

مُزِيلُ الْإِلْبَاسِ عَنْ حُكْمِ التَّعَامُلِ  
مَعَ شَرِكَةِ بِنَاسٍ **BizNas**  
ومثيلاتها من شركات التسويق الشبكي

الدكتور مرهف سقا  
التفسير وعلوم القرآن

## تقديم

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على النبي العربي الذي أرسل رحمة للعالمين. وبعد ، هذا هو العدد الثامن من سلسلة فقه المعاملات ، نتناول فيه أمراً تداوله الناس فاشغلوا أنفسهم واشغلوا غيرهم من العلماء والمجامع العلمية. ألا وهو التسويق عن طريق الإنترنت بالأسلوب الشجري سعياً وراء تحصيل أرباح مغرية لاهئين خلف مال فيه شبهة واضحة على أقل تقدير. وعقدوا من أجل ذلك المؤتمرات والندوات وسافروا من بلد إلى آخر وكأنهم يطلبون علماً نافعاً ، بل ودافعوا عن يفتي لهم وحاربوا من يجرّم ويشكك إرضاءً لأنفسهم ولو خالفوا بذلك شرعهم الحنيف. وحبذا لو التفت المسلمون إلى أعمال منتجة تقويهم وتعزهم وترفع شأنهم بين الأمم. فيسهرون الليالي في تطوير واختراع ما يفيدهم ويفيد أمتهم التي تكالب عليها الأعداء من كل حذب وصوب.

الدكتور سامر مظهر قنطججي

## مقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن والاه إلى يوم الدين وبعد.

يقول عمر بن الخطاب رضي الله عنه: لست بالخب ولا الخب يخدعني. إن ما يميز المسلم عن غيره من الناس أن المسلم منضبط بأحكام شريعته ، وهذا الانضباط ليس قيدياً يجعل المسلم جامداً في مكانه لا يتقدم بل هو حافظ له كالسور يحميه من مداخل الفتن والباطل والأهواء. ونحن في زمن أشيع فيه مصطلحات شتى ، ومنها الحرية ، نتج عنها أن تفلت الناس من القيم وانعكست فيها الأمور عن حقيقتها وانقلبت فيها المفاهيم حتى غدت المصلحة هي الدين الذي تعتقده الناس، والدافع لمعاملاتهم وأخلاقهم فكان نتيجة ذلك أن استحكمت المادة في النفوس وتجدرت في القلوب وتفرعت في العقول فكان حصاد ثمارها سلوك فاسد ، وفراغ روحي ، وتعطيل لنظرة الإنسان إلى نفسه والكون والحياة. وهذا بدوره أدى إلى أفكار مخالفة الفطرة الإنسانية والفطرة الكونية ومعطلة لنظام الحياة وكفر بالخالق سبحانه وتعالى ، ثم صارت هذه الأفكار نظماً تحكم البشرية في العالم.

ونظرا لفساد هذه الأنظمة فسدت الحياة وفسدت المعاملات وفسدت الأخلاق وفسد البشر ، فما يعانیه العالم اليوم من الفساد ليس له مثل في التاريخ.

ومن المعاملات التي شاعت بين المسلمين البيع عن طريق التسويق الشبكي ذات النظام الهرمي والذي تهاقت إليها كثير ممن يدعي الثقافة والعلم غير ناظرين في حقيقتها وغير آبهين بحكمها سعياً وراء المادة ، ثم استغلوا فتاوى انتزعت من أفواه العلماء بصور للمعاملة يعرضونها عليهم بما يتوافق ومصالحتهم ليقال لهم حلال. فكان سعيهم هذا جهد مشارك لتوسيع الجرح الذي أصاب أمتنا واستنزف قوتها دون علم منهم بعاقبة هذه المعاملة. وبما أن الحكم على الشيء فرع عن تصوره فينبغي على العاقل أن يتفهم حقيقة المعاملة ومقاصدها ومعانيها لأن العبرة بالمقاصد والمعاني في المعاملات وإن كان ذلك لا يغني عن النظر في الألفاظ والمباني.

وقد قسمت الكتاب إلى ثلاثة مباحث عرف المبحث الأول شركة بيزناس ، والمبحث الثاني وصف طبيعة عمل شركة بيزناس ، والمبحث الثالث كان في تقويم الشركة شرعياً مع مثيلاتها من الشركات العالمية. وقد عرضت فيه فتاوى المحيزين مع مناقشتهم. وأسأل الله تعالى التوفيق والإخلاص في العمل.

## الإهداء

إلى كل مسلم غيور على دينه

إلى كل مسلم لا يتاجر بمصلحة أمته من أجل مصالحه الشخصية

إلى كل مسلم رضي بالله رباً وبالإسلام ديناً وبمحمد صلى الله

عليه وسلم نبياً ورسولاً

## المبحث الأول التعريف بشركة بيزناس

حتى لا يخرج القارئ عن الموضوع وكلي يقرأ الحكم مع النظر والتدقيق سيتم التعريف بالشركة من النقاط الآتية:

- من مؤسسها ومتى تأسست ؟
- ما هي المنتجات التي تبيعها وآلية العمل في هذه الشركة ؟
- ما قيمة هذه المنتجات للفرد والمجتمع وعلام تعتمد في تسويق منتجاتها؟

وحتى لا أغبن القارئ فإني سأعرض للتعريف بالشركة وكيفية عملها وما تقدمه من منتجات مستنداً إلى معلومات الشركة نفسها أو من يروج لها.

أولاً . من مؤسسها ومتى تأسست ؟

---

<sup>1</sup> انظر على سبيل المثال النشرة التي تصدرها شركة بيزناس المسماة (ناست نيوز) وكذلك النشرة التي تساعد على الاسترشاد بمنتجات بيزناس ، والموقع على الإنترنت:

<http://www.aboragad.com/biznas.htm> , [http://www.biznasfamily.com/asa/http://www.barzig.biznas.com/iplan\\_ar.htm](http://www.biznasfamily.com/asa/http://www.barzig.biznas.com/iplan_ar.htm) ,

<http://members.lycos.co.uk/khalidshoib/Biznas%20In%20Arabic.htm>

وموقع <http://www.aboragad.com/biznas.htm> <http://aswaaq.net/review.php?sid=2&recat=4>

تأسست الشركة بتاريخ (٢٠٠١/١٠/١)، وبدأت ممارسة نشاطها بالإمارات بتاريخ (٢٠٠٢/١/١) وأقامت أول احتفال سنوي لها في تركيا استمرت أيام ٢٣، ٢٢، ٢١، من شهر مارس ٢٠٠٣ .

أسس شركة بزناس. كوم كلاً من على الشرجي وعمران خان بعد حصيلة خبرة أكثر من ١٨ عاماً في مجال) التسويق الشبكي - ( NETWORK MARKETING . للشركة إدارة متكاملة من قبل فريق مختص من ذوي الخبرة والاحتراف في هذا المجال. ولها أكثر من ٢٥ فرع موزعين على أكثر من ٢٠ دولة. مقر الشركة الأم بسلطنة عُمان تدار عملياتها بواسطة فريق مختص بباكستان حيث توجد أجهزة الحاسب الرئيسية للاستفادة من الخبرة الباكستانية ورخص الأيدي العاملة. يقدر عدد المشتركين بها أكثر من ١١٠.٠٠٠ مشتركاً موزعين على ٥٠ دولة حتى الآن

ثانياً . ما هي المنتجات التي تبيعها وآلية العمل في هذه الشركة ؟

المنتج: المنتج الرئيسي للشركة عبارة عن حزمة من المبيعات التجارية الخاصة بالحاسب تتكون من:

تسعة برامج تعليمية وتدريبية على الكمبيوتر للمبتدئين وبالصوت والصورة، وباللغة العربية واللغة الإنجليزية، والبرامج هي: (أساسيات

الكمبيوتر، ويندوز XP، انترنت اكسبلورر، اكسل ٢٠٠٢، وورد ٢٠٠٢، بوربوينت ٢٠٠٢، فرونت بيج، آوت لوك، برامج أطفال). برنامج بناء المواقع على الانترنت.

مجموعة برامج بناء مواقع التجارة الالكترونية

خمسة مواقع (WEBPAGE) على الانترنت، سعة الموقع ١٠ ميغابايت (10MB)، كما يكمن جمع المواقع الخمسة بموقع واحد بسعة ٥٠ ميغابايت (50MB) مع منظم ملفات . بطاقة المزايا.

بريد إلكتروني سعة ٢٥ ميغابايت.

يستفيد المشترك من كل المزايا الخمسة المذكورة مقابل ٩٩ دولاراً أمريكياً . بالإضافة للدخل في برنامج الفوائد وهو عبارة عن ثلاثة مكافآت تتمثل في الآتي:

١. فوائد الخطة الثنائية وهي الخطة الرئيسية وسيأتي شرحها.

٢. خطة الدخل من الحوافز.

٣. خطة الدخل من يونيفيل uni-level

خطة العمل وطريقة الكسب المادي:



بمجرد أن يدخل المشترك في نظام العمل يصبح (BCO)، أي (مالك لمركز عمل لدى الشركة)، ومن خلال هذا المركز يبدأ بتحقيق أرباحه المادية.

المطلوب فعليا من المشترك، هو أن يقوم على الأقل بتعريف اثنين من أصدقائه ومعارفه وأقاربه على الشركة، و مميزات منتجاتها، وطريقة الاشتراك فيها، وكيفية الكسب المادي من خلالها، ثم أن يقوم هذان الشخصان بالاشتراك، و شراء منتج الشركة، و من ثم يضع شخص على يمينه و الآخر على يساره فيصبح كل منهما (BCO)، وبالتالي فإن على كل منهما أن يقوم على الأقل بتعريف اثنين من أصدقائه ومعارفه وأقاربه وهكذا ..

يجب مراعاة أهمية التعليم و التدريب في هذا العمل، فمن يفهم هذا العمل على أنه مبيعات فقط، لن ينجح في عمله ، لأن هذا العمل يعتمد على التعليم بشكل رئيسي، حتى تضمن أن الشخص الذي اشترك في العمل عن طريقك، سيكون قادرا على تقديم هذه الفكرة لأشخاص آخرين، وأن يكون قادرا على أن يذكر لهم الشركة، وأن يوضح لهم مميزات منتجاتها، وطريقة الاشتراك فيها، وكيفية الكسب المادي من خلالها، وبالتالي يصبح قادرا على إشراك هؤلاء الأشخاص في هذا العمل، و هكذا تضمن استمرار عملك، واستمرار تحصيلك

للكسب المادي). ولذلك فانه يجب على كل شخص مشترك في هذا العمل أن يقوم بتعليم الأشخاص الذين يشتركون عن طريقه، وأن يدرهم حتى يصبحوا قادرين على تقديم فكرة العمل للآخرين، وبالتالي يقوم هؤلاء بتعليم و تدريب الأشخاص الذين اشتركوا عن طريقهم، و هكذا يضمن المشترك استمرار عمله وأرباحه).

يعتمد نظام العمولة في شركة بزناس على توازن الطرفين (الأيمن والأيسر) لكل مشترك، لكن ليس بشرط تساويهما، بحيث أنه بمجرد أن يصبح عدد الأشخاص على الطرف الأيمن ٤ أشخاص، مقابل ٥ أشخاص على الطرف الأيسر، أو العكس،،،

أو أن يصبح عدد الأشخاص على الطرف الأيمن ٣ أشخاص، مقابل ٦ أشخاص على الطرف الأيسر، أو العكس، يحصل المشترك على عمولة قيمتها ٥٥ دولار أمريكي.

إن كل ٤ أشخاص مقابل ٥ أشخاص، أو ٣ أشخاص مقابل ٦ أشخاص، تعرف بمفهوم الشركة على أنها خطوة، ويحصل المشترك مقابل كل خطوة على ٥٥ دولاراً أمريكياً .

(ليس هناك عدد نهائي للخطوات التي يمكن للمشارك أن يكملها شهرياً أو أسبوعياً أو يومياً). هذه الخطة الأولى من خطط الكسب

المادي و تسمى ( خطة النظام الثنائي - BINARY SYSTEM PLAN )

لقد قامت الشركة بإجراء دراسة جدول على أبطأ مستوى للعمل يمكن للمشارك أن يقوم به، هو وكل من في شبكته على اعتبار أن كل شخص يشترك بالعمل يستغرق شهرا كاملا لتقديم الشركة لشخصين فقط، وان يوضح لهما طبيعة الشركة، و مميزات منتجاتها، وطريقة الاشتراك فيها، وكيفية الكسب المادي من خلالها، وأن يجعلهما يشتركان بالعمل، ويقوم بتعليمهم وتدريبهم، و يقوم بوضع أحدهم على طرفه اليمين، والآخر على طرفه اليسار، فوجدت أنه بعد اثنا عشر شهرا يكون مجموع الأشخاص في شبكة هذا المشارك هو ( ٨١٩٠ شخص)، ويكون مجموع العمولات التي حصل عليها المشارك تساوي: (٥٠,٠٥٠ دولار)، وذلك لو أن كل شخص في الشبكة يستغرق شهر كامل لإشراك شخصين فقط ويقوم بتعليمهم وتدريبهم ومن ثم يتوقف عن العمل.

الشهر	عدد المشاركين في ذلك الشهر	مجموع الأشخاص في الشبكة
١	٢	٢
٢	٤	٦
٣	٨	١٤
٤	١٦	٣٠
٥	٣٢	٦٢
٦	٦٤	١٢٦
٧	١٢٨	٢٥٤

٥١٠	٢٥٦	٨
١٠٢٢	٥١٢	٩
٢٠٤٦	١٠٢٤	١٠
٤٠٩٤	٢٠٤٨	١١
٨١٩٢	٤٠٩٦	١٢

### الخطة الثانية: خطة نظام الحوافز - BONUS SYSTEM PLAN

حيث أن على كل مشترك أن يقوم على الأقل بتعريف اثنين من أصدقائه ومعارفه وأقاربه على الشركة، و مميزات منتجاتها، وطريقة الاشتراك فيها، وكيفية الكسب المادي من خلالها، ثم أن يقوم هذان الشخصان بالاشتراك بالشركة، فإن الشركة تكافئ المشترك النشط، والذي يقوم بتعريف أكثر من شخصين، بأن تعطيه ٥ دولار كحافز مقابل كل شخص جديد يشترك عن طريقه مباشرة بعد أول شخصين.

### الخطة الثالثة: خطة المستوى الأحادي - UNI-LEVEL PLAN :

هذا النظام يمنح المشترك دولاراً عن كل مشترك جديد يدخل إلى شبكته سواء عن طريقه مباشرة أو عن طريق المشتركين الذين هم بالأصل عن طريقه وذلك حتى عشرة مستويات.

المستوى الأول: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريقك مباشرة.

المستوى الثاني: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الأول مباشرة.

المستوى الثالث: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الثاني مباشرة.

المستوى الرابع: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الثالث مباشرة.

المستوى الخامس: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الرابع مباشرة.  
المستوى السادس: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الخامس مباشرة.  
المستوى السابع: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى السادس مباشرة.  
المستوى الثامن: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى السابع مباشرة.  
المستوى التاسع: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى الثامن مباشرة.  
المستوى العاشر: هم الأشخاص الذين يشتركون عن طريق المستوى التاسع مباشرة.  
ولكن كي يحقق المشترك أرباحاً لغاية المستوى العاشر، لا بد أن يكون لديه عشرة أشخاص على الأقل في المستوى الأول، أي أن يشترك عن طريقه مباشرة عشرة أشخاص على الأقل. فإن كان عدد الأشخاص في المستوى الأول ١ أو ٢ أو ٣ أو ٤ أو ٥ فإن المشترك يحقق أرباحاً لغاية المستوى الخامس في جميع الأحوال، أما إن كان عدد الأشخاص في المستوى الأول ٦ فإنه يحقق أرباح لغاية المستوى السادس، وإن كانوا ٧ فلغاية المستوى السابع، و ٨ لغاية المستوى الثامن، و ٩ لغاية المستوى التاسع، و عشرة لغاية المستوى العاشر، وإن كان عدد الأشخاص في المستوى الأول أكثر من ١٠ فإن المشترك لن يتجاوز المستوى العاشر .

وفي دراسة لأسوأ مستوى عمل، و ما يمكن أن يحقق المشترك من أرباح عن طريق خطة المستوى الأحادي نتيجة هذا المستوى: فلو فرضنا أن المشترك يريد أن يحقق أرباح لغاية المستوى العاشر، فبالتالي عليه أن يأتي بعشرة أشخاص عن طريقه مباشرة، وبعد ذلك فإن كل

شخص عمل بأسوأ مستوى و قام بجلب شخصين فقط، وهذا الحد الأدنى الواجب عليه، فأن أرباح المشترك ستكون بالشكل التالي:

ملاحظات	عدد الأشخاص في المستوى	المستوى
لكي يحقق المشترك أرباح لغاية المستوى العاشر	١٠	المستوى الأول
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٢٠	المستوى الثاني
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٤٠	المستوى الثالث
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٨٠	المستوى الرابع
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	١٦٠	المستوى الخامس
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٣٢٠	المستوى السادس
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٦٤٠	المستوى السابع
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	١٢٨٠	المستوى الثامن
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٢٥٦٠	المستوى التاسع
كل شخص في المستوى السابق جلب شخصين فقط	٥١٢٠	المستوى العاشر
	١٠٢٣٠	المجموع

## أي أن أرباح المشترك ستصل إلى (١٠٢٣٠ دولار) في أسوأ مستوى عمل.

الخطة الرابعة: خطة السوق الصغير - MINI MALL PLAN:

سيكون للشركة سوق صغير يحتوي على منتجات استهلاكية بأسعار منافسة للسوق، ومن خلال هذه الخطة فإن المشترك سيحصل على عمولة مقدارها دولارا واحدا مقابل كل عملية شراء بقيمة لا تقل ٢٥ دولار شهرياً يقوم بها الأشخاص المشتركين في شبكته، ولغاية المستوى العاشر كما في خطة المستوى الأحادي تماماً، وبنفس الشروط و النظام المطبق في خطة المستوى الأحادي.

وتمتاز خطة السوق الصغير بأنها تؤمن دخل شهري للمشارك، حيث أن المنتجات استهلاكية وبالتالي فإن الأشخاص سيعادون الشراء من السوق شهرياً، وهكذا يضمن المشترك عمولات شهرية أي دخل شهري، ولكن يجب مراعاة الآتي:

على المشترك أن يقوم بعملية الشراء شهرياً حتى يحصل على عمولات عن عمليات الشراء التي تتم في شبكته.

إن شراء أحد أعضاء الشبكة بقيمة ١٠٠ دولار يعني أن المشترك سيحصل على عمولة مقدارها ٤ دولارات عن ذلك الشخص، أي أنه كلما كانت قيمة عملية الشراء من مضاعفات ال ٢٥ دولار، تكون قيمة عمولة المشترك من مضاعفات ال دولار، وهكذا.

طريقة دفع العمولات:

إن العمولات في شركة بناس. كوم تدفع:

إسبوعياً بالنسبة لخطة (النظام الثنائي-BINARY SYSTEM).

شهرياً بالنسبة لخطة (الحوافز والمستوى الأحادي والسوق الصغير-

(BONUS,UNI-LEVEL&THE MINI MALL).

كيفية مضاعفة وزيادة الأرباح:

تتم مضاعفة الأرباح عن طريق تملك المشترك لأكثر من موقع، حيث يأخذ المشترك بهذه الطريقة العمولة عن نفس الأشخاص أكثر من مرة وعلى أكثر من موقع، وبذلك تتضاعف وتزيد أرباح المشترك .

مميزات العمل في شركة بناس. كوم:

يقول المروجون لشركة بناس :

ما يميز بناس. كوم عن غيرها هو أن المشترك يؤمن دخل سنوي ثابت، حيث أن كل مشترك يجب عليه أن يجدد إشتراكه بعد عام من انضمامه للعمل، وهذه التجديدات تعتبر مبيعات جديدة، وبالتالي فإن المشترك سيحصل على نفس الأرباح التي حققها في العام السابق بالإضافة للأرباح التي سيحققها عن الأشخاص الجدد الذين سينضمون إلى العمل. \_



إن العمل في بزناس .كوم عمل جانبي يتم في أوقات الفراغ، و لا يتطلب أن يترك المشترك عمله الأساسي من أجله، إنما هو عمل جانبي، ولكن أرباحه لا يمكن مقارنتها بأي عمل آخر .رأس المال اللازم للاشتراك في هذا العمل بسيط جدا.

**ثالثاً . ما قيمة هذه المنتجات للفرد والمجتمع ، وعلام تعتمد في تسويق منتجاتها؟**

إن الناظر في أنواع المنتجات التي تتاجر بها الشركة يجد أنها من المنتجات المتوافرة في الأسواق والتي يمكن الحصول عليها إما بنفس الأسعار أو بأقل من أسعار الشركة .

أما الحاجة إلى هذه المنتجات فإنها من الكماليات أو التحسينيات ، ولا تدخل في إطار الضروريات أو الحاجيات ، فإننا عندما ننظر إلى أي منتج مستحدث نرى فيه مدى أهميته وخدمته للمسلمين وللمجتمع ومنفعته في إطار الضروريات أو الحاجيات أو الكماليات والتحسينيات ، وبما أن هذه البرامج متوافرة بكثرة وبوسع أي شخص أن يحصل عليها ويتدرب على ممارستها ويتعلم استعمالها فلا حاجة إلى التعامل مع هذه الشركة بل يمكن الاستغناء عنها مطلقاً .

## المبحث الثاني : توصيف شركة بيزناس وآلية عملها

توصيف الشركة وآلية عملها الحقيقي<sup>١</sup> :

مما سبق يتبين أن هذه الشركة، وغيرها كثير، تعمل وفق مفهوم "التنظيم الهرمي pyramid scheme" ويسمى أحياناً التسويق الشبكي "network marketing" أو التسويق متعدد الطبقات "multi-layer marketing-MLM".

وهذا النوع من التسويق يصنف من حيث المبدأ ضمن صور الغش والاحتيال التجاري business fraud وقد تناولته دراسات وأبحاث وكتب، تحذّر من هذه الشبكات والوهم والتغريير الذي توقع فيه أتباعها، فتجعلهم يخلصون بالشراء السريع مقابل مبالغ محدودة. وفي نهاية الأمر تصب هذه المبالغ في جيوب أصحاب هذه الشركات والمنظمات، ولا يحصل الأتباع سوى السراب. ولذلك تمنع قوانين العديد من الدول التنظيم الهرمي بشكل أو بآخر. كما تحذر الأجهزة الرسمية الجمهور من الوقوع في مصيدة هذه الشبكات بعد تغليفها

<sup>١</sup> انظر مقال الدكتور سامي السويلم حكم التعامل مع شركة بنس كوم على الموقع:  
www.islamtoday.net/questions/show\_question\_content.cfm?id=14706  
والرابط على منتدى الكتاب: http://writers.alriyadh.com.sa/kpage.php?art=9492&ka=3

بصورة جذابة من خلال الزعم بأنها فرصة لتسويق منتجات مفيدة للجمهور، تعليمية أو غير ذلك.

ومن المهم للقارئ أن يعلم أن هيئة الأوراق المالية بباكستان<sup>١</sup> قد حذرت الجمهور من التعامل مع شركة بزناس العاملة هناك. وقالت في تحذيرها الذي صدر في أغسطس من عام ٢٠٠٢ إن الشركة المذكورة وجد أنها "تضطلع بممارسات غير مشروعة وتحايلية وغير أخلاقية" حسب ما جاء في التحذير.

وهناك شركة في إيطاليا تتعامل بالمنتجات المشابهة تسمى بـ (جولدكوست) ، حيث تقوم الشركة بترويج استثمارات، قيمة الواحدة أربعون دولاراً، يشتري العميل واحدة وثانية وثالثة، ويقوم بعرضها على ثلاثة آخرين، ثم يتدرج هو من مرتبة إلى أخرى أعلى منها إلى أن يخرج من القائمة برصيد ستة عشر ومائة ألف دولار قيمة الأموال التي قام بتوريدها الأشخاص الذين بيعت لهم تلك الاستثمارات ، ومن ثم يتضح أن بزناس تتفق مع جولدكويست في جوهر المعاملة مع الاختلاف في بعض الشروط وأيضاً في بعض الحوافز غير المؤثرة في جوهر المعاملة<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup> انظر موقع الهيئة: [www.secp.gov.pk/otherlinks/Biznas/Biznas.com.htm](http://www.secp.gov.pk/otherlinks/Biznas/Biznas.com.htm)

<sup>٢</sup> انظر موقع : <http://www.meshkat.net/Fatawa/viewfatwa.php?FatwaID=1>

ونظراً لاحتواء معاملات التسلسل الهرمي على تغريب وخداع ومفاسد كثيرة فقد منعتة وحرمتها الأنظمة الغربية . إذا كان في صورته الحالية من إدخال سلعة فيها . مع كونهم يبيحون الربا والقمار والميسر أصلاً ، وحذر عقلاؤهم منه<sup>١</sup> .

كما أن هناك شركة تعمل في نفس المجال، تسمى سكاى بز skybiz.com ، وهي شديدة الشبه بشركة بزناس من حيث نوعية المنتجات وآلية التسويق ونظام العمولات، مقرها الولايات المتحدة ولها فروع عبر العالم.

هذه الشركة رفعت وزارة التجارة الأمريكية ضدها قضية تتهمها فيها بالغش والاحتيال على الجمهور، وصدر قرار المحكمة بولاية أوكلاهوما في ٦/٦/٢٠٠١م بإيقاف عمليات الشركة وتجميد أصولها تمهيداً لإعادة أموال العملاء الذين انضموا إليها<sup>٢</sup>.

إن هذا الموقف ضد شركات التسويق الهرمي مبني على قناعة في معظم دول العالم بأن هذا النمط من التسويق ما هو إلا صورة من صور الاحتيال والتغريب بالناس . سنبين فيما يلي كيفية عمل هذه الشبكات، ثم نبين مكن الخلل فيها.

<sup>١</sup> انظر الموقع التالي والمواقع العديدة المرتبطة به:

<http://skepdic.com/pyramid.html>

<sup>٢</sup> انظر موقع وزارة التجارة الأمريكية :

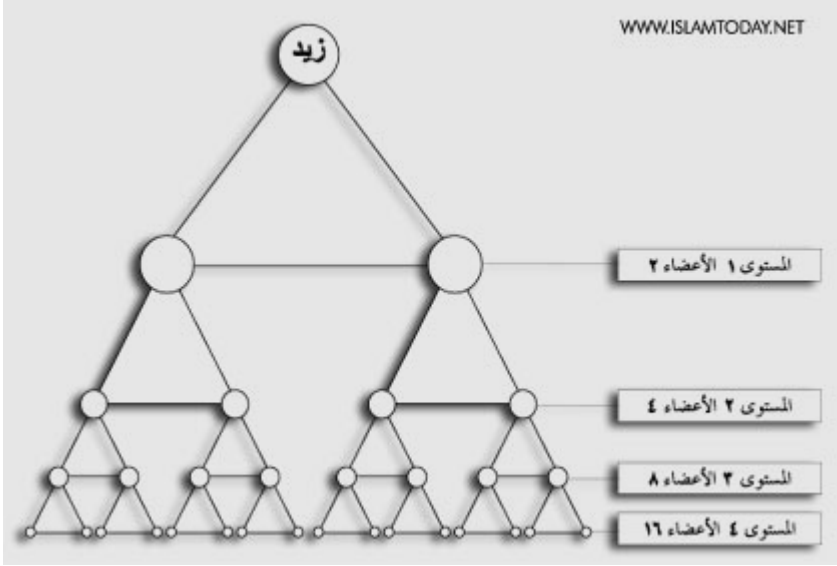
<http://www.ftc.gov/opa/2001/06/sky.htm>

### آلية العمل :

الفكرة الجوهرية للتسويق الهرمي بسيطة. وتتلخص في أن يشتري الشخص منتجات الشركة مقابل الفرصة في أن يقنع آخرين بمثل ما قام به (أن يشتروا هم أيضاً منتجات الشركة)، ويأخذ هو مكافأة أو عمولة مقابل ذلك. ثم كل واحد من هؤلاء الذين انضموا للبرنامج سيقنع آخرين ليشتروا أيضاً، ويحصل الأول على عمولة إضافية، وهكذا.

فأنت تدفع لزيد على أن تأخذ من عمرو وعبيد. وفيما يلي مثال عملي يوضح ذلك:

لنفترض أن "زيداً" قرر أن يشتري منتجات الشركة المذكورة مقابل ١٠٠ دولار. تعطيه الشركة بناء على ذلك الحق في أن يسوق منتجاتها لآخرين مقابل عمولات محددة. يقوم زيد بإقناع شخصين بالانضمام للبرنامج، بمعنى أن يشتري كل منهما منتجات الشركة، ويكون لهما الحق في جذب مسوقين آخرين مقابل عمولات كذلك. ثم يقوم كل من هذين بإقناع شخصين آخرين بالانضمام، وهكذا. ستتكون من هذه الآلية شجرة من الأتباع الذين انضموا للبرنامج على شكل هرمي. الشكل (١).



الشكل (١) شجرة بيزناس

لاحظ أن عدد الأعضاء في كل مستوى يساوي ضعف العدد في المستوى الذي قبله، وأن عدد أعضاء المستوى الأخير يزيد قليلاً عن مجموع أعضاء المستويات السابقة كلها. لاحظ أيضاً أن عدد الأعضاء ينمو أسياً.

بمعنى أن عدد الأعضاء في المستوى الرابع  $2^4 = 16$  ، وعدد الأعضاء في المستوى العاشر  $2^{10} = 1024$  ، وهكذا.

### طريقة احتساب العمولات

تشتراط الشركة ألا يقل مجموع الأفراد الذين يتم استقطابهم من خلال زيد ومن يليه في الهرم عن ٩ أشخاص من أجل الحصول على العمولة (على الأقل)

عدد الأعضاء في كل فرع عن ٣). وتبلغ العمولة ٥٥ دولاراً. ثم بعد ذلك يتم صرف العمولة لكل ٩ أشخاص (ويسمى كل تسعة أشخاص في التسلسل الهرمي "درجة"). ونظراً إلى أن الهرم يتضاعف كل مرة يضاف فيها مستوى جديد أو طبقة جديدة للهرم، فإن العمولة تتزايد كل مرة بشكل كبير. إذا افترضنا أن الهرم ينمو كل شهر، بمعنى أنه في كل شهر ينضم شخصان لكل شخص في الهرم (كما هو افتراض الشركة في موقعها)، فهذا يعني أن العمولة التي يحصل عليها العضو تصل إلى أكثر من خمسة وعشرين ألف دولار في الشهر الثاني عشر (انظر الجدول).

الشهر	الأعضاء	مجموع الأعضاء	العمولة بالدولار
١	٢	٢	٠
٢	٤	٦	٠
٣	٨	١٤	٥٥
٤	١٦	٣٠	١١٠
٥	٣٢	٦٢	١٦٥
٦	٦٤	١٢٦	٤٤٠
...	...	...	...
١٢	٤.٠٩٦	٨.١٩٠	٢٥.٠٨٠
١٨	٢٦٢.١٤٤	٥٢٤.٢٨٦	١.٦٠٢.٠٤٠
٢٤	١٦.٧٧٧.٢١٦	٣٣.٥٥٤.٤٣٠	١٠٢.٥٢٧.٤٨٠
٣٠	١.٠٧٣.٧٤١.٨٢٤	٢.١٤٧.٤٨٣.٦٤٦	٦.٥٦١.٧٥٥.٦٤٠

ويتم حساب العمولة كالتالي: ينظر عدد الدرجات في مجموع الأعضاء، ويتم صرف العمولة بناء على ذلك بعد إسقاط الدرجات في المستوى السابق. في المستوى الثالث يبلغ المجموع ١٤، وهو يتضمن درجة واحدة (أي تسعة واحدة فقط)، فيصرف للعضو عمولة واحدة. في المستوى الرابع يبلغ المجموع ٣٠، وهذا يتضمن ٣ درجات، تخصم منها درجة واحدة صرفت في المستوي السابق، يتبقى درجتان، فتصرف عمولتان = ١١٠ دولار. في المستوى الخامس يبلغ المجموع ٦٢، وهذا يتضمن ٦ درجات. تخصم منها الدرجات في المستوى السابق وهي ٣، فيبقى ٣ درجات، فيصرف ٣ عمولات، أي  $3 \times 55 = 165$ ، وهكذا.

لا حظ أن العضو لا يحصل على أي عمولة قبل الشهر الثالث، أي أنه لا بد من نمو الهرم تحته بثلاثة مستويات قبل أن يحصل على العمولة. ولكن مقدار العمولة، وهو ٥٥ دولار، أقل من المبلغ الذي دفعه وهو ١٠٠ دولار. فلا بد إذن من أجل تحقيق أي ربح من نمو الهرم إلى أربعة مستويات تحت العضو على أقل تقدير.

إذا تابعنا نمو الهرم شهرياً (حسب الافتراض المنشور على موقع شركة بنزاس)، سنجد أنه في نهاية السنة تتجاوز العمولة الشهرية للعضو ٢٥٠٠٠ دولار. وبعملية حسابية بسيطة نجد أن العمولة في منتصف السنة الثانية (الشهر ١٨) تتجاوز مليون وستمئة ألف



شهرياً، بينما تتجاوز في نهاية السنة الثانية مائة مليون دولار شهرياً.

وهذا مصدر الإغراء في هذا النوع من البرامج الهرمية: مقابل مبلغ زهيد لا يتجاوز ١٠٠ دولار، يحصل المشترك على آلاف بل ملايين أضعاف المبلغ. ولذلك تسوّق هذه الشركات برامجها من خلال وعود بالثراء الفاحش في مدة يسيرة من خلال النمو المضاعف للهرم.

### أين الخلل؟

إن مكن 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. ولذلك فإن هذه البرامج في حقيقتها تدليس وتغرير وبيع للوهم للجمهور لمصلحة القلة أصحاب الشركة. لتتضح الصورة لنتابع نمو الهرم حسب الجدول السابق. في الشهر الثلاثين، أي منتصف السنة الثالثة، يبلغ مجموع أعضاء الهرم أكثر من ٢ مليار شخص، أي ثلث سكان المعمورة. في الشهر الذي يليه يبلغ المجموع ٤.٣ مليار، وفي الشهر الذي يليه (الثاني والثلاثين) ٨.٦ مليار.

لكننا نعلم أن سكان الكرة الأرضية لا يتجاوز عددهم ٦ مليار نسمة، وهذا يعني أن الهرم لا بد أن يتوقف قبل

المستوى أو الشهر ٣٢، أي قبل نهاية السنة الثالثة، حيث يتجاوز مجموع الأعضاء ٨ مليارات. فإذا توقف النمو، فإن أعضاء المستويات الأخيرة لن ينجحوا في تحقيق أي مبيعات إضافية أو انضمام أعضاء جدد، فهم قد دفعوا ثمن الانضمام للبرنامج دون مقابل. هذه المبالغ تمثل خسارة على هؤلاء وربحاً للمستويات العليا. إن حال الهرم يشبه إلى حد كبير حال نمو الورم السرطاني في الجسم. فالخلية السرطانية تنقسم باستمرار، وبهذا يتضاعف حجم الورم في كل مرة.

ونظراً لأن الورم هو أكثر الخلايا نمواً في الجسم، فإنه يستهلك من طاقة الجسم أكثر من بقية أجهزة الجسم العضوية. ومع النمو المتضاعف، يستأثر الورم بالطاقة دون بقية الجسم، لتكون النتيجة توقف أجهزة الجسم عن إنتاج الطاقة، ومن ثم وفاة الجسم. وإذا توقف إنتاج الطاقة فليس بمقدور خلايا الورم النمو، فتموت هي أيضاً. أي أن النمو المضاعف للورم هو نفسه سبب هلاكه في النهاية. وهذا هو الحال في التسويق الهرمي.

فالنمو الأسّي للهرم يستدعي دائماً انضمام أعضاء جدد ضعف أعضاء المستوى الأخير، وهذا يجعل حجم الهرم الكلي يتضاعف كذلك كل مرة. وكلما كبر الهرم كلما تضاعف العدد المطلوب للاستمرار. ولكن توافر هذه الأعداد الهائلة متعذر، فتكون النتيجة الحتمية هي انهيار الهرم ونهايته، كما كانت نهاية الورم السرطاني.

ومن الناحية العملية سيتوقف الهرم قبل استنفاد الأعداد المطلوبة بكثير، إذ لا يمكن للسوق أن تستوعب هذا العدد الهائل من المبيعات. ومن المعروف في علم التسويق أن لكل منتج درجة معينة من المبيعات تبلغ السوق بعدها درجة التشبع (saturation)، فيتعذر بعدها تحقيق أي مبيعات إضافية، ومن ثم يتعذر نمو الهرم بعدها. لنفترض أن التسويق توقف عند المستوى ١٨، حيث يبلغ أعضاء هذا المستوى أكثر قليلاً من ربع مليون. بناء على ما سبق فإن العضو لا يحصل على أي عمولة حتى يبلغ عدد المستويات تحته ٣ مستويات. أي أن المستويات الثلاثة الأخيرة (١٦، ١٧، ١٨) لن تحصل على أي عمولة، بينما سيحصل أعضاء المستوى الرابع من الأسفل (المستوى ١٥) على عمولة لكنها أقل مما دفعوه (العمولة ٥٥ دولار بينما كل منهم قد دفع ١٠٠ دولار).

وإذا كان أعضاء المستوى الأخير نحو ربع مليون، والذي قبله ١٣١ ألف، والذي قبله ٦٥ ألف، فهذا يعني أن نحو ٤٥٠ ألف عضواً قد دفعوا نحو ٤٥ مليون دولار بدون أي مقابل. أما أعضاء المستوى الرابع من الأسفل (وعددهم نحو ٣٢ ألف) فسيحصل كل منهم على عمولة أقل من ثمن المنتجات التي اشتراها لينضم إلى البرنـامـج.

لا حظ أن نسبة أعضاء المستويات الأربعة الأخيرة (المستويات ١٥-١٨) إلى مجموع أعضاء الهرم تعادل

٩٣.٨ % . أي أن نحو ٩٤% من أعضاء البرنامج خاسرون، بينما ٦% فقط هم الرباحون. وحتى لو فرض جدلاً استمرار البرنامج الهرمي في النمو، فإن واقع الهرم أن المستويات الأربعة الأخيرة دائماً خاسرة، ولا يمكنها الخروج من الخسارة إلا باستقطاب أعضاء جدد ليكونوا مستويات دنيا تحتهم، فتكون المستويات الجديدة هي الخاسرة، وهكذا. فالخسارة لازمة لنمو الهرم، ولا يمكن في أي لحظة من اللحظات أن يصبح الجميع رابحاً بحال من الأحوال. وبهذا يتبين أن البرنامج الهرمي وهم أكثر منه حقيقة، وأن الأغلبية الساحقة من المشاركين في هذا البرنامج يخسرون لمصلحة القلة القليلة. ولهذا صدرت دراسات وكتابات كثيرة تحذر من هذه البرامج، وسيجد القارئ في نهاية البحث بعض المراجع لهذه الكتابات.

#### موقف القانون من البرامج الهرمية

تمنع القوانين في أكثر دول العالم برامج التسلسل الهرمي (pyramidshemes) حيث يدفع المشترك رسوماً لمجرد الانضمام للبرنامج، دون وجود أي منتج أو سلعة يتم تداولها، أما إذا كانت هناك سلعة، فإن القانون الأمريكي حالياً لا يمنع منها، وهذه نقطة ضعف انتقدها كثير من الكتاب الغربيين بناء على أن السلعة في هذه البرامج هي مجرد ستار وذريعة للبرامج الممنوعة، إذ النتيجة واحدة في الحالين.

ومع ذلك فإن وزارة التجارة الأمريكية تحذر الجمهور صراحة من أي برامج تسويق أو مبيعات تدعو لجذب مسوقين آخرين<sup>١</sup> وما القضية المرفوعة ضد سكاى بز، وهي شديدة الشبه ببنزاس، إلا مثال عملي لرفض استخدام المنتجات ستاراً للتحايل على الجمهور.

---

<sup>١</sup> انظر موقع وزارة التجارة الأمريكية  
<http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/pyramid/index.html>

## المبحث الثالث التقويم الشرعي

التقويم الشرعي<sup>1</sup> :

الإسلام هو دين الفطرة، والشريعة الإسلامية قائمة على العدل ومنع الظلم، فإذا أدرك العقلاء ما في هذه المعاملة من الغش والاستيلاء على أموال الآخرين بغير حق ودعوا من ثمَّ إلى منعها، فالإسلام أولى بذلك.

ويمكن تعليل القول بجرمة الاشتراك في هذا النوع من البرامج بالأسباب التالية:

أنه أكل للمال بالباطل.

ابتناؤه على الغرر المحرم شرعاً.

أكل المال بالباطل

تبين بوضوح مما سبق أن هذا النوع من البرامج لا يمكن أن ينمو إلا في وجود من يخسر لمصلحة من يربح، سواء توقف النمو أم لم يتوقف. فالخسارة وصف لازم للمستويات الأخيرة في جميع الأحوال، وبدونها لا يمكن تحقيق العمولات الخيالية للمستويات العليا. والخاسرون هم الأغلبية الساحقة كما سبق، والرابحون هم القلة. أي أن

---

<sup>1</sup> نقلاً عن د سامي السويلم ، انظر الرابط  
[http://www.islamtoday.net/questions/show\\_question\\_content.cfm?id=14](http://www.islamtoday.net/questions/show_question_content.cfm?id=14)

القلة كسبوا مال الأكثرية بدون حق، وهذا أكل المال بالباطل الذي نزل القرآن بتحريمه.

ويسمى هذا النمط عند الاقتصاديين: تعامل صفري (zero-sum game)، حيث ما يربحه البعض هو ما يخسره البقية.

### الغرر

أصل الغرر المحرم: هو بذل المال مقابل عوض يغلب على الظن عدم وجوده أو تحققه على النحو المرغوب<sup>١</sup>.

ولذلك قال الفقهاء: الغرر هو التردد بين أمرين، أغلبهما أخوفهما والذي ينضم إلى هذا البرنامج يدفع مبلغاً من المال مقابل أرباح الغالب عدم تحققها. ولبيان هذه النقطة أكثر، لنفترض أن احتمال نجاح العضو في إقناع آخر بالانضمام للبرنامج هو ٨٠%. بمعنى أن العضو إذا عرض على شخص شراء بضاعة من الشركة والانضمام إلى التسلسل الهرمي في التسويق، فالغالب أن هذا الشخص سيقبل العرض وينضم للبرنامج. لاحظ أن هذه النسبة أعلى بكثير من الواقع، لكننا نفترض تنفيذ البرنامج على أفضل الأحوال. ما هو احتمال حصول العضو على عمولات تعوض ما دفعه؟ إذا كان احتمال نجاح كل عضو في الهرم في ضم شخص آخر إليه هو

<sup>١</sup> انظر الغرر وأثره في العقود، د. الضير، ص ٣٠

٨٠ %، فإن احتمال تحقق ١٨ عملية (لكي يسترد المشترك رأسماله)

يساوي:  $(٨٠\%) \times ١٨ = ١.٨\%$

أي أنه احتمال تافه من الناحية العملية. أما تحقيق عمولة تساوي ٢٥٠٠٠ دولار شهرياً فيطلب انضمام ٨١٩٠ شخصاً، واحتمال وقوع ذلك هو:  $(٨٠\%)^{٨١٩٠} =$  صفر. أي أنه بمنطق الاحتمالات الإحصائية يتعذر تحقيق هذه العمولة. لاحظ أن هذه النسبة أقل بكثير من نسبة الفوز باليانصيب (lottery)، حيث تبلغ النسبة مقلوب مقدار الجائزة. فلو كانت الجائزة عشرة ملايين دولار، لكان احتمال الفوز للتذكرة الواحد أقل قليلاً من واحد من عشرة ملايين، وهذا الاحتمال أكبر من احتمال تحقيق المسوّق للأحلام التي يعدونه بها. واليانصيب أفضل من التسويق الهرمي من وجه آخر، وهو أن صاحب التذكرة لا يحتاج لبذل أي جهد أو عمل بعد شراء التذكرة. أما المسوّق فهو يتعب ويكد نفسه ويخسر من ماله الخاص أكثر مما دفعه للانضمام للبرنامج الهرمي، مع أن احتمال ربحه وفوزه أقل بكثير من احتمال الفوز باليانصيب. فاليانصيب أكثر احتمالاً بالفوز وأقل كلفة. فإذا كان مع ذلك محرماً، فالتسويق الهرمي أولى بالتحريم. وإذا علمنا أن الهرم لا بد أن يتوقف مهما كان الحال، فهذا يعني أن الدخول في هذا البرنامج في حقيقته مقامرة: كل يقامر على أنه سيربح قبل انهيار الهرم.



ولو علم الشخص أنه سيكون من المستويات الدنيا حين اختيار الهرم لم يكن ليقبل بالدخول في البرنامج ولا يبيع الثمن المطلوب، ولو علم أنه سيكون من المستويات العليا لرغب في الدخول ولو بأضعاف الثمن. وهذا حقيقة الغرر المحرم، إذ يقبل الشخص بالدخول على أمل الإثراء حتى لو كان احتمال تحقق هذا الأمل ضعيفاً جداً من حيث الواقع. فالشراء هو الذي يغري المرء لكي يدفع ثمن الانضمام للبرنامج، فهو يغريه بالأحلام والأمانى والوهم، بينما حقيقة الأمر أن احتمال خسارته أضعاف أضعاف احتمال كسبه.

#### شبهة وجود المنتج:

أما الشبهة التي يتذرع بها المدافعون عن هذه البرامج، وهي وجود منتج حقيقي ينتفع به المشتري ومن ثم لا يعد خاسراً إذا توقف الهرم، فهي شبهة أول من ينقضها المسوقون والعاملون في هذه البرامج أنفسهم. وذلك أنهم حين تسويق هذه المنتجات نجدهم يعتمدون على إبراز العمولات التي يمكن تحقيقها من خلال الانضمام للبرنامج، بحيث يكون ذكر هذه العمولات الخيالية كافياً لإقناع الشخص بالشراء. فلو لم يكن الهدف هو التسويق لما لجأ الأعضاء إلى إغراء الجدد بعمولات التسويق. ولذلك لا يمكن أن يسوق العضو هذه المنتجات دون ذكر عمولات التسويق، فهذا يناقض مصلحة العضو نفسها التي انضم

للبرنامج ابتداء من أجلها وهي: جذب مسوقين جدد على شكل متسلسل لتحقيق الحلم بالثراء الموعود.

ومما يؤكد أن المنتج ما هو إلا ستار وهمي، المقارنة السريعة بين عمولات التسويق وبين منافع المنتجات نفسها. فهذه المنتجات قيمتها لا تتجاوز ١٠٠ دولار بحسب سعر الشركة المعلن. أما العمولات فتصل كما ذكرنا إلى ٢٥٠٠٠ دولار شهرياً، أو ما يعادل ٥٠٠٠٠ دولار في نهاية السنة الأولى فقط. فهل يوجد عاقل يقصد ما قيمته مائة ويدع خمسين ألفاً؟ لو وجد ذلك من شخص لما كان معدوداً من العقلاء. فالعاقل في المعاولات المالية يبحث عن مصلحته، والمصلحة هي مع التسويق، فلا بد أن يكون القصد هو التسويق.

إن هذه المنتجات، مهما كانت فائدها، لا يمكن أن تحقق للمشترى منافع تتجاوز في قيمتها تلك العمولات الخيالية الناتجة من التسويق. والعبرة، كما هو مقرر شرعاً، بالغالب. فقصد العمولات هو الغالب على قصد المنتجات، فيكون الحكم مبنياً على ذلك. ومما يؤكد أن شراء المنتجات غير مراد: أن البرامج والمواد التدريبية لمنتجات ميكروسوفت، خصوصاً أوفيس، توجد بكثرة على الإنترنت، وكثير منها متوفر مجاناً. وهناك برامج تدريبية متخصصة لجميع برامج أوفيس

تتراوح قيمتها بين ٢٠-٣٥ دولاراً. أما إنشاء موقع وبريد على الإنترنت، فهذا يمكن الحصول عليه مقابل ١٠ دولار في السنة بسهولة. بينما تبيع الشركة منتجاتها بـ ٩٩ دولاراً سنوياً. أي أنها تزيد الثمن عن المتاح فعلياً بما لا يقل عن ٥٥ دولاراً.

وهذه الزيادة في الثمن لم تكن لتوجد لولا برنامج التسويق الهرمي هذا. فيقال في ذلك كما قال شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله: "أفلا أفردت أحد العقدين عن الآخر ثم نظرت هل كنت مبتاعها أو بايعه بهذا الثمن؟" (بيان الدليل، ص ٢٣٢-٢٣٣، ط المكتب الإسلامي). فلو أفرد الانضمام عن الشراء لما كان سعر السلعة بهذا المقدار. ولا يتردد المسؤولون في الشركة في التصريح بأن التكلفة الفعلية للمنتجات تعادل ٢٤ دولاراً، أما المتبقي، وهو ٧٥ دولاراً، فهو مخصص لمصاريف "التسويق". ولكن بدلاً من صرف هذا المبلغ على الدعايات والإعلانات كما هو الحال في المنتجات الأخرى، فإن الشركة تصرفها على عملائها الذين يقومون بشراء منتجاتها. وهذا في نظرهم أفضل لمصلحة العميل من الطريقة "التقليدية" في الإعلان.

والحقيقة أن هذا الزعم يناقض الواقع. وبعملية حسابية بسيطة يتبين مدى الغبن الذي يقع على العميل أو العضو المسوق من هذا الأسلوب. إذ تشترط الشركة أن يستقطب المسوق ٩ أشخاص قبل أن

تصرف له العمولة، وهي ٥٥ دولاراً كما سبق. ولكن مبيعات ٩ أشخاص (عدا المسوّق نفسه) تعني أن الشركة حصلت على ربح فوق تكلفة المنتجات يعادل  $٧٥ \times ٩ = ٦٧٥$  دولاراً، صرف منها ٥٥، فيبقى ٦٢٠ دولاراً. أي أنه مقابل كل ٩ أعضاء جدد يحصل المسوّق على ٥٥ في حين يحصل أصحاب الشركة على صافي ربح ٦٢٠ دولاراً. وهذا غبن فاحش، فكيف يقال مع ذلك إن تكاليف التسويق تصرف للأعضاء؟! فهذا المبلغ، وهو ٧٥ دولار، هو في الحقيقة رسوم الاشتراك في البرنامج، ومعظمه كما ترى يذهب لأصحاب الشركة.

ومما يبين أن الهدف من الشراء هو الاشتراك في التسويق وليس المنتج \_\_\_\_\_جات<sup>١</sup>:

<sup>١</sup> ومما يؤكد أن المقصد والهدف هو بناء نظام حافز شبكي هرمي وليس تسويق المنتج؛ أن المشتركين لا يسعون إلى المنتج رغبة فيه؛ لأنه موجود ومتوفر في الأسواق وإنما يسعون لتأمين دخل دائم، وكذلك الشركة لا تسعى لتسويق المنتج بقدر ما تسعى لبناء حافز شبكي هرمي، ولذلك لم تحم الشركة منتجاتها من النسخ وهذا ما يدعو للغربة فمن المعلوم أن شركات إنتاج البرامج الكمبيوتر (وحفظاً لحقها كمنتج) تضع حماية خاصة على برامجها تحول دون نسخها. أما بنزاس فد تركت برامجها التعليمية كلاً مباحاً لكل راغب وإن لم يشترك!!، ولم تحفظ حقها إلا مقابل استغلالها من قبل شركات أخرى أما للاستفادة الشخصية فالأمر مفتوح دون أن يدفع المستفيد شيئاً وما ذلك إلا لعلم الشركة أن هدف المشتركين هو تيار الدخل في المقام الأول ولهذا لم يؤثر ترك المنتج مباحاً في سلوك المستهلكين وتكاليفهم على شرائه، وبذلك يتضح هدف المشتركين من الاشتراك، فالمنتج بين أيديهم ويمكن الاستفادة منه دون قيد أو شروط ودون مقابل مادي فما الدافع إذا لشرائه وبذل الثمن في سلعة تكلفه استعمالها تعادل صفرًا إلا إذا كانت هنالك غاية أخرى وفرصة أعظم سوف يضحى بها عند عدم الاشتراك.

- ١ . أن لوائح وأنظمة الشركة معظمها يتعلق بشروط وأحكام الانضمام وصرف العمولات، وأما مجرد الشراء فتحكمه بضعة فقرات.  
فهل هذا صنيع من هدفه تسويق السلعة فحسب والانضمام تابع لها أم العكس؟
- ٢ . أن الشركة تشترط للاستمرار في البرنامج الأكثر من سنة دفع نفس المبلغ مرة أخرى. وواضح أن هذا لا لشيء سوى استمرار التسويق، فالبرامج تم شراؤها من المرة الأولى، والبرامج الجديدة إن وجدت لا تعادل في القيمة المبلغ المطلوب.
- ٣ . لو كانت الشركة تبيع المنتجات فعلاً لكانت توجه دعمها لمنتجاتها، بينما نجد من خلال لوائح وأنظمة الشركة أنها تبيع المنتجات كما هي ودون أي مسؤولية، في حين تقدم الدعم لبرامج التسويق وكسب الأعضاء، كما تنص عليه اللائحة. فهل هذا صنيع من يبيع منتجات حقيقية؟
- ٤ . أن الشركة تسمح لمن يرغب في التسويق دون شراء المنتجات، لكنها لا تتيح له الاستفادة من خدمات موقع الشركة على الإنترنت للتسويق، بل من خلال الفاكس.  
كما أنها لا تقبل أن يكون من دونه في التسلسل الهرمي هم أيضاً مسوقون بدون شراء، بل لا بد من الشراء ممن يليه لكي يحصل على

العمولة. وواضح أن هذا تضيق على التسويق بدون شراء. وتجدد الإشارة إلى أن شركة سكاى بز الأمريكية، التي سبقت الإشارة إليها، تملك نفس التنظيم والترتيب لإجراءات التسويق بدون شراء. ومع ذلك اعتبرت وزارة التجارة الأمريكية الشركة مجرد بناء هرمي ولا قيمة للمنتج<sup>1</sup>.

والحاصل أن المنتجات التي تبيعها الشركة ما هي إلا ستار للانضمام للبرنامج، بينما الانضمام للبرنامج مقابل ثمن من الغرر وأكل المال بالباطل، كما تقدم، ومنعه محل اتفاق بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي. فالتحليل بتقدم المنتج لا قيمة له في الشريعة الإسلامية، لأن العبرة بالمأل، والحكم يدور مع علته وجوداً وعدمًا.

---

<sup>1</sup> انظر التقرير المنشور في

[http://www.mlmsurvivor.com/resources/sky\\_biz\\_pvn-vandernat.pdf](http://www.mlmsurvivor.com/resources/sky_biz_pvn-vandernat.pdf)

فإذا كانت العلة قائمة سواء وجد المنتج أم لم يوجد، فلن يغير وجوده من الحكم شيئاً. وإذا كان القانون الوضعي عاجزاً عن معالجة هذا الاحتمال، فهو لذلك محل انتقاد من المحللين والكتاب الغربيين، إلا أن الفقه الإسلامي بحمد الله أكمل وأقوم، إذ هو مبني على الوحي الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه. ولذلك جاءت النصوص الصريحة عن النبي صلى الله عليه وسلم بسد أبواب التحايل المقيت، مثل نهيه صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة، وعن سلف وبيع،

ولذلك فإننا نجد أن الشركة والمشترون معها يركزون جميعهم في حملتهم الدعائية على الأرباح التي سيجنيها المشتري من الانضمام إليهم انظر على سبيل المثال موقع:

<http://members.lycos.co.uk/khalidshoib/Biznas%20In%20Arabic.htm>

فإنهم يستخدمون ألفاظاً وعبارات مغرية لجلب المشترك كقولهم: (الفوائد والأرباح التي يتم جنيها من وراء هذا العمل خيالية، وكبيرة جداً، ومتزايدة باستمرار. إن نظام العمل في بزناس.كوم بسيط جداً، كما أنه رائع بسبب روح التعاون و العمل كفريق واحد. إن نظام العمل في بزناس.كوم عالمي، وغير مقيد ببلد معين، أو منطقة معينة، بل يمكن العمل به في أي مكان في العالم. عند الاشتراك في بزناس.كوم يصبح المشترك سيد نفسه، و المتحكم بأوقات عمله، وأوقات راحته. إن انتقال المشترك من بلد لآخر لا يبعده عن تحقيق أرباحه أو تحصيلها، بل أن أرباحه وعمولاته تتبعه إلى أي مكان في العالم، و كل ما على المشترك أن يفعله هو أن يقوم بتغيير عنوانه، وصندوق بريده لدى الشركة. إن الاشتراك في بزناس.كوم لا يحتوى على أية مخاطرة، أو احتمال للخسارة، وذلك لأن المبلغ الذي يدفعه المشترك يحصل مقابله على منتج مهم جداً، وإن قيمته الفعلية أكبر من سعره بكثير. إن العمل في هذا النظام لا يتطلب منك العمل طوال حياتك لأنه بعد فترة من الزمن سيقوم الأشخاص الذين اشتركوا عن طريقك بالعمل وادخال أشخاص وبالتالي تستحق عمولة عليهم. إن نظام العمل في بزناس.كوم عادل للجميع حيث أنه يمكن أن تحقق أرباح أكثر وأسرع من الذين سبقوك في الاشتراك حيث أن كل شخص يحقق أرباح حسب المجهود الذي يبذله) وقد تعدت نقل هذه الدعاية التي يستخدمها المروجون للشركة لبيان أن الترغيب للاشتراك لا لذات المنتج فليس هو المقصود في العملية وإنما المال ولو على سبيل التفرير بالناس.

وعن شرطين في بيع. كل ذلك منعاً للالتفاف على أحكام الشريعة المطهرة وإفراغها من مضمونها، فهي شريعة كاملة لا نقص فيها ولا خلل: {ومن أحسن من الله حكماً لقوم يوقنون}.

أولاً : القائلون بالتحريم :

وقد أفتى بجرمة التعامل مع هذه الشركة ومثيلاتها مجموعة من العلماء منهم :

الدكتور سامي إبراهيم السويلم مدير مركز البحث والتطوير بالمجموعة الشرعية بشركة الراجحي المصرفية للاستثمار وكتب فيها مقالاً طويلاً وقد نقلت أفدت منها كثيراً وقال في خلاصتها<sup>1</sup> : ( إن البرامج القائمة على التسلسل الهرمي، ومنها البرنامج المذكور في السؤال، مبنية على أكل المال بالباطل والتغريب بالآخرين، لأن هذا التسلسل لا يمكن أن يستمر بلا نهاية، فإذا توقف كانت النتيجة ربح الأقلية على حساب خسارة الأكثرية. كما أن منطق التسويق الهرمي يعتمد على عوائد فاحشة للطبقات العليا على حساب الطبقات الدنيا من الهرم. فالطبقات الأخيرة خاسرة دائماً حتى لو فرض عدم توقف البرنامج. ولا يفيد في مشروعية هذا العمل وجود المنتج، بل هذا يجعله داخلاً ضمن الحيل المحرمة. والعلم عند الله تعالى ) .

<sup>1</sup> انظر [www.islamtoday.net/questions/show\\_question\\_content.cfm?id=14706](http://www.islamtoday.net/questions/show_question_content.cfm?id=14706)



الأستاذ الدكتور رفعت فوزي رئيس قسم الشريعة الأسبق بكلية دار العلوم<sup>١</sup> قال بأنها معاملة غير شرعية لما فيها من كثير من الجهالة والمغامرة وهو المعلوم في الشريعة بالغرر، ويقول د.همام سعيد المستشار الشرعي في جمعية المركز الاسلامي الخيرية<sup>٢</sup> : (فإن هذه الشركة وأمثالها من الشركات تعتمد أسلوب أخذ المال من الأعضاء الجدد لحساب الأعضاء القدامى الذين يدخلون إلى العضوية في تسلسل هذه الشركة الهرمي بحيث أن الذي يدخل مبكرا ويقع في أعلى التسلسل الهرمي سوف يربح كثيرا من العضو الذي في أسفل الهرم والذي دخل متأخرا وفي أي لحظة قد يتوقف هذا التسلسل الهرمي عن الاستمرار ويخسر الشخص المتأخر ، بالإضافة إلى أن البرامج التي يحصل عليها العضو في الشبكة لا تساوي المبلغ الذي يدفع فيها أي أن الاشتراك في هذا الهرم بقصد الربح مقصود لذاته ، فالتعامل بهذا الأسلوب فيه أكل لأموال الناس بالباطل وفيه غرر وهذا حرام والله تعالى أعلم).

وكذلك أفتى الدكتور أحمد الحجوي الكردي فقال<sup>٣</sup> : (فهذه الشركة تحوطها الشبهات والمقامرات من أطراف متعددة، وهي وإن كان بعض شروطها لا غبار عليه، ولكن الغالب عليها المقامرة، ولهذا فإنني لأرى

<sup>١</sup> انظر النص [www.islam-online.net/livefatwa/arabic/Browse.asp](http://www.islam-online.net/livefatwa/arabic/Browse.asp)

<sup>٢</sup> انظر النص [http://www.islamicc.org/under\\_construction.htm](http://www.islamicc.org/under_construction.htm)

<sup>٣</sup> انظر النص [islamic-fatwa.net/viewtopic.php?TopicID=4891](http://islamic-fatwa.net/viewtopic.php?TopicID=4891) وانظر الرابط <http://islamic-fatwa.net/viewtopic.php?TopicID=4232>

جوازها، مثلها مثل الدولار الصاروخي، فقد أفتت أكثر لجان الفتوى بمنعه، وهذه مثلها بل نوع منها. والله تعالى أعلم.

وقد أصدر المجمع الفقهي المنعقد في السودان بتاريخ ١٧ ربيع الآخر ١٤٢٤ الموافق لـ ١٧/٦/٢٠٠٣ فتواه بذلك وإليك نص الفتوى<sup>١</sup>:

بعد دراسة نظام شركة بزناس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي بواسطة دائرة الشؤون الاقتصادية والمالية بمجمع الفقه الإسلامي والتي خلصت للآتي:

أولاً: إن المنتج في شركات التسويق الشبكي ليس مقصوداً للمشاركين إنما المقصود الأول والدافع المباشر للاشتراك هو الدخل الذي يحصل عليه المشترك من خلال هذا النظام.

كما أن مقصود الشركة هو بناء شبكة من الأفراد ( في شكل متوالية هندسية أساسها اثنان) تتسع قاعدتها في شكل هرم، صاحب الحظ فيه هو قمة الهرم الذي تتكون تحته ثلاث طبقات، وتدفع فيه قاعدة الهرم مجموع عمولات الذين فوقهم، فالمنتج ليس سوى واجهة سلعية مقبولة ليبنى عليها الترخيص القانوني، حيث تمنع أكثر قوانين دول العالم برنامج التسلسل الهرمي الذي يدفع فيه المشترك رسوماً مجرد الانضمام للبرنامج دون توسط أو سلعة يتم تداولها.

<sup>١</sup> انظر <http://www.meshkat.net/assay/biznasfatwa2.htm>

ولما كانت الأحكام تبنى على المقاصد والمعاني لا على الألفاظ والمباني؛ فإن المنتج يسقط عند التكييف الفقهي لشركة بنزاس وما يشابهها من الشركات.

وعليه فإن الأمر من الوجهة الفقهية ليس سوى تجميع اشتراكات من أفراد تديرها الشركة، ويدفع فيه الأشخاص الذين في أسفل الهرم حوافز من سبقهم في أعلى الهرم بالإضافة لعمولة الشركة التي تقول دعايتها: "سوف تخسر الكثير إذا تأخر انضمامك إلينا بيوم واحد، كلما انتظرت أكثر كلما خسرت أكثر، ابدأ الآن".

ثانياً: إن المشترك لا يمكن أن يحقق دخلاً إلا إذا تكونت تحته ثلاث طبقات، وإن المستويات الثلاثة الأخيرة في البناء الهرمي دائماً مخاطرة (معرضة للخسارة) لأنها تدفع عمولات قمة الهرم على أمل أن تتبوأ هي القمة، ولكن لا يمكنها ذلك إلا باستقطاب أعضاء جدد ليكونوا مستويات دنيا تحتهم، فتكون المستويات الجديدة هي المعرضة للخسارة وهكذا، فالتعرض للخسارة لازم لنمو الهرم، ولا يمكن في أي لحظة من اللحظات أن يصبح الجميع راجحاً، وإنما يربح القليل مقابل مخاطرة العدد الأكبر، وإن نسبة الراجحين للمعرضين للخسارة في حدها الأدنى هي ١:٩ في أي لحظة من لحظات الهرم.

ومن ثم يتضح أن الأغلبية الساحقة من المشتركين في أسفل الهرم مخاطرة أبداً بالدفع لمن فوقهم، وهم لا يدرون أتكون تحتهم ثلاث طبقات فيكسبون أم لا تكون فيخسرون ما دفعوه إلى الذين فوقهم. وهذا النوع من المخاطرة قمار لا شك فيه، فأصل القمار كما يقول ابن تيمية: " أن يؤخذ مال إنسان وهو على مخاطرة هل يحصل على عوضه أم لا يحصل".

هذه العملية تكون في حقيقتها من حلقات مقامرة، مال المقامرة فيها مضمن في سلعة ومدسوس في ثمنها.

حلبات المقامرة في شركات التسويق الشبكي متداخلة في حلقات قمار غير منتهية، الربح فيها هو السابق في الشبكة الذي يتدفق إليه تيار من الدخل يبدو غير متناه بقدر اتساع شبكته من الأفراد الذين يلونه، المخاطر فيها القاعدة المتعلقة بالأمل في الصعود ونمو شبكتها بالمزيد من الذين يلونهم ممن يحدوهم الأمل في الكسب دون عمل منتج، فالطبقات الثلاثة الأخيرة مخاطرة أبداً بصورة مستمرة وفي أي لحظة من لحظات نمو الهرم وهذا هو معنى القمار.

#### الفرق بين التسويق الشبكي والسمسرة:

السمسرة في البيع والشراء عقد يحصل بموجبه السمسار على أجر مقابل توسطه في إتمام بيع سلعة أو شرائها، والتسويق الشبكي الذي

تمارسه بزناس وما يشابهها من الشركات عبارة عن تسييط سلعة لبناء شبكة من العملاء في شكل متوالية هندسية يشكل كل عميل فيها قمة هرم داخل الشبكة يدفع فيه العملاء الجدد حوافز من سبقهم في البناء الشبكي.

وعليه فإن نظام بزناس والتسيويق الشبكي يخالف السمسرة المعروفة فقهاً من أربعة أوجه رئيسية هي:

١- إن السمسرة لا يشترط فيها شراء السمسار سلعة ممن يسمسر له فهو مجرد وسيط بين صاحب السلعة والمشتري. أما نظام شركات التسيويق الشبكي فشرء الشخص للمنتج أو امتلاكه "مركز عمل" شرط في قبوله مسوقاً، أي أن المسوق يدفع أجراً ليكون مسوقاً وهذا عكس السمسرة.

٢- إن نظام شركة بزناس لا يسمح للفرد أن يسجل تحته مباشرة أكثر من اثنين وما زاد على الاثنين يسجل تحت آخر مشترك تحت شبكته، وهذا يعني أن هناك أفراداً في الشبكة يستفيدون من جهد الذين فوقهم ويتقاضون عمولات من الشركة عن سلع لم يكن لهم جهد في تسويقها فإذا ضمت هذه النقطة مع التي قبلها يتضح أن نظام الشركة يجرم المسوق غير المشترك ويعطي المشترك غير المسوق، ومن ثم تتضح مخالفة ما تقوم به الشركة وبعده عن السمسرة المعروفة فالشركة تلتزم

بتحفيز المشتركون بصرف النظر عن جهدهم في تسويق المنتجات في حين أن الأجر في السمسرة يكون لمن قام بالتسويق والبيع ولا يشاركه فيه من لم يبذل جهداً في تسويق السلعة.

٣- إن السمسار يحصل على عمولته مقابل تسويق السلعة وبيعها لشخص أو عدد من الأشخاص ولا علاقة له بما يفعله المشتركون بالسلعة فالعلاقة تنتهي بين السمسار والمشتري بمجرد الشراء أما في التسويق الشبكي فإن المسوق لا يحصل على عمولة إلا إذا سوّق لمسوّقين آخرين، وهؤلاء بدورهم يسوّقون لمسوّقين فهو يسوّق لمن يسوّق لمن يسوّق... الخ، ولا يحصل على عمولة إلا بهذه الطريقة فليس في مصلحة أحد في الهرم أن يبيع لمن يشتري السلعة ليتفجع بها أو ليستخدمها لنفسه دون أن يسوقها لغيره.

٤- بناءً على أن تسويق المنتج غير مقصود في التسويق الشبكي وإنما هو مجرد ستار قانوني لتجميع اشتراكات وكسب أعضاء لبناء النظام الشبكي فإذا سقط المنتج من قصد التسويق احتل ركن من عقد السمسرة الحقيقي وهو العين موضع السمسرة.

مما تقدم يتبين أن نظام بنزاس وما يشابهه من شركات التسويق الشبكي لا صلة له بعقد السمسرة.

الفتوى:

بناءً على ما تقدم أصدر مجمع الفقه الإسلامي في جلسته رقم ٣/٢٤ بتاريخ ١٧ ربيع الآخر ١٤٢٤ هـ الموافق له ١٧/٦/٢٠٠٣ م الفتوى التالية:

١- إن الاشتراك في شركة بنزاس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي لا يجوز شرعاً لأنه قمار.

٢- إن نظام شركة بنزاس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي لا صلة له بعقد السمسرة كما تزعم الشركة وكما حاولت أن توهي بذلك لأهل العلم الذين أفتوا بالجواز على أنه سمسرة من خلال الأسئلة التي وجهت لهم والتي صورت لهم الأمر على غير حقيقته.

وبناء على هذا يوجه المجمع الجهات المرخصة بسحب تراخيص شركات التسويق الشبكي وعدم منح أي تراخيص بمزاولة مثل هذا النشاط إلا بعد الرجوع إلى مجمع الفقه الإسلامي. والله الموفق أ.د. أحمد خالد بابكر .

ثانياً: القائلون بالجواز ومناقشتهم :

يمكن أن نقسم القائلين بجواز التعامل مع الشركة إلى ثلاثة أقسام :

الأول أجازها على اعتبار أنها سمسرة :

**وممن أفتى بذلك : الدكتور حسام الدين عفانة أن التعامل مع هذه الشركة جائز وأن العقد هو عقد سمسرة**

## وللإنصاف فإن السائل لم يبين النظام الهرمي الذي اعتمده الشركة في تحصيل أرباحها في سؤاله<sup>١</sup>

الثاني : أجازها على اعتبار أنها جعالة :

ومن أفتى بذلك الدكتور وهبة الزحيلي فإنه اعتبر العقد جعالة . ولكنه علق فتواه على حسب الصورة المعروضة عليه وأنه إذا تبين له أمر جديد فهو قابل للمناقشة والمراجعة<sup>٢</sup> .

## أما الدكتور محمود العكام فإنه أفتى بالجواز مع أن السائل أوضح النظام الهرمي للشركة وجعله ( عقد مبادلة ) ثم ذكر : ( أن العقد من قبيل الجعالة )<sup>٣</sup> .

القسم الثالث : أجازها على اعتبار أنها من قبيل الترويج والدلالة<sup>٤</sup> .

مناقشة الموضوع :

لا بد من بيان معنى الجعالة والسمسرة ليكون القارئ على بينة من الأمر:

<sup>١</sup> انظر <http://www.islamonline.net/livefatwa/arabic/Browse.asp>

وكذلك نقل مثل ذلك موقع: <http://www.biznasweb.com/tybah/fatwa.htm> عن لجنة تحرير الفتوى في موقع إسلام أون لاين ، ونقلت كذلك عن الأستاذ الدكتور صبري عبد الرؤوف الأستاذ بجامعة الأزهر الشريف وعن الشيخ فيصل مولوي نائب رئيس المجلس الأوربي للبحوث والإفتاء. وعن الشيخ عبد الرحمن محمد الهرفي

<sup>٢</sup> انظر الفتوى: [http://www.zuhayli.com/fatawa\\_p36.htm#2](http://www.zuhayli.com/fatawa_p36.htm#2)

<sup>٣</sup> انظر نص السؤال والفتوى <http://www.akkam.org/advop-a/advop-a-16.shtml>

وكذلك نقل موقع <http://www.biznasweb.com/tybah/fatwa.htm>

<sup>٤</sup> عن الشيخ حامد العلي جوازها على أنها جعالة جائزة. ونقل ذلك موقع <http://www.biznasweb.com/tybah/fatwa.htm> عن د أحمد محمد السعد , محاضر في كلية الشريعة جامعة اليرموك . وعن الشيخ عبد المحسن العبيكان



أولاً : السمسرة<sup>١</sup> : البيع والشراء ، والسمسار : هو القيم بالأمر الحافظ له ، وهو في البيع : اسم للذي يدخل بين البائع والمشتري متوسطاً لإمضاء البيع ، أي الوسيط بين البائع والمشتري لتسهيل الصفقة .

وقد ورد أن النبي صلى الله عليه وسلم سماهم بالتجار وكانوا يسمون من قبل بالسماسرة<sup>٢</sup> ، وللسمسرة صورة محرمة وهي الصورة التي وردت في الحديث عن ابن عباس رضي الله عنه : نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن يتلقى الركبان وأن يبيع حاضر لباد ، قال طاوس : قلت لابن عباس : ما قوله حاضر لباد قال : لا يكون له سمساراً<sup>٣</sup> . ولا شك أن العلماء اشتروا في السمسار أن يكون صادقاً وواضحاً في عرض البضاعة وأن لا يغرر بالناس وأن يكون عالماً بحكم السمسرة المحرمة وأن لا تؤدي سمسرته لضرر عام أو خاص

الفرق بين التسويق الهرمي والسمسرة :

<sup>١</sup> انظر اللسان ٤/٣٨٠ ، ترتيب القاموس ٢/٦١١ ، ٦١٢ . النهاية في غريب الحديث ٣/٤٠٠ القاموس الفقهي للأستاذ سعدي أبو جيب ص ١٨٣ ط دار الفكر دمشق .

<sup>٢</sup> انظر عون المعبود ٩/١٢٤ ط دار الكتب العلمية .

<sup>٣</sup> وصورة بيع الحاضر للباد هو أن يأتي البادي (أهل البادية) بسلعة تعدم الحاجة إليها إلى المدينة (الحضر) يريد بيعها بسعر الوقت في الحال ، فيأتيه الحاضر ويقول له: ضعه عندي لأبيعه لك على التدرج بأعلى من هذا السعر ، والحديث رواه الجماعة إلا الترمذي ، واللفظ للنسائي ٧/٢٥٧ انظر شرح صحيح مسلم للنووي ٥/١٥٧ ، نيل الأوطار ٥/١٦٤ .

ولو نظرنا في صورة التعامل وكيفية التسجيل والتعامل مع الشركة فإن الآتي بالزبون ليس وسيطاً بين البائع والمشتري لأن البضاعة ليست مما يحتاجه الناس ويسترشدون له، فإن أي شخص يستطيع الحصول على هذه البضاعة ( البرامج ) إذا أرادها بنفس السعر الذي سيحصل به على البضاعة عن طريق شخص آخر ، إلا أن الفائدة المالية التي تعود على المشترك هي الهدف الأول من ذلك وقد مر في بيان الجمع الفقهي ذكر الفرق بين السمسرة والتسويق الشبكي ، و نضيف هنا ما ذكره الدكتور سامي السويلم في التفريق بينهما<sup>1</sup> : ( أن التسويق الهرمي ليس مجرد سمسرة كما تزعم الشركة في موقعها، وكما حاولت أن توحى بذلك لأهل العلم الذين سئلوا عنها.

فالسمسرة عقد يحصل بموجبه السمسار على أجر لقاء بيع سلعة. أما التسويق الهرمي فالمسوّق هو نفسه يدفع أجراً لكي يكون مسوّقاً، وهذا عكس السمسرة.

كما أن الهدف من التسويق الهرمي ليس بيع بضاعة أو خدمة، بل جذب مسوّقين جدد ليحذّبوا بدورهم مسوّقين آخرين، وهكذا، وقد سبق أن هذا التسلسل لا يمكن أن يستمر بلا نهاية، فهذا التسلسل باطل لأنه لا بد أن يتوقف؛ وحينئذ فالمسوّق الأخير خاسر بالضرورة

<sup>1</sup> انظر [www.islamtoday.net/questions/show\\_question\\_content.cfm?id=14706](http://www.islamtoday.net/questions/show_question_content.cfm?id=14706)

لأنه لم يجد من يقبل الانضمام إلى البرنامج الهرمي، لكن لا وجود لهذا التسلسل في السمسرة أو التسويق العادي.

فالتسوية بين الأمرين كالتسوية بين البيع والربا من الذين حكى الله تعالى عنهم في القرآن: {ذلك بأنهم قالوا إنما البيع مثل الربا}. وهي كالتسوية بين البيع وبين العينة الممنوعة بالنص.

فالتسويق الهرمي أخص من مطلق التسويق، وقد تضمن من الخصائص والشروط ما يجعله عقداً باطلاً، فلا يصح قياس أحدهما على الآخر.

ومما يبين الفرق بين الأمرين أن السمسرة أو التسويق العادي يتم من خلال ضوابط تنظم العلاقة بين المسوقين لكي يضمن كل منهم عمولته.

فالشركة البائعة للمنتجات تحدد لكل مسوق (أو لكل موزع لمنتجاتها أو لكل فرع من الفروع) نطاقاً محدداً يختص به، تجنباً لإضرار الموزعين بعضهم لبعض إذا تكدسوا في منطقة واحدة، فهذا التكديس من جهة مضر بمنتجات الشركة لأنه يؤدي إلى تشبع السوق المحلي، كما سبق. كما أنه مضر بالموزعين أو المسوقين أنفسهم، لأنه يحرم بعضهم من البيع ومن ثم من عمولة التسويق.

أما في التسويق الهرمي فلا يوجد أي ضوابط للتسويق، ولا توجد حدود تنظم عمل كل موزع أو كل سمسار. والسبب أن الهدف ليس المنتجات وإنما الانضمام للهرم.

والانضمام يتطلب أعداداً متزايدة من الأعضاء الجدد دائماً، ولذلك لا توجد مصلحة من تحديد مجال اختصاص لكل مسوّق، بل هذا مضر بنمو الهرم، ومن ثم بعوائد أصحاب الشركة.

وحقيقة الأمر أن النظام الهرمي يجعل السلعة الحقيقية التي يبيعها الأعضاء هي العمولات الموعودة من الانضمام للهرم، وليس المنتجات التي لا تتجاوز قيمتها ٠.٢% من عمولات التسويق للسنة الأولى فحسب. أما السمسرة أو التسويق المعروف فهو نيابة في البيع مقابل عمولة. فالعائد الحقيقي للسمسار ينبع من المبيعات المباشرة للمنتجات على المستهلكين الفعليين، وليس من مشتريات المسوّقين الجدد.

ولهذا السبب تشترط عدة ولايات أمريكية أن يكون عائد التسويق المباشر للمستهلك النهائي لا يقل عن ٧٠% من إجمالي عوائد التسويق، بمعنى ألا يزيد عائد التسويق على المسوّقين الجدد عن ٣٠% من عوائد الشركة؛ وما ذلك إلا تأكيداً للفرق بين البيع على المستفيد الفعلي من المنتج، وبين البيع على من يريد الانضمام إلى هرم المسوّقين طمعاً في العمولات الهائلة التي يعدونه بها.)

ويتدقيق النظر نذكر بعض الفروق بين هذه المعاملة وبين السمسرة  
المباحة<sup>١</sup> :

١. أن السمسرة هي دلالة على سلعة أو منفعة مقصودة لذاتها ستصل في النهاية إلى المستفيد حقيقة لينتفع بها ، أما عملية التسويق الموجودة في هذه الشركة فهي بيع فرص تسويق على أشخاص ليبيعوها لغيرهم لتصل في النهاية إلى شخص أو أشخاص لا يجدون ما يؤمّلونه من العقد .

٢. أن السمسرة لا يشترط أن يدفع فيها السمسار شيئاً من المال إذ ليس من مصلحة صاحب السلعة أن يعرقل السمسار بوضع شرط الدفع له أو الشراء منه ، أما هذا التسويق لمن كان قاصداً له فمن شرط الدخول فيه أو الحصول على ميزات دفع مبلغ - ضمن ثمن البرامج - ليكون مسوّقاً ، وتجديد الدفع سنوياً للاستمرار في التسويق .

٣. السمسار يحرص على البحث عن أكثر الناس حاجة للسلعة أما المسوّق في هذه المعاملة فيحرص على البحث عن الأقدر على تسويق المعاملة، بعض النظر عن حاجته .

٤. السمسار لا علاقة له بما يفعله المشترون بالسلعة أما المسوّق في هذه المعاملة فيحتاج إلى أن يستمر في تسويق السلعة حتى يكمل العدد ليحصل على العمولة .

<sup>١</sup> الإسلام سؤال وجواب www.islam-qa.com سؤال رقم: ٤٠٢٦٣ العنوان:  
حكم بناس ومثيلاتها من عمليات الخداع .

٥. في السمسرة يأخذ السمسار على قدر ما يسوّقه من السلع ، أما في هذه المعاملة فقد يشترك اثنان في عدد من تسوّق لهم السلعة مباشرة أو بالتسبب ويكون بينهما من التفاوت في العمولات فرق كبير جدا بسبب ما يشترطونه من كيفية لاستحقاق العمولة ، وهذا يؤكد أن بناء شبكة التسويق الهرمي هو المقصود أصالة لا ما يدعون من السلع وهذه الفروق الخمسة بين المعاملتين تدل على اختلاف حقيقتهما بما يمنع من إباحة معاملة بزناس قياسا على السمسرة ، لا سيما أن في معاملة بزناس أسباب واضحة للتحريم كما سبق .

٦. لو فرضنا أنها سمسرة - وهذا غير صحيح - فإن الحرمة تدخلها من جهة أن هذا المسوّق لا يمكن أن يُبين لمن يعرض عليه أن هذه السلعة يوجد مثلها في غير هذه الشركة بربع المبلغ أو نصفه، أو أنه قد لا يحتاج لبعضها ، فضلا عن أن يخبره بإمكان الاستفادة الشخصية الكاملة منها من الموقع عبر رقم المسوّق الخاص دون التأثير عليه ودون دفع شيء ، ولا بد أن يركّز معه على ذكر العمولة الكبيرة التي سيحصل عليها إذا اشترى وسوّق .

٧. من جعلها سمسرة وأباحها اشترط أن لا يكون في تسويقها مخادعة أو أن لا يمدحها بما ليس فيها ، وهذا غير متحقق عادة عند كثير من هؤلاء المسوّقين لما سبق بيانه .

## وبهذا التفصيل في بيان الفارق بينها وبين السمسرة يظهر بطلان كونها جائزة من باب السمسرة .

ثانياً : أنها جعالة : فالجعالة هي اسم لما يجعل للإنسان على فعل شيء .

واصطلاحاً هي التزام عوض معلوم في كفايته على عمل معين أو مجهول عسر عمله<sup>١</sup> وبعبارة أخرى هي أن يلتزم الجاعل بمال يدفعه (أجرة) لمن يقوم بعمل معين أو مجهول يصعب على الجاعل القيام به .  
والمال المأخوذ يسمى جعلاً بضم الجيم .  
وبين العلماء أن الجعالة لها أربعة أركان<sup>٢</sup> :

الأول : الصيغة الدالة على الإذن للقيام بالعمل بعوض يلتزمه .

الثاني : المتعاملان : الأذن بالعمل ويسمى بملتزم الجعل ، والعامل ، ويجوز أن يكون فرداً ويجوز أن يكون جماعة ولكن لا على شكل هرمي .

الثالث : العمل الذي يقوم به العامل ، ولا يشترط كونه معلوماً كمسافة السير وقدر المشقة .

الرابع : الجعل المشروط ويجب أن يكون معلوماً .

<sup>١</sup> انظر التعريف في مغني المحتاج ٢/٤٢٩ .

<sup>٢</sup> انظر روضة الطالبين ٤/٣٣٥ وما بعد ، مغني المحتاج ٢/٤٢٩ وما بعد .  
مواهب الجليل ٧/٥٢٥ وما بعد وانظر ص ٥٩٥ أيضاً . والمغني لابن قدامة ٦/٣٥٠ كشف القناع ٤/٢٤٧ .

يقول ابن قدامة في المغني : ( وما لا يجوز أخذ الأجرة عليه في الإجارة مثل الغناء والزمير وسائر المحرمات لا يجوز أخذ الجعل عليه)<sup>٣</sup>، قال الله تعالى (ولا تعاونوا على الإثم والعدوان)[المائدة: ٢].  
ولا نستطيع أن نعتبر التعامل مع هذه الشركة من قبيل الجعالة وذلك لاعتبارات منها :

١ . أن الطرف المفعول له ( العامل ) لا يجب عليه دفع شيء للجاعل مقابل عمله، بل هو الذي يأخذ عند إتمام العمل كما هو معلوم ، أما نظام بنزاس فيطالب المشترك بتجديد اشتراكه سنوياً وإلا فقد مركزه ، وهذه التجديدات تعتبر مبيعات جديدة، وبالتالي فإن المشترك سيحصل على نفس الأرباح التي حققها في العام السابق بالإضافة للأرباح التي سيحققها عن الأشخاص الجدد الذين سينضمون إلى العمل، أي أن المنتج يباع مرتين لمشتري واحد وهذا مما لم يوضحه السائلون للسادة العلماء عند استفتائهم. الشكل (٢)

٢ . أن موافقة المتعاقدين في عقد الجعالة ليست شرطاً ، أما الاشتراك مع بنزاس فإنه لا يتم إلا بشراء المنتج ، فهي لا تشتري على المشتري أن يأتي بمشترك آخر ، لكنها في الواقع تشتري للدخول في نظامها الهرمي لتحقيق الربح ( المفعول ) أن تشتري من منتجها .

<sup>٣</sup> المغني ٦/٣٥٤ وانظر كشاف القناع ٤/٢٥١ .



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
 الحمد لله ، وصلاة وسلاماً على سيدنا محمد رسول الله وآله وأصحابه  
 وبعد ؛ فقد سئلت عن حكم شركة التسيير عند طرود الإنعزنية المروفة  
 بـ « بزناس » فأجبت أولئ بالجواز بناء على الشرع الذي ذكره واستندت  
 إلى أحكام الجعالة التي يعترف بها الفرد والديعة بغيرها ، لأننا من  
 جنس القريعات ، وغيرهما من قبيل المبادلات ، ثم شرحت تلك الحركة  
 بصور مختلفة ومتعددة فتوقفت عن الجواب . ثم اقتنعت أخيراً بأننا  
 صورة من صور القمار المحرم شرعاً .  
 ولذلك أعلمه بأنه هو إلى النول بالجواز قد رجعت عنه عمداً بما تعلمناه  
 من شيخنا الشيخ محمد الحامد رحمه الله تعالى بأنه الرجوع إلى الموفضية . وأنه  
 الاعتراف بالخطأ غير من القماري فيه  
 وإلى أهيب بأولئك الذين سموا هو إلى النول وأخذوا السبعون نسبة  
 الناس لحاجة في نفوسهم بأنه كيفوا منه نسبة إلى النبي قد رجعت  
 عنه . والله أعلمهم بعد ذلك . والله يهدي من يشاء إلى صراط  
 مستقيم . وأسئفوا لله العظيم . وصلى الله ونعم الوكيل

محمد أديب كلكل

الشكل (٢) رجوع فضيلة الشيخ محمد أديب كلكل عن فتواه بالجواز بعد وضوح طبيعة بزناس  
 ٣ . ولو فرضنا صحتها من قبيل الجعالة إذا أتى زيد بعمرو واستحق  
 على هذا المال ، فبأي حق يأخذ زيد عمولة أو ( جعالة ) إذا أتى  
 عمرو بفلان من الناس بالإضافة لما أخذه عن عمرو ، وكذلك إذا أتى  
 فلان بعلان .. وهكذا ، فهذا أكل أموال الناس بالباطل .

ولو فرضنا أنها جعالة . وهو فرض غير صحيح . فإن الجعالة على أمر محرم لا تجوز ، وقد تبين فيما سبق أن التعامل مع هذه الشركة وما شابهها من الشركات ذات النظام المشابه يعد من القمار وفيه من الغرر والجهالة ما لا ينكر وجوده بل فيه أكل المال بالباطل وإهدار لمال الأمة وتضييعه حتى حرّمته القوانين الغربية التي يمارس شعبها القمار كما سبق ، فنحن أولى بتطبيق شريعتنا والغيرة على أموال أمتنا وأخوتنا المسلمين ، وإن المشاركة التعامل مع هذه الشركة هو تعاون على الإثم والعدوان والله أعلم ، وقد تقدم أن ابن قدامة يقول في المغني : ( وما لا يجوز أخذ الأجرة عليه في الإجارة مثل الغناء والزمير وسائر المحرمات لا يجوز أخذ الجعل عليه )<sup>١</sup> ، قال الله تعالى : ( ولا تعاونوا على الإثم والعدوان ) [المائدة : ٢]

وبهذه الآية الكريمة أيضاً وقول ابن قدامة السابق يرد على من أجازها على اعتبار أنها أجرة مقابل الترويج والدلالة على المنتج بعدما تبين حرمة التعامل معها .

<sup>١</sup> المغني ٦/٣٥٤ وانظر كشف القناع ٤/٢٥١ .

## كلمة أخيرة

وبعدما تبين حرمة التعامل مع هذه الشركة فإنني أتوجه بالنصيحة لمن وقع ضحية هذه الدعاية الرأسمالية وصار مروجاً لامتنصاص العصب الحساس في قيام اقتصاد أمته وبلاده أن يتقوا الله ويتحروا الحلال في رزقهم وأن لا يكونوا أداة في هدم هيكل أمتهم وعوناً على الفساد ولينشروا الوعي والفهم لواقع العالم وما يحيق به من مخاطر ومكائد خفية بأسماء براءة تستهوي وتجذب هوام الناس كما تسحر النار هوام الحشرات ، وليذكروا الحديث : (ومن سنّ سنة سيئة فعليه وزرها ووزر من عمل بها إلى يوم القيامة).

وقد أخرج مسلم في صحيحه والترمذي عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : ( إن الله طيب لا يقبل إلا طيباً وإن الله أمر المؤمنين بما أمر به المرسلين فقال : ((يا أيها الرسل كلوا من الطيبات واعملوا صالحاً إنه بما تعملون عليم)) ، وقال : (( يا أيها الذين آمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم )) ثم ذكر الرجل يطيل السفر أشعث أغبر يمد يده إلى السماء : يا رب يا رب ، ومطعمه حرام ومشربه حرام وملبسه حرام وغذي بالحرام فأنى يستجاب لذلك ؟) وأخرج ابن حبان في صحيحه عن جابر رضي الله عنه أن

النبي صلى الله عليه وسلم قال : (يا كعب بن عجرة إنه لا يدخل الجنة لحم نبت من سحت) أي من حرام .

والحمد لله رب العالمين

ربنا تقبل منا إنك أنت السميع العليم وتب  
علينا إنك أنت التواب الرحيم

## مراجع البحث

١. الغرر وأثره في العقود، د. إبراهيم الضيرير.
٢. اللسان ٤/٣٨٠ ، لابن منصور ، دار التراث.
٣. النهاية في غريب الحديث.
٤. القاموس الفقهي للأستاذ سعدي أبو جيب ، ط دار الفكر دمشق .
٥. المغني لابن قدامة
٦. روضة الطالبين ،
٧. عون المعبود ، ط دار الكتب العلمية .
٨. كشاف القناع.
٩. مغني المحتاج.
١٠. مواهب الجليل
١١. نيل الأوطار

## الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع
٢	تقديم العدد
٤	المقدمة
٧	التعريف بشركة بزناس
١٨	توصيف شركة بيزناس
٣٠	التقويم الشرعي
٦٠	كلمة أخيرة
٦٢	مراجع البحث

مركز  
سلسلة فقه المعاملات  
للطب والاعمال

للمراسلة:

هاتف فاكس ٢٥٣٠٧٧٢ (٣٣ - ٠٠٩٦٣)

ص.ب ٧٥ - حماة - سورية

<http://www.kantakji.com>