



الرقم: 4 / 2017/285

التاريخ: 19/ جمادى الأولى/ 1438هـ

قرار: 149/2

الموافق: 2017/2/16م

❖ حكم إعطاء عمولة مقابل التسويق الإلكتروني.

السؤال : ما حكم إعطاء عمولة مقابل التسويق الإلكتروني، وزيادة نسبة الربح لأصحاب

الاشتراك المدفوع في الموقع أكثر من أصحاب الاشتراك المجاني؟

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد ﷺ، وبعد،

يختلف حكم العمولة مقابل التسويق الإلكتروني باختلاف نوعه، حيث ينقسم إلى قسمين، هما:

أولاً: التسويق الرقمي غير الهرمي: وتتحقق صورته عندما لا تشترط الشركة على مندوبها لكي يعملوا معها دفع أي مبالغ، لا في صورة اشتراك، ولا في صورة إلزام المندوب بشراء شيء من منتجاتها، وهنا يمكن تكييف أخذ العمولة على التسويق، لما هو مباح، بأنه من باب السمسرة والجمالة المشروعة، ولا عبء يكون التسويق إلكترونياً أو غيره، إذا تحققت شروط المشروعية.

فكما يجوز الاستفادة من العمولات التي تمنحها الشركة لمن يسوق منتجاتها ميدانياً، فإنه يجوز كذلك الاستفادة من العمولات التي يمنحها الموقع الإلكتروني لمن يسوق خدماته إلكترونياً.

وعلى ذلك يرى مجلس الإفتاء الأعلى جواز أخذ العمولة مقابل جلب الزبائن وتشجيعهم على شراء سلع مادية، أو خدمات إلكترونية، إذا تحققت الشروط الآتية:

- 1- أن تكون السلع أو الخدمات مباحة، فلا يجوز التسويق لسلعة أو خدمة غير مشروعة.
 - 2- أن لا تصبح العمولة سبباً في زيادة السعر على المشتري بما يُحدث غبنًا فاحشًا.
 - 3- أن يتحرى الوسيط أو السمسار الصدق فيما يخبر به عن السلعة أو الخدمة.
 - 4- أن لا يكون الاشتراك في الموقع مدفوعاً؛ لأن السمسرة الجائزة هي التي يأخذ فيها السمسار المال دون أن يدفع، فلا يصح أن يدفع المال لصاحب السلعة أو الخدمة، وإن دفع السمسار اشتراكاً أصبح عمله أشبه بالقمار والميسر؛ لأنه قد يخسر ذلك المال لعدم نجاحه في تسويق السلعة أو الخدمة، وقد يربح أضعاف ما دفع إن نجح في التسويق.
- ثانياً: التسويق الشبكي أو الهرمي: وتقوم فكرته على أن يشتري شخص سلعة أو خدمة من شركة أو موقع، مقابل الفرصة في أن يقنع آخرين بمثل ما قام به، ويأخذ هو مكافأة أو عمولة مقابل ذلك، ثم كل واحد من هؤلاء الذين انضموا للبرنامج إذا أقتع آخرين ليشتروا أيضاً، فإنه يحصل على عمولة، وفي الوقت نفسه يحصل الأول على عمولة إضافية، وهكذا.
- ويتضح أن الغرض الأساس في التعامل مع هذه الشركة أو الموقع هو الحصول على العمولات، وقد ينجح في جلب عملاء كثيرين أو قليلين، وقد لا ينجح في شيء من ذلك.

وقد صدر عن مجلس الإفتاء الأعلى قراران سابقان، بتحريم هذا التسويق الإلكتروني الشبكي: وهما القرار رقم 47/1، والقرار



التاريخ : 19/ جمادى الأولى/1438هـ

الرقم: 4 /2017/285

الموافق: 2017/2/16م

قرار: 149/2

رقم 79/2، ويؤكد المجلس على هذا التحريم للأدلة الآتية:

أولاً: تقوم هذه المعاملة على المقامرة والغرر؛ لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا، والعمولات قد تحصل وقد لا تحصل؛ لأنها مرتبطة بأمر مجهول؛ وهو احتمال إحضار الزبائن للشراء، وهذه هي حقيقة المقامرة والغرر.

ثانياً: الخدمة أو المنتج الذي يقوم العميل بشرائه ليس مقصوداً لذاته، إنما هو حيلة للحصول على العمولة المحتملة، وهذا يدخله في ربا الفضل، وربا النسئة، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال، ليحصل على مبلغ أكبر، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم، والخدمة أو المنتج ما هو إلا ستار للمبادلة، فهو غير مقصود للمشترك، فلا تأثير له في الحكم.

ثالثاً: يشتمل هذا التسويق على أكل أموال الناس بالباطل؛ إذ المستفيد الأكبر منه هو الشركات وبعض من ينجح أولاً في إقناع الآخرين، أما الغالبية العظمى فهي تدفع وغيرها يستفيد.

رابعاً: لا يمكن اعتبار ما يحصل عليه المتعامل مع شركات التسويق الشبكي بأنه من قبيل السمسرة؛ لأن السمسرة المشروعة هي التي تهدف إلى تسويق سلعة أو خدمة حقيقية، والتسويق الشبكي يقوم على تسويق العمولة، والسلعة أو الخدمة ما هي إلا مجرد حيلة.

والخلاصة أن التسويق الإلكتروني غير الشبكي جائز عن طريق الاشتراك المجاني بالشروط المذكورة، وغير جائز عن طريق الاشتراك المدفوع، أما التسويق الشبكي فلا يجوز بأي حال.

والذي يظهر من السؤال الذي سأله صاحب الموقع الإلكتروني لخدمات السير الذاتية، أن الموقع حدد سعر الاشتراك السنوي، فهو يتعامل باشتراكات مدفوعة وهذا لا يجوز.

كما أن ما ذكره في آخر السؤال من تحديد مستويات الربح في 3 مستويات للاشتراك المجاني، والربح في 4 مستويات للاشتراك المدفوع، لا يجوز أيضاً؛ لأن نظام المستويات هو نظام شبكي هرمي محرم.

والله يقول الحق وهو الهادي إلى سواء السبيل