

الموضوع: الحكم الشرعي في الاشتراك في شركة بنزاس المحدودة
وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي

التكليف الفقهي لنظام شركة بنزاس المحدودة

بعد دراسة نظام شركة بنزاس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي خلصت الهيئة 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 مقصد الشركة 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 ليبيي عليها الترخيص القانوني ، حيث تمنع أكثر قوانين دول العالم برنامج التسلسل الهرمي الذي يدفع فيه المشترك رسوماً لمجرد الانضمام للبرنامج دون توسط منتج أو سلعة يتم تداولها.

ولما كانت الأحكام تبنى على المقاصد والمعاني لا على الألفاظ والمباني ، فإن المنتج يسقط عند التكليف الفقهي لشركة بنزاس وما يشابهها من الشركات 0 وعليه فإن الأمر في النظر الفقهي 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 رابحاً ، وإنما يربح القليل مقابل مخاطرة العدد الأكبر ، وإن نسبة الرابحين للمعرضين للخسارة في حدها الأدنى هي 1:9 في أي لحظة من لحظات نمو الهرم .

ومن ثم يتضح أن الأغلبية الساحقة من المشاركين في أسفل الهرم مخاطرة أبدأ بالدفع لمن فوقهم ، وهم لا يدرون أتكون تحتهم ثلاث طبقات فيكسبوا أم لا تتكون فيخسروا ما دفعوه إلى الذين فوقهم 0 وهذا النوع من المخاطرة قمار لا شك فيه، فأصل القمار كما يقول ابن تيمية (أن يؤخذ مال إنسان وهو على مخاطرة هل يحصل له عوضه أو لا يحصل).

هذه العملية تتكون في حقيقتها من حلقات مقامرة ، مال المقامرة فيه مضمن في سلعة ومدسوس في ثمنها*. حلقات المقامرة في شركات التسويق الشبكي متداخلة في حلقات قمار غير منتهية ، الرابع فيها هو السابق في الشبكة الذي يتدفق إليه

• مال المقامرة في نظام بنزاس هو مبلغ أُل 55 دولار من قيمة المنتج البالغة 99 دولار حيث يتم توزيع المبلغ على النحو التالي .:

1- 55 دولار تخصص كحوافز للخطة الرئيسية وتمثل مال القمار في نظام بنزاس 0

2- 10 دولار تخصص كحوافز خطة البولفيل 0

3- 5 دولار تخصص للمسوق المباشر 0

4- 5 دولار تخصص للوكيل 0

5- 24 دولار تذهب للشركة 0

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 ، فالتطبيقات الثلاث 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 شراء ، والتسويق الشبكي الذي تمارسه بنزاس وما يشابهها من الشركات عبارة عن توسط 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 الشبكي⁰وعليه فإن نظام بنزاس والتسويق الشبكي يخالف السمسرة المعروفة فقهاً من أربعة أوجه رئيسية هي :

1/ إن السمسرة لا يشترط فيها شراء السمسار سلعة ممن يمسر له فهو مجرد وسيط بين صاحب السلعة والمشتري .

أما نظام شركات التسويق الشبكي فشراء الشخص للمنتج أو امتلاكه مركز عمل شرط في قبوله مسوقاً أي أن المسوق يدفع أجراً ليكون مسوقاً وهذا عكس السمسرة .

2/ إن نظام شركة بنزاس لا يسمح للفرد أن يسجل تحته مباشرة أكثر من اثنين وما زاد على الاثنين يسجل تحت آخر مشترك في شبكته ، وهذا يعني أن هنالك أفراداً في الشبكة يستفيدون من جهد الذين من فوقهم ويتقاضون عمولات من الشركة عن سلع لم يكن لهم جهد في تسويقها فإذا ضمت هذه النقطة مع التي قبلها يتضح أن نظام الشركة يحرم المسوق غير المشترك ويعطى المشترك غير المسوق ، ومن ثم تتضح مخالفة ما تقوم به الشركة وبعده عن السمسرة المعروفة ، فالشركة تلتزم بتحفيز المشتركين 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 معه في تسويق السلعة .

3/ إن السمسار يحصل على عمولته مقابل تسويق السلعة وبيعها لشخص أو عدد محدد من الأشخاص ولا علاقة له بما يفعله المشترون بالسلعة فالعلاقة تنتهي بين السمسار والمشتري بمجرد الشراء أما في التسويق الشبكي فإن المسوق لا يحصل على عمولة إلا إذا سوق لمسوقين آخرين ، وهؤلاء بدورهم يسوقون لمسوقين فهو يسوق لمن يسوق لمن يسوق ... الخ. ولا يحصل على عمولة إلا بهذه الطريقة فليس من مصلحة أحد في الهرم أن يبيع لمن يشتري السلعة لينتفع بها أو ليستخدمها لنفسه دون أن يسوقها لغيره .

4/ بناءً على أن تسويق المنتج غير مقصود في التسويق الشبكي ، وإنما هو مجرد ستار قانوني لتجميع اشتراكات وكسب أعضاء لبناء النظام الشبكي ، فإنه إذا سقط المنتج من قصد التسويق اختل ركن في 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 ترى الهيئة العليا للرقابة الشرعية :

- 1- أن الاشتراك في شركة بنزاس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي لا يجوز شرعاً لأنه قمارٌ 0
 - 2- أن نظام شركة بنزاس وما يشابهها من شركات التسويق الشبكي لا صلة له بعقد السمسرة كما تزعم الشركة وكما حاولت أن توحى بذلك لأهل العلم الذين أفتوا بالجواز على أنه سمسرة من خلال الأسئلة التي وجهت لهم والتي صورت لهم الأمر على غير حقيقته 0
- وبناء على هذا توجه الهيئة الجهات المرخصة بسحب تراخيص شركات التسويق الشبكي وعدم منح أي ترخيص بمزاولة مثل هذا النشاط إلا بعد الرجوع للهيئة العليا للرقابة الشرعية .

والله الموفق ،،

توقيع

د. أحمد على عبد الله

الأمين العام للهيئة العليا للرقابة الشرعية

للجهاز المصرفي والمؤسسات المالية

4 ربيع الثاني 1424 هـ

4 يونيو 2003 م