

جامعة الأنبار

كلية العلوم الإسلامية- الرمادي

من فقه النوازل

شركة التسويق التجاري (انموذجاً)

٢٠١٣م

١٤٣٤هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة.

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على امام المتقين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه وسلم.

قال تعالى: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا} ^١.

وقال ﷺ: (الحلال بين والحرام بين، وبينهما أمور مشتبهات، فمن اتقى الشبهات استبرأ لدينه وعرضه، ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام كالراعي يرعى حول الحمى يوشك أن يرتع فيه، ألا إن لكل ملك حمى وإن حمى الله محارمه، ألا وإن في الجسد مضغة إذا صلحت صلح الجسد كله، وإذا فسدت فسد الجسد كله، ألا وهي القلب). ^٢.

وبعد..

من عصمة هذا الدين انه جاء حاكماً على الاشياء التي حدثت في فترة نزول الوحي، وهذه الاحكام صالحة لكل زمان ومكان، وبعد انقطاعه بوفاة النبي صلى الله عليه وسلم، وبمرور الايام استجدت بعض الامور، ولم تكن لها صورة مشابهة في فترة نزول الوحي، ولم يعلم لها حكماً نصياً، لذا دعت الحاجة الى النظر في هذه الامور من قبل الفقهاء ليعلم حلها من حرمتها.

ونظر الفقهاء مقيد بضوابط واصول في المسائل المستجدة، وقد سميت هذه الاحداث (بفقه النوازل) ويقصد به النازلة التي تطرأ على الناس ولم يكن لها نظير عند السلف.

ولكثره التعاملات بين الناس ظهرت صور جديدة في بيعهم وشرائهم لم تكن معلومة الحكم، ولحاجة الناس لمعرفة الحكم الشرعي لهذه الصور حتى يتجنبوا الحرام منها، لزمتم دراسة هذه النوازل وتأصيلها بالفقه الاسلامي .
ومن هذه النوازل (شركة التسويق التجارية) وهذا ما بحثناه في هذه الورقات. واقتضى عملنا في بحثنا هذا ان قسمناه الى: تمهيد وثلاثة مباحث وخاتمة.

تمهيد : مفهوم فقه النوازل

المبحث الاول: التعريف بالمفردات وبيان الشركات والبيوع ذات الصلة .

المطلب الاول : تعريف مصطلحات البحث :

اولا : الشركة

ثانيا التسويق

ثالثا : الوسيط

المطلب الثاني : الشركات والبيوع ذات الصلة بشركة التسويق .

اولا : الشركات

شركة التسويق الشبكي

الشركات الاعلانية

^١ - سورة البقرة ٢٧٥.

^٢ - صحيح البخاري (١ / ٢٠) برقم (٥٢)

ثانيا : البيوع
بيع المرابحة
بيع ما لا يملك
بيع الوكالة

المبحث الثاني : التوصيف الفقهي لشركة التسويق واطرافها .

المطلب الاول : التوصيف الفقهي

المطلب الثاني : اطراف الشركة

الطرف الاول : المالك للعين

الطرف الثاني : المسوق

الطرف الثالث : المشتري (المستهلك)

المبحث الثالث : الحكم الفقهي لشركة التسويق (الوسيط) .

وخاتمة ذكرنا فيها اهم نتائج البحث وقائمة بالمصادر والمراجع.

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه وسلم...

المبحث الاول

التعريف بالمفردات والشركات والبيوع ذات الصلة

المطلب الاول

تعريف بمفردات البحث

افردنا في هذا المطلب جملة تعاريف لمفردات عنوان البحث، باعتبار ان لكل مفردة معنى مستقل عن معنى المفردة الاخرى وبمجموع تلك المعاني يتضح موضوع البحث وكيف ركب ، هذا وقد اوردنا لكل مفردة تعريفها اللغوي والاصطلاحي وفي التعريف الاصطلاحي اعتمدنا الاختيار من بين تعاريف المذاهب حسب ما رأيناه مناسباً لموضوع البحث .

اولاً : الشركة .

لغة : الشَّرِكَةُ والشَّرِكَةُ سواء مخالطة الشريكين يقال اشترَكنا بمعنى تَشَارَكنا وقد اشترك الرجلان وتَشَارَكَا وشارَكَ أَحَدُهُمَا الآخر^١ .

اصطلاحاً :

في تعريفنا هنا لا نستهدف معنى الشركة عند الفقهاء باعتبارها عقد بين اثنين متشاركين في راس المال والربح والجهد ، وعلى طبيعة هذه المشاركة قسم الفقهاء الاولون الشركة بين اثنين واكثر واعطوها اسما يصف نوع تلك الشراكة كشركة الابدان ، و شركة العقود ، و شركة المفاوضة ، و شركة املاك .

ولما اختلف الحال وتبدلت طبيعة البيع والشراء بعد دورة الزمن ادى ذلك لظهور انواع جديدة للعقود والشراكة سميت بالمعاصرة والتي تندرج تحت مسمى فقه النوازل ، وخصصنا بحثنا لدراسة احدى هذه الشركات المعاصرة لذا سنبسّط القول

^١ لسان العرب : مادة (شرك) ، ٤ / ٢٢٤٨ .

لهذه الشركات لنبيين معنى الشركة والشركات وان المفهوم منها ليس الشراكة المقصودة عند الفقهاء كما اسلفنا، فمن انواع هذه الشركات المعاصرة^١ :

١ - شركة الاشخاص :

وهي الشركات التي تقوم على شخصية الشركاء، بصرف النظر عن المال الذي يقدمه كل شريك.

ولهذه الشركة ثلاث انواع هي :

١ - شركة التضامن: وهي التي يعقدها اثنان فأكثر بقصد التجارة ويكون الشركاء فيها متضامنون في جميع أعمال الشركة على حد سواء. وهي جائزة؛ لأنها تشبه شركة المفوضة.

٢ - شركة التوصية البسيطة: وهي التي تُعقد بين شركاء بعضهم متضامنون، وبعضهم موصون، فجميعهم يقدمون المال، لكن المتضامنين يقومون بأعمال إدارة الشركة، والموصون ليس لهم علاقة بأعمال الشركة، وهي جائزة؛ لأنها تشبه شركة العنان والمضاربة.

٣ - شركة المحاصة: هي عقد يلتزم فيه شخصان فأكثر بأن يساهم كل منهما في مشروع بتقديم حصة من المال أو العمل، ويقتسمان الربح، ويتحملان الخسارة على حسب ماليهما كالمشاركة في مزاد، أو صفقة وقتية، تُصَفَّى الأرباح في الحال وتنتهي، وهذه جائزة شرعاً؛ لأنها نوع من أنواع شركة العنان.

٢ - شركات الأموال: وهي الشركات التي تعتمد في تكوينها على عنصر المال، بقطع النظر عن شخصية الشريك. وهذه الشركة ثلاثة أنواع:

١ - شركة المساهمة: وهي أهم أنواع شركات الأموال في هذا العصر، هي التي يُقسم فيها رأس المال إلى أجزاء صغيرة متساوية، يطلق على كل منها سهم، يكون قابلاً للتداول، غير قابل للتجزئة كالشركات الصناعية والتجارية والزراعية ونحوها. ويعتبر مدير الشركة وعمالها أجراً عند المساهمين، وتوزع الأرباح على الأسهم حسب رأس المال.

وهذه الشركة جائزة شرعاً؛ لأنها شركة عنان، لقيامها على أساس التراضي، ومجلس الإدارة وكيل عن الشركاء في التصرف.

٢ - شركة التوصية بالأسهم: وهي التي تضم نوعين من الشركاء: متضامين، ومساهمين، والمساهمون، كالشركاء الموصين في شركة التوصية البسيطة، ويختلف المساهم عن الموصي في أن الأول يملك أسهماً قابلة للتداول على عكس الثاني. وهذه الشركة جائزة شرعاً؛ لأنها نوع من شركات العنان، وعمل المتضامين فيها خاضع لأحكام شركة المضاربة.

٣ - الشركة ذات المسؤولية المحدودة: وهي شركة تجارية كباقي شركات الأموال، تجمع بين شركات الأموال والأشخاص، ففيها من شركات الأموال أن مسؤولية الشريك محدودة بمقدار حصته، ومن يديرها كالأجير.

^١ موسوعة الفقه الإسلامي، ٣/ ٥٦٨ - ٥٧٠.

وفيها من شركات الأشخاص أن الشريك يكون صاحب حصة في الشركة وليس مساهماً، ولا تكون حصص الشركاء قابلة للتداول كالأسهم، وهذه الشركة جائزة شرعاً؛ لأنها تعتبر من شركة العنان، وفيها بعض خصائص المضاربة.

ثانياً التسويق .

لغة : اصل الكلمة من سوق والسوق يذكر ويؤنث و تسوق القوم باعوا واشتروا و السوقة ضد الملك يستوي فيه الواحد والجمع والمذكر والمؤنث ^١ .
اما كلمة (التسويق) فلا تصح بهذا اللفظ لأنها لم ترد بكتب المعاجم ^٢ .
اصطلاحاً :

التسويق المقصود به هنا الترويج وهو : عملية التسويق التي تهتم بتشجيع أعمال البيع وفعالية التوزيع ^٣ .

وعرف بانه : هو عملية إدارية اجتماعية يحصل بموجبها الأفراد والمجموعات على ما يحتاجون، ويتم تحقيق ذلك من خلال إنتاج وتبادل المنتجات ذات القيمة مع الآخرين والتسويق هو المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة ويشمل تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين ^٤ .

ثالثاً : الوسيط .

لغة : وَسَطُ الشَّيْءِ: مَا بَيْنَ طَرَفَيْهِ ^٥ .
وسَطٌ في يَسِيطُ، سِيطٌ، وَسَاطَةٌ، فَهُوَ وَسِيطٌ، والمفعول مَوْسُوطٌ ، وَسَطَ القَوْمَ وَسَطَ فِيهِمْ: تَدَخَّلَ بَيْنَهُمْ بِالْحَقِّ وَالْعَدْلِ "وسَطُ القَاضِي المتخَاصِمِينَ" ^٦ .
اصطلاحاً : لم نقف على تعريف الوسيط اصطلاحاً لكن من خلال تعريفه اللغوي نستخلص تعريفاً له اصطلاحاً وهو من توسط بين اثنين فاكثرت في عقد او شراكة - شركة - (بين البائع والمشتري) وقام بعمل بين من توسط بينهم كان وسيطاً .

رابعا : الدلال (السمسار) .

لغة : دَلٌّ، دَلَالَةٌ وَدِلَالَةٌ، فَهُوَ دَالٌّ ، والمفعول مَدْلُولٌ، الدَّلِيلُ ما يستدل به والدليل الدال وقد دَلَّهُ على الطريق يدلّه ^٧ .

^١ مختار الصحاح : مادة (سوق) ، ٣٢٦ .

^٢ ينظر : معجم الصواب اللغوي ، ١ / ٢٣٢ .

^٣ معجم اللغة العربية المعاصرة ، ٢ / ٩٥٤ .

)

(<http://www.acc4arab.com/acc/showthread.php?t=791#.UnC6BHCnp61>)

^٥ لسان العرب : مادة (وسط) ، ٧ / ٤٢٦ .

^٦ معجم اللغة العربية المعاصرة : ٣ / ٢٤٣٦ .

^٧ ينظر : مختار الصحاح مادة (دل ل) ، ص ٢١٨ ، معجم اللغة العربية المعاصرة ،

اصطلاحاً : هو الذي ينادي على السلعة ، و يدخل بين البائع والمشتري متوسطاً لإمضاء البيع ، لأنه يدل المشتري على السلع ، ويدل البائع على الأثمان^١ .
وعرفه المعاصرون بـ
انه الوسيط بين البائع والمشتري لتسهيل الصفقة ، والوساطة بين البائع والمشتري لإجراء البيع ، ويسمى من يقوم بذلك السمسار ، أو الدلال ، أو الوسيط^٢ .
من مجموع التعاريف نرى ان المعنى اللغوي والتعريف الفقهي والتعريف المعاصر كلها تدلل على نفس المفهوم وهو ان الدلال من يدل على الشيء (السلعة) ويعرف بثمنها ، وان الدلال هو مرادف للوسيط والسمسار على اختلاف الالفاظ الا ان الفقهاء استعملوها لنفس المعنى^٣ .

المطلب الثاني الشركات والبيوع ذات الصلة بشركة التسويق

الفرع الاول: الشركات.

^١ ينظر المحيط البرهان في فقه النعمان ، ٥ / ٣٨٦ ، حاشية ابن عابدين ٣٩/٥ ،
^٢ القاموس الفقهي ، ص: ١٨٣ ، موسوعة الفقه الإسلامي ، ٣ / ٣٩٥ .
^٣ ينظر : المبسوط للسرخسي ، ١٥ / ١١٤ ، المدونة الكبرى ٣ / ٤٦٦ ، خلاصة الكلام شرح عمدة الاحكام ، ١ / ٢٤٤ ، الفقه الاسلامي وادلته ، ٥ / ٣٣٢٦ .

سنتناول في هذا الفرع التعريف بالشركات التي لها علاقة او أوجه شبه بطبيعة عمل الوسيط.

الشركة: هي اجتماع في استحقاق أو تصرف بين اثنين أو أكثر^١. وهي سبب لحصول البركة ونماء المال إذا قامت على الصدق والأمانة، والأمة بحاجة إليها خاصة في المشاريع الكبرى التي لم تكن بمقدور الشخص المنفرد، كالمشاريع الصناعية، والعمرانية، والتجارية، والزراعية ونحوها.

أولاً: شركة التسويق الشبكي.
طفت على الساحة في الأونة الاخيرة تعاملات تتخذ الانترنت متجراً لها سميت بمسميات عدة وبلاد الغرب موطنها، شركات تتخذ من التسويق الشبكي باختلاف صورته وأشكاله أسلوباً لها في تسويق منتجاتها ومن ثم نقلت الى بلدان العالم. وهذه النازلة الاقتصادية تباينت آراء أهل العلم بين مجيز ومحرم للاشتراك فيها، وصدرت بذلك عدة فتاوى، وكُتبت فيه بضعة أبحاث .
فالتسويق الشبكي او ما يسمى بالتسلسل الهرمي او التسوق الشجري هو نوع من التسويق وصورته: أن يشتري الشخص منتجات شركة ما للاستفادة منها، او للاستفادة من المكافأة أو العمولة التي تدفعها الشركة اذا أقتع آخرين بمثل ما قام به ، وهكذا يقوم المشتري بمثل ما قام به المشتري الأول ، فيحصل على العمولة هو والأول أيضا .
فيعتمد مبدأ التسويق الشبكي على إقامة علاقات مباشرة بين المصنع والمستهلك ليستغني المنتج عن كافة الوكلاء والوسطاء وشركات الدعاية والإعلان.
وبذلك تنتقل اجور الدعاية والتسويق بين المصنع وبين مجموع الزبائن في شكل عمولات^٢.

ثانياً: شركة الاعلانات التجارية.
ان الإعلان أو الدعاية أو الإشهار هي كلمات ذات مدلول واحد، فالإعلان لغة: أعلن ، يعلن ومصدرها علانية وإعلان بمعنى الإظهار والإشهار والجهر بالشيء^٣.

واصطلاحاً: هو وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة من الرضى والقبول النفسي في الجماهير لغرض المساعدة على بيع سلعة أو خدمة أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة او توجيه جهة بذاتها^٤. وهو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية والغير ربحية والتي بدون الإعلان عن

١ - ينظر: مختصر الفقه الإسلامي في ضوء القرآن والسنة (ص: ٧٤٨).

٢ - ينظر: موسوعة البحوث والمقالات العلمية

٣ - ينظر: لسان العرب ٤ / ١٥٠ مادة (اعلن).

٤ - رابط عبر الانترنت. ar.wikipedia.org/wiki/

مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها.

فالشركات الاعلانية لها تأثير كبير وأهمية بالغة على الفرد والمجتمع، وقد أدركت الشركات التجارية العالمية أهمية الدعاية والإعلان كوسيلة مهمة لاستمرار تجارتها وترويج منتجاتها في الأسواق العالمية.

فالإعلانات التجارية: هي رسالة توجهها الشركات إلى المستهلك، وتحمل مضمون يهدف إلى إقناع المستهلك لشراء سلع معينة.^١

وتتكون الشركات الاعلانية من أطراف ثلاثة.

١- معلن. الشركة التي تنتج الحاجة والتي يراد التسويق لها.

٢- وكالات وشركات الاعلان. وهي الوسيط الذي يتولى وصل الحاجة المعلن لها للشريحة المستهدفة.

٣- مستهدف. وهي فئة الناس التي يراد الترويج لها.

واهدافها.

١- حث المستهلكين المرتقبين على اقتناء السلع أو شراء الخدمات .

٢- تهيئة هؤلاء المستهلكين إلى تقبل السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الأشخاص أو المنشآت أما عن هذا العمل فهو اختصاص وكالات الإعلان والدعاية وهي الشركات المسؤولة عن القيام بالأنشطة الإعلانية نيابة عن الشركات والمؤسسات في وسائل الإعلام المختلفة من طباعة و نشر وإذاعة وتلفاز وانترنت.

الفرع الثاني: البيوع.

سنتناول في هذا الفرع البيوع التي لها وجه علاقة بعمل الوسيط في التسويق.

البيع في اللغة: مصدر باع إذا أخذ شيئاً في مقابل شيء آخر وهو من الأضداد.^٢

فالبيع إعطاء الثمن وأخذ المثلن، والشراء إعطاء الثمن وأخذ المثلن ويقال للبيع الشراء وللشراء البيع.

وفي اصطلاح الفقهاء: عقد معاوضة مالية تفيد ملك عين أو منفعة علي وجه التأييد لا علي وجه القرية.^٣

اولاً: بيع المرابحة للأمر بالشراء.

من المعلوم ان بيع المرابحة: هو ان يبين البائع سعر الشراء والربح الذي يرغب به فان قبل المشتري فقد تم العقد.

وقد طفت في وقتنا الحاضر صيغ جديدة لعقود لم يكن متعارف عليها فيما مضى لكن لهذه العقود علاقة بالبيوع القديمة. ومن هذه العقود هو بيع المرابحة للأمر بالشراء.

^١ - رابط عبر الانترنت. <http://www.adabfan.com/new/archives>

^٢ - ينظر: مختار الصحاح ص: ٤٣ مادة (باع).

^٣ - ينظر: القاموس الفقهي ص: ٤٤.

فبيع المرابحة للأمر بالشراء عرفه الفقهاء المعاصرون بتعاريف عدة .
عرفه الباحث أحمد ملحم بقوله (طلب شراء للحصول على مبيع موصوف مقدم من
عميل إلى مصرف يقابله قبول من المصرف ووعده من الطرفين الأول بالشراء
والثاني بالبيع بثمن وريح يتفق عليها مسبقاً)^١.

فهذا البيع يدور على الأسس التالية:
أولاً: إن بيع المرابحة للأمر بالشراء ذو اطراف ثلاثة؛ أي أنه يوجد عندنا ثلاثة
متعاقدين.

الأول: الأمر بالشراء.

الثاني: البنوك الإسلامية. وقيدت بالبنوك الإسلامية لأنها الوحيدة التي تعاملت بهذا
البيع؛ لأن بقية البنوك هي بنوك ربوية.

الثالث: البائع.

وهذا الأمر يختلف فيه بيع المرابحة للأمر بالشراء عن المرابحة المعروفة عند الفقهاء
المتقدمين حيث إن المرابحة المعروفة عند الفقهاء المتقدمين ثنائية الأطراف.

ثانياً: إن بيع المرابحة للأمر بالشراء يتم بإتمام الخطوات التالية:-

أ- طلب من المشتري يقدمه للبنك الإسلامي لشراء سلعة موصوفة.

ب- قبول من البنك لشراء السلعة الموصوفة.

ج- وعد من المشتري لشراء السلعة الموصوفة من البنك بعد تملك البنك لها.

د- وعد من البنك ببيع السلعة الموصوفة للمشتري وقد يكون الوعد لازماً أو غير لازم
كما سيأتي بيانه.

هـ- شراء البنك للسلعة الموصوفة نقداً.

وبيع البنك للسلعة الموصوفة للمشتري بأجل مع زيادة ربح متفق عليه بين البنك
والمشتري.

ثانياً : بيع ما لا يملك.

إن بيع الإنسان ما لا يملك هو مفهوم ورود النهي عنه في عدة أحاديث بألفاظ مختلفة.

١- عن حكيم بن حزام قال: قلت يا رسول الله يأتييني الرجل يسألني من البيع ما

ليس عندي أبتاع له من السوق، ثم أبيعه؟ فقال صلي الله عليه وسلم (لا تبع ما

ليس عندك)^٢

٢- عن عبد الله بن عمرو بن العاص قال: قال رسول الله صلي الله عليه وسلم (لا

يحل سلف وبيع ولا شرطان في بيع ولا ربح ما لم يضمن ولا بيع ما ليس

عندك)^٣

^١ - بيع المرابحة للأمر بالشراء بن عفانة (ص: ٢٢)

^٢ - سنن الترمذي - مكنز (٥ / ١٣٩) برقم (١٢٧٧)(١٢٧٧)، سنن أبي داود-ن (٣ / ٣٠٢) برقم(٣٥٠٥). حسنه الترمذي. ينظر: نصب الراية (٤ / ٩)

^٣ - سنن الترمذي -دار الفكر (٢ / ٣٥١) برقم (١٢٥٢) وقال حديث حسن صحيح. ينظر: نصب الراية (٤ / ٤٥).

فنهى النبي ﷺ عن بيع الرجل لسعة معينة خارجة عن ملكه ثم يشتريها ويسلمها.

فالتاجر عندما يقف من يسأله عن سلعة ليست في ملكه، فيحاول أن يربح فيها منه، فيساومه عليها أو يرابحه فيها إلي غير ذلك، ثم يذهب ليحضرها وهو في الحقيقة يشتريها من غيره، وقد تكون السلعة داخلة في ملكه ولكنها غائبة عن مجلس العقد حسب تفسير بعض العلماء للحديث.

واختلف الفقهاء في ما إذا كانت السلعة غير معينة بل محددة الأوصاف فقط، فالشافعية اعتبروا هذا من السلم الحال الذي هو جائز عندهم، بينما الجمهور علي عدم جواز ذلك لأنهم لا يجيزون السلم إلا إذا كان بأجل .

وقد توسع بعض الباحثين في تفسير اللفظ الوارد في الحديث (لا تبع ما ليس عندك) ليشمل ثلاثة أنواع:

- أن يكون البائع مالك للمبيع، لكن سلعته غائبة دون أن يصفها، فلا يدري أيقدر علي تسليمها للمشتري أم لا.

- أن يبيع شيئاً مملوكاً للغير علي أن يشتريه له من صاحبه.

- أن يبيع قدراً محدداً من طعام أو غيره، وهو غير معين وليس في ملكه بل يذهب ليحصله من غيره.

ثالثاً : بيع الوكالة.

الوكالة : هي إقامة الغير مقام النفس في تصرف معلوم تدخله النيابة ليفعله في حياته^١. وهي عبارة عن تفويض شخص غيره في حياته في تصرف معلوم له فعله ، ويقبل النيابة ، سواء أكان قولياً كعقد وفسخ ، أو فعلياً كقبض وإقباض ، وسواء أكان من حقوق الله تعالى أو من حقوق الأدميين^٢.

والأصل فيها أنها من عقود التبرعات التي لا تستوجب بدلاً عن المنفعة المبذولة من جانب الوكيل للموكل ، لكن لو اشترط فيها للوكيل أجر صح ذلك الشرط ولزم.

ومال الموكل في يد الوكيل أمانة ، فلا يضمنه إن هلك بدون تعديه أو تفريطه في المحافظة عليه^٣.

فبيع الوكالة: هو توكيل المشتري شخصاً يقوم بشراء ما يطلبه صاحب المال. وما روي عن النبي محمد ﷺ خير دليل على جواز ذلك عن عروة رضي الله عنه : (أن النبي صلى الله عليه وسلم أعطاه ديناراً يشتري له به شاة فاشترى له به شاتين فباع إحداهما بدينار وجاءه بدينار وشاة فدعا له بالبركة في بيعه)^٤.

فيكون المشتري (وكيل) وصاحب المال (موكل) وما يشتريه (موكل به).

المبحث الثاني

التوصيف الفقهي لشركة التسويق واطرافها

^١ - ينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة (٣/ ٢٤٩٠).

^٢ - ينظر: فقه المعاملات ١/ ١٠٣٣.

^٣ - ينظر: تبیین الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشلبي (٤/ ٢٦٥).

^٤ - صحيح البخاري (٣/ ١٣٣٢) برقم (٣٤٤٣).

في هذا المبحث سنقف على مطلبين الاول التوصيف الفقهي أي مفهوم شركة التسويق وماهيتها وصورتها ، والثاني نبين فيه اطراف هذه الشركة التي تقوم عليها باعتبار انها لا تكون شركة تسويق اذا فات احد اطرافها .

المطلب الاول

التوصيف الفقهي لشركة التسويق

لازم التطور التجاري وما صاحبه ظهور جديد لأشكال التبادل ، وتباين المواد اللازمة للحياة دعا هذا الى تكوين جديد لمفهوم البيع والشراخ فبعد ان كان قبول وايجاب وبذل من طرفي البائع والشاري اصبح البيع والشراء مفهوم اكثر تعقيدا بسبب تفرع عقد البيع وتعدد اركانه واتسع حتى صار شركة تضم مسوقين ، وناقلين ، واعلانيين ، وضامنين ، وكافلين ... الخ كل هذه في عقد البيع ، ادى ذلك الى توقف الكثير من العلماء للقول بحرمة او حل هذه الصور الجديدة لعقود البيع بل عقدت الندوات واقامت المؤتمرات للنظر والبحث في هذه الصور للبت بحكمها . ومن هذه الصور الجديدة التي تفرعت عن عقد البيع وزادته تعقيدا الوسيط الذي سنسبسط القول فيه- وهو موضوع بحثنا - لبيان مفهومه فيما يلي من نقاط بجموعها تعطي مفهوم الوسيط ، وفيما يلي من نقاط نعرض مفوم الوسيط وماهية عمله .

- ❖ من المعلوم ان البيع والشراء يقوم بين فردين او اكثر الا انه ظهر حديثا طرف ثالث بين هذان الطرفان سمي بالوسيط (السمسار ، الدلال) ومهمته القيام بين الطرفين فهو يسوق للبائع سلعته ويُدل المشتري عليها بعد ان يعرفها له .
- ❖ والوسيط في عمله بين البائع والمشتري تكون له وكالة تجارية للتسويق قد تحصر عليه فيكون وكيل حصريا ، واحيانا يكون الوسيط مسوقا لاكثر من بائع .
- ❖ ويكون للوسيط اجرا على ما يقوم به يتم الاتفاق عليه كان يكون حسما (فرقا) من سعر السلعة عن سعر السوق يكون هذا الحسم هو اجر المسوق ، او يكون اجر المسوق جعلاً من البائع اذا بيعت السلعة بتسويقه لها ، او يوكن له اجرا ثابتا راتبا له .
- ❖ يُلزمُ المشتري احيانا بان يأتي بشخص او اكثر لكفالاته – كفالة ضمان - في حين اذا قصر هو عن اداء الثمن يؤدي عنه الكفيل .
- ❖ وقد يكون الثمن معجلا او مؤجلا او مقسما حسب ما يطرحه الوسيط (المسوق) والبائع بالاتفاق بينها .
- ❖ والسلعة قد تختلف ما هيتها فقد تكون سلعة عينية كالدار والارض والسيارة وقد تكون خدمية كالاتعاث للدراسة او الحج او العلاج .

المطلب الثاني

اطراف عملية التسويق

لكل عمل تجاري اطراف يقوم بها واحيانا تكون هذه الاطراف او الطرف الواحد اصيل كي تصح هذه المعاملة التجاري وكي تمضي على ما رسم لها ، وفي هذا المبحث عرض للطراف الثلاث التي تقوم عليها عملية تسويق السلع باعتبار ان شركة التسويق هي احدي اطراف هذه العملية

الطرف الاول : البائع وهو المالك للعين او الخدمة .

البيع مصدر باع^١ والفعل منه يبيع وفاعله البائع هذا لغة ، اما في الاصطلاح فهو: مبادلة المال بالمال تمليكا وتملكا^٢ ، وعرف بأنه : مبادلة مال ولو في الذمة ، أو منفعة مباحة بمثل أحدهما على التأييد^٣ .

وعرفه المعاصرون : صفقة يتم بموجبها تبادل الشيء بالشيء أو بما يساوي قيمته، معاوضة بين شيئين^٤ .

اما صورة البائع في شركة التسويق المعنيين في بيانها : فهو الجهة التي تملك العين او الخدمة المراد بيعها وقد يكون المالك تاجرا او مصنعا فردا او مجموعة وغالبا ما تكون العين هي اجهزة الكترونية ، او كهربائية منزلية ، او سيارات مختلفة الانواع ، وقد يكون المالك شركة سياحية في حال كون السلعة المقدمة هي رحلة للحج او رحلة سياحية ، وقد يكون المالك مستشفى اذا كانت الخدمة المقدمة هي عناية طبية او عملية جراحية .

الطرف الثاني : المشتري (المستهلك) .

المشتري : من شرى و شريت المتاع أشريه إذا أخذته بثمن ، ومنه شريت الشيء أشريه شراء، إذا بعته وإذا اشتريته أيضاً وهو من الأضداد^١ وفاعله مشتري هذا في اللغة ولا يختلف التعرف عنه في الاصطلاح .

^١ جمهرة اللغة ، ١/٣٦٩

^٢ المغني ، ٣/٤ .

^٣ الروض الندي شرح كافي المبتدي ، ص ٢٠٣ .

^٤ معجم اللغة العربية المعاصرة ، ١/٢٧٣ .

ومفهومه باعتباره الطرف الثاني في عملية البيع فمعلوم انه فرد او اكثر تدفعهم الحاجة لشراء عين او خدمة من من يبيعهها مقابل ثمن يدفعه المشتري ، واحيانا يكون الثمن المبدول مدفوعا كاملا او مقسما حسب ما يكون من اتفاق او حسب ما يطرحه المشتري من تسهيل لاستحصال ثمن السلعة ، وغالبا ما يكون سعر السلعة اعلا مما هو مطروح في السوق وهذا الفرق في السعر يقدمه المشتري لان المبلغ الذي يدفعه يكون مقسما على فترات ، وهذا البيع معروف في كتب الفقه بـ (البيع بالأجل)^١ .

الطرف الثالث : المسوق .

هذا الطرف الثالث في عملية البيع والشراء يمكن الاستغناء عنه واجراء عقد البيع بين الطرفين الاخرين دون الحاجة اليه ومعه يكون العقد صحيحا ، اذا هو ليس طرفا فعليا في العقد، لكن الحاجة اليه تكون من طرف البائع لترويج سلعته والتعريف بها والترغيب فيها ، ولما لم يكن هذا الطرف ضروريا في العقد جاءت الحاجة للبحث في هذا الطرف من حيث مفهومه وصورته وجدواه ومدى صحة التعاطي به وحله وحرمته .

والتسويق بمفهومه المعاصر له اشكال ثلاث .

الاول : التسويق عن طريق التوكيلات التجارية، وهذا الشكل هو موضوع بحثنا هذا .
الثاني : التسويق المباشر الشبكي أي عبر الانترنت وفيه يقوم البائع بالإعلان والترويج لبضاعته عن طريق الانترنت .

الثالث : التسويق الاعلاني والذي تختص به شركات الاعلانية وله صور عدة مرئية ومقروءة ومسموعة^٢ .

فالمسوق بمختلف اشكاله هو المروج للسلعة – عينية او خدمية – وله اجرا لقاء عمله يستحصله من خصم من سعر السلعة او يعطى له اجرا مقابل كل سلعة تباع عن طريق ترويجه واعلانه وعرضه.

المبحث الثالث

الحكم الفقهي لشركة التسويق

المطلب الاول

ما اثير حول شركة التسويق

اثيرت حول هذه الشركة عدة امور منها شبهات قيست عليها الشركة وشبهت بمعاملات محرمة او مختلف في تحريمها ، مما دفعت بعض العلماء الى القول بتحريم التعامل مع شركة التسويق ، وسنعرض كل شبهة والرد عليها .

^١ ينظر: المصباح المنير في غريب الشرح الكبير مادة (شري) ، ١٠ / ٣١٢ ، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية مادة (شري) ، ٦٠ / ٢٣٩١ .

^٢ تبين الحقائق شرح كنز الدقائق ، ٤ / ٥٩ .

الامر الاول : بيع ما لا يملك^١ .
اعتبر البعض شركة التسويق في عملها ببيع ما لا تملك ، باعتبار ان المسوق يسوق
لسلعة من البائع الى المشتري دون ان تكون في ملكه .
ويرد عليه :
ان المسوق هنا ليس بالبائع وانما هو كالدلال والسمسار الذي يشبهه في عمله؛ لان كل
الذي يقوم به انما يدل المشتري على البائع والبائع على المشتري ، بل يشبه عمله
كالذي يبيع شيئاً موصوفاً بالذمة .
والسمسرة يحتاج الناس إليها كثيراً ، فكثير من الناس لا يعرفون طرق المساومة في
البيع والشراء ، وآخرون ليس عندهم قدرة على تمحيص ما يشترون ومعرفة عيوبه ،
وآخرون ليس عندهم وقت لمباشرة البيع والشراء بأنفسهم .
ومن هنا كانت السمسرة عملاً نافعاً ، ينتفع به البائع والمشتري والسمسار .
ولا بد في السمسار من أن يكون خبيراً فيما يتوسط فيه بين البائع والمشتري ، حتى لا
يضر واحداً منهما .
ولا بد أن يكون أميناً صادقاً ، لا يحابي أحدهما على حساب الآخر ، بل يبين عيوب
السلعة ومميزاتها بأمانة وصدق ، ولا يغش البائع أو المشتري .

الامر الثاني : البيع بالأجل

وهو ان يشتري الشخص السلعة بثمن آجل مقسطاً مع احتمال الزيادة في ثمنها ، فقال
بعض المانعين لهذا البيع ان عمل شركة التسويق لا يجوز اذا انحنت نفس هذا المنحى
بالبيع بالأجل قياساً ، اذ الحرمة زيادة الثمن بالبيع آجلاً .
ويرد عليه : ان البيع بالأجل فيه خلاف معروف بين اهل العلم ومن ذهب الى القول
بحله جمهور منهم كبير ، ولقد أجاز الفقهاء أن يكون ثمن البيع بالأجل أعلى من ثمن
البيع النقدي الحال، وقالوا أن هذا البيع صحيح حيث لا يوجد دليل شرعي معتبر ينص
على حظره أو منعه، حيث أن الأصل في المعاملات الإباحة، والأصل براءة الذمة
حتى يأتي المانع ، كما أن الإنسان له مطلق الحرية في معاملة الأشخاص فيبيع
لمشتري معين بثمن يختلف عن الثمن الذي يبيع به لمشتري آخر، فله مطلق الحرية
في أن يبيع بالنقد بثمن يختلف عن ثمن الأجل أو بالتقسيط^٢ ، وهذا كله يدخل في عموم
قوله تبارك وتعالى : " وأحل الله البيع وحرم الربا"^٣ .

الامر الثالث : التمويل المصرفي لعملية الشراء .

وصورته ان يقوم المصرف بسداد ثمن السلعة للبائع عاجلاً ، على ان يسدد المشتري
للمصرف المبلغ الذي دفعه مع فائدة فوق ما دفعه المصرف وتكون هذه الفائدة نسبة
مئوية على اصل المبلغ كان تكون (٨%) .

^١ سبق تعريفه ص

^٢ مقالة للدكتور حسين حسين (ما حكم البيع بالأجل وبالتقسيط) .

^٣ - سورة البقرة (٢٧٥).

والتعامل هذا تعامل ربوي محرم بنص قوله تعالى : {الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ} ^١.

فكان المسألة قرض قدمه المصرف للمشتري لشراء السلعة على ان يسدد المبلغ مع فائدة مفروضة عليه .

المطلب الثاني الحكم الفقهي للشركة

ما كان من مباحث وما تحتها من مطالب هو مقدمة للحكم على شركة التسويق فتصور الشيء مقدمة للحكم عليه .

ان شركة التسويق ماهي الا صورة حديثة للدلال والسمسار الذي سبق للفقهاء التكلم عنهما ، ولا يختلف عمل شركة التسويق عنهما وانما الخلاف في المسميات .

فان اقصر عمل الشركة كمسوق ومروج للسلعة يتقاضى على عمله اجرا محسوما من مبلغ السلعة او جعلاً على مجموع ما يباع بتسويقه هذا من ناحية عمل الشركة ، فحكم عملها الحل .

ومن ناحية عملية البيع والشراء فان خلت من تمويل مصرف يتقاضى على تمويله فائدة على اصل المبلغ يدفعها المشتري، وللخروج من حرمة الربا في التعامل ان يدخل مع المصرف شريكا مع البائع ، فان المصرف والبائع شريكان في المغنم والمغرم .

الخاتمة:

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه ومن والاه وبعد.
لاهمية دراسة المستجدات والحوادث ووضع حكم لها في فقه النوازل منها (شركة التسويق التجاري انموذجاً) وبعد دراسة جوانب الموضوع كان لنا حصيلة نحسبها ذي فائدة قد اعاننا الله على تسطيرها في مما مر من ورقات سنلخصها بالاتي:

- دراسة النوازل من الاهمية بمكان لمراعاة حاجات الناس في معرفة الحلال والحرام لما يستجد من المسائل في كل امورهم العبادات والبيع والقضاء وغيرها.
- الشركة بصورتها هي عبارة عن عملية بيع معقدة لسلعة ما وهذا التعقيد جاء لكثرة الاطراف التي تدير هذه العملية (المالك- المشتري- الوسيط) واحياناً يدخل طرف رابع (المصرف) والذي يحول عملية البيع الى بيع محرم لتداخل قرض ربوي فيها.

- عملية البيع بين الاطراف ان خلت من محضور شرعي فحلال التعامل بها كما قرره الفقهاء في حل عمل الدلال والسمسار ، والوسيط قد يكون دلال او سمسار

^١ سورة البقرة (٢٧٥) .

لاكثر من بائع في الوقت نفسه، وتختلف عملية حصوله على الاجر بانه قد يحصل على خصم من سعر السلعة ليكون فارق الخصم هو ربحه.

المصادر .

- ١- بيع المرابحة للأمر بالشراء دراسة تطبيقية: د. حسام الدين عفانة ، أبوديس- القدس .
- ٢- تبين الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشلبي: عثمان بن علي بن محجن البارعي، فخر الدين الزيلعي الحنفي (المتوفى: ٧٤٣ هـ)، الحاشية: شهاب الدين أحمد بن محمد بن أحمد بن يونس بن إسماعيل بن يونس الشلبي (المتوفى: ١٠٢١ هـ)، المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٣ هـ.
- ٣- جمهرة اللغة: أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد الأزدي (المتوفى: ٣٢١ هـ)، المحقق: رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٩٨٧ م.
- ٤- حاشية رد المختار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار فقه أبو حنيفة: ابن عابدين، دار الفكر للطباعة والنشر، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠ م، بيروت.
- ٥- خلاصة الكلام شرح عمدة الأحكام: فيصل بن عبد العزيز بن فيصل ابن حمد المبارك الحريملي النجدي (المتوفى: ١٣٧٦ هـ)، الطبعة: الثانية، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.
- ٦- رابط عبر الانترنت. ar.wikipedia.org/wiki/
- ٧- رابط عبر الانترنت. <http://www.adabfan.com/new/archiv>
- ٨- الروض الندي شرح كافي المبتدي
- ٩- سنن أبي داود: أبو داود سليمان بن الأشعث السجستاني: دار الكتاب العربي - بيروت، وزارة الأوقاف المصرية وأشاروا إلى جمعية المكنز الإسلامي.
- ١٠- سنن الترمذي : محمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى (المتوفى: ٢٧٩ هـ)، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر (ج ١، ٢)، ومحمد فؤاد عبد الباقي (ج ٣)، وإبراهيم عطوة عوض المدرس في الأزهر الشريف (ج ٤، ٥)، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، الطبعة: الثانية، ١٣٩٥ هـ - ١٩٧٥ م
- ١١- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية: أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي (المتوفى: ٣٩٣ هـ)، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة: الرابعة ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م.

- ١٢- صحيح البخاري: محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة البخاري، أبو عبد الله (المتوفى: ٢٥٦هـ)، حسب ترقيم فتح الباري، دار الشعب - القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤٠٧ - ١٩٨٧.
- ١٣- الفقه الإسلامي وأدلته (الشامل للأدلة الشرعية والآراء المذهبية وأهم النظريات الفقهية وتحقيق الأحاديث النبوية وتخريجها): أ. د. وهبة بن مصطفى الزحيلي، أستاذ ورئيس قسم الفقه الإسلامي وأصوله بجامعة دمشق - كلية الشريعة، دار الفكر - سورية - دمشق، الطبعة الرابعة المنقحة المعدلة بالنسبة لما سبقها.
- ١٤- فقه المعاملات: عبد العزيز محمد عزام، مكتب الرسالة الدولية للطباعة والكمبيوتر، الطبعة: ١٩٩٧-١٩٩٨م.
- ١٥- القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً: سعدي أبو جيب، دار الفكر. دمشق - سورية، الطبعة: تصوير ١٩٩٣ م الطبعة الثانية ١٤٠٨ هـ = ١٩٨٨ م.
- ١٦- لسان العرب: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي (المتوفى: ٧١١هـ)، دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.
- ١٧- المبسوط: محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي (المتوفى: ٤٨٣هـ)
- ١٨- دار المعرفة - بيروت، ١٤١٤هـ-١٩٩٣م.
- ١٩- المحيط البرهاني في الفقه النعماني فقه الإمام أبي حنيفة رضي الله عنه: أبو المعالي برهان الدين محمود بن أحمد بن عبد العزيز بن عمر بن مازة البخاري الحنفي (المتوفى: ٦١٦هـ)، المحقق: عبد الكريم سامي الجندي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م.
- ٢٠- مختار الصحاح: زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي (المتوفى: ٦٦٦هـ)، المحقق: يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية - الدار النموذجية، بيروت - صيدا، الطبعة: الخامسة، ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م.
- ٢١- مختصر الفقه الإسلامي في ضوء القرآن والسنة: محمد بن إبراهيم بن عبد الله التويجري، دار أصدقاء المجتمع، المملكة العربية السعودية، الطبعة: الحادية عشرة، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م.
- ٢٢- المدونة: مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبحي المدني (المتوفى: ١٧٩هـ)، دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤م.
- ٢٣- معجم الصواب اللغوي دليل المثقف العربي: الدكتور أحمد مختار عمر بمساعدة فريق عمل، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨م.

- ٢٤- معجم اللغة العربية المعاصرة: د أحمد مختار عبد الحميد عمر (المتوفى: ١٤٢٤هـ) بمساعدة فريق عمل: عالم الكتب، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م.
- ٢٥- المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي، الشهير بابن قدامة المقدسي (المتوفى: ٦٢٠هـ): دار الفكر - بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٥.
- ٢٦- موقع الاسلام ويب. مقالة للدكتور حسين حسين (ما حكم البيع بالأجل وبالتفسيط) .
- ٢٧- موسوعة البحوث والمقالات العلمية: حوالي خمسة آلاف وتسعمائة مقال وبحث: جمع وإعداد: علي بن نايف الشحود، الباحث في القرآن والسنة.
- ٢٨- موسوعة الفقه الإسلامي: موقع وزارة الأوقاف المصرية. <http://www.islamic-council.com>
- ٢٩- نصب الراية لأحاديث الهداية مع حاشيته بغية الألمي في تخريج الزيلعي: جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (المتوفى: ٧٦٢هـ)، قدم للكتاب: محمد يوسف البتوري، صححه ووضع الحاشية: عبد العزيز الديوبندي الفنجانى، إلى كتاب الحج، ثم أكملها محمد يوسف الكاملفوري، المحقق: محمد عوامة، مؤسسة الريان للطباعة والنشر - بيروت - لبنان/ دار القبلة للثقافة الإسلامية- جدة - السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤١٨هـ/١٩٩٧م.