في الشرع وذلك لعدة أسباب هي:

- ١- الأصل في المعاملات الحل والإباحة ما لم يرد دليل على التحريم، والتجارة الإلكترونية من باب المعاملات المباحة ما لم تشمل شيء مخالف للشرع.
- ٢- تدخل التجارة بصفة عامة في مقصد تحقيق مصالح العباد الدنيوية وهي كسب المال الحلال الطيب ليعين الإنسان على عبادة الله وحفظ النفس والعقل والمال، ولم تحرم الشريعة الإسلامية استخدام أساليب التقنية الحديثة في تحقيق مقاصد التجارة بل حثت عليها، فقال الرسول ﷺ: {الحكمة ضالة المسلم، أينما وجدها فهو أحق الناس بها}^(٢)، والحكمة الفقه في الدين، وفهم المسلم المعاني واستنباط الحقائق^(٣).

٣- عقود التجارة الإلكترونية عقود تحقق مصالح طرفي العقد.

٤- التجارة الإلكترونية اختصرت المسافات بين بلدان العالم وسهلت للإنسان الحصول على السلع والخدمات وغيرهما، والعقود شرعت لحاجة الناس.

(١) تحفة الفقهاء، ص ٤٣٢.

(٢) سنن الترمذي، تأليف محمد بن عيسى بن سورة الضحاك الترمذي، ٥١/٥، (أبواب العلم - باب ما جاء في فضل الفقه على العبادة - حديث رقم (٢٦٨٧))، وقال أبو عيسى: (هذا حديث غريب لا نعرفه إلا من هذا الوجه)، الطبعة الثانية ١٣٩٥هـ/١٩٧٥م، مطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر.

(٣) تحفة الأحمدي بشرح جامع الترمذي، تأليف أبو العلا محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري، ٣٨١/٧، دار الكتب العلمية - بيروت.

المبحث الثاني

حكم الوساطة في التجارة الإلكترونية

سبق وأن أشرت في الفصل الأول أن هناك نوعين من الوساطة الإلكترونية:

الأول: الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية.

والثاني: الوساطة في صورة التسويق الشبكي.

وكل منهما يعتبر من باب القضايا الفقهية المعاصرة، ومن المعلوم أن الفقه الإسلامي فقه حيوي يجمع بين الأصالة والمعاصرة، وهو قادر على تقديم الحلول لكل القضايا المعاصرة، وهذه الحلول تقوم على الأصول الفقهية المقررة عند أئمتنا وفقهائنا، وفي هذا المبحث سوف أوضح حكم إبرام عقد الوساطة في صورة كل منهما.

المطلب الأول

حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية

حتى يمكن التوصل إلى الحكم الشرعي في هذه المسألة لا بد أولاً من بيان حكم السمسرة عموماً عند الفقهاء ثم نستنتج منه حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية باعتبارها نوع من أنواع السمسرة المستحدثة في العصر الحالي.

أولاً: حكم السمسرة عند الفقهاء:

اختلف الفقهاء في حكم السمسرة إلى ثلاثة آراء:

الرأي الأول:

أن السمسرة جائزة مطلقاً، سواء قدرت بالزمن أو بالعمل، وهو قول جمهور الفقهاء بعض الحنفية والمشهور عند المالكية وبعض الشافعية والحنابلة والظاهرية والزيدية والإمامية^(١).

الرأي الثاني:

أن السمسرة تجوز مقدرة بالزمن لا بالعمل، فإذا قدرت بالعمل لم تجز، وهو قول بعض الحنفية^(٢).

(١) المبسوط، ١١٥/١٥. المدونة، تأليف الإمام مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبحي المدني، ٤٦٦/٣، الطبعة الأولى ١٤١٥هـ/١٩٩٤م. المهذب في فقه الإمام الشافعي، لأبي إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي، ٢٧١/٢، دار الكتب. المجموع شرح المهذب، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، ١١٣/١٥، دار الفكر. كشف القناع، ١١/٤. المحلى لابن حزم، ٥٠٠/٧. السيل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار، تأليف محمد بن علي بن عبد الله الشوكاني اليمني، ٥٧٨/١، الطبعة الأولى، دار ابن حزم. غاية المرام في شرح شرائع الإسلام، تأليف الشيخ مفلح البحراني، تحقيق الشيخ جعفر الكوثراني العاملي، ١٣٢/٢، الطبعة الأولى، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.

(٢) رد المحتار على الدر المختار، ٦٥٦/٥. المبسوط، ١١٥/١٥.

الرأي الثالث:

أن السمسرة جائزة إذا قدرت بالزمن، وكذا إذا قدرت بالعمل إن كان العمل الذي تجري فيه السمسرة يسيراً، أما إن كان كثيراً فلا تجوز إلا بضرب الزمن، وهو قول بعض المالكية^(١).

تحرير محل الخلاف

من أقوال الفقهاء يتضح أن أصل السمسرة مشروع، إذ كانت مهنة السمسرة رائجة وموجودة في عصر النبوة، وقد جرى على ذلك عمل المسلمين منذ ذلك الحين إلى عصرنا الحالي. ومحل الخلاف هو في مشروعية السمسرة على الإطلاق أو التقييد، أي هل تجوز مطلقاً سواء قدر عمل السمسار فيها بالزمن، أو بانتهاء العمل، أو لا تجوز في بعض الصور مثل: عدم جواز السمسرة التي لم تقدر بزمن معلوم، وإذا قدرت السمسرة بالعمل: هل تجوز في اليسير فقط، أو تجوز في اليسير والكثير؟

وذلك لأن عمل السمساري يأتي على وجهين:

الأول: تحديده بالزمن بحيث تضرب له مده محدودة كشهر مثلاً، وينتهي عمله بانتهاء المدة دون النظر إلى النتيجة من حيث حصول العقد المتوسط فيه أو لا.

الثاني: تحديده بانتهاء العمل المعين كالتعاقد معه على السمسرة في بيع هذه الدار، ونحو ذلك، فيكون تمام عمل الوسيط بحصول البيع، ولا ينظر في ذلك إلى الزمن.

فالخلاف ليس في أصل مشروعية السمسرة، وإنما الخلاف في كونها مشروعة مطلقاً أو مقيدة ببعض الصور.

(١) البيان والتحصيل والشرح والتعليل، تأليف أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، تحقيق د/محمد حجي، ٤١٩/٨، الطبعة الثانية ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م، دار الغرب الإسلامي - بيروت - لبنان. القوانين الفقهية، تأليف أبو القاسم محمد بن عبد الله بن جزي الكلبي الغرناطي، ص ١٨٢. منح الجليل شرح مختصر خليل، ٦٥/٨، المدونة، ٤١٥/٣ - ٤١٦.

الأدلة

أولاً: أدلة الرأي الأول:

أستدل أصحاب هذا الرأي على أن السمسرة جائزة مطلقاً، سواء قدرت بالزمن أو بالعمل
بالسنة والقياس والمعقول:

أولاً: السنة:

عن قيس بن أبي غرزة^(١) قال: { كنا نبتاع الأسواق بالمدينة، ونسمي أنفسنا السماسرة،
فخرج علينا رسول الله ﷺ فسمانا باسم هو أحسن من اسمنا فقال ﷺ: يا معشر التجار، إن
الشیطان، والإثم يحضران البيع، فشوبوا بيعكم بالصدقة^(٢).

وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث على جواز السمسرة مطلقاً، لإقرار النبي ﷺ لعمل السماسرة، وذلك
من غير تقييد لها بزمن محدد، أو عمل يسير أو كثير.
والسمسار هو اسم للذي يدخل بين البائع والمشتري متوسطاً لإمضاء البيع، وقد
سمى النبي ﷺ السماسرة بالتجار، وأفاد الحديث أن البيع يحضره اللغو والحلف
ولذلك أمر النبي ﷺ بخلط البيع بالصدقة لتمحو أثر ذلك^(٣).

(١) هو قيس ابن عمير بن وهب بن حراق بن حارثة بن غفار الغفاري، وقيل
الجهني، سكن الكوفة ومات بها، وله حديث واحد هو المذكور، وذكر مسلم
أنه تفرد بالرواية عنه وصححه. (الإصابة في تمييز الصحابة، تأليف أبو
الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلاني، ٣٧٤/٥، رقم
(٧٢٣٢)، الطبعة الأولى ١٤١٥ هـ، دار الكتب العلمية - بيروت).

(٢) سنن الترمذي، ٥٠٦/٣، (أبواب البيوع - باب ما جاء في التجار وتسمية
النبي ﷺ إياهم - حديث رقم (١٢٠٨))، وقال أبو عيسى: حديث قيس بن
أبي غرزة حديث حسن صحيح، ولا نعرف لقيس عن النبي ﷺ غير هذا.

(٣) تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي، ٣٣٤/٤-٣٣٥.

اعتراض على هذا الاستدلال:

أن السمسار هو الذي يبيع أو يشتري لغيره بالأجرة، فهو محمول على ما إذا كانت المدة معلومة^(١).

ويجب على ذلك؛ ليس في الحديث ما يدل على الاختصاص، فيبقى على عمومه.

ثانياً: القياس:

أن العقود كالبيع والشراء والتأجير وغيرها تصح فيها النيابة، فتصح فيها السمسرة قياساً على صحة النيابة^(٢).

ثالثاً: المعقول:

الناس محتاجون إلى مهنة السمسرة لتسهيل التعامل وتيسيره بينهم، والعقود إنما شرعت لحاجة الناس^(٣).

ثانياً: أدلة الرأي الثاني:

أستدل أصحاب هذا الرأي على أن السمسرة تجوز مقدرة بالزمن لا بالعمل، فإذا قدرت

بالعمل فلا تجوز، بالمعقول:

أولاً: دليل جواز السمسرة المقدرة بالزمن:

إذا بين المدة جاز لأن قدر المنفعة صار معلوماً ببيان المدة، والسمسار قادر على إنهاء المعقود عليه^(٤).

(١) بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي، ١٨٤/٤، الطبعة الثانية ١٤٠٦ هـ/١٩٨٦ م، دار الكتب العلمية.

(٢) المغني، تأليف أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة المقدسي الدمشقي الحنبلي، ٣٤٥/٥، تاريخ النشر ١٣٨٨ هـ - ١٩٦٨ م، مكتبة القاهرة.

(٣) التاج والإكليل لمختصر خليل، تأليف محمد بن يوسف بن أبي القاسم ابن يوسف العبدري الغرناطي، أبو عبد الله المواق المالكي، ٤٩٩/٧، الطبعة الأولى ١٤١٦ هـ/١٩٩٤ م، دار الكتب العلمية.

(٤) بدائع الصنائع، ١٨٤/٤، المبسوط، ١١٥/١٥.

ثانياً: دليل عدم جواز السمسرة إذا قدرت بالعمل:

لاشتمالها على الغرر والجهالة، ومن أصول المعاملات النهي عن عقود الغرر، والغرر في السمسرة المقدره بالعمل من وجهين:
الأول: أن عمل السمسار معلق على غيره، كرهبة المشتري مثلاً، فلا يدري متى يأتيه، ومتى يمكن إبرام الصفقة، وهذا مما تعذر معرفته في صلب عقد السمسرة، فحصل الغرر من هذا الوجه^(١).
الثاني: إذا لم يبين المدة لم يجز لجهالة قدر منفعة البيع والشراء^(٢).

الثالث: إذا لم يذكر الوقت بقي المعقود عليه مجهولاً؛ لأن قدر الحدود التي سماها غير معلوم وكذا محل الإقامة مجهول^(٣)، وبالتالي يكون الجهل في مقدار الجهد المبذول من الوسيط، والزمان الذي يستغرقه وهذا من باب الغرر المنهى عنه.

ثالثاً: أدلة الرأي الثالث:

أستدل أصحاب هذا الرأي على أن السمسرة جائزة إذا قدرت بالزمن، وكذا إذا قدرت بالعمل إن كان العمل الذي تجري فيه السمسرة يسيراً، أما إن كان كثيراً فلا تجوز إلا بضرب الزمن بالتالي:

أولاً: استدلو على الجواز في حال التقدير بالزمن:

عن قيس بن أبي غرزة^(٤) قال: {كنا نبتاع الأوساق بالمدينة، ونسمي أنفسنا السماسرة، فخرج علينا رسول الله ﷺ فسمانا باسم هو أحسن من اسمنا فقال ﷺ: يا معشر التجار، إن الشيطان، والإثم يحضران البيع، فشوبوا بيعكم بالصدقة^(٥).

(١) المبسوط، ١١٥/١٥.

(٢) بدائع الصنائع، ١٨٤/٤.

(٣) بدائع الصنائع، ١٨٤/٤.

(٤) سبق تعريفه ص ٢٨.

(٥) سبق تخريجه ص ٢٨.

وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث عموماً على جواز السمسرة، لإقرار النبي ﷺ لعمل السماسرة، وذلك من غير تقييد لها بصورة معينة فيبقى العمل بالحديث على عومه^(١).

ثانياً: استدلوا على التفريق في الحكم حال التقدير بالعمل بين القليل والكثير، فتجوز إن كان العمل الذي تجري فيه السمسرة يسيراً، أما إن كان كثيراً فلا تجوز إلا بضرب الزمن بالمعقول:

أولاً: أن السلع الكثيرة تشغل بائعها عن أن يشتري أو يبيع أو يعمل في غيرها، إما إن كانت السلع قليلة كالثوب أو الثوبان وما أشبههما من الأشياء التي لا تشغل صاحبها عن أن يعمل في غيرها فلا بأس^(٢).

ثانياً: إن ذلك يؤدي إلى الانتفاع بعمل السمسار دون عوض إذ أنه يشترط لاستحقاق العوض إتمام العمل، فلو عمل السمسار جزءاً من العمل ولم يتمه، لم يستحق شيئاً وذهب عناؤه باطلاً، وفي هذا انتفع البائع بعمل السمسار دون عوض^(٣).

مناقشة الأدلة:

يمكن مناقشة أدلة الرأي الثاني القائل بجواز السمسرة إذ كانت مقدره بالزمن، وعدم لجواز إذ كانت مقدره بالعمل بالتالي:

١- أن الغرر أيضاً موجود في السمسرة المقدره بالزمن، لأن السمسار قد لا يتم عمله أثناء المدة التي حددت له، إذا أنه معلق على غيره، فلو كان سمساراً على البيع ولم يحصل البيع لعدم وجود من يشتري فإن البائع لم ينتفع بعمل السمسار، مع أن السمسار يستحق أجره تماماً بانتهاء المدة المحدد، فالتفريق بينهما على أساس الغرر غير صحيح لاحتمال وجود الغرر في كل منهما.

(١) تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي، ٤/٤-٣٣٤-٣٣٥.

(٢) المدونة، ٣/٤٦٧.

(٣) شرح منح الجليل على مختصر خليل، ٨/٦٥.

٣- أن القول بعد مشروعية السمسرة المقدره بالعمل يؤدي إلى سد التعامل بها، والناس يحتاجون إلى هذه المهنة لتسهيل التعامل فيما بينهم، والمعاملات شرعت لحاجة الناس.

٢- أن الغرر في السمسرة مغتفر لما ورد في الحديث من إقرار عمل السماسرة مطلقاً، سواء كانت مقدره بالزمن أو بالعمل، لحاجة الناس إليها.

يمكن مناقشة أدلة الرأي الثالث، والتفرقة في الجواز بين العمل الكثير واليسير

بالتالي:

إن خبرة السماسرة من مزاولتهم لهذه المهنة أوجد لديهم تقديرًا لما سيقومون به من عمل، وما سيبدلون من جهد، وما يستغرقون من وقت، فالتفرقة والقول بجواز السمسرة إذا كانت مقدره بالعمل في اليسير دون الكثير لا داعي له.

الرأي المختار

بعد ذكر آراء الفقهاء وأدلتهم وما ورد عليها من اعتراضات ومناقشات يبدو لي أن ما ذهب إليه أصحاب الرأي الأول وهو رأي جمهور الفقهاء القائلون إن السمسرة جائزة مطلقاً، سواء قدرت بالزمن أو بالعمل، هو الرأي المختار وذلك للآتي:

١- قوة الأدلة التي استدلوا بها.

٢- الأصل في المعاملات الجواز والصحة ما لم يقد دليل على المنع، والسمسرة من المعاملات فتسري عليها هذه القاعدة.

٣- السمسرة يحتاج الناس إليها، فكثيراً من الناس لا يعرفون طرق المساومة في البيع والشراء، وآخرون ليس عندهم قدرة على تمحيص ما يشترون ومعرفة

عيوبه، وآخرون ليس عنهم وقت لمباشرة البيع والشراء بأنفسهم، ومن هنا كانت السمسرة عملاً نافعاً، ينتفع به البائع والمشتري.

ثانياً: حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية:

السمسرة الإلكترونية هي نوع من أنواع السمسرة المستحدثة في العصر الحالي، ويتبع السمسار فيها طريقة حديثة للترويج وعرض المنتجات والسلع المختلفة، ويتم من خلال شبكة الانترنت، بهدف الوصول الى أكبر عدد من الزبائن من كافة انحاء العالم بالمقارنة مع الوسائط التقليدية لعقد السمسرة.

وتمتاز السمسرة الإلكترونية عن التقليدية بعدة أمور من أهمها:

١- سهولة وسرعة الوصول الى العملاء من كافة انحاء العالم.

٢- تساعد في انتشار وشهرة المنتج بشكل أسرع، وعلى نطاق أوسع.

ومن أجل ذلك أصبحت السمسرة الإلكترونية من أهم متطلبات التجارة الحديثة.

ومما سبق يتبين أن الرأي المختار في حكم السمسرة أنها مشروعة مطلقاً سواء قدرت بالزمن أو بالعمل، وهذا الحكم ينطبق على سائر أنواعها سواء كانت بالصورة التقليدية المتعارف عليها بين الناس بالوسائل العادية، أو كانت بالصورة المستحدثة والتي تسمى السمسرة الإلكترونية.

وعلى ذلك أستطيع أن أقول:

يجوز للفرد إبرام عقد الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية، مع مراعاة الضوابط الشرعية.

المطلب الثاني

حكم إبرام الفرد عقد الوساطة في صورة التسويق الشبكي

التسويق الشبكي يعتبر نوع من أنواع الوساطة المستحدثة في التجارة الإلكترونية في العصر الحالي، وهو لا يعتبر من ضمن أنواع السمسة لوجود عدة فروق بينهما وهو ما أشرنا إليه سابقاً في الفصل الأول.

وشركات التسويق الشبكي لها أنظمة وصور متعددة ولكنها تشترك مع بعضها البعض في عدة خصائص من أهمها:

١- شراء المنتج- ولو مرة واحدة- شرط للحصول على العمولات، والمضي قُدماً في عملية التسويق: «اشتر لتسوق، فقد تكسب».

٢- توظيف غير محدود للمسوقين من المشاركين في سلسلة لا نهاية لها.

٣- كلما كنت أسبق في الاشتراك كنت أكثر حظاً، وأعظم أجراً، والعكس صحيح، جاء في إعلان لإحدى هذه الشركات: «سوف تخسر كثيراً إذا تأخر انضمامك إلينا يوماً واحداً، كلما انتظرت أكثر.. كلما خسرت أكثر.. ابدأ الآن».

٤- تضع جميع الشركات خطأ أحمر لكبح تضخم عمولات رؤساء الهرم، يختلف من شركة لأخرى، حتى لا تلتهم العمولات جميع أموال الشركة.

٥- لا تهتم بالمنتجات بقدر اهتمامها بتوظيف المسوقين والاشتراك في النظام الشبكي.

٦- الغالبية الساحقة من المنتجات تستهلك من قبل المسوقين لا المستهلكين، فالمسوق هو المستهلك، بخلاف التسويق التقليدي الذي يمثل فيه المستهلك الطرف الأخير في العملية التسويقية، يقول بعض الخبراء: (إن هذه الصناعة

برمتها قد تم بناؤها بالكامل تقريباً على الاستهلاك الشخصي للمنتجات عن طريق الموزعين^(١).

ومن هنا يتضح أن حقيقة التسويق الشبكي تظهر في الصورة المشهورة منه وهي: (اشتر لتسوق، فقد تكسب).

واختلف العلماء المعاصرين في حكم إبرام عقد الوساطة في صورة التسويق الشبكي إلى

رأين:

الرأي الأول:

ذهب جمهور العلماء المعاصرين إلى حرمة التسويق الشبكي^(٢)، وبهذا صدرت عدة فتاوى من هيئات علمية: فتوى دار الإفتاء المصرية حديثاً^(٣)، وفتوى اللجنة

(١) حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية، تأليف أحمد سمير قرني، ص (١٢-١٣)، مجلة الحق، الصادرة عن لجنة البحوث والدراسات بجمعية الحقوقيين، دولة الإمارات العربية، العدد السادس عشر، ربيع الأول ١٤٣٢ الموافق فبراير ٢٠١١م، التسويق الشبكي (الهرمي) من وجهة نظر إسلامية، إعداد دكتور خالد محمود الجهني، ص (١٠)، طبعة ١٤٣٤هـ.

(٢) التسويق الشبكي تحت المجهر، لزاھر سالم بلقفيه، ص (١٣)، التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي للدكتور إبراهيم الضرير، ص، التسويق الشبكي (الهرمي) من وجهة نظر إسلامية، ص (١٤)، التسويق الشبكي دراسة شرعية، د/رياض فرج بن مبروك بن عبدات، ص (٢٥٦)، مجلة جامعة الناصر - العدد الثالث ٢٠١٤هـ.

(٣) فتوى دار الإفتاء المصرية، وقد صدر عن دار الإفتاء المصرية بتاريخ ٢٠١٧/١١/٥ ما يلي: (إن المسائل المتعلقة بالتسويق الشبكي من المسائل المتطورة التي تختلف يوماً عن يوم، ومن ثم فإنه لا بد من الوقوف على كل صورة على حده حتى يتبين الحكم الشرعي، وقد سبق لدار الإفتاء المصرية أن أفقت بمنع هذا التعامل في صورة معينة وردت إليها وذلك لما رأت أن الجهالة تكتنف هذا العقد فضلاً عن أنه لا يوجد نظام قانوني يضبط هذه المسألة ولذلك رأت دار الإفتاء المصرية المنع في هذا الوقت لكن نحتاج إلى الوقوف على كل صورة على حده حتى نهدي فيها الحكم الشرعي).

الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالمملكة العربية السعودية^(١)، ومجمع الفقه الإسلامي بالسودان^(٢).

كما كتب فيها جماعة من المختصين في الاقتصاد الإسلامي وفقه المعاملات المالية المعاصرة، منهم الدكتور سامي السويلم^(٣) والدكتور إبراهيم الضرير^(٤).

الرأي الثاني:

ذهب بعض أهل العلم المعاصرين بجواز التسويق الشبكي^(٥)، وبهذا صدرت

(١) فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية رقم (٢٢٩٣٥) بتاريخ ١٤٢٥/٣/١٤ هـ ونصها: (... ولما كانت هذه هي حقيقة هذه المعاملة، فهي محرمة شرعاً لأمر...).

(٢) فتوى مجمع الفقه الإسلامي بالسودان بتاريخ ١٤٢٤/٤/٢٥ هـ ونصها (... العلة الشرعية التي بُنيت عليها فتوى حظر شركات التسويق الشبكي الصادرة من المجمع قبل خمس سنوات تتمثل في كونه قماراً.. بناءً على ما سبق فإن المجمع يرى أن عمل شركة كويست نت بالسودان في خطتها القديمة والجديدة لا يجوز العمل به لكونه قماراً حرمه الشرع، وبسبب مخالفتهم الصريحة لفتوى المجمع في ذلك وأيضاً فتوى أخرى بتاريخ ١٤٢٩/١/٢٨ هـ.

(٣) الدكتور سامي بن إبراهيم السويلم حصل على البكالوريوس من كلية العلوم بجامعة الملك سعود بالرياض في ١٤٠٧ هـ، ١٩٨٧ م. وحصل على الماجستير من جامعة جنوب إلينوي في ١٩٩٠ م، ثم الدكتوراه في الاقتصاد من جامعة واشنطن بسانت لويس، بالولايات المتحدة، في ١٩٩٥ م. التحق بمصرف الراجحي في ١٩٩٥ م كرئيس مستشارين، ثم في ١٩٩٨ م أصبح مديراً لمركز البحث والتطوير بالمجموعة الشرعية بالمصرف، انضم إلى مجموعة البنك الإسلامي للتنمية في أواخر ١٤٢٥ هـ، ٢٠٠٤ م.

(٤) الدكتور محمد الأمين الضرير هو: بروفيسور سوداني تخرج من كلية الحقوق في جامعة القاهرة سنة ١٣٧٦ هـ الموافقة لسنة ١٩٥٧ م، ثم نال درجة الدكتوراه من نفس الجامعة سنة ١٣٨٦ هـ الموافقة لسنة ١٩٦٧ م. حصل على جائزة الملك فيصل العالمية في الدراسات الإسلامية سنة ١٤١٠ هـ الموافقة لسنة ١٩٩٠ م، وهو أحد أركان فقه الاقتصاد الإسلامي المعاصر، وله العديد من الكتب والدراسات التأصيلية في التأمين والاقتصاد الإسلامي.

(٥) التسويق الشبكي تحت المجهر، لزاھر سالم بلفقيه، ص (١٤)، التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي للدكتور إبراهيم الضرير، ص، التسويق=

عدة فتاوى من هيئات علمية: أمانة الفتوى بدار الإفتاء المصرية قديماً^(١)، ودار الإفتاء اليمنية^(٢)، كما كتب فيها جماعة من المختصين في فقه المعاملات المالية المعاصر من هؤلاء: الدكتور صالح السدلان^(٣)، والشيخ أحمد الحداد^(٤).

= الشبكي (الهرمي) من وجهة نظر إسلامية، ص(١٨)، التسويق الشبكي دراسة شرعية، ص(٢٦٠).

(١) دار الإفتاء المصرية بتاريخ ١٩/١٢/٢٠١٠م، أمانة الفتوى بإمضاء محمود سام خضر و أحمد محمود سعد، لجنة الفتوى بالأزهر الشريف برقم (٥٤٨) بتاريخ ٢١/١٢/٢٠١٢م ونصها: (...أما بخصوص حصول العضو على نقاط نتيجة شراءه سلعة مما تنتجه الشركة هو أو غيره ممن دخل النظام المتفق عليه عن طريقه، وبموجب هذه النقاط يحصل العضو على ربح معلوم ويتجدد هذا الربح كلما تجددت النقاط أو زادت فهو من قبيل التبرع ولا حرج فيه.....)، وصرح الدكتور عامر سعيد رئيس لجنة الفتوى بالأزهر الشريف أن الفتوى تم ردها إلى دار الإفتاء لاختلاف العرض، ولإعادة دراستها، حيث عرضت بشكلين مختلفين على اللجنة، فحازت في الأولى على قبول اللجنة طالما لا تخالف شروط البيع والشراء في الإسلام، ثم تم عرضها مرة أخرى بشكل مخالف، فتم إحالتها لدار الإفتاء لمزيد من الدراسة والاطلاع، ونفى ما تردد عن إباحة اللجنة للتسويق الشبكي.

انظر: موقع جريدة الوفد، <https://goo.gl/78jn8Z>، بتاريخ الأحد، ١٩ مايو ٢٠١٣.

(٢) فتوى دار الإفتاء اليمنية بتاريخ ١٨/٣/٢٠١٢م، بإمضاء مقدم الفتوى محمد غيلان محمد الحاج.

(٣) **صالح السدلان هو:** أستاذ الدراسات العليا بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية سابقاً، ولد الشيخ السدلان في مدينة بريدة بمنطقة القصيم في عام ١٣٥٩هـ، انتسب الشيخ السدلان لكلية الشريعة بجامعة الإمام عام ١٣٨٦هـ ليحصل على درجة البكالوريوس، ثم حصل في عام ١٣٩١هـ على الماجستير في الفقه المقارن، ثم حصل على الدكتوراه من المعهد العالي للقضاء في عام ١٤٠٣هـ، عرف عنه مشاركاته الدعوية والإعلامية وتصديه للأفكار والمناهج الضالة، وتوفي عن عمر ناهز ٧٧ عاماً.

(٤) **أحمد بن عبد العزيز الحداد هو:** أحد علماء المسلمين من دولة الإمارات العربية المتحدة، كبير المفتين مدير إدارة الإفتاء في دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري في دبي، وهو أحد أعضاء الهيئة التأسيسية لمجلس حكماء المسلمين

سبب الخلاف

عند النظر والتأمل في آراء العلماء في هذه المسألة يظهر أن:

الرأي الأول نظر إلى مجموع عمليتي التسويق الشبكي (الشراء + التسويق) كصناعة تجارية متكاملة، مع مراعاة للأصول العامة التي جاء بها الشرع في أبواب المعاملات، كالنظر إلى الحقائق، والمقاصد والنيات، وسد باب الحيل والذرائع التي تؤدي إلى الحرام.

الرأي الثاني نظر إلى ظاهر المعاملة دون ربط بين ركنيها (الشراء + التسويق)، وذلك بفصل عملية الشراء عن التسويق، واعتبار كل منهما معاملة مستقلة، مع إلغاء لأثر مقاصد المشتري ونياتهم، ما دام أن كلا العقدين قد استوفى شروط الصحة الظاهرة^(١).

وأقوى سبب للخلاف في حكم التسويق الشبكي يكمن في إجابة السؤال التالي:

أيهما مقصود المشتري في نظام التسويق الشبكي: المنتج أم العمولة (حافز التسويق)؟

الأدلة

أولاً: أدلة الرأي الأول:

أستدل أصحاب هذا الرأي القائلين بالتحريم، بالكتاب والمعقول:

أولاً: الكتاب: أستدل أصحاب هذا الرأي بعدة آيات منها:

قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ

رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾^(٢).

(١) التسويق الشبكي تحت المجهر، ص (١٤).

(٢) سورة المائدة آية رقم (٩٠).

وجه الدلالة من الآية:

خاطب الله سبحانه وتعالى المؤمنين، ونهاهم عن الخمر والميسر والأنصاب والأزلام، لقبح واشتمال كل منهم على مفسد عظيمة في الدين، والميسر هو أن يأخذ مال الإنسان ولا يديري هل يحصل له عوضه أو لا^(١).

والسلعة غير مقصودة في هذه المعاملة، وإنما قصد المشترك عمولة التسويق، فيسقط بهذا اعتبار السلعة، ويلغى دورها، فينتج عنه الصورة التالية: تدفع مبلغاً مقابل الحصول على مبالغ متوقعة قد تأتي وقد لا تأتي، وهذا هو القمار بعينه، إذ إن المسوق الذي دفع المال لا يضمن الإتيان بمن يشتري عن طريقه، وخاصة في المستويات الأخيرة من الشبكة^(٢).

وأيضاً قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾^(٣).

وجه الدلالة من الآية:

دللت الآية على تحريم الربا عموماً^(٤)، والتسويق الشبكي معاملة يدخل فيها الربا، فالمشترك يدفع نقود ليحصل على أكثر منه (ادفع عشرة تحصل على خمسة عشر) فصار المبلغ المكتسب من ربا النسئبة أيضاً، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنص والإجماع^(٥).

(١) مفاتيح الغيب، تأليف أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التميمي الرازي الملقب بفخر الدين الرازي، ١٢/٤٢٤-٤٢٥، الطبعة الثالثة ١٤٢٠هـ، دار إحياء التراث العربي- بيروت.

(٢) التسويق الشبكي تحت المجهر، ص(١٥).

(٣) سورة البقرة آية رقم(٢٧٨).

(٤) أحكام القرآن، تأليف أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي، ١/٥٦٦، تحقيق عبد السلام محمد علي شاهين، الطبعة: الأولى، ١٤١٥هـ/١٩٩٤م، دار الكتب العلمية بيروت- لبنان.

(٥) التسويق الشبكي تحت المجهر، ص(١٥).

ونوقشت هذه الأدلة:

إن المشتري قد حصل على ما يقابل نقوده من المنتجات، فأين القمار والربا؟!.

ثانياً: المعقول:

دخول الغش في أصل المعاملة أو في منتجاتها، ويكمن ذلك في:

- 1- الإيهام أن المنتج هو المقصود والحال خلاف ذلك.
- 2- إغراء المشتريين بالعمولات الضخمة الوهمية التي سيجنونها من الشراء للاشتراك في نظام التسويق الشبكي.
- 3- المبالغة في فوائد المنتجات المسوق لها؛ طمعاً في توسيع شبكته التسويقية، مما قد يوقعه في التدليس والغش^(١).

ثانياً: أدلة الرأي الثاني:

أستدل أصحاب هذا الرأي القائلين بالجواز، بالكتاب والقياس والمعقول:

أولاً: الكتاب:

قوله تعالى: ﴿...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...﴾^(٢).

وجه الدلالة من الآية:

دللت الآية على إباحة سائر البياعات لأن لفظ البيع موضوع لمعنى معقول في اللغة وهو تملك المال بالمال بإيجاب وقبول عن تراضي منهما، وهذا هو حقيقة البيع^(٣).

(١) التسويق الشبكي تحت المجهر ، ص (١٦) .

(٢) سورة البقرة آية رقم (٢٧٥) .

(٣) أحكام القرآن للجصاص، ١/٦٨٥ .

ولا يعدو التسويق الشبكي نوعاً من البيوع الجديدة التي لم يأت نص من كتاب ولا سنة بالمنع منها، فتد إلى أصلها من الإباحة^(١).

نوقش هذا الاستدلال:

التسويق الشبكي معاملة دخل عليها جملة من الأمور التي يكفي بعضها للنقل عن أصل الإباحة إلى التحريم، ومن ذلك: القمار والغرر وأكل المال بالباطل، فكيف بها مجتمعة^(٢).

ثانياً: القياس:

إن التسويق الشبكي من باب عقد الوكالة الجائزة بأجرة، فيعد إتمام عملية بيع وشراء المنتج، تقوم الشركة بإبرام عقد وكالة لتوزيع المنتجات أو تفويضاً شفويّاً بذلك، يحصل بموجبه الموزع أو الوسيط على عمولات مقابل جهده في التسويق.

نوقش هذا الاستدلال:

هناك فرق بين المعاملتين، أظهرها: أن الوكيل في عقد الوكالة لا يدفع ليصبح وكيلاً، بل يأخذ الأجرة المتفق عليها بشرطها، بينما في التسويق الشبكي يدفع الوكيل أجرة ليدخل في شبكة التسويق^(٣).

ثالثاً: المعقول:

استدلوا من عدة أوجه:

١- التسويق الشبكي من قبيل السمسرة المشروعة، فالشركة تعطي هذه العمولات مقابل الدلالة على منتجاتها وشرائها، شأنها شأن أصحاب العقار الذين يخصصون جزءاً من مبلغ الأرض التي تم بيعها للوسيط الذي قام بدلالة المشتري عليها.

(١) التسويق الشبكي تكييفه وأحكامه الفقهية، تأليف بندر بن صقر الزيادي، ص (٣٠).

(٢) التسويق الشبكي تحت المجهر، ص (١٦).

(٣) المرجع السابق، ص (١٨).

ويرد على هذا الاستدلال:

هناك فروق بين السمسرة وعمولات التسويق الشبكي، يمنع معها الإلحاق والقياس.

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

ويرد على هذا الاستدلال:

إن السلعة هنا غير مقصودة، والغرض الحقيقي من هذه المعاملة هو العمولات، والسلعة جاءت غطاء لإضفاء المشروعية، وهذا من التحايل المحرم الذي جاءت نصوص الشريعة بسد بابه والتحذير من أربابه^(١).

الرأي المختار

بعد ذكر آراء العلماء وأدلتهم وما ورد عليها من اعتراضات ومناقشات يبدو لي أن ما ذهب إليه أصحاب الرأي الأول القائلون بتحريم إبرام عقد الوساطة في صورة التسويق الشبكي هو الرأي المختار وذلك للآتي:

- ١- هذا الرأي هو الذي توجهت إليه أكثر الفتاوى العلمية والمجامع الفقهية.
- ٢- التسويق الشبكي لا يحقق التنمية الاقتصادية من المنظور الإسلامي، لأن الاقتصاد الإسلامي قائم على تدويل المال بشكل سليم بين أفراد المجتمع.
- ٣- قال الرسول ﷺ: {إن الحلال بين، وإن الحرام بين، وبينهما مشبهات لا يعلمهن كثير من الناس، فمن اتقى الشبهات استبرأ لدينه وعرضه، ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام}^(٢). والأحكام الشرعية مبنية على الغالب، فما كان غالباً كان الحكم له، والمنتج في التسويق الشبكي غير مقصود غالباً، فيبنى الحكم على ذلك.

(١) التسويق الشبكي تحت المجهر، ص(١٧).

(٢) صحيح مسلم، تأليف مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، ١٢١٩/٣، باب أخذ الحلال وترك الشبهات حديث رقم (١٥٩٩)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت.

المبحث الثالث

الضوابط الشرعية لإبرام عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية

أصبح التعامل في الأسواق المحلية والعالمية ممكناً من أي مكان عن طريق وسائل تقنية المعلومات، ويتم ذلك من خلال شركات ومؤسسات الوساطة والسماسة، وقد تناولنا في المبحث الثاني من الفصل الأول صور إبرام عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية، وهذه الصور ليست على سبيل الحصر بل تتغير صور عقد الوساطة بتغير الأزمنة والأمكنة، وفي هذا المبحث سوف نلقي الضوء على الضوابط الشرعية لإبرام الوسيط الفردي عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية وهذه الضوابط يمكن تطبيقها على ما ذكرناه من صور لعقد الوساطة أو ما سوف يستجد مستقبلاً. وذلك بالرجوع إلى مبادئ الشرعية الإسلامية ومقاصد الأحكام الشرعية والضوابط التي تحكم المعاملات المالية بين أبناء المجتمع الإسلامي.

ويمكن تلخيص هذه الضوابط في التالي:

أولاً: المشروعية في مجال عقد الوساطة:

ويقصد بذلك أن يكون مجال عقد الوساطة مشروعاً لا يتعارض مع نص في القرآن الكريم أو السنة النبوية أو غير ذلك من الأدلة الشرعية المتفق عليها، كما يجب تجنب المعاملات التي تحرمها الشريعة الإسلامية والتي تتضمن الربا والغرر والتدليس والاحتكار والمقامرة (الميسر) والجهالة وكل ما يؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل.

ثانياً: الرضا من المتعاقدين (العميل والوسيط):

وهذا شرط عام في جميع أنواع العقود، فلا يجوز الإكراه على إبرام عقد الوساطة.

ثالثاً: الالتزام بأخلاقيات الإسلام في العمل مثل الصدق والأمانة والوفاء:

يجب على الوسيط أن يكون صادقاً في البيانات والمعلومات التي يقدمها لعملائه من البائعين والمشتريين، وتجنب الكذب والغش والتدليس والكتمان وما في حكم ذلك من الأمور التي حرمتها الشريعة الإسلامية.

ويجب على الوسيط أن يتحرى الأمانة في كل معاملاته طبقاً للأوامر الواردة له من العملاء، كما يجب أن يكون أميناً في المشورة والنصيحة والتوصية التي يقدمها لعملائه عند طلبها، فالمستشار مؤتمن كما يجب تجنب الغش والتدليس والتزوير والكتمان وما في حكم ذلك.

ويجب على الوسيط أن يلتزم بوعوده وعهوده حتى يكون موضع ثقة من المتعاملين معه، فالعقود ملزمة^(١).

رابعاً: الكفاءة المهنية:

أن يكون الوسيط مؤهلاً تأهيلاً علمياً مناسباً يمكنه من القيام بالمهام المكلف بها على الوجه اللازم، وأن يكون على علم مستمر بالمستجدات في مجال المعاملات في الأسواق، والمعرفة التامة بالجوانب القانونية التي تحكم المعاملات في الأسواق حتى يجنب عملائه مخاطر مخالفتها، كما يجب أن

(١) التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، دكتور حسين حسين شحاتة، ص (١٠-١١).

يكون على علم تام بالجوانب الإجرائية اللازمة لتنفيذ الأوامر الواردة له من العملاء.

خامساً: المحافظة على الأموال:

من بين مقاصد الشريعة الإسلامية حفظ المال، ولذلك يجب أن يتعاون الوسيط مع عملائه في اختيار الأشياء والخدمات والسبل التي تقلل المخاطر وتنمي العوائد، فعلي سبيل المثال لا يجب الدخول في معاملات ذات مخاطر عالية غير مجدية وتؤدي إلى هلاك المال، كما يجب تجنب طرق التعامل التي لم تجيزها الشريعة الإسلامية.

سادساً: المعلوماتية والتدوين والتوثيق بين الوسيط وعملائه لحفظ الحقوق:

يجب أن يبرم عقد الوساطة بين العميل والوسيط مبيناً فيه كافة الشروط والاتفاقيات ولاسيما مقدار أجر الوسيط، ويجب توثيق عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية حفظاً لحقوق جميع أطراف العقد حتى لا يحدث جهالة وغرر ويؤدي ذلك إلى شك وريبة ونزاع بينهما^(١).

(١) الضوابط الشرعية للسمسة والسماسرة، دكتور/ حسين حسين شحاتة الأستاذ بجامعة الأزهر- خبير استشاري في المعاملات المالية الشرعية، ص(١٤).

خاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على من
بعثته تمت الرسالات، وعلى آله وصحبه وسلم.

ويعد.....

بعد عرض صور إبرام الوسيط الفردي عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية
في عصرنا الحالي، وتبين الحكم الشرعي في كل صورة منها، انتهى البحث إلى
عدة

نتائج وتوصيات.

ويمكن تلخيص أهم النتائج التي توصلت إليها في العناصر الآتية:

- 1- مفهوم الوسيط يرادف في كتب الفقهاء لفظ السمسار أو الدلال، فكل منهما
يعتبر وسيط بين البائع والمشتري مع اختلاف الفقهاء في مفهوم كل منهما.
- 2- التجارة الإلكترونية مصطلح حديث يطلق على التجارة من خلال الحاسوب
وشبكة الإنترنت.
- 3- الوسيط الفردي في التجارة الإلكترونية هو فرد يقوم بترتيب المعاملات
الخاصة بالصفقات التجارية الإلكترونية بين المشتري والبائع عن طريق
استخدام شبكة الإنترنت مقابل عوض معلوم تم الاتفاق عليه مسبقاً.
- 4- الوساطة الإلكترونية لها أنواع متعددة منها: الوساطة بالبيع والشراء،
التأجير، إدارة الأملاك، والتمويل العقاري وغير ذلك من أبواب الوساطة، إلا
أن أشهرها الوساطة بالبيع والشراء.
- 5- طرق إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية ليست محصورة،
ولكنها متنوعة ومتغيرة بتغير الأزمنة والأمكنة، وحسب ما يشهده العصر من
تطورات في مجال التكنولوجيا.
- 6- من صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية (السمسرة
الإلكترونية)، والوسيط الفردي في هذه الصورة يقوم بدور الوسيط في الصفقات
التجارية الإلكترونية مقابل عوض بدون أي شرط من طرفي الصفقة.
- 7- من صور إبرام الفرد عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية (التسويق
الشبكي) أو ما يطلق عليه بالتسويق متعدد المستويات، والوسيط الفردي في هذه
الصورة يقوم بدور الوسيط في التسويق للمنتجات أو الخدمات مقابل عوض،

بشرط أن يشتري منتجات الشركة المعنية أو مقابل اشتراك معين تقدره الشركة، ويبدأ العمل بعد ذلك بالترويج لمسوقين جدد.

٨- هناك عدة فروق بين السمسرة الإلكترونية والتسويق الشبكي، من أهمها: أن السمسرة الإلكترونية لا يشترط فيها شراء السمسار سلعة ممن يسمسر له، فهو مجرد وسيط بين صاحب السلعة والمشتري، أما نظام شركات التسويق الشبكي في الغالب شراء الشخص لمنتج الشركة شرط في قبوله مسوقاً.

٩- يتميز عقد الوساطة التجارية بخصائص عديدة، من أهمها: أنه عقد من العقود الرضائية، وأنه عقد معاوضة.

١٠- التجارة الإلكترونية مباحة مالم تتضمن شيء محرم في الشريعة الإسلامية، لأن الأصل في المعاملات الحل والإباحة مالم يرد دليل على التحريم، والتجارة الإلكترونية من باب المعاملات المباحة مالم تشمل شيء مخالف للشرع.

١١- الرأي المختار في حكم السمسرة انها جائزة مطلقاً، سواء قدرت بالزمن أو بالعمل، لحاجة الناس إليها في البيع والشراء، فهي عملاً نافعاً، ينتفع به البائع والمشتري.

١٢- يجوز للفرد إبرام عقد الوساطة في صورة السمسرة الإلكترونية مع مراعاة الضوابط الشرعية.

١٣- حقيقة التسويق الشبكي تظهر في الصورة المشهورة منه وهي: (اشتر لتسوق، فقد تكسب).

١٤- السلعة في التسويق الشبكي غير مقصودة، والغرض الحقيقي من هذه المعاملة هو العمولات، والسلعة جاءت غطاء لإضفاء المشروعية، وهذا من التحايل المحرم الذي جاءت نصوص الشريعة بسد بابه والتحذير من أربابه.

١٥- لا يجوز للفرد إبرام عقد الوساطة في صورة التسويق الشبكي، لاشتمال العقد على الميسر والربا المنهي عنه في الشريعة الإسلامية.

١٦- الضوابط الشرعية لإبرام عقد الوساطة متعددة من أهمها: المشروعية في مجال عقد الوساطة، الرضا من المتعاقدين (العميل والوسيط)، الالتزام بأخلاقيات الإسلام في العمل مثل الصدق والأمانة، التدوين والتوثيق بين الوسيط وعملائه لحفظ الحقوق.

ويمكن تلخيص أهم التوصيات فيما يلي:

١- الرجوع للمختصين في جميع المسائل الفقهية المستحدثة، ومنها صور المعاملات في العصر الحالي حيث إن لكل صورة حكمها الشرعي الذي يختص بها.

٢- يظهر لكل ذي عقل رشيد أن المعاملات التي يتعامل بها الناس من حيث حكمها شرعاً ثلاثة أقسام:

القسم الأول: حلال بين.

القسم الثاني: حرام بين.

القسم الثالث: أمور مشتبهاة.

والقسم الأول لا حرج في التعامل به، والقسم الثاني يحرم التعامل به، أما القسم الثالث فيتعين لمن أراد ألا يقع في الحرام أن يبتعد عنه.

٣- التمييز بين صور إبرام عقد الوساطة في التجارة الإلكترونية من حيث الإباحة والتحریم، حيث إن لكل صورة حكمها، فالمشروعية قائمة حال توافر الشروط والضوابط الشرعية في المعاملة مهما تبدلت أو تغيرت المسميات لهذه العقود.

٤- السعي لطلب الرزق كما أمرنا الله عز وجل، والابتعاد عن طرق الكسب المحرمة.

هذا، وقد تم بحمد الله وتوفيقه ما أردته من بيان صور إبرام العقد الواسطة في التجارة الإلكترونية والتمييز بينها من حيث الحل والإباحة، والله أسأل أن يجعل هذا العمل لوجهه الكريم، إنه نعم المولى ونعم النصير.
وصلی الله وسلم على نبینا محمد وعلى آله وصحبه أجمعین، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمین.

د. الفتي سعد إسماعيل

أستاذ مساعد بكلية العلوم والدراسات

الإنسانية

جامعة شقراء - المملكة العربية السعودية

المصادر والمراجع

- (١) أحكام القرآن للجصاص، تأليف أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي، تحقيق محمد صادق القمحاوي، طبعة ١٤٠٥هـ، دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- (٢) أحكام القرآن، تأليف أحمد بن علي أبو بكر الرازي الجصاص الحنفي، تحقيق عبد السلام محمد علي شاهين، الطبعة: الأولى، ١٤١٥هـ/١٩٩٤م، دار الكتب العلمية بيروت- لبنان.
- (٣) أحكام القرآن لابن العربي، تأليف القاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المعافري الإشبيلي، الطبعة الثالثة ١٤٢٤هـ/٢٠٠٢م، دار الكتب العلمية - بيروت.
- (٤) الإصابة في تمييز الصحابة، تأليف أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن أحمد بن حجر العسقلاني، الطبعة الأولى ١٤١٥هـ، دار الكتب العلمية - بيروت.
- (٥) الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، تأليف علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان المرادوي دمشقي الحنبلي، الطبعة الثانية، دار إحياء التراث العربي.
- (٦) بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي، الطبعة الثانية ١٤٠٦هـ/١٩٨٦م، دار الكتب العلمية.
- (٧) البيان والتحصيل والشرح والتعليل، تأليف أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، تحقيق د/محمد حجي، الطبعة الثانية ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م، دار الغرب الإسلامي - بيروت - لبنان.
- (٨) البيان في مذهب الإمام الشافعي، تأليف أبو الحسن يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني اليمني الشافعي، تحقيق قاسم محمد النوري، الطبعة الأولى ١٤٢١هـ/٢٠٠٠م، دار المناهج- جدة.
- (٩) التاج والإكليل لمختصر خليل، تأليف محمد بن يوسف بن أبي القاسم بن يوسف العبدري الغرناطي، أبو عبد الله المواق المالكي، الطبعة الأولى ١٤١٦هـ/١٩٩٤م، دار الكتب العلمية.

(١٠) تاج العروس من جواهر القاموس، تأليف محمد بن محمد بن عبد الرازق الحسيني، الملقب بمرتضى الزبيدي، دار الهداية.

(١١) التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، دكتور حسين حسين شحاتة.

(١٢) تحرير ألفاظ التنبيه، تأليف أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، تحقيق عبد الغني الدقر، الطبعة الأولى ١٤٠٨هـ، دار القلم - دمشق.

(١٣) تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي، تأليف أبو العلام محمد عبد الرحمن ابن عبد الرحيم المباركفوري، دار الكتب العلمية - بيروت - لبنان.

(١٤) تحفة الفقهاء، تأليف محمد بن أحمد بن أبي أحمد أبو بكر علاء الدين السمرقندي، الطبعة الثانية ١٤١٤هـ/١٩٩٤م، دار الكتب العلمية - بيروت.

(١٥) التسويق الشبكي تحت المجهر، لزاهر سالم بلفقيه.

(١٦) التسويق الشبكي دراسة شرعية، د/رياض فرج بن مبروك بن عبدات، مجلة جامعة الناصر - العدد الثالث ٢٠١٤هـ.

(١٧) التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، تأليف أسامة عمر الأشقر، العدد الأول ٢٠٠٦م، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات.

(١٨) التسويق الشبكي (الهرمي) من وجهة نظر إسلامية، إعداد خالد بن محمود الجهني.

(١٩) تفسير القرطبي، تأليف أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي القرطبي، الطبعة الثانية ١٣٨٤هـ/١٩٦٤م، دار الكتب المصرية.

(٢٠) التكيف الفقهي لشركات التسويق الشبكي، للدكتور إبراهيم الضرير.

(٢١) حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية، تأليف أحمد سمير قرني، مجلة الحق، الصادرة عن لجنة البحوث والدراسات بجمعية الحقوقيين، دولة الإمارات العربية، العدد السادس عشر، ربيع الأول ١٤٣٢م الموافق فبراير ٢٠١١م.

(٢٢) الحماية الجنائية الإلكترونية عبر الإنترنت، د. هدى حامد قشقو، طبعة ٢٠٠٠م، دار النهضة العربية.

(٢٣) رد المحتار على الدر المختار، ابن عابدين، محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين دمشقي الحنفي، الطبعة الثانية ١٤١٢هـ/١٩٩٢م، دار الفكر-بيروت.

(٢٤) روضة الطالبين، تأليف أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، الطبعة الثالثة ١٤١٢هـ/١٩٩١م، المكتب الإسلامي - بيروت.

(٢٥) سنن ابن ماجه، تأليف أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، دار إحياء الكتب العربية.

السييل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار، تأليف محمد بن علي بن عبد الله الشوكاني اليمني، الطبعة الأولى، دار ابن حزم.

(٢٦) صحيح البخاري، تأليف محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري، الطبعة الأولى ١٤٢٢هـ، دار طوق النجاة.

(٢٧) صحيح وضعيف سنن ابن ماجه، تأليف محمد ناصر الدين الألباني، مركز الإسلام لأبحاث القرآن والسنة بالإسكندرية.

(٢٨) صحيح مسلم، تأليف مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت.

(٢٩) الضوابط الشرعية للسمسة والسماسرة، دكتور/ حسين حسين شحاتة الأستاذ بجامعة الأزهر- خبير استشاري في المعاملات المالية الشرعية.

(٣٠) عقد الوساطة التجارية (دراسة مقارنة)، تأليف الدكتور رائد أحمد خليل القرغولي، الطبعة الأولى ٢٠١٤م.

(٣١) غاية المرام في شرح شرائع الإسلام، تأليف الشيخ مفلح البحراني، تحقيق الشيخ جعفر الكوثراني العاملي، الطبعة الأولى، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.

(٣٢) فتح الباري شرح صحيح البخاري، تأليف أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، طبعة ١٣٧٩هـ، دار المعرفة - بيروت.

- (٣٣) الفتح الرباني لترتيب مسند الإمام أحمد بن حنبل الشيباني مع مختصر شرحه بلوغ الأمان من أسرار الفتح الرباني، تأليف أحمد عبد الرحمن البناء، الطبعة الأولى، دار احياء التراث العربي.
- (٣٤) القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، تأليف الدكتور سعدي حبيب، الطبعة الثانية ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م، دار الفكر - دمشق.
- (٣٥) القاموس المحيط، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، الطبعة الثامنة ١٤٢٦هـ/٢٠٠٥م، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان.
- (٣٦) القوانين الفقهية، تأليف أبو القاسم محمد بن عبد الله بن جزي الكلبي الغرناطي.
- (٣٧) كشف القناع عن تضمين الصناع، لأبي علي الحسن بن رحال المعدني، دراسة وتحقيق محمد أبو الأجفان، الدار التونسية للنشر.
- (٣٨) كشاف القناع عن متن الأئمة، تأليف منصور بن يونس بن صلاح الدين بن إدريس البهوتي الحنبلي، دار الكتب العلمية.
- (٣٩) لسان العرب، تأليف أحمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور الأنصاري، الطبعة الثالثة ١٤١٤هـ، دار صادر - بيروت.
- (٤٠) مبادئ القانون التجاري والبحري، تأليف الدكتور علي البارودي، دار المطبوعات الجامعية - الإسكندرية.
- (٤١) المبسوط، لمحمد بن أحمد بن أبي سهل السرخسي، طبعة ١٤١٤هـ/١٩٩٣م، دار المعرفة - بيروت.
- (٤٢) المجموع شرح المهذب، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، دار الفكر.
- (٤٣) المحلى، تأليف أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي الظاهري، دار الفكر - بيروت.
- (٤٤) المدونة، تأليف الإمام مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبحي المدني، الطبعة الأولى ١٤١٥هـ/١٩٩٤م.
- (٤٥) مصادر الالتزام، تأليف الدكتور عبد القادر الفار، الطبعة الأولى ٢٠٠١م، الناشر الدار العلمية الدولية، ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- (٤٦) معجم اللغة العربية المعاصرة، تأليف د/أحمد مختار عبد الحميد عمر، الطبعة الأولى ١٤٢٩هـ/٢٠٠٨م، علم الكتب

(٤٧) معجم لغة الفقهاء، تأليف محمد رواس قلعجي- حامد صادق قنبي،
الطبعة الثانية ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م، دار النفائس.

(٤٨) المعجم الوسيط، المؤلف: مجمع اللغة العربية بالقاهرة (إبراهيم مصطفى
/ أحمد الزيات / حامد عبد القادر / محمد النجار)، دار الدعوة.

(٤٩) المغني، تأليف أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة
المقدسي الدمشقي الحنبلي، تاريخ النشر ١٣٨٨هـ - ١٩٦٨م، مكتبة
القاهرة.

(٥٠) مفاتيح الغيب، تأليف أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين
التميمي الرازي الملقب بفخر الدين الرازي، الطبعة الثالثة ١٤٢٠هـ، دار
إحياء التراث العربي- بيروت.

(٥١) منح الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد بن أحمد بن محمد عليش، أبو
عبد الله المالكي، طبعة ١٤٠٩هـ/١٩٨٩م، دار الفكر- بيروت.

(٥٢) المهذب في فقه الإمام الشافعي، لأبي إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف
الشيرازي، دار الكتب.

(٥٣) النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، د. عبد الفتاح حجازي، طبعة
٢٠٠٢م، دار الفكر الجامعي - مصر.

(٥٤) النظم المستعذب في تفسير غريب ألفاظ المهذب، تصنيف الإمام بطل بن
أحمد بن سليمان بن بطل الركبلي، القسم الثاني، دراسة وتحقيق د.
مصطفى عبد الحفيظ سالم، طبعة ١٤١١هـ/١٩٩١م.

(٥٥) نيل الأوطار، تأليف محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني، الطبعة الأولى
١٤١٢هـ/١٩٩٣م، دار الحديث - مصر.

★★★★★★★★★★